



**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL
PERÚ**

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

“HEALTHY SPACE, CIUDAD DE IQUITOS, 2023”

AUTORES:

BARRETO SANGAMA, MARILIA

ELIANA

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

TUESTA LAITHON, ANNIE

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

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

IQUITOS – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mi familia, con mucho amor, que cada día me han demostrado su apoyo incondicional, hasta el logro de mis objetivos, sobre todo a Dios y especialmente le dedico este trabajo a mis padres, ellos son mi motivo e inspiración.

Marilia Barreto

El presente trabajo está dedicado a mi familia, por ser el principal soporte para seguir adelante en la realización de este proyecto, mi mayor motivación para cumplir mis objetivos y creer en mí siempre.

Annie Tuesta

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarnos salud y vida cada día en este mundo, así mismo a los docentes de la Universidad Científica del Perú por inculcarnos enseñanza en el transcurso de nuestra carrera.

A nuestra familia por ser el soporte emocional para poder concluir nuestro Plan de Negocio y a todas las personas por orientarnos en la elaboración del presente.

Las autoras.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 171-2024-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 08 de marzo de 2024, se autorizó la sustentación para el día viernes 15 de marzo de 2024.

Siendo las 11.00 horas del día 15 de marzo se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO HEALTHY SPACE, CIUDAD DE IQUITOS, 2023.

Presentado por:

BARRETO SANGAMA, MARILIA ELIANA
Para optar el título profesional de Contador Público

TUESTA LAITHON, ANNIE
Para optar el título profesional de Contador Público

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

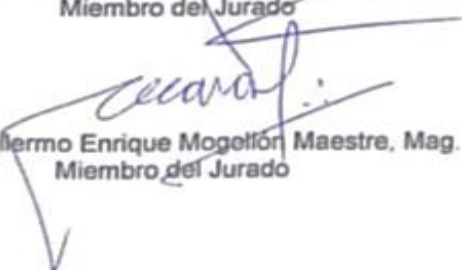
La sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

A las 1.50pm horas culminó el acto público.

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


CPC. José Rubén Ríos del Aguila, Mag.
Presidente del Jurado


CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mag.
Miembro del Jurado


Econ. Guillermo Enrique Mogellón, Mag.
Miembro del Jurado

Contactanos

Sede Iquitos - Perú
065 - 261088 / 065 - 262240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto - Perú
042-564903
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA DE ANTIPLAGIO



"Año de la Unidad, la paz y el desarrollo"

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:

"HEALTHY SPACE, CIUDAD DE IQUITOS, 2023"

De las alumnas: **MARILIA ELIANA BARRETO SANGAMA Y ANNIE TUESTA LAITHON**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **6% de similitud**.

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

San Juan, 26 de diciembre del 2023.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jorge L. Tapullima Flores', is written over a horizontal dashed line.

Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores
Presidente del Comité de ética - UCP

CJRA/ri-a
442-2023

Resultados_UCP_ContabilidadFinanzas_2023_TSP_MariliaBa...

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	www.ergodinamica.com Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	1%
4	web.ins.gob.pe Fuente de Internet	1%
5	elempleodehoy.blogspot.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad de Almeria Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1%



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Marilia Eliana Barreto Sangama
Título del ejercicio:	Quick Submit
Título de la entrega:	Resultados_UCP_ContabilidadFinanzas_2023_TSP_MariliaBar...
Nombre del archivo:	PLAN_DE_NEGOCIO_HEALTHY_SPACE_RESUMEN-CONCLUSI...
Tamaño del archivo:	1.75M
Total páginas:	37
Total de palabras:	6,246
Total de caracteres:	30,106
Fecha de entrega:	20-dic.-2023 08:57a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	2263134153



ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VIII
Índice de figuras.....	X
Índice de tablas.....	XII
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta competitiva.....	09
2.4 Programa de marketing.....	10
2.4.1 El producto.....	10
2.4.2 El precio.....	13
2.4.3 La promoción.....	13
2.4.4 La cadena de distribución.....	15
III. PLAN DE OPERACIONES.....	17
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	17
3.2 El proceso de aprovisionamiento.....	18
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	20

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	22
	4.1 La organización.....	22
	4.2 Puestos, funciones y requisitos.....	23
	4.3 Condiciones laborales.....	26
	4.4 Régimen tributario.....	26
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	27
	5.1 Estudio económico.....	27
	5.1.1 Mercado y ventas.....	27
	5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	29
	5.2 Estudio financiero.....	30
	5.2.1 Inversiones.....	30
	5.2.2 Financiamiento.....	32
	5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	34
	CONCLUSIONES.....	37
	BIBLIOGRAFÍA.....	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación.....	03
Figura 2. Estilo de vida del ser humano.....	06
Figura 3. Ensalada de pollo.....	10
Figura 3. Pollo con verdura.....	10
Figura 4. Ensalada nativa.....	11
Figura 4. Ensalada de filete/macarrones.....	11
Figura 5. Burger Salad.....	11
Figura 5. Ensalada verde.....	11
Figura 6. Refresco de frutas.....	12
Figura 6. Gelatina.....	12
Figura 7. Logo de Healthy Space.....	12
Figura 8. Página de Facebook.....	14
Figura 9. Cadena de distribución directa.....	15
Figura 10. Cadena de distribución indirecta.....	16
Figura 11. El proceso de aprovisionamiento.....	18
Figura 12. El proceso de operaciones comerciales- físicas.....	20
Figura 13. El proceso de operaciones comerciales- delivery.....	21
Figura 14. Estructura organizacional.....	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Calificación Industrial Internacional Uniforme.....	03
Tabla 2. Demanda proyectada.....	07
Tabal 3. Población de referencia.....	07
Tabla 4. Demanda por grupo de edades.....	07
Tabla 5. Calculo del tamaño de la demanda.....	08
Tabla 6: Oferta de restaurantes saludables.....	09
Tabla 7. Precios de los platillos y bebidas.....	13
Tabla 8. Frecuencia de compra.....	17
Tabla 9: Demanda del negocio a desarrollar.....	27
Tabla 10. Ventas del negocio.....	27
Tabla 11. Frecuencia de ventas.....	28
Tabla 12. Precio de venta.....	28
Tabla 13. Ingreso por ventas.....	28
Tabla 14. Demanda de platos.....	29
Tabla 15. Costo de compras.....	29
Tabla 16. Costos anuales.....	29
Tabla 17. Gastos administrativos.....	30
Tabla 18. Gastos pre operativos.....	30
Tabla 19. Inversión en Activos Fijos.....	31
Tabla 20. Depreciación.....	31
Tabla 21. Tabla de endeudamiento.....	32
Tabla 22. Capital de trabajo.....	33

Tabla 23. Estado de Situación Financiera.....	33
Tabla 24. Estado de Resultados.....	34
Tabla 25. Flujo de caja.....	34
Tabla 26. ROI.....	35
Tabla 27. VAN, TIR, B/C	36

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIO HEALTHY SPACE, CIUDAD DE IQUITOS, 2023

Barreto Sangama, Marilia Eliana

Tuesta Laithon, Annie

La empresa ha determinado un mercado de gran tamaño por criterio de segmentación. Se inicia con una pequeña participación de mercado del 2%, y con ligeros crecimientos en los años siguientes.

La empresa tiene como fuente de aprovisionamiento la misma ciudad de Iquitos, zona en donde se encuentran los proveedores con quienes la empresa va a trabajar para la adquisición de los distintos insumos, verduras, frutas, carnes y demás ingredientes, con compras semanales, y pagos en efectivo. Se ha realizado cálculos unitarios de costos por cada producto.

La estructura es una micro empresa, la cual estará ubicada en el régimen tributario de remype. Cuenta con condiciones laborales favorable para los trabajadores de acuerdo a la legislación vigente en el país. Asimismo, se ha determinado una estructura organizacional acorde a la actividad del negocio, con funciones claras para cada uno de los puestos.

Los indicadores económicos del proyecto, así como sus estados financieros proyectados para tres periodos, nos presentan un VAN positivo y una TIR aceptables y alentadores, en lo que respecto al ratio beneficio costo también está en un nivel aceptable y el flujo de caja demuestra la capacidad de pago del negocio en los tres periodos.

Palabras claves: Plan de negocio, nutrición, alimentación sana, deporte, estilo de vida.

SUMMARY

HEALTHY SPACE BUSINESS PLAN, CITY OF IQUITOS, 2023

Barreto Sangama, Marilia Eliana

Tuesta Laithon, Annie

The company has determined a large market by segmentation criteria. It started with a small market share of 2%, and with slight growth in the following years.

The company's source of supply is the city of Iquitos itself, an area where the suppliers with whom the company will work to acquire the different inputs, vegetables, fruits, meats and other ingredients are located, with weekly purchases and payments. cash. Unit cost calculations have been made for each product.

The structure is a micro company, which will be located in the remype tax regime. It has favorable working conditions for workers in accordance with current legislation in the country. Likewise, an organizational structure has been determined according to the business activity, with clear functions for each of the positions.

The economic indicators of the project, as well as its projected financial statements for three periods, present a positive NPV and an acceptable and encouraging IRR. Regarding the benefit-cost ratio, it is also at an acceptable level and the cash flow demonstrates the capacity payment of the business in the three periods.

Keywords: Business plan, nutrition, healthy eating, sport, lifestyle.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial: *Healthy Space, ciudad de Iquitos, 2023.*

Razón social: Healthy Space S.A.C.

Localización: calle Amazonas #1416, distrito Punchana, provincia de Maynas, región Loreto.

Sector de actividad: comercial.

Figura 1

Área territorial del negocio, 2023



Fuente: Google maps (2022)

1.2 Actividad empresarial.

Tabla 1

Calificación Industrial Internacional Uniforme

I	Actividades de servicios de alojamiento y servicio de comida		
	56	Actividades de servicios de comidas y bebidas	
		561	Actividad de restaurantes y servicio móvil de comida
			5610 Actividad de restaurantes y servicio móvil de comida

Fuente: INEI – CIUU. (2024)

1.3 Idea de negocio.

Se busca satisfacer las siguientes necesidades:

- Alimentación para una vida sana y conservar la apariencia física
- Alimentación que sea saludable y que no generen problemas en la salud.
- Busca variedad de productos a través de distintos menús (postre, plato principal y refresco), a precios accesibles y en horarios amplios para el almuerzo.

Los segmentos de clientes a atender:

- Hombres y mujeres, sin distinción de edad.
- Hombres y mujeres, que practiquen deportes.
- Así mismo personas, que padezcan de alguna enfermedad, como el sobrepeso y obesidad.

Se ofrecen alimentos que contengan ingredientes de consumo vegetal y/o animal, en proporciones adecuadas a preferencia del cliente o de acuerdo a su plan nutricional.

Se realiza la entrega en tienda física o vía delivery, se ofrecen distintos platos explicados en el menú, en catálogos virtuales y físicos, igualmente, se aceptarán todos los medios de pagos, sean estos, yape y plin, transferencia bancaria, tarjeta de débito y crédito, y en efectivo.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

A continuación, se puntualizan las necesidades que buscan satisfacer el negocio:

a) Alimentación saludable sin distinción de edades.

Todo ser humano, desde un niño hasta un adulto debe de llevar una vida saludable, porque una buena alimentación acompañado con la actividad física va a ayudar a que su sistema inmunológico se desarrolle con mayor fuerza y acorte el riesgo de contraer alguna enfermedad.

b) Alimentación saludable para deportistas.

La especialista en nutrición humana Sandra Sardina. (2022), detalla que “mediante una correcta alimentación un deportista mejorará significativamente el rendimiento y la recuperación. Un entrenamiento acompañado de una nutrición adecuada podrá alcanzar mayores intensidades de trabajo y duración del mismo, de la misma manera que en periodos de descanso se debe adaptar la nutrición y así favorecer la supercompensación y adaptación al deporte”.

c) Alimentos saludables para aquellas personas que padezcan de la alguna enfermedad.

En la actualidad, existen muchas personas que requieren llevar un estilo de vida saludable por distintos factores, dos de ellas y que está ligada a problemas de salud física son la obesidad y sobrepeso, estas mismas enfermedades desencadenan otras con un mayor nivel de riesgo.

El nutricionista del INS, Henry Trujillo A. (2019), mencionó que “existen dos factores que están relacionados al incremento en las prevalencias de sobrepeso y obesidad: la alimentación inadecuada (rica en alimentos altamente calóricos, alimentos procesados y bebidas azucaradas) y de otro lado la reducción de la actividad física”.

El diario La Región (2020), informó que “el 85,5% de personas que fallecieron por Covid- 19 en el país, eran obesos, y esto pone en alerta para planificar una vida sana, una rutina de ejercicios físicos, así mismo una dieta adecuada previa consulta con un profesional de nutrición de los hospitales o cualquier otro establecimiento de salud”.

Figura 2

Estilo de Vida del Ser Humano



Fuente: Google (2022)

Una persona que desea llevar una vida saludable muchas veces no cuenta con la información ni con el tiempo para realizarlo, y como consecuencia de ello desisten en su idea, escogiendo de entre todas las opciones, el que menos le favorece.

Se requieren espacios que se adecuen a los tiempos, disponibilidad y preferencias de los clientes, brindando un lugar acogedor y cómodo.

2.2 Demanda actual y tendencias.

Nuestro principal objetivo es el de ofrecer una opción más saludable, para todas aquellas personas que quieren mantener un estilo de vida más cómodo, es por ello que está orientado al público en general.

Se ha recopilado información del Instituto Nacional de Informática y Estadística, que ha permitido elaborar las siguientes tablas.

Tabla 2
Demanda Proyectada

Distritos	Población al 2007	Población al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Población al 2023 (proyectada)
Punchana	80,820	75,000	0.93%	69,599
Población total	80,820	75,000	0.93%	69,599

Fuente: INEI (2023)

Tabla 3
Población de referencia

Distritos	Población Urbana
Población de referencia	64,226

Fuente: INEI (2023)

La tabla 2, muestra a 64,226; como la cantidad total de individuos en la población de referencia sobre la cual se ha trabajado y analizando, en el distrito teniendo en cuenta características socioeconómicas.

Tabla 4
Demanda por grupo de edades

Distrito Punchana	15 a 24 años	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
% de edades	19.74%	24.63%	21.95%	66.32%
Población etaria	12,677	15,820	14,095	42,593

Fuente: INEI (2023)

Tabla 5
Cálculo del tamaño de la demanda

Consumo semanal (veces a la semana)	2
Consumo por año (semanas)	56
Consumo del cliente	887,287.88
Participación	2%
Demanda total	17,746

Fuente: INEI (2023)

La demanda de este tipo de comida ha tenido un crecimiento considerable durante los últimos años, debido a la tendencia de ser llevar una vida saludable.

Como se ha mencionado con anterioridad, nuestro país tiene un índice alarmante de personas con sobrepeso y obesidad lo cual nos lleva a la conclusión que la necesidad de comer saludable está presente en todo nuestro entorno, por tanto, conducirá a las personas a buscar las alternativas necesarias para poder mantener un estilo de vida más saludable.

2.3 La oferta competitiva.

La oferta de restaurantes saludables en la ciudad de Iquitos es poca y no podemos encontrar mucha variedad, por lo tanto, hay un bajo nivel de competencia en el mercado.

Tabla 6
Oferta de Restaurantes Saludables, Iquitos 2023

Restaurante	Rango de precios.	Clasificación
Restaurant vegetarian marshan	S/ 38.00 por persona.	4.6 de 5 estrellas
La mona fit	S/ 7.00 a S/ 18.00 por persona	4.2 de 5 estrellas
Jugos y extractos "iris"	S/ 12.00 a S/ 20.00 por persona	3.9 de 5 estrellas
Healthy space	S/ 7.00 a S/ 27.00 por persona	5 de 5 estrellas (calificación esperada)

Fuente: Elaboración propia (2023)

Para posicionarnos como una empresa competitiva es de vital importancia lograr la satisfacción de nuestros clientes y perfeccionar/mejorar el servicio que ofrecemos. Por este motivo es necesario tener claro las estrategias de mercado que se seguirán para obtener un valor agregado y diferenciarnos de nuestros principales competidores.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que las necesidades varían según la edad, sexo, preferencias, condición física, etc. Y es por ello que no se debe generalizar, sino que hay que individualizar la dieta alimenticia.

2.4. Programa de Marketing

2.4.1 El producto

Los distintos platos y bebidas saludables ofrecidos por nuestro restaurante serán sugeridos por un profesional en nutrición, ya que este es quien tiene el conocimiento necesario para dar el valor nutricional a lo que estamos ofertando.

La venta de nuestro producto se realizará en tienda física y a través del servicio de delivery, sobre este último una persona se encargará de llevar el producto hasta el cliente, por esa razón solo ofreceremos el servicio de delivery en los distritos de Punchana, en esta primera etapa.

A continuación, se mostrará una secuencia de imágenes referenciales de los distintos platos y bebidas que serán parte del menú.

Figura 3

Ensalada con Pollo deshilachado/ Pollo con verdura



Fuente: Google (2023)

Figura 4

Ensalada nativa/ Ensalada de filete con macarrones



Fuente: Google (2023)

Figura 5

Burger salad / Ensalada verde



Fuente: Google (2023)

Figura 6
Refrescos y gelatinas



Fuente: Google (2023)

Todos estos platillos y bebidas serán publicados y ofrecidos en nuestra página de Facebook, compartidos en Instagram y contactos de WhatsApp; por otro lado, trataremos el tema relacionado a nuestra marca.

Contar con un distintivo es de suma importancia para poder diferenciarnos de nuestra competencia, igualmente ayudará a posicionarnos en la mente de los consumidores.



Fuente: Elaboración propia (2024)

El color de nuestro logo (verde) representa la naturaleza y frescura y es eso lo que el negocio quiere transmitir a sus clientes.

2.4.2 El precio.

La estrategia para dar un precio a nuestros alimentos saludables se dará considerando dos puntos:

- El costo de los productos, es decir, el precio pagado al proveedor.
- Analizar los precios de la competencia, para tener un marco de referencia.

Tabla 7

Precio de los platillos y bebidas saludables

Producto	Unidad	Precio
Ensalada con pollo deshilachado	1	s/25.00
Pollo con verdura (figura 4)	1	s/23.00
Ensalada Nativa (figura 5)	1	s/26.00
Ensalada de Filete/Macarrones (Figura 6)	1	s/23.00
Burger Salad (Figura 7)	1	s/20.00
Ensalada Verde (Figura 8)	1	s/25.00

Fuente: Elaboración propia (2023)

Los precios de nuestros productos son parte fundamental para que nuestro negocio funcione, sea rentable y nos consolidemos en el tiempo, debido a que los precios generan competencia y es una pieza importante para atraer clientes. Ya que tiene un impacto directo de nuestro futuro emprendimiento.

2.4.3 La promoción.

La promoción dentro del marketing sirve para dar a conocer nuestro negocio a los potenciales clientes y a través de ello se podrá lograr los distintos objetivos trazados. Existen muchas herramientas importantes dentro de la promoción

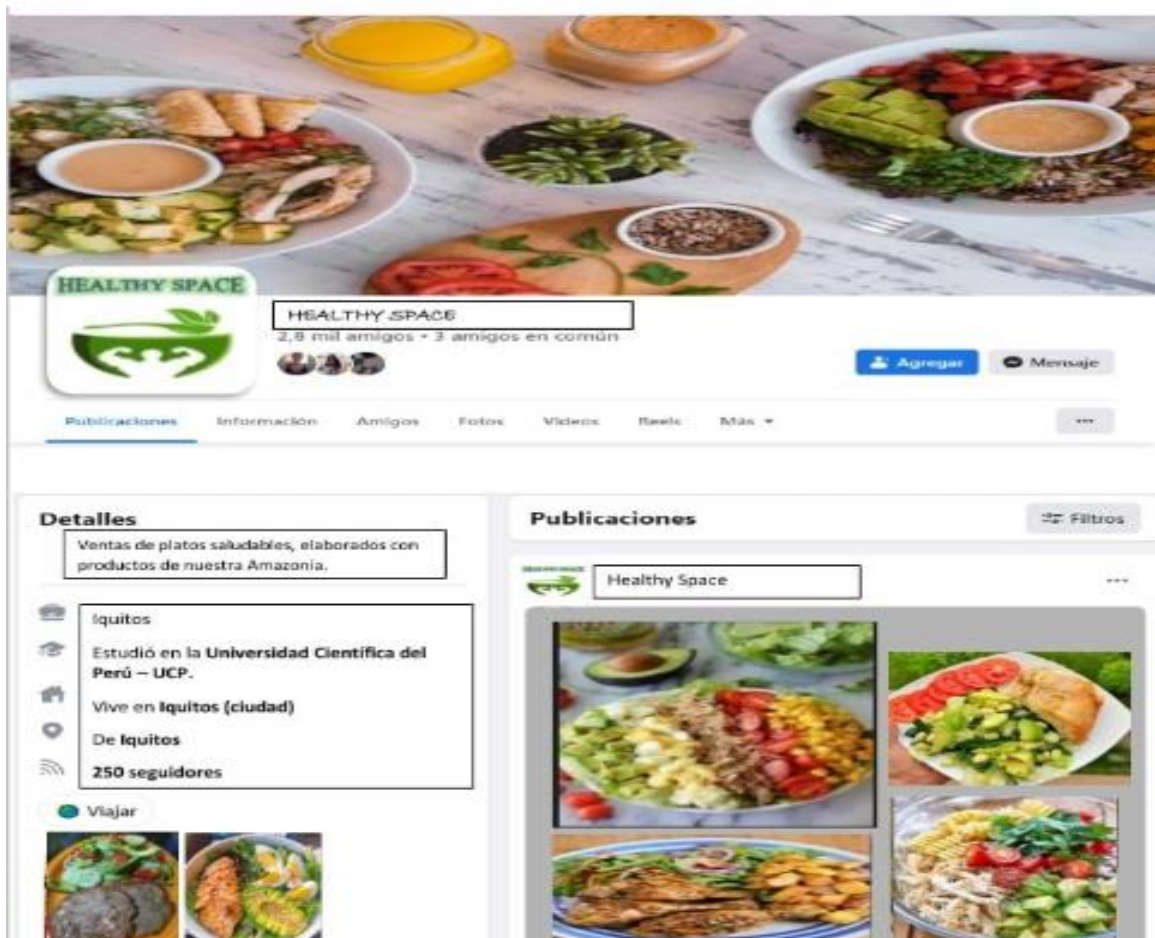
Nuestro negocio primará el uso de las redes sociales para realizar las distintas actividades de publicidad: Facebook, Instagram y WhatsApp.

El plan de servicio de publicidad que usaremos, el denominado “subasta”, ya que se adecua mejor a lo que estamos buscando, el cual nos permite llegar a nuestro público objetivo de una manera más rápida, utilizando un importe de dinero menor o un importe más elevado siempre y cuando este sea constante. A continuación, se brindará información: de nuestras redes sociales:

a) Facebook

Una red social que tiene mucho alcance en la actualidad, que va a permitir compartir el contenido de nuestros platillos y bebidas saludables. Así mismo nos podremos contactar estableciendo conversaciones con los clientes potenciales, de tal forma que lleguemos a más personas con intereses comunes.

Figura 8
Página de facebook Health y Space



Fuente: Elaboración propia (2023)

b) Instagram.

Instagram, es una ventana muy grande que nosotros poseemos para promocionar nuestros productos, puesto que es una plataforma de contenido visual donde podemos compartir las fotos y videos de nuestros productos y captar la atención de posibles clientes.

c) Gimnasios.

Se establecerán alianzas con los distintos gimnasios de la ciudad, utilizando el modelo de publicidad B2B, (business to business, o en español: negocio a negocio); en el cual ellos van a promocionar nuestro negocio en su establecimiento y de la misma manera también lo haremos nosotros.

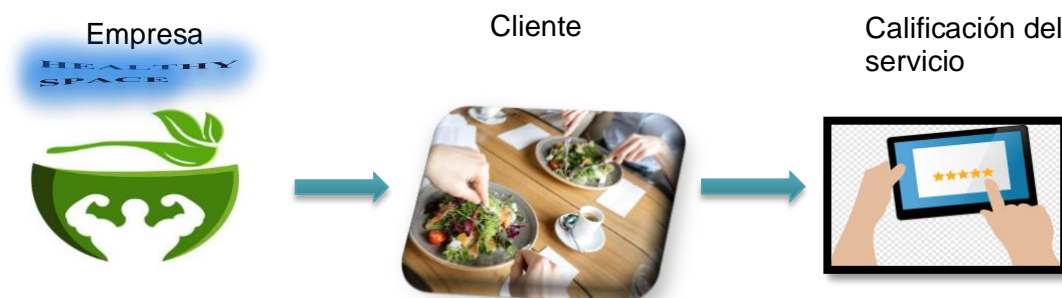
2.4.4 La cadena de distribución

Nosotros optaremos por la cadena de distribución directa e indirecta. La cadena de distribución directa se realiza en el establecimiento, donde el personal encargado de realizar esta labor contará con todos los permisos correspondientes, como lo es el certificado de sanidad otorgado por DIGESA para la manipulación de alimentos

Nuestros platos también se van a distribuir de manera indirecta, contando en esta oportunidad con un intermediario (delivery motorizado), asumiendo nosotros los riesgos que este tipo de distribución requiere, siempre brindado lo mejor para nuestros clientes.

Figura 9

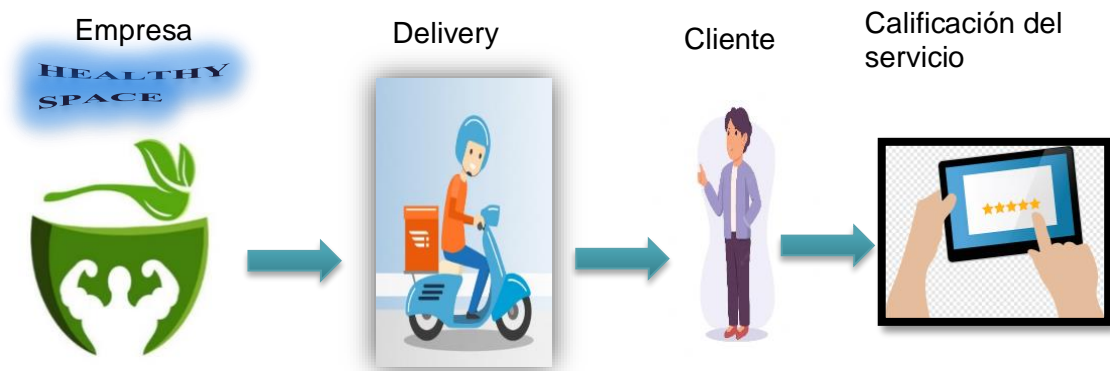
Cadena de distribución directa



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 10

Cadena de distribución indirecta



Fuente: Elaboración propia (2023)

III. PLAN DE OPERACIONES.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, zona en donde se encuentran los proveedores con los que la empresa trabajará para la adquisición de los distintos insumos, verduras, frutas, carnes y demás ingredientes. Se realizará una evaluación previa a los proveedores que trabajaran con nosotros, teniendo en cuenta la calidad del producto y la garantía del mismo, se contará mínimo con 02 por cada insumo.

Todos nuestros pedidos se realizan mediante una solicitud de producto, donde se va a detallar las características y la cantidad de cada uno de ellos previo control de inventario. Una vez hecho el pedido, el proveedor, debe cumplir con la entrega a tiempo de cada producto y en el lugar acordado (nuestro local).

Tabla 8

Frecuencia de compra

Tipo de Insumo	Frecuencia de Compra	Proveedores		
		1	2	3
Pescados y Carnes	Diario	Negocio "Ashishita"	Mercado de productores	Negocio "Carnívoros Iquitos"
Vegetales	Dos veces a la semana	Comercializadora y verdulería "Cruz de chapón" S.A.C	Verduras fresco y barato L.S	Comercial verdulería Jimena & Maripaz EIRL
Frutas	Dos veces a la semana	Comercializadora y verdulería "Cruz de chapón" S.A.C	Verduras fresco y barato L.S	Distribuidora Fruver Fresh EIRL
Otros no Predecibles	Una vez por semana	Distribuidora San Juan.	Pacific market	Los Portales.

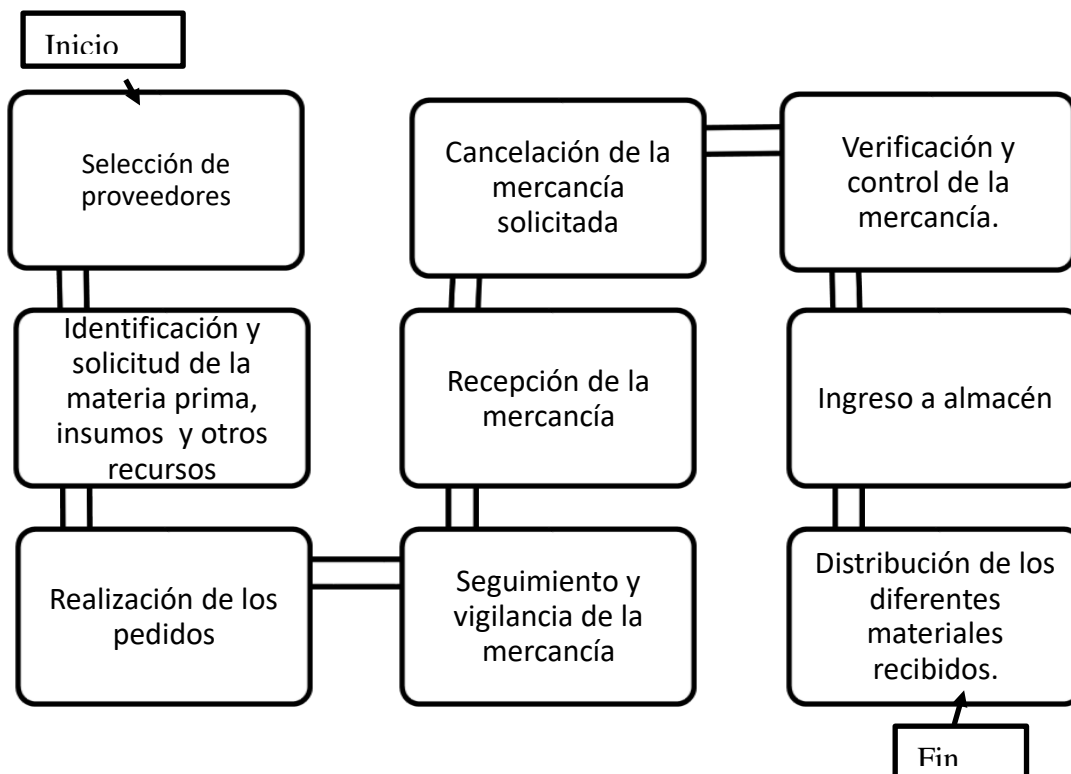
Fuente: Elaboración propia (2023)

3.2 El proceso de aprovisionamiento de la empresa “Healthy Space S.AC”

El proceso de aprovisionamiento es el medio por donde se obtienen las materias primas, los insumos y recursos que nosotros necesitamos para crear el menú perfecto para nuestros clientes. El cual detallaremos a continuación

Figura 11

El proceso de aprovisionamiento



Fuente: Elaboración propia (2023)

La primera etapa del proceso de aprovisionamiento comienza con identificar cuáles son los tipos de materia prima que vamos a necesitar para elaborar los platos de comida, y de la misma manera solicitar y hacer los pedidos correspondientes de cada materia prima, insumos y recursos; se seleccionará los proveedores, previa estudio de mercado, también analizaremos las diferentes ofertas que nos ofrecen los proveedores y por consiguiente se realizara el pedido de nuestra mercancía.

La segunda etapa es el seguimiento y vigilancia de la mercadería, desde el punto donde se hace el pedido hasta la llegada del pedido, seguido de la recepción de la misma y cancelación de la mercadería.

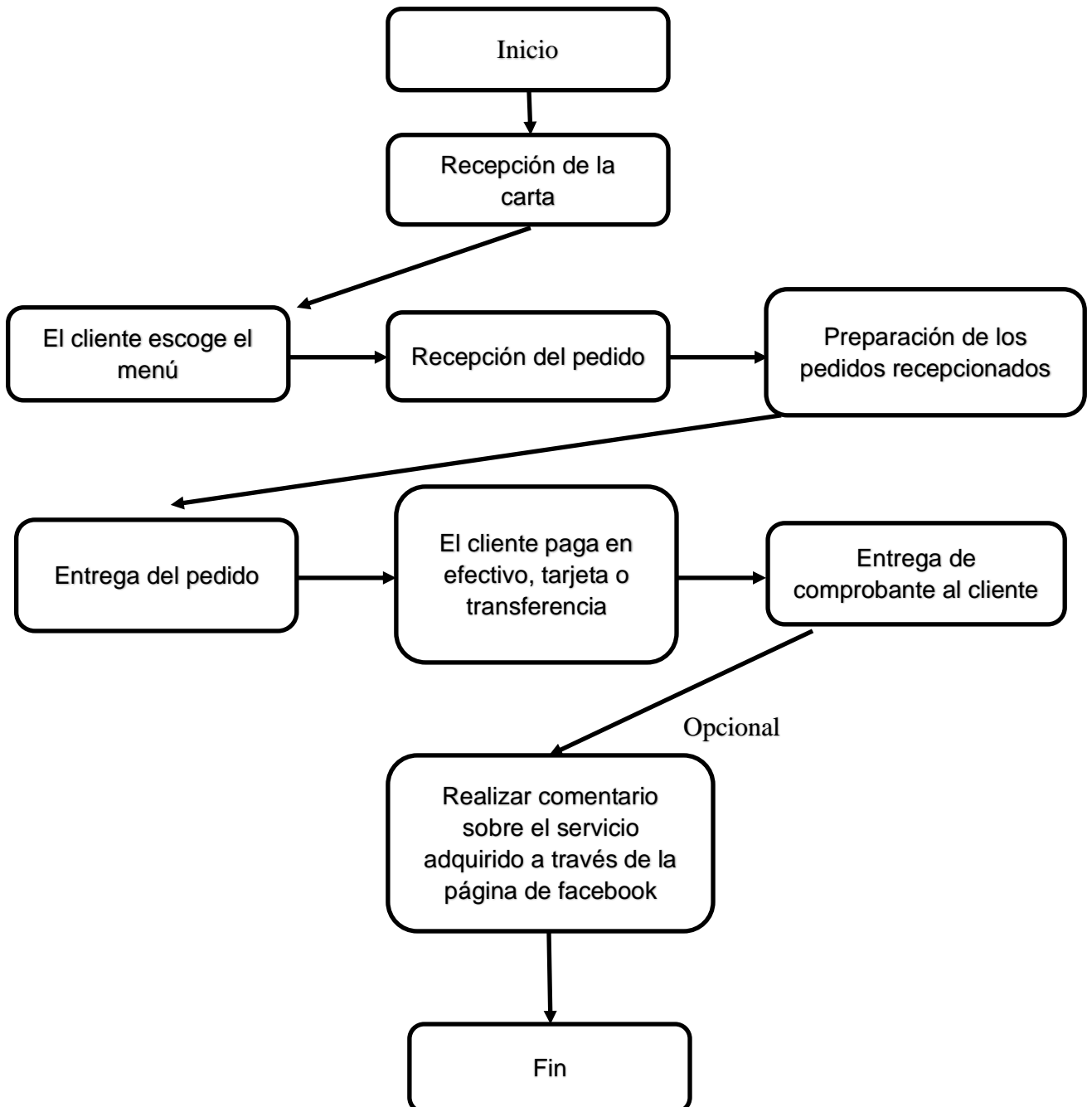
La tercera etapa es verificar si la mercadería llegó en óptimas condiciones y controlar que haya llegado todo lo solicitado; seguidamente del ingreso a almacén y, por último, distribuir la mercadería en cada área del restaurante.

3.3 El proceso de operaciones comerciales de la empresa “Healthy Space S.AC”

En el proceso de operaciones se ha considerado los siguientes pasos:

Figura 12

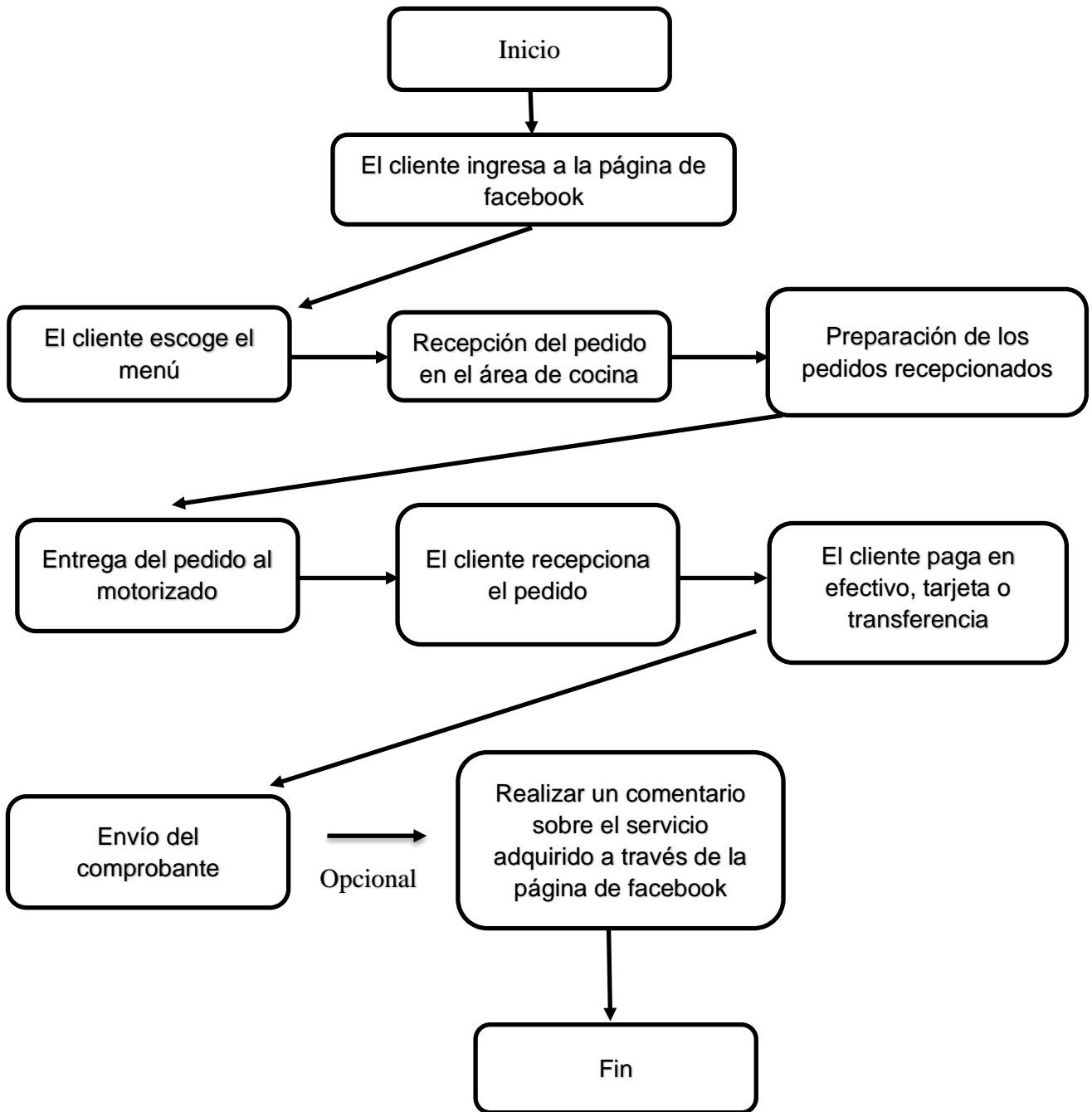
El proceso de operaciones comerciales, tienda física



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 13

El proceso de operaciones comerciales a través de delivery



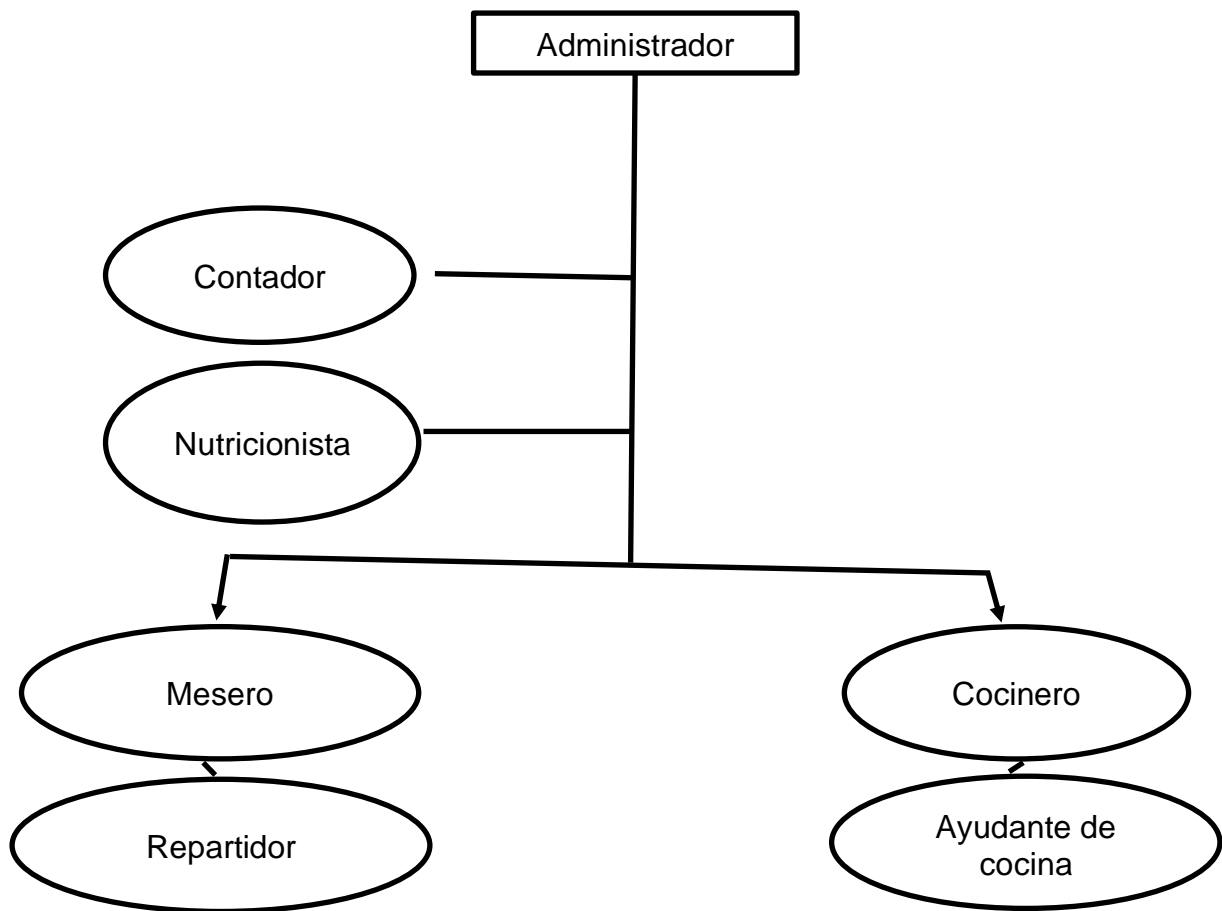
Fuente: Elaboración propia (2023)

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La Estructura Organizacional.

Figura 14

Estructura Organizacional de Healthy Space S.A.C



Fuente: Elaboración propia (2023)

4.2 Puestos y funciones

a) Administrador

Perfil:

1. Título profesional universitario en Administración, Contabilidad o carreras afines
2. Experiencia laboral no menor a 3 años. De preferencia en funciones a dirección de restaurantes orientado al logro de objetivos.
3. Conocimientos de Administración de Empresas.
4. Manejo de Office Windows y demás aplicativos tecnológicos.

Funciones:

1. Representante legal, comercial y administrativamente a la empresa
2. Planifica los objetivos a corto y largo plazo
3. Planifica las ventas y operaciones de la empresa
4. Planifica y organiza el requerimiento de cada área de la empresa
5. Ordena con el área de cocina y nutricionista los pedidos que se van a realizar a los proveedores
6. Administra los ingresos y salidas de dinero de la empresa
7. Establece alianza con los proveedores y realiza compras
8. Elabora el presupuesto de cada área de la empresa
9. Controla y da seguimiento al trabajo de cada personal
10. Atiende las llamadas y pedidos que se dan por telefonía y red social
11. Da seguimiento a los comentarios de los clientes sobre el servicio ofrecido para proponer mejoras del mismo.

b) Contador

Perfil:

1. Título profesional universitario en Contabilidad y Finanzas o carreras afines.
2. Experiencia laboral no menor a 5 años en materia contable, tributaria y laboral
3. Conocimientos en tributación, NIFF, NIC
4. Manejo de Office Windows y demás aplicativos tecnológicos.

Funciones:

1. Encargado de llevar la contabilidad de la empresa y las declaraciones correspondientes
2. Asesora en materia contable, tributario y laboral.
3. Presenta alternativas para la toma de decisiones
4. Da seguimiento a las normas y actualizaciones para evitar sanciones e infracciones.
5. Lleva el control de la planilla de trabajadores y los pagos correspondientes.

c) Nutricionista

Perfil:

1. Título profesional universitario en Nutrición, especialista en nutrición dietética.
2. Experiencia laboral no menor a 3 años en puestos similares
3. Conocimientos de fisiología humana y bioquímica

Funciones:

1. Encargado de realizar el menú y dietas especiales.
2. Organiza y supervisa el proceso de producción de los alimentos, asegurándose de que cumplan los requisitos nutricionales
3. Encargado de organizar los pedidos a realizar al proveedor juntamente con el cocinero
4. Controla la calidad de los ingredientes

d) Cocinero

Perfil:

1. Cocinero de profesión
2. Experiencia no menor a 2 años

Funciones:

1. Planifica el menú juntamente con el nutricionista
2. Organiza el área de cocina
3. Controla y da seguimiento al trabajo del ayudante de cocina
4. Prepara los platos solicitados por el cliente
5. Mantiene la higiene en el área de cocina
6. Encargado de organizar los pedidos a realizar juntamente con el nutricionista
7. Controla el ingreso de los insumos.
8. Verifica el stock los insumos.

e) Ayudante de Cocina

Perfil:

1. Ser mayor de edad
2. Estudiante de la carrera de gastronomía
3. Experiencia no menor a 3 meses

Funciones:

1. Apoya al cocinero en la preparación de los distintos platos
2. Reporta los pedidos realizados al cocinero
3. Mantiene la higiene en el área de cocina antes y después de la jornada laboral
4. Lavar los utensilios y menajes utilizados en la preparación de los platos

f) Mesero

Perfil:

1. Ser mayor de edad
2. Experiencia no menor a 3 meses

Funciones:

1. Atención directa a los clientes
2. Preparar las cartas
3. Servir y retirar los platos
4. Reciben los pagos de los clientes
5. Llevan un registro de los pedidos
6. Limpian y organizan el área de atención al cliente

g) Repartidor

Perfil:

1. Ser mayor de edad
2. Contar con vehículo propio
3. Tener licencia de conducir vigente

Funciones:

1. Coordina con el área de cocina el menú solicitado por el cliente
2. Hace llegar al cliente el pedido solicitado
3. Cobra al cliente en caso el pago sea en efectivo o tarjeta
4. Otorga el comprobante al cliente
5. Reporta cualquier reclamo o malestar del cliente.

4.3. Condiciones laborales

Healthy Space S.A.C, contará con las siguientes condiciones laborales:

- ✓ Los trabajadores contarán con un contrato temporal, en la modalidad por necesidad de mercado.
- ✓ Los trabajadores tendrán una jornada laboral de 8 horas (9 a.m. – 5p.m)

4.4 Régimen Tributario.

Nuestra empresa “Healthy Space S.A.C” se acogerá al régimen Especial tributario

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio Económico.

5.1.1 Mercado y ventas

Las tablas siguientes nos muestran la demanda que los consumidores están dispuestos a consumir a un precio y momento dado y va depende de varios factores, como el precio, calidad y la competencia existente, las preferencias de los consumidores, las tendencias del mercado, es crucial para el negocio ajustar su estrategia de precios, marketing y producción de manera efectiva, para lo cual mostramos, frecuencia de ventas, precio de ventas de los diferentes paltos que de acuerdo al mercado son los mas consumidos.

Tabla 9

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total	17,746		
Tendencia del mercado	0%	0%	0%
Demanda proyectada	17,746	17,746	17,746

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 10

Ventas del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	17,746	17,746	17,746
Precio de venta	Ver tabla 4		
Tendencia del precio de mercado	0%	1%	2%
Venta total empresa	S/.437,433	S/.441,807	S/.446,182

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 11
Frecuencia de ventas

<u>Platos</u>	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ensalada con pollo	15%	2,662	2,662	2,662
Pollo con verdura	10%	1,775	1,775	1,775
Ensalada nativa	30%	5,324	5,324	5,324
Ensalada de filete/macarrones	10%	1,775	1,775	1,775
Burger Salad	5%	887	887	887
Ensalada verde	30%	5,324	5,324	5,324
TOTAL DE CANTIDAD DEL SERVICIO	100%	17,746	17,746	17,746

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 12
Precio de venta (En soles)

Platos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Tendencia del precio en el mercado	0%	1%	2%
Ensalada con pollo	25.00	26.25	27.00
Pollo con verdura	23.00	24.15	24.84
Ensalada nativa	26.00	27.30	28.08
Ensalada de filete/macarrones	23.00	24.15	24.84
Burger Salad	20.00	21.00	21.60
Ensalada verde	25.00	26.25	27.00

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 13
Ingresos por venta (soles)

Platos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ensalada con pollo	66,546.59	66,546.59	66,546.59
Pollo con verdura	40,815.24	40,815.24	40,815.24
Ensalada nativa	138,416.91	138,416.91	138,416.91
Ensalada de filete/macarrones	40,815.24	40,815.24	40,815.24
Burger Salad	17,745.76	17,745.76	17,745.76
Ensalada verde	33,093.18	133,093.18	133,093.18
TOTAL INGRESOS DE VENTAS	437,432.92	437,432.92	437,432.92

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 14
Demanda de platos

DEMANDAS PLATOS	17,746
Platos/mes	1,479
Días del mes	26
Platos diarios	57

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos

Tabla 15
Costo de compras

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	17,746	17,746	17,746
Costo compra	Ver cuadro		
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/275,024	S/277,774	S/283,274

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 16
Costos Anuales

Platos	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3
Ensalada con pollo	39,981.19	40,381.00	41,180.63
Pollo con verdura	25,500.65	25,755.66	26,265.67
Ensalada nativa	93,431.41	94,365.73	96,234.36
Ensalada de filete/macarrones	25,376.43	25,630.20	26,137.73
Burger Salad	13,060.88	13,191.49	13,452.70
Ensalada verde	77,673.18	78,449.91	80,003.38
TOTAL COSTO DE VENTAS	275,023.75	277,773.99	283,274.46

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 17
Gastos Administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente – propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,700
Cocinero	1	1	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,300
Ayudante cocina/mesero	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,025	S/. 1,025	S/. 1,025
Remuneraciones del personal	S/. 4,750	S/. 4,850	S/. 6,350
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 5,162	S/. 5,270	S/. 6,900
Servicios públicos	S/. 450	S/. 450	S/. 500
Útiles oficina	S/. 500	S/. 650	S/. 700
Servicio de repartidor	S/. 500	S/. 500	S/. 500
Servicio contable	S/. 300	S/. 350	S/. 400
Servicio profesional de nutrición (parcial)	S/. 550	S/. 600	S/. 700
Otros	S/. 100	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 7,562	S/. 7,970	S/. 9,900
TOTAL ANUAL	S/.90,740	S/.95,644	S/.118,804
GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 450.00	S/. 500.00	S/. 600.00
Alquiler local	S/. 800.00	S/. 900.00	S/. 1,000.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 500.00	S/. 800.00
Otros	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 300.00
Total mensual	S/. 1,750.00	S/. 2,100.00	S/. 2,700.00
TOTAL ANUAL	S/.21,000.00	S/.25,200.00	S/.32,400.00

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.2 Estudio Financiero

5.2.1 Inversiones

Tabla 18
Gastos pre Operativos

Gastos pre operativos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 700.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 19
Inversión en Activos Fijos

Activo fijo	Valor A.	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local					
Terreno					
Cocina industrial	S/. 1,000	2	S/. 2,000	5	S/. 400
Equipos	S/. 6,700	1	S/. 6,700	5	S/. 1,340
Muebles y enseres	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Total			S/ 11,700		S/. 2,340

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 20
Depreciación

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.11,700	-S/ 2,340	-S/.2,340	S/.2,340	S/.4,680
Amortización activo intangible	S/.1,700	-S/.340	-S/.340	-S/.340	S/.680
Total	S/.13,400	-S/ 2,680	-S/.2,680	S/.2,680	S/.5,360

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.2.2 Financiamiento

Tabla 21
Programa de Endeudamiento

Deuda a tomar	S/. 20,000	2.5%	mensual	
34.49%	Anual	36	meses	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	20,000	500	556	1,056
2	19,444	486	556	1,042
3	18,889	472	556	1,028
4	18,333	458	556	1,014
5	17,778	444	556	1,000
6	17,222	431	556	986
7	16,667	417	556	972
8	16,111	403	556	958
9	15,556	389	556	944
10	15,000	375	556	931
11	14,444	361	556	917
12	13,889	347	556	903
13	13,333	333	556	889
14	12,778	319	556	875
15	12,222	306	556	861
16	11,667	292	556	847
17	11,111	278	556	833
18	10,556	264	556	819
19	10,000	250	556	806
20	9,444	236	556	792
21	8,889	222	556	778
22	8,333	208	556	764
23	7,778	194	556	750
24	7,222	181	556	736
25	6,667	167	556	722
26	6,111	153	556	708
27	5,556	139	556	694
28	5,000	125	556	681
29	4,444	111	556	667
30	3,889	97	556	653
31	3,333	83	556	639
32	2,778	69	556	625
33	2,222	56	556	611
34	1,667	42	556	597
35	1,111	28	556	583
36	556	14	556	569

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 22
Capital de trabajo

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.13,123	-S/.44	-S/.44	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,215	-S/.12	-S/.12	
Inventario					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.5,348	-S/.53	-S/.107	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.764	S/.8	S/.15	
TOTAL	-S/.13,123	-S/.5,843	-S/.102	-S/.104	S/.19,171

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 23
Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVO				
Activo corriente	S/13,123	S/46,245	S/73,065	S/70,340
Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/13,123	S/39,682	S/66,436	S/63,592
Cuentas por cobrar		S/1,215	S/1,227	S/1,239
Inventarios		S/5,348	S/5,401	S/5,508
Activo no corriente	S/13,400	S/10,720	S/8,040	S/5,360
TOTAL ACTIVO	S/26,523	S/56,965	S/81,105	S/75,700
PASIVO				
Pasivo corriente		S/764	S/772	S/787
Pasivo No Corriente	S/20,000	S/13,333	S/6,667	S/0
TOTAL PASIVO	S/20,000	S/14,097	S/7,438	S/787
PATRIMONIO				
Patrimonio				
Capital	S/6,523	S/6,523	S/6,523	S/6,523
Resultados Acumulados		S/0	S/36,344	S/67,143
Resultado del ejercicio		S/36,344	S/30,799	S/1247
TOTAL PATRIMONIO	S/6,523	S/42,867	S/73,666	S/74,913
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/26,523	S/56,965	S/81,105	S/75,700

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 24
Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.437,433	S/.441,807	S/.446,182
Costo de ventas	-S/.275,024	-S/.277,774	-S/.283,274
Margen Bruto	S/.162,409	S/.164,033	S/.162,907
Gastos administrativos	-S/.90,740	-S/.95,644	-S/.118,804
Depreciación	-S/.2,680	-S/.2,680	-S/.2,680
Gastos comerciales	-S/.21,000	-S/.25,200	-S/.32,400
Margen operativo	S/.47,989	S/.40,509	S/.9,023
Gastos financieros	-S/.5,083	-S/.3,083	-S/.1,083
Margen antes de tributos	S/.42,906	S/.37,426	S/.7,940
Participación utilidades			
Subtotal	S/42,906	S/37,426	S/7,940
Pago impuesto a la renta	-S/.6,561	-S/.6,627	-S/.6,693
Utilidad neta	36,344	30,799	1,247

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 25
Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.437,433	S/.441,807	S/.446,182	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.13,400				S/.5,360
Capital de trabajo	-S/.13,123	-S/.5,843	-S/.102	-S/.104	S/.19,171
Compras		-S/.275,024	-S/.277,774	-S/.283,274	
Gastos administrativos		-S/.90,740	-S/.95,644	-S/.118,804	
Gastos comerciales		-S/.21,000	-S/.25,200	-S/.32,400	
Pago impuestos		-6,561	-6,627	-6,693	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.26,523	S/.38,265	S/.36,461	S/.4,906	S/.24,531
Préstamo recibido	S/.20,000				S/.0
Amortización		-S/.6,667	-S/.6,667	-S/.6,667	
Gastos financieros		-S/.5,083	-S/.3,083	-S/.1,083	
Escudo fiscal					
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.6,523	S/.26,515	S/.26,711	-S/.2,844	S/.24,531
FCE	-S/.26,523	S/.38,265	S/.36,461	S/.29,437	
FCF	-S/.6,523	S/.26,515	S/.26,711	S/.21,687	

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 26**ROI**

	Año 1	Año 2	Año 3
Rentabilidad Operativa de la Inversión (ROI)	1.8093	0.7111	0.1113
Estructura del capital (Relación D/E)	3.0661	0.3289	0.1010
Costo del pasivo (interés pagado/deuda)	0.2542	0.2313	0.1625
ROE (usando formula)	657.76%	86,89%	10.61%

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 27**VAN, TIR, B/C - Económico**

VAN Económico	S/.47,383
Tasa de descuento (CAPM)	20.30%
TIR Económica	127%
Índice B/C	2.79

Fuente: Elaboración propia (2023)

La tabla muestra un VAN de S/. 47,383.00; que es mayor a uno significa que el valor presente de los beneficios o flujos de efectivo futuros derivados de la inversión supera el costo inicial de esta inversión. Esto indica que, en términos netos, se espera que la inversión genere valor adicional que compense el costo inicial, lo cual suele considerarse favorable para los inversionistas o empresas.

Para el caso de la TIR 127% se refiere a la tasa de rendimiento que iguala el valor presente neto de los flujos de efectivo de un proyecto a cero. Si la TIR es mayor que el costo de capital (la tasa mínima de rendimiento requerida por los inversionistas), significa que el proyecto es potencial de generar un rendimiento mayor al costo de financiamiento.

Tabla 28
VAN, TIR, B/C - Financiero

VAN Financiero	39,169
Tasa de descuento (WACC)	30.61%
TIR Financiero	401%
Índice B/C	7.00

Fuente: Elaboración propia (202)

La tabla muestra un VAN Financiero de S/. 39,169.00; que es mayor a uno significa que el valor presente de los beneficios o flujos de efectivo futuros derivados de la inversión supera el costo inicial de esta inversión.

La tabla muestra una TIR mayor que el costo de capital (la tasa mínima de rendimiento requerida por los inversionistas), 401%; significa que el proyecto generaría suficiente retorno para cubrir el costo de financiamiento.

CONCLUSIONES

- a) Este plan de negocios, busca satisfacer las necesidades de alimentación de las personas para tener una vida sana y de esta manera conservar una buena apariencia física, en un ambiente agradable y reconfortante.
- b) En lo concerniente al plan de marketing, se ha considerado utilizar las redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp y otros, como herramientas para la promoción de los productos por su alto alcance y bajo costo. Además, se aplicarán estrategias que permita en un corto tiempo el posicionamiento del negocio en el mercado.
- c) El plan de operaciones del negocio contiene procesos cortos, sencillos y eficientes, que permite graficar y ordenar su apertura del emprendimiento. Lo que se busca es contar con productos de calidad que satisfagan la necesidad del cliente y el aprovisionamiento será a través de empresas de la ciudad.
- d) En el plan de recursos humanos, se ha considerado un organigrama básico que se ajusta a una pequeña empresa, en la cual se han establecido las funciones y labores a desarrollar en cada uno de los puestos establecidos. Se respetará las leyes laborales y beneficios de los trabajadores, quienes labraran en una jornada de ocho horas diarias.
- e) En lo referente al plan económico y financiero, nos arrojan datos positivos, para los estados financieros correspondientes a tres periodos proyectados. El análisis muestra un valor actual neto (VAN) positivo de S/ 47,383.00 con una tasa interna de retorno (TIR) de 127% y la relación beneficio costo (B/C) igual a 2.79, lo que demuestran que se recuperará la inversión realizada, por lo tanto, determinan que el proyecto es viable, aun con financiamiento.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática-INEI (2021). *Clasificación Industrial Uniforme, enero (2010)*. Obtenido de:

<file:///C:/Users/user/Downloads/CLASIFICACION%20INDUSTRIAL%20INTERNACIONAL.pdf>

Sandra Sardina. (2022). *La importancia de la nutrición aplicada al deporte, febrero (2022)*. Obtenido de:

<https://www.ergodinamica.com/blog/la-importancia-de-la-nutricion-aplicada-al-deporte/>

Ministerio de Salud- Minsa. (2020). *COVID-19: 85% de fallecidos eran obesos, agosto (2020)*. Obtenido de:

<https://es.linkedin.com/pulse/covid-19-85-de-fallecidos-eran-obesos-urge-mejorar-ccana-pacora>

Henry Trujillo A. Nutricionista del INS (2020). *Más del 60% de peruanos mayores de 15 años sufre de sobrepeso u obesidad y podría hacer formas graves de COVID-19, octubre (2020)*. Obtenido de:

<https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/mas-del-60-de-peruanos-mayores-de-15-anos-sufre-de-sobrepeso-u-obesidad-y-podria>