REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL ESPECIALIZADO EN ARTÍCULOS PARA EL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2013"

PRESENTADO POR:

DAVID ALONZO MEDINA ALVAREZ

Bachiller en Administración de Empresas

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

AREQUIPA – PERÚ

2013

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, siguiendo sus preceptos: "honra a tu padre y a tu madre" y "esfuérzate y se valiente".

A mi madre Gladys.

Por haberme apoyado en todo momento, por su paciencia, por sus oraciones, por su incondicional amor, que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.

A mi padre Braulio.

Por los ejemplos dignos de superación y entrega que te caracterizan, quien contribuyó incondicionalmente a lograr mis metas y objetivos propuestos, quien me dio la fuerza que me impulsó a conseguirlo, por sus oraciones, pero más que nada por su amor.

A mi hermano Ysmael.

Por haberme apoyado y comprendido incondicionalmente, por haber creído en mi sin cuestionar, por su dedicación constante a su familia.

A mis familiares.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de un estudio de pre-factibilidad para la implementación de una establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa 2013, la pesquisa se realizó en la Ciudad de Arequipa Capital del Departamento de Arequipa de la República del Perú.

Los principales estudios realizados en el presente proyecto fueron: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio de Organización, Estudio Legal y Estudio Económico-Financiero.

La estructura general de la tesis está constituida por los siguientes capítulos:

CAPITULO I

En este capítulo se encuentra el Planteamiento Teórico, conteniendo la descripción del problema, justificación, objetivos, el marco teórico y la hipótesis.

El Marco Teórico consta en exponer las definiciones que tratan las materias de esta investigación de mercado.

La hipótesis de esta investigación se centró en el estudio de la determinación de la instalación de dicha empresa de comercialización de artículos para el adulto mayor.

CAPITULO II

En este capítulo se encuentra el Planteamiento Operacional, conteniendo las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, el campo de verificación y la estrategia de recolección de datos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO III

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de la investigación; se hace un análisis del macro entorno y un análisis de micro entorno.

Se presentan los resultados de las encuestas tomando como muestra de forma aleatoria con el mismo grado de probabilidad de ser elegidos de 245 ciudadanos de 60 años a más que residen en Arequipa.

En el siguiente punto se muestra los detalles técnicos de los productos, la justificación del tamaño, localización y la distribución de espacios del establecimiento comercial.

Se describe el tipo de organización que tendrá la empresa, una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) y se determina las políticas de la empresa. Se presenta la estructura organizacional, el perfil de cada puesto y los requerimientos de personal, luego se desarrollan los aspectos legales, tributarios, laborales y los pasos que se debe seguir para la creación de empresa como PYME.

Seguidamente se define la inversión a realizar, el financiamiento del proyecto, los presupuestos de Ingresos y Egresos. Asimismo se determina el Punto de Equilibrio, se muestra los Estados Financieros proyectados.

Posteriormente se demuestra la viabilidad económica y financiera del proyecto a través de los resultados de los indicadores de rentabilidad; así como un análisis de sensibilidad.

Finalmente, se recomienda mantenerse pendientes de la legislación nueva, realizar investigaciones de mercado constantes, recurrir a la publicidad de alto impacto, poseer un permanente grado de innovación en los productos, evitar causar perjuicios al medio ambiente.

Este análisis demostró que si es factible la instalación de la empresa porque existe una demanda insatisfecha en el mercado de artículos para el adulto mayor.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

SUMMARY

This thesis aims to assess the technical, economic and financial of a pre-feasibility study for the implementation of a commercial establishment specializing in items for the elderly in the city of Arequipa 2013, the research was conducted in the City of Arequipa department capital of the Republic of Peru.

Major studies in this project were: Market Research, Technical Study, Organization Study, Legal Study and Financial-Economic Study

The general structure of the thesis consists of the following chapters:

CHAPTER I

This chapter is the theoretical, containing the description of the problem, rationale, objectives, theoretical, framework and hypotheses.

The theoretical framework consists of exposing the definitions that deal with matters of this market research.

The hypothesis of this research focused on the installation study of marketing conpany of articles for elderly people.

CHAPTER II

This chapter is the operational approach, containing the techniques and instruments used for data collection, field verification and data collection strategy.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CHAPTER III

This chapter presents the results of the research; analyzes the macro environment and an analysis of microenvironment.

Presents the results of the surveys using as a random sample with the same degree of probability of being chosen from 245 people over 60 years living in Arequipa.

At the next point shows the technical details of the products, justification of size, location and distribution of commercial property space.

It is described the type of organization that will have the company, a Limited Liability Company (LLC) and determined the policies of the company. We present the organizational structure, post profiles and staffing requirements; next will develop the legal, tax, labor and the steps to be followed for the creation of an SME business.

Then defines the investment to make, project financing, budgets of income and expenses. It also determines the equilibrium point, shows the projected financial statements.

Subsequently demonstrates the economic and financial viability of the project through the results of the profitability indicators; also sensitivity analysis.

Finally, it is recommended to stay pending new legislation, constant market research, use high impact advertising, have a degree of continuing product innovation, avoid harming the environment.

This analysis showed that is feasible the installation of the marketing company because there is an unmet demand of articles for the elderly people.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene por objetivo determinar la factibilidad de la implementación de un establecimiento comercial de artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa 2013.

La región de Arequipa, viene enfrentando un aumento de la población adulta mayor de acuerdo a la tasa creciente de los 2 últimos censos registrados en el Perú, consecuentemente con este hecho vienen problemas propios de esta edad como son las enfermedades, la dependencia en sus actividades diarias, el rechazo social, etc.

Ante este escenario se ha observado la gran oportunidad de llevar a cabo un proyecto de implementación de una empresa que se encargue de proveer y ayudar a este sector de la población con productos que sean herramientas para que puedan reinsertarse en la sociedad sin ningún complejo o temor.

Este trabajo ha contemplado tres partes. La primera parte el planteamiento teórico que define las líneas sobre las cuales discurre toda la investigación; la segunda parte el planteamiento operacional que traza el trabajo de campo; La tercera parte está dividida en dos: el Análisis Técnico-económico que comprende el estudio de mercado que analiza el ambiente externo y el interno para poder trazar una vía sobre la que se dirigirá la empresa así como también los estudios de oferta y demanda; los estudios de localización de planta, la estructura organizacional y los aspectos legales para la creación de la empresa; y por último el Estudio Económico-Financiero donde se evaluará la estructura y financiamiento de las inversiones, así también la contabilidad de costos, y los indicadores empresariales con el objetivo de poder determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto; para finalmente redactar las conclusiones y recomendaciones.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN:

Estudio de Pre-factibilidad para la Implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa 2013

1.2. DESCRIPCIÓN:

La presente investigación consiste en realizar un estudio de pre-factibilidad para lograr determinar la posibilidad de la implementación de un local comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa con el fin de poder satisfacer las necesidades de las personas de la tercera edad y así ayudarlos a que continúen siendo independientes, dicho trabajo se pretende verificar mediante técnicas de investigación documental y de campo, así como técnicas de evaluación empresarial que nos permitirán analizar la información recolectada para llegar a conclusiones que puedan generar conocimiento válido y confiable para el establecimiento de este negocio.

1.2.1. CAMPO, AREA Y LINEA

CAMPO : Ciencias Sociales

ÁREA : Administración de Empresas

LINEA : Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión

1.2.2 TIPO DE PROBLEMA:

Exploratorio y concluyente

1.2.3. VARIABLES

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

TIPO DE VARIABLE	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDIOS
INDEPENDIENTE (ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD)	ANÁLISIS TÉCNICO - ECONÓMICO	ESTUDIO DE MERCADO	Análisis PEST	indicadores
			Analisis PORTER	matriz cualitativa
			Analisis de la oferta	cantidad ofertada
			Analisis de la demanda	cantidad demandada
		ESTUDIO TÉCNICO	Producto	matriz cualitativa
			Tamaño	Capacidad de planta
			Localización	Lugar geográfico
			Distribución de planta	Diagrama
		ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN	Estructura orgánica	Organigrama
			Funciones	Manual de Funciones
		ESTUDIO LEGAL	Tipo de sociedad	Forma empresarial
			Constitución de empresa	Trámites
	ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	Inv. Fija tangible e intangible	Monto
			capital de trabajo	Monto
			fuentes de financiamiento	entidades financieras
		TECNOLOGÍA & INGENIERÍA DE COSTOS	Materiales	Cantidad adquirida
			Costos de fabricación	Monto
			Costos de operación	Monto
			Precio de venta	Monto
		PRESUPUESTO	Balance general	Montos proyectados
			ingresos y egresos	Montos proyectados
			flujo de caja	Montos proyectados
DEPENDIENTE (RESULTADOS)	PRE FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACION	INDICADORES DE EVALUACIÓN EMPRESARIAL	Valor Actual Neto	Coeficiente
			Tasa Interna de Retorno	tasa porcentual de rentabilidad
			beneficio / costo	ratio
			Periodo de Recuperación de la Inversión	Coeficiente

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.2.4. INTERROGANTES BÁSICAS:

- ¿Existen en el mercado actual los suficientes servicios que cubran las necesidades inherentes a las personas de la tercera edad?

- ¿Cuál será el tamaño y localización óptima para la instalación del establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa?

- ¿Cómo se organizará y administrará el establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa?

- ¿Qué tipo de sociedad y como se constituirá la empresa?

- ¿Cuánto se requerirá invertir para implementar un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa y cómo se financiará?

- ¿Qué cantidad de productos se adquirirá y cuáles serán sus costos de fabricación y operación, así como también su precio final?

- ¿Cuál será el presupuesto de ingresos y egresos para la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa?

- ¿Es viable económica y financieramente la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.3 JUSTIFICACIÓN.

Desde hace varios años, con los avances de la ciencia médica y los nuevos estilos de vida que han surgido, la esperanza de vida de la población se ha incrementado, como consecuencia las actuales proyecciones de la población indican una clara tendencia hacia el envejecimiento de la población, sin embargo esto no quiere decir se tenga necesariamente una mejor calidad de vida ya que las enfermedades propias de este grupo de personas no se han erradicado, muy por el contrario persisten en un gran porcentaje de ellos.

Debido a este panorama se justificará la realización del estudio de pre-factibilidad de la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor debido a que está creciendo un nuevo nicho de mercado en Arequipa constituido por adultos mayores de 60 años a más con exigencias acordes a la globalización en que se vive en estos tiempos.

Por lo tanto es necesario realizar esta investigación ya que podría ser un negocio viable económico y financiero, y necesario para la población senil de Arequipa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.4 OBJETIVOS.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la pre-factibilidad de la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa al año 2013.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un estudio de mercado que permita identificar la demanda requerida para la realización del proyecto.

- Determinar el tamaño y localización óptima para la instalación del establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa.

- Analizar cómo se organizará y administrará el establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa.

- Cuantificar lo que se requiere invertir para implementar un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa y cómo se financiará.

- Determinar qué cantidad de productos se adquirirá y cuáles serán sus costos de fabricación y operación, así como también su precio final.

- Cuantificar cual será el presupuesto de ingresos y egresos para la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa

- Determinar la viabilidad económica y financiera de implementar un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en Arequipa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.5. MARCO TEÓRICO

1.5.1. ESQUEMA ESTRUCTURAL

1.5.1.1. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.

DEFINICIÓN:

Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa.

1.5.1.1.1. ELEMENTOS:

A. VISIÓN.-

Es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro.

B. MISIÓN.-

Indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las razones de su existencia, señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización.

C. OBJETIVOS.-

Son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo de su visión y misión.

1.5.1.1.2. HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS

A. ANALISIS PEST[1].-

El análisis PEST identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas. Este análisis se realiza antes de llevar a cabo el análisis FODA en el marco de la planificación estratégica.

[1] CHAPMAN Alan: ANÁLISIS DOFA Y ANÁLISIS PEST www.degerencia.com/achapman Pág.01

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Se trata de una herramienta útil para comprender los ciclos de un mercado, la posición de una empresa, o la dirección operativa.

Los factores se clasifican en 4 bloques:

- Político – Legales
- Económicos
- Socio – Culturales
- Tecnológicos

D. ANALISIS DE PORTER[2].-

Modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa, a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

1. Rivalidad entre competidores
2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores
3. Amenaza del ingreso de productos sustitutos
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Poder de negociación de los consumidores

[2] MICHAEL E. PORTER, estrategia competitiva, Pág. 45

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.5.1.2. ESTUDIO DE MERCADO.

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo.

1.5.1.2.1. TIPOS DE MERCADO[3]:

Según el monto de la mercancía.-

A. MERCADO TOTAL.-
   Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de la empresa.

B. MERCADO POTENCIAL.-
   Conformado por todos los entes del mercado total que además de tener un servicio o bien, están en condiciones de adquirirlo.

C. MERCADO META.-
   Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

D. MERCADO REAL.-
   Representa le cercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

1.5.1.2.2. COMPONENTES DE MERCADO.

El mercado está compuesto por la demanda y oferta.

[3] FERNANDO DIAZ Luis: ANÁLISIS Y PLANEAMIENTO 2005 Edit. UNIVERSIDAD ESTATAL SAN JOSÉ DE COSTA RICA. Pág.106

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

A. DEMANDA.

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas.

B. OFERTA.

La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros).

1.5.1.3. ANÁLISIS TÉCNICO

En el estudio de la viabilidad financiera de un proyecto el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

A. TAMAÑO.

El tamaño responde a un análisis interrelacionado y una gran cantidad de variables de un proyecto: Demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa.

B. LOCALIZACIÓN

La decisión acerca de donde localizar el proyecto obedecerá no solo criterios económicos sino también a criterios estratégicos institucionales incluso de preferencias emocionales con estos se

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

C. DISTRIBUCIÓN

Se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la planta, para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de insumos, producción, servicios auxiliares, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

1.5.1.3. ESTUDIO LEGAL.

1.5.1.3.1. LEGALIZACION DE UNA EMPRESA

Para que una empresa funcione de manera adecuada y legal debe cumplir ciertos lineamientos que le son impuestos por el Estado dentro de los cuales se contemplan requisitos que se tienen que llevar para poder operar correctamente. Dichos requisitos son documentos probatorios como la escritura dela constitución y otros documentos legales estipulados por ciertas instituciones públicas.

1.5.1.3.2. TIPOS DE SOCIEDAD

Se entiende como sociedad a un contrato que se realiza entre dos o más personas con el objetivo de realizar un negocio. A partir del contrato se origina una persona jurídica que es diferente a la de los socios que integran a la sociedad. Existen distintos tipos de sociedades:

a. SOCIEDAD ANÓNIMA.

Se caracteriza por pertenecer a sus accionistas, que deben ser al menos dos y cuya responsabilidad está limitada a los aportes realizados. La sociedad anónima puede o no cotizar en la bolsa y debe tener un mínimo de 500 accionistas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

b. SOCIEDAD DE RESPOSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.)

La S.R.L. si bien tiene ciertas características en común con la anónima, difiere en ciertas cuestiones. Suelen poseer estatutos más simples que las S.A., a diferencia de estas, las de responsabilidad limitada no pueden cotizar en la bolsa, su número de socios debe ser siempre menor a 50 y no pueden asociarse con una sociedad anónima.

c. SOCIEDAD COLECTIVA.

Esta clase de sociedad es menos común que las anteriores por el hecho de que sus socios deben responder de manera ilimitada, poniendo en riesgo su patrimonio personal. A pesar de esto, como son muy fáciles de constituirlas, en casos de emergencias se recurre a su creación. A diferencia de las S.R.L., las sociedades colectivas el número de socios que la integran es ilimitado.

d. SOCIEDAD CIVIL.

Esta sociedad está regulada por el código civil y se caracteriza por no tener fines comerciales

e. SOCIEDAD EN COMANDITA.

En estas sociedades existen dos tipos de socios, por un lado, los comanditados, que poseen responsabilidad ilimitada hacia terceros. Por otro, los comanditarios, cuya responsabilidad está limitada al capital aportado. Estos socios no sólo aportan el capital, sino que también trabajan en la sociedad.

1.5.1.3.3. CONSTITUCIÓN DE EMPRESA

Ley General de Sociedades regula la formación y/o modificación de una empresa donde se le reconoce como una asociación voluntaria de personas, que acuerdan aportar bienes con la finalidad de realizar una actividad económica, esta sociedad se caracteriza además por la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

responsabilidad limitada de los socios por los aportes que cada uno haya efectuado, además por la existencia de las acciones como títulos valores que representan alícuotas del capital social, y finalmente se caracteriza también por el hecho que la dirección de la sociedad se basa en el capital y no en las personas.

1.5.1.4. ORGANIZACIÓN.

La organización está referida a un ordenamiento sistemático de las actividades u acciones realizadas para la consecución del objetivo que se ha propuesto el proyecto, en este sentido todas las actividades deberá ordenarse y analizarse en el ámbito de todo un conjunto de actividades.

1.5.1.4.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA:

Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad.

1.5.1.4.2. TIPOS DE ORGANIGRAMA[4]:

Existen tipos de organigramas en función de las características de la estructura organizativa, ya sea está muy rígida en cuanto a la jerarquía o más flexible y aplanada. Estos tipos son los siguientes:

A. ESTRUCTURA LINEAL O JERÁRQUICA:
   Está basada en la autoridad directa del jefe sobre los subordinados.
   Sencilla y fácilmente comprensible. Falta de especialización y no delegación.

[4] IDALBERTO CHIAVENATO; Introducción a la teoría general de la administración 7ma edición.Pág. 317

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

B. ESTRUCTURA EN LÍNEA O STAFF:

Se combinan las relaciones de autoridad directa, propias de la estructura lineal, con las relaciones de consulta y asesoramiento que mantienen los departamentos llamados staff.

C. ESTRUCTURA EN COMITÉ

La autoridad y la responsabilidad son compartidas conjuntamente por un grupo de personas llamado generalmente Comité Directivo.

D. ESTRUCTURA MATRICIAL

Se basa en la formación de especialistas que trabajan diferentes aspectos y que se unen para trabajar conjuntamente en proyectos específicos.

1.5.1.4.3. FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN

Las funciones o áreas de actividad de la empresa cumplen el papel de indicar dónde se aplican los esfuerzos, en qué campos trabajar, además resuelve el problema de cómo hacer las cosas o las tareas en cada una de estas áreas para lograr los objetivos predeterminados.

1.5.1.5. PROYECTOS DE INVERSIÓN[5]:

DEFINICIÓN:

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, entre las cuales una necesidad humana, que con determinados recursos económicos financieros necesarios y, con el objetivo de obtener beneficios (rentabilidad empresarial y social), se podrá producir bienes o servicios útiles al ser humano o a la sociedad en general.

[5] ALFARO OLIVERA Juan: PROYECTOS DE INVERSIÓN 2009 Edit. SADUC Pág.14

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.5.1.5.1. ETAPAS

A. ETAPA DE PRE INVERSIÓN.

En esta primera etapa se formulará el proyecto, en términos de magnitud de inversiones, costos y beneficios, luego se evaluará el proyecto a través de ciertos métodos los cuales nos darán coeficientes que harán determinar la rentabilidad de la inversión.

B. ETAPA DE EJECUCIÓN O INVERSIÓN.

La ejecución o inversión es un conjunto de actividades que comienza con los estudios definitivos y concluye con la puesta en marcha del proyecto, en este proceso deben de integrar, armonizar y actualizar los aspectos técnicos, económicos y financieros. En esta etapa debe reforzarse con labores de consultoría, sobre todo en el ámbito de la gestión.

C. ETAPA DE OPERACIÓN O FUNCIONAMIENTO.

La etapa de operación incluye un conjunto de actividades que nos permite iniciar la operación o el funcionamiento normal de planta, una vez que se han superado las deficiencias de puesta en marcha, de acuerdo a los objetivos que se plantearon y dieron origen al proyecto.

1.5.1.5.2. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.

Las inversiones son los desembolsos que hay que efectuar desde el inicio de proyecto, los requerimientos del proyecto, el capital de trabajo y otros a fin de dejar el proyecto en condiciones de operación normal.

El financiamiento es la actividad financiera a través de la cual obtenemos los recursos necesarios para la implementación de una nueva actividad de producción de bienes y/o servicios.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

A. INVERSION FIJA TANGIBLE E INTANGIBLE

Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

B. CAPITAL DE TRABAJO.

Son aquellos recurso que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc.

C. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

1.5.1.5.3. TECNOLOGIA & INGENIERÍA DE COSTOS.

A. MATERIALES.

Son los productos que va a comercializar la empresa para obtener rentabilidad (véase más adelante: artículos especializados para el adulto mayor).

B.COSTOS DE FABRICACIÓN.

Son los que generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

C. COSTOS DE OPERACIÓN.

La noción de gastos de operación hace referencia al dinero desembolsado por una empresa u organización en el desarrollo de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

sus actividades. Los gastos operativos son los salarios, el alquiler de locales, la compra de
Suministros y otros.

D. PRECIO DE VENTA.

El precio de venta es el resultado del precio de producción sumado a una ganancia. En marketing se ve como el precio de costo sumado al valor que ofrece el producto, ese valor adicional que se le da al consumidor tiene un precio y puede ser diferente de acuerdo a la percepción del consumidor en ese momento.

1.5.1.5.4. PRESUPUESTO.

A. BALANCE GENERAL.

Balance General (BG) conocido también como Estado de Situación Financiera, es un informe financiero que da cuenta del estado de la economía y las finanzas de una institución (entidad, empresas, etc.) durante un lapso determinado.

B. INGRESOS Y EGRESOS (ESTADO DE RESULTADOS).

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

C. FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.5.1.5.5. INDICADORES DE EVALUACIÓN[6]:

A. VALOR ACTUAL NETO (VAN):

Se funda en el principio de que un proyecto es conveniente si sus ingresos son iguales o mayores que sus costos. Se calcula reduciendo las diferencias futuras a una cantidad actual equivalente, usando una tasa de descuento.

B. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una propuesta de inversión sea igual a cero, es un indicador de evaluación que mide el valor del proyecto o de una alternativa de inversión frente al costo de oportunidad del capital, considera el valor del dinero en el tiempo.

C. EVALUACIÓN COSTO BENEFICIO (B/C).Nos permite medir la bondad relativa del proyecto. Resulta de dividir los flujos actualizados

D. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).

Se llama también periodo de recuperación del capital (PRK). Consiste en determinar el número de periodos requeridos para recuperar la inversión inicial (1_o), el mismo que se compara con el número de periodos planteados por el proyecto.

[6] ALFARO OLIVERA Juan: PROYECTOS DE INVERSIÓN 2009 Edit. SADUC Pág.117

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.5.2. ANTECEDENTES.

Luego de revisar la biblioteca de la Universidad Católica de Santa María, la Biblioteca de la Universidad Nacional de San Agustín y la biblioteca de la Universidad Católica San Pablo no se encontró ninguna investigación relacionada al Estudio de Pre-Factibilidad para Determinar la Implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa 2013.

1.6 HIPÓTESIS.

DADO QUE: debido a los avances de la ciencia médica, la esperanza de vida del adulto mayor se ha incrementado, así como sus necesidades.

ES PROBABLE QUE: realizando un estudio de pre-factibilidad se pueda definir la conveniencia de la implementación de un establecimiento comercial especializado en artículos para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO II

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.

2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Para la presente investigación se utilizará unas técnicas de recolección de datos como son: la observación, las encuestas, la entrevista en el sondeo.

2.2. ESTRUCTURA DE LOS INSTRUMENTOS.

A. FUENTES PRIMARIAS.- recolección de campo por rutas de calles más transitadas.

- Para la Observación se usó el siguiente instrumento: la escala tipo Likert, notas de campo.
- Para la Encuesta se usó el siguiente instrumento: el Cuestionario.

B. FUENTES SECUNDARIAS-

- Observación documental a través de portales web y biblioteca.

2.3. OTRAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.

- Fuerzas de PORTER (Micro-entorno)
- Análisis PEST (Macro-entorno)
- Matriz de ranking de factores (para localización óptima)
- Estados Financieros Proyectados (balance general, EEPPGG, flujo de caja).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

2.4. CAMPO DE VERIFICACIÓN.

2.4.1 ÁMBITO

El ámbito de la investigación es Arequipa Metropolitana considerando los siguientes distritos según el Plan Director de Arequipa Metropolitana aprobado bajo Ordenanza Municipal N°160 del 14 de Noviembre del 2002, modificando el número de distritos metropolitanos a los siguientes: Arequipa (Cercado), Alto Selva Alegre, Cayma, Cerro Colorado, Jacobo Hunter, José Luis Bustamante y Rivero, Mariano Melgar, Miraflores, Paucarpata, Sachaca, Socabaya, Yanahuara, Tiabaya, Characato, Sabandía, Uchumayo y Yura

2.4.2 TEMPORALIDAD.

La temporalidad de la investigación se realiza desde setiembre hasta Diciembre del 2012.

2.4.3 UNIDADES DE ESTUDIO.

Compuesto por hombres y mujeres a partir de los de 60 años de edad que residen en Arequipa Metropolitana.

a) UNIVERSO.

Compuesto por Hombres y Mujeres a partir de 60 años, de diversos niveles socio económico que residen en Arequipa Metropolitana, dicho universo consta de 85086 ciudadanos, dato obtenido del XI censo de Población y VI de Vivienda del 2007 en el portal web del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

b) MUESTRA

Para determinar el tamaño de muestra, se utilizará el muestreo probabilístico en la población de adultos mayores de 60 años a más, pero primero se ha realizado un sondeo a treinta adultos mayores (por conveniencia se eligió ese tamaño de muestra para este sondeo), para preguntarles si estarían dispuestos a adquirir artículos con nuevas tecnologías que le ayuden en su vida cotidiana con el fin de ser más independientes en sus quehaceres; obteniendo el siguiente resultado.

- Resultado del sondeo.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuesta de sondeo Elaboración: Propia

Ahora recurrimos a la fórmula de poblaciones finitas la cual es:

$$n = \frac{Z^2 * p*q*N}{N-1*e^2 + Z^2\ p*q}$$

Dónde:

Z = Nivel de confianza 1,96

e = Error permisible 0,05

p = Grado de Homogeneidad (Probabilidad de ocurrencia) 0,80

q = Grado de heterogeneidad (Probabilidad de no ocurrencia) 0,20

N = tamaño de población 85086

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Reemplazando:

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}8 * 0{,}2 * 85086}{0{,}05^2 * (85086-1) + 1{,}96^2 * 0{,}8 * 0{,}2}$$

$$n = \frac{52298.6242}{213.327156}$$

n = 245; *N° de Encuestas.*

2.5. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

2.5.1. EN LA PREPARACIÓN

Recurrir a los archivos del XI censo de Población y VI de Vivienda del 2007 en el portal web del Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI considerando solo los Distritos que conforman Arequipa Metropolitana, a su vez tomando solo en cuenta a los habitantes de 60 años a más distribuyéndolos de forma proporcional a cada distrito.

2.5.2. EN LA EJECUCIÓN

Recolección de información documental usando portales web y bibliotecas.

Recolección de información de Campo por rutas de calles más transitadas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla N° 2 - Rutas para encuestas

DISTRITO	RUTAS PARA ENCUESTAR	POBLACION 60 AÑOS A MAS		Nº ENCUESTAS X DISTRITO
AREQUIPA (Cercado)	*Calle San Francisco*	*10450*	*12%*	30
ALTO SELVA ALEGRE	*Av. Arequipa*	*6387*	*8%*	18
CAYMA	*Av. Bolognesi*	*6260*	*7%*	18
CERRO COLORADO	*Av. Villa Hermosa*	*9376*	*11%*	27
CHARACATO	*Calle Amargura*	*738*	*1%*	2
JACOBO HUNTER	*Av. Viña del Mar*	*4320*	*5%*	12
JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	*Av. EE.UU.*	*9916*	*12%*	29
MARIANO MELGAR	*Av. Lima*	*5687*	*7%*	16
MIRAFLORES	*Av. Progreso*	*5871*	*7%*	17
PAUCARPATA	*Av. Porongoche*	*11579*	*14%*	33
TIABAYA	*Av. Arequipa*	*1508*	*2%*	4
YANAHUARA	*Av. Ejército*	*3685*	*4%*	11
SACHACA	*Av. Fernandini*	*1645*	*2%*	5
SOCABAYA	*Av. San Martín*	*5250*	*6%*	15
SABANDIA	*Av. Principal*	*470*	*1%*	1
UCHUMAYO	*Plaza Salaverry*	*972*	*1%*	3
YURA	*Pza. Principal*	*972*	*1%*	3
TOTAL		85086	100%	**245**

Elaboración propia

2.5.3. EN LA EVALUACIÓN.

Análisis de los resultados obtenidos.

Interpretar series, cuadros y gráficos estadísticos.

Comprobación con coeficientes de evaluación económicos y financieros.

Comprobación de hipótesis.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

2.6. RECURSOS NECESARIOS.

2.6.1. HUMANOS.

Para el desarrollo completo de la investigación:

01 Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santa María.

2.6.2 MATERIALES.

01 Computadora.

Servicio de Internet.

245 Fotocopias de encuesta.

04 Lapiceros.

2.5.3 FINANCIEROS

Cuadro N° 03

UNIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
80	Horas en Internet	S/. 0.70	S/. 56.00
245	Fotocopias de Encuestas	S/. 0.20	S/. 49.00
1	Memoria de Datos USB	S/. 35.00	S/. 35.00
4	Lapiceros	S/. 1.00	S/. 4.00
1	asesor de tesis	S/. 800.00	S/. 800.00
120	Pasajes Movilidad	S/. 0.70	S/. 84.00
1	fotocopias , borradores	S/. 400.00	S/. 400.00
80	Horas/Hombre Bachiller	S/. 4.50	S/. 360.00
		TOTAL	*S/. 1,788.00*

Elaboración propia

*para el presente trabajo de investigación se estimará un monto de S/.1788.00 para su total desarrollo, sin tomar en cuenta los montos por derechos de titulación.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

2.7. CRONOGRAMA

Tabla N° 04

ACTIVIDADES	SETIEMBRE			OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN															
DETERMINACIÓN DE VARIABLES															
JUSTIFICACIÓN															
OBJETIVOS															
MARCO TEORICO															
HIPOTESIS															
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS															
CAMPO DE VERIFICACION															
UNIDADES DE ESTUDIO															
ESTRATEGIA DE RECOLECCION DE DATOS															
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES															

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

SEGUNDA PARTE

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANALISIS DE MACROENTORNO.

Herramienta estratégica: análisis PEST[7]

3.1.1. POLÍTICO-LEGISLATIVO.

Perú vive desde hace cerca de 11 años en un clima de estabilidad política, que crea seguridad y confianza para el empresariado nacional y extranjero y para sus inversiones. El país disfruta de una democracia estable, una división de poderes y una relativa paz social, a pesar de conflictos sociales repetidos a nivel regional.

En la actualidad Perú es un país cada vez más transparente, en comparación con lo vivido en las tres décadas anteriores. Las entidades estatales están reguladas por el Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley Nº 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Decreto Supremo Nº 043-2003-PCM), que tiene por objeto promover la transparencia de los actos del Estado y regular el derecho fundamental del acceso a la información.

En cuanto a la PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL el Estado sustentado en la Ley N° 29157, en la cual el congreso de la República otorga facultades al Poder Ejecutivo para que legisle en materia de MYPES, ha promulgado en 2008 el Decreto Legislativo N° 1086, el cual ha modificado a la Ley de Micro y Pequeña Empresa N° 28015.

[7] http://www.alipso.com/monografias2/ANALISIS_DEL_SISTEMA_DOFA_Y_PEST/

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.1.1.1. **PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL**

ANALISIS Y COMENTARIO ACERCA DEL DECRETO LEGISLATIVO Nº 1086[8]

La nueva Ley MYPE, aprobada por Decreto Legislativo Nº 1086 (El Peruano: 28/06/08) es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

La nueva Ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, las micro hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad.

La nueva ley será de aplicación permanente para la MYPE, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la Ley Nº 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios.

Las más importantes modificaciones son mostradas en el cuadro n° 5

[8] CAMARA DE COMERCIO DE LIMA , Alcances de la nueva ley de pymes

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 05

CUADRO DE COMPARATIVO ENTRE RÉGIMEN ANTERIOR Y NUEVA LEY D.L. N° 1086

ITEM	RÉGIMEN ANTERIOR LEY 28015		DECRETO LEGISLATIVO N° 1086	
	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
CARACTERSTICAS REQUISITOS CONCURRENTES	De 1 hasta 10 trabajadores.	De 1 hasta 50 trabajadores	De 1 hasta 10 trabajadores	De 1 hasta 100 trabajadores
	Ingresos anuales hasta 150 UIT (S/. 540 000)	Ingresos anuales hasta 850 UIT (S/. 2´975 000)	Ingresos anuales hasta 150 UIT (S/. 540000)	Ingresos anuales no mayores a 1700 UIT (S/. 6´120 000)
REMUNERACIÓN MÍNIMA	RMV S/. 675	RMV S/. 675 (más asignación familiar de ser el caso)	RMV S/. 675	RMV S/. 675 (más asignación familiar de ser el caso)
JORNADA - HORARIO	8 Horas diarias ó 48 horas semanales	8 Horas diarias ó 48 horas semanales	8 Horas diarias ó 48 horas semanales	8 Horas diarias ó 48 horas semanales
DESCANSO SEMANAL	24 Horas	24 Horas	24 Horas	24 Horas
VACACIONES	15 Días al año	30 días al año	15 Días al año	15 Días al año
DESPIDO INJUSTIFICADO	1/2 Sueldo por año. Tope 06 sueldos, las fracciones de pagan en dozavos	1.5 sueldos por año, tope 12 sueldos las fracciones se pagan en dozavos	10 remuneraciones por año. Tope: 90 remuneraciones	20 remuneraciones por año. Tope 120 remuneraciones
CTS	No aplica	1 sueldo por año	No aplica	1/2 sueldo por año
GRATIFICACIONES	No aplica	2 Sueldos al año	No aplica	2 gratificaciones al año de 1/2 sueldo cada una
ASIGNACIÓN FAMILIAR	No aplica	10% de la RMV	No aplica	No especifíca
UTILIDADES	No aplica	De acuerdo al D. Leg. 892	No aplica	De acuerdo al D. Leg. 892
PÓLIZA DE SEGUROS	No aplica	Régimen General (a partir de los 4 años)	No aplica	Régimen General (a partir de los 4 años)
SEGURO SOCIAL	Empleador 9%	13% ONP o AFP	Empleador aportará el 50% y el Estado aportará el 50%	Empleador 9% (más seguro de riesgo de ser el caso)
PENSIONES	Facultativo	13		
RÉGIMEN TRIBUTARIO	RUS, RER o Régimen General (el acogido al RUS no paga IGV)	RER ó Régimen General (mas IGV)	RER 1.5 Mensual	Impuesto a ala Renta 30%, IGV 18%, Depreciación acelerada 3 años, desde el 2009

Fuente: Portal Laboral Isabel Herrera

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

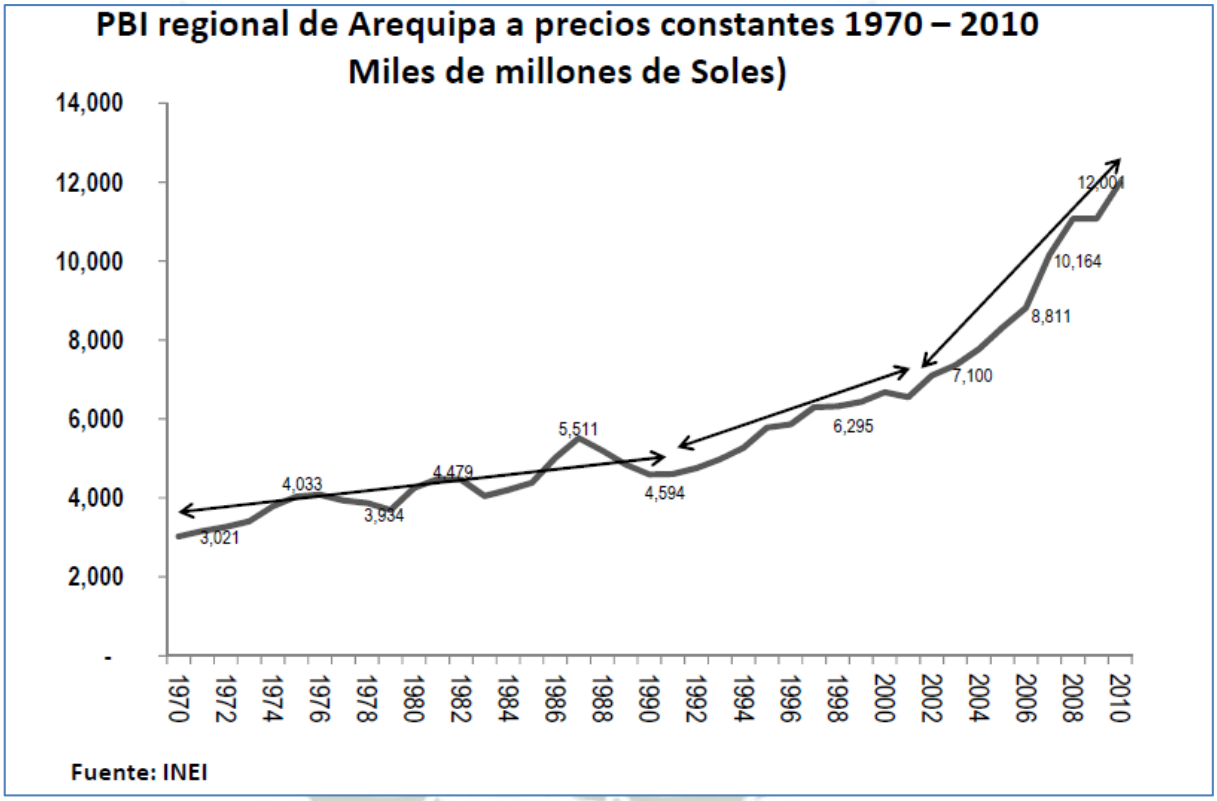
3.1.2. ECONÓMICO.

3.1.2.1. PBI - REGIÓN AREQUIPA.

Arequipa es la segunda región con el mayor Producto Bruto Interno (PBI) a nivel nacional.

El crecimiento económico en la región se ha dinamizado desde el 2002.

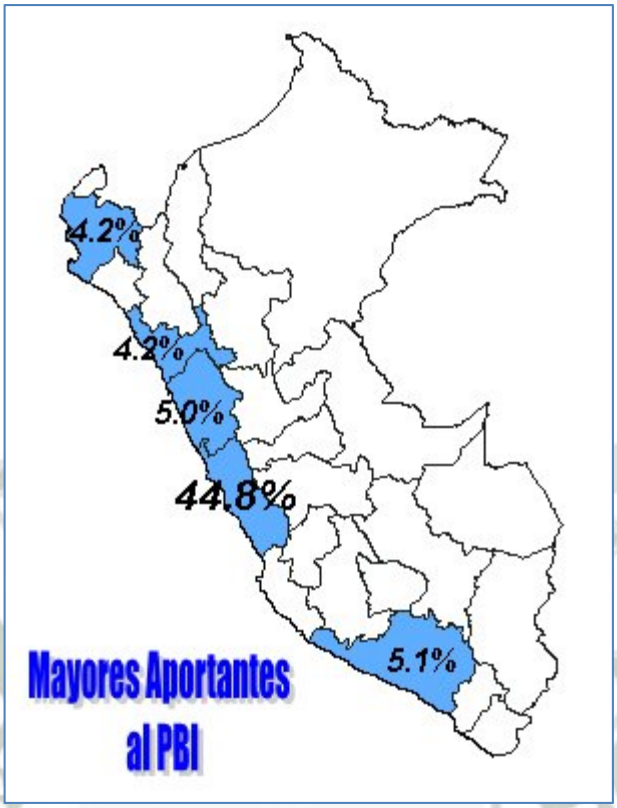
Gráfico N° 1



En cuanto En cuanto a los departamentos líderes en materia de aporte al PBI nacional, el primero, obviamente, es Lima, con un contundente 44.8%, seguido de Arequipa con 5.1%, Áncash (gracias al aporte cuprífero de Antamina), con 5.0%, y Piura y La Libertad, ambos con 4.2%.

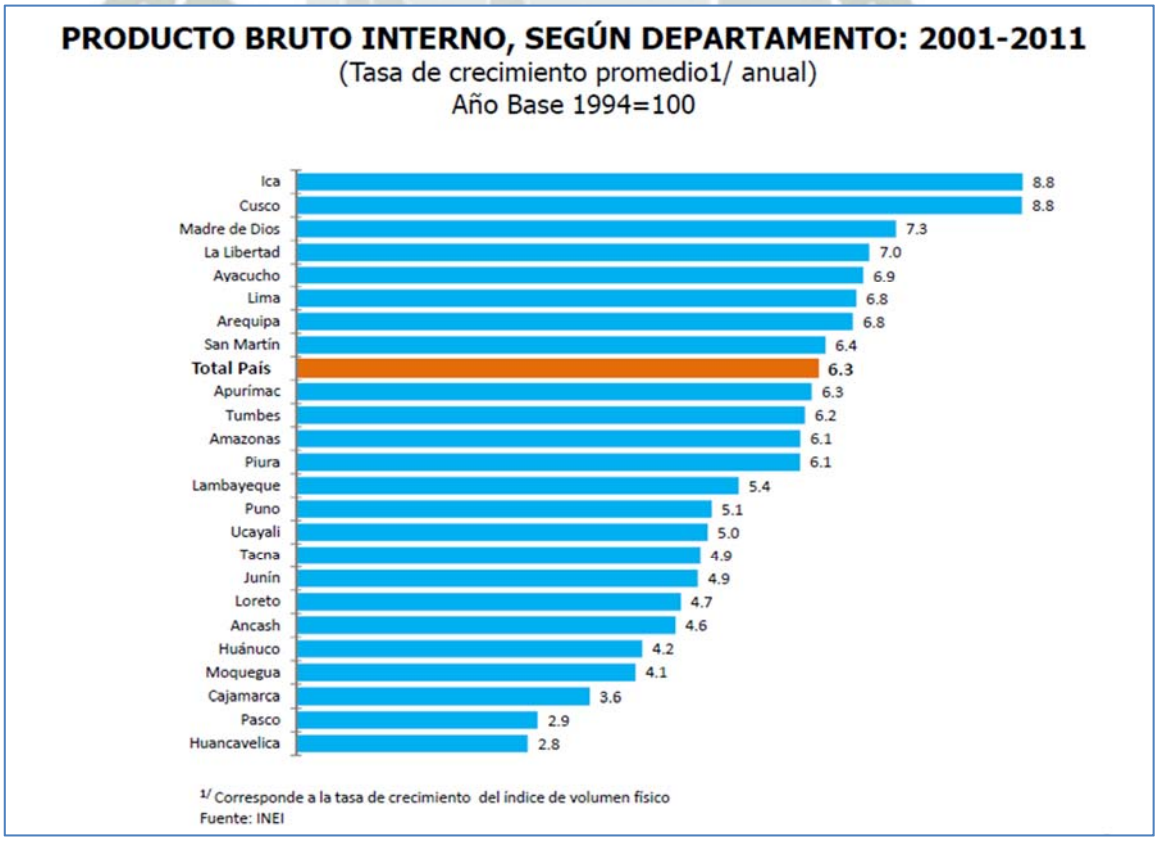
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 2



Fuente: INEI – Dirección Nacional de Cuentas Nacionales 2010

Gráfico N° 3



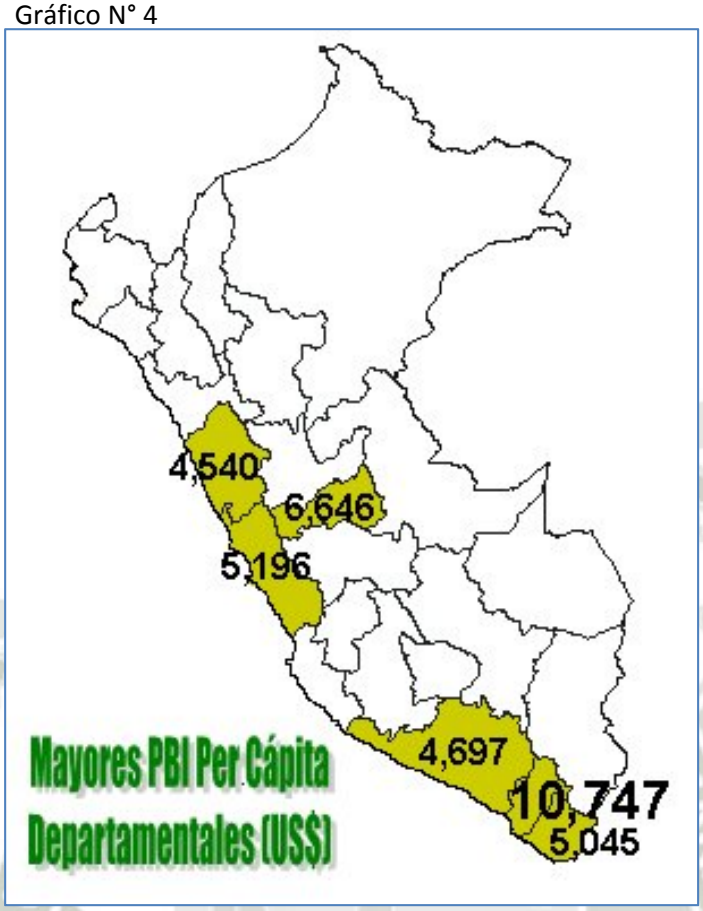
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.1.2.2. PBI PER CAPITA - REGIÓN AREQUIPA

Gráfico N° 4



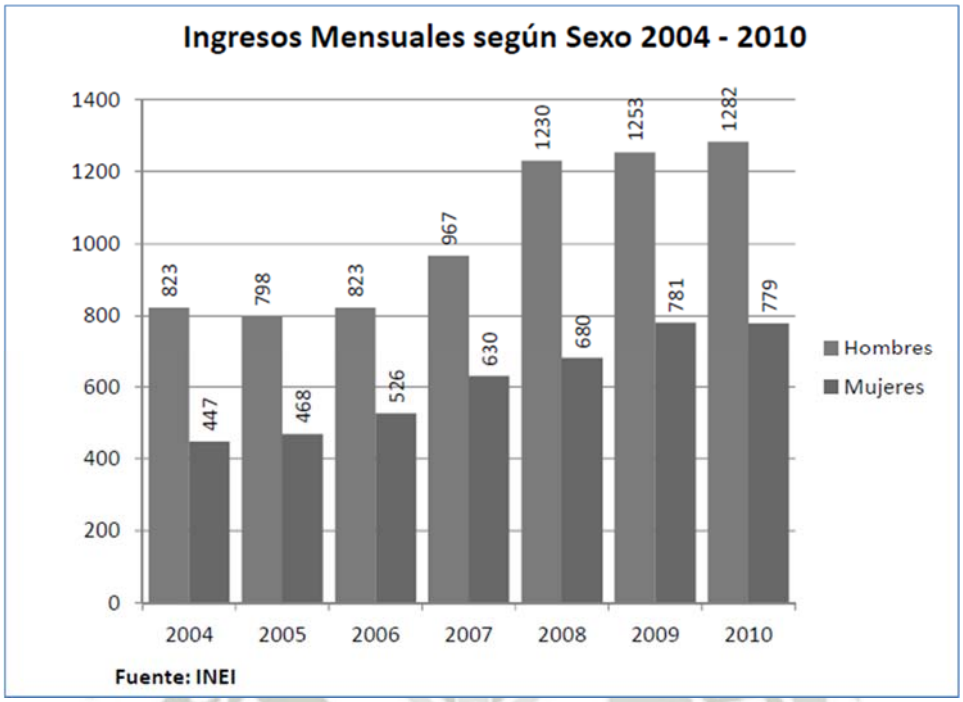
Fuente: INEI – Dirección Nacional de Cuentas Nacionales 2010

En lo concerniente al PBI per cápita, el promedio nacional es de US$ 3731, siendo los departamentos lideres Moquegua (US$ 10,747), Pasco (US$ 6,646), Lima (US$ 5,196), Tacna (US$ 5,045), Arequipa (US$ 4,697) y Áncash (US$ 4,540). En todos ellos, excepto Lima, existe una gran producción minera.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

3.1.2.3. INGRESOS MENSUALES SEGÚN SEXO - REGION AREQUIPA

Tabla N° 6



3.1.2.4. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR – REGIÓN AREQUIPA.

Los precios al consumidor en Arequipa durante el año 2009 disminuyeron en 0,4%, con respecto al año 2008; en el año 2010 se registró una variación anual de 4,8%. y en el primer trimestre del 2011 la variación anual es de 5,4%.

Tabla N° 7

CIUDAD DE AREQUIPA: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS AL CONSUMIDOR, 2001 - 2011

(Variación porcentual anual)

Años	Variación porcentual anual
2001	-1,4
2002	-1,1
2003	2,2
2004	4,9
2005	1,9
2006	1,8
2007	8,7
2008	8,9
2009	-0,4
2010	4,8
2011 1/	5,4

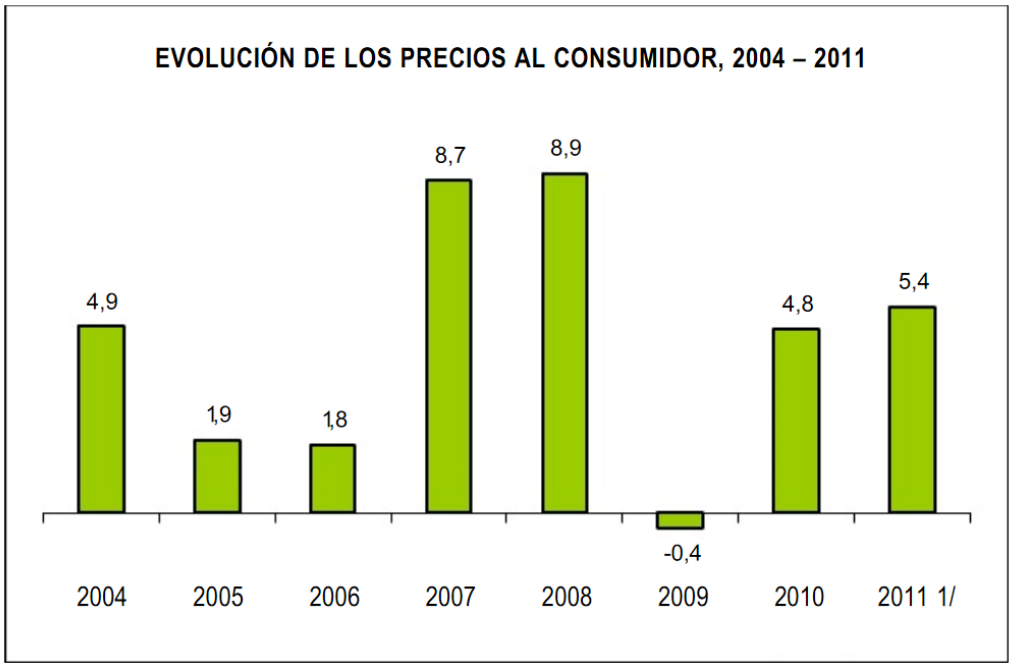
Fuente: INEI – Oficina Departamental de Arequipa

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Gráfico N° 5



Fuente : INEI – Oficina Departamental de Arequipa

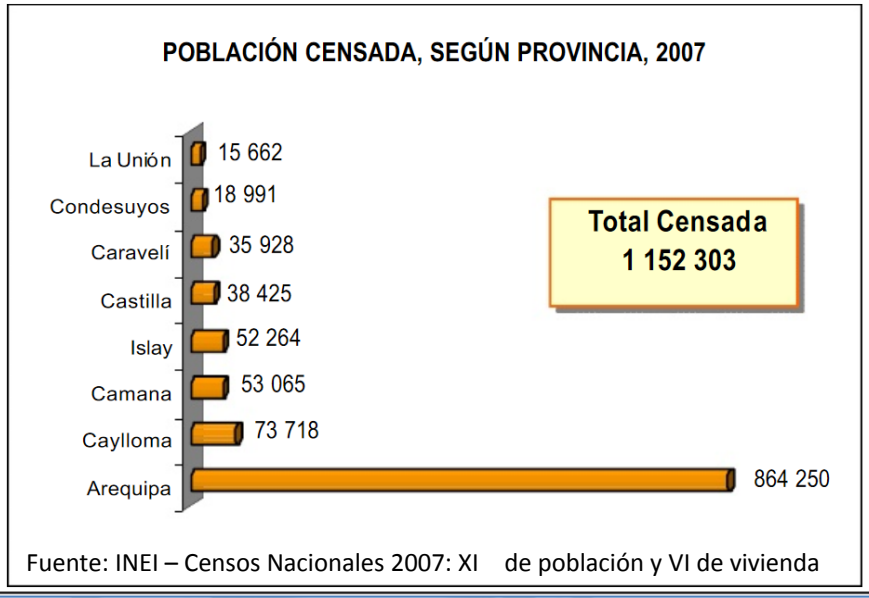
3.1.3. SOCIAL.

3.1.3.1. DEMOGRAFIA REGIONAL - REGIÓN AREQUIPA.

Según el censo del 2007, la provincia de Arequipa es la que concentra la mayor población con 864,250 habitantes, que representa el 75%. Le siguen en orden de importancia Caylloma con el 6,4%; mientras que Condesuyos y La Unión son las Provincias con menor población. La provincia de La Unión es la que concentra la menor población con 15,662 habitantes.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 6



Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007: XI de población y VI de vivienda

Los 10 distritos más poblados se encuentran ubicados en la provincia de Arequipa concentrando el 63% de la población total. En tanto que los distritos menos poblados pertenecen en su mayoría a las provincias alto andinas como Castilla y La Unión.

Gráfico N° 7

AREQUIPA: DISTRITOS CON MAYOR Y MENOR POBLACIÓN, 2007

(Miles)

Con mayor población		Con menor población	
Paucarpata	120,4	Charcana	0,7
Cerro Colorado	113,2	Tipan	0,7
Jose Luis Bustamante	76,4	Pocsi	0,6
Cayma	74,8	Chilcaymarca	0,6
Alto Selva Alegra	72,7	Atiquipa	0,6
Arequipa	61,5	Sayla	0,5
Socabaya	59,7	Ayo	0,4
Mariano Melgar	52,1	Tauria	0,4
Miraflores	50,7	Quechualla	0,3
Jacobo Hunter	46,1	Uñon	0,3

Nota: Población censada

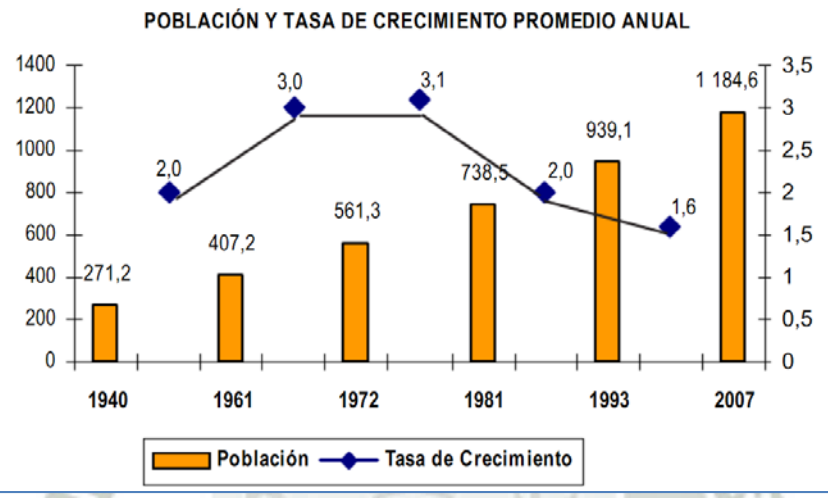
Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

En cuanto al comportamiento de la población medido por la tasa de crecimiento promedio anual, indica que la región Arequipa muestra una tendencia negativa en el ritmo de crecimiento poblacional de 2,0% en el periodo censal, 1,6% en el periodo 1993/2007, explicado fundamentalmente por la reducción de los niveles de fecundidad.

Gráfico N° 8

Fuente: INEI – Censos Nacionales, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007.



3.1.3.2. PATRONES CULTURALES – REGIÓN AREQUIPA.

El índice de dependencia demográfica de la vejez muestra que entre los años 2005 y 2011 ha estado aumentado.

Tabla N° 8

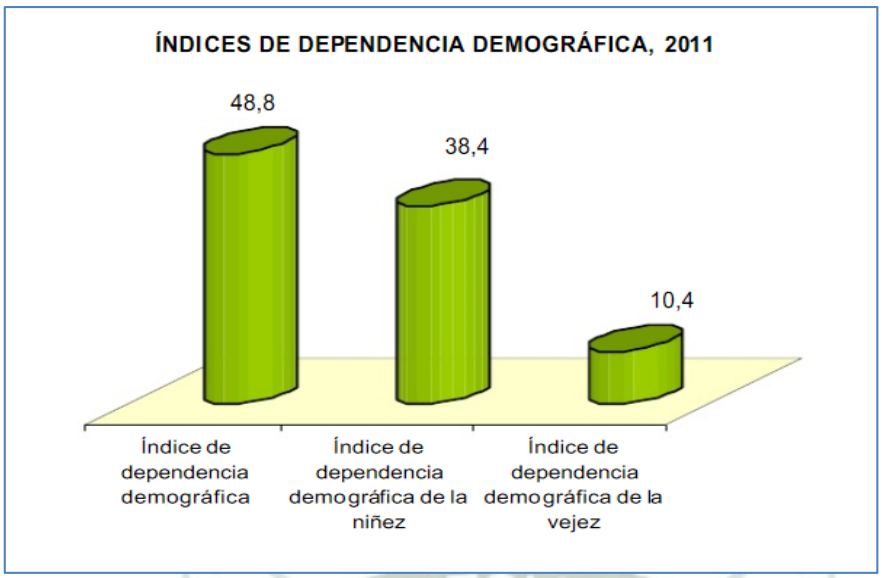
CUADRO Nº 9
AREQUIPA: POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL
(Porcentaje)

Años	Población	Tasa de Crecimiento
1940	271,2	
		2,0
1961	407,2	
		3,0
1972	561,3	
		3,1
1981	738,5	
		2,0
1993	939,1	
		1,6
2007	1 184,6	

Fuente: INEI – Censos Nacionales, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 9



Fuente: INEI – Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales

3.1.3.3. GRUPOS ETARIOS – REGIÓN AREQUIPA.

En la región Arequipa la población estimada por grupo de edades muestra un incremento en el grupo de 15 años a más, contrariamente disminuye en el grupo de 6 a 15 años de edad, con lo que se demuestra el proceso de envejecimiento de la población regional. El aumento de la población mayor se debe a la disminución de las tasas de natalidad y a las condiciones de vida de la población adulta.

Tabla N° 9

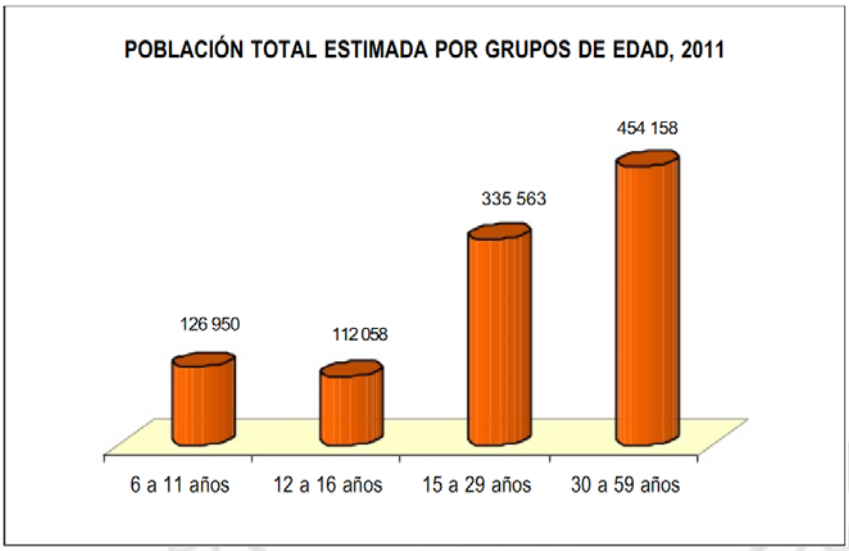
AREQUIPA: POBLACIÓN TOTAL ESTIMADA POR GRUPOS DE EDAD, 2005 - 2011

Años	6 a 11 años	12 a 16 años	15 a 29 años	30 a 59 años
2005	130 599	111 597	332 431	399 163
2006	130 184	111 848	333 439	408 355
2007	129 529	112 084	333 849	417 664
2008	128 760	112 266	333 968	426 991
2009	128 010	112 353	334 122	436 229
2010	127 412	112 302	334 615	445 288
2011	126 950	112 058	335 563	454 158

FUENTE:INEI - Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 10



Fuente: INEI – Dirección de Demografía e Indicadores Sociales

3.1.3.4. ESPERANZA DE VIDA – REGIÓN AREQUIPA.

Este indicador se incrementó ligeramente desde el año 2000 al 2011, al pasar de 73,51 años a 75,80 años, siendo diferencial por sexo, donde las mujeres tienen mayores expectativas de vida, alcanzando en el año 2011 a 78,56 años y los varones 73,17 años de vida.

Tabla N° 10

AREQUIPA: ESPERANZA DE VIDA AL NACER, 2000 - 2011

Años	Total	Hombre	Mujer
2000	73,51	71,43	75,68
2001	73,86	71,79	76,02
2002	74,21	72,16	76,37
2003	74,57	72,52	76,71
2004	74,92	72,89	77,06
2005	75,28	73,25	77,40
2006	75,32	73,17	77,58
2007	75,36	73,08	77,75
2008	75,4	73,00	77,93
2009	75,44	72,91	78,10
2010	75,49	72,83	78,28
2011	75,80	73,17	78,56

FUENTE: INEI - Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 11

ESPERANZA DE VIDA AL NACER

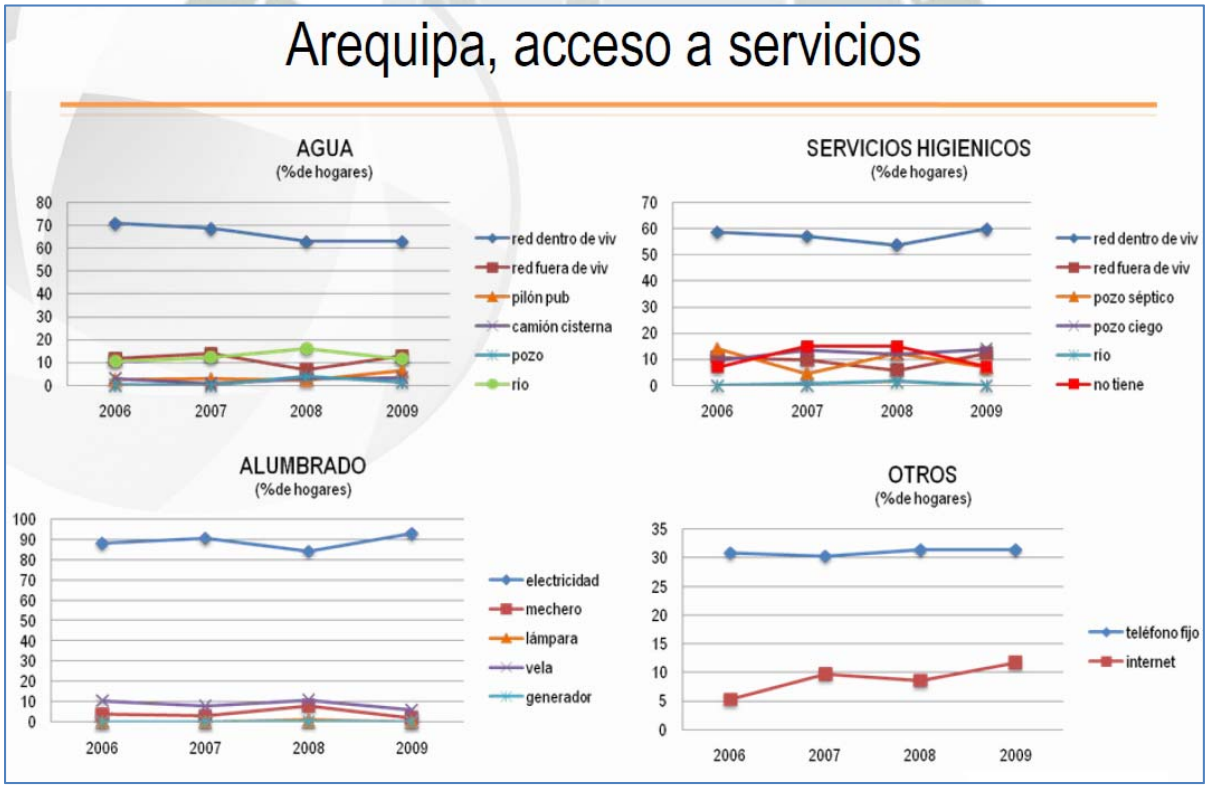
	2005 - 2010		2015 - 2020	
	NACIONAL	AREQUIPA	NACIONAL	AREQUIPA
TOTAL	73,1	75,4	75,1	77,1
HOMBRES	70,5	73,0	72,5	74,3
MUJERES	75,9	77,8	77,8	79,9

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2007- INEI.

3.1.3.5. SERVICIOS BASICOS – REGIÓN AREQUIPA.

El acceso en la región de Arequipa a los servicios básicos como el agua, alumbrado, servicios higiénicos, entre otros van en continuo aumento.

Gráfico N° 12



Fuente: INEI - Oficina Departamental de Arequipa

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.1.3.6. TECNOLÓGICO – REGIÓN AREQUIPA.

La preocupación gubernamental por la tecnología viene reflejada por los Consejos Regionales de Ciencia y Tecnología (CORCYTEC), que son Órganos del Gobierno Regional que están integrados por representantes del propio Gobierno, de los Institutos Sectoriales de Investigación y Desarrollo, de las Universidades, de las Empresas y de la Sociedad Civil (Colegios Profesionales, ONGs), creados con la finalidad de fomentar la creatividad, productividad e innovación en la región.

Entre sus funciones, destacan:

- Proponer las políticas de CTI en el ámbito regional.
- Formular las Agendas Regionales de CTI.
- Promover la investigación científica, el desarrollo experimental y la innovación.
- Coordinar con el CONCYTEC actividades diversas.

La Creación de los Consejos Regionales de CTI se realiza de conformidad a lo dispuesto por:

- Ley Nº 28303, Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Ley Nº 27783, Ley de Bases de Descentralización.
- Ley Nº 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales.
- Ley Nº 27902, (Modificatoria de la Ley 27867).

En cuanto al acceso a la tecnología de la información y comunicación entre el 2004 – 2008 se ve que hay un aumento significativo en los hogares arequipeños en el uso de telefonía fija y móvil, TV por cable e internet.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 11

CUADRO N° 1
AREQUIPA: HOGARES CON ACCESO A TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, 2004 - 2010
(% respecto del total de hogares)

Años	Hogares con acceso a TICS			
	Teléfono (fijo)	Telefonía móvil	TV. Cable	Internet
2004	29,4	21,3	7,5	1,7
2005	31,6	32,8	10,0	2,7
2006	31,9	42,2	11,8	5,6
2007	32,1	55,0	14,7	8,9
2008	31,7	71,2	14,7	10,2
2009	33,6	74,8	19,6	15,5
2010	33,5	80,6	20,8	19,7

Nota : Las actuales estimaciones de los indicadores provenientes de la Encuesta Nacional de Hogares ENAHO, se ajustaron a las nuevas proyecciones de población a partir del Censo de Población del 2007.

Fuente: INEI .- Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO): 2004-2010.

3.2. ANALISIS DE MICROENTORNO.

Herramienta estratégica: análisis de las fuerzas competitivas de Porter

Las 5 fuerzas del modelo de Porter es una herramienta estratégica utilizada para hacer un análisis de la atractividad (valor) de una estructura de la industria.

3.2.1. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.

- Alta concentración de la demanda en pocas empresas del sector.
- Ventaja diferencial en nuestros productos ya que muchos de ellos cuentan con tecnología de punta y son bastante difíciles de conseguir en nuestro mercado local.
- Baja exigencia de precios de los clientes por la calidad y exclusividad de los artículos.
- Dificultad del cliente para cambiar de empresa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

3.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

- Hay pocos proveedores de los artículos en la región e igualmente pocos compradores en el mercado Arequipeño.
- Alta calidad en los artículos vendidos.
- Dificultad para sustituir clientes ya que hay poca oferta en el mercado de la región Arequipa.
- Pocos proveedores con capital para ofrecer productos a la vanguardia del mercado.

3.2.3. AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES.

- Importante inversión de capital para las Mypes.
- Escasa diferenciación del producto.
- Sin marca fija no hay lealtad del cliente a la empresa.
- Alta probabilidad de reacción de nuevos competidores en el sector.
- Nuevas regulaciones del gobierno (ley N°28015) hacen mas accesible y atractiva la creación de Mypes.

3.2.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

- Productos sustitutos de menor calidad.
- Baja propensión del comprador Arequipeño a sustituir si el producto cumple sus exigencias.
- Nivel percibido de diferenciación es bajo, especialmente en la categoría de artículos: "Ortopedia" y "Seguridad y Bienestar".

3.2.5. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.

- Los competidores persiguen estrategias conservadoras de crecimiento por miedo al fracaso.
- Cerrados canales de distribución.
- Tendencia de diversificación de la oferta por el lanzamiento de productos de mayor valor agregado y variedad.
- Alta rivalidad por los pocos costos de los compradores de cambiar a otra empresa.
- Crecimiento lento del sector de artículos para el adulto mayor.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 12

FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR DE COMERCIALIZACION DE ARTICULOS PARA EL ADULTO MAYOR

	FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD	
		BAJA	Atributo
1	PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES	*Alta concentración de la demanda en pocas empresas del sector.*	−
		Ventaja diferencial en nuestros productos ya que muchos de ellos cuentan con tecnologia de punta y son bastante dificiles de conseguir en nuestro mercado local.	−
		Baja exigencia de precios de los clientes por la calidad y exclusividad de los artículos.	−
		Dificultad del cliente para cambiar de empresa.	−
		MEDIA	
2	PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	*Hay pocos proveedores de los artículos en la región e igualmente pocos compradores en el mercado Arequipeño.*	−
		La marca del proveedor es baja ya que varios artículos provienen de diferentes marcas	−
		Alta calidad en los artículos vendidos.	+
		Dificultad para sustituir clientes ya que hay poca oferta en el mercado de la region Arequipa.	−
		Pocos proveedores con capital para ofrecer productos a la vanguardia del mercado.	+
		ALTA	
3	ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	*Importante inversión de capital para las Mypes.*	−
		Escasa diferenciación del producto.	+
		Sin marca fija no hay lealtad del cliente a la empresa.	+
		Alta probabilidad de reacción de nuevos competidores en el sector.	+
		No se necesita servicio técnico especializado.	+
		Nuevas regulaciones del gobierno (ley N°28015) hacen mas accesible y atractiva la creación de Mypes.	+
		MEDIA	
4	AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	*Productos sustitutos de menor calidad.*	+
		Baja propensión del comprador Arequipeño a sustituir si el producto cumple sus exigencias.	−
		Nivel percibido de diferenciación es bajo, especialmente en la categoria de artículos: "Ortopedia" y "Seguridad y Bienestar"	+
		MEDIA	
5	RIVALIDAD ENTRE LA COMPETENCIA	*Bajo número de competidores igualmente equilibrados.*	+
		Los competidores persiguen estrategias conservadoras de crecimiento por miedo al fracaso.	−
		Cerrados canales de distribución.	−
		Tendencia de diversificación de la oferta por el lanzamiento de productos de mayor valor agregado y variedad.	+
		Alta rivalidad por los pocos costos de los compradores de cambiar a otra empresa.	+
		Crecimiento lento del sector de artículos para el adulto mayor.	−

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.3. OFERTA

Al ser gran parte de nuestros productos nuevos en el mercado, se cuenta con una competencia directa escasa en las categorías de "Higiene y Limpieza", "Seguridad y Bienestar" y "Ortopedia" y en el caso de las categorías "Ocio y Recreación" y "Domótica y Comunicación" no se cuenta con una competencia directa (oferta) o que pueda ser cuantificada.

En la siguiente tabla se muestra la lista de los principales competidores:

Tabla N° 13 - Lista de los principales competidores

ortopedia Edgar	**av. Goyoneche 221 - cercado**
Atradisur - Perú	**av. Progreso 913 - Miraflores**
Alfa ortopedia	**calle gonzales Prada 114 - Umacollo**
Ortopedia Alcón	calle peral 527 A - cercado
Orthopedic Industry	calle San Juan de Dios 403 - cercado
ortopedia mercaderes	calle Mercaderes 406 of. 107 - cercado
ortopedia Genaro	Urb. Teresa de Jesus - Mz. A Lt. A1 Cerro colorado
calzados ortopedicos Mauros	calle Tristan 202 - cercado

Elaboración: propia

Siendo las 3 primeras las más grandes y reconocidas en Arequipa en el rubro de Ortopedia y en general relacionadas con nuestras categorías "Higiene y Limpieza" y "Seguridad y Bienestar".

A continuación se describe los 3 principales competidores que tendría nuestra empresa

a. ORTOPEDIA EDGAR.-
   Venden, alquilan y reparan sillas de ruedas, bastones, muletas, andadores y artículos de reparación traumatológica, zapatos ortopédicos, plantillas y camas clínicas.

b. ATRADISUR – PERÚ.-
   Brindan servicio de alquileres de camas clínicas, sillas de ruedas, muletas, bastones, porta seguros, etc.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Servicio de reparación y mantenimiento de sillas de ruedas, muletas, bastones, sillas con baño, sillas geriátricas, andadores, etc.

c. ALFA ORTOPEDIA.-

Venta, alquiler y reparación de camas clínicas, todo tipo de sillas de ruedas, andadores, bastones, muletas, cojines anti escaras, arneses, artículos de ortopedia en general.

Como se puede apreciar las principales competencias se centran en el rubro de ortopedia en general para cualquier edad, no enfocando sus esfuerzos hacia una determinada población objetivo (adultos mayores).

Además de estos competidores se ha podido encontrar locales que se dedican a la venta de diversos artículos tradicionales de baja tecnología que son considerados "piratas" y que no cumplen con los estándares de calidad, como por ejm: venta de bastones, lupas de bajo aumento, etc.

3.3.1. CONCLUSIONES DE LA OFERTA.

Se puede concluir que al haber poco competidores directos y no especializados (amenaza de productos sustitutos) en artículos para el adulto mayor, no se consideran una competencia importante ya que nuestros productos se caracterizan por:

- Alta variedad de artículos especializados solo en el adulto mayor.
- No solo artículos ortopédicos sino también artículos tecnológicos que facilitarán la vida cotidiana de adulto mayor.
- Alta calidad con las últimas tecnologías.

Por lo tanto no solo nos enfocaremos en tratar de mejorar los problemas de los adultos mayores para una vida digna[9] sino también de brindarles herramientas

[9] Art. N" 3, Ley n°28803; LEY DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

que puedan serles muy útiles en la vida cotidiana y otras que les sirva de ocio y diversión, haciendo de esta empresa un tipo de “casa del abuelo” donde encontrará todo tipo de artículos que se adecue a sus necesidades.

3.4. DEMANDA

Nuestros productos están enfocados hacia adultos mayores de 60 años a más en la ciudad de Arequipa.

Se realizó una encuesta dirigida hacia Hombres y Mujeres a partir de 60 años de edad, de diversos niveles socio económico que residen en Arequipa Metropolitana, seleccionados de forma aleatoria de acuerdo a las rutas determinadas en la estrategia de recolección de datos.

El tamaño de la muestra para nuestro estudio de mercado fue de 245 encuestas, dicha muestra fue obtenida de un universo de 85086 ciudadanos adultos mayores cuyo dato fue obtenido fue obtenida del XI censo de Población y VI de Vivienda del 2007 en el portal web del Instituto Nacional de Estadística e Informática (ver campo de verificación, pág. 21).

3.4.1. TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La encuesta; consistente en obtener información de los sujetos de estudio

3.4.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El cuestionario; formulario impreso destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investigado llena por sí mismo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.5. CUESTIONARIO.

3.5.1. GÉNERO.

Es posible interpretar que la mayoría de los encuestados son hombres con un 53.5%, seguido por las mujeres con un 46.5%, cuantías que expresan el total de adultos mayores a partir de los 60 años a más. En la región metropolitana de Arequipa.

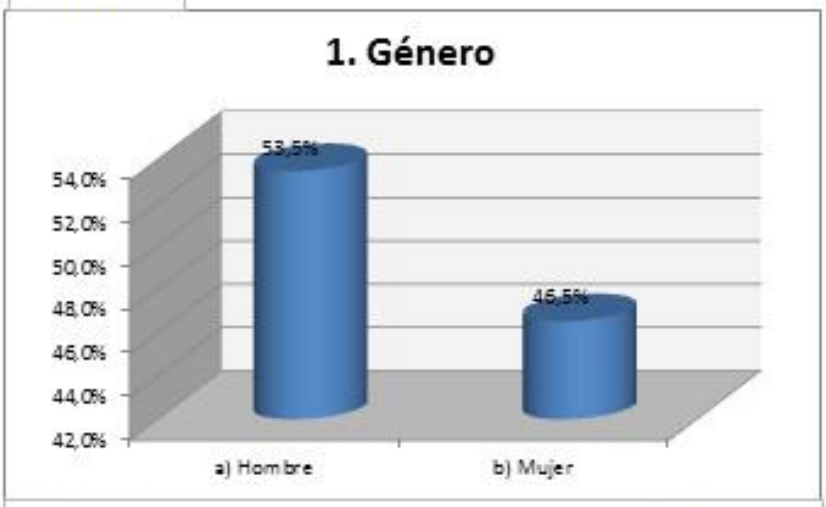
1. Género.

Tabla N° 14

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Hombre	131	53.5%
b) Mujer	114	46.5%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 13



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.2. ESTADO LABORAL.

Es posible interpretar que de los encuestados es jubilado un 36.3%, seguido por los no jubilados que son un 41.2%, y un porcentaje menor que no trabaja o esta que sin jubilación que representa un 22.4%.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

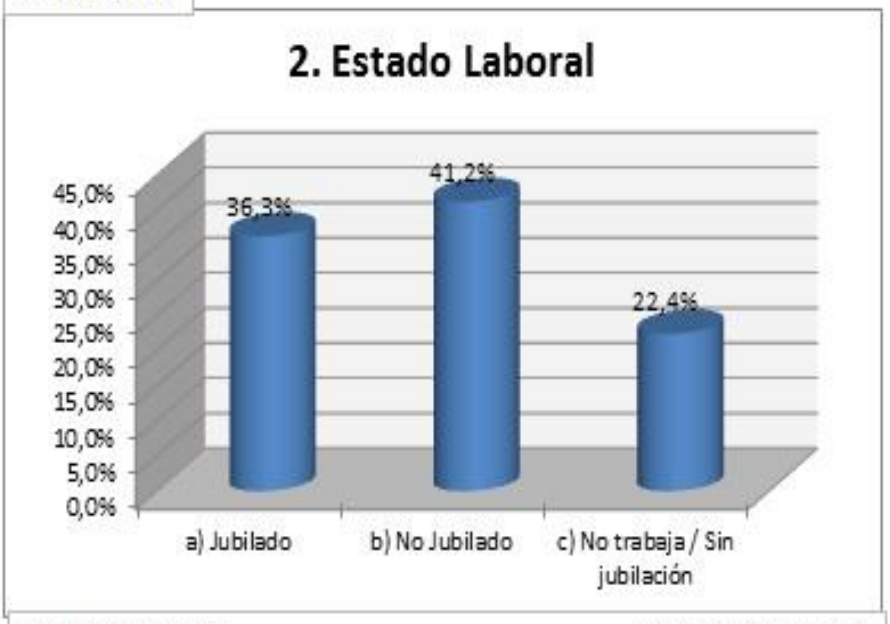
2. Estado laboral

Tabla N° 15

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Jubilado	89	36.3%
b) No Jubilado	101	41.2%
c) No trabaja / Sin jubilación	55	22.4%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 14



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.3. FUENTES DE INGRESO.

Es posible deducir que un 32.0% los encuestados son pensionistas, mientras que 40% de los encuestados reciben aun el sueldo o salario de su trabajo, otro menor grupo representados por un 20.1% viven de la caridad de sus familiares o amigos, y un 7.8% recibe otra fuente de ingresos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

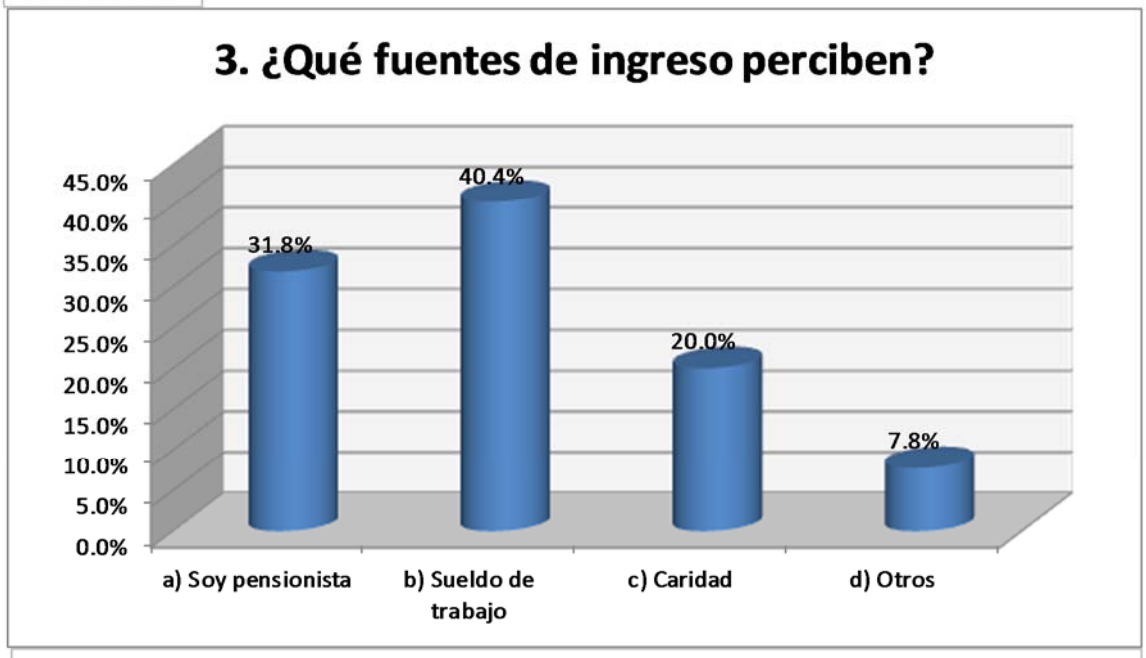
3. ¿Qué fuentes de ingreso perciben?

Tabla N° 16

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Soy pensionista	78	31.8%
b) Sueldo de trabajo	99	40.4%
c) Caridad	49	20.0%
d) Otros	19	7.8%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 15



Fuente: encuestas Elaboración :propia

3.5.4. ASEGURADO EN INSTITUCIÓN PÚBLICA O PRIVADA.

Es posible interpretar que un 39.2% de los encuestados adultos mayores están asegurados a través del Minsa, mientras que un 33.9% de los mismos encuestados está asegurado a través de EsSalud, y un nada despreciable 26.9% indica que no está asegurado.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

4. Está asegurado a través de:

Tabla N° 17

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Minsa	96	39.2%
b) Essalud	83	33.9%
c) No estoy asegurado	66	26.9%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 16

Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.5. PERCEPCIÓN DE LA SALUD.

Es posible interpretar los encuestados que un 17.1% goza de buena salud, seguido de un 30.6% que tiene una salud aceptable, mientras que un 40.0% tiene una salud deficiente, y un 12.2% tiene una salud muy mala, por lo que se deduce que casi la mitad un 47.7 % goza de una buena salud, mientras que la otra mitad un 52.3% sufre de mala salud.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

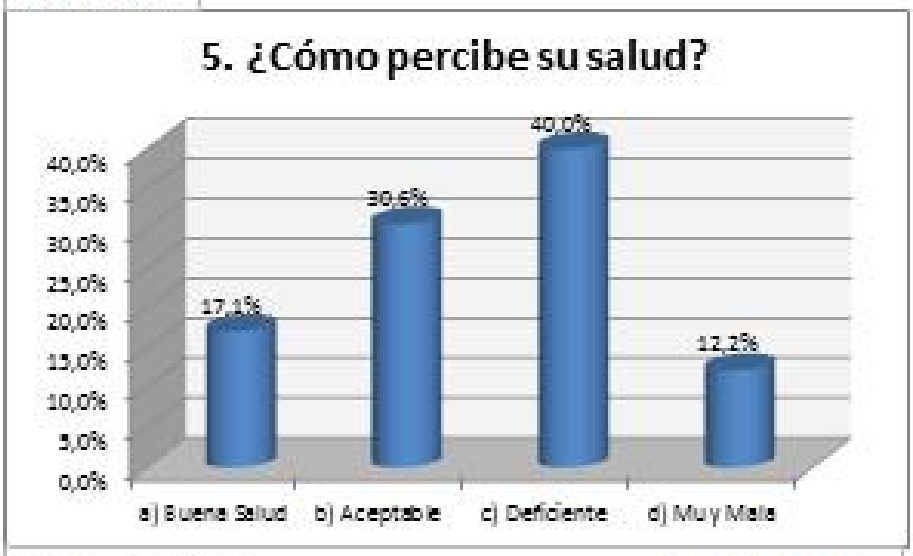
5. ¿Cómo percibe su salud?

Tabla N° 18

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Buena Salud	42	17.1%
b) Aceptable	75	30.6%
c) Deficiente	98	40.0%
d) Muy Mala	30	12.2%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 17



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.6. DIFICULTAD EN EL DESENVOLVIMIENTO DE LAS TAREAS EL HOGAR.

Es posible deducir que un 30.6% de los adultos mayores siempre tiene dificultades en el desenvolvimiento de las tareas del hogar, mientras que de la mitad de los encuestados un 56.3% muy a menudo indica que tiene problemas en el desenvolvimiento de estas tareas, por otro lado una pequeña cantidad un 9.0% se queja de que raras veces tiene problemas con las tareas del hogar, y un afortunado 4.1% indica que nunca tiene problemas en esta área.

6. ¿Tiene dificultades en el desenvolvimiento de las tareas del hogar?

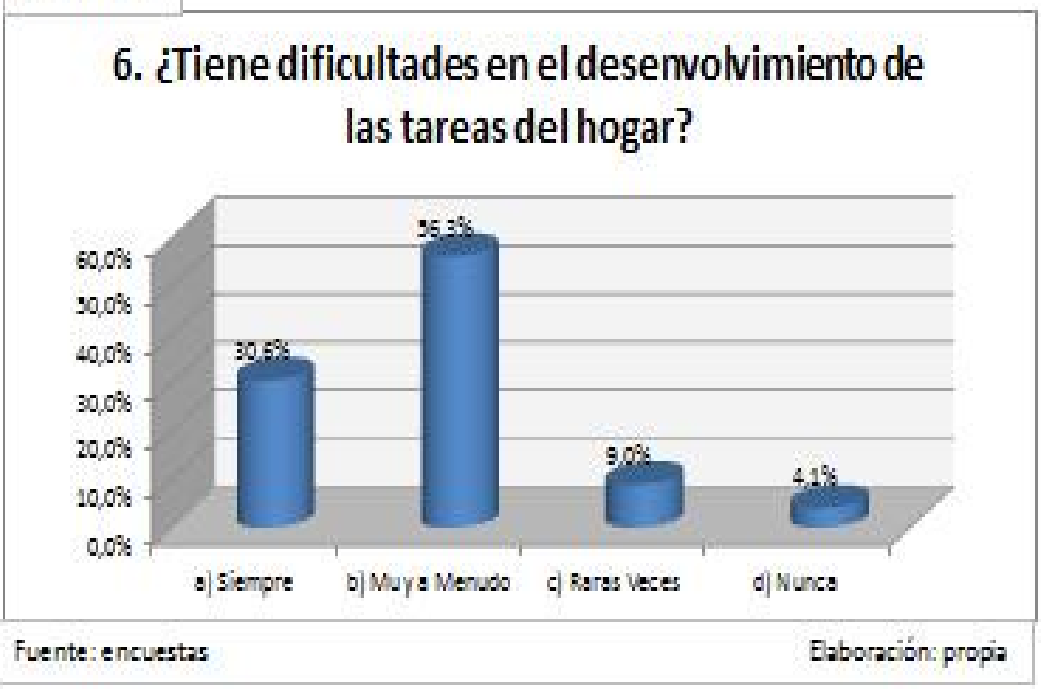
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 19

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	75	30.6%
b) Muy a Menudo	138	56.3%
c) Raras Veces	22	9.0%
d) Nunca	10	4.1%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 18



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.7. DEPENDENCIA DE FAMILIARES PARA ACTIVIDADES DIARIAS.

Es posible interpretar que un 17.1% de los encuestados siempre depende de sus familiares para sus actividades diarias, mientras que un 38.0% indica que con frecuencia depende de sus familiares, otro similar porcentaje un 39.2% señala que raras veces depende de sus familiares para sus actividades diarias, y un pequeño porcentaje un 5.7% dice que nunca depende de sus familiares.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

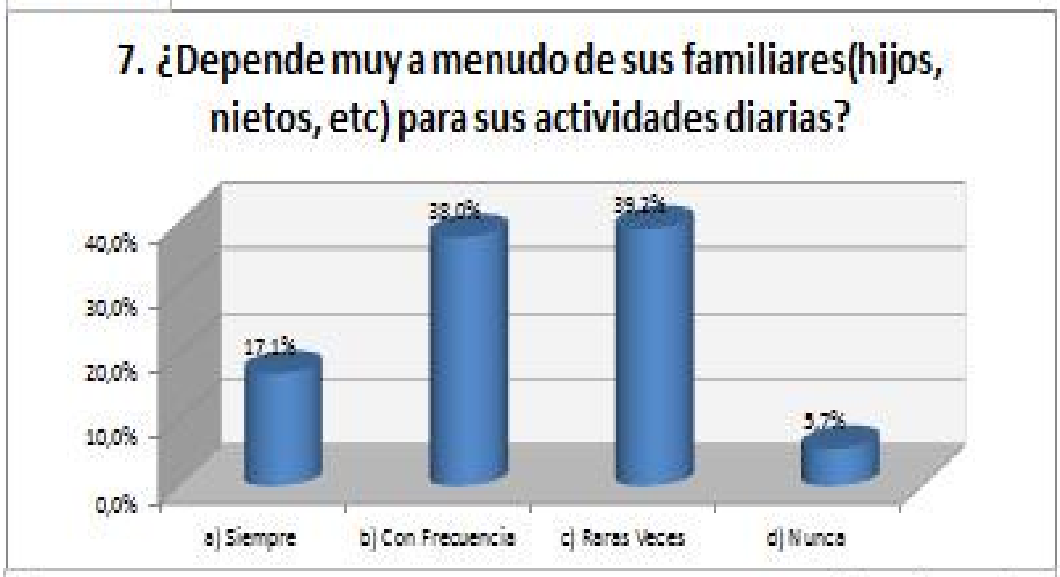
7. ¿Depende muy a menudo de sus familiares (hijos, nietos, etc.) para sus actividades diarias?

Tabla N° 20

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	42	17.1%
b) Con Frecuencia	93	38.0%
c) Raras Veces	96	39.2%
d) Nunca	14	5.7%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 19



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.8. DIFICULTAD EN USO DE BAÑO Y BAÑERA.

Es posible interpretar que un 25.7% de los encuestados siempre tiene dificultades en el uso del baño y/o bañera, a diferencia de los que afirman que muy a menudo tiene estas dificultades son un amplio grupo de 56.7%, mientras que un 14.3% indica que raras veces tiene estas dificultades, un pequeño grupo de 3.3% indica que nunca tiene dificultades a la hora de usar el baño.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

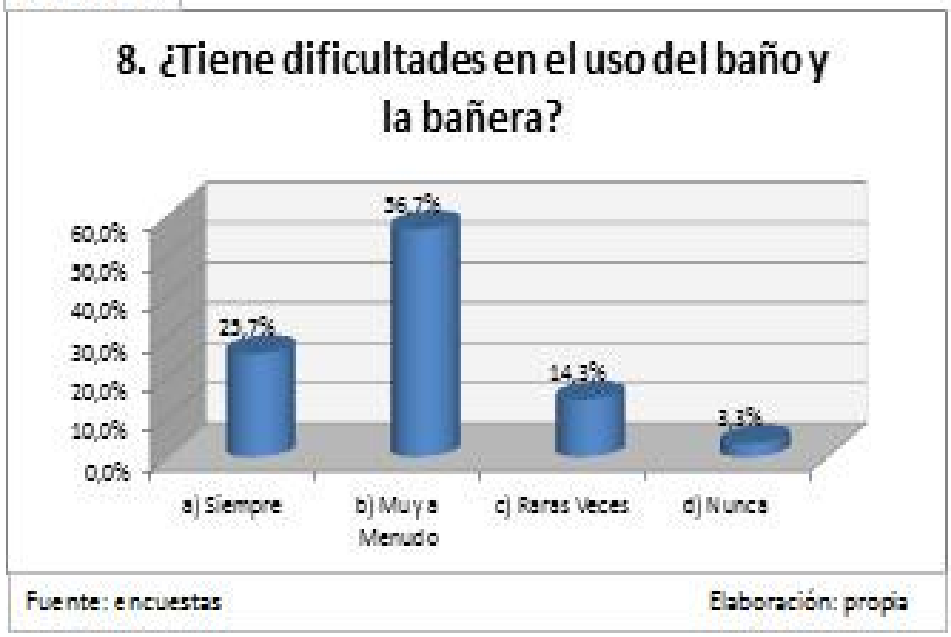
8. ¿Tiene dificultades en el uso del baño y la bañera?

Tabla N° 21

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	63	25.7%
b) Muy a Menudo	139	56.7%
c) Raras Veces	35	14.3%
d) Nunca	8	3.3%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 20



3.5.9. TEMORES ANTE EL ENVEJECIMIENTO.

Se puede interpretar que un 35.9% de los adultos mayores encuestados tiene temor a la perdida de salud, mientras que un 18.4% indica que su mayor temor es la pérdida de autonomía, y un 25.3% de estos encuestados muestra que su mayor temor en sentirse inútiles, mientras que un 20.4% resalta que su mayor temor es tener pérdida de memoria.

9. ¿Cuáles son sus temores ante el envejecimiento?

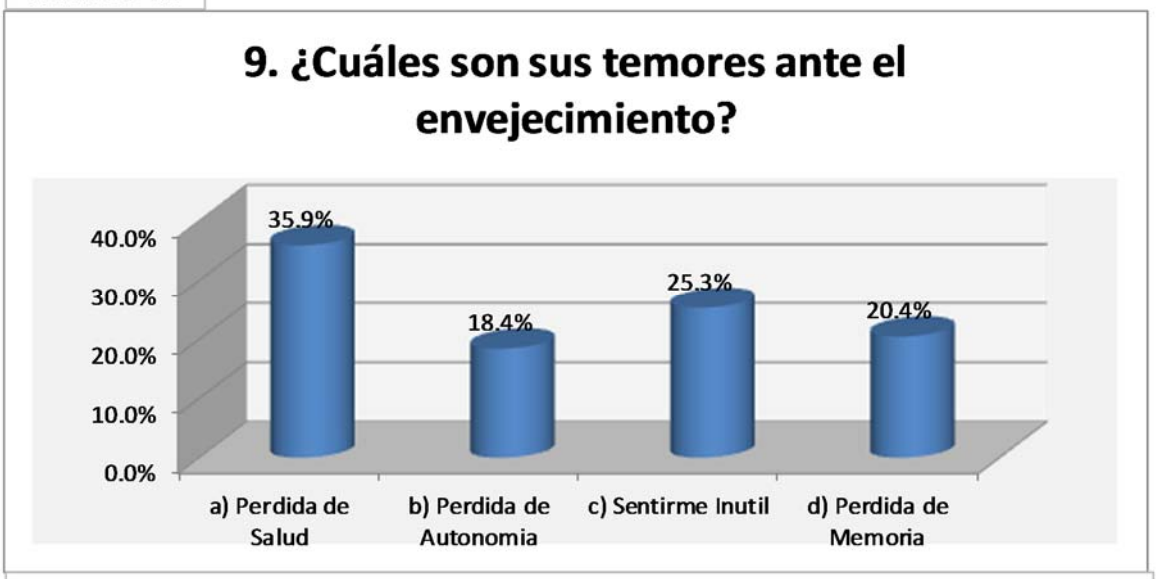
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 22

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Perdida de Salud	88	35.9%
b) Perdida de Autonomía	45	18.4%
c) Sentirme Inútil	62	25.3%
d) Perdida de Memoria	50	20.4%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 21



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.10. ENFERMEDADES SUFRIDAS MÁS FRECUENTES.

Se puede apreciar que la gran mayoría de las personas adultas un 42.9% sufre de los huesos, mientras que la dolencia más frecuente es la de sordera en un 34.3% de los encuestados, seguido de un 17.1% que le aqueja la visión, y un reducido porcentaje un 5.7% se queja de la memoria como su principal dolencia.

10. ¿De qué enfermedades sufre más frecuente?

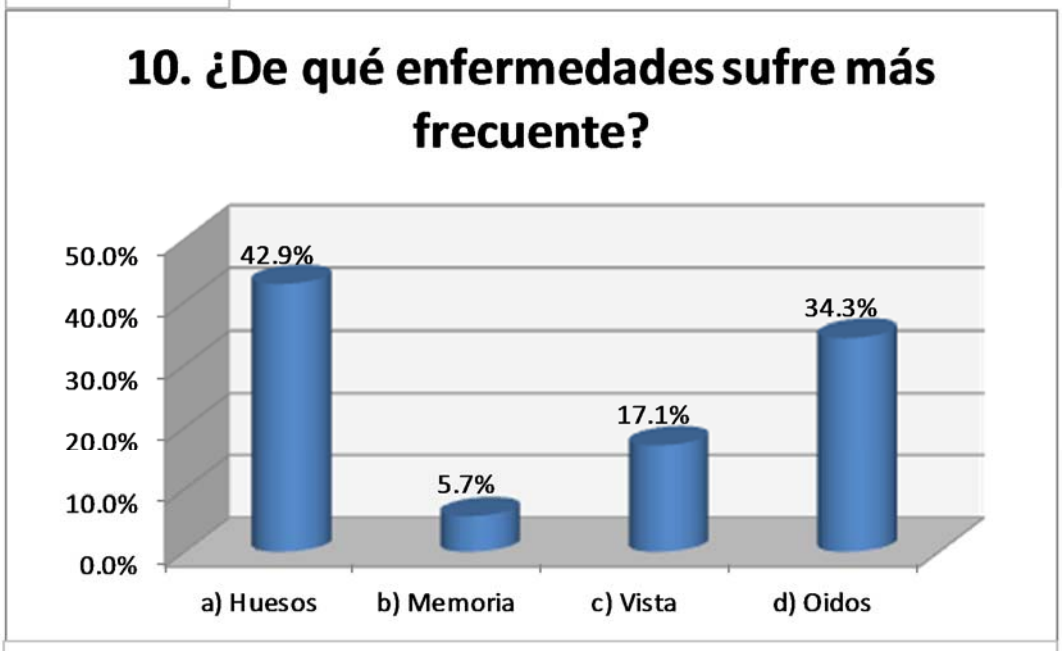
Tabla N° 23

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Huesos	105	42.9%
b) Memoria	14	5.7%
c) Vista	42	17.1%
d) Oídos	84	34.3%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 22



Fuente: encuestas Elaboración :propia

3.5.11. DISPONIBLIDAD DE ADOPTAR NUESTROS PRODUCTOS A SU VIDA COTIDIANA.

Ante la pregunta de si estarían dispuestos a adoptar productos a su estilo de vida con el fin de ser más independientes un contundente 80.4% indica que si, mientras que un contrastante 19.6% indica que no, este grupo se puede apreciar que es de los más conservadores y tradicionalistas.

11. ¿Estaría dispuesto a adoptar productos a su vida cotidiana con el fin de ser más independiente en sus quehaceres?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 24

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	197	80.4%
b) No	48	19.6%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 23

3.5.12. ARTÍCULOS PARA SU SEGURIDAD QUE USARÍA REGULARMENTE.

Se puede interpretar que un 25.7% de los encuestados usaría andador, mientras que un 18.4% usaría bastón para movilizarse, un 24.9% indica que usaría la mesita auxiliar para sus actividades diarias con regularidad, y por ultimo un 31.0% usaría un timbre portátil para que pueda ser atendido con regularidad rápidamente.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

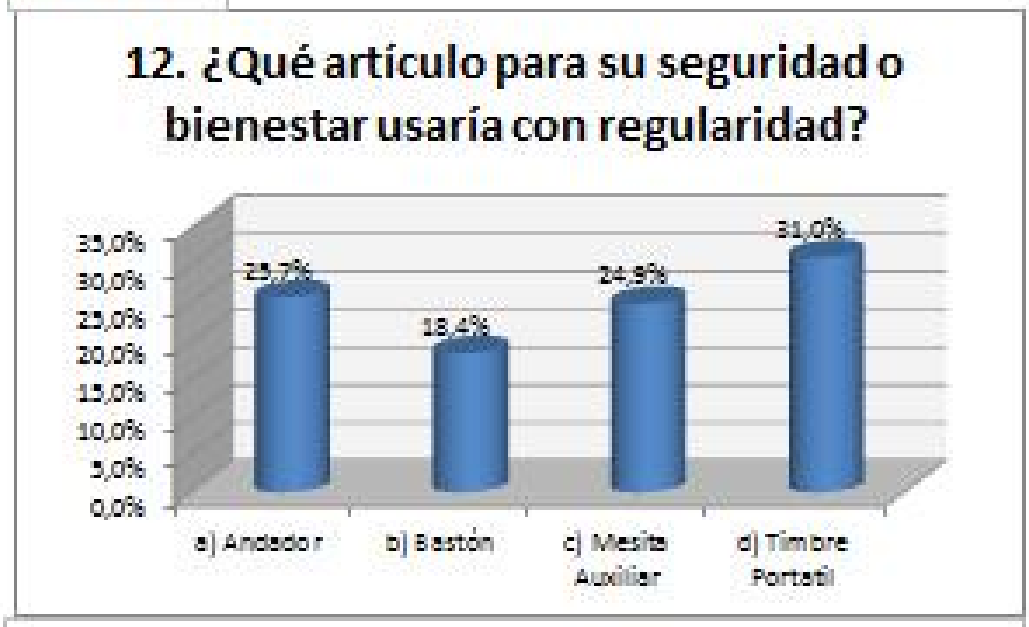
12. ¿Qué artículo para su seguridad o bienestar usaría con regularidad?

Tabla N° 25

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Andador	63	25.7%
b) Bastón	45	18.4%
c) Mesita Auxiliar	61	24.9%
d) Timbre Portátil	76	31.0%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 24



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.13. ARTÍCULOS QUE LE PODRÍAN SER DE MÁS UTILIDAD.

Se puede ver que un 14.7% de los encuestados considera que le puede ser de más utilidad el localizador de objetos, mientras que un 31.8% de los encuestados muestra que le seria de más utilidad un amplificador de sonidos, otro grupo de 22.9% indica que le resulta más útil las gafas lupa, mientras que

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

un 30.6% de los adultos mayores muestra su interés en el teléfono con grandes teclas.

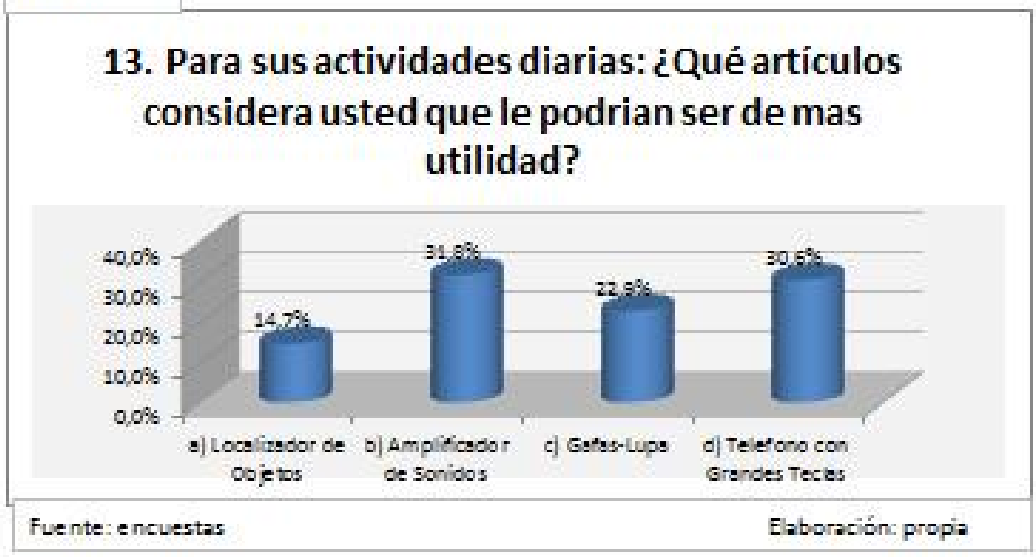
13. Para sus actividades diarias: ¿Qué artículos considera usted que le podrían ser de más utilidad?

Tabla N° 26

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Localizador de Objetos	36	14.7%
b) Amplificador de Sonidos	78	31.8%
c) Gafas-Lupa	56	22.9%
d) Teléfono con Grandes Teclas	75	30.6%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 25



3.5.14. FACILIDAD PARA INCORPORARSE A NUEVAS TECNOLOGIAS.

Se puede apreciar que un nada despreciable grupo de encuestados se adaptan con normalidad a las nuevas tecnologías con un 42.0%, mientras que un 22.9% indica que le resulta muy fácil adaptarse a estas tecnologías, y casi una tercera parte un 35.1% indica que le resulta difícil adaptarse a nuevas tecnologías. Esto muestra que un gran porcentaje de la población adulta mayor de Arequipa si está dispuesta a adaptarse a las nuevas tecnologías con un contundente 65%

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

14. ¿Con qué facilidad se incorporan a nuevas tecnologías?

Tabla N° 27

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Fácilmente	56	22.9%
b) Con Normalidad	103	42.0%
c) Difícilmente	86	35.1%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

3.5.15. DISPONIBILIDAD DE ADQUIRIR NUESTRO ARTÍCULOS SI LE BRINDAN CAPACITACIÓN.

Se puede apreciar fácilmente que un rotundo 83.3% de la población adulta mayor está dispuesta a adquirir nuestros artículos enfocados en ellos si reciben una capacitación que les ayude a adaptarse fácilmente a ellas, mientras que solo un 4.9% indica que es poco probable que aun con capacitación compre estos productos, y un 11.8% de estos encuestados no está dispuesto para nada a adquirir nuestros productos aun sin capacitación.

15. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir artículos con nuevas tecnologías que le ayuden en su vida cotidiana si le brindan capacitación?

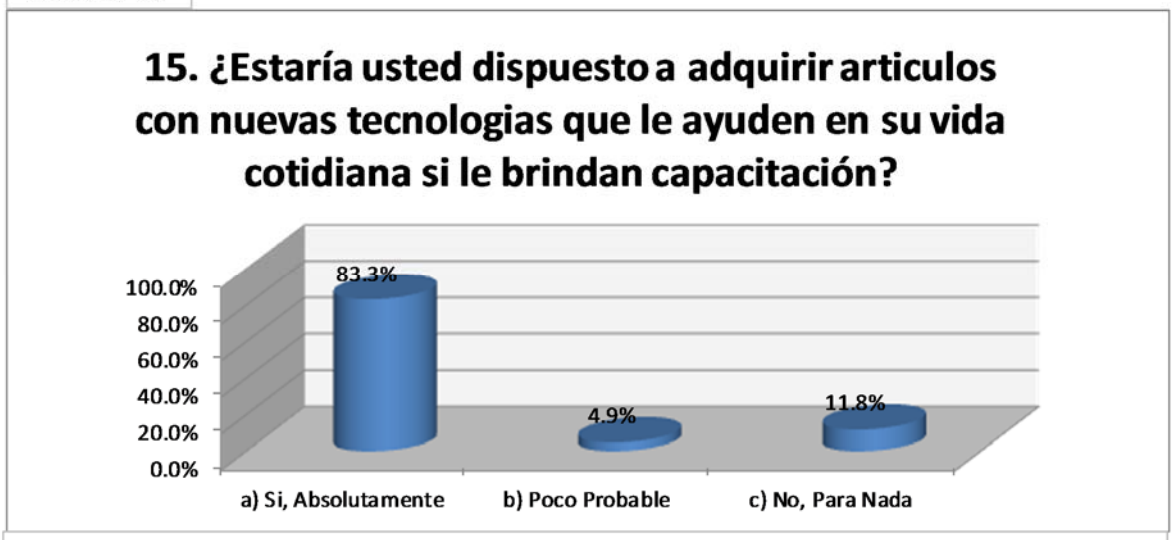
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 28

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Si, Absolutamente	204	83.3%
b) Poco Probable	12	4.9%
c) No, Para Nada	29	11.8%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 27



Fuente: encuestas Elaboración : propia

3.5.16. GRADO DE RELEVANCIA DE LOS PRECIOS.

El grupo con mayor porcentaje de adultos mayores dispuestas a adquirir estos productos es la que agrupa cuantías desde S/. 201 a S/. 250 representados por un 29.4%, seguidos por el grupo que está dispuesta a gastar entre S/. 251 a S/. 300 representados por un 24.9%, seguidos por otro grupo que está dispuesto a gastar S/. 151 a S/. 200 presentados por un 18.4%, seguidos por el grupo de personas que está dispuesto a gastar entre S/. 301 a Más representados por un 16.7%, y por ultimo está el grupo de encuestados que están dispuestos a gastar S/. 101 a S/. 150 que representan un 10.6%.

16. Considerando que los artículos que podría adquirir tienen certificado de calidad, ¿Hasta qué cuantía de dinero está dispuesto a gastar en ellos?

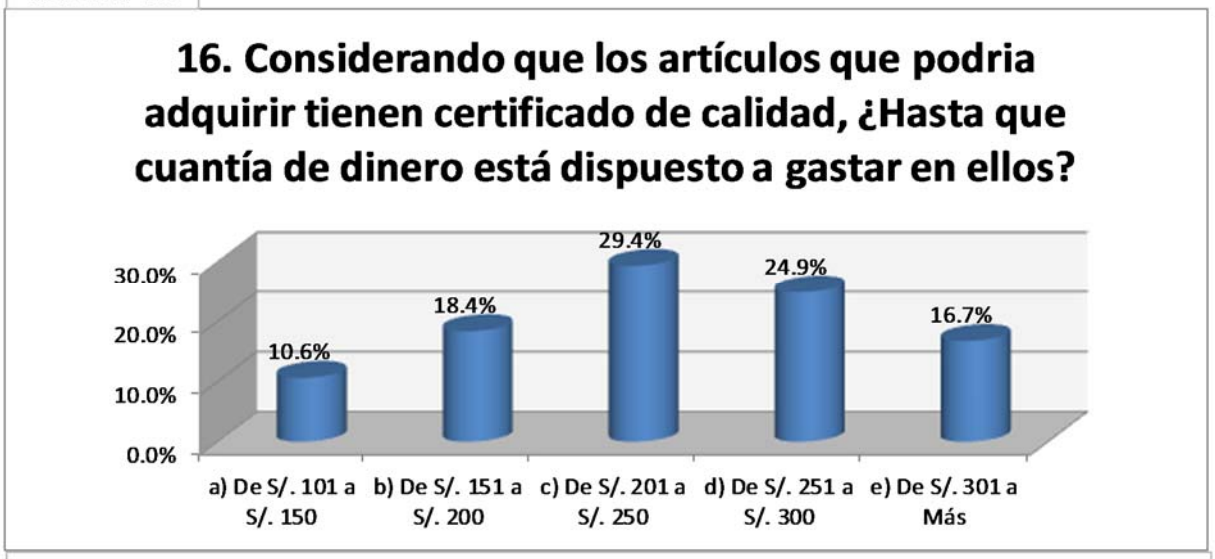
Tabla N° 29

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) De S/. 101 a S/. 150	26	10.6%
b) De S/. 151 a S/. 200	45	18.4%
c) De S/. 201 a S/. 250	72	29.4%
d) De S/. 251 a S/. 300	61	24.9%
e) De S/. 301 a Más	41	16.7%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 28



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.17. DISPONIBILIDAD A SACRIFICAR CALIDAD POR PRECIO AL OBTENER PRODUCTOS SIMILIARES.

Se muestra que un 39.6% de los adultos mayores está dispuesto a cambiar por productos de baja calidad solo si el precio es privativo, mientras que un 27.8% de los encuestados indica que probablemente elegiría cambiar calidad por precio, mientras que un 32.7% de los encuestados dijo rotundamente que jamás cambiaria calidad por precio.

17. ¿Estaría dispuesto a sacrificar CALIDAD por PRECIO, al obtener productos similares de dudosa procedencia y certificación?

Tabla N° 30

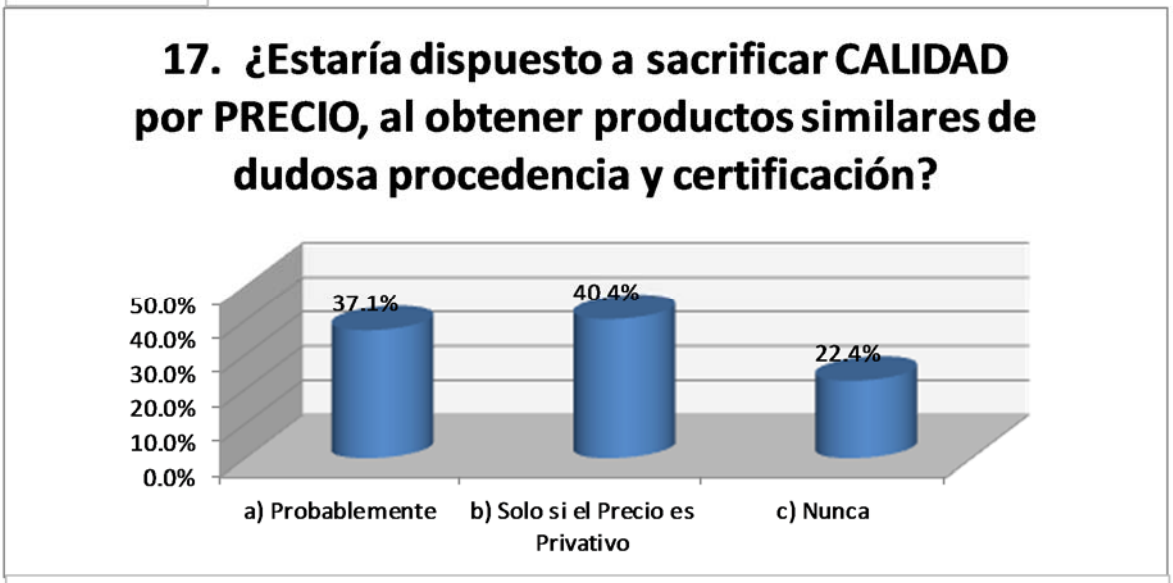
ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Probablemente	91	37.1%
b) Solo si el Precio es Privativo	99	40.4%
c) Nunca	55	22.4%

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 29



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.18. INFLUENCIA DE PERSONAJES PÚBLICOS EN LA PUBLICIDAD.

Es posible deducir que una mayoría de los encuestados considera que la publicidad con personajes públicos nunca influye en sus compras con un 44.5%, seguidos por el grupo que considera que la publicidad con personajes públicos muy raramente influye en su compra representados con un 42.9%, seguidos por el grupo que considera que la publicidad con personajes púbicos muchas veces influyen en su compra representados por tan solo 10.2% y finalmente un 2.4% que considera que los personajes públicos siempre influyen en su compra.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

18. ¿La publicidad con personajes públicos influye en su compra?

Tabla N° 31

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Siempre	6	2.4%
b) Muchas Veces	25	10.2%
c) Muy Raramente	105	42.9%
d) Nunca	109	44.5%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 30

Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.19. PRESTACIÓN DE SERVICIO DE MANTENIMIENTO EN SU HOGAR.

Es posible deducir que un grupo mayoritario considera que si desearían que se les preste servicio de mantenimiento en su hogar a sus artículos adquiridos representados con un 78.8%, pero existe un grupo de encuestados que no desearían que se les preste este servicio en sus hogares representados por un 21.2%, esto se puede explicar por el temor que sienten a ser víctimas de algún delito.

19. ¿Desearía que se le preste servicio de mantenimiento a sus artículos adquiridos para el adulto mayor a su hogar?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

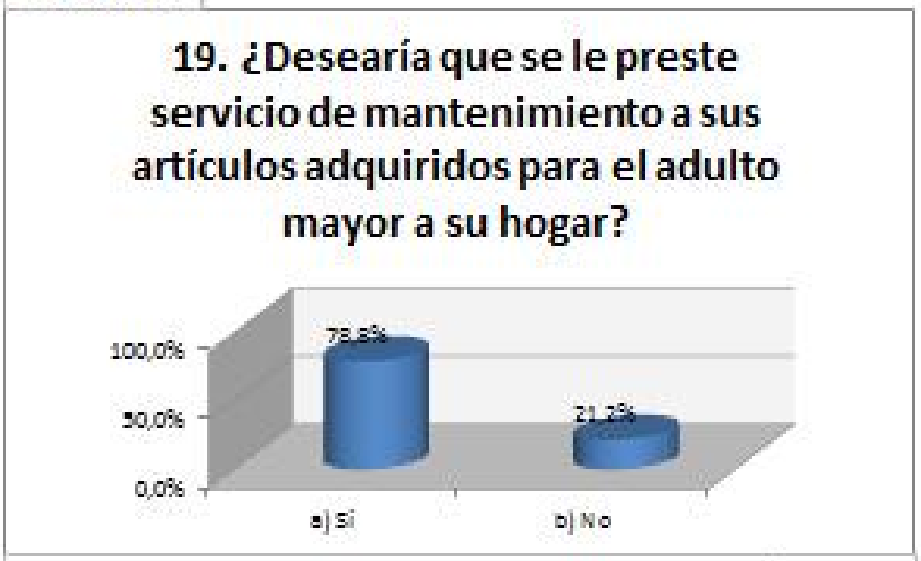
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla N° 32

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	193	78.8%
b) No	52	21.2%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

Gráfico N° 31



Fuente: encuestas Elaboración: propia

3.5.20. COMPRA DE PRODUCTOS VIA DELIVERY.

Se puede apreciar que un rotundo 62.9% de los encuestados que indica que si le gustaría comprar productos vía delivery, mientras que un 37.1% prefiere hacer la compra ellos mismo en el sitio de venta.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

20. ¿Le gustaría comprar nuestros productos vía DELIVERY?

Tabla N° 33

ITEM	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	154	62.9%
b) No	91	37.1%
TOTAL	**245**	**100.0%**

Fuente: Encuestas Elaboración: Propia

3.6. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.-

Después de realizado el análisis de las encuestas se puede sacar en conclusión que:

- Que un gran porcentaje el 72.2% de los adultos mayores está asegurado y reciben un sueldo de trabajo y/o son pensionistas.

- Un poco más de la población adulta mayor (52.3%) tiene algún problema con la salud.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Que un gran porcentaje (80.4%) está dispuesto a adoptar a su vida cotidiana nuestros productos con tal de poder ser más independientes en sus quehaceres diarios y aumenta a 83.3% si son capacitados.

- Que un 77.6% está tentado o cambiaría por otros productos de menor calidad si los precios son privativos.

- Un 87.4% indica que la publicidad con personajes públicos muy raramente o nunca influyen en su decisión de compra.

3.7. DETERMINACIÓN DEL MERCADO META A PARTIR DE LAS ENCUESTAS

A partir de los resultados anteriores se puede concluir que:

Nuestro mercado meta será el 7% de la población objetivo (adultos mayores de 60 años a más en la ciudad de Arequipa). Que está representado por la población que tiene problemas de salud que a su vez están dispuestos a adoptar productos con nuevas tecnologías y que también están asegurados y/o son pensionistas y reciben sueldo, y que no cambiarían calidad por precio.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

100%
adultos mayores de 60 años a más
(población objetivo)

100%	=	47.70% no tienen problemas de salud	+	52.30% tienen problemas de salud
100%	=	16.70% No dispuestos a adoptar productos con nuevas tecnologias	+	83.30% dispuestos a adoptar productos con nuevas tecnologias
100%	=	27.80% No estan asegurados. Caridad, otros	+	72.20% estan asegurados. Son pensionistas, reciben sueldo
100%	=	77.60% Si cambiaria calidad por precio	+	22.40% No cambiaria calidad x precio

7%
adultos mayores
(mercado meta)
52.30% x 83.30% x 72.20% x 22.40%

NOTA: este % será usado para determinar la cantidad de artículos que se va a vender (véase tabla N°75); se asume que el porcentaje obtenido en los resultados de las encuestas (estados de salud, preferencias, etc.) se mantendrá constante y no variará en los años proyectados.

3.8. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA AL 2017 (MERCADO OBJETIVO)

Se establecerá la proyección de la demanda o mercado objetivo, proyección que será usada para hallar la cantidad de artículos promedio que será vendida cada año.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla N°34 - DEMANDA PROYECTADA AL 2017

X		Y
	DEMANDA HISTORICA	
Universo	1993	46108
	Años	DEMANDA
Universo	2007	85086
1	2008	87870
2	2009	90654
3	2010	93438
4	2011	96223
5	2012	99007

2784.14 metodo de crecimiento artimetico (2008 - 2012)

DEMANDA PROYECTADA	
Año	Pronóstico
2013	99,178
2014	100,293
2015	101,269
2016	102,137
2017	102,921

MODELO POTENCIAL

AÑOS	X	Ln X	LnY	LnX LnY	LnX2	LnY2	Y pronostico
2008	1	0	11.38	0.00	0.00	129.59	87,093
2009	2	0.69	11.41	7.91	0.48	130.30	91,583
2010	3	1.10	11.45	12.57	1.21	130.99	94,316
2011	4	1.39	11.47	15.91	1.92	131.66	96,304
2012	5	1.61	11.50	18.51	2.59	132.32	97,875
∑	15	4.79	57.22	54.91	6.20	654.85	467170.41
2013	6	1.79				$Y = a * x^b$	99,178
2014	7	1.95					100,293
2015	8	2.08					101,269
2016	9	2.20					102,137
2017	10	2.30					102,921

N	b^	Ln a^	R	R^2
5	0.07	11	0.9771	0.955
		a^		
		87093		

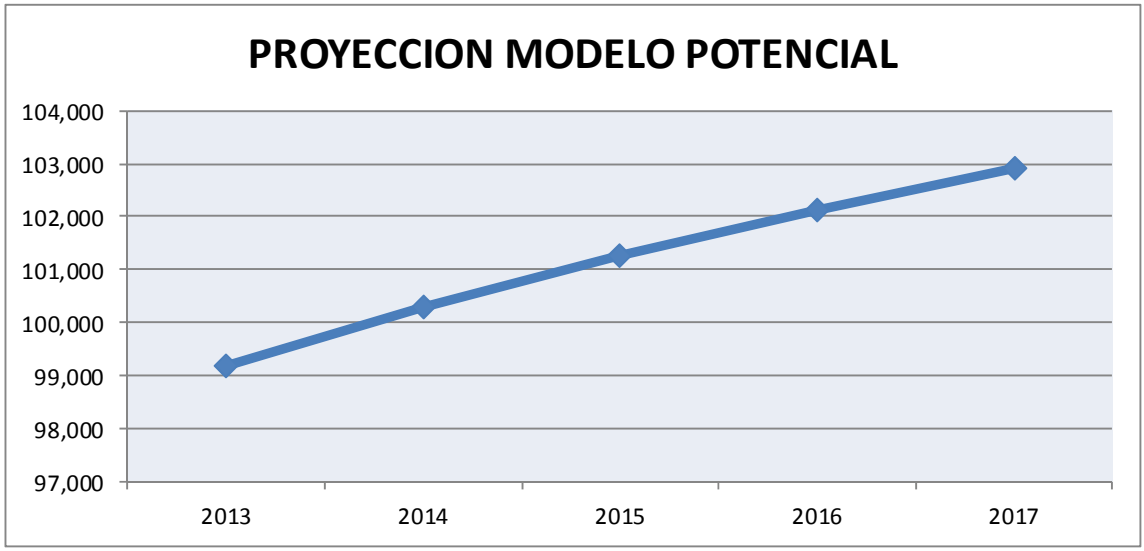
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

NOTA: en la Demanda Histórica los siguientes valores:

46108: fue obtenido del Censo Nacional 1993 - IX De Población y IV De Vivienda; hombres y mujeres de 60 años a más.

85086: fue obtenido de Censo Nacional 2007 - XI De Población Y VI De Vivienda; hombres y mujeres de 60 años a más.

Gráfico N° 33



Elaboración Propia

Se puede apreciar que para hallar la población del 2008 al 2012, se usa el método de crecimiento aritmético para poder calcular la cantidad aumentada después del último censo (censo nacional 2007: XI DE POBLACIÓN Y VI DE VIVIENDA).

$$\text{Método de crecimiento aritmético} = \frac{\text{último censo} - \text{anterior censo}}{\text{N° de años transcurridos}}$$

$$\text{Método de crecimiento aritmético} = \frac{85086 - 46108}{14} = 2784.14$$

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.9. ESTRATEGIA COMERCIAL

El mercado al cual estaremos penetrando es un mercado nuevo e innovador para el mercado objetivo de Arequipa, comprendido por personas de 60 años a más que tienen exigencias muy específicas en cuanto a sus necesidades, por lo que si no se logra satisfacerlas dejaran de consumirla; para este análisis se estudiará las 4 P´s:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.9.1. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

a. Beneficios del producto

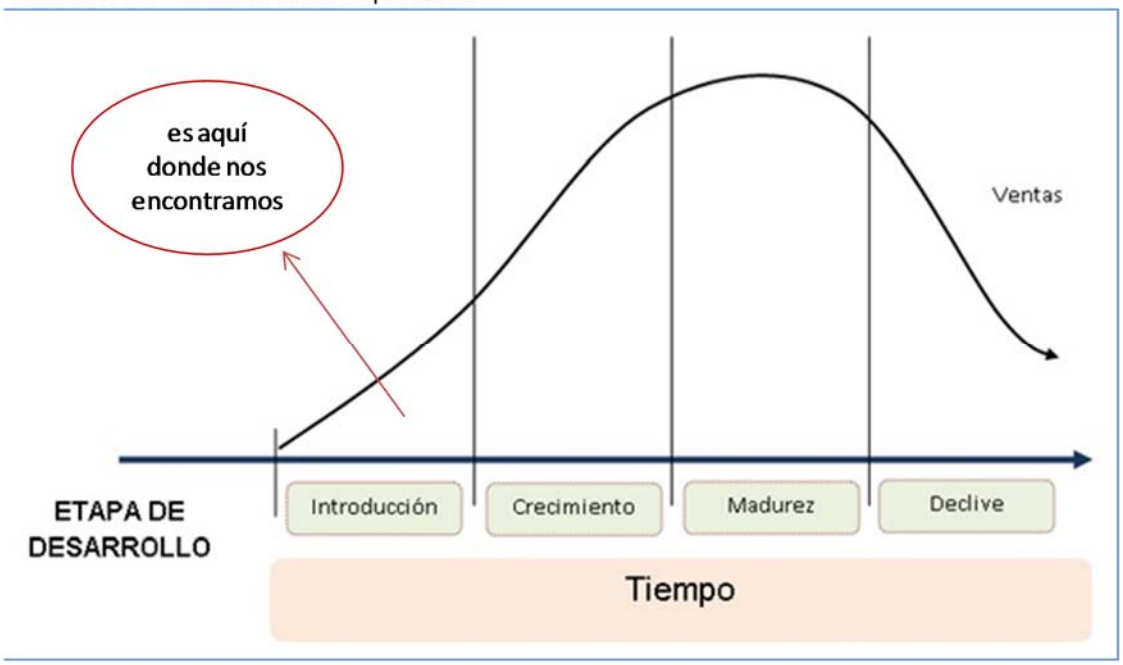
Al ser un producto nuevo e innovador que resolverá muchos problemas propios de los adultos mayores a los que no se les ha prestado mucha atención, se espera que reciban la suficiente acogida por parte de este segmento ya que además cuenta con tecnología de punta y calidad.

b. Ciclo de vida del producto

La etapa de ciclo de vida en la que se encuentra nuestros productos en el mercado de Arequipa es introductoria ya que no hay ninguna empresa en la actualidad que se dedique a satisfacer esta demanda.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 34 - Ciclo de vida del producto



Elaboración Propia

c. La marca

Con respecto al nombre del producto o "Marca" se debe pensar en un nombre que quede en la memoria de los clientes al momento de comprarlo, se ha optado por un nombre que evoque una mejor calidad de vida, Otra característica que debe tener la marca es un nombre sea de fácil recordación, por esto optamos por el nombre "PRO-VIDA"

d. La etiqueta de "calidad"

Al adquirir variedad de productos de diferentes marcas que resuelven diversos y distintos problemas, se ha pensado en poner a todos los productos una etiqueta de certificación de calidad avalado por nuestra empresa con garantía de reembolso si no cumplen sus necesidades.

e. La calidad

Se puede garantizar la calidad de nuestros productos ya que fue fabricado con las últimas tecnologías y pensado exclusivamente para un sector en específico,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

el cual está respaldado con nuestra etiqueta de calidad que garantiza nuestro producto.

3.9.2. ANÁLISIS DEL PRECIO

Las estrategias a seguir para definir el precio son las siguientes:

a. Precios asociados a costos

En este punto es necesario el dominio de la ingeniería de costos, para minimizar nuestros costos sin interferir con el objetivo de llegar a altos estándares de calidad, los precios no pueden ser muy altos en un inicio como parte de nuestra estrategia de penetración.

b. Precio – calidad

Esta relación se cumplirá de acuerdo a que estamos ofreciendo un producto de buena calidad, pero a un precio no muy alto dado que recién estamos ingresando en el mercado, por esto como veremos en la matriz precio – calidad de la tabla 38, podemos concluir que nos encontramos en la etapa de Penetración:

Tabla N° 35 -Precio - Calidad

P/Q	ALTA	MEDIA	BAJA
ALTA	Premium Price	Mee Too	Pisa y Corre
MEDIA	**Penetración**	Calidad Media	Sobre Precio
BAJA	Super Ganga	Ganga	Prod. Barato

Fuente: KOTLER (2003); elaboración propia

c. Condiciones de pago – descuentos

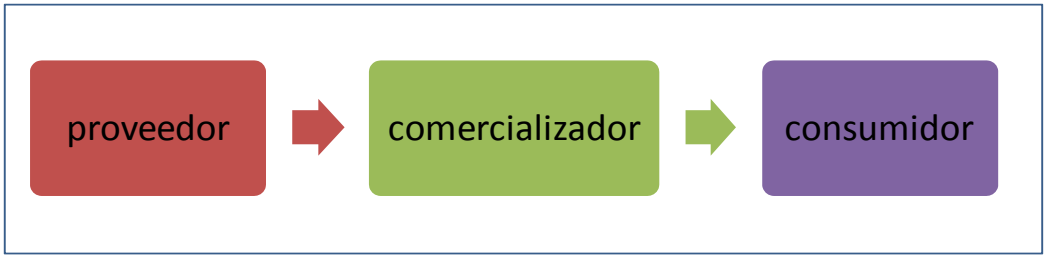
Usaremos estrategias de ventas al contado y al crédito donde aplicaríamos descuentos por pronto pago; asi también precios especiales a las ventas por pedido anticipado.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

3.9.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Estos serán los canales que utilizaremos para la venta y distribución de nuestro producto:

Gráfico N° 35 - Canales de distribución



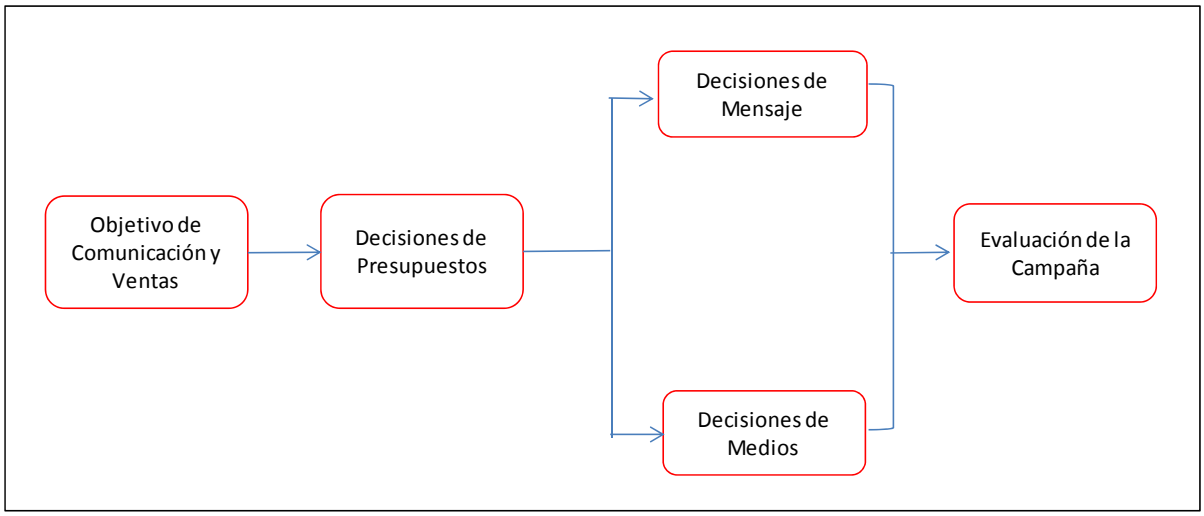
Elaboración Propia

a. Análisis beneficio costo de los canales

Para lograr un buen nivel de eficiencia será necesario que trabajemos directamente con nuestros canales de distribución, por medios de sistemas de reaprovisionamiento para saber cuándo empezar a distribuir, de manera que el resultado de la gestión sea un adecuado costo por distribución y transporte.

3.9.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Gráfico N° 36 - Programa promocional y de Publicidad



Elaboración Propia

Especificación del programa:

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

a. **Objetivos de comunicación y de ventas**

Los objetivos son de penetración, al insertar un nuevo producto haremos una publicidad mediana debido al alto costo de los anuncios en medios de comunicación como es la TV.

b. **Decisiones de presupuesto**

Debido a los altos costos de la publicidad televisiva, vamos a presupuestar la publicidad con el objetivo de penetrar en el mercado sin usar necesariamente el medio más costoso; se utilizaran medios como:

- Revistas especializadas.
- Páginas web.
- publicidad radial.
- Diarios (el Pueblo, el Correo).

c. **Decisión de medios**

Para nuestra campaña publicitaria, vamos a utilizar medíos gráficos porque son más económicos, así como revistas especializadas, página web y publicidad radial ya que pueden llegar a gran cantidad de adultos mayores que están jubilados y que usan este medio de información tradicionalmente.

d. **Decisión de mensajes**

El mensaje será claro y directo, este incluirá las características y ventajas del producto (producto de ultima tecnología), también se analizará la posibilidad de distribuir flyers informativos a las tiendas que serán los intermediarios para las personas que no conocen el producto.

e. **Evaluación de la campaña**

Los resultados serán evaluados según la cantidad de ventas, lo cual nos servirá para una nueva campaña de crecimiento, que seria más incisiva, ya basándose principalmente en nuestro producto en si como en sus cualidades.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

4. ESTUDIO TÉCNICO.

4.1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO A COMERCIALIZAR[10]:

Distribuido por categorías:

A- HIGIENE Y LIMPIEZA.-

1. ELEVADOR DE ASIENTO DE INODORO CON REPOSABRAZOS	
	Elevador de asiento inodoro con reposabrazos. Diseñado por la prestigiosa firma sueca ETAC, este asiento es muy funcional y estable. El asiento puede ajustarse en altura y ligeramente en ángulo de inclinación para que sea más fácil levantarse. Este asiento es muy ligero, pesa solo 3,9 Kg. lo que permite trasladarlo con comodidad.
	COSTO: S/. 200

2. ELEVADOR INODORO CON REPOSABRAZOS	
	Elevador de W.C. inclinable, y con reposa brazos abatibles. Fabricado en plástico con brazos de acero pintado en epoxi blanco. Se adapta a los WC estándar. Diseñado para cubrir las necesidades de personas con alguna disfunción física. Reposabrazos abatible, que facilita la transferencia. Se puede ajustar a 3 alturas, siendo regulable en inclinación para un mayor confort.
	COSTO: S/. 146

3. BARRA MOVIL CON VENTOSAS	
	La máxima seguridad en las actividades cotidianas del baño gracias a su fijación mediante ventosas. Sus dos potentes ventosas de caucho permiten un buen agarre en superficies lisas, como azulejos. Puede instalarse y variar su emplazamiento fácilmente Ideal para personas que tienen varias residencias. Evita las obras.
	COSTO: S/. 116

[10] http://www.abueloactual.com/tienda/Catalog/listing/mobiliario-3375/1

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

4. TRAVESERO EMPAPADOR	
	Especialmente indicado en procesos de incontinencia urinaria.Protege la piel de las micciones, debido a su alta capacidad de absorción 2,5 litros/m2, y a su primera capa de tejido de rejilla que permite la inmediata penetración de los fluídos desplazando la humedad al interior.
	COSTO: S/. 45

B- SEGURIDAD Y BIENESTAR.-

5. COLCHÓN VISCOELÁSTICO ANTIESCARAS	
	Colchón de espuma viscoelástica antiescaras. Moldeada con efecto memoria, inserto en espuma HR, con funda integral de poliuretano. Ideal para camas articuladas. Previene la aparición de escaras.
	COSTO: S/. 431

6. MESITA AUXILIAR	
	Muy funcional. Puede utilizarse en la cama o en una silla o sillón pudiéndola acercar todo lo necesario gracias a su sistema de inclinación y a la base en forma de "U" con ruedas. La superficie de madera de la mesita dispone de un sistema de protección lateral que también sirve de apoyo para un libro o revista cuando tenemos la mesita inclinada para leer. Es totalmente plegable.
	COSTO: S/. 153

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7. CALIENTA CAMAS ELECTRICOS	
	Elementos calefactores, mullidos, flexibles y adaptables al colchón. Diseñados para acostarse sobre los mismos, proporcionan un suave calor ascendente. Permiten un máximo aprovechamiento del calor mediante un consumo muy reducido de energía. Máxima seguridad y garantía en todos sus elementos de regulación, protección y control. **COSTO:** S/. 159

8. PLATO TERMODINÁMICO + MASTICADOR DE CARNE	
	*Plato termodinámico con tapa, que retrasa la pérdida de calorías (calor), y del frío. Base antideslizante para una óptima estabilidad. *Una práctica herramienta que facilitará la hora de las comidas tanto al cuidador como al paciente. Con él podrá desmenuzar y ablandar la carne sustituyendo la función de los dientes. Es ideal para personas sin dentadura. Muy fácil de utilizar y limpiar gracias a que se puede desmontar totalmente. **COSTO:** S/. 159

C- DOMOTICA Y COMUNICACIÓN.-

9. TIMBRE PORTATIL	
	Un discreto timbre sin hilos ni necesidad de instalación. Compuesto por pulsador y receptor. Emite un sonido "ding-dong" ó 12 melodías aleatorias y tiene opción de apagado. Diseñados para colocarlos sobre una mesa, también ofrecen la opción de fijarlos a la pared mediante un autoadhesivo o tornillos. **COSTO:** S/. 47

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

10. MIRILLA DIGITAL PARA PUERTAS CON TOMAFOTOS	
	Sustituye cualquier mirilla convencional ya instalada. Una pulsación permite 10 segundos de visión panorámica a todo color. Sin instalacióneléctrica (funciona con pilas de fácil recambio).
	COSTO: S/. 177

11. TELÉFONO CON GRANDES TECLAS Y BOTONES GRAFICOS	
	Teléfono ergonómico con botones fotográficos. Grandes botones en la pantalla grande y visible hacen el marcar un número más fácil que nunca, y las memorias con foto permiten comunicarse con las personas de especial importancia con un fácil apretar del botón.
	COSTO: S/. 79

12. TELEFONO MOVIL SENCILLO CON LOCALIZADOR GPS	
	MIMOV es un teléfono móvil diseñado, específicamente, para personas que requieran de un terminal simple y sencillo de utilizar. Con localizador GPS. Diseñado para facilitar el uso del móvil a las personas que desean comunicarse de la manera más sencilla. Podrás llamar a los tuyos simplemente apretando un botón.
	COSTO: S/. 196

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

D- ORTOPEDIA.-

13. SACO TERMICO	
	Saco con cremallera de fácil colocación. El interior está forrado de un suave material térmico y el exterior es impermeable. **COSTO:** S/. 138

14. BASTÓN ASIENTO VERDE	
	Gracias a este práctico bastón con asiento incorporado podrá sentarse a descansar del paseo en el lugar y en el momento que más le apetezca. En material muy ligero de aluminio anodizado plateado. **COSTO:** S/. 54

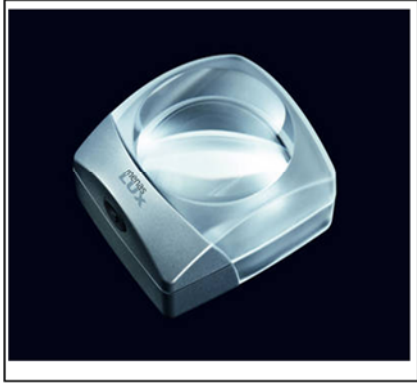
15. ANDADOR CON ASIENTO 2 RUEDAS	
	Andador con asiento, fabricado en aluminio y termo plástico, con empuñaduras ergonómicas y regulables en altura. Plegable, para que no ocupe mucho espacio al guardarse. Ideal para interior de casa. **COSTO:** S/. 163

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

16. ASIENTO AYUDA DE 43 A 100 KG	
	Un asiento inteligente que detecta su intención de levantarse y le ayuda casi sin que usted se dé cuenta. dándole la altura necesaria para levantarse fácilmente por sí mismo. Ideal para usuarios que puedan tener problemas a la hora de levantarse de la silla permitiendo gracias a su composición. estar cómodamente sentado.
	COSTO: S/. 309

E- OCIO Y RECREACION.-

17. GAFAS MAXDETAIL	
	Cómoda lupa de gran aumento en forma de gafas que permite usarla dejando las manos libres. Su enfoque se puede regular a diferentes distancias para poder trabajar en la postura más cómoda. Ideal para trabajos manuales de precisión.
	COSTO: S/. 147

18. LUPA LIBRE DE DISTORSION A CUALQUIER DISTANCIA	
	Lupa Montable. Imagen con Bordes perfectamente definidos, y libre de distorsiones a cualquier distancia. Esto sólo es posible gracias a un innovador sistema de lentes dobles: una combinación de lente de menisco y lente asférica combinada con iluminación da como resultado este eficaz producto.
	COSTO: S/. 129

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

19. LOCALIZADOR DE OBJETOS	
	El complemento esencial para gente olvidadiza, o con problemas de memoria, Alzheimer y otras afectaciones parecidas. Mando que permite localizar hasta 4 objetos (carteras, llaves, bolso, etc). Los diferentes sensores actúan de llaveros inalámbricos, y se usa el mando a distancia transmisor, para localizar los diferentes objetos de manera rápida y fácil.
	COSTO: S/. 77

20. AMPLIFICADOR DE SONIDO DE TV CON AURICULARES	
	Amplificador de sonido de televisión. Escuche bien la televisión sin molestar a sus acompañantes. Auriculares amplificados conectables a la TV o cualquier otra fuente de sonido. Movilidad total sin cables. Incorpora un sistema de reducción de sonidos de fondo. Volumen ajustable. Funciona aún que el volumen de la TV esté totalmente al mínimo. Cómodo, ligero y ergonómico. Cobertura de hasta unos 600m. (En espacio abierto). No necesita instalación.
	COSTO: S/. 203

Nota: todos los costos de los productos adquiridos de Lima incluyen el IGV en la compra.

4.2. TAMAÑO

4.2.1. RELACIÓN TAMAÑO - MERCADO

Para definir el tamaño de la planta es importante tener en cuenta los requerimientos del mercado, ya que tenemos que empezar la comercialización con el mínimo requerido para no afectar la viabilidad del negocio; para esto, se necesita proyectar la demanda que se va a dar a lo largo del horizonte del proyecto.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Dato obtenido de las ENCUESTAS

Tabla N° 36

	Mercado Objetivo		mercado meta	
AÑOS	D. INSATISFECHA	7.0%	D. INSATISFECHA A CUBRIR	D. INSATISFECHA A CUBRIR MENSUAL
2013	99,178		6,942	579
2014	100,293		7,020	585
2015	101,269		7,089	591
2016	102,137		7,150	596
2017	102,921		7,204	600

Elaboración Propia

Donde la capacidad del establecimiento comercial se definiría de acuerdo a la proyección de la demanda a lo largo del proyecto.

4.2.2. RELACIÓN TAMAÑO – TECNOLOGÍA

Debido a que el proyecto pertenece al rubro comercial, la tecnología no es una limitante del proyecto.

4.2.3. RELACIÓN TAMAÑO - INVERSIÓN

La inversión es alrededor de S/. 208,857 la cual podrá ser cubierta con un 35.7% de aporte propio y otro 64.3% mediante financiamiento del banco. Por la cantidad disponible para el aporte propio y por el monto de financiamiento solicitado al banco la inversión es una limitante del proyecto. De acuerdo a los recursos financieros, se elegirá el tamaño del proyecto.

4.2.4. RELACIÓN TAMAÑO – FINANCIAMIENTO

El capital para la inversión y para empezar operaciones es un factor limitante, debido a que si no se dispone de suficiente dinero para llevar a cabo lo necesario para la puesta en marcha, se tendrá que replantear el proyecto en cuestión de limitar algunas cosas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Para llevar a cabo el negocio se tiene pensado solicitar un préstamo de mediano a largo plazo, la estructura de financiamiento se compondría de: 64.3% de préstamo bancario, del cual un 38.4% corresponde a la inversión fija tangible que viene a ser un pasivo a largo plazo; mientras que un 25.9% corresponde al capital de trabajo que viene a ser un pasivo a corto plazo.

4.2.5. RELACIÓN TAMAÑO – PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de S/. 554,480 representa el 33.36% de las ventas por lo que se concluye que el punto de equilibrio no es limitante del proyecto.

*véase tabla N° 74 – Punto de equilibrio donde:
2320 unidades x S/.239 (precio) = 554,480

*véase tabla N° 76 – EE.PP.GG.
Ingreso de ventas proyectadas de 2013: S/. 1,661,971

4.2.6. TAMAÑO ÓPTIMO

Para la selección del tamaño óptimo del establecimiento comercial se utilizará la demanda proyectada la cual es un factor determinante ya que la relación del mercado como vemos en la tabla 40, es el principal determinante.

Tabla N° 37 - Ponderación de Factores de Tamaño

	Mercado	Tecnología	Inversión	Financiamiento	Pto equilibrio	Total	Ponderado
Mercado	-	1	1	1	1	**4**	31%
Tecnología	1	-	1	0	0	**2**	15%
Inversión	1	1	-	1	0	**3**	23%
Financiamiento	1	0	1	-	0	**2**	15%
Pto equilibrio	1	0	1	0	-	**2**	15%
Elaboración Propia						**13**	**100%**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

4.3. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN.

4.3.1. MACROLOCALIZACIÓN

Dado que nuestro estudio se enfoca en la población de adultos mayores de 60 años a más en la ciudad de Arequipa; la macro localización estará en el departamento de Arequipa, en la provincia de Arequipa, en la ciudad del mismo nombre.

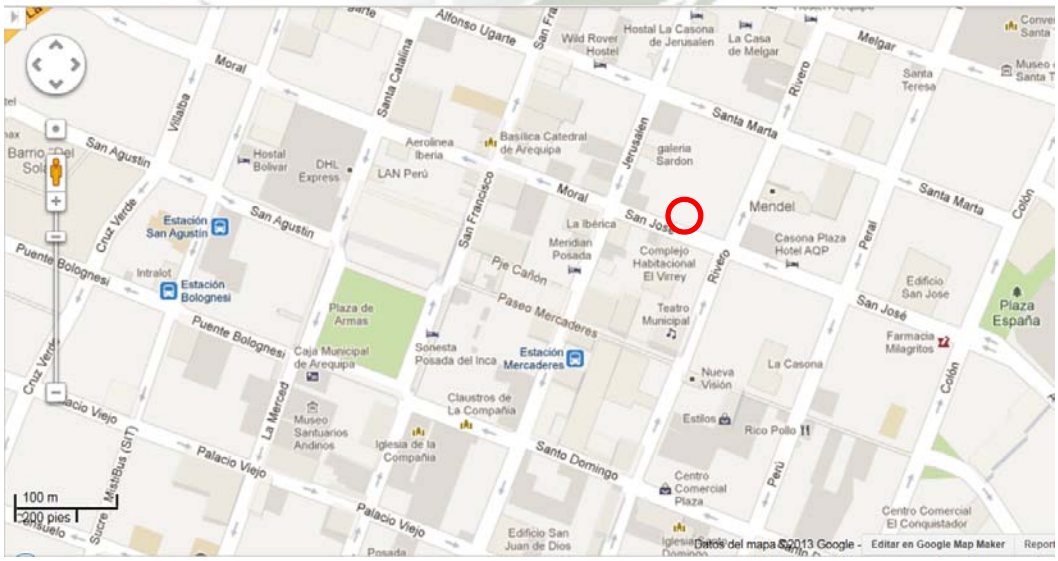
4.3.2. MICROLOCALIZACIÓN

ALTERNATIVAS DE MICRO LOCALIZACIÓN:
El proyecto posee cuatro alternativas de micro localización los cuales son:

- Distrito Arequipa – Cercado, Calle San José.
- Distrito Cayma, Avenida Trinidad y Morán.
- Distrito de Cerro Colorado – Calle 28 de Julio (frente a Wong).
- Distrito José Luis Bustamante y Rivero – Calle Perú (parque Paseo Héroes Navales).

Mapa de Posible Localización en el Distrito de Arequipa – Cercado, Calle San José.

Grafico n° 37

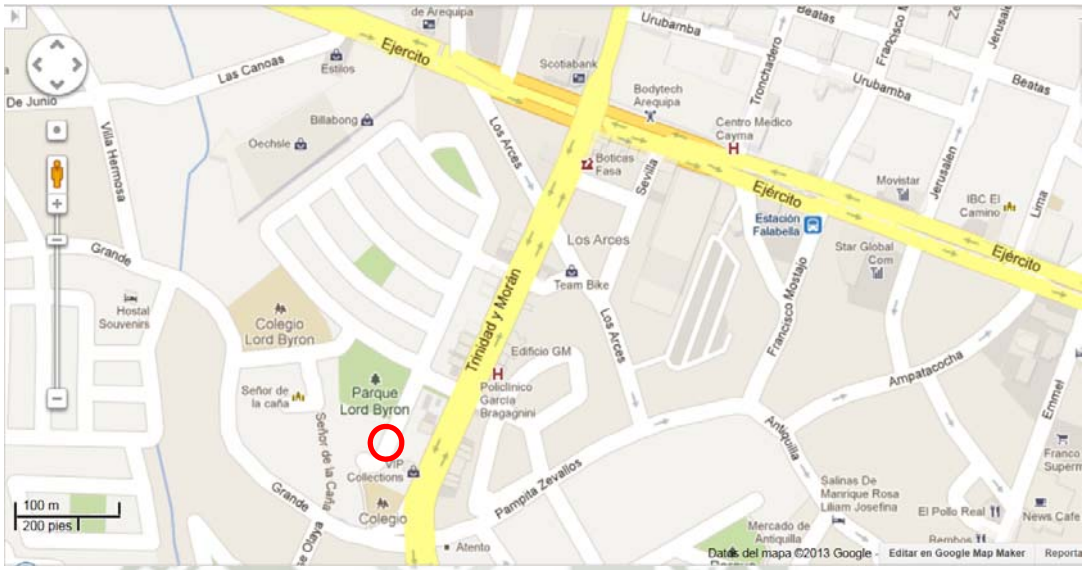


Fuente: www.maps.google.es

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Mapa de Posible Localización en el Distrito de Cayma, Avenida Trinidad y Morán.

Grafico n° 38



Fuente: www.maps.google.es

Mapa de Posible Localización en el Distrito de Cerro Colorado, Calle 28 de Julio (frente a Wong).

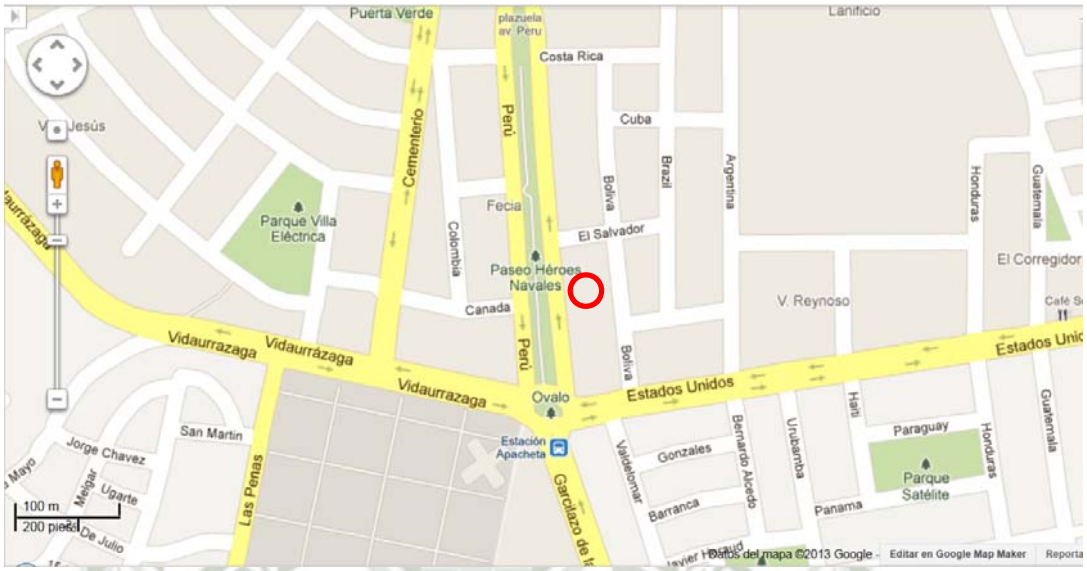
Grafico n° 39

Fuente: www.maps.google.es

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Mapa de Posible Localización en el Distrito de José Luis Bustamante Rivero, Calle Perú (parque Paseo Héroes Navales).

Grafico n° 40



Fuente: www.maps.google.es

4.3.2.1. SELECCIÓN DE MICRO LOCALIZACIÓN

Tabla N° 38

Alternativas de Localización	Factores de Localización	
A = Arequipa – Cercado	Costo de Alquiler	X1
B = Cayma, Av. Trinidad y Morán	Zona Comercial	X2
C = Cerro Colorado – Calle 28 de Julio	Tamaño de Local	X3
D = JByR – Calle Perú	seguridad	X4
Coeficiente de Ponderación	**Escala de Calificación**	
X1 :40	Muy Bueno	3
X2: 30	Bueno	2
X3: 25	Regular	1
X4: 10	Mala	0

Elaboración: propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla N° 39

Fact. de Localización	Coefic. Ponderación	Alternativas de Localización. Calificación no Ponderada				Alternativas de Localización. Calificación Ponderada			
		A	B	C	D	A	B	C	D
X1	40	1	2	3	2	40	80	120	80
X2	15	3	3	2	2	90	90	60	60
X3	35	2	2	1	3	50	50	25	75
X4	10	2	2	1	3	20	20	10	30
						200	**240**	**215**	**245**

Elaboración Propia

4.3.2.2. MICRO LOCALIZACION ÓPTIMA.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos apreciar que tanto cuantitativamente como cualitativamente podemos llegar a la conclusión de que el lugar óptimo para nuestro local de comercialización de artículos para el adulto mayor es en el distrito de Jose Luis Bustamante y Rivero.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

La distribución de espacios se lleva a cabo teniendo en cuenta el giro del negocio como es en este caso la comercialización, también se tiene que tomar en cuenta las demás funciones que realizara la empresa para poder adaptar los espacios disponibles.

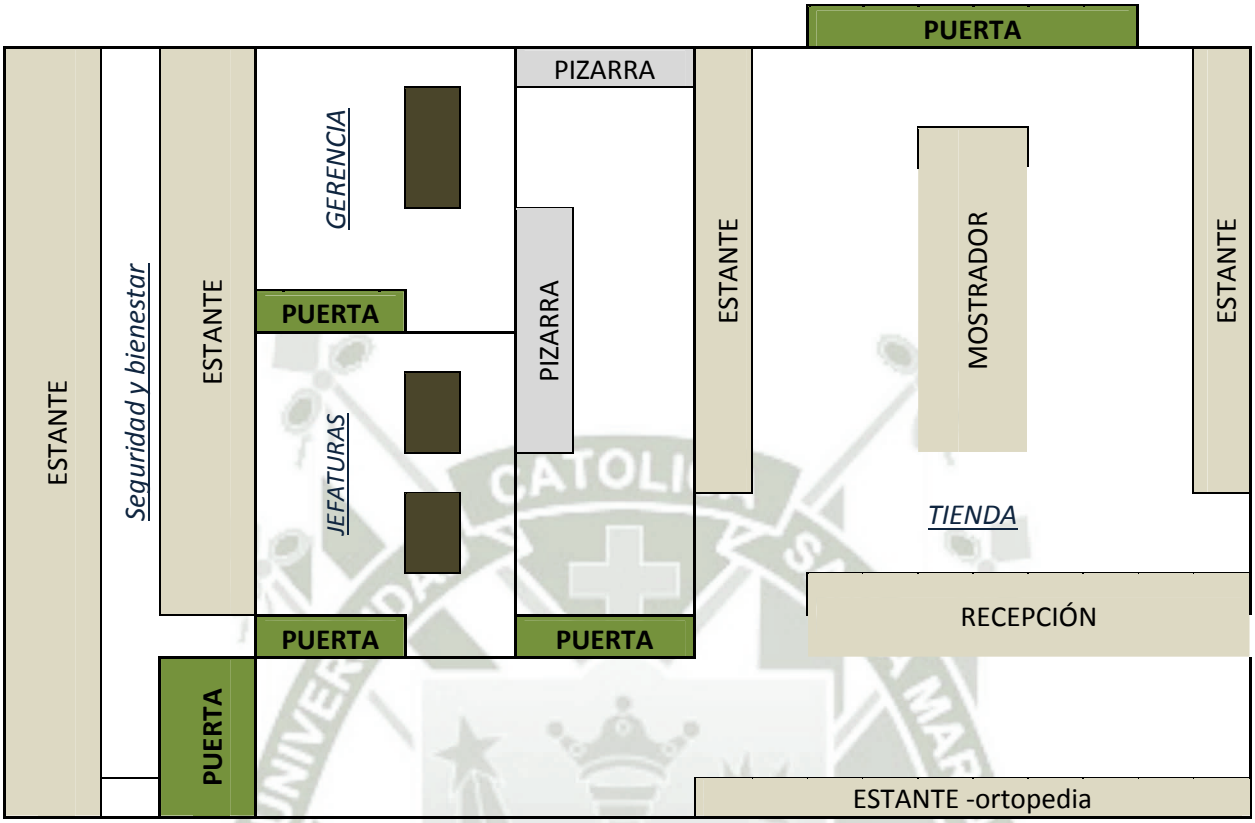
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Gráfico N°41

DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS



Elaboración Propia

Se puede observar que la sección del estante de ORTOPEDIA, estará posicionada al fondo detrás de la recepción ya que hay más espacio disponible porque estos artículos que ocupan espacio, los demás estantes estarán colocados en los laterales del ambiente principal.

El almacén cuenta con suficiente espacio para almacenar todos los productos que se compraran cada cierto tiempo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

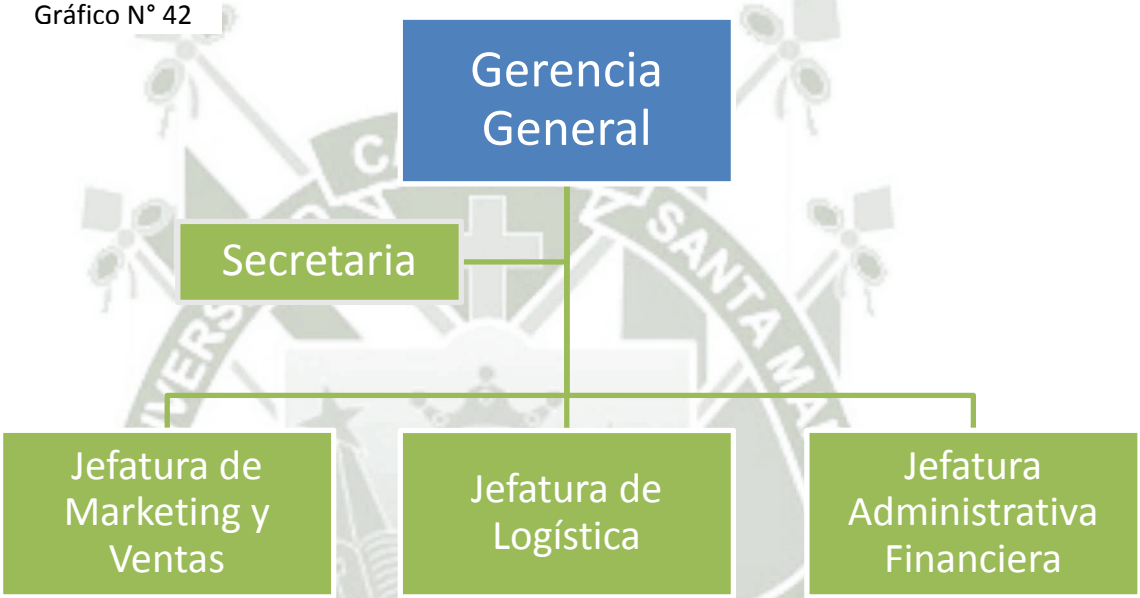
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

5.1. ESTRUCTURA ORGÁNICA.-

La empresa funcionará con una única gerencia, la cual comandará a los encargados de los diferentes departamentos, la estructura está conformada como se muestra en el gráfico.

Gráfico N° 42



Elaboración: Propia

5.2. FUNCIONES Y PERFILES POR UNIDAD ORGANIZACIONAL:

5.2.1. GERENTE GENERAL.

- Bachiller en Ing. Industrial. Administración o afines.
- Experiencia de 5 años en puestos similares en empresas industriales.
- Conocimientos generales de administración, finanzas, mercadotecnia, RH, operaciones jurídicas y fiscales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Funciones

- Contratar todas las jefaturas de área.
- Evaluar periódicamente el cumplimiento de los objetivos en las diferentes
- áreas.
- Planear y desarrollar los objetivos anuales, asimismo plantear las pautas para llegar a dichas metas.
- Establecer las políticas y filosofía de la empresa.
- Evaluar las necesidades de inversión para la empresa en infraestructura y equipos.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.

5.2.2. JEFE DE MARKETING Y VENTAS.

- Bachiller en Marketing, Ing. Industrial, Administración y/o afines.
- Experiencia mínima requerida de 03 años en cargos similares de preferencia en el rubro.
- Manejo de Paquete Office a nivel intermedio.

Funciones

- Es el encargado de ver todo lo relacionado a las estrategias para colocar y posicionar el producto en el mercado.
- Establecer las metas y objetivos a nivel de ventas tanto a corto como a largo plazo.
- Contactar a los clientes y llevar el control de los mismos manejando una base de datos, para de esta manera trabajar en la estrategia de fidelización.
- Manejar la tienda de cara a los clientes (En un primer momento).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

5.2.3. JEFE DE LOGÍSTICA.

- Bachiller en Ing. Industrial, Administración y/o afines.
- Experiencia mínima requerida de 03 años en cargos similares de preferencia en el rubro.
- Manejo de Paquete Office a nivel intermedio.
- Conocimiento de gestión logística y recursos humanos.

Funciones

- Mantener actualizado el inventario de las existencias y el registro de ventas.
- Identificar y definir los indicadores de costo-efectividad de las operaciones de compra/venta realizadas por la empresa.
- Realizar los procesos de compra y gestión de proveedores para la oportuna adquisición de bienes y servicios.
- Evaluar los aspectos económicos financieros que intervienen en los contratos con nuevos proveedores y clientes, y participa en las negociaciones para obtener el mayor beneficio para la empresa.

5.2.4. JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO.

- Profesional de administración, o Ingeniería Industrial y/o afines.
- Mínimo 03 años de experiencia en el manejo administrativo financiero de empresas industriales.
- Conocimiento de obligaciones tributarias y laborales.
- Manejo de Paquete Office a nivel intermedio.

Funciones

- Gestionar las actividades administrativas y financieras, controlando su adecuada ejecución, brindando soporte a todas las áreas.
- Responsable de la planificación, programación y control financiero y presupuestal.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Elaborar los estados financieros mensuales y anuales.
- Manejo de la planilla, y encargado del pago de obligaciones laborales.
- Administrar el efectivo y los seguros contratados por la empresa.

5.2.5. SECRETARIA.

- Experiencia mínima requerida de 02 años en cargos similares de preferencia en el rubro
- Manejo de Paquete Office a nivel intermedio
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Funciones

- Responsable de recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.
- Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos, sobre las facturas generadas y facturas anuladas, clasificándolas ordenadamente por tipo de transacción y número correlativo.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.
- Atención diaria de las agendas de la Gerencia.
- Recepción a clientes y llamadas telefónicas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

6. ASPECTOS LEGALES

6.1. DEFINIR EL NEGOCIO

VENTA AL POR MENOR DE APARATOS, ARTÍCULOS Y EQUIPO DE USO DOMESTICO.

6.2. CLASIFICACION DE ACUERDO AL SECTOR AL QUE PERTENECE[11]:

Sección: G Código CIIU : 5233 Espec: 00

6.3. CONSTITUCIÓN DE EMPRESA[12]:

Ley General de Sociedades Nº 26887. Es definida como:

"Quienes constituyen la sociedad, convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas."

Veamos a continuación cuáles son los pasos necesarios para formalizar o constituir legalmente una empresa.

Estos pasos son los necesarios para constituir una empresa en Perú:

a. **Búsqueda y reserva de nombre en registros públicos.**
   En primer lugar debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que queremos para nuestra empresa.

   Al momento de buscar los nombres existentes, debemos asegurarnos también de que no haya alguno que se parezca o suene igual al que queremos utilizar. Debe haber un mínimo de tres letras diferentes.

[11] http://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/
[12] http://www.crecemype.pe/portal/

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Una vez realizada la búsqueda y confirmado que no existen nombres iguales o similares al que queremos utilizar, pasamos a reservar nuestro nombre para que otra empresa no pueda inscribirse con el mismo, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

Costo por búsqueda de nombre: S/. 4.00
Costo por reserva de nombre: S/. 18.00

b. Elaboración de la minuta.

La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos.

La elaboración de la minuta de constitución deberá incluir el tipo de sociedad mercantil elegida. En el presente caso se optará por E.I.R.L.

Los elementos fundamentales de una minuta son:

- los generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
- el giro de la sociedad.
- el tipo de empresa o sociedad (E.I.R.L, S.R.L, S.A, etc.).
- el tiempo de duración de la sociedad (plazo fijo o indeterminado).
- la fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
- el lugar en donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- la denominación o razón social de la sociedad.
- el lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran).
- la persona que va a administrar o representar la sociedad.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
  - bienes dinerarios: dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc. En este caso se deberá depositar el monto en la cuenta corriente en cualquier banco a nombre de la empresa y en moneda nacional, debiendo cumplir con el mínimo que exija el banco
  - bienes no dinerarios: inmuebles o muebles tales como escritorios, mesas, sillas, etc. en este caso dentro de la misma minuta se hará una declaración jurada simple de aportaciones de Bienes en la cual se describirán estos bienes y se les asignará un valor de acuerdo al criterio de valor de mercadeo (precio actual del bien) no habiendo necesidad de adjuntar la factura de compra.
- otros acuerdos que establezcan los socios.

Costo: S/. Variable

c. Elevación de la minuta a escritura pública.

Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública.

Por lo general, los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- la constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- el certificado de Búsqueda Mercantil emitido por la Oficina de Registros Públicos de la inexistencia de una razón social igual o similar.

Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que la minuta es legal, la cual debe estar firmada y sellada por el notario.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Costo: S/. 80.00 aprox.

d. Inscribir escritura pública en registros públicos (SUNARP).

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos.

La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

Costo: S/. 1.08% U.I.T. (por derechos de calificación).
: 3/1000 del capital social (por derechos de inscripción).

e. Obtención del número de RUC.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos(actualmente es de 18%).

Ley que reduce la tasa del IGV a 18%[13].

Mediante la Ley Nº 29666 publicada el domingo 20 de febrero de 2011, el Congreso de la República ha restituido a partir del 1 de marzo de 2011 la tasa del 16% del Impuesto General a las Ventas (IGV).

Para tal efecto, la referida ley ha derogado el artículo 7º de la Ley Nº 29628, Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público para el año fiscal 2011, artículo que precisamente prorrogó el porcentaje del IGV en un 17% hasta el 31 de diciembre de 2011.

[13] TUO impuesto general a las ventas e ISC (ley N° 29491) , art. 17, inc. (a)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Debe recordarse que para efectos prácticos, la tasa que se aplicará a partir del 1 de marzo de 2011 será del 18%, en vista que a la tasa del IGV (16%) deberá agregársele el 2% por el Impuesto de Promoción Municipal (2%).

Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

Para obtener el RUC debemos acudir a la SUNAT, llenar un formulario de justificación y esperar notificación.
Con el documento que acredite el número de RUC, y luego de haber recibido la notificación de confirmación de domicilio se solicitará en las mismas oficinas de la SUNAT la autorización para imprimir los comprobantes de pago, a través del formulario 806.

En la misma SUNAT, a la vez que tramitamos la obtención del RUC, debemos determinar a qué régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), o al Régimen General.

Costo: gratuito

f. Autorización y legalización de libros.

- **Libro de planillas.-** libro donde se registra el pago mensual a los trabajadores

Requisitos:
· Solicitud de Autorización de Libros de Planillas
· Libro u hojas sueltas a ser autorizados.
· Copia del RUC.
· Pago de la tasa: 0.1 de la U.I.T. (34.50) por cada 100 hojas. (MYPE 70% de descuento)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Régimen Laboral Especial de MICROEMPRESA, solicitud de acogimiento a los beneficios de la ley Persona jurídica, Persona natural.

- **Libros de contabilidad.-** En este paso compramos los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y, posteriormente, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

Según el Régimen tributario escogido:

- Régimen Único Simplificado
  Las empresas comprendidas en este régimen no están obligadas a llevar libros contables.
- Régimen Especial
  Levaran solo registro de compras y ventas, ingreso a un registro de activos.
- Régimen General
  Llevarán libros de ingresos y gastos e inventarios y balances además por estar sujetos al Impuesto General a las Ventas deberán contar con un registro de compras y un registro de ventas e ingresos.

Costo: S/. 20.00 –S/. 40.00 cada libro

g. Inscribir trabajadores en EsSalud.

En este paso registramos a nuestros trabajadores ante el Seguro Social de Salud (EsSalud) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT.
Este registro les permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

Para inscribirse como entidad empleadora se tendrá que adjuntar Ficha de inscripción del empleador (Original y Copia).
Mostrar en Original:

- Ficha de registro RUC
- Libro de planillas visado por Ministerio de Trabajo y Promoción Social).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

- Documento de la constitución de la empresa (Testimonio inscrito en registro público).
- Licencia Municipal
- Identificar fecha de ingreso del primer trabajo.

Para inscribir a los trabajadores:

- Ficha de inscripción original y copia
- Copia del documento de identidad del trabajador
- Indicar en la ficha, la fecha de ingreso del trabajador
- Indicar el N° de RUC de la empresa con firma y sello
- Adjuntar el registro patronal

Si tengo menos de 10 trabajadores me declaro como microempresa y me acojo a los beneficios de la nueva ley MYPE (según DL N 1086, artículo 2 de la ley 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y la Pequeña Empresa).

h. Tramite de licencia municipal.

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicada físicamente nuestra empresa, y tramitamos la obtención de la licencia de funcionamiento, de acuerdo a la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento Ley Nº 28976.

Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- una fotocopia del RUC.
- un croquis de la ubicación de la empresa.
- una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- una copia de la Escritura Pública.
- el recibo de pago por derecho de licencia.
- formularios de solicitud.

En este caso nuestro negocio estará ubicado en el distrito de Jose Luis Bustamante y Rivero y las solicitudes de licencia de funcionamiento son:

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1. Formulario 331 (adjuntado en los anexos): Formulario de licencia de funcionamiento.
2. Formulario 331–A (adjuntado en los anexos): Declaración jurada observancia condiciones seguridad.
3. Formulario 331–B (adjuntado en los anexos): Declaración Jurada de Compatibilidad de Uso y zonificación y conformidad de establecimiento.

Costo: S/. 194.2 hasta 100 m2

i. Registro de marca.

MARCA A REGISTRAR:
PROVIDA S.R.L.

El registro de marcas está a cargo de la dirección de Signos Distintivos del INDECOPI.
Para el registro de marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas, y marcas de certificación, debe tenerse en cuenta los siguientes requisitos:

- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (uno de los cuales servirá de cargo). Se debe indicar los datos de identificación del solicitante (incluyendo su domicilio para que se le remitan las notificaciones).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si éste posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores, si se desea proteger los colores).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.86% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada. El monto (S/. 542.39 nuevos soles) se cancelará en la Caja del INDECOPI. Por cada clase adicional, el pago del derecho de trámite será de S/. 540.56, cuyo costo es equivalente al 14.81% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

Se deberá tener en cuenta, además, ciertos requisitos adicionales en los siguientes supuestos:

- Marcas colectivas y Marcas de certificación: se acompañará también el Reglamento de uso correspondiente.
- Nombre comercial: se señalará fecha de primer uso y se acompañará los medios de prueba que la acrediten para cada una de las actividades que se pretenda distinguir.
- Lema comercial: se indicará el signo al cual se asociará el lema comercial, indicando el número de certificado o, en su caso, el expediente de la solicitud de registro en trámite.

El usuario deberá considerar que existen ciertos **requisitos mínimos** que debe cumplir una solicitud de registro para que se le asigne fecha de presentación. Así, si en la solicitud no se consigna alguna de las siguientes informaciones:

- Los datos de identificación del solicitante, o de la persona que presenta la solicitud, que permitan efectuar las notificaciones correspondientes.
- La marca cuyo registro se solicita.
- La indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro o;
- El pago de las tasas respectivas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 43

2012

UIT: S/. 3,650.00

	TRAMITES Y FORMALIZACION PARA CREAR EMPRESA:	**COSTO**
legal	**A) Busqueda de nombre**	
	buscar en una de las oficinas de SUNARP (www.sunarp.gob.pe).	
	buscar disponibilidad de nombre	S/. 4.00
	reservar el nombre x 30 dias	S/. 18.00
	B) Elaboración de la minuta	
	un "abogado" debera elaborar la MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/. 100.00
	C) Un notario debera transcribir la minuta en una ESCRITURA PUBLICA	S/. 80.00
	*si se va a poner dinero como capital social, se deberá abrir CUENTA BANCARIA a nombre de la empresa	
	*si se va a poner activos no monetarios es necesario q se firme una declaracion jurada de bienes	
	D) El notario levantará(inscribirá) la escritura pública en el registro de personas juridicas de la SUNARP	S/. 39.42
	se debera abonar 1.08% de la UIT + 3/1000 del capital social CAPITAL SOCIAL : 63193	S/. 189.60
	(por derechos de calificación) (por derechos de inscripción)	
tributario	**E) Inscripcion de la empresa en la SUNAT**	S/. 0.00
	sacar RUC (es gratuito)	
	acogerse a cualquiera de los 3 regimenes tributarios para pagar impuestos: RUS	
	RE (regimen especial)	
	RG (regimen general)	
	solicitud de emision de tickets, boletas y/o facturas	
autorización y legalizacion de libros	**F) 1-** obtener autorización del LIBRO DE PLANILLAS ante el MINTRA tasa:1% UIT x cada 100 hojas (MYPE 70% de descuento)	S/. 10.95
	2-legalizar los LIBROS CONTABLES ante notario S/.20 - 40 cada libro	S/. 30.00
laboral	**G) Registro de trabajadores en planilla (MINTRA)**	
	1- inscribir a los trabajadores en ESSALUD (gratuito)	S/. 0.00
	si tengo menos de 10 trabajadores me declaro como microempresa y me acojo a los beneficios de la nueva ley MYPE	
	entrar a: http://www.mintra.gob.pe/ e inscribirme al REMYPE	
	*cada vez q contrate a un trabajador debo inscribirlo en el MINTRA	
municipal	**H) Licencia municipal de funcionamiento en JLByR** (MYPE Ley Nº 28976)	S/. 194.20
	puedo elegir 2 tipos de licencia: licencia temporal (tiene duracion de 1 año)	
	licencia definitiva (de duracion indefinida)	
	*licencia de avisos publicitarios(si se requiere)	
	certificado de Defensa Civil	S/. 40.00
***complementarios**	**I) Registrar nombre o marca comercial en INDECOPI**	
	buskeda de antecedentes figurativos pago: 1.07% UIT	S/. 39.06
	registro de nombre comercial pago: 14.86 % UIT	S/. 542.76
	inscripcion en RNP (registro nacional de proveedores)	
	APROX.	S/. 1,287.98

Elaboración: Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO.

7.1. ESTRUCTURA DE INVERSIONES.

7.1.1. INVERSIONES FIJAS.

Las inversiones fijas constituyen lo que luego serán los Activos Fijos de la empresa y corresponden a los bienes que pertenecen a la empresa con la única finalidad de que estos sean usados en beneficio de la firma a lo largo de su vida útil, estas inversiones comprenden:

Tabla N° 40

* **INVERSION FIJA TANGIBLE**

Edificios Construcción Terreno

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.	
5	Arrendamiento	S/. 18,000	S/. 90,000	x 5 Años
1	Adiciones y Mejoras	S/. 2,500	S/. 2,500	
		Total	**92500**	

Maquinaria

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.
1	Camioneta Mazda 1992	S/. 16,500	S/. 16,500
		Total	**S/. 16,500**

Equipo y Herramientas

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.
5	Computadora	S/. 1,250	S/. 6,250
4	Instrumentos para cursos	S/. 30	S/. 120
2	Ventiladores	S/. 70	S/. 140
1	T.V.	S/. 800	S/. 800
3	Impresoras	S/. 200	S/. 600
12	Uniformes (Camisas)	S/. 25	S/. 300
5	Papeles y utenclios de escritorio (pack)	S/. 75	S/. 375
2	Utencilios de Limpieza	S/. 55	S/. 110
		Total	**S/. 8,695**

Mobiliario

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.
3	Escritorio	S/. 650	S/. 1,950
4	Sillas de escritorio	S/. 70	S/. 280
8	Sillas convencionales	S/. 55	S/. 440
3	Andamio	S/. 85	S/. 255
2	Mostradores	S/. 800	S/. 1,600
3	Estantes archivadores	S/. 40	S/. 120
2	Pizarra	S/. 80	S/. 160
		Total	**S/. 4,805**

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 41

* **INVERSION FIJA INTANGIBLE**

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.
1	Licencias Funcionamiento Municipal	S/. 234	S/. 234
1	Constitución de la Empresa	S/. 430	S/. 430
1	Registro de Marca	S/. 582	S/. 582
1	Asesoría Legal	S/. 250	S/. 250
3	Legalización de Libros Contables	S/. 30	S/. 90
3	Impresión de comprobantes de Pago	S/. 25	S/. 75
1	Imprevistos	S/. 1,500	S/. 1,500
Elaboración Propia		***Total***	**S/. 3,161**

7.1.2. CAPITAL DE TRABAJO.

Tabla N° 42

* **CAPITAL DE TRABAJO**

Cant.	Descripción	V.U.	V.T.
1	Caja Chica	S/. 3,000	S/. 3,000
100	artículos "Higiene y Limpieza"	*S/. 127*	S/. 12,700
100	artículos "Seguridad y Bienestar"	*S/. 251*	S/. 25,100
100	artículos "Domótica y Comunicación"	*S/. 125*	S/. 12,500
80	artículos "Ortopedia"	*S/. 166*	S/. 13,280
100	artículos "Ocio y Recreación"	*S/. 164*	S/. 16,400
300	Bolsas con diseño de la empresa	*S/. 0.2*	S/. 56
1	Capacitación de Instructores	*S/. 40*	S/. 40
2	Capacitación Vendedores - Atención Cliente	*S/. 60*	S/. 120
Elaboración Propia		***Total***	S/. 83,195.50
		Sin caja chica	S/. 80,195.5

7.1.3. RESUMEN DE INVERSIONES.

Tabla N° 43

* **RESUMEN DE INVESIONES**

RESUMEN DE INVERSIONES	Cuantía	%	APORTE PROPIO	FINANCIAMIENTO
INVERSION FIJA TANGIBLE	S/. 122,500.0	35%	S/. 42,875.0	**S/. 79,625.0**
INVERSION FIJA INTANGIBLE	S/. 3,161.0	80%	S/. 2,528.8	**S/. 632.2**
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 83,195.5	35%	S/. 29,118.4	**S/. 54,077.1**
TOTAL INVERSION	**S/. 208,857**		**S/. 74,522**	**S/. 134,334.3**
Elaboración Propia	**100%**		**35.7%**	**64.3%**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7.2. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.

La depreciación es la pérdida de valor originada por el desgaste o agotamiento de los bienes, al haber sido puestos en estado de explotación. Para la depreciación, la ley ha fijado de forma expresa la vida útil de cada uno de ellos, mientras que los intangibles y los activos diferidos, se amortizan según la naturaleza y condiciones de cada uno de ellos, y en por lo general el nivel de amortización se fija según el criterio del comerciante o empresa.

Por articulo N° 38, ley de Impuesto a la Renta (Decreto Supremo N° 179 - 2004 - EF).[14]

Tabla N° 44

DEPRECIACIÓN - Inv. Fija Tangible **se fija segun ley*

ITEMS	Tasas	Inversión Fija	2013	2014	2015	2016	2017	Valor Residual
Camioneta Mazda 1992	20%	S/. 16,500	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300	**S/. 0**
Computadora	25%	S/. 6,250	S/. 1,563	S/. 1,563	S/. 1,563	S/. 1,563	S/. 0	**S/. 0**
Ventiladores	10%	S/. 140	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 14	**S/. 70**
T.V.	10%	S/. 800	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	**S/. 400**
Impresoras	10%	S/. 600	S/. 60	S/. 60	S/. 60	S/. 60	S/. 60	**S/. 300**
Escritorio	10%	S/. 1,950	S/. 195	S/. 195	S/. 195	S/. 195	S/. 195	**S/. 975**
Sillas de escritorio	10%	S/. 280	S/. 28	S/. 28	S/. 28	S/. 28	S/. 28	**S/. 140**
Sillas convencionales	10%	S/. 440	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 44	**S/. 220**
Andamio	10%	S/. 255	S/. 26	S/. 26	S/. 26	S/. 26	S/. 26	**S/. 128**
Mostradores	10%	S/. 1,600	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160	**S/. 800**
Estantes archivadores	10%	S/. 120	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	**S/. 60**
Pizarra	10%	S/. 160	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	**S/. 80**
TOTAL Deprec.			S/. 5,497	S/. 5,497	S/. 5,497	S/. 5,497	S/. 3,935	**S/. 3,173** *T.Valor Residual*
Elaboración Propia		*ACUMULADO*	**S/. 5,497**	**S/. 10,994**	**S/. 16,491**	**S/. 21,988**	**S/. 25,923**	

[14] TUO impuesto general a las ventas e ISC (ley N° 29491) – Cap. VI , art. 38

Tabla N° 45

AMORTIZACIÓN - Inv. Fija Intangible **se fija según en criterio de la empresa*

TOTAL INTANGIBLES	2013	2014	2015	2016	2017	Valor Residual
3161.0	632.2	632.2	632.2	632.2	632.2	0
ACUMULADO	**632.2**	**1264.4**	**1896.6**	**2528.8**	**3161.0**	0

Elaboración Propia

Tabla N° 46

DEPRECIACIÓN + AMORTIZACIÓN POR AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
Sumatoria al Estado de Resultados	**S/. 6,129**	**S/. 6,129**	**S/. 6,129**	**S/. 6,129**	**S/. 4,567**

DEPRECIACIÓN + AMORTIZACIÓN ACUMULADA	2013	2014	2015	2016	2017
Sumatoria al Estado Balance General	S/. 6,129	S/. 12,258	S/. 18,388	S/. 24,517	S/. 29,084

Elaboración Propia

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

7.3. FINANCIAMIENTO.

Como muestra de las fuentes de recursos financieros necesarios para cubrir los requerimientos para la ejecución y operación se señalan los montos para ser financiados tanto de los activos fijos y del capital de trabajo; además de ello las cuotas de pago mensual y demás indicadores.

a. COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL[15].

Acumulación de opciones de inversión tomando en cuenta solo el monto de financiamiento propio.

Tabla N° 47

COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

ALTER. DE INVERSION	MONTO	% INVER.	RENT. INV.	RENT POND	
Caja Municipal Arequipa	S/. 14,904	20.00%	6.42%	1.3%	
FINANCIERA CREAR	S/. 18,631	25.00%	7.67%	1.9%	
CAJA MUNICIPAL TACNA	S/. 22,357	30.00%	7.66%	2.3%	
FINANCIERA CONFIANZA	S/. 18,631	25.00%	6.44%	1.6%	
TOTAL	**S/. 74,522**	**100%**		**7.1%**	***C.O.K.***

b. TASA DE DESCUENTO.

Acumulación de opciones de inversión considerando el aporte propio y el financiamiento de terceros.

Tabla N° 48

TASA DE DESCUENTO

	MONTO	REPRESENTA	TASA	T. DESC	
APORTE PROPIO	**S/. 74,522**	35.7%	**7.1%**	2.54%	
FIN. ACTIVOS FIJOS	S/. 80,257	38.4%	32.9%	12.65%	
FIN. CAPITAL DE TRABAJO	S/. 54,077	25.9%	37.00%	9.58%	
	S/. 208,857	**100%**		**24.77%**	**T. DE DESCUENTO**

Elaboración Propia

[15] Azofra Palenzulea, 1987, estructura de capital de la empresa: factores explicativos , pág. 67

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

c. TASA DE INTERES.

Tasas de Interés Efectiva Anual de entidades bancarias, financieras, cajas municipales y Edy-pymes, en la modalidad de cuentas de ahorro y cuentas a plazo fijo señaladas para determinar el Costo de oportunidad de Capital.

Tabla N° 49

TASA DE INTERES DEPOSITO SBS

CUENTA DE AHORRO - MONEDA NACIONAL

ENTIDAD	T.I.E. Anual
B. INTERAMERICANO FINANZAS	1.50%
BANCO AZTECA	1.00%
BANCO CONTINENTAL	1.15%
BANCO FALABELLA	3.50%
BANCO COMERCIO	1.25%
HSBC	1.25%
CAJA MUNICIPAL AREQUIPA	1.50%
CAJA MUNICIPAL ICA	1.90%

Elaboración Propia

Tabla N° 50

CUENTA A PLAZO FIJO - MONEDA NACIONAL Anual

ENTIDAD	T.I.E. Anual
CREDISCOTIA FINANCIERA	4.69%
AMÉRIKA FINANCIERA	4.64%
FINANCIERA TFC	5.95%
FINANCIERA EDYFICAR	4.44%
FINANCIERA CREAR	***7.67%***
FINANCIERA CONFIANZA	**6.44%**
CAJA MUNICIPAL AREQUIPA	**6.42%**
CAJA MUNICIPAL CUSCO	5.95%
CAJA PIURA	6.19%
CAJA MUNICIPAL SULLANA	6.11%
CAJA MUNICIPAL TACNA	***7.66%***

Fuente:
www.sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=154

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 51

TABLA DE AMORTIZACION ACTIVOS FIJOS

COSTO DEL ACTIVO **(P)**	C.A.	80257
TASA DE DESCUENTO	r	

ADQUISICION			
COSTO DEL PRESTAMO :	i	2.74%	Mensual
PLAZO PRESTAMO :	n	60	Meses (5 Años)
ó TAMBIEN :	FACTOR	29.26575	((1-(1+i)^-n)/i)
CUOTA PRESTAMO :	R	**S/. 2,742**	Cuota mensual

$$R = \frac{P * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

2742 formula completa

R

PERIODO	PRINCIPAL	CUOTA PRESTAMO	INTERESES	AÑO INTERES	AMORTIZACION	AMORTIZACION ANUAL	SALDO FINAL
1	S/. 80,257	S/. 2,742	S/. 2,202		S/. 541		S/. 79,717
2	S/. 79,717	S/. 2,742	S/. 2,187		S/. 555		S/. 79,161
3	S/. 79,161	S/. 2,742	S/. 2,172		S/. 571		S/. 78,590
4	S/. 78,590	S/. 2,742	S/. 2,156		S/. 586		S/. 78,004
5	S/. 78,004	S/. 2,742	S/. 2,140		S/. 602		S/. 77,402
6	S/. 77,402	S/. 2,742	S/. 2,123		S/. 619		S/. 76,783
7	S/. 76,783	S/. 2,742	S/. 2,106		S/. 636		S/. 76,147
8	S/. 76,147	S/. 2,742	S/. 2,089		S/. 653		S/. 75,493
9	S/. 75,493	S/. 2,742	S/. 2,071		S/. 671		S/. 74,822
10	S/. 74,822	S/. 2,742	S/. 2,053		S/. 690		S/. 74,132
11	S/. 74,132	S/. 2,742	S/. 2,034		S/. 709		S/. 73,424
12	S/. 73,424	S/. 2,742	S/. 2,014	**S/. 25,347**	S/. 728	**S/. 7,562**	S/. 72,695

13	S/. 72,695	S/. 2,742	S/. 1,994		S/. 748		S/. 71,947
14	S/. 71,947	S/. 2,742	S/. 1,974		S/. 769		S/. 71,179
15	S/. 71,179	S/. 2,742	S/. 1,953		S/. 790		S/. 70,389
16	S/. 70,389	S/. 2,742	S/. 1,931		S/. 811		S/. 69,578
17	S/. 69,578	S/. 2,742	S/. 1,909		S/. 834		S/. 68,744
18	S/. 68,744	S/. 2,742	S/. 1,886		S/. 856		S/. 67,888
19	S/. 67,888	S/. 2,742	S/. 1,862		S/. 880		S/. 67,008
20	S/. 67,008	S/. 2,742	S/. 1,838		S/. 904		S/. 66,103
21	S/. 66,103	S/. 2,742	S/. 1,813		S/. 929		S/. 65,175
22	S/. 65,175	S/. 2,742	S/. 1,788		S/. 954		S/. 64,220
23	S/. 64,220	S/. 2,742	S/. 1,762		S/. 981		S/. 63,240
24	S/. 63,240	S/. 2,742	S/. 1,735	**S/. 22,445**	S/. 1,007	**S/. 10,463**	S/. 62,232
25	S/. 62,232	S/. 2,742	S/. 1,707		S/. 1,035		S/. 61,197
26	S/. 61,197	S/. 2,742	S/. 1,679		S/. 1,064		S/. 60,133
27	S/. 60,133	S/. 2,742	S/. 1,650		S/. 1,093		S/. 59,041
28	S/. 59,041	S/. 2,742	S/. 1,620		S/. 1,123		S/. 57,918
29	S/. 57,918	S/. 2,742	S/. 1,589		S/. 1,153		S/. 56,765
30	S/. 56,765	S/. 2,742	S/. 1,557		S/. 1,185		S/. 55,579
31	S/. 55,579	S/. 2,742	S/. 1,525		S/. 1,218		S/. 54,362
32	S/. 54,362	S/. 2,742	S/. 1,491		S/. 1,251		S/. 53,111
33	S/. 53,111	S/. 2,742	S/. 1,457		S/. 1,285		S/. 51,825
34	S/. 51,825	S/. 2,742	S/. 1,422		S/. 1,321		S/. 50,505
35	S/. 50,505	S/. 2,742	S/. 1,386		S/. 1,357		S/. 49,148
36	S/. 49,148	S/. 2,742	S/. 1,348	**S/. 18,430**	S/. 1,394	**S/. 14,478**	S/. 47,754
37	S/. 47,754	S/. 2,742	S/. 1,310		S/. 1,432		S/. 46,322
38	S/. 46,322	S/. 2,742	S/. 1,271		S/. 1,472		S/. 44,850
39	S/. 44,850	S/. 2,742	S/. 1,230		S/. 1,512		S/. 43,338
40	S/. 43,338	S/. 2,742	S/. 1,189		S/. 1,553		S/. 41,785
41	S/. 41,785	S/. 2,742	S/. 1,146		S/. 1,596		S/. 40,189
42	S/. 40,189	S/. 2,742	S/. 1,103		S/. 1,640		S/. 38,549
43	S/. 38,549	S/. 2,742	S/. 1,058		S/. 1,685		S/. 36,864

44	S/. 36,864	S/. 2,742	S/. 1,011		S/. 1,731		S/. 35,133
45	S/. 35,133	S/. 2,742	S/. 964		S/. 1,779		S/. 33,354
46	S/. 33,354	S/. 2,742	S/. 915		S/. 1,827		S/. 31,527
47	S/. 31,527	S/. 2,742	S/. 865		S/. 1,877		S/. 29,649
48	S/. 29,649	S/. 2,742	S/. 813	**S/. 12,875**	S/. 1,929	**S/. 20,033**	S/. 27,720
49	S/. 27,720	S/. 2,742	S/. 760		S/. 1,982		S/. 25,739
50	S/. 25,739	S/. 2,742	S/. 706		S/. 2,036		S/. 23,702
51	S/. 23,702	S/. 2,742	S/. 650		S/. 2,092		S/. 21,610
52	S/. 21,610	S/. 2,742	S/. 593		S/. 2,150		S/. 19,461
53	S/. 19,461	S/. 2,742	S/. 534		S/. 2,208		S/. 17,252
54	S/. 17,252	S/. 2,742	S/. 473		S/. 2,269		S/. 14,983
55	S/. 14,983	S/. 2,742	S/. 411		S/. 2,331		S/. 12,652
56	S/. 12,652	S/. 2,742	S/. 347		S/. 2,395		S/. 10,256
57	S/. 10,256	S/. 2,742	S/. 281		S/. 2,461		S/. 7,796
58	S/. 7,796	S/. 2,742	S/. 214		S/. 2,529		S/. 5,267
59	S/. 5,267	S/. 2,742	S/. 144		S/. 2,598		S/. 2,669
60	S/. 2,669	S/. 2,742	S/. 73	**S/. 5,188**	S/. 2,669	**S/. 27,720**	S/. 0

Elaboración Propia

EE.PP.GG.

FLUJO DE CAJA.

*intereses que van a los estados financieros respectivos

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla N° 52

TASA DE FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

ENTIDAD BANCARIA O FINANCIERA	T.I.E. Anual
BANCO CONTINENTAL	45.00%
BANCO DE CRÉDITO	37.00%
MIBANCO	59.00%
SCOTIABANK	35.00%
CREDISCOTIA FINANCIERA	37.00%
FINANCIERA CREAR	56.00%
CAJA MUNICIPAL AREQUIPA	34.48%
CAJA MUNICIPAL CUSCO	34.49%
CAJA SULLANA	***32.92%***
CAJA TACNA	37.67%
EDPYME NUEVA VISION	38.48%
PRO EMPRESA	40.92%
SOLIDARIDAD	40.92%

Fuente: http://www.sbs.gob.pe/download/TipoTasa/files/00084_2.htm

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Tabla N° 53

TABLA DE AMORTIZACION CAPITAL DE TRABAJO

COSTO DEL ACTIVO	C.A.	54077
TASA DE DESCUENTO	r	

COSTO DEL PRESTAMO :	i	3.08%	Mensual
PLAZO PRESTAMO :	n	12	Un año
ó TAMBIEN :	FACTOR	9.90	((1-(1+i)^-n)/i)
CUOTA PRESTAMO :	R	**5460**	Cuota

R

MES	PRINCIPAL	CUOTA PRESTAMOS	INTERESES	AÑO INTERESES	AMORTIZACION	AÑO AMORTIZACION	SALDO FINAL
1	S/. 54,077	S/. 5,460	S/. 1,667		S/. 3,792		S/. 50,285
2	S/. 50,285	S/. 5,460	S/. 1,550		S/. 3,909		S/. 46,375
3	S/. 46,375	S/. 5,460	S/. 1,430		S/. 4,030		S/. 42,346
4	S/. 42,346	S/. 5,460	S/. 1,306		S/. 4,154		S/. 38,191
5	S/. 38,191	S/. 5,460	S/. 1,178		S/. 4,282		S/. 33,909
6	S/. 33,909	S/. 5,460	S/. 1,046		S/. 4,414		S/. 29,495
7	S/. 29,495	S/. 5,460	S/. 909		S/. 4,550		S/. 24,945
8	S/. 24,945	S/. 5,460	S/. 769		S/. 4,691		S/. 20,254
9	S/. 20,254	S/. 5,460	S/. 625		S/. 4,835		S/. 15,419
10	S/. 15,419	S/. 5,460	S/. 475		S/. 4,984		S/. 10,434
11	S/. 10,434	S/. 5,460	S/. 322		S/. 5,138		S/. 5,296
12	S/. 5,296	S/. 5,460	S/. 163	**S/. 11,440**	S/. 5,296	S/. 54,077	S/. 0

Elaboración Propia

EE.PP.GG.

FLUJO DE CAJA.

*intereses que van a los estados financieros respectivos

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Tabla N° 54

TASA DE FINANCIAMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO

ENTIDAD BANCARIA O FINANCIERA	T.I.E. Anual
BANCO DE COMERCIO	**37.00%**
BANCO DE CRÉDITO	57.00%
INTERBANK	55.00%
SCOTIABANK	42.00%
CREDISCOTIA FINANCIERA	43.00%
FINANCIERA CONFIANZA	45.93%
FINANCIERA CREAR	61.77%
CAJA MUNICIPAL AREQUIPA	39.29%
CAJA MUNICIPAL CUSCO	37.67%
CAJA MUNICIPAL SULLANA	42.58%
CAJA MUNICIPAL TACNA	40.92%
EDPYME NUEVA VISION	40.76%
PRO EMPRESA	44.25%

Fuente: http://w w w .sbs.gob.pe/dow nload/TipoTasa/files/00080_2.htm

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7.4. PRODUCTOS

Por ser un proyecto de comercialización se cuenta con productos terminados (Materia Prima Directa).

7.4.1. CATEGORIA "HIGIENE Y LIMPIEZA".

Tabla N° 55

Cantidad

AÑOS	CANTIDAD	HIGIENE Y LIMPIEZA: elevador de asiento de inodoro con reposabrazos	elevador inodoro con reposabrazos	barra movil con ventosas	travesero empapador	Cantidad Productos	SUBTOTAL
		5%	5%	5%	5%		20%
2013	6,942	347	347	347	347	1,388	
2014	7,020	351	351	351	351	1,404	
2015	7,089	354	354	354	354	1,418	
2016	7,150	357	357	357	357	1,430	
2017	7,204	360	360	360	360	1,441	
	COSTOS x U.	S/. 200	S/. 146	S/. 116	S/. 45	S/. 127	

costo promedio

MATERIA PRIMA EN S/.

AÑOS		HIGIENE Y LIMPIEZA: elevador de asiento de inodoro con	elevador inodoro con reposabrazos	barra movil con ventosas	travesero empapador	TOTAL ANUAL EN PRODUCTOS S/.	TOTAL MENSUAL EN PRODUCTOS S/.	COSTO PROMEDIO S/.	COSTO UNITARIO x PROD. S/.
		S/.	S/.	S/.	S/.				
2013	MATERIALES	S/. 69,424	S/. 50,680	S/. 40,266	S/. 15,621	**S/. 175,991**	S/. 14,666	S/. 156	150.5
2014		S/. 70,205	S/. 51,250	S/. 40,719	S/. 15,796	**S/. 177,969**	S/. 14,831	S/. 156	150.5
2015		S/. 70,888	S/. 51,748	S/. 41,115	S/. 15,950	**S/. 179,701**	S/. 14,975	S/. 156	150.5
2016		S/. 71,496	S/. 52,192	S/. 41,468	S/. 16,087	**S/. 181,243**	S/. 15,104	S/. 156	150.5
2017		S/. 72,045	S/. 52,592	S/. 41,786	S/. 16,210	**S/. 182,633**	S/. 15,219	S/. 156	150.5

nota: el **costo promedio** es el promedio de todos los costos de los productos que se adquirieron al proveedor
el **costo unitario por producto** es la suma de: el total anual en productos (S/.) de cada año de todas las categorias ENTRE la suma de el total de cantidad de productos de cada año

7.4.2. CATEGORIA "SEGURIDAD Y BIENESTAR".

Tabla N° 56

Cantidad de productos por comprar

Q

AÑOS	CANTIDAD	SEGURIDAD Y BIENESTAR				Cantidad Productos	SUBTOTAL
		colchon viscoelastico antiescaras	mesita auxiliar	calienta camas electrico	plato termodinamico + masticador de carne		
		3%	5%	5%	8%		21%
2013	6,942	208	347	347	555	1,458	
2014	7,020	211	351	351	562	1,474	
2015	7,089	213	354	354	567	1,489	
2016	7,150	214	357	357	572	1,501	
2017	7,204	216	360	360	576	1,513	
	COSTOS x U.	S/. 431	S/. 153	S/. 159	S/. 159	S/. 226	

costo promedio

MATERIA PRIMA EN S/.

S/.

AÑOS		SEGURIDAD Y BIENESTAR				TOTAL ANUAL EN PRODUCTOS S/.	TOTAL MENSUAL EN PRODUCTOS S/.	COSTO S/.	COSTO UNITARIO x PROD. S/.
		colchon viscoelastico antiescaras	mesita auxiliar	calienta camas electrico	plato termodinamico + masticador de				
		S/.	S/.	S/.	S/.				
2013	MATERIALES	S/. 89,766	S/. 53,110	S/. 55,192	S/. 88,308	S/. 286,376	S/. 23,865	S/. 156	150.5
2014		S/. 90,775	S/. 53,707	S/. 55,813	S/. 89,301	S/. 289,595	S/. 24,133	S/. 156	150.5
2015		S/. 91,658	S/. 54,229	S/. 56,356	S/. 90,170	S/. 292,413	S/. 24,368	S/. 156	150.5
2016		S/. 92,445	S/. 54,695	S/. 56,839	S/. 90,943	S/. 294,922	S/. 24,577	S/. 156	150.5
2017		S/. 93,154	S/. 55,114	S/. 57,275	S/. 91,641	S/. 297,184	S/. 24,765	S/. 156	150.5

7.4.3. CATEGORIA "DOMOTICA Y COMUNICACIÓN".

Tabla N° 57

Cantidad de productos por comprar

AÑOS	CANTIDAD	DOMOTICA Y COMUNICACIÓN				Cantidad Productos	SUBTOTAL
		timbre portatil	mirilla digital para puertas + fotos	telefono con grandes teclas y botones graficos	telefono movil sencillo con localizador GPS		
		5%	8%	6%	5%		24%
2013	6,942	347	555	417	347	1,666	
2014	7,020	351	562	421	351	1,685	
2015	7,089	354	567	425	354	1,701	
2016	7,150	357	572	429	357	1,716	
2017	7,204	360	576	432	360	1,729	

COSTOS x U.	S/. 47	S/. 177	S/. 79	S/. 196	S/. 125

costo promedio

MATERIA PRIMA EN S/.

AÑOS		DOMOTICA Y COMUNICACIÓN				TOTAL ANUAL EN PRODUCTOS S/.	TOTAL MENSUAL EN PRODUCTOS S/.	COSTO S/.	COSTO UNITARIO x PROD. S/.
		timbre portatil	mirilla digital para puertas + fotos	telefono con grandes teclas y botones graficos	telefono movil sencillo con localizador GPS				
		S/.	S/.	S/.	S/.				
2013	MATERIALES	S/. 16,315	S/. 98,305	S/. 32,907	S/. 68,036	S/. 215,563	S/. 17,964	S/. 156	150.5
2014		S/. 16,498	S/. 99,410	S/. 33,277	S/. 68,801	S/. 217,986	S/. 18,166	S/. 156	150.5
2015		S/. 16,659	S/. 100,377	S/. 33,601	S/. 69,470	S/. 220,107	S/. 18,342	S/. 156	150.5
2016		S/. 16,802	S/. 101,239	S/. 33,889	S/. 70,066	S/. 221,996	S/. 18,500	S/. 156	150.5
2017		S/. 16,930	S/. 102,015	S/. 34,149	S/. 70,604	S/. 223,698	S/. 18,642	S/. 156	150.5

7.4.4. CATEGORIA "ORTOPEDIA".

Tabla N° 58

Cantidad de productos por comprar

Q

AÑOS	CANTIDAD	ORTOPEDIA				Cantidad Productos	SUBTOTAL
		saco termico	baston asiento verde	andador con asiento 2 ruedas	asiento ayuda de 43 a 100 kg		
		4%	4%	4%	4%		16%
2013	6,942	278	278	278	278	1,111	
2014	7,020	281	281	281	281	1,123	
2015	7,089	284	284	284	284	1,134	
2016	7,150	286	286	286	286	1,144	
2017	7,204	288	288	288	288	1,153	
	COSTOS x U.	S/. 138	S/. 54	S/. 163	S/. 309	S/. 166	

costo promedio

MATERIA PRIMA EN S/.

S/.

AÑOS		ORTOPEDIA				TOTAL ANUAL EN PRODUCTOS S/.	TOTAL MENSUAL EN PRODUCTOS S/.	COSTO S/.	COSTO UNITARIO x PROD. S/.
		saco termico	baston asiento verde	andador con asiento 2 ruedas	asiento ayuda de 43 a 100 kg				
		S/.	S/.	S/.	S/.				
2013	MATERIALES	S/. 38,322	S/. 14,996	S/. 45,265	S/. 85,809	S/. 184,391	S/. 15,366	S/. 156	150.5
2014		S/. 38,753	S/. 15,164	S/. 45,774	S/. 86,773	S/. 186,464	S/. 15,539	S/. 156	150.5
2015		S/. 39,130	S/. 15,312	S/. 46,219	S/. 87,618	S/. 188,279	S/. 15,690	S/. 156	150.5
2016		S/. 39,466	S/. 15,443	S/. 46,615	S/. 88,369	S/. 189,894	S/. 15,824	S/. 156	150.5
2017		S/. 39,769	S/. 15,562	S/. 46,973	S/. 89,047	S/. 191,350	S/. 15,946	S/. 156	150.5

7.4.5. CATEGORIA "OCIO Y RECREACIÓN".

Tabla N° 59

Cantidad de productos por comprar

Q

AÑOS	CANTIDAD	OCIO Y RECREACION				Cantidad Productos	SUBTOTAL
		gafas maxdetail	lupa libre de distorsion a cualkier distancia	localizador de objetos	amplificador de sonido de TV con auricular		
		4%	5%	5%	5%		19%
2013	6,942	278	347	347	347	1,319	
2014	7,020	281	351	351	351	1,334	
2015	7,089	284	354	354	354	1,347	
2016	7,150	286	357	357	357	1,358	
2017	7,204	288	360	360	360	1,369	
	COSTOS x U.	S/. 147	S/. 129	S/. 77	S/. 203	S/. 139	

costo promedio

100%

TOTAL

MATERIA PRIMA EN S/.

S/.

AÑOS		OCIO Y RECREACION				TOTAL ANUAL EN PRODUCTOS S/.	TOTAL MENSUAL EN PRODUCTOS S/.	COSTO S/.	COSTO UNITARIO x PROD. S/.
		gafas maxdetail	lupa libre de distorsion a cualkier	localizador de objetos	amplificador de sonido de TV con auricular				
		S/.	S/.	S/.	S/.				
2013	MATERIALES	S/. 40,822	S/. 44,779	S/. 26,728	S/. 70,466	S/. 182,795	S/. 15,233	S/. 156	150.5
2014		S/. 41,280	S/. 45,282	S/. 27,029	S/. 71,258	S/. 184,850	S/. 15,404	S/. 156	150.5
2015		S/. 41,682	S/. 45,723	S/. 27,292	S/. 71,951	S/. 186,648	S/. 15,554	S/. 156	150.5
2016		S/. 42,040	S/. 46,115	S/. 27,526	S/. 72,569	S/. 188,249	S/. 15,687	S/. 156	150.5
2017		S/. 42,362	S/. 46,469	S/. 27,737	S/. 73,125	S/. 189,693	S/. 15,808	S/. 156	150.5

7.5. COSTOS.

7.5.1. COSTOS DE FABRICACIÓN O PRODUCCIÓN:

Conformados por costos directos entre ellos Mano de Obra directa y Materia Prima directa; por la naturaleza de la empresa de comercialización no se consigna Mano de Obra directa; y en el caso de las materias primas se consigna el costo de los productos terminados.

a. COSTOS DIRECTOS.

Tabla N° 60

MOD	MANO DE OBRA DIRECTA - Por ser un Proyecto de Comercialización no se cuenta con mano de obra directa							
	TRABAJADORES	Cantidad	Sueldo	2013	2014	2015	2016	2017
		0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0
	Subtotal		0	0	0	0	0	0
	TOTAL	0	0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0

Elaboración Propia

Tabla N° 61

MPD	MATERIA PRIMA DIRECTA - Productos terminados							
	DESCRIPCION			2013	2014	2015	2016	2017
higiene y limpieza	elevador de asiento de inodoro con reposabrazos			S/. 69,424	S/. 70,205	S/. 70,888	S/. 71,496	S/. 72,045
	elevador inodoro con reposabrazos			S/. 50,680	S/. 51,250	S/. 51,748	S/. 52,192	S/. 52,592
	barra movil con ventosas			S/. 40,266	S/. 40,719	S/. 41,115	S/. 41,468	S/. 41,786
	travesero empapador			S/. 15,621	S/. 15,796	S/. 15,950	S/. 16,087	S/. 16,210
seguridad, bienestar	colchón viscoelástico antiescaras			S/. 89,766	S/. 90,775	S/. 91,658	S/. 92,445	S/. 93,154
	mesita auxiliar			S/. 53,110	S/. 53,707	S/. 54,229	S/. 54,695	S/. 55,114
	calienta camas electrico			S/. 55,192	S/. 55,813	S/. 56,356	S/. 56,839	S/. 57,275
	plato termodinamico + masticador de carne			S/. 88,308	S/. 89,301	S/. 90,170	S/. 90,943	S/. 91,641
domotica	timbre portatil			S/. 16,315	S/. 16,498	S/. 16,659	S/. 16,802	S/. 16,930
	mirilla digital para puertas + fotos			S/. 98,305	S/. 99,410	S/. 100,377	S/. 101,239	S/. 102,015
	teléfono con grandes teclas y botones gráficos			S/. 32,907	S/. 33,277	S/. 33,601	S/. 33,889	S/. 34,149
	telefono movil sencillo con localizador GPS			S/. 68,036	S/. 68,801	S/. 69,470	S/. 70,066	S/. 70,604
ortopedia	saco térmico			S/. 38,322	S/. 38,753	S/. 39,130	S/. 39,466	S/. 39,769
	bastón asiento verde			S/. 14,996	S/. 15,164	S/. 15,312	S/. 15,443	S/. 15,562
	andador con asiento 2 ruedas			S/. 45,265	S/. 45,774	S/. 46,219	S/. 46,615	S/. 46,973
	asiento ayuda de 43 a 100 kg			S/. 85,809	S/. 86,773	S/. 87,618	S/. 88,369	S/. 89,047
ocio, recreacion	gafas maxdetail			S/. 40,822	S/. 41,280	S/. 41,682	S/. 42,040	S/. 42,362
	lupa libre de distorsion a cualkier distancia			S/. 44,779	S/. 45,282	S/. 45,723	S/. 46,115	S/. 46,469
	localizador de objetos			S/. 26,728	S/. 27,029	S/. 27,292	S/. 27,526	S/. 27,737
	amplificador de sonido de TV con auricular			S/. 70,466	S/. 71,258	S/. 71,951	S/. 72,569	S/. 73,125
	TOTAL			S/. 1,045,116	S/. 1,056,865	S/. 1,067,149	S/. 1,076,303	S/. 1,084,558
		costo cuatrimestral - (inc. IGV)		348371.9	352288.2	355716.2	358767.6	361519.4
*	TOTAL COSTO DIRECTO O COSTO PRIMO			S/. 1,045,116	S/. 1,056,865	S/. 1,067,149	S/. 1,076,303	S/. 1,084,558

Elaboración Propia

b. COSTOS INDIRECTOS.

Tabla N° 62

MOI	COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA - Por ser un Proyecto de Comercialización no se cuenta con mano de obra indirecta							
	Puestos de Trabajo	Mes	Sueldo	2013	2014	2015	2016	2017
		1	0	0	0	0	0	0
	SUBTOTAL		0	0	0	0	0	0
	30%			0	0	0	0	0
30.0%	TOTAL	1	0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0

Elaboración Propia

Tabla N° 63

GI	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	TOTAL CUATRIMESTRAL	TOTAL ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017
	Mantenimiento Camioneta Mazda	S/. 230	S/. 690	S/. 690	S/. 690	S/. 690	S/. 690	S/. 690
	Combustible Transporte de mercancías DELIVERY	S/. 750	S/. 2,250	S/. 2,250	S/. 2,250	S/. 2,250	S/. 2,250	S/. 2,250
	TOTAL	S/. 750	S/. 2,250	S/. 2,940	S/. 2,940	S/. 2,940	S/. 2,940	S/. 2,940

Elaboración Propia

Tabla N° 64

	OTROS ADICIONALES DE FABRICACIÓN	MENSUAL	ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017
	Electricidad e Internet	S/. 100	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
	Mantenimiento de Almacén	S/. 10	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120
0.5%	FLETE 1% Lima-arequipa			S/. 5,226	S/. 5,284	S/. 5,336	S/. 5,382	S/. 5,423
	TOTAL	S/. 110	S/. 1,320	S/. 6,546	S/. 6,604	S/. 6,656	S/. 6,702	S/. 6,743

*	TOTAL OTROS GASTOS INDIRECTOS	S/. 9,486	S/. 9,544	S/. 9,596	S/. 9,642	S/. 9,683

Elaboración Propia

c. COSTOS TOTALES DE FABRICACIÓN.

Tabla N° 65

COSTOS DE FABRICACIÓN O PRODUCCIÓN					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
MATERIA PRIMA DIRECTA	S/. 1,045,116	S/. 1,056,865	S/. 1,067,149	S/. 1,076,303	S/. 1,084,558
GASTOS DE FABRICACION	S/. 9,486	S/. 9,544	S/. 9,596	S/. 9,642	S/. 9,683
COSTO DE PRODUCCION	S/. 1,054,601	S/. 1,066,409	S/. 1,076,744	S/. 1,085,944	S/. 1,094,241

COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD O CV_U	S/. 151.9	**2013**
COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD O CV_U	S/. 151.9	**2014**
COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD O CV_U	S/. 151.9	**2015**
COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD O CV_U	S/. 151.9	**2016**
COSTO DE FABRICACIÓN POR UNIDAD O CV_U	S/. 151.9	**2017**

Elaboración Propia

7.5.2. GASTOS DE OPERACIÓN:

Son todos aquellos costos que hacen posible la actividad de la empresa, estos clasificados en gastos de administración, ventas y financieros; como se consigna en los siguientes cuadros.

a. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.

Tabla N° 66

GASTOS DE ADMINISTRACION											
		S.N.P.	V Categoria	EsSalud	Asignación Familiar	Neto a Pagar					
Personal	**Remuneración mensual bruta**	**9%**	**15%**	**9%**	**S/. 50**	**S/.**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Gerente General	S/. 2,500	S/. 225	S/. 118	S/. 225	S/. 50	S/. 2,206.8	S/. 35,000	S/. 37,450	S/. 40,072	S/. 42,877	S/. 45,878
Secretaria	S/. 750	S/. 68	S/. 0	S/. 68	S/. 50	S/. 732.5	S/. 10,500	S/. 11,235	S/. 12,021	S/. 12,863	S/. 13,763
Jefe de Marketing y Ventas	S/. 1,500	S/. 135	S/. 0	S/. 135	S/. 50	S/. 1,415.0	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000
Jefe de Logistica	S/. 1,500	S/. 135	S/. 0	S/. 135	S/. 50	S/. 1,415.0	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000	S/. 21,000
asistente logistico	S/. 800	S/. 72	S/. 0	S/. 72	S/. 0	S/. 728.0	S/. 11,200	S/. 11,200	S/. 11,200	S/. 11,200	S/. 11,200
Jefe de Administración Financiera	S/. 1,500	S/. 135	S/. 0	S/. 135	S/. 50	S/. 1,415.0	S/. 21,000	S/. 22,470	S/. 24,043	S/. 25,726	S/. 27,527
Mantenimiento Computadoras	S/. 55						S/. 660	S/. 660	S/. 660	S/. 660	S/. 660
Total	**S/. 8,605**	S/. 770	S/. 118	S/. 770	S/. 250	**S/. 7,912**	**S/. 120,360**	**S/. 125,015**	**S/. 129,996**	**S/. 135,325**	**S/. 141,028**

Elaboración Propia

b. GASTOS DE VENTAS.

Tabla N° 67

	GASTOS DE VENTAS		S.N.P.	V Categoria	EsSalud	Asignación Familiar	Neto a Pagar					
	GASTOS	Remuneración mensual	9%	0%	9%	S/. 50	S/.	2013	2014	2015	2016	2017
	Fuerza de Ventas (2 Colaboradores)	S/. 1,740	S/. 157	S/. 0	S/. 157	S/. 50	S/. 1,533	S/. 24,360	S/. 24,360	S/. 24,360	S/. 24,360	S/. 24,360
	Instructor Manipul. Articulos (delivery)	S/. 400						S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
7.0%	Comision por Cumplimiento de metas	S/. 122						S/. 1,462	S/. 1,462	S/. 1,462	S/. 1,462	S/. 1,462
	Linea teléfono móvil Claro R.P.C. x 5	S/. 175						S/. 175	S/. 175	S/. 175	S/. 175	S/. 175
	Publicidad Radial	S/. 320						S/. 3,840	S/. 3,840	S/. 3,840	S/. 3,840	S/. 3,840
	Publicidad Diario El Pueblo (2 Vcs al Mes)	S/. 400						S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
	Publicidad Diario Correo (2 Vces al Mes)	S/. 400						S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
	Decoración y Diseño de Interiores	S/. 600						S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
	Merchandising (Utileria)	S/. 80						S/. 960	S/. 960	S/. 960	S/. 960	S/. 960
	Total	**S/. 2,757**						**S/. 45,797**	**S/. 45,797**	**S/. 45,797**	**S/. 45,797**	**S/. 45,797**
									Catorce remuneraciones por año			

Elaboración Propia

C. GASTOS FINANCIEROS

Tabla N° 68

GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)						
CONCEPTO		2013	2014	2015	2016	2017
Intereses		S/. 36,787	S/. 22,445	S/. 18,430	S/. 12,875	S/. 5,188
TOTAL		*S/. 36,787*	*S/. 22,445*	*S/. 18,430*	*S/. 12,875*	*S/. 5,188*

Elaboración Propia

D. GASTOS DE OPERACIÓN.

Tabla N° 69

GASTOS DE OPERACIÓN					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
GASTOS DE ADMINISTRACION	S/. 120,360	S/. 125,015	S/. 129,996	S/. 135,325	S/. 141,028
GASTOS DE VENTAS	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797
GASTOS FINANCIEROS	S/. 36,787	S/. 22,445	S/. 18,430	S/. 12,875	S/. 5,188
Total	S/. 202,943	S/. 193,257	S/. 194,223	S/. 193,997	S/. 192,012

COSTO DE OPERACIÓN UNITARIO O CF_U	S/. 29.2	2013
COSTO DE OPERACIÓN UNITARIO O CF_U	S/. 27.5	2014
COSTO DE OPERACIÓN UNITARIO O CF_U	S/. 27.4	2015
COSTO DE OPERACIÓN UNITARIO O CF_U	S/. 27.1	2016
COSTO DE OPERACIÓN UNITARIO O CF_U	S/. 26.7	2017

Elaboración Propia

7.5.3. COSTOS TOTALES:

a. COSTOS INCURRIDOS SEGÚN SU NATURALEZA POR TIPO DE GASTO COMETIDO.

Tabla N° 70

COSTOS FIJOS Y VARIABLES					
COSTOS TOTALES					
	2012	2013	2014	2015	2016
COSTOS VARIABLES TOTALES	1,054,601	1,066,409	1,076,744	1,085,944	1,094,241
COSTOS FIJOS TOTALES	202,943	193,257	194,223	193,997	192,012
COSTOS TOTALES	1,257,544	1,259,666	1,270,967	1,279,941	1,286,253
COSTOS VARIABLES					
	2012	2013	2014	2015	2016
MANO DE OBRA DIRECTA	0	0	0	0	0
MATERIA PRIMA DIRECTA	1,045,116	1,056,865	1,067,149	1,076,303	1,084,558
GASTOS DE FABRICACION	9,486	9,544	9,596	9,642	9,683
COSTOS VARIABLES TOTALES	1,054,601	1,066,409	1,076,744	1,085,944	1,094,241
COSTOS FIJOS					
	2012	2013	2014	2015	2016
GASTOS DE ADMINISTRACION	120,360	125,015	129,996	135,325	141,028
GASTOS DE VENTAS	45,797	45,797	45,797	45,797	45,797
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	36,787	22,445	18,430	12,875	5,188
COSTOS FIJOS TOTALES	202,943	193,257	194,223	193,997	192,012
COSTOS TOTALES	1,257,544	1,259,666	1,270,967	1,279,941	1,286,253

Elaboración Propia

b. COSTOS SEGÚN SU NATURALEZA (COSTOS FIJOS / COSTOS VARIABLES).

Tabla N°71

COSTOS POR SU NATURALEZA	2013		2014		2015		2016		2017	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
MANO DE OBRA DIRECTA		0		0		0		0		0
MATERIA PRIMA DIRECTA		1,045,116		1,056,865		1,067,149		1,076,303		1,084,558
GASTOS DE FABRICACION		9,486		9,544		9,596		9,642		9,683
GASTOS DE ADMINISTRACION	120,360		125,015		129,996		135,325		141,028	
GASTOS DE VENTAS	45,797		45,797		45,797		45,797		45,797	
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	36,787		22,445		18,430		12,875		5,188	
TOTAL	202,943	1,054,601	193,257	1,066,409	194,223	1,076,744	193,997	1,085,944	192,012	1,094,241

Elaboración Propia

7.6. INGRESOS POR VENTAS.

Tabla N° 72

INGRESO POR VENTAS	
AÑOS	INGRESOS
2013	S/. 1,661,971
2014	S/. 1,664,774
2015	S/. 1,679,710
2016	S/. 1,691,570
2017	S/. 1,699,912

NUEVA LEY MYPE	3650	U.I.T.
MYPE : HASTA 150 U.I.T.	S/. 547,500	
PYMES: HASTA 1700 U.I.T.	S/. 6,205,000	

Dato obtenido en las Encuestas

Costo de Fabricación x Unid.	Costo de Operación x Unid.

	Mercado Objetivo		mercado meta	(proveedor)	DETERMINACION DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS								
AÑOS	D. INSATISFECHA	7.0%	D. INSATISFECHA A CUBRIR	PRECIO DE COMPRA PROMEDIO	CV_U	CF_U	CV_U+CF_U	12%	M. Utilidad	V. VENTA	18%	IGV	PRECIO VENTA (S/.)
2013	99,178		6,942	S/. 156	S/. 151.9	S/. 29.2	S/. 181		S/. 22	S/. 203		S/. 37	S/. 239
2014	100,293		7,020	S/. 156	S/. 151.9	S/. 27.5	S/. 179		S/. 22	S/. 201		S/. 36	S/. 237
2015	101,269		7,089	S/. 156	S/. 151.9	S/. 27.4	S/. 179		S/. 22	S/. 201		S/. 36	S/. 237
2016	102,137		7,150	S/. 156	S/. 151.9	S/. 27.1	S/. 179		S/. 21	S/. 201		S/. 36	S/. 237
2017	102,921		7,204	S/. 156	S/. 151.9	S/. 26.7	S/. 179		S/. 21	S/. 200		S/. 36	S/. 236

Elaboración Propia

7.7. PRORRATEO DE COSTOS POR PRODUCTO

Tabla N° 73

PRORRATEO DE COSTOS X PRODUCTO

	2013	1			Costo de fabricación			2		3	1+2+3
		costo unitario del proveedor	2013 %	2013 Q	%	precio proveedor	MO + gastos fabricación	gastos de fabr. X unidad	costos de operación	costos de oper. X unidad	costo total unitario por producto
1	elevador de asiento de inodoro con reposabrazos	S/. 200	5%	347	7%	S/. 69,424.45	S/. 630.10	S/. 1.8	S/. 13,481.01	S/. 38.8	S/. 240.65
2	elevador inodoro con reposabrazos	S/. 146	5%	347	5%	S/. 50,680	S/. 460	S/. 1.3	S/. 9,841.14	S/. 28.4	S/. 175.68
3	barra movil con ventosas	S/. 116	5%	347	4%	S/. 40,266	S/. 365	S/. 1.1	S/. 7,819	S/. 22.5	S/. 139.58
4	travesero empapador	S/. 45	5%	347	1%	S/. 15,621	S/. 142	S/. 0.4	S/. 3,033	S/. 8.7	S/. 54.15
5	colchón viscoelástico antiescaras	S/. 431	3%	208	9%	S/. 89,766	S/. 815	S/. 3.9	S/. 17,431	S/. 83.7	S/. 518.60
6	mesita auxiliar	S/. 153	5%	347	5%	S/. 53,110	S/. 482	S/. 1.4	S/. 10,313	S/. 29.7	S/. 184.10
7	calienta camas electrico	S/. 159	5%	347	5%	S/. 55,192	S/. 501	S/. 1.4	S/. 10,717	S/. 30.9	S/. 191.32
8	plato termodinamico + masticador de carne	S/. 159	8%	555	8%	S/. 88,308	S/. 801	S/. 1.4	S/. 17,148	S/. 30.9	S/. 191.32
9	timbre portatil	S/. 47	5%	347	2%	S/. 16,315	S/. 148	S/. 0.4	S/. 3,168	S/. 9.1	S/. 56.55
10	mirilla digital para puertas + fotos	S/. 177	8%	555	9%	S/. 98,305	S/. 892	S/. 1.6	S/. 19,089	S/. 34.4	S/. 212.98
11	teléfono con grandes teclas y botones gráficos	S/. 79	6%	417	3%	S/. 32,907	S/. 299	S/. 0.7	S/. 6,390	S/. 15.3	S/. 95.06
12	telefono movil sencillo con localizador GPS	S/. 196	5%	347	7%	S/. 68,036	S/. 618	S/. 1.8	S/. 13,211	S/. 38.1	S/. 235.84
13	saco térmico	S/. 138	4%	278	4%	S/. 38,322	S/. 348	S/. 1.3	S/. 7,442	S/. 26.8	S/. 166.05
14	bastón asiento verde	S/. 54	4%	278	1%	S/. 14,996	S/. 136	S/. 0.5	S/. 2,912	S/. 10.5	S/. 64.98
15	andador con asiento 2 ruedas	S/. 163	4%	278	4%	S/. 45,265	S/. 411	S/. 1.5	S/. 8,790	S/. 31.7	S/. 196.13
16	asiento ayuda de 43 a 100 kg	S/. 309	4%	278	8%	S/. 85,809	S/. 779	S/. 2.8	S/. 16,663	S/. 60.0	S/. 371.81
17	gafas maxdetail	S/. 147	4%	278	4%	S/. 40,822	S/. 371	S/. 1.3	S/. 7,927	S/. 28.5	S/. 176.88
18	lupa libre de distorsion a cualkier distancia	S/. 129	5%	347	4%	S/. 44,779	S/. 406	S/. 1.2	S/. 8,695	S/. 25.0	S/. 155.22
19	localizador de objetos	S/. 77	5%	347	3%	S/. 26,728	S/. 243	S/. 0.7	S/. 5,190	S/. 15.0	S/. 92.65
20	amplificador de sonido de TV con auricular	S/. 203	5%	347	7%	S/. 70,466	S/. 640	S/. 1.8	S/. 13,683	S/. 39.4	S/. 244.26
			100%	6,942	100%	S/. 1,045,116	S/. 9,486		S/. 202,943		S/. 3,763.79
						S/. 1,054,601					

NOTAS:

*precio proveedor = costo unitario x Q (2013)

valores de MO + gastos fabricacion son sacados de %

valores de costos de operación son sacados de %

gastos de fabricación x unidad y costos de operacion x unidad son divididos entre **Q**

151.9
CV_U

29.2
CF_U

COSTO TOTAL / Q = costo unitario

	181.1	**CV_U + CFU**
	21.7	12% - utilidad
	202.8	
	36.51	18% - IGV
	239.3	precio de venta promedio
x	6,942	unidades año 2013
	S/. 1,661,664	**TOTAL INGRESO X AÑO 2013**

Elaboración Propia

7.8. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Hallaremos el punto de equilibrio para determinar la cantidad de artículos que deberemos vender para no incurrir en pérdidas. El punto de equilibrio indica la cantidad de piezas que generan un ingreso igual a la suma de costos fijos y variables, es decir la utilidad antes de impuestos es igual a 0.

Nos basamos en la fórmula del punto de equilibrio y obtenemos que nuestro punto de equilibrio es 2320 unidades para el año 2013.

Tabla N° 74

	AÑO 2013
CF =	S/. 202,943
CV =	S/. 1,054,601

YT =	Precio de venta	Q
S/. 1,661,971	S/. 239	6942

CV u =	S/. 151.91
Qeq =	2320

Aplicando la formula de Punto de Equilibrio:

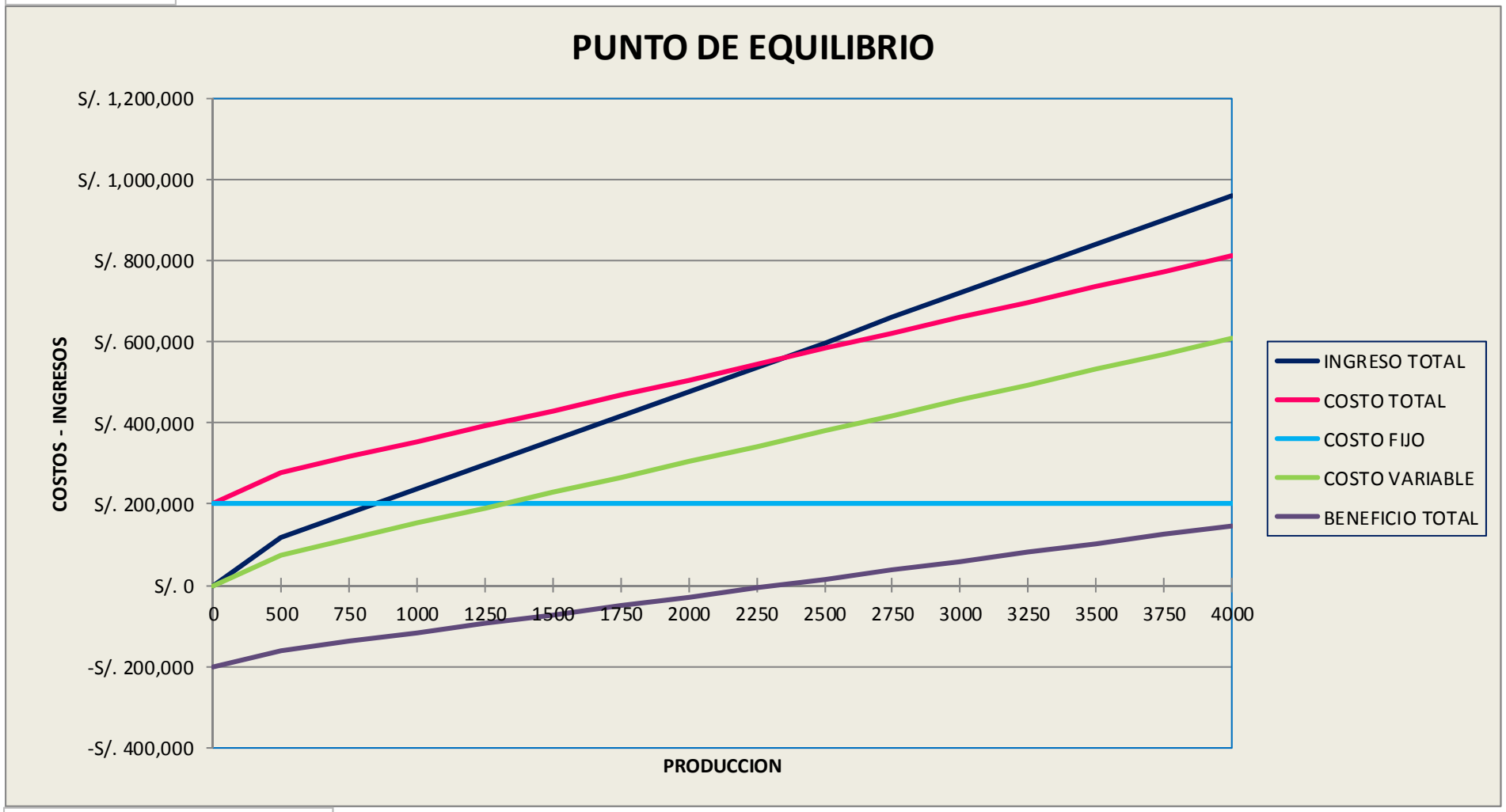
$$Qeq = \frac{CF}{P - CV\,u}$$

Q	YT	=		+	BT = YT - CT
PRODUCCION	INGRESO TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	BENEFICIO TOTAL
0	S/. 0	S/. 202,943	S/. 202,943	S/. 0	-S/. 202,943
500	S/. 119,696	S/. 278,896	S/. 202,943	S/. 75,953	-S/. 159,200
750	S/. 179,545	S/. 316,873	S/. 202,943	S/. 113,930	-S/. 137,328
1000	S/. 239,393	S/. 354,849	S/. 202,943	S/. 151,906	-S/. 115,457
1250	S/. 299,241	S/. 392,826	S/. 202,943	S/. 189,883	-S/. 93,585
1500	S/. 359,089	S/. 430,803	S/. 202,943	S/. 227,859	-S/. 71,714
1750	S/. 418,937	S/. 468,779	S/. 202,943	S/. 265,836	-S/. 49,842
2000	S/. 478,785	S/. 506,756	S/. 202,943	S/. 303,813	-S/. 27,970
2250	S/. 538,634	S/. 544,732	S/. 202,943	S/. 341,789	-S/. 6,099
2500	S/. 598,482	S/. 582,709	S/. 202,943	S/. 379,766	S/. 15,773
2750	S/. 658,330	S/. 620,685	S/. 202,943	S/. 417,742	S/. 37,644
3000	S/. 718,178	S/. 658,662	S/. 202,943	S/. 455,719	S/. 59,516
3250	S/. 778,026	S/. 696,639	S/. 202,943	S/. 493,696	S/. 81,388
3500	S/. 837,874	S/. 734,615	S/. 202,943	S/. 531,672	S/. 103,259
3750	S/. 897,723	S/. 772,592	S/. 202,943	S/. 569,649	S/. 125,131
4000	S/. 957,571	S/. 810,568	S/. 202,943	S/. 607,625	S/. 147,002
2320	S/. 555,322	S/. 555,322	S/. 202,943	S/. 352,379	S/. 0
	=				YT = CT
					punto de equilibrio

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Gráfico N° 44



Elaboración Propia

7.9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

7.9.1. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla N° 75

ESTADO DE SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA
(BALANCE GENERAL)

Expresado en Nuevos Soles (S/.) Al 2017

CONCEPTO		2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVO:						
Caja Bancos	0	S/. 223,298	S/. 498,250	S/. 771,730	S/. 1,041,676	S/. 1,307,108
capital de trabajo	S/. 83,196	S/. 83,196	S/. 83,196	S/. 83,196	S/. 83,196	S/. 83,196
ACTIVO CORRIENTE	**S/. 83,196**	**S/. 306,494**	**S/. 581,445**	**S/. 854,926**	**S/. 1,124,871**	**S/. 1,390,303**
Inversiones fijas - Tangibles	S/. 122,500	S/. 122,500	S/. 122,500	S/. 122,500	S/. 122,500	S/. 122,500
Inversiones fijas - Intangibles	S/. 3,161	S/. 3,161	S/. 3,161	S/. 3,161	S/. 3,161	S/. 3,161
Depreciacion y Amort, de Ac.	S/. 0	S/. 6,129	S/. 12,258	S/. 18,388	S/. 24,517	S/. 29,084
ACTIVO NO CORRIENTE	**S/. 125,661**	**S/. 119,532**	**S/. 113,403**	**S/. 107,273**	**S/. 101,144**	**S/. 96,578**
TOTAL ACTIVO	**S/. 208,857**	**S/. 426,026**	**S/. 694,848**	**S/. 962,199**	**S/. 1,226,016**	**S/. 1,486,881**
PASIVO:						
Cuentas por pagar a corto plazo	S/. 54,077	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
PASIVO CORRIENTE	**S/. 54,077**	**S/. 0**	**S/. 0**	**S/. 0**	**S/. 0**	**S/. 0**
Cuentas por pagar a largo plazo	S/. 80,257	S/. 72,695	S/. 62,232	S/. 47,754	S/. 27,720	S/. 0
PASIVO NO CORRIENTE	**S/. 80,257**	**S/. 72,695**	**S/. 62,232**	**S/. 47,754**	**S/. 27,720**	**S/. 0**
TOTAL PASIVO	**S/. 134,334**	**S/. 72,695**	**S/. 62,232**	**S/. 47,754**	**S/. 27,720**	**S/. 0**
PATRIMONIO:						
Capital social	S/. 74,522.2	S/. 74,522	S/. 74,522	S/. 74,522	S/. 74,522	S/. 74,522
Utilidad acumulada	S/. 0	S/. 278,808	S/. 558,093	S/. 839,923	S/. 1,123,773	S/. 1,412,358
TOTAL PATRIMONIO	**S/. 74,522**	**S/. 353,330**	**S/. 632,616**	**S/. 914,445**	**S/. 1,198,295**	**S/. 1,486,881**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**S/. 208,857**	**S/. 426,026**	**S/. 694,848**	**S/. 962,199**	**S/. 1,226,016**	**S/. 1,486,881**

Elaboración propia

UTILIDAD ACUMULADA EEPPGG

7.9.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO.

Tabla N° 76

ESTADO DE RESULTADOS
(EE.PP.GG.)

7Expresado en Nuevos Soles (S/.) Al 2017

	CONCEPTOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Ingresos por Ventas	S/. 1,661,971	S/. 1,664,774	S/. 1,679,710	S/. 1,691,570	S/. 1,699,912
	INGRESOS	**S/. 1,661,971**	**S/. 1,664,774**	**S/. 1,679,710**	**S/. 1,691,570**	**S/. 1,699,912**
costos de fabricación	Materia prima directa	S/. 1,045,116	S/. 1,056,865	S/. 1,067,149	S/. 1,076,303	S/. 1,084,558
	Mano de obra directa	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	Costos indirectos de fabricación	S/. 9,486	S/. 9,544	S/. 9,596	S/. 9,642	S/. 9,683
	EGRESOS	**S/. 1,054,601**	**S/. 1,066,409**	**S/. 1,076,744**	**S/. 1,085,944**	**S/. 1,094,241**
	UTILIDAD BRUTA	**S/. 607,369**	**S/. 598,365**	**S/. 602,966**	**S/. 605,626**	**S/. 605,671**
gastos de operación	Gastos de Administración	S/. 120,360	S/. 125,015	S/. 129,996	S/. 135,325	S/. 141,028
	Gastos de Ventas	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797
	EBITDA	**S/. 441,213**	**S/. 427,553**	**S/. 427,173**	**S/. 424,504**	**S/. 418,847**
	Depreciación y Amortización por año	S/. 6,129	S/. 6,129	S/. 6,129	S/. 6,129	S/. 4,567
	UTILIDAD DE OPERACIÓN (U.A.I.I.)	**S/. 435,084**	**S/. 421,424**	**S/. 421,044**	**S/. 418,375**	**S/. 414,280**
	Otros ingresos	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	**S/. 3,173**
	Gastos Financieros (INTERESES)	**S/. 36,787**	**S/. 22,445**	**S/. 18,430**	**S/. 12,875**	**S/. 5,188**
	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO (U.A.I)	**S/. 398,297**	**S/. 398,979**	**S/. 402,614**	**S/. 405,500**	**S/. 412,265**
	Impuesto de la renta (30%)	S/. 119,489	S/. 119,694	S/. 120,784	S/. 121,650	S/. 123,679
resultado del ejercicio	**UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS (U.D.I.)**	**S/. 278,808**	**S/. 279,285**	**S/. 281,830**	**S/. 283,850**	**S/. 288,585**
	UTILIDAD ACUMULADA	**S/. 278,808**	**S/. 558,093**	**S/. 839,923**	**S/. 1,123,773**	**S/. 1,412,358**

→ **BALANCE GENERAL**

7.9.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

Tabla N° 77

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
(CASHFLOW)

Expresado en Nuevos Soles (S/.) al 2017

CONCEPTO	0	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS (+)						
Ingresos por ventas	S/. 0	S/. 1,661,971	S/. 1,664,774	S/. 1,679,710	S/. 1,691,570	S/. 1,699,912
Valor residual	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 3,173
TOTAL DE INGRESOS	**S/. 0**	**S/. 1,661,971**	**S/. 1,664,774**	**S/. 1,679,710**	**S/. 1,691,570**	**S/. 1,703,085**
EGRESOS (-)						
inversiones fijas - tangibles	**S/. 122,500**					
inversiones fijas - intangibles	**S/. 3,161**					
capital de trabajo	**S/. 83,196**					
Costos de producción		S/. 1,054,601	S/. 1,066,409	S/. 1,076,744	S/. 1,085,944	S/. 1,094,241
gastos de administracion		S/. 120,360	S/. 125,015	S/. 129,996	S/. 135,325	S/. 141,028
gasto de ventas		S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797
gastos generales		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
impuesto a la renta 30 %		S/. 130,525	S/. 126,427	S/. 126,313	S/. 125,512	S/. 125,236
TOTAL DE EGRESOS	**S/. 208,857**	**S/. 1,351,283**	**S/. 1,363,648**	**S/. 1,378,850**	**S/. 1,392,579**	**S/. 1,406,301**
FLUJO NETO ECONOMICO	**-S/. 208,857**	**S/. 310,688**	**S/. 301,126**	**S/. 300,860**	**S/. 298,991**	**S/. 296,784**
prestamos financieros (+)	**S/. 134,334**					
amortizacion (-)		S/. 61,639	S/. 10,463	S/. 14,478	S/. 20,033	S/. 27,720
gastos financieros (INTERESES) (-)		**S/. 36,787**	**S/. 22,445**	**S/. 18,430**	**S/. 12,875**	**S/. 5,188**
escudo fiscal (30%de int) (+)		S/. 11,036	S/. 6,733	S/. 5,529	S/. 3,862	S/. 1,556
FLUJO NETO FINANCIADO	**-S/. 74,522**	**S/. 223,298**	**S/. 274,951**	**S/. 273,481**	**S/. 269,946**	**S/. 265,432**
FLUJO NETO F. ACUMULADO	**-S/. 74,522**	**S/. 148,776**	**S/. 423,727**	**S/. 697,208**	**S/. 967,154**	**S/. 1,232,585**
aportes propios (+)	S/. 74,522	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
RESULTADO DE FLUJO DE CAJA	**S/. 0**	**S/. 223,298**	**S/. 274,951**	**S/. 273,481**	**S/. 269,946**	**S/. 265,432**
		S/. 223,298	**S/. 498,250**	**S/. 771,730**	**S/. 1,041,676**	**S/. 1,307,108**

134334	*prestamo financiero*
95724	*intereses financieros*

COSTOS FINANCIEROS	**S/. 343,191**	**S/. 1,438,672**	**S/. 1,389,823**	**S/. 1,406,229**	**S/. 1,421,625**	**S/. 1,437,653**

Elaboración propia

inversiones

costos de fabricación

costos de operación

(B/C)E

VANE ; TIRE

VANF; TIRF

PRI

(B/C)F

7.10. INDICADORES DE EVALUACION EMPRESARIAL: ECONOMICA Y FINANCIERA

7.10.1. EVALUACION ECONOMICA: VANE Y TIRE.

Se efectúa la iteración hasta lograr un VAN negativo para poder interpolar. (La interpolación debe ser entre dos rangos - tasas - cercanas para encontrar una TIRF con mayor aproximación).

Tabla N° 78

1. EVALUACION ECONOMICA: VANe Y TIRe

VF * [FSA] = VA

		TASA DE DESCUENTO		FSA i1	VANe1	FSA i2	VANe2
AÑOS	FNE	24.77%	VAN: 24.77%	140%	140%	148%	148%
0	-S/. 208,857	S/. 1.0000	-S/. 208,857	S/. 1.0000	-S/. 208,857	S/. 1.0000	-S/. 208,857
1	S/. 310,688	S/. 0.8015	S/. 249,014	S/. 0.4167	S/. 129,453	S/. 0.4032	S/. 125,277
2	S/. 301,126	S/. 0.6424	S/. 193,441	S/. 0.1736	S/. 52,279	S/. 0.1626	S/. 48,960
3	S/. 300,860	S/. 0.5149	S/. 154,905	S/. 0.0723	S/. 21,764	S/. 0.0656	S/. 19,725
4	S/. 298,991	S/. 0.4127	S/. 123,385	S/. 0.0301	S/. 9,012	S/. 0.0264	S/. 7,904
5	S/. 296,784	S/. 0.3308	S/. 98,162	S/. 0.0126	S/. 3,727	S/. 0.0107	S/. 3,164
			S/. 610,051		S/. 7,378		-S/. 3,826
					POSITIVO		NEGATIVO

$$VANe = VF * \left(\frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

FSA

i1 =	1.40		
i2 =	1.48		
VANe1 =	S/. 7,378		
VANe2 =	-S/. 3,826		

VANe = S/. 610,050.9

TIRe = 145.3%

$$TIRe = i_1 + \left(\left\{ \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\} * (i_2 - i_1) \right)$$

Elaboración Propia

Se obtuvo un VANE mayor que 0 por lo tanto se acepta el proyecto; Se obtuvo un TIRE mayor que la tasa de descuento por lo tanto se acepta el proyecto.

7.10.2. EVALUACION FINANCIERA: VANF Y TIRF.

Tabla N° 79

2. EVALUACION FINANCIERA: VANf Y TIRf

	VF	* (FSA)	= VA	FSA		FSA	
		TD:24.77%		i1	VANf1	i2	VANf2
AÑOS	FNF	24.77%	VAN: 24.77%	310%	310%	320.00%	320.00%
0	-S/. 74,522	S/. 1.0000	-S/. 74,522	S/. 1.0000	-S/. 74,522	S/. 1.0000	-S/. 74,522
1	S/. 223,298	S/. 0.8015	S/. 178,972	S/. 0.2439	S/. 54,463	S/. 0.2381	S/. 53,166
2	S/. 274,951	S/. 0.6424	S/. 176,627	S/. 0.0595	S/. 16,356	S/. 0.0567	S/. 15,587
3	S/. 273,481	S/. 0.5149	S/. 140,808	S/. 0.0145	S/. 3,968	S/. 0.0135	S/. 3,691
4	S/. 269,946	S/. 0.4127	S/. 111,398	S/. 0.0035	S/. 955	S/. 0.0032	S/. 868
5	S/. 265,432	S/. 0.3308	S/. 87,792	S/. 0.0009	S/. 229	S/. 0.0008	S/. 203
			S/. 621,076		S/. 1,450		-S/. 1,007
					POSITIVO		NEGATIVO

$$VANf = VF * \left(\frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

FSA

VANf	S/. 621,075.61

i1	=	3.10
i2	=	3.20
VANf1	=	S/. 1,450
VANf2	=	-S/. 1,007

TIRf = 315.9%

$$TIRf = i_1 + \left(\left\{ \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\} * (i_2 - i_1) \right)$$

Elaboración Propia

SE obtuvo mayor que la tasa de descuento por lo tanto se acepta el proyecto, El TIRF obtenido es de 315.9%, para el cual se tuvo como base el Flujo neto Financiero de los próximos 5 años. Como el TIRF supera la TD (24.77%), se acepta el proyecto. Al comparar el TIRE y el TIRF observamos que el proyecto ofrece una mayor rentabilidad cuando parte de la inversión es financiada por el banco.

7.10.3. EVALUACION ECONOMICA: COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO (B/C)E.

Tabla N° 80

3. EVALUACION ECONOMICA: COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO. (B/C)E :

VF * (FSA) = VAN

AÑOS	BENEFIC.	COSTOS	24.77%	VAN: BENF	VAN:COST
0	S/. 0	S/. 208,857	1.000	S/. 0	S/. 208,857
1	S/. 1,661,971	S/. 1,351,283	0.801	S/. 1,332,060	S/. 1,083,046
2	S/. 1,664,774	S/. 1,363,648	0.642	S/. 1,069,440	S/. 875,998
3	S/. 1,679,710	S/. 1,378,850	0.515	S/. 864,840	S/. 709,935
4	S/. 1,691,570	S/. 1,392,579	0.413	S/. 698,059	S/. 574,674
5	S/. 1,703,085	S/. 1,406,301	0.331	S/. 563,299	S/. 465,137
				S/. 4,527,698	S/. 3,917,647

$$\text{VAN} = \text{VF} * \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\textbf{(B/C)E} = \frac{\text{S/. 4,527,698}}{\text{S/. 3,917,647}} = \boxed{1.16}$$

Elaboración Propia

Como (B/C)E es mayor a 1 se acepta el proyecto.

7.10.4. EVALUACION FINANCIERA: COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO (B/C)F.

Tabla N° 81

4.EVALUACION FINANCIERA: COEFICIENTE BENEFICIO-COSTO (B/C)F :

	VF	*	(FSA)	=	VAN
AÑOS	BENEFIC.	COSTOS	24.77%	VAN: BENF	VAN:COST
0	S/. 0	S/. 343,191	1.000	S/. 0	S/. 0
1	S/. 1,661,971	S/. 1,438,672	0.801	S/. 1,332,060	S/. 1,153,088
2	S/. 1,664,774	S/. 1,389,823	0.642	S/. 1,069,440	S/. 892,813
3	S/. 1,679,710	S/. 1,406,229	0.515	S/. 864,840	S/. 724,032
4	S/. 1,691,570	S/. 1,421,625	0.413	S/. 698,059	S/. 586,661
5	S/. 1,703,085	S/. 1,437,653	0.331	S/. 563,299	S/. 475,507
				S/. 4,527,698	S/. 3,832,100

$$\textbf{VAN = VF} * \left(\frac{1}{(1+i)^n}\right)$$

$$\textbf{(B/C)F} = \frac{\text{S/. 4,527,698}}{\text{S/. 3,832,100}} = \boxed{1.18}$$

Elaboración Propia

Como (B/C)F es mayor a 1 se acepta el proyecto.

7.10.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN O DEL CAPITAL (PRI o PRK).

Tabla N° 82

5. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION O DEL CAPITAL (PRI o PRK):

$$PRI = \frac{\text{Inv. Inicial}}{\text{BNA}} = \frac{208856.5}{695597.8} = 0.3003$$

VF * FSA = VA

AÑOS	BN	24.77%	BNA
0	0	1.0000	0
1	S/. 223,298	0.8015	S/. 178,972
2	S/. 274,951	0.6424	S/. 176,627
3	S/. 273,481	0.5149	S/. 140,808
4	S/. 269,946	0.4127	S/. 111,398
5	S/. 265,432	0.3308	S/. 87,792
			S/. 695,598

PRI = 0.3003

La inversión o el capital se recupera en 3 meses 18 días

Elaboración Propia

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

7.11. INDICADORES DE EVALUACIÓN – RESULTADOS

7.11.1. COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL.

Tabla N° 83

COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

ALTER. DE INVERSION	MONTO	% INVER.	RENT. INV.	RENT POND
Caja Municipal Arequipa	S/. 14,904	20.00%	6.42%	1.3%
FINANCIERA CREAR	S/. 18,631	25.00%	7.67%	1.9%
CAJA MUNICIPAL TACNA	S/. 22,357	30.00%	7.66%	2.3%
FINANCIERA CONFIANZA	S/. 18,631	25.00%	6.44%	1.6%
TOTAL	**S/. 74,522**	**100%**		**7.1%**

Elaboración Propia

C.O.K.

Esta tasa representa el costo de oportunidad del inversionista, implica el beneficio que se deja de recibir por otra opción de inversión.

7.11.2. TASA DE DESCUENTO.

Tabla N° 84

TASA DE DESCUENTO

	MONTO	REPRESENTA	TASA	T. DESC
APORTE PROPIO	**S/. 74,522**	35.7%	**7.1%**	2.54%
FIN. ACTIVOS FIJOS	S/. 80,257	38.4%	32.9%	12.65%
FIN. CAPITAL DE TRABAJO	S/. 54,077	25.9%	37.00%	9.58%
	S/. 208,857	**100%**		**24.77%**

Elaboración Propia

T. DE DESCUENTO

Es el interés que se puede obtener del dinero que se destinó a una determinada inversión reduciendo el riesgo al incrementar el monto con el financiamiento de una entidad financiera.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7.11.3. INDICADORES.

Tabla n° 85

INDICADORES	
COK	7.11%
TASA DE DESCUENTO	24.77%

INDICADORES O COEFICIENTES DE EVALUACION			
EVALUACIÓN ECONOMICA		EVALUACIÓN FINANCIERA	
VANE	S/. 610,051	VANF	S/. 621,076
TIRE	145.27%	TIRF	315.90%
(B/C)E	1.16	(B/C)F	1.18

PRI	0.30
RATIOS DE RENTABILIDAD	
Rent. de la Inversión (ROA)	94.99%
Rent. Sobre Ventas	83.08%

Elaboración Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

7.12. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

* ANALISIS DE SENSIBILIDAD CUANDO EL PRECIO SUBE UN 15%

Tabla N° 86

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
(CASHFLOW)

Expresado en Nuevos Soles (S/.) al 2017

	CONCEPTO	0	2013	2014	2015	2016	2017
	INGRESOS (+)						
	Ingresos por ventas	S/. 0	S/. 1,911,266	S/. 1,914,490	S/. 1,931,667	S/. 1,945,306	S/. 1,954,899
	Valor residual	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 3,173
	TOTAL DE INGRESOS	**S/. 0**	**S/. 1,911,266**	**S/. 1,914,490**	**S/. 1,931,667**	**S/. 1,945,306**	**S/. 1,958,072**
	EGRESOS (-)						
inversiones	inversiones fijas - tangibles	**S/. 122,500**					
inversiones	inversiones fijas - intangibles	**S/. 3,161**					
inversiones	capital de trabajo	**S/. 83,196**					
costos de fabricación	Costos de producción		S/. 1,054,601	S/. 1,066,409	S/. 1,076,744	S/. 1,085,944	S/. 1,094,241
costos de operación	gastos de administracion		S/. 120,360	S/. 125,015	S/. 129,996	S/. 135,325	S/. 141,028
costos de operación	gasto de ventas		S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797
costos de operación	gastos generales		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	impuesto a la renta 30 %		S/. 205,314	S/. 201,342	S/. 201,900	S/. 201,633	S/. 201,732
	TOTAL DE EGRESOS	**S/. 208,857**	**S/. 1,426,072**	**S/. 1,438,563**	**S/. 1,454,437**	**S/. 1,468,699**	**S/. 1,482,797**
	FLUJO NETO ECONOMICO	**-S/. 208,857**	**S/. 485,195**	**S/. 475,927**	**S/. 477,230**	**S/. 476,606**	**S/. 475,274**
	prestamos financieros (+)	**S/. 134,334**					
	amortizacion (-)		S/. 61,639	S/. 10,463	S/. 14,478	S/. 20,033	S/. 27,720
	gastos financieros (INTERESES) (-)		**S/. 36,787**	**S/. 22,445**	**S/. 18,430**	**S/. 12,875**	**S/. 5,188**
	escudo fiscal (30%de int) (+)		S/. 11,036	S/. 6,733	S/. 5,529	S/. 3,862	S/. 1,556
	FLUJO NETO FINANCIADO	**-S/. 74,522**	**S/. 397,805**	**S/. 449,753**	**S/. 449,850**	**S/. 447,561**	**S/. 443,922**
	COSTOS FINANCIEROS	**S/. 343,191**	**S/. 1,513,461**	**S/. 1,464,737**	**S/. 1,481,816**	**S/. 1,497,745**	**S/. 1,514,149**

(B/C)E

VANE ; TIRE

134334	*prestamo financiero*
95724	*intereses financieros*

(B/C)F

Elaboración propia

VAN ECONOMICO	S/. 1,085,349
VAN FINANCIERO	S/. 1,096,374

TIR ECONOMICO	230.45%
TIR FINANCIERO	544.57%

B/C ECONOMICO	1.26
B/C FINANNCIERO	1.29

* ANALISIS DE SENSIBILIDAD CUANDO EL PRECIO BAJA UN 15%

Tabla N° 87

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
(CASHFLOW)

Expresado en Nuevos Soles (S/.) al 2017

	CONCEPTO	0	2013	2014	2015	2016	2017
	INGRESOS (+)						
	Ingresos por ventas	S/. 0	S/. 1,412,675	S/. 1,415,058	S/. 1,427,754	S/. 1,437,835	S/. 1,444,926
	Valor residual	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 3,173
	TOTAL DE INGRESOS	**S/. 0**	**S/. 1,412,675**	**S/. 1,415,058**	**S/. 1,427,754**	**S/. 1,437,835**	**S/. 1,448,098**
	EGRESOS (-)						
inversiones	inversiones fijas - tangibles	**S/. 122,500**					
inversiones	inversiones fijas - intangibles	**S/. 3,161**					
inversiones	capital de trabajo	**S/. 83,196**					
costos de fabricación	Costos de producción		S/. 1,054,601	S/. 1,066,409	S/. 1,076,744	S/. 1,085,944	S/. 1,094,241
costos de operación	gastos de administracion		S/. 120,360	S/. 125,015	S/. 129,996	S/. 135,325	S/. 141,028
costos de operación	gasto de ventas		S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797	S/. 45,797
costos de operación	gastos generales		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	impuesto a la renta 30 %		S/. 55,736	S/. 51,512	S/. 50,726	S/. 49,392	S/. 48,740
	TOTAL DE EGRESOS	**S/. 208,857**	**S/. 1,276,494**	**S/. 1,288,733**	**S/. 1,303,263**	**S/. 1,316,458**	**S/. 1,329,805**
	FLUJO NETO ECONOMICO	**-S/. 208,857**	**S/. 136,181**	**S/. 126,325**	**S/. 124,490**	**S/. 121,377**	**S/. 118,293**
	prestamos financieros (+)	**S/. 134,334**					
	amortizacion (-)		S/. 61,639	S/. 10,463	S/. 14,478	S/. 20,033	S/. 27,720
	gastos financieros (INTERESES) (-)		**S/. 36,787**	**S/. 22,445**	**S/. 18,430**	**S/. 12,875**	**S/. 5,188**
	escudo fiscal (30%de int) (+)		S/. 11,036	S/. 6,733	S/. 5,529	S/. 3,862	S/. 1,556
	FLUJO NETO FINANCIADO	**-S/. 74,522**	**S/. 48,791**	**S/. 100,150**	**S/. 97,111**	**S/. 92,331**	**S/. 86,941**
	COSTOS FINANCIEROS	**S/. 343,191**	**S/. 1,363,884**	**S/. 1,314,908**	**S/. 1,330,642**	**S/. 1,345,504**	**S/. 1,361,157**

(B/C)E

VANE ; TIRE

134334	*prestamo financiero*
95724	*intereses financieros*

(B/C)F

Elaboración propia

VAN ECONOMICO	S/. 134,753
VAN FINANCIERO	S/. 145,778

TIR ECONOMICO	54.76%
TIR FINANCIERO	94.27%

B/C ECONOMICO	1.04
B/C FINANNCIERO	1.06

* ANALISIS DE SENSIBILIDAD CUANDO VARÍA EL COSTO DE ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (PRODUCTOS TERMINADOS) POR PARTE DEL PROVEEDOR

Tabla N° 88 - VARIACIÓN EN EL COSTO DE LA ADQUISICIÓN DE ARTICULOS DEL PROVEEDOR

COSTO VARIABLE	variación %	VANE	TIRE	B/C eco.	VANF	TIRF	B/C fina.
182.3	20%	S/. 1,146,072	240.74%	1.28	S/. 1,157,097	572.36%	1.3
174.7	15%	S/. 1,012,081	217.13%	1.25	S/. 1,023,106	507.97%	1.27
167.1	10%	S/. 878,090	193.27%	1.22	S/. 889,115	443.67%	1.24
151.9	0	S/. 610,051	145.27%	1.16	S/. 621,076	315.90%	1.18
136.7	-10%	S/. 343,127	95.73%	1.09	S/. 353,151	190.33%	1.12
129.1	-15%	S/. 208,136	69.79%	1.06	S/. 219,160	128.52%	1.08
121.5	-20%	S/. 74,145	41.92%	1.02	S/. 85,169	66.73%	1.04

Elaboración Propia

* ANALISIS DE SENSIBILIDAD CUANDO VARÍA LA DEMANDA A CUBRIR.

Tabla N° 89 - SENSIBILIDAD DE LA DEMANDA A CUBRIR

-10%	DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR	10%
6942	**6,942**	6942
7020	**7,020**	7020
7089	**7,089**	7089
7150	**7,150**	7150
7204	**7,204**	7204

VANE	S/. 545,434.30
VANF	S/. 556,159.00
TIRE	133.39%
TIRF	285.24%
B/C ECON.	1.15
B/C FINAN.	1.18
TRC	0.33

VANE	S/. 674,929.30
VANF	S/. 685,954.00
TIRE	156.93%
TIRF	346.59%
B/C ECON.	1.16
B/C FINAN.	1.18
TRC	0.27

-15%	DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR	15%
6942	**6,942**	6942
7020	**7,020**	7020
7089	**7,089**	7089
7150	**7,150**	7150
7204	**7,204**	7204

VANE	S/. 512,690.10
VANF	S/. 523,714.70
TIRE	127.49%
TIRF	270.07%
B/C ECON.	1.15
B/C FINAN.	1.18
TRC	0.35

VANE	S/. 707,387.60
VANF	S/. 718,412.30
TIRE	162.76%
TIRF	362.06%
B/C ECON.	1.16
B/C FINAN.	1.18
TRC	0.26

Elaboración Propia

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

PRIMERA: El Perú desde hace más de diez años ha ido creciendo gracias a las inversiones continuas y a la estabilidad del modelo económico debido a esto el país obtuvo el grado de inversión; además de ello la nueva legislación para Pymes (D.L. 1086) promueve el desarrollo de las mismas otorgando mayores facilidades que la legislación anterior, tal es así que el entorno Político Legal es favorable para la instalación de esta empresa.

SEGUNDA: dado que al haber pocos competidores directos y no especializados en artículos para el adulto mayor no se consideran una competencia importante ya que ya que se especializan en un solo rubro (ortopedia), mientras que nuestra propuesta de negocio se enfocará en varios rubros que faciliten la vida cotidiana del adulto mayor.

TERCERA: Un poco más de la población adulta mayor (52.3%) tiene algún problema con la salud; y un gran porcentaje (42.9%) sufre de los huesos como primer mal.

CUARTA: Que un gran porcentaje de los adultos mayores (80.4%) está dispuesto a adoptar a su vida cotidiana nuestros productos con tal de poder ser más independientes en sus quehaceres diarios y aumenta a 83.3% si son capacitados; y un 65.3% dice que le es fácil adaptarse a nuevas tecnologías.

QUINTA: Se logró determinar la localización óptima de la empresa en el Distrito de José Luis Bustamante y Rivero además se logró distribuir los espacios de forma eficaz; el tipo de sociedad comercial establecida para este negocio fue de Empresa individual de responsabilidad limitada.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

SEXTA: No existen restricciones aparentes para poder llevar a cabo nuestro proyecto y el punto de equilibrio nos puede dar una señal preliminar de que es factible su puesta en marcha dado que la comercialización se iniciará con 6942 unidades y el punto de equilibrio es de 2320 unidades.

SÉPTIMA: En lo referido a los ingresos, el valor total vendido cada año no supera el límite permitido de las 1700 U.I.T. (S/. 6, 205,000).

OCTAVA: Los coeficientes de evaluación muestran óptimos resultados sobre esta propuesta de negocio que generará beneficios considerables, tales indicadores como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la evaluación costo beneficio y periodo de recuperación del capital me permiten concluir en que si es factible la instalación de la propuesta de negocio.

NOVENA: En lo análisis de sensibilidad se puede apreciar que el proyecto permite un rango bastante amplio de variación en el precio, costo, e incluso demanda superando incluso el 20%.

DÉCIMA: Por lo tanto el estudio de pre factibilidad es viable debido a que se ha determinado resultados positivos para todos los coeficientes de evaluación, logrando con ello que dicha propuesta sea rentable.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

8.2. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda la implementación de la casa comercial especializada en artículos para el adulto mayor en Arequipa Metropolitana siguiendo las pautas expuestas en el presente trabajo.

SEGUNDA: Se recomienda mantenerse pendiente de la nueva legislación que pudiera presentarse para poder adecuarse correctamente a la misma y poder acogerse a los beneficios que muestre de ser el caso.

TERCERA: Se recomienda realizar eventualmente investigaciones de mercado para obtener información valiosa sobre el mercado meta, que ayude a la toma de decisiones y consecuentemente a cumplir con los objetivos de la empresa.

CUARTA: Se recomienda invertir en publicidad de alto impacto para lograr captar nuevos clientes haciendo énfasis en la calidad y la diferenciación.

QUINTA: Se recomienda enfocarse en las necesidades más específicas de los clientes para promocionar productos más especializados.

SEXTA: Se recomienda establecer alianzas estratégicas con proveedores de tecnología para nuestros productos para así lograr una mayor diferenciación de la competencia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ABEL TAPIA FERNANDEZ: Metodología De La Investigación Científica, 2010
- ALFARO OLIVERA JUAN: Proyectos De Inversión, 2009
- BACA URBINA GABRIEL: Evaluación De Proyectos
- CABALLERO ROMERO ALEJANDRO: Metodología De La Investigación Científica, 1987
- CÁMARA DE COMERCIO: EL EFECTO DEMANDA, 2011
- CHAPMAN Alan: ANÁLISIS DOFA Y ANÁLISIS PEST
- CHARLES HILL / GARETH JONES, administración estratégica: un enfoque integrado Tercera Edición ,Colombia, McGraw-Hill 1996
- DAVIUS MADALBERTA: Marketing Estratégico Una Compilación Temática, 2010.
- FRED DAVID, conceptos de administración estratégica , Novena Edición México, Prentice Hall Hispanoamérica 2003
- HUMPHREY C. ALBERT: Herramienta De Análisis Pest, 2004
- INEI-Peru-Bol22-Estimaciones-Proyecciones-1995-2025
- KOTLER, PHILIP: Dirección De Marketing, 2006
- NASSIR SAPAG CHAIN / REYNALDO SAPAG CHAIN: preparación y evaluación de proyectos, Cuarta Edición, Chile, McGraw-Hill / Interamericana de Chile Ltda. 2000
- POLIMENI, Ralph, FABOZZI Frank y ADELBERG, Arthur (2004), Contabilidad de Costos. Mc Graw Hill.
- RECURSOS HUMANOS: Estructuras Organizativas, 2008. Edit. Vértice S.L.
- Tesis PUCP: estudio de pre-factibilidad para la producción de cerámicas.
- VISCENCIO HÉCTOR: Economía Para La Toma De Decisiones, 2002
- ZAMBRANO BARRIOS Adalberto: PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA 2007

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CITAS BIBLIOGRAFICAS

(1). CHAPMAN Alan: ANÁLISIS DOFA Y ANÁLISIS PEST www.degerencia.com/achapman Pág.01

(2). MICHAEL E. PORTER, estrategia competitiva, Pág. 45

(3). FERNANDO DIAZ Luis: análisis y planeamiento 2005 edit. universidad estatal san José de costa rica. Pág.106

(4). IDALBERTO CHIAVENATO; Introducción a la teoría general de la administración 7ma edición. Pág. 317

(5). ALFARO OLIVERA Juan: PROYECTOS DE INVERSIÓN 2009 Edit. SADUC Pág.14

(6). ALFARO OLIVERA Juan: PROYECTOS DE INVERSIÓN 2009 Edit. SADUC Pág.117

(7). http://www.alipso.com/monografias2/ANALISIS_DEL_SISTEMA_DOFA_Y_PEST/

(8). CAMARA DE COMERCIO DE LIMA, Alcances de la nueva ley de pymes

(9). Art. N" 3, Ley n°28803; LEY DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES

(10). http://www.abueloactual.com/tienda/Catalog/listing/mobiliario-3375/1

(11). http://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/

(12). http://www.crecemype.pe/portal/

(13). TUO impuesto general a las ventas e ISC (ley N° 29491), art. 17, inc. (a)

(14). TUO impuesto general a las ventas e ISC (ley N° 29491) – Cap. VI, art. 38

(15). Azofra Palenzulea, 1987, estructura de capital de la empresa: factores explicativos, pág. 67

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ANEXOS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

1. FORMULARIO LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

MUNICIPALIDAD DISTRITAL
José Luis Bustamante y Rivero
Gerencia de Administración Tributaria

FORMULARIO 331

No.001- Nº 002592

FORMULARIO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

(Ley N' 28976 / y Normas Municipales)

RECEPCIÓN

- ☐ LFD- LIC. DEFINITIVA
- ☐ TE- LIC. TEMPORAL
- ☐ DU- DUPLICADO
- ☐ CO- CORPORATIVA (MERCADOS Y COMERC.)
- ☐ CA- CESE DE ACTIVIDAD
- ☐ IA- INICIO DE ACTIVIDAD(EXONERADOS)

I.- PROPIETARIO DEL PREDIO:

Nombre del propietario del predio		Codigo del predio	

II.- DIRECCIÓN Y OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

Urb/P.Joven/Conj. Hab.	Maz./ Calle / Av. / Jiron	Etapa	No.	Int.	Dpto.	Piso	MZ.	Lote	Referencia

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: ☐ Comercial ☐ Servicios ☐ Industrial ☐ Compuesto

CONDICION DEL ESTABLECIMIENTO: ☐ Propio ☐ Alquilado ☐ Cesión Gratuita

RÉGIMEN TRIBUTARIO SUNAT: ☐ General ☐ Especial ☐ Nuevo RUS ☐ Otros

Área del Establecimiento	1er. Piso.....m2 3er. Piso.....m2	HORARIO DE ATENCIÓN	Desde las.....Hrs. Hasta.....Hrs.
	2do. Piso.....m2 TOTAL:.....m2	NOMBRE COMERCIAL	

III.- DATOS DEL CONDUCTOR Y DOMICILIO FISCAL:

☐ PN - PERSONA NATURAL ☐ PJ - PERSONA JURIDICA

NOMBRE O RAZON SOCIAL(apellidos y nombres)	DNI o C.Ext.	No. RUC Activo	Telefono
REPRESENTANTE LEGAL	DNI o C.Ext.	CORREO ELECTRONICO O PAG. WEB DE LA PERSONA O EMPRESA	

DOMICILIO FISCAL DEL CONDUCTOR	DISTRITO	Urb./PP.JJ./AA.HH.	Av. Calle	No.	Int.	Dpto.	Piso	Mz.	Lot.

IV. GIRO SOLICITADO

Giro Principal Solicitado	Giros Afines y/o Complementarios
	1.- 2.-

OBSERVACIONES:

V. REQUISITOS QUE SE ANEXAN A LA PRESENTE SOLICITUD (marcar con una X según corresponda)

REQUISITOS BÁSICOS O GENERALES: (según corresponda)

	Formulario 331 debidamente llenado		Copia contrato de alquiler o Cesión Gratuita
	Formulario 331-A (para Eval. Post de Def. Civil)		Certificado de defensa Civil de detalle(locales de mas de 500m2)
	Formulario 331-B (para Eval.de Comp.de uso)		Copia titulo Profesional(consultorios y regentes de farmacias)
	Copia DNI solicitante y/o representante legal		Constancia de habilitación del Colegio Profesional(consultorios y Reg.)
	Copia RUC		Certificado de Defensa Civil Basica(locales de 100 a 500 m2)
	Copia vigencia de poder (para personas Jurídicas)		PARA EVALUACIÓN EX ANTE DEFENSA CIVIL
	Recibo de pago de derechos		Cartilla de seguridad o plan de seguridad

REQUISITOS ADICIONALES O AUTORIZACIONES SECTORIALES

- Copia Autorización de DIGEMID-Ministerio de Salud (Farmacias, Hospitales, Clinicas y Rayos X)
- Copia Autorización de OSIERG y DGH: Ministerio de Energía y Minas(Grifos, Venta de Gas y similares)
- Copia Autorización de GRE o UGEL: Ministerio de Educación (Instituciones Educativas)
- Copia Autorización del Ministerio del Interior o PNP u Org. Competente(Manejo y venta de explosivos, armamento y similares)
- Copia Poliza de seguros de cubrir daños a terceros(Grifos y Similares)
- Copia Autorización del INC

USO DE LA MUNICIPALIDAD

TIPO DE EVALUACIÓN DE DEFENSA CIVIL

☐ EXPOST

☐ EX ANTE

FECHA EVALUACIÓN EX ANTE

DÍA	MES	AÑO

HORA ____ hrs

Declaro bajo juramento: que la información y declaración efectuada en este formulario corresponden a la verdad y están sujetos a su verificación y en caso de no corresponder a la verdad, se me pondran aplicar las sanciones administrativas, civiles o penales correspondientes, revocandose las autorizaciones que me otorguen; al mismo tiempo que autorizo y otorgo las facilidades del caso para las de fiscalización y control a las autoridades municipales competentes.

J. L. Bustamante y Rivero,...../...../.....

FIRMA DEL SOLICITANTE Y/O REPRESENTANTE

D.N.I. ☐☐☐☐☐☐☐☐

ORIGINAL: Expediente
COPIA: Interesado

IMP. SOCIEDAD GRAFICA DEL SUR TELF.: 762725 - F.I. 02-07-2009 DEL 2001 - 3000

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

2. DECLARACION JURADA PARA EVALUACION DE COMPATIBILIDAD DE USO Y CONFORMIDAD DE ESTABLECIMIENTO

MUNICIPALIDAD DISTRITAL
JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO
Gerencia de Administración Tributaria

FORMULARIO
331-B
No.001- Nº 002592

DECLARACION JURADA PARA LA EVALUACION DE COMPATIBILIDAD DE USO Y CONFORMIDAD DE ESTABLECIMIENTO
(LEY No. 28976 y Normas Municipales)

☐ PN-PERSONA NATURAL ☐ PJ-PERSONA JURIDICA

1. DATOS DEL SOLICITANTE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL (Apellidos y Nombres)	REPRESENTANTE LEGAL	D.N.I.

2. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

Urb./P.P.J.J/A.H.	Av./Calle	Nro.	Etapa	Dpto.	Piso	Mz.	Lote	Referencia

Giro Principal Solicitado | Área m2

3. SOBRE COMPATIBILIDAD DE USO Y ZONIFICACION (para todos los establecimientos)

Declaro que la zona donde se ubica el establecimiento a conducir es COMPATIBLE con los Planos de Zonificación y el Indice de Uso de Suelos que vuestra entidad maneja, el cual será contrastado con la evaluación interna previa que deben efectuar conforma al artículo 6° de la Ley 28976 y a fin de otorgarme la Licencia de Funcionamiento.

CROQUIS DE UBICACIÓN

EVALUACIÓN

☐ SI ES COMPATIBLE

☐ NO ES COMPATIBLE

☐ COMPATIBILIDAD RESTRINGIDA

SELLO Y FIRMA EVALUADOR

IMP. SOCIEDAD GRAFICA DEL SUR TELF.: 762725 - F.I. 02-07-2009 DEL 2001 - 3000

4. SOBRE LA CONFORMIDAD DEL ESTABLECIMIENTO: (Para todos los establecimientos)

Asi mismo; declaro bajo juramento que mi establecimiento reune las condiciones de salubridad e higiene, infraestrcutura e implementación y distribución en tanto, GUARDA LA CONFORMIDAD de acuerdo al Reglamento de Licencias de Funcionamiento para el giro solicitado, por lo que, cumplo con esta declaración al mismo tiempo autorizo para las inspecciones correspondientes a fin de contrastar esta declaración con la realidad, sometiendome a las consecuencias administrativas en caso sea lo contrario.

J. L. Bustamante y Rivero,...../...../.....

CC. Expediente
S.G. de P.U. y C.

FIRMA DEL SOLICITANTE Y/O REPRESENTANTE

D.N.I.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

3. DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD

MUNICIPALIDAD DISTRITAL
José Luis Bustamante y Rivero
Gerencia de Administración Tributaria

FORMULARIO
331-A
No.001- Nº 002592

DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD
(LEY No. 28976)

☐ PN-PERSONA NATURAL ☐ PJ-PERSONA JURIDICA

1. DATOS DEL SOLICITANTE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL (Apellidos y Nombres)	REPRESENTANTE LEGAL	D.N.I.

2. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

Urb./P.P.J.J/A.H.	Av./Calle	Nro.	Etapa	Dpto.	Piso	Mz.	Lote	Referencia

Giro Principal Solicitado		Área	.....m2

3. DECLARACION DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (con evaluación ex post de Defensa Civil)

	Declaro bajo juramento que mi establecimiento REUNE LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD; para el giro solicitado, por lo que, cumplo con el presente requisito para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento conforme al artículo 8 de la Ley No. 26976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y el TUPA actual vigente y mientras se me otorgue el certificado favorable de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica; en tanto, especifico las condiciones más importantes de mi establecimiento con las que cuento.	SI	NO CORRESPONDE
1	**ARQUITECTURA**		
1.1	El ingreso/salida del local presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m., la puerta no abre directamente sobre un desnivel y las vías de evacuación se encuentran libres de obstáculos, vidrios o espejos.		
2	**ESTRUCTURAS**		
2.1	El local presenta severo deterioro en paredes, columnas, techos y vigas		
2.2	El falso techo esta fijo y no es de material inflamable		
3	**INSTALACIONES ELECTRICAS**		
3.1	El tablero electrico es de material no combustible(metal o resina), tiene interruptores termomagneticos(ITM's) identificados y no utiliza llaves de cuchilla		
3.2	El tablero electrico tiene interruptores diferenciales(para instalaciones nuevas a partir del 01 de julio del 2006)		
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones fijas. El cableado electrico se encuentran protegidos mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa		
3.4	Los toma corrientes tienen conexión a tierra en baños, cocina y para equipos con enchufe de tres espigas. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores multiples		
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lamparas etc.) no presentan conexiones expuestas. Si cuenta con luces de emergencia, estas se encuentran operativas		
3.6	Tienen pozo de puesta a tierra y certificado de medición de la resistencia(menor o igual a 25)		
3.7	Los anuncios publicitarios con energia electrica tienen cableado adecuado y cuentan con conexión a tierra		
4	**SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS**		
4.1	El local cuenta con señales de seguridad(salidas, riesgo electrico y extintores).		
4.2	El local cuenta al menos con un extintor de polvo quimico seco de 06 Kg. O un extintor por cada 25 m2 de area. Los extintores estan operativos y con carga vigente		
4.3	Los materiales y/o productos estan almacenados de forma segura(evitando que se caigan) y sin obstruir las vías de evacuación		
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 Kg. Tienen tuberias de cobre y estan alejados de interruptores y toma corrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.		
4.5	Las campanas y ductos de extracción de humo(chimeneas) se encuentran libres de grasa		
	Asimismo; mi establecimiento le corresponde la evaluación **EX ANTE** ( ) o **EX POST** ( ) del Certificado de Defensa Civil Básica; en tanto, solicito 60 días hábiles para la presentación del respectivo documento, mientras adjunto la presente Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.		

J. L. Bustamante y Rivero,...../...../.....

FIRMA DEL SOLICITANTE Y/O REPRESENTANTE

D.N.I.

CC Expediente
C.D.C

IMP SINGIFIAN GRAFICA DEL SUR TEL F: 769725 - FL 02-07-2009 DEL 2001 - 3000

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

4. ENCUESTA

ENCUESTA

ENCUESTA DE FACTIBILIDAD DE CASA COMERCIAL ESPECIALIZADO EN ARTICULOS PARA EL ADULTO MAYOR

me dirijo a Ud. De toda consideración y me presento, soy bachiller del programa profesional de administración de empresas de la UC.S.M. me encuestro realizando una investigación de mercado para determinar la factibilidad de la implementación de una casa comercial especialzada en artículos para el adulto mayor, para lo cual le agradeceria contestar a las siguientes preguntas de selección unica, gracias.

DISTRITO:	
Generalidades	
1. Género a) Hombre ☐ b) Mujer ☐	2.Estado laboral a) Jubilado ☐ b) No Jubilado ☐ c) No trabaja / Sin jubilación ☐
3. ¿Qué fuentes de ingreso perciben? a) Soy pensionista ☐ b) Sueldo de trabajo ☐ c) Caridad ☐ d) Otros ☐	4. Está asegurado a traves de: a) Minsa ☐ b) Essalud ☐ c) No estoy asegurado ☐
5. ¿Cómo percibe su salud? a) Buena Salud ☐ b) Aceptable ☐ c) Deficiente ☐ d) Muy Mala ☐	6. ¿Tiene dificultades en el desenvolvimiento de las tareas del hogar? a) Siempre ☐ b) Muy a Menudo ☐ c) Raras Veces ☐ d) Nunca ☐
7. ¿Depende muy a menudo de sus familiares(hijos, nietos, etc) para sus actividades diarias? a) Siempre ☐ b) Con Frecuencia ☐ c) Raras Veces ☐ d) Nunca ☐	8. ¿Tiene dificultades en el uso del baño y la bañera? a) Siempre ☐ b) Muy a Menudo ☐ c) Raras Veces ☐ d) Nunca ☐
9. ¿Cuáles son sus temores ante el envejecimiento? a) Perdida de Salud ☐ b) Perdida de Autonomia ☐ c) Sentirme Inutil ☐ d) Perdida de Memoria ☐	10. ¿De qué enfermedades sufre más frecuente? a) Huesos ☐ b) Memoria ☐ c) Vista ☐ d) Oidos ☐

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

factibilidad	
11. ¿Estaría dispuesto a adoptar productos a su vida cotidiana con el fin de ser más independiente en sus quehaceres? a) Si ☐ b) No ☐	12. ¿Qué artículo para su seguridad o bienestar usaría con regularidad? a) Andador ☐ b) Bastón ☐ c) Mesita Auxiliar ☐ d) Timbre Portatil ☐
13. Para sus actividades diarias: ¿Qué artículos considera usted que le podrían ser de más utilidad? a) Localizador de Objetos ☐ b) Amplificador de Sonidos ☐ c) Gafas-Lupa ☐ d) Telefono con Grandes Teclas ☐	14. ¿Con qué facilidad se incorporan a nuevas tecnologias? a) Fácilmente ☐ b) Con Normalidad ☐ c) Dificilmente ☐
15. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir artículos con nuevas tecnologias que le ayuden en su vida cotidiana si le brindan capacitación? a) Si, Absolutamente ☐ b) Poco Probable ☐ c) No, Para Nada ☐	16. Considerando que los artículos que podria adquirir tienen certificado de calidad, ¿Hasta que cuantía de dinero está dispuesto a gastar en ellos? a) De S/. 101 a S/. 150 ☐ b) De S/. 151 a S/. 200 ☐ c) De S/. 201 a S/. 250 ☐ d) De S/. 251 a S/. 300 ☐ e) De S/. 301 a Más ☐
17. ¿Estaría dispuesto a sacrificar CALIDAD por PRECIO, al obtener productos similares de dudosa procedencia y certificación? a) Probablemente ☐ b) Solo si el Precio es Privativo ☐ d) Nunca ☐	18. ¿La publicidad con personajes públicos influye en su compra? a) Siempre ☐ b) Muchas Veces ☐ c) Muy Raramente ☐ d) Nunca ☐
19. ¿Desearía que se le preste servicio de mantenimiento a sus artículos adquiridos para el adulto mayor a su hogar? a) Si ☐ b) No ☐	20. ¿Le gustaría comprar nuestros productos via DELIVERY? a) Si ☐ b) No ☐

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis