



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS FABRICACION DE BARRAS PARA
PRACTICAR DEPORTE EN CASA, IQUITOS, 2019**

Autores:

Fasanando Tello, Juan Daniel

Nolorbe López, Gino Martin

**Para optar el título profesional
de Contador Publico**

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo, este esfuerzo a mis queridos padres Gladys y Daniel, a mis hermanas Rocío y Reuselith, a ellos todo mi sacrificio para lograr mis objetivos. Han sido la fortaleza para llegar a mi meta y ser un profesional, tras todas las dificultades que te depara la vida.

Juan Daniel Fasanando

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener, uno de los anhelos más deseados en mi vida personal.

A mi madre, por su apoyo incondicional, su amor y sacrificio en todos estos años, gracias a ella he logrado llegar hasta aquí y convertirme en la persona que soy hoy en día.

A mi hermano por su apoyo moral y estar presente en lo largo de esta etapa, y que este sea un motivo de superación para él.

Gino Nolorbe

AGRADECIMIENTO

Mi infinita gratitud a nuestro señor, por toda su bendición sobre mí para culminar mi carrera, mi eterno agradecimiento a mis padres Daniel y Gladys por sus consejos, por sus sacrificios para hacer de mí una persona de bien, a mis hermanas Rocío y Reuselith, por sus paciencias, sus apoyos, sus dedicación. A la Universidad Científica del Perú – UCP por hacer de mi todo un profesional, a los docentes gracias por compartir sus conocimientos, sus experiencias, finalmente un enorme agradecimiento a mis compañeros y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en este camino que ahora concluye.

Juan Daniel Fasanando Tello

Agradezco a Dios por bendecirme con la vida, guiarme por el buen camino, por ser mi fortaleza en los momentos de dificultad.

Gracias a mi familia: Keli, Paulo; Isaías y Charles por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizarme como profesional.

También quiero agradecer a la Universidad Científica del Perú, autoridades y profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional.

Gino Nolorbe



Universidad Científica del Perú - UCP
Registrado en el Asiento N° 400010 de la Partida N° 11000110, Personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0297-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 19 de julio del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIO FABRICACIÓN DE BARRAS PARA PRACTICAR DEPORTE EN CASA, IQUITOS, 2019**, a los Docentes:

CPC Luis Alberto Barriga Roa	Presidente
CPC Luis Paíma Linares	Miembro
CPC Luis Paíva Rocha	Miembro

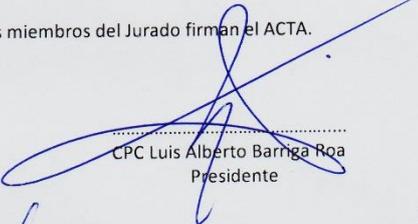
En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:30 a.m. horas del día 23 del mes de Julio del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

NOLORBE LOPEZ GINO MARTIN
FASANANDO TELLO JUAN DANIEL

Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

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


CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente


CPC Luis Paíma Linares
Miembro


CPC Luis Paíva Rocha
Miembro

CALIFICACIÓN:

Aprobado (a) Excelencia	: 19 – 20
Aprobado (a) Unanimidad	: 16 – 18
Aprobado (a) Mayoría	: 13 – 15
Desaprobado (a)	: 00 – 12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
SUMMARY	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	03
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias.....	09
2.4 Programa de marketing.....	10
2.4.1. El producto.....	10
2.4.2. El precio.....	14
2.4.3. La promoción.....	14
2.4.4. La cadena de distribución.....	17
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 El proceso de producción.....	19
3.3 El proceso de atención al cliente.....	21
3.4 Equipamiento del negocio.....	22
3.5 Estructura de costos de la empresa.....	26

4.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1	La organización.....	27
4.2	Puestos, tareas y funciones.....	27
4.3	Condiciones laborales.....	29
4.4	Régimen tributario.....	30
5.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1	Estudio económico.....	31
5.2	Estudio financiero.....	34
	CONCLUSIONES	37
	BIBLIOGRAFÍA	38

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU.....	03
Cuadro N° 02 Demanda proyectada ciudad de Iquitos, 2019.....	07
Cuadro N° 03 Negocios con giros similares en la ciudad de Iquitos, 2019....	09
Cuadro N° 04 Precio de la empresa, 2019.....	14
Cuadro N° 05 Estructura de costos de la empresa, 2019.....	26
Cuadro N° 06 Comportamiento del mercado: Tendencias y participación.....	31
Cuadro N° 07 Ingresos por ventas (soles).....	31
Cuadro N° 08 Costo de ventas (soles).....	31
Cuadro N° 09 Gastos administrativos (soles).....	32
Cuadro N° 10 Gastos comerciales (soles)	32
Cuadro N° 11 Gastos pre operativos (soles)	33
Cuadro N° 12 Inversión en activos (soles).....	33
Cuadro N° 13 Depreciación (soles).....	33
Cuadro N° 14 Programa de endeudamiento (soles).....	34
Cuadro N° 15 Estado de resultados integrales (soles).....	35
Cuadro N° 16 Estado de situación financiera (soles).....	35
Cuadro N° 17 Flujo de caja (soles).....	36
Cuadro N° 18 VAN y TIR.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N ^a 01 Ubicación de la empresa.....	03
Figura N ^a 02 Dama antes de iniciar su deporte.....	07
Figura N ^a 03 Barra multifuncional.....	10
Figura N ^a 04 Barra X.....	11
Figura N ^a 05 Ejercicio en barras de un caballero.....	12
Figura N ^a 06 Ejercicio en barras de una dama.....	13
Figura N ^a 07 Logo de la empresa, 2019.....	13
Figura N ^o 08 Polos con logo de la empresa, 2019.....	15
Figura N ^o 09 Llaveros con logo de la empresa, 2019.....	16
Figura N ^o 10 Tazas con logo de la empresa.....	16
Figura N ^a 11 Fan page de la empresa, 2019.....	17
Figura N ^a 12 Comprensora de aire.....	23
Figura N ^a 13 Taladro de mano.....	23
Figura N ^a 14 Maquina para soldadura eléctrica.....	24
Figura N ^a 15 Esmeril de mano.....	24
Figura N ^a 16 Pistola para pintar.....	25
Figura N ^a 17 Moto furgoneta	25

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 01 Personas que practican deporte en Latinoamérica, 2017.....	08
Gráfico N° 02 La cadena de distribución directa, 2019.....	18
Gráfico N° 03 El proceso de producción de la empresa, 2019	19
Gráfico N° 04 Proceso de atención al cliente.....	21
Gráfico N° 04 Estructura organizacional de la empresa.....	27

PLAN DE NEGOCIOS FABRICACION DE BARRAS PARA PRACTICAR DEPORTE EN CASA, IQUITOS, 2019

Juan Daniel Fasanando Tello

Gino Martin Nolorbe López

RESUMEN

La presente investigación de negocios estudia la factibilidad de constituir una empresa dedicada a la fabricación de barras para practicar deporte en comodidad del hogar, en la oficina o en el club, en los momentos que el cliente estime conveniente, ya sea para fines de estética personal o para mantener una buena salud.

Los segmentos objetivos son las personas del sexo masculino, con ingresos económicos dependiente o independiente, entre los 18 y 55 años edad y que practican algún deporte.

Existe condiciones favorables para llevar a cabo la idea de negocios con éxito para este tipo de negocio, desde la existencia de proveedores tanto de materiales como de servicios. Se ha determinado la estructura organizacional con funciones claras para cada área.

Los estados financieros se proyectaron para los tres siguientes años, el mismo que arroja capacidad de pago para el financiamiento externo de la empresa. El valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), son alentadores, el ratio beneficio costo arroja aceptable nivel de beneficio de la inversión tanto económico como financiero.

Palabras claves: Plan de negocios, deportes, fabricación de barras, bíceps, estética personal.

**BUSINESS PLAN BAR MANUFACTURING FOR
PRACTICE SPORT AT HOME, IQUITOS, 2019**

Juan Daniel Fasanando Tello

Gino Martin Nolorbe López

SUMMARY

The present business research studies the feasibility of establishing a company dedicated to the manufacture of bars for practicing sports in the comfort of home, in the office or in the club, at times that the client deems convenient, whether for personal aesthetics purposes or to maintain good health.

The target segments are people of the male sex, with dependent or independent income, between 18 and 55 years old and who practice some sport.

There are favorable conditions to carry out the idea of successful business for this type of business, from the existence of suppliers of both materials and services. The organizational structure has been determined with clear functions for each area.

The financial statements were projected for the following three years, the same one that shows the payment capacity for the external financing of the company. The net present value (NPV) and the internal rate of return (IRR) are encouraging, the cost benefit ratio yields an acceptable level of profit from both economic and financial investment.

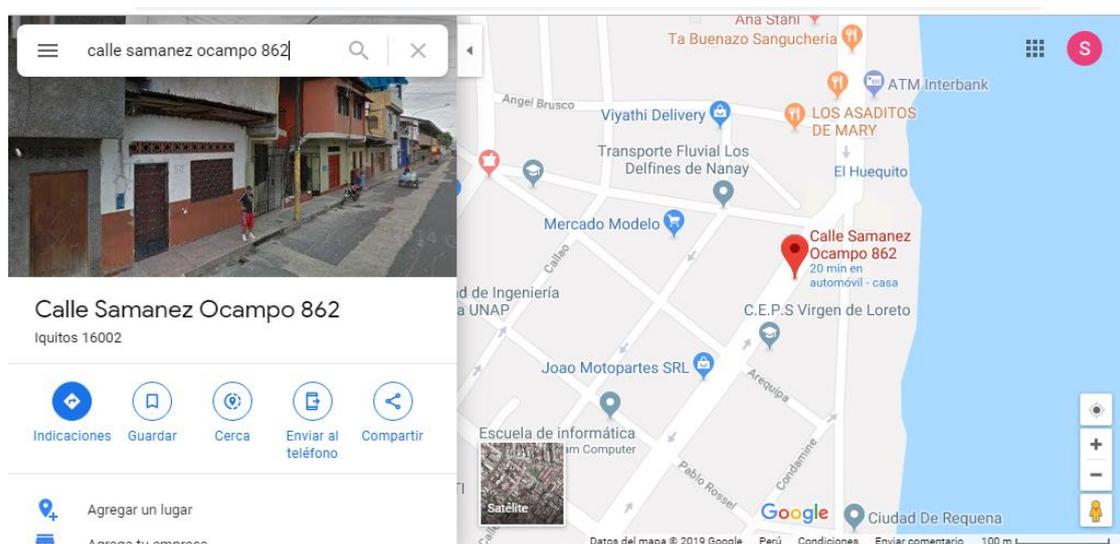
Keywords: Business plan, sports, manufacturing of bars, biceps, personal aesthetics.

I. INFORMACION GENERAL.

1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial : Barras Iquitos
 Razón social : Inversiones FANO S.A.C.
 Sector de la actividad : Elaboración de barras para los brazos
 Localización : Calle Samanez Ocampo Nro. 862, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.
 Actividad : Producción

Figura 01: Ubicación de la empresa, 2019



Fuente: [google.com/maps/place/samanez,+Ocampo Iquitos/@-3](https://www.google.com/maps/place/samanez,+Ocampo+Iquitos/@-3).

1.2 Actividad empresarial.

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017.

I	Industrias manufactureras		
	24	Fabricación de metales comunes	
		241	Industrias básicas de hierro y acero
			2410 Industrias básicas de hierro y acero

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se pretende satisfacer la necesidad de tener una buena presencia física. Así mismo, lograr una buena autoestima personal, también tener una buena salud física y mental, realizando ejercicio en casa para utilizarlo los tiempos libres, de las personas que se inicien en el mundo fitness, los deportistas, los fisiculturistas. Este equipamiento permitirá realizar ejercicios físicos principalmente los músculos bíceps, pectorales, hombros, espalda, tríceps y abdomen, con un instrumento denominado barras.

El segmento al cual nos dirigimos son las personas del sexo masculino mayores de 18 años, que desean iniciar ejercitando alguna parte de sus cuerpos, de la zona superior, para mejorar su apariencia física o para realizar ejercicios focalizados, para deportistas, fisiculturistas o aficionados a las barras

La empresa se dedicará al diseño, elaboración y comercialización de barras para realizar ejercicio en casa. Elaboradas en metal para ser colocadas en el lugar que el cliente lo solicite, desde su habitación, casa, oficina o negocio. Adema de los diseños elaborados y registrados en nuestro catálogo, se podrán realizar diseños personalizados, según las exigencias del cliente. La instalación de las barras es asumida por parte de la empresa, sin costo alguno. Los mismos que pueden ser cancelados en efectivo o a través de la tarjeta de débito y la tarjeta de crédito.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

Como se detalló en el capítulo anterior, el objetivo del presente plan de negocios es la de satisfacer la necesidad de tener una buena presencia física. Así mismo, lograr una buena autoestima personal, también tener una buena salud física y mental.

En la actualidad se ha incrementado la necesidad no sólo en las damas sino también en los caballeros el cuidado de la imagen personal, en todos los sectores económicos. Dentro de ellos el cuidado de la apariencia física, exactamente la estética del cuerpo, no sólo por el hecho de verse bien, sino también de sentirse bien y de estar saludablemente bien.

Otro problema que se incrementa cada vez más, es el problema de la obesidad, que es una enfermedad crónica que se encuentra presente en todos los grupos poblacionales y con una tendencia a aumentar en función del tiempo.

Las mayores prevalencias se dan en la población adulta seguida por el grupo escolar, pre-escolar y adolescente. Los que viven en áreas urbanas, las mujeres y los considerados no pobres son los más afectados. La obesidad ya está presente en todo el mundo y ha sido declarada la epidemia del siglo XXI.

Su presencia se relaciona a enfermedades como la diabetes mellitus 2, la hipertensión arterial, las dislipidemias y algunos tipos de cánceres. En los adolescentes ya se encuentra complicaciones como la resistencia a la insulina y el síndrome metabólico. Los factores que condicionan los cambios en los estilos de vida (patrones dietarios y sedentarismo) están cada vez más vigentes y con una tendencia a una mayor presencia en el futuro, lo cual hace que el panorama de la obesidad se vea sombrío.

Pese a todas las recomendaciones dadas por organismos internacionales, como la Organización Mundial de la Salud (OMS), y con las medidas que ha tomado el Estado, por ejemplo, la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, la prevalencia de la obesidad es creciente.

La práctica de deporte es uno de los pilares para una vida saludable a cualquier edad. Ya sea saliendo a correr o jugando un partido de fútbol con los amigos, practicar algún deporte te hará estar más sano y más feliz gracias a los beneficios de la actividad física.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) describe la actividad física como cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía. Explica que la falta de actividad física es el cuarto factor de riesgo de mortalidad a nivel mundial. Además, la inactividad física es la principal causa de un alto porcentaje de los cánceres de mama y colon, diabetes y cardiopatías.

Agrega que en la sociedad contemporánea los trabajos que exigen una actividad física son cada vez más escasos, por eso el deporte cobra una importancia cada vez mayor. Un nivel adecuado de actividad:

- Reduce el riesgo de hipertensión, cardiopatías coronarias, accidentes cerebrovasculares, diabetes, cáncer de mama y colon y depresión.
- Mejora la salud de los huesos y la capacidad funcional del cuerpo
- Es determinante para el gasto energético y, por tanto, ayuda a tener equilibrio calórico y un peso saludable.
- Basta con 30 minutos de actividad física moderada al día para asegurarse estos beneficios, por lo que es algo que cualquier persona puede practicar.
- No tiene sentido hacer ejercicio sólo por imagen o solo por salud. No es extraño que uno de los dos motivos pese más que el otro al inicio, pero van tan íntimamente ligados que no es coherente trabajar uno sin hacerlo con el otro del mismo modo.

Figura 02. Dama antes de iniciar su deporte



Fuente: <https://www.vitonica.com/wellness/ejercicio-fisico-por-imagen-salud-o-ambas>

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 02. Demanda proyectada ciudad de Iquitos, 2019.

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	150,221	82%	123,181
Población distrito de San Juan Bautista	154,696	68%	105,193
Población distrito Punchana	91,128	70%	63,790
Población distrito Belen	75,685	80%	60,548
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	471,730		352,712
Crecimiento promedio anual de la población			2%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)			388,114
Promedio de personas del sexo masculino 52.2%			0.522
Personas de sexo masculino en la ciudad de Iquitos (proyectado al 2019)			202,596
Población entre 18 y 55 años de edad 51.48%			0.5148
Demanda proyectada			104,296
Personas que practica deporte en el Perú			0.39
Total personas que practican algun deporte en el Perú			40,676
Segmento C ciudad de Iquitos			17.20%
Segmento D ciudad de Iquitos			22.70%
Consumo del mercado objetivo (horas/persona)			16,230

Fuente: elaboración propia

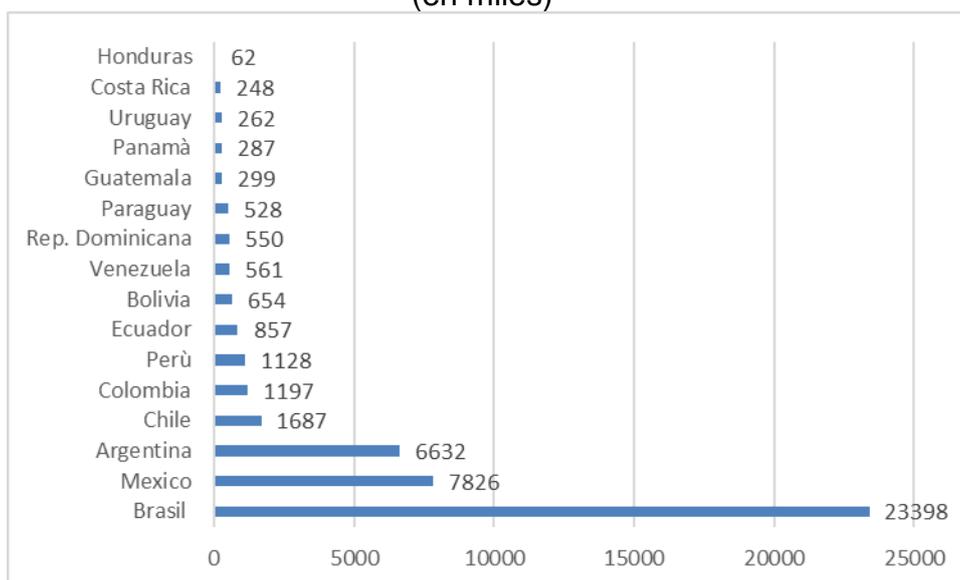
En nuestro país, el consumo de vida saludable ha incrementado; el peruano en promedio asiste al gimnasio o a espacios de entrenamiento dos veces por semana, e invierte por lo menos una hora de ejercicio diario. Lo cual ha sido ideal para el crecimiento de la industria fitness en el Perú.

Según estudio presentado a comienzos del 2017, 3 de 100 peruanos buscan escuelas o gimnasios para llevar una vida saludable. Este hecho genera más de US\$ 150 millones de dólares al año.

Las modalidades más solicitadas en el mercado son el entrenamiento con el propio peso corporal, entrenamiento de fuerza, ejercicios para pérdida de peso, yoga, entre otros. El público debe conocer la variedad de disciplinas que pueden realizar, según su estilo de vida.

A nivel de América Latina el informe de International Health Racquet & Asociación Sportsclub - IHRSA, muestra en el gráfico siguiente, Brasil es el país con mayor cantidad de gimnasios, lo cual podríamos asociarlo a su magnitud demográfica. Más atrás se ubican México y Argentina, mientras que los mercados pujantes son Chile, Colombia y Perú.

Gráfico 01. Personas que practican un deporte en Latinoamérica, 2017
(en miles)



Fuente: www.ihrsa.org

En tiempos de estrés, en los estudios o en el ámbito empresarial e incluso en la política; el deporte se presenta como una buena práctica, para bajarlo o para reducirlo. En la ciudad de Iquitos se ha hecho costumbre que ir al gimnasio, correr en las plazas, en las calles y la propuesta nuestra contar con un equipo que permita realizar barras en la misma casa, en la comodidad del hogar.

2.3 Oferta actual y tendencias.

La cobertura de la empresa, será toda la ciudad de Iquitos, compuesta por los distritos de Iquitos, Belén, Punchana y San Juan Bautista. Distritos donde se concentra la población de la región Loreto y cumplen con las características de nuestro segmento de mercado. Si analizamos la oferta de las empresas dedicada a la fabricación de barras encontramos poca competencia, no existe empresa alguna dedicada al mismo rubro, pero si personas naturales con negocio, que de manera informal fabrican y comercializan.

Cuadro 03. Negocios con giros similares en la ciudad de Iquitos, 2019.

Producto	Unidad	Empresas		
		Jesus Esteves	Epicbar	Parco
Barra multifuncional	Barra	S/ 150.00	S/ 190.00	S/ 160.00

Fuente: elaboración propia

En nuestra ciudad y la ciudad de Lima se ha determinado tres marcas posicionada en la fabricación y venta de barras:

- Jesús Esteves, pequeño negocio, trabaja informal, precio por debajo.
- Epicbar, ubicado en la ciudad de Lima, es negocio formal
- Parco Barras, negocio pequeño ubicado en la ciudad de Lima.

Personas y empresas que han logrado posicionarse en el mercado con la fabricación y comercialización de barras multifuncionales y sus ventas son en el mercado local y nacional.

2.4 El programa e marketing

En las siguientes líneas se desarrollará el plan de marketing, se describirán las estrategias, el producto, el precio, cadenas de distribución y promoción.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará al diseño, elaboración y comercialización de barras para realizar ejercicio en casa. Elaboradas en metal para ser colocadas en el lugar que el cliente lo solicite, desde su habitación, casa, oficina o negocio. Además, de los diseños elaborados y registrados en nuestro catálogo, se podrán realizar diseños personalizados, según las exigencias del cliente. La instalación de las barras es asumida por parte de la empresa, sin costo alguno. Los mismos que pueden ser cancelados en efectivo o a través de la tarjeta de débito y la tarjeta de crédito.

Productos que elaborará la empresa:

- ✓ Barras multifuncionales
- ✓ Barras X

La colocación de las barras no tiene costo alguno, ya que corre a cuenta de la empresa.

Figura 03. Barra multifuncional



Fuente: elaboración propia

Figura 04. Barra X



Fuente: elaboración propia

Beneficios de los ejercicios realizados en barra:

A continuación, se detallan los principales beneficios de realizar ejercicio en barras:

- Aumenta la resistencia. Levantar el propio peso de modo continuo, día tras día hasta conseguir dominar el cuerpo genera hábitos para hacer ejercicios o movimientos que se necesita día a día.
- Incrementa la fuerza funcional. La relación entre el sistema nervioso y muscular mejoran con estos tipos de ejercicios, en el que se tiene que equilibrar la fuerza y la concentración en ambas partes.
- Mejora la postura. Ejercita los músculos de la espalda y del abdomen, lo cual va ayudar a mantener una postura erguida durante el día que poco a poco será permanente. Es ideal para aquellas personas que sufren de dolores de espalda, en la zona lumbar o cervical. Un fallo en la postura se puede corregir gracias al entrenamiento en barras.
- Excelente para la espalda. Como uno de los músculos mas fortalecidos con el entrenamiento con barras son la espalda, ayuda a que estos dolores se mitiguen y desaparezcan. Los ejercicios permitirán reducir las tensiones en los músculos y relajar al máximo esta zona tan importante.
- Tonifica todo el cuerpo. Diversos ejercicios que se pueden trabajar en todo el cuerpo. Como las piernas, cintura, cadera, glúteos y espalda mejoraran de gran manera, como también los pectorales y el abdomen.

- Quema grasa. Es cierto que el ejercicio cardiovascular ayuda a quemar grasa y calorías, quizá mucho más rápido en apariencia, pero los ejercicios de fuerza lo hacen de manera más intensa a la vez que alimentan la masa muscular.
- Es apto para las mujeres. Atrás quedaron los mitos de ejercicio para hombres y ejercicio para mujeres, las mujeres pueden usar sin ninguna dificultad las barras para realizar ejercicios. No es el género que determina si se puede hacer o no un ejercicio, si no la condición física.

Figura 05. Ejercicio en barras de un caballero



Fuente: [google.com/search?q=caballero+haciendo+ejercicio+en+barras&tbm=isch](https://www.google.com/search?q=caballero+haciendo+ejercicio+en+barras&tbm=isch)

Figura 06. Ejercicio en barras de una dama



Fuente: [google.com/search?q=beneficio+de+hacer+ejercicio+en+barras+multifuncionales&source=...](https://www.google.com/search?q=beneficio+de+hacer+ejercicio+en+barras+multifuncionales&source=...)

La marca.

Nombre, término, letrero símbolo, diseño o una combinación de dichos elementos, que identifican los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores para diferenciarlos de los de sus competidores.

En el presente proyecto se contará con el siguiente logo:

Figura 07: Logo empresa, 2019.



Fuente: elaboración propia.

2.4.2 El precio.

El precio es uno de las factoras más importantes en el proceso interno de la empresa y teniendo en cuenta que la competencia es escasa. Para el presente proyecto se ha determinado el precio teniendo el precio de acuerdo a nuestra estructura de costo y según la competencia.

a) Objetivos del precio.

El objetivo que se persigue con el presente plan de negocios es la de maximización de la cuota de mercado, por ser un producto nuevo en el mercado.

Cuadro 04. Precio de los productos de la empresa, 2019.

Producto	Unidad	Precio (soles)
Barra multifuncional	Unidad	199.00
Barra X	Unidad	149.00

Fuente: elaboración propia.

2.4.3 La promoción.

La promoción es una herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal (Marketing Intensivo, 2018)

Para la promoción del proyecto, se materializa en diferentes medios tradicionales de difusión, con el objetivo de masificar la marca, entre ellas principalmente las redes sociales.

a) Objetivos de la promoción.

Ivan Thompson (2010), señala que la promoción, es un elemento del marketing y tiene por objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

Nuestra promoción será: el cliente que compre una barra multifuncional y traiga otro interesado y que llegue a adquirir, recibe un descuento del 20%, solo para el primer cliente.

Para el presente proyecto la principal herramienta de promoción son las redes sociales, específicamente el Facebook, se ha creado un fan page para la difusión de nuestras ofertas y promociones, así como para aquellos que compartan y den like a nuestras publicaciones. Se premian y sortean souvenir como polos, vasos, llaveros.

Figura 08. Polos con logo de la empresa, 2019



Fuente: [google.com/search?q=polos+blancos+publicitarios&source=lnms&tbn=](https://www.google.com/search?q=polos+blancos+publicitarios&source=lnms&tbn=)

Figura 09: Llaverero con logo de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 10. Taza con logo de la empresa, 2019



Fuente: [google.com/search?q=tazas+color+blancas&tbm=isch&source](https://www.google.com/search?q=tazas+color+blancas&tbm=isch&source)

b) Acciones de publicidad.

Las acciones de promoción que realizaremos son las siguientes:

1. Spot radial, para el mercado local.
2. Spot televisivo, para el mercado local
3. Publicidad en periódicos y diarios locales
4. Publicidad en paneles, vallas y marquesinas.
5. Publicidad en redes sociales (Facebook)

Figura 11. Fan page de la empresa, 2019.



Fuente: Facebook.com

2.4.4 La cadena de distribución.

La cadena de distribución empieza en la dirección del negocio que es calle Samanez Ocampo 862, distrito de Iquitos, provincia de Maynas – Perú.

a) Objetivo de distribución.

La cadena de distribución es el conjunto de actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa desde que se termina con la limpieza de las canchas hasta la apertura del negocio.

b) Funciones que debe cumplir el canal.

Una de las funciones es la de colocar el producto en los puntos donde se ubica el cliente, para nuestro caso serán los gimnasios, empresas públicas y privadas, canchas sintéticas entre otros.

Gráfico 02. La cadena de distribución directa, 2019

Empresa Productora



Cliente



Fuente: elaboracion propia.

III. PLAN DE OPERACIONES.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

El administrador será el encargado del aprovisionamiento de los materiales, accesorios, servicios y demás bienes para la marcha de la empresa.

El aprovisionamiento será en la ciudad de Iquitos, se contará con un registro de proveedores, la que será actualizada cada 6 meses.

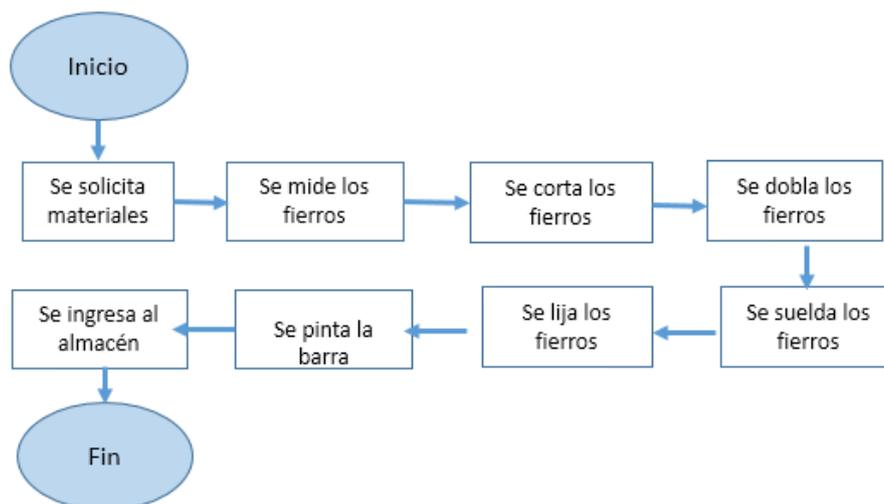
Dentro los principales proveedores, que contaremos tenemos:

- Denisam- Ferretería y materiales de construcción- Av. Grau 1513
- Almacén el Huequito – venta de pinturas – Calle Arica 851
- Comisa- Ferretería- Jr. Próspero 624

Los proveedores han sido elegidos consideración factores, como: calidad, precio, tiempo de entrega, y forma de pago.

3.2 El proceso de producción

Gráfico 03. Proceso de producción de la empresa, 2019



Fuente: elaboracion propia.

El proceso de producción

a. Se solicita materiales

Se solicita materiales al área de almacén para la fabricación de 6 barras, la producción se realizara en base a la fabricación de 6 barras, ya sea multifuncional o barras X.

b. Se mide los fierros

Se procede a sacar las medidas según el modelo a fabricar, el que debe ser señalado con tiza húmeda para no borrarse.

c. Se corta los fierros

Se procede a cortar los fierros, con la cierra para cortar fierro.

d. Se doblan los fierros

Los fierros deben ser doblados según el modelo a fabricar

e. Se suelda los fierros

Como ya se cuentan con los fierros cortados y doblados, se procede a soldar pieza por pieza

f. Se lija los fierros

El corte y la soldadura de los fierros han originado asperezas en la barra, los que deben ser retirados con el esmeril de mano.

g. Se pinta

Una vez retirado todas las asperezas se procede a pintar de color negro.

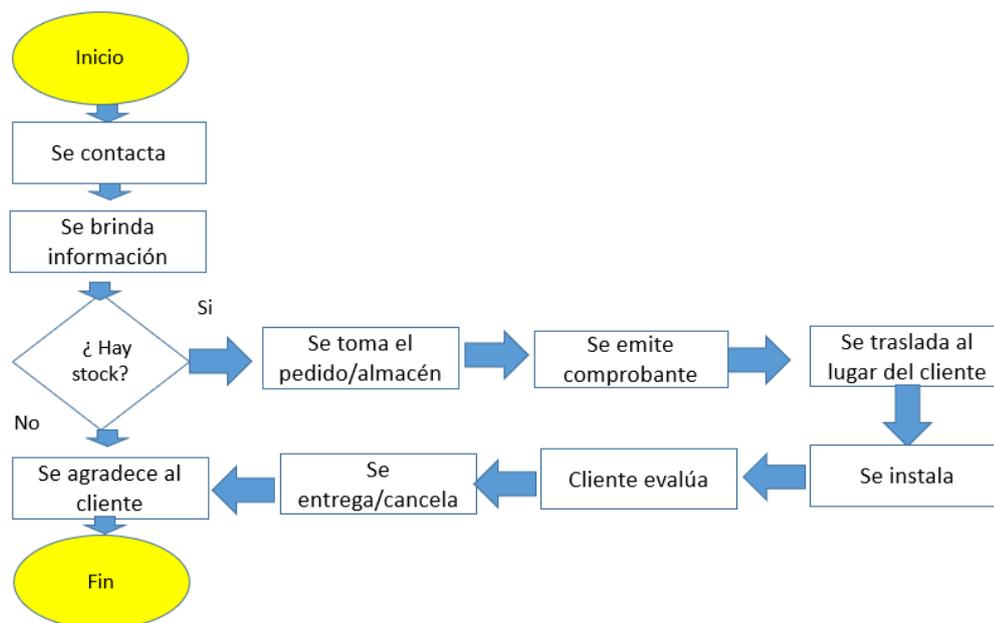
h. Se ingresa al almacén

Se procede a ingresar al almacén para codificación.

3.3 El proceso de atención al cliente.

El proceso de atención, es corto simple y eficiente, a continuación, se detalla.

Gráfico 04. Proceso de atención al cliente de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia.

Proceso de atención al cliente:

A continuación, detallaremos el proceso de atención al cliente de la empresa:

1. Se contacta:

El cliente se pone en contacto con nuestra empresa ya que muestra interés en nuestros productos, por medio de una llamada telefónica, correo electrónico, messenger, whatsapp, mensaje de texto o por una visita a nuestro negocio.

2. Se brinda información:

Se brinda toda la información acerca de nuestros productos, resaltando que la instalación de las barras corre por cuenta de la empresa sin costo alguno.

3. ¿Hay stock?:

Si: Se procede al siguiente paso

No: Se agradece al cliente.

4. Se toma pedido/almacén :

Se prepara el pedido para el cliente, según las exigencias, características y colores solicitado por el cliente.

5. Se emite comprobante:

Se emite el comprobante a solicitud del cliente, ya sea boleta o factura de venta.

6. Se traslada al lugar del cliente:

Se traslada al domicilio, oficina o negocio del cliente.

7. Se instala:

Se procede a instalar la barra. En este punto es necesario medir la estatura del cliente, la barra debe instalarse en una altura por encima la estatura del cliente, para que, al realizar sus ejercicios, sus piernas deben quedar en el aire, es decir no deben tocar el suelo. Como segundo punto se debe señalar los puntos donde se instalará los tarugos para luego proceder a realizar el orificio con el taladro, posterior mente se coloca los pernos y se ajusta las tuercas uno por uno.

8. Cliente evalúa:

Se recibe la opinión del cliente acerca del producto instalado. El cliente debe realizar varios ejercicios para evaluar la instalación de la barra.

9. Se entrega/cancela:

Se entrega el comprobante de pago al cliente y se solicita la cancelación del mismo.

10. Se agradece al cliente:

Se procede agradecer al cliente y se procede a retirar.

3.4 Equipamiento del negocio.

El negocio contará con los siguientes equipos:

- Comprensora
- Taladro de mano
- Máquina para soldadura eléctrica
- Esmeril de mano
- Pistola para pintar
- Máquina dobladora de tubos

Figura.12 Compresora de aire



Fuente: [google.com/search?q=COMPRESORA&rlz=1C1CHBD_esPE850PE85](https://www.google.com/search?q=COMPRESORA&rlz=1C1CHBD_esPE850PE85)

Figura.13 Taladro de mano



Fuente: [google.com/search?q=taladro&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source=Inms](https://www.google.com/search?q=taladro&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source=Inms)

Figura.14 Maquina para soldadura eléctrica



Fuente: [google.com/search?q=maquina+de+soldar&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s](https://www.google.com/search?q=maquina+de+soldar&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s)

Figura.15 Esmeril de mano



Fuente: [google.com/search?q=esmeril+de+mano&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source](https://www.google.com/search?q=esmeril+de+mano&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source)

Figura.16 Pistola para pintar



Fuente: [google.com/search?q=pistola+para+pintar&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s](https://www.google.com/search?q=pistola+para+pintar&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s)

Además, se contará con:

- Una furgoneta para el reparto
- Una lap top
- Un escritorio
- Una silla de gerencia

Figura.17 Moto furgoneta



Fuente: [google.com/search?q=zongshen&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source=](https://www.google.com/search?q=zongshen&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&source=)

3.5 Estructura de costos de la empresa.

El negocio contará con la siguiente estructura de costos:

Cuadro 05. Costos para la elaboración de 6 barras, 2019

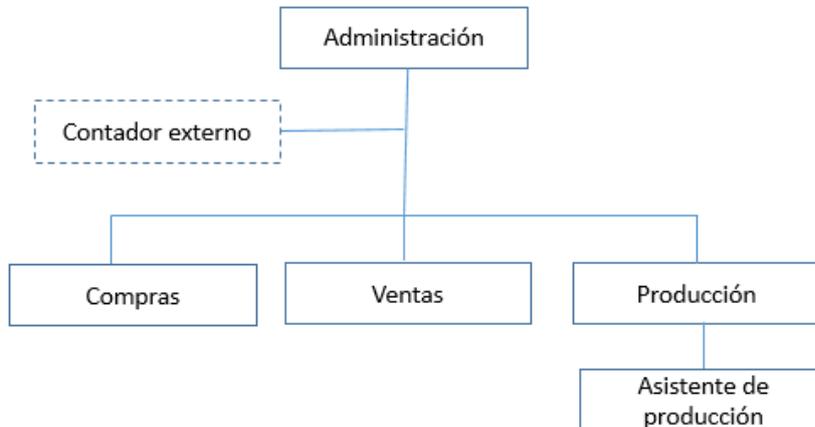
Materiales para 6 barras multifuncionales	Cantidad	Precio	Total
Tubo redondo 1" x 1.8mm	6	S/ 30.00	S/ 180.00
Tubo cuadrado 1 1/4 x 1.8mm	1	S/ 30.00	S/ 30.00
Pintura esmalte negro 1/4	1	S/ 20.00	S/ 20.00
Thiner una botella 900ml	1	S/ 7.00	S/ 7.00
Disco de corte	2	S/ 4.00	S/ 8.00
Platina 1 1/16	1	S/ 18.00	S/ 18.00
Tarmil + arandela	5	S/ 14.00	S/ 70.00
Broca	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Pintura base	1	S/ 41.00	S/ 41.00
Mano de obra	6	S/ 20.00	S/ 120.00
Gasolina	6	S/ 6.00	S/ 36.00
		Total	S/ 540.00
		Barras a elaborar	6
		Precio unitario	S/ 90.00

Fuente: elaboración propia

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización.

Gráfico 04. Estructura organizacional de la empresa.



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones.

Puesto: Administrador.

Funciones:

1. Planifica, organiza, dirige y controla todas las actividades que se desarrollan en la empresa para el logro de los objetivos.
2. Control de asistencia y permanencia del personal.
3. Control de los costos (egresos) e ingresos de la empresa.
4. Responsable de pago de las remuneraciones.
5. Presentar la información financiera y económica mensual y anual para el propietario y las autoridades fiscalizadoras competentes.
6. Responsable del pago de tributos.
7. Realizar reuniones informativos y motivacionales con el personal.
8. Adoptar las medidas necesarias para una adecuada gestión de la seguridad de trabajadores y edificaciones.
9. Atender las quejas, reclamos y observaciones de los clientes.
10. Busca el financiamiento interno o externo de la empresa.
11. Otros relacionados a sus funciones que disponga el propietario.

Puesto: Compras

Funciones:

1. Planifica, organiza, dirige y controla las actividades propias del aprovisionamiento de los bienes y servicios que requiera la empresa, para el desarrollo diario de la empresa.
2. Tiene bajo su responsabilidad la elaboración del registro de proveedores el cual se debe actualizar cada semestre.
3. Supervisa el trabajo del personal a su cargo
4. Realiza el cuadro comparativo de las cotizaciones.
5. Coordina y reporta directamente al administrador de todas sus actividades laborales.
6. Llevar el control de los inventarios de los insumos a través del método PEPS.
7. Tiene bajo su responsabilidad que se aprovisione los materiales, servicios, insumos y accesorios para el normal desarrollo de los servicios.
8. Reporta los deterioros encontrados en los bienes e instalaciones del negocio.
9. Otros relacionados a sus funciones que disponga el administrador.

Puesto: Ventas

Funciones:

10. Planifica, organiza, dirige y controla las actividades propias para el cumplimiento de los objetivos del área.
11. Responsable de contratar personal para el área de ventanas
12. Supervisa el trabajo del personal a su cargo
13. Realiza el cuadro comparativo sobre el avance de ventas semana a semana
14. Coordina y reporta directamente al administrador de todas sus actividades laborales del área de ventas.
15. Tiene bajo su responsabilidad atender las quejas y reclamos de los clientes.
16. Otros relacionados a sus funciones que disponga el administrador.

Puesto: Producción

Funciones:

1. Planifica, organiza, dirige y controla las actividades propias del área de producción, para el cumplimiento de las metas propuesta por la empresa.
2. Supervisa el trabajo del personal a su cargo
3. Dirigir y planificar el conjunto de actividades de su área.
4. Se encarga de la producción de barras con el apoyo del asistente
5. Recibe sugerencias de los clientes
6. Elabora diseños nuevos para proponer a los clientes
7. Otros relacionados a sus funciones que disponga el administrador.

Puesto: Asistente de producción

Funciones:

1. Sirve de apoyo al supervisor de producción
2. Mantiene en total limpieza el área de producción
3. Elabora el seguimiento de materiales para el área de compras
4. Elabora el inventario de los materiales y bienes de la empresa
5. Reporta directamente al supervisor de producción
6. Otros relacionados a sus funciones que disponga el supervisor de producción.

4.3 Condiciones laborales.

Para el presente proyecto la empresa ha considerado las siguientes condiciones:

- Una jornada laboral de 8 horas diarias, 4 en la mañana y 4 en la tarde
- Un ambiente de trabajo que conlleve a maximizar el potencial de cada colaborador.
- Ambiente iluminado, con intercambio de aire y ventilado.
- Aceptable infraestructura básica para el desarrollo de las actividades
- Los trabajadores contarán con seguro social
- Con capacitaciones permanentes
- Vacaciones y compensación por tiempo de servicio de acuerdo a Ley

- La empresa ha firmado contratos a tiempo completo con todos los trabajadores-
- Con excepción de los servicios del Contador, a quien se le contrata a través de contrato de locación de servicios profesionales regulado por el código civil, y entrega recibo por honorarios como comprobante de pago.
- La empresa se acogerá a la Ley 28015 - Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa, previamente se ha registrado en el REMYPE.

4.4 Régimen tributario.

Las empresas formales pueden acogerse a 5 regímenes que se cuenta en nuestro país. Como son:

- ✓ Nuevo régimen simplificado – NRUS.
- ✓ Régimen especial de renta –RER.
- ✓ Régimen general.
- ✓ Régimen de la amazonia.
- ✓ Régimen Mype tributario – RMT.

c

La empresa se acogerá al Régimen Mype Tributario (RMT), por lo beneficios que recibe en este régimen, los pagos serán del 1% al mes. Siempre y cuando no se supere las 300 UIT de ingresos al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio económico.

Cuadro 06. Comportamiento del mercado: tendencias y participación.

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual por unidades	16,230		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual por unidades	16,230	16,554	16,885
Participación de mercado	10.00%	14.00%	18.00%
Demanda del proyecto unidades	1,623	2,318	3,039

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 07. Ingresos por ventas (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas anuales	1,623	2,318	3,039
Precio mercado soles	199.00	199.00	201.99
Tendencia del precio	0%	1.5%	1.5%
Precio de venta efectiva unidades	S/.199.00	S/.201.99	S/.205.01
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.322,968	S/.468,116	S/.623,109

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 08. Costo de ventas (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas	1,623	2,318	3,039
Costo compra	S/90.00	S/92.70	S/96.41
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/146,066	S/214,839	S/293,016

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 09. Gastos administrativos (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 2,000
Supervisores	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 1,800
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 6,800	S/. 7,700	S/. 8,500
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 7,389	S/. 8,367	S/. 9,237
Contador	S/. 250	S/. 300	S/. 350
Servicios públicos	S/. 400	S/. 420	S/. 450
Útiles oficina	S/. 200	S/. 220	S/. 250
Otros	S/. 300	S/. 320	S/. 350
Total mensual	S/. 8,539	S/. 9,627	S/. 10,637
TOTAL ANUAL	S/.102,472	S/.115,528	S/.127,640

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 10. Gastos comerciales (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Publicidad	S/. 500.00	S/. 600.00	S/. 700.00
Alquiler local	S/. 700.00	S/. 750.00	S/. 800.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 500.00	S/. 600.00
Otros	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Total mensual	S/. 2,000.00	S/. 2,250.00	S/. 2,500.00
TOTAL ANUAL	S/.24,000.00	S/.27,000.00	S/.30,000.00

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 11. Gastos pre operativos (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2022
Estudio de mercado	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Trámites diversos	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 12. Inversión en activos (soles).

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/Implementación	S/. 10,000	1	S/. 10,000	20	S/. 500
Equipos	S/. 4,440	1	S/. 4,440	5	S/. 888
Vehículos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 3,100	1	S/. 3,100	5	S/. 620
Total			S/. 23,540		S/. 3,208

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 13. Depreciación (soles).

	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Residual
Depreciación activo fijo	S/.23,540.00	-S/.3,208.00	-S/.3,208.00	-S/.3,208.00	S/.13,916.00
Amortización activo intangible	S/.1,800.00	-S/.360.00	-S/.360.00	-S/.360.00	S/.720.00
TOTAL	S/.25,340.00	-S/.3,568.00	-S/.3,568.00	-S/.3,568.00	S/.14,636.00

Fuente: elaboración propia.

5.2 Estudio financiero.

Cuadro 14. Programa de endeudamiento (soles).

Deuda a tomar	S/. 50,000			
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	50,000	1,000	1,389	2,389
2	48,611	972	1,389	2,361
3	47,222	944	1,389	2,333
4	45,833	917	1,389	2,306
5	44,444	889	1,389	2,278
6	43,056	861	1,389	2,250
7	41,667	833	1,389	2,222
8	40,278	806	1,389	2,194
9	38,889	778	1,389	2,167
10	37,500	750	1,389	2,139
11	36,111	722	1,389	2,111
12	34,722	694	1,389	2,083
		10,167	16,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	33,333	667	1,389	2,056
14	31,944	639	1,389	2,028
15	30,556	611	1,389	2,000
16	29,167	583	1,389	1,972
17	27,778	556	1,389	1,944
18	26,389	528	1,389	1,917
19	25,000	500	1,389	1,889
20	23,611	472	1,389	1,861
21	22,222	444	1,389	1,833
22	20,833	417	1,389	1,806
23	19,444	389	1,389	1,778
24	18,056	361	1,389	1,750
		6,167	16,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	16,667	333	1,389	1,722
26	15,278	306	1,389	1,694
27	13,889	278	1,389	1,667
28	12,500	250	1,389	1,639
29	11,111	222	1,389	1,611
30	9,722	194	1,389	1,583
31	8,333	167	1,389	1,556
32	6,944	139	1,389	1,528
33	5,556	111	1,389	1,500
34	4,167	83	1,389	1,472
35	2,778	56	1,389	1,444
36	1,389	28	1,389	1,417
		2,167	16,667	
		18,500	50,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Estado de resultados integrales (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por ventas	S/.322,968	S/.468,116	S/.623,109
Costo ventas	-S/.146,066	-S/.214,839	-S/.293,016
Margen Bruto	S/.176,902	S/.253,276	S/.330,093
Gastos administrativos	-S/.102,472	-S/.115,528	-S/.127,640
Depreciación y amortización	-S/.3,568	-S/.3,568	-S/.3,568
Gastos comerciales	-S/.24,000	-S/.27,000	-S/.30,000
Margen operativo	S/.46,862	S/.107,180	S/.168,885
Gastos financieros	-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167
Margen antes de tributos	S/.36,695	S/.101,014	S/.166,718
Tributos hasta 15 UIT 10%	-S/.3,670	-S/.6,450	-S/.6,525
Tributos mas de 15 UIT 29.5%	S/.0	-S/.10,772	-S/.29,933
Margen neto	S/.33,026	S/.83,792	S/.130,260

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/48,445	S/80,544
Caja Bancos	S/48,445	S/54,915
Cuentas por cobrar		S/13,457
Inventarios		S/12,172
Activo no corriente	S/25,340	S/21,772
TOTAL	S/73,785	S/102,316
Pasivo corriente		S/12,172
Pasivo No Corriente	S/50,000	S/33,333
TOTAL PASIVO	S/50,000	S/45,505
Patrimonio		
Capital	S/23,785	S/23,785
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/33,026
TOTAL PATRIMONIO	S/23,785	S/56,811
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/73,785	S/102,316

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Flujo de caja (soles).

	Año 0	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.322,968	S/.468,116	S/.623,109	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.25,340				S/.14,636
Capital de trabajo	-S/.48,445	-S/.35,229	-S/.29,297	-S/.6,458	S/.119,429
Compras		-S/.146,066	-S/.214,839	-S/.293,016	
Gastos administrativos		-S/.102,472	-S/.115,528	-S/.127,640	
Gastos comerciales		-S/.24,000	-S/.27,000	-S/.30,000	
Pago impuestos		-S/.4,686	-S/.10,718	-S/.16,888	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.73,785	S/.10,514	S/.70,734	S/.149,106	S/.134,065
Préstamo recibido	S/.50,000				S/.0
Amortización		-S/.16,667	-S/.16,667	-S/.16,667	
Gastos financieros		-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167	
Escudo fiscal		S/.1,017	S/.617	S/.217	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.23,785	-S/.15,302	S/.48,517	S/.130,489	S/.134,065
Aporte de los socios	S/.23,785				
Financiamiento	S/.50,000				
Total Inversión	S/.73,785				
FCE	-S/.73,785	S/.10,514	S/.70,734	S/.283,171	
FCF	-S/.23,785	-S/.15,302	S/.48,517	S/.264,555	
Aporte propio	S/.23,785	32%			
Financiamiento	S/.50,000	68%			
Total	S/.73,785	100%			

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 18. VAN, TIR y B/C

VAN económico	S/.164,839
Tasa de descuento (CAPM)	16.79%
TIR Económica	82%
Índice B/C	3.23
VAN Financiero	S/.116,329
Tasa de descuento (WACC)	29.13%
TIR Financiero	131%
Índice B/C	5.89

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a)** De acuerdo a la investigación realizada en el presente plan de negocios se observa considerable preocupación de las personas por practicar un deporte, ya sea por contar con una buena salud o por un aspecto de belleza personal.

- b)** En cuanto al plan de marketing se ha considerado trabajar con el fan page creado por la empresa por ser un instrumento mayormente utilizado por nuestros clientes prospectos, además por ser un medio de comunicación de alto alcance y de menor costo. A través de este se realizarán las promociones, ofertas, sorteos con nuestros clientes.

- c)** El plan de operaciones nos ha permitido elaborar los procesos de manera clara, sencilla y eficiente. Se busca elaborar un producto que satisfaga la necesidad y deseos del cliente. El proceso de aprovisionamiento es un factor importante, porque proveerá de los productos manteniendo la calidad, costo y permanencia.

- d)** En el plan de recursos humanos se ha considerado las condiciones laborales que marcarán para el tratamiento a los trabajadores. La estructura orgánica responde a las necesidades de la empresa, teniendo en cuenta que se trata de una microempresa. Se respetará la jornada laboral de 8 horas y los trabajadores gozaran de los beneficios laborales de acuerdo a ley.

- e)** El plan económico y financiero nos arroja prometedoras información. Los estados financieros se han proyectado por tres años. El flujo de caja arroja capacidad de pago para cumplir con sus compromisos los 36 meses. El análisis reporta un valor actual neto (VAN) positivo de ciento sesenta y cuatro mil ochocientos treinta y nueve y 00/100 soles (S/. 164,839), con una tasa interna de retorno (TIR) de 82%, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a S/.3.23, que indica que por cada sol invertido se recuperara la inversión más tres con 23/100 soles de beneficio.

BIBLIOGRAFÍA:

Arango, J.I “Hacia un concepto de pequeña y mediana empresa” U. Nacional. 1993.

Arellano Marketing, Vida Saludable (2016).

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

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe

International Health Racquet & Association Sportsclub (2017)

Kotler y Armstrong. Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Prentice Hall, Pág. 353.

Marketing, Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999 Microsoft Corporación. Reservados todos los derechos.

Méndez Álvarez, Carlos Eduardo. Metodología de la Investigación. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Mc Graw Hill. Interamericana S.A. 1.995.

Miranda, Juan José (2010). Gestión de Proyectos, identificación y Formulación. Tercera Edición. McGraw Hill.

Organización Mundial de la Salud – OMS (2017) Actividad Física

Philip Kotler y Gary Armstrong, (1998) Fundamentos de Marketing

Philip, Kotler y Kevin, Keller. Dirección de Marketing», Duodécima Edición, McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 372.

Phillip Kotler Gestión del Marketing en una empresa en la década de los 70.

Thompson, Ivan (2010). Marketing Intensivo

www.Gestión.com

www.Marketing intensivo.com

www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html