



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS INTIMAS SPA DELIVERY,
TARAPOTO, 2020**

AUTORAS:

MONTALBAN ROJAS, JUDITH

TORRES SINARAHUA, VIORIKA KATHERINE

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

TARAPOTO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis padres, a mi querida Madre Isabel y a mi querido Padre Liver Montalbán, les dedico este trabajo de investigación con todo mi amor, por su apoyo incondicional en cada momento de mi carrera que vine realizando y a todos a aquellos que me brindaron su apoyo en mi investigación del proyecto.

Judith Montalbán

A mis padres, Vidal Torres Reyna y Luzmila Sinarahua Tuanama, mi compañero de vida Henry Pérez López, les dedico este trabajo por su apoyo incondicional, por confiar en mí para lograr esta nueva etapa de mi vida en el ámbito profesional, y a cada uno de las personas que me apoyaron desde un inicio con este plan de negocio.

Viorika Torres

AGRADECIMIENTO

A Dios porque sin el nada de esto hubiera sido posible.

A mis padres y la universidad científica del Perú por la enseñanza

A los docentes con excelencia que nos formaron durante mi preparación académica, gracias a ello esto se hizo realidad.

Judith Montalbán

A Dios por brindarme salud y fuerzas para lograr todo esto. A mis padres por cada esfuerzo para brindarme lo necesario.

A la Universidad Científica Del Perú y a cada uno de los docentes que lo conforman, por la paciencia y dedicación dentro y fuera del aula para formarnos unos buenos profesionales.

Viorika Torres

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 404-2021-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 16 de agosto de 2021, se autorizó la sustentación para el día martes 17 de agosto de 2021.

Siendo las 19.00 horas del día 17 de agosto de 2021 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS INTIMAS SPA DELIVERY, TARAPOTO, 2020.

Presentado por:

TORRES SINARAHUA VIORIKA KATHERINE

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

MONTALBAN ROJAS JUDITH

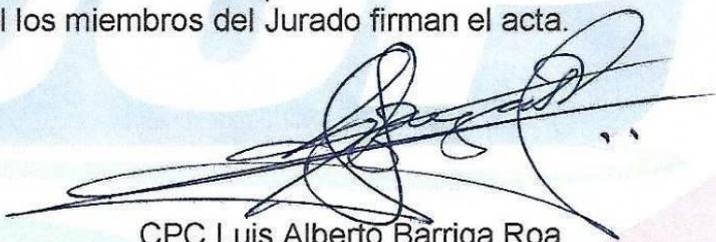
Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

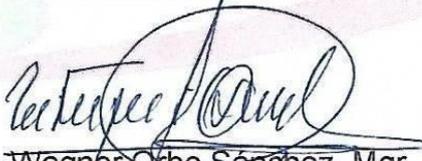
La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 20.49 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del Jurado



Eco. Wagner Orbe Sánchez. Mgr.
Miembro del Jurado



Lic./Adm. Segundo Wilfredo Fasanando García.
Miembro del Jurado



“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL
PERÚ - UCP**

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

“PLAN DE NEGOCIOS INTIMAS SPA DELIVERY, TARAPOTO, 2020”

De los alumnos: **MONTALBAN ROJAS JUDITH Y TORRES SINARAHUA VIORIKA KATHERINE**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **6% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 31 de mayo del 2021.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

INDICE DE CONTENIDO

Página Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de aprobación	V
Hoja de antiplagio	VI
Índice de contenido	VII
Índice de cuadros	IX
Índice de figuras.....	XI
RESUMEN	01
ABSTRACT	02
I. INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio	05
II. PLAN DE MARKETING	07
2.1 Necesidades de los clientes	07
2.2 Demanda actual y tendencias	10
2.3 Oferta competitiva.....	12
2.4 Programa de marketing	13
2.4.1 El producto.....	13
2.4.2 El precio	18
2.4.3 La promoción	19
2.4.4 La cadena de distribución de intimas InversionesSRL	22
III. PLAN DE OPERACIONES	23
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Intimas Inversiones SRL.....	23
3.2 El proceso de aprovisionamiento de Intimas Inversiones SRL.....	23
3.4 El proceso de atención al cliente de Intimas Inversiones SRL	24

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	30
4.1	La organización de Intimas Inversiones SRL.....	30
4.2	Puestos, funciones.....	28
4.3	Condiciones laborales.....	32
4.4	Régimen tributario	33
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	34
5.1	Estudio económico.....	34
5.1.1	Mercado y ventas	34
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos.....	34
5.2	Estudio financiero	36
5.2.1	Inversiones de Intimas Inversiones SRL.....	36
5.2.2	Financiamiento de Intimas Inversiones SRL.....	38
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad	40
	CONCLUSIONES	42
	BIBLIOGRAFA	43

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Intimas Inversiones SRL, 2020	04
Cuadro N° 02 Mercado del producto, ciudad de Tarapoto, 2020	10
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Tarapoto,2020	10
Cuadro N° 04 Mercado por edades, ciudad de Tarapoto, 2020.....	11
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económico, ciudad de Tarapoto, 2020....	11
Cuadro N° 06 Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Tarapoto,2020	11
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares, ciudad de Tarapoto, 2020.....	12
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Intimas Inversiones SRL 2020	19
Cuadro N° 09 Demanda del mercado: tendencia y participación	34
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de Intimas Inversiones SRL	34
Cuadro N° 11 Costo de ventas de Intimas Inversiones SRL (soles).....	34
Cuadro N° 12 Gastos administrativos de Intimas Inversiones SRL, 2020 (<u>soles</u>)... ..	35
Cuadro N° 13 Gastos comerciales de Intimas Inversiones SRL (soles).....	35
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de Intimas Inversiones SRL (soles)	36
Cuadro N° 15 Inversión en activos de Intimas Inversiones SRL (soles).....	36

Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de Intimas Inversiones SRL (soles).....	36
Cuadro N° 17 Costo laboral (%)	37
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento de Intimas Inversiones SRL (soles).....	38
Cuadro N° 19 Capital de trabajo de Intimas Inversiones SRL (soles)	39
Cuadro N° 20 Cálculo de la tributación de Intimas Inversiones SRL.....	39
Cuadro N° 21 Estado de resultados integrales de Intimas Inversiones SRL (soles).....	40
Cuadro N° 22 Estado de flujo de caja de Intimas Inversiones SRL (soles).....	40
Cuadro N° 23 VAN, TIR, Y B/C de Intimas Inversiones SRL (soles).....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de Intimas Inversiones SRL 2020.....	03
Figura N° 02 Caballero haciéndose un masaje relajante.....	09
Figura N° 03 Dama haciéndose un masaje relajante	09
Figura N° 04 Masajes en la espalda	15
Figura N° 05 Limpieza facial.....	15
Figura N° 06 Cliente realizando un servicio de manicure	16
Figura N° 07 Cliente realizando un servicio de pedicure.....	16
Figura N° 08 Catalogo de manicure.....	17
Figura N° 09 Logo de la empresa Intimas Inversiones SRL.....	18
Figura N° 10 Unidad móvil de Intimas Inversiones SRL.....	18
Figura N° 11 Polos con logo de Intimas Inversiones SRL, 2020.....	20
Figura N° 12 Llavero con logo de Intimas Inversiones SRL.....	20
Figura N° 13 Taza con logo de Intimas Inversiones SRL.....	21
Figura N° 14 Fan page de Intimas Inversiones SRL	21
Figura N° 15 La cadena de distribución de Intimas Inversiones SRL	22
Figura N° 16 Proceso de aprovisionamiento de Intimas Inversiones SRL.....	23
Figura N° 17 Proceso de atención al cliente de Intimas Inversiones SRL	24
Figura N° 18 Aceite para masajes	26
Figura N° 19 Set para manicure	27
Figura N° 20 Kit para limpieza facial.....	27
Figura N° 21 Sillas para manicure y pedicure	28
Figura N° 22 Cama portátil para masajes	28

Figura N° 23 Protectores faciales y mascarillas	29
Figura N° 24 Alcohol gel para las manos	29
Figura N° 25 Estructura orgánica de la Intimas Inversiones SRL.....	30

RESUMEN

Plan de negocios Intimas Spa Delivery, Tarapoto, 2020

Judith, Montalban-Rojas

Viorika, Katherine, Torres-Sinarahua

La investigación realizada en el presente proyecto se encuentra en el rubro de servicios, la empresa se dedicará a brindar servicio de manicure y pedicure a través del servicio delivery.

En cuanto a la fuente de aprovisionamiento esta se dará en la ciudad de Tarapoto, se ha identificado una gama de proveedores dedicados a la venta de cremas y accesorios para brindar el servicio.

El plan de recurso humano se ha considerado una estructura organizacional simple, adaptada para una micro empresa, las funciones han sido definidas para cada puesto de trabajo los colaboradores gozarán de todos los beneficios laborales.

Las ratios financieras encontrados en el plan económico y financiero arrojan que el proyecto es rentable; el Valor actual neto económico (VAN) de S/. 304,614 y el Valor actual neto financiero de S/. 259,300. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 93% y la Tasa interna de retorno financiera es de 176%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.32 y el índice beneficio costo financiero es de S/.7.25.

Palabras claves: plan de negocios, manicure, pedicure, masajes.

SUMMARY

Business plan Intimas Spa Delivery, Tarapoto, 2020

Judith, Montalban-Rojas

Viorika, Katherine, Torres-Sinarahua

The research carried out in this project is in the field of services, the company will be dedicated to providing manicure and pedicure service through delivery service.

As for the source of supply, this will be in the city of Tarapoto, a range of providers dedicated to the sale of creams and accessories have been identified to provide the service.

The human resource plan has been considered a simple organizational structure, adapted for a micro company, the functions have been defined for each job position, the collaborators will enjoy all the labor benefits.

The financial ratios found in the economic and financial plan show that the project is profitable; the Economic Net Present Value (VAN) of S/. 304,614 and the Financial Net Present Value of S/. 259,300. The economic internal rate of return (IRR) is 93% and the financial internal rate of return is 176%. The economic cost benefit index is S/.3.32 and the financial cost benefit index is S/.7.25.

Keywords: business plan, manicure, pedicure, massage.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

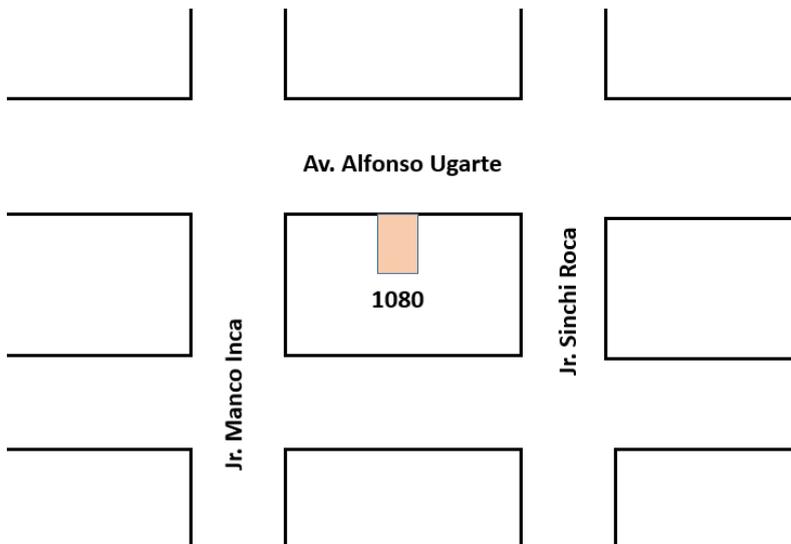
Nombre comercial: intimas Spa Delivery Razón social: intimas Inversiones S.R.L. Sector de la actividad: servicio

Localización: calle Alfonso Ugarte Nro.1080, distrito de Tarapoto, provincia de San Martín, región San Martín, Perú.

Actividad: Spa Delivery

Figura I

Ubicación de la empresa Intimas Inversiones SRL., 2020



Fuente: elaboración propia

1.1 Actividad empresarial

Cuadro I

Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Intimas Inversiones SRL,2020

S	otras actividades de servicio comunitario			
	3	otras actividades de servicio		
		33	otras actividades de servicio	
			330	peluquería y otros tratamientos de belleza

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio.

La imagen personal se ha convertido, en estos tiempos, en una necesidad importante y básica tanto para los hombres y mujeres y de diferentes condiciones económicas. A través del presenta plan de negocios se busca satisfacer la necesidad de relajación de las personas, como también satisfacer la necesidad de cuidar la piel, principalmente la piel del rostro, para contar con una piel lozana y joven, expresando un brillo natural.

El segmento al cual se pretende llegar son los jóvenes de ambos sexos, la estética masculina no se limita a un corte de cabello y barba, ahora los hombres han dejado el prejuicio que los salones de belleza son para mujeres y han decidido visitarlo para tener un mejor cuidado de lo físico. Los hombres ahora se interesan por su aspecto y asisten muy a menudo a este tipo de negocio para realizar manicure, pedicura, depilación de cejas, de nariz, barba, corte y también servicio de spa capilar.

Para nadie es un secreto que todos los días hay mujeres cruzando por la puerta de un salón de belleza. Estos lugares se han convertido en un espacio en el que no solo mejoran su apariencia, sino en el que también hacen relaciones y buscan bienestar. Entre las edades de 25 y 55 años. Los jóvenes buscan llamar la atención con la belleza física, necesita estar presentables para convencer al sexo opuesto. Los adultos mayores más que todo necesita sentirse bien consigo mismos, es más por un factor personal, ya no de seguridad si no de persona. Mientras, que los adultos mayores necesitan estar bien por un tema des alud.

También para quienes desean cuidar sus rostros. Estas personas de los niveles socio-económico AB y C. El consumidor peruano del nivel socioeconómico A, B y C, asignan un presupuesto mensual que va entre el 10% al 15% de su sueldo para invertir en la compra de servicios productos en centros de belleza con la tendencia de la salud y verse bien o exitoso; implica que tanto para las mujeres y varones consuman servicios y productos de belleza.

Asimismo, este sector tiene un valor comercial que hagenerado un gran porcentaje de tratamientos de más de una sesión, lo cual garantiza el retorno.

Actualmente, el 95% de los salones de belleza desean introducir dentro del modelo

de negocio la parte de estética. “Los salones que ya cuentan con ese espacio o servicio de Spa muchas ven en este servicio una importante facturación y oportunidad.

La empresa se dedicará a brindar servicios de masajes relajantes como también a brindar servicio de limpieza de cutis, sobre todo del rostro. Además, se aceptarán todos los medios de pagos, tanto por medio de tarjetas de débito y de crédito. La atención será en horario corrido de 11:30am hasta las 7:30pm. También, se contará con zona de parqueo y con cámaras de seguridad para los vehículos de los clientes.

II. PLAN DE MARKETING.

21. . Necesidades de los clientes

Se mencionó en el capítulo anterior acerca de las necesidades que se buscasatisfacer en el presente proyecto, dentro de ella:

- a. Necesidad de relajación
- b. Necesidad de desestresarse
- c. Necesidad de cuidado del rostro
- d. Necesidad de sentirse bien

- a. **Necesidad de relajación:** Cualquier persona es susceptible de hacerse un masaje relajante, siempre que le apetezca y le guste esta técnica, pero es especialmente recomendable para personas con presión en el ámbito laboral, ya se tensión, estrés, ansiedad, depresión leve o problemas circulatorios y/o musculares leves.
- b. **Necesidad de desestresarse:** El estrés es una realidad inherente a la vida. Muchas personas creen que es un fenómeno dependiente de las particularidades del hecho al que nos enfrentamos, mientras que otras consideran que la clave está en la percepción de quien lo vive, mediante este plan de trabajo nosotros buscamos combatir el estrés a través masajes y relajantes musculares en todo el cuerpo ayudando a sentirte bien contigo mismo.

- c. **Necesidad de cuidado del rostro:** La piel comienza a cambiar. Los procesos de oxidación y aparición de los primeros signos de la edad comienzan sobre los 25 años, por lo que los 30 son claves para tomarse en serio el cuidado e intentar preservar la juventud, alargar el tiempo y frenar al máximo los signos de envejecimiento.

La disminución de colágeno, elastina y ácido hialurónico generan arrugas o deshidratación en tu rostro. Asimismo, la función barrera de la piel se debilita cada vez más, por lo que hay que ayudar a protegerla de los factores externos. Además, los procesos metabólicos naturales de las células comienzan a disminuir, por lo que es necesario potenciarlos.

Y la pérdida de hidratación de la piel aumenta, lo que se traduce como poca elasticidad de la piel, por eso a los 30, la piel necesita un tratamiento facial especializado para la noche con ácido hialurónico para renovarla y frenar los primeros cambios de la piel.

- d. **Necesidad de sentirse bien:** Es encontrarnos bien con nosotros mismos es una de las bases para estar felices, crear relaciones satisfactorias y emprender actividades que resulten motivantes. Se podría decir que es uno de los pilares fundamentales que nos mantiene en unión con nuestra naturaleza. Es muy valioso que aprendamos qué tipo de cosas son las que nos hacen sentirnos mejor.

No es algo con lo que podamos tirar la toalla y desistir, es algo que tenemos que aprender en nuestro día a día en base a nuestras experiencias, independientemente de que sean mejores o peores.

Es por eso la propuesta del presente plan de negocios que propone resaltar la belleza de las personas que desea sentirse bien, haciéndose un masaje, aplicándose una crema al rostro, haciéndose un pedicure o una manicure.

Figura II
Caballero haciéndose un masaje relajante



Fuente: <https://www.saludterapia.com/glosario/d/122-relajante.html>

Figura III
Dama haciéndose un masaje relajante



Fuente: [google.com/search?q=dama+haciendose+masaje&sxsrf=ALeKk01Lxdtqu](https://www.google.com/search?q=dama+haciendose+masaje&sxsrf=ALeKk01Lxdtqu)

2.1 Demanda actual y tendencias.

Cuadro II

Mercado del producto, ciudad de Tarapoto, 2020

Distritos que conforman el mercado a atender	Personal 2007	Personal 2015	Tasa crecimiento promedio	Personas al 2020 (proyectada)
Distrito Tarapoto	69,96	73,01	0.534%	74,986
Distrito Morales	24,01	29,30	2.518%	33,182
Distrito La Banda de Shilicayo	29,52	41,11	4.226%	50,568
Población mercado ciudad Tarapoto	123,50	143,43	1.887	158,736

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.02 se puede apreciar la distribución de la población de los distritos de Tarapoto, Morales y Banca de Shilcayo, como la proyección al año 2020 de acuerdo a los datos brindados por el INEI.

Cuadro III

Mercado por zona de residencia, ciudad de Tarapoto, 2020

Distritos	Población Urbana (participación)	Personas
Distrito Tarapoto (al 2020)	90.0%	67,487
Distrito Morales (al 2020)	75.0%	24,887
Distrito La Banda de Shilicayo (al 2020)	85.0%	42,983
Población por residencia, ciudad Tarapoto (al 2020)		135,356

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 3 se puede apreciar el mercado al cual se va dirigir por zona de residencia, el mismo que se distribuye en el área urbana y en el área rural haciendo un total de mercado por residencia de 135, 356 personas.

Cuadro IV

Mercado por edades, ciudad de Tarapoto, 2020

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Tarapoto (%)	25.88%	29.13%	55.01%
Distrito Morales (%)	25.03%	26.31%	51.33%
Distrito La Banda de Shilicayo (%)	25.77%	25.75%	51.52%
Población por edades, ciudad Tarapoto (2020)	34,771	37,274	72,045

Fuente: elaboración propia

En cuadro 4, podemos apreciar la distribución del mercado por tramos de edades, en cada distrito. El proyecto ha elegido como nicho de mercado a las personas de ambos sexos en entre los 25 y 50 años de edad.

Cuadro V

Mercado por condición socio económica, ciudad de Tarapoto, 2020

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Tarapoto	4.5%	3,544
Segmento C ciudad Tarapoto	16.5%	12,993
Segmento D ciudad Tarapoto	0.0%	-
Segmento E ciudad Tarapoto	0.0%	-
(2020)	21.0	16,537

Fuente: elaboración propia

En cuadro Nro. 5 se puede apreciar la distribución del mercado por condición socio económica, el presente proyecto se va dirigir a los niveles socio económicos A, B y C. Por el nivel de ingreso que presentan cada uno.

Cuadro VI

Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Tarapoto, 2020

Promedio personas por vivienda		3.5
Viviendas ciudad Tarapoto (proyectado al 2020)		4,693
Consumo del producto (unidades por día/familia)		0.1
Consumo del producto (unidades por mes/familia)	30	3.7
Consumo del producto (unidades por año/familia)	12	4
Consumo del producto ciudad Tarapoto (unidades)		211,183

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 6 puede apreciar el cálculo de la demanda proyectada en la ciudad de Tarapoto, considerando el número de personas por vivienda y el consumo por familia.

El radio de acción de la empresa Intimas Inversiones estará concentrado en los distritos de Tarapoto, Morales y La Banda de Shilcayo. En dichos distritos se atenderá exclusivamente el sector urbano.

2.3. Oferta competitiva

Cuadro VII

Negocios con giros similares a Intimas Inversiones SRL, Tarapoto, 2020

Servicios	Unidad	Empresas		
		Verónica Dávila	Permanentes & maquillajes	Monísimas Spa
Masajes	Unidad	S/50.00	S/30.00	S/40.00
Limpieza de rostro	Unidad	S/60.00	S/50.00	S/60.00
Manicure	Unidad	S/15.00	S/20.00	S/15.00
Pedicure	Unidad	S/20.00	S/15.00	S/20.00

Fuente: elaboración propia

Los salones de belleza, spas y estéticas han sufrido grandes restricciones dentro del marco de la nueva normalidad, después de estar por mucho tiempo cerrados, ahora sólo pueden trabajar con un tercio de su capacidad, lo que les da un panorama adverso. Esto afecta su capacidad operativa, limitando horarios, restringiendo el aforo de personal y clientes dentro del establecimiento, e imponiendo medidas sanitarias que elevarán aún más los costos de operación.

La era de los salones de belleza está rápidamente agotándose, todas las marcas reorientaron de manera más decidida sus esfuerzos para aumentar las ventas en línea, actualmente, el comercio ya no es una alternativa para crecer si no es el único camino.

El confinamiento potenció al comercio electrónico al generar un cambio en los hábitos de consumo de las personas, quienes, para no salir de sus casas, incrementaron su volumen de compras en línea. Pero inclusive aquellos que ya ofrecían el servicio de compra en línea, no han podido cubrir totalmente la demanda ya que los canales digitales pasaron de representar el 5 por ciento de las ventas, a ser en algunos casos, hasta el 100 por ciento, derivado de esta situación.

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a brindar servicios de masajes relajantes como también a brindar servicio de limpieza de cutis, sobre todo del rostro. Además, se aceptarán todos los medios de pagos, tanto por medio de tarjetas de débito y de crédito.

El servicio será delivery, en una movilidad acondicionada para tal fin y cumpliendo el protocolo de seguridad del COVID 19. Se contará con un número telefónico asignado para la atención a nuestros clientes.

a) Categorías de productos.

Se contará con los siguientes servicios:

- **Servicio 1: Masaje**

Se aplicará el masaje relajante para eliminar estrés y tensión tras un día duro de trabajo. Se aplicará en todo el cuerpo, con énfasis en la espalda y en la parte baja del cuello de forma lenta, con movimientos pausados y largos, pero con una presión firme y progresiva, esto tiene como objetivo descargar el estrés y la tensión acumulada.

- **Servicio 2: Limpieza facial**

Es un procedimiento cosmetológico en el cual se eliminan las impurezas en el rostro acumuladas por la contaminación y el exceso en la producción de sebo, se retiran los puntos negros y blancos, además de destapar los poros obstruidos. Es un tratamiento que funciona tanto para mantenimiento de pieles sanas o con imperfecciones.

- **Servicio 3: Manicure**

Se llama manicure a la actividad que se desarrolla para cuidar y embellecer las uñas de las manos. De igual modo se denomina al a persona que realiza esa tarea como trabajo y al oficio en cuestión.

Tener una manos y uñas hermosas es más sencillo de lo que parece, sólo requieres de unos minutos para hacerte una manicure perfecta y tener ciertos hábitos sanos te ayuden a cuidar la salud de tus manos.

- **Servicio 4: Pedicure**

El pedicure es uno de los ámbitos de la belleza más empleados hoy en día en todo el mercado, tanto internacional como nacional, hoy en día es muy raro ver a mujeres con los pies desarregladas, cada vez se vuelve más común estar al día en cuestiones de moda y belleza.

Figura IV. Masajes en la espalda



Fuente: [google.com/search?q=masaje+en+la+espalda&sxsrf=ALeKk01Fxkb5fjtmuEG](https://www.google.com/search?q=masaje+en+la+espalda&sxsrf=ALeKk01Fxkb5fjtmuEG)

Figura V

Limpieza facial



Fuente: [google.com/search?q=limpieza+facial&sxsrf=ALeKk023DSpfAe6EfIO5Xi](https://www.google.com/search?q=limpieza+facial&sxsrf=ALeKk023DSpfAe6EfIO5Xi)

Figura VI

Cliente realizando un servicio de manicure



Fuente: [google.com/search?q=manicure&sxsrf=ALeKk01QYdBQHhVUrNdMvhiD](https://www.google.com/search?q=manicure&sxsrf=ALeKk01QYdBQHhVUrNdMvhiD)

Figura VII

Cliente realizando un servicio de pedicure



Fuente: [google.com/search?q=pedicure&sxsrf=ALeKk034868sRnKSGf_YqH2A](https://www.google.com/search?q=pedicure&sxsrf=ALeKk034868sRnKSGf_YqH2A)

Figura VIII

Catálogo de manicure



Fuente: [google.com/search?q=catalogo+manicure&tbm=isch&ved=2ahUKEiw8T_jM](https://www.google.com/search?q=catalogo+manicure&tbm=isch&ved=2ahUKEiw8T_jM)

b) La marca

La marca de la empresa está representada por la silueta de una dama que yace sobre unas hojas verdes, que representa la naturaleza. Sobre la base de una frase que dice: Descubre tu belleza. El nombre se repite tres veces para ir posicionando en la mente de nuestros clientes.

El logo es el siguiente:

Figura IX

Logo de la empresa Intimas Inversiones SRL, 2020



Fuente: elaboración propia

Figura X

Unidad móvil de la empresa Intimas Inversiones SRL, 2020



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio es un monto de dinero que el cliente está dispuesto a pagar por un bien o servicio. Con el presente proyecto de negocios, se pretende lograr el objetivo de maximización de la cuota de mercado.

Cuadro VIII

Precio de los productos de Intimas Inversiones SRL.,2020(soles)

Servicios	Unidad	Precio
Masajes	Unidad	S/30.00
Limpieza de rostro	Unidad	S/40.00
Manicure	Unidad	S/15.00
Pedicure	Unidad	S/15.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3. La promoción.

La Promoción es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos, a manera de información cuando un agente de comunicación promociona algo, es con el fin que a la persona que se le está promocionando reciba una gratificación por parte de este y tenga la voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta.

Promoción proviene del verbo “Promover” por lo que es claro comprender según su etimología que se trata de una estrategia de comunicación de parte de las compañías que producen bienes y servicios con el fin de que la sociedad lo conozca.

Facebook: La empresa ha creado una página en el Facebook, es decir cuentan con un fan page para difundir los productos, como también realizar todo tipo de actividades como las ofertas.

Twitter: Se contará con seguidores, con la mayor cantidad, lo que demuestra la aceptación de nuestros productos.

Figura XI

Polos con logo de Intimas Inversiones SRL,20208



Fuente: elaboración propia

Figura XII

Llavero con el logo de Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

Figura XIII

Taza con el logo Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

Figura XIV

Fan page de Intimas Inversiones SRL



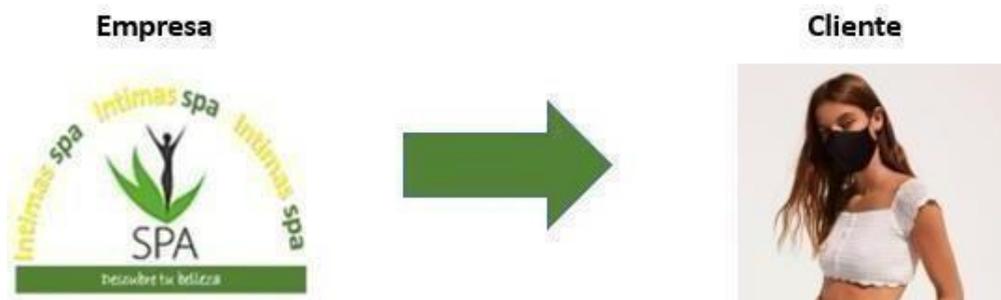
Fuente: elaboración propia

2.4.4 . La cadena de distribución de Intimas Inversiones SRL.

La empresa contará con una dirección legal, la misma que estará ubicado en la Av. Jorge Chávez Nro.1080, Tarapoto la distribución de será directa, no se contará con intermediarios entre la empresa y los clientes.

Figura VV

La cadena de distribución de Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

2 PLAN DE OPERACIONES

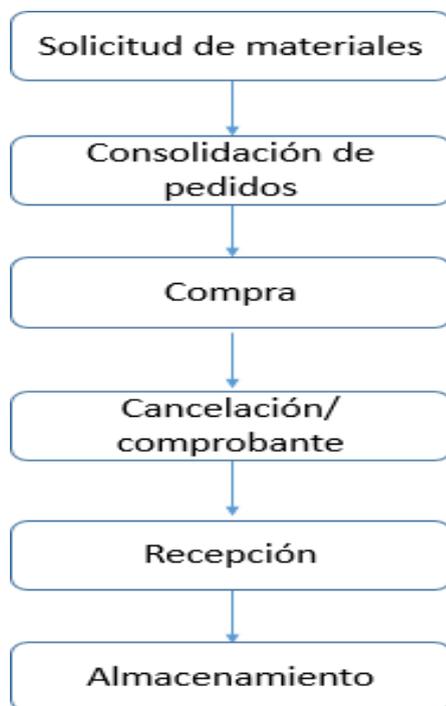
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento de intimas inversiones SRL

La fuente de aprovisionamiento se ubicará en la ciudad de Tarapoto, se ha ubicado una variedad de proveedores para el abastecimiento de materiales de todos los servicios que brindará la empresa. Dentro de ellos: comercial Moshé Jr. Alonso de Alvarado Nro.285 Tarapoto Comercial Paco Calderón Jr. Alonso de Alvarado Nro.226 Tarapoto.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Intimas Inversiones SRL

Figura XVI

Proceso de aprovisionamiento de Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

En cuanto al proceso de aprovisionamiento este empieza con el requerimiento de materiales del área de operaciones de la empresa y como siguiente paso viene la consolidación de los pedidos, en este paso se procede a elaborar el cuadro comparativo, previa cotización de los bienes y servicios a usar.

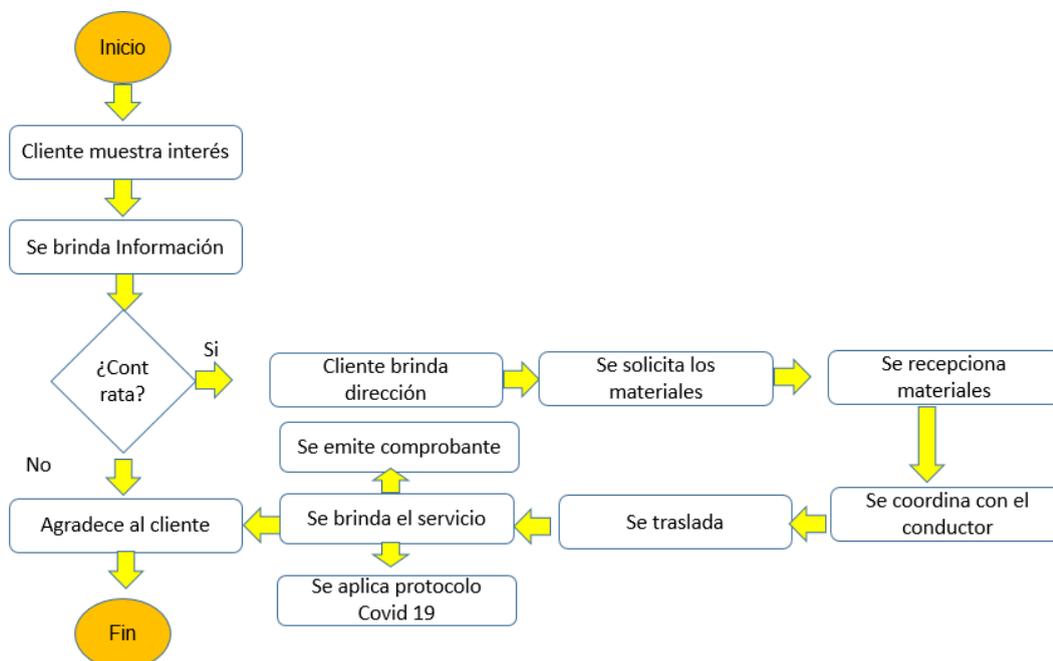
Seguidamente viene la compra de todos los bienes y servicios requeridos, y que se han elegido al proveedor correcto, el que nos ofrece ciertos beneficios, posteriormente viene la cancelación de los pedidos, para seguidamente reclamar el comprobante de pago.

Como siguiente paso viene la recepción de los pedidos, para el cual hay que comprobar, controlar, contar, pesar y verificar que todo esté de acuerdo a lo solicitado para que finalmente se ingrese al almacén para su control y atención.

3.3. El proceso de atención al cliente de Intimas Inversiones SRL

Figura XVII

Proceso de atención al cliente de Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia.

El proceso de atención al cliente:

1. Cliente muestra interés
2. El cliente se puede contactar con la empresa a través de una llamada telefónica, o a través de las redes sociales para solicitar información de nuestros servicios.
3. Se brinda información
4. La encargada de recepción le brinda toda la información solicitada por nuestro cliente, precios, traslado, medios de pagos, tiempo de espera, promociones y entre otros datos de total utilidad de los clientes.
5. Pregunta: ¿contrata?
6. Si es no: se agradece al cliente
7. Si es si: se pasa al cliente proceso
8. Cliente brinda dirección
9. Se solicita la dirección al cliente, con algunas referencias para hacer más fácil la ubicación al cliente.
10. Se solicita materiales
11. Si se cuenta con toda la información requerida se procede a solicitar la ubicación del cliente, dirección exacta y alguna referencia para la ubicación del cliente.
12. Se recepcióna materiales
13. Como siguiente paso se procede a decepcionar todos los materiales para la atención a los clientes.
14. Se coordina con el conductor
15. El siguiente paso es coordinar con el conductor del vehículo para verificar si la unidad móvil puede llegar sin ningún problema.

1. Se traslada
2. De acuerdo a la información brindada se procede a trasladar al lugar dondese brindará el servicio.
3. Se brinda el servicio
4. Este paso además de brindar el servicio, se cumple con los protocolos COVID 19, como también finalmente se emite el comprobante para el cliente
5. Finalmente se agradece al cliente.

Figura XVIII

Aceites para masajes



Fuente: [google.com/search?q=set+para+masajes&sxsrf=ALeKk0C](https://www.google.com/search?q=set+para+masajes&sxsrf=ALeKk0C)

Figura XIX

Set para manicure



Fuente: [google.com/search?q=set+para+manicure&sxsrf=ALeKk01hWAd](https://www.google.com/search?q=set+para+manicure&sxsrf=ALeKk01hWAd)

Figura XX

Kit para limpieza facial



Fuente: [google.com/search?q=set+para+manicure&sxsrf=ALeKk01hWAd](https://www.google.com/search?q=set+para+manicure&sxsrf=ALeKk01hWAd)

Figura XXI

Sillas para manicure y pedicure



Fuente: [google.com/search?q=SILLA+PARA+MANICURE+Y+PEXSRF](https://www.google.com/search?q=SILLA+PARA+MANICURE+Y+PEXSRF)

Figura XXII

Cama portátil para masajes



Fuente: [google.com/search?q=cama+para+masajes+portatil&sxsrK](https://www.google.com/search?q=cama+para+masajes+portatil&sxsrK)

Figura XXIII

Protectores faciales y mascarillas



Fuente: [google.com/search?q=protectores+faciales+transparentes&sxsrf](https://www.google.com/search?q=protectores+faciales+transparentes&sxsrf)

Figura XXIV

Alcohol gel para las manos



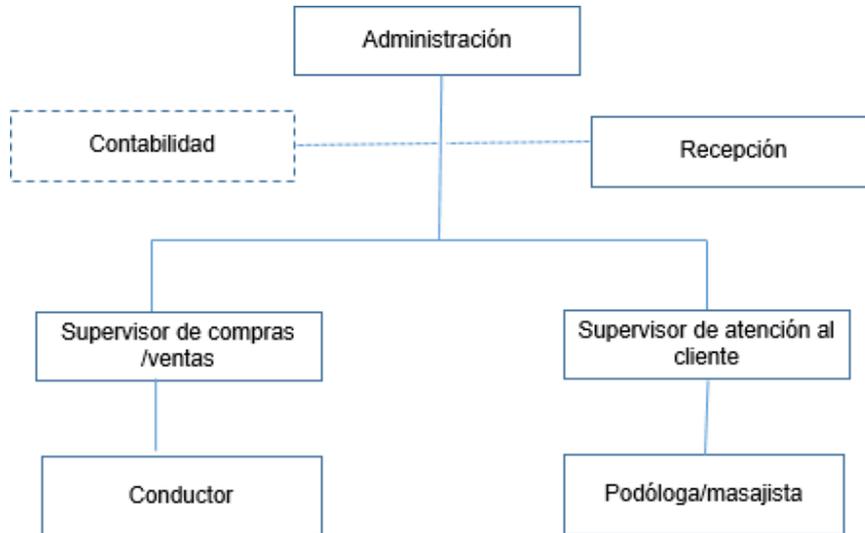
Fuente: [google.com/search?q=protectores+faciales+transparentes&sxsrf](https://www.google.com/search?q=protectores+faciales+transparentes&sxsrf)

2.1.1.2 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de la empresa Intimas InversionesSRL

Figura XXV

Estructura organizacional de la empresa Intimas Inversiones SRL



Fuente: elaboración propia

4.2 PUESTOS Y FUNCIONES

a) Puesto: administrador de Intimas Inversiones SRL.

Funciones:

1. Planificar las metas y objetivos de Intimas Inversiones SRL, tanto alcorto y mediano plazo.
2. Planifica, diseña cada uno de los procesos de las distintas áreas de la empresa, buscando la mayor eficiencia en tiempo y costos.
3. Aprueba los presupuestos para cada una de las áreas, manteniendo criterios de calidad, costo, tiempo de entrega.
4. Organiza las áreas que necesita la empresa para el desarrollo de sus actividades cotidianas.

1. Organiza los procesos para la búsqueda de financiamiento de la empresa.
2. Controla el cumplimiento de metas de cada una de las áreas de la empresa.
3. Asume la representación de la empresa ante las empresas públicas y privadas.

b) Puesto: Supervisor de compra/ventas Intimas Inversiones SRL.

Funciones:

1. Planifica el abastecimiento de bienes para el desarrollo de las actividades de la empresa, como también planifica la cuota de ventas por mes y por año para la empresa.
2. Organiza el proceso de compras y ventas de la empresa.
3. Organiza el proceso de cotización de la empresa.
4. Organiza las estrategias de ventas de la empresa.
5. Dirige el proceso para elegir los proveedores, para el registro de proveedores el que debe estar actualizado.
6. Controla los bienes adquiridos por la empresa
7. Reporta directamente al administrador, de forma semanal y de forma mensual.

c) Puesto: Supervisor de atención al cliente de Intimas Inversiones SRL

Funciones:

1. Planifica el proceso de atención al cliente.
2. Planifica el trabajo en coordinación con el área de recepción.
3. Organiza y dirige el proceso de atención al cliente.
4. Dirige el proceso de atención al cliente.
5. Controla la producción del día y del mes para reportar a la administración.
6. Controla las estadísticas de quejas, consulta y reclamos de la empresa.

d) Puesto: Recepción de Intimas Inversiones SRL

Funciones:

1. Planifica el proceso recepción a los clientes.
2. Organiza proceso de atención al cliente de la empresa.
3. Muestras los catálogos de los servicios que cuenta la empresa.
4. Recepción a las consultas por información de los clientes prospectos, ya sea por llama telefónica, mensaje de textos, chats App, Messenger, entre otros.
5. Coordina con el área de atención al cliente el servicio a los clientes.
6. Controla los servicios contratados para brindar en el día.
7. Reporta al administrador directamente.

4.3 Condiciones laborales

Intimas Inversiones SRL, ha establecido las siguientes condiciones laborales:

- La empresa Intimas Inversiones respetará la jornada laboral de 8 horas diarias.
- Los colaboradores de Intimas Inversiones SRL, contarán con contratos laborales por 6 meses.
- La empresa acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y pequeña empresa.
- Intimas Inversiones SRL, se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa.
- Se cumplirá con el protocolo para venta delivery según la legislación vigente.

4.4 Régimen tributario.

Intimas Inversiones SRL, se acogerá al régimen Mype tributario por los beneficios que brinda esta ley, ya que reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10% cada año. Mientras las utilidades no excedan las 15 UIT, por el exceso se pagará el 29.50%.

2.1.1.3 PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro IX

Demanda de mercado: tendencia y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	211,183		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	3%
Demanda estimada (unidades)	211,183	215,407	221,869
Participación de mercado (decisión empresa)	4.00%	5.00%	6.00%
Demanda del proyecto (unidades)	8,447	10,770	13,312

Fuente: elaboración propia

Cuadro X

Ventas de los productos de Intimas Inversiones SRL

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	8,447	10,770	13,312
Precio venta - decisión empresarial (soles x unidad)	50.00	50.00	52.50
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta	S/.50.0	S/.52.50	S/.56.7
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.422,366	S/.565,442	S/.754,798

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro XI

Costo de ventas de Intimas Inversiones SRL. (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	8,447	10,770	13,312
Costo compra	S/2	S/15	S/1
COSTO DE LA MERCADERIA VENDIDA	S/168,94	S/163,17	S/207,72

Fuente: elaboración propia

Cuadro VII

Gastos administrativos de Intimas Inversiones SRL (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,50	S/. 1,60	S/. 1,80
Supervisores			
Sueldo mensual	S/. 1,20	S/. 1,40	S/. 1,60
Podóloga/masajista	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,00	S/. 1,10	S/. 1,20
Recepción/conductor			
Sueldo mensual	S/. 93	S/. 93	S/. 93
Remuneraciones del personal	S/. 7,76	S/. 8,46	S/. 9,26
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 8,43	S/. 9,19	S/. 10,06
Servicios públicos	S/. 22	S/. 27	S/. 34
Útiles oficina	S/. 21	S/. 30	S/. 45
Servicio contable	S/. 30	S/. 40	S/. 50
Otros	S/. 35	S/. 46	S/. 51
Total mensual	S/. 9,52	S/. 10,63	S/. 11,87
TOTAL, ANUAL	S/.114,28	S/.127,63	S/.142,45

Fuente: elaboración propia

Cuadro XIII

Gastos comerciales de Intimas Inversiones SRL (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 360.0	S/. 420.0	S/. 540.0
Alquiler local	S/. 500.0	S/. 700.0	S/. 900.0
Promociones	S/. 300.0	S/. 380.0	S/. 450.0
Combustible: Petrolero	S/. 600.0	S/. 600.0	S/. 600.0
Otros	S/. 300.0	S/. 400.0	S/. 500.0
Total mensual	S/. 2,060.0	S/. 2,500.0	S/. 2,990.0
TOTAL, ANUAL	S/.24,720.0	S/.30,000.0	S/.35,880.0

Fuente: elaboración propia

Cuadro XIV

Gastos pre operativos de Intimas Inversiones SRL. (soles)

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,250.0	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0
Tramites diversos	S/. 600.0	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0
Total	S/. 1,850.0	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Intimas Inversiones SRL

Cuadro XV

Inversión en activos de Intimas Inversiones SRL (soles)

Activo fijo	Valor adquisició	Cantida	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Vehículos	S/. 95,00	1	S/. 95,00	20	S/. 4,75
Terreno	S/.	1	S/.	0	S/.
Accesorios	S/. 2,00	1	S/. 2,00	5	S/. 40
Equipos	S/. 3,50	1	S/. 3,50	5	S/. 70
Muebles	S/. 8,00	1	S/. 8,00	5	S/. 1,60
Total			S/. 108,50		S/. 7,45

Fuente: elaboración propia

Cuadro XVI

Depreciación de los activos de Intimas Inversiones SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.108,50	S/.7,45	-S/.7,45	-S/.7,45	S/.86,15
Amortizacion activo intangible	S/.1,85	-S/.370	-S/.37	-S/.37	S/.74
Total	S/.110,35	S/.7,8	-S/.7,82	-S/.7,82	S/.86,89

Fuente: elaboración propia

Cuadro XVII

Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.55 %	4.17 %	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.55 %	4.17 %	0.00%
Vacaciones	30	15	15	%	%	4.17%
Subtotal				25.00 %	12.50 %	4.17%
CTS	30	15	0	%	%	0.00%
ESSALUD				%	%	4.50%
Total				%	%	8.67%

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de Intimas Inversiones SRL

Cuadro XVIII

Programa de endeudamiento de Intimas Inversiones SRL (soles)

Deuda a tomar		S/. 90,000		
34.49% Anual		2.5%	mensual	
		4	meses	
		8		
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	90,000	2,250	1,875	4,125
2	88,125	2,203	1,875	4,078
3	86,250	2,156	1,875	4,031
4	84,375	2,109	1,875	3,984
5	82,500	2,063	1,875	3,938
6	80,625	2,016	1,875	3,891
7	78,750	1,969	1,875	3,844
8	76,875	1,922	1,875	3,797
9	75,000	1,875	1,875	3,750
10	73,125	1,828	1,875	3,703
11	71,250	1,781	1,875	3,656
12	69,375	1,734	1,875	3,609
		23,906	22,500	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	67,500	1,688	1,875	3,563
14	65,625	1,641	1,875	3,516
15	63,750	1,594	1,875	3,469
16	61,875	1,547	1,875	3,422
17	60,000	1,500	1,875	3,375
18	58,125	1,453	1,875	3,328
19	56,250	1,406	1,875	3,281
20	54,375	1,359	1,875	3,234
21	52,500	1,313	1,875	3,188
22	50,625	1,266	1,875	3,141
23	48,750	1,219	1,875	3,094
24	46,875	1,172	1,875	3,047
		17,156	22,500	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	45,000	1,125	1,875	3,000
26	43,125	1,078	1,875	2,953
27	41,250	1,031	1,875	2,906
28	39,375	984	1,875	2,859
29	37,500	938	1,875	2,813

30	35,625	891	1,875	2,766
31	33,750	844	1,875	2,719
32	31,875	797	1,875	2,672
33	30,000	750	1,875	2,625
34	28,125	703	1,875	2,578
35	26,250	656	1,875	2,531
36	24,375	609	1,875	2,484
		10,406	22,500	

Fuente: elaboración propia

Cuadro XIX**Capital de trabajo de Intimas Inversiones SRL (soles)**

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	- S/.21 ,118	-S/.1,431	-S/.1,894	S/0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.8,213	-S/.2,782	-S/.3,682	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		-S/.21,118	S/.722	-S/.5,570	
Cuentas x pagar					
Número de días		15	15	15	
Monto		S/.7,039	-S/.241	S/.1,857	
TOTAL	- S/.21 ,118	-S/.23,722	-S/.4,194	-S/.7,395	S/.56,430

Fuente: elaboración propia

Cuadro XX

Cálculo de la tributación de Intimas Inversiones SRL (soles)

CALCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)	29.50 %	29.50 %	29.50 %

Para pago a SUNAT y régimen PYME

Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10 %	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2020	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500	

Fuente: elaboración propia

CUADRO XXI

Estado de resultados integrales de Intimas Inversiones SRL (soles)

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.422,360	S/.565,440	S/.754,798
Costo ventas	-S/.168,940	-S/.163,170	-S/.207,729
Margen Bruto	S/.253,419	S/.402,270	S/.547,068
Gastos administrativos	-S/.114,282	-S/.127,634	-S/.142,458
Depreciación	-S/.7,820	-S/.7,820	-S/.7,820
Gastos comerciales	-S/.24,720	-S/.30,000	-S/.35,880
Margen operativo	S/.106,597	S/.236,816	S/.360,910
Gastos financieros	-S/.23,900	-S/.17,150	-S/.10,400
Margen antes de tributos	S/.82,697	S/.219,666	S/.350,510
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/82,697	S/219,666	S/350,510
Pago impuesto a la renta	-S/.24,394	-S/.64,800	-S/.103,399
Utilidad neta	58,293	154,866	247,111

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro XXII

Flujo de caja de Intimas Inversiones SRL (soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.422,36	S/.565,44	S/.754,79	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.110,35				S/.86,89
Capital de trabajo	-S/.21,11	-S/.23,72	-S/.4,19	-S/.7,39	S/.56,43
Compras		-S/.168,94	-S/.163,17	-S/.207,72	
Gastos administrativos		-S/.114,28	-S/.127,63	-S/.142,45	
Gastos comerciales		-S/.24,72	-S/.30,00	-S/.35,88	
Pago impuestos		-31,44	-69,86	-106,46	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.131,46	S/.59,24	S/.170,58	S/.254,86	S/.143,32
Préstamo recibido	S/.90,00				-S/.22,50
Amortización		-S/.22,50	-S/.22,50	-S/.22,50	
Gastos financieros		-S/.23,90	-S/.17,15	-S/.10,40	
Escudo fiscal		S/.7,05	S/.5,06	S/.3,07	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.41,46	S/.19,89	S/.135,98	S/.225,03	S/.120,8
FCE	-S/.131,46	S/.59,24	S/.170,58	S/.398,18	
FCF	-S/.41,46	S/.19,89	S/.135,98	S/.345,85	

Fuente: elaboración fuente propia

Cuadro XXIII

VAN, TIR y B/C de Intimas Inversiones SRL (soles)

VAN Económico	S/.304,61
Tasa de descuento (CAPM)	15.66
TIR Económica	93%
Índice B/C	3.3

VAN Financiero	259,30
Tasa de descuento (WACC)	21.59%
TIR Financiero	176%
Índice B/C	7.2

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

1. El análisis del mercado ha sido concluyente, ya que determinó que existe varias necesidades que se pueden satisfacer con el presente plan de negocios, dentro de ellas la necesidad de relajación, la necesidad de desestresarse, necesidad de cuidar el rostro, como necesidad de sentirse bien.
2. La fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Tarapoto, lugar donde se ha ubicado los principales proveedores para la compra de bienes y servicios para brindar el servicio.
3. La estructura orgánica determinada por la empresa es simple, adaptada para una micro empresa, se tomaron en cuenta las funciones de planeamiento, organización, control y dirección de todas las áreas de la empresa.
4. EL proyecto arroja los siguientes ratios económicos y financieros, como la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 39% y el Valor Actual Neto (VAN) del S/.58,111.00 y el Índice Beneficio Costo (B/C) de S/.2.84, confirmando la rentabilidad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA:

Arellano, Rolando 2018

Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Staton William, Etzel Michael Walker Bruce, Mc Graw-Hill interamericana, 2004, Pag.5`

Fundamentos de Marketing, 8va. Edición, Kotler & Armstrong Person. Educación. 2008, Pàg.6

Instituto de Estadística e Informática (INEI), Censos Nacionales

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadística e Informativa (INEI). Clasificación industrial internacional uniforme – CIU. Disponible en: www.inei.gob.pe

SUNAT, 2017. Disponible: www.sunat.gob.pe
www.elcomercio.pe

www.Emprendimiento.com<http://www.inei.gob.pe>

ANEXO X

PROCEDIMIENTO INTERNO DE CASO SOSPECHOSO O POSITIVO COVID-19



ANEXO II

INSTRUCTIVO DE USO DE MASCARILLA

1. Antes de ponerte la mascarilla, lávate con agua y jabón y/o desinfectate las manos según la técnica establecida	
2. Verifica la mascarilla que no se encuentre dañada.	
3. Asegúrate que el lado exterior de la mascarilla quede hacia fuera.	
4. Cúbrete la boca y la nariz con la mascarilla, sujeta las tiras o elástico alrededor de las orejas o en la parte posterior de la cabeza y ajusta la tira rígida sobre la nariz.	
5. Evita tocar la mascarilla mientras lo usas; si lo haces, lávate las manos con agua y jabón.	
6. Quitate la mascarilla sin tocar la parte delantera y deséchala en un recipiente cerrado. Luego lávate con agua y jabón y/o desinfectate las manos.	
¿Cuándo cambiar de mascarilla? <ul style="list-style-type: none">- Cuando está húmeda o presente rotura.- Las mascarillas de tela se lavan y se desinfectan preferentemente con plancha.	
Acciones correctivas: Cuando se detecta que se está colocando incorrectamente la mascarilla, se debe corregir de inmediato; si el hecho ya hubiera ocurrido, desinfectar.:	

ANEXO III

INSTRUCTIVO DE LAVADO Y DESINFECCIÓN DE MANOS

Procedimiento:

¿Cómo lavarse las manos?

Lávate las manos solo cuando estén visiblemente sucias! Si no, úsala la solución alcoholizada

1 Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



1 Moja las manos con agua.



2 Despeja con la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todo el superficie de las manos.

2 Frota las palmas de las manos entre sí.



3 Frota la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa.



4 Frota las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados.



5 Frota el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, apriétalos los dedos.



6 Frota con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, empezando con la palma de la mano derecha y viceversa.



7 Frota la parte de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa.



8 Enjalga las manos con agua.



9 Séquese con una toalla desechable.



10 Sécase de la toalla para correr el agua.



11 Sus manos son seguras.

¿Cómo desinfectarse las manos?

Desinfecta las manos por higiene! Lávate las manos solo cuando estén visiblemente sucias

3 Duración de todo el procedimiento: 20-30 segundos



11 Despeja con la palma de la mano una dosis de producto suficiente para cubrir todas las superficies.



12 Frota las palmas de las manos entre sí.



13 Frota el dorso de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa.



14 Frota las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados.



15 Frota el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, apriétalos los dedos.



16 Frota con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, empezando con la palma de la mano derecha y viceversa.



17 Frota la parte de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa.



18 Una vez secas, sus manos son seguras.



Organización Mundial de la Salud



Seguridad del Paciente



SAVE LIVES
Clean Your Hands