



Universidad
Tecnológica
del Perú

Facultad de Administración y Negocios
Administración de Empresas
Administración y Marketing
Administración de Negocios Internacionales

Programa Especial de Titulación:
**IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN
TEMPRANA Y GUARDERÍA INFANTIL "ILLARI"**

Arturo Alejandro Gonzales Garcia
para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Negocios Internacionales

Nicolas Américo Moreno Miranda
para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración y Marketing

Shirley Alessandra Navarro Zenozaín
para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Empresas

Lima – Perú
2019

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a Dios por la fortaleza y decisión que nos da en permitirnos cumplir una meta más en nuestra vida profesional. También dedicamos este proyecto a nuestros padres por su apoyo incondicional en este largo camino en el cual estamos próximos a culminar.

Agradecimiento:

A nuestra casa de estudios por habernos formado y hacer de nosotros personas competentes en nuestra vida profesional. También a nuestros formadores que son personas de gran sabiduría y se han esforzado en ayudarnos a obtener logros importantes como culminar el desarrollo de nuestro Plan de Negocio y obtener una exitosa titulación profesional.

INDICE

INTRODUCCION.....	I
LIENZO CANVAS	II
CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO	3
1.1 Descripción de la Empresa	3
Razón Social: SHIARNI S.A.C.	3
1.2 Descripción de la idea de negocio.....	6
1.2.1 Equipo de trabajo.....	10
1.3 Objetivos General y Estratégicos	12
1.4 Estrategia Genérica.....	13
1.5 Planes De Acción.....	14
1.6 Identificación del mercado objetivo.....	14
1.6.1 Perfil del consumidor	14
1.6.2 Metodología para la segmentación del mercado.....	15
1.6.3 Tamaño de la muestra y recolección de datos.....	24
Encuesta.....	26
Recolección de Datos	28
1.6.4 Proceso estadístico de los resultados e interpretación	32
1.7 Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo.....	45
1.7.1 Análisis Cualitativo:.....	46
1.7.2 Análisis Cuantitativo:	47
1.7.3 Proyección de la demanda con información primaria.....	48
1.8 Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo	51
1.8.1 Análisis Cualitativo: Modelo de las 5 fuerzas de Porter	51
1.8.2 Análisis Cuantitativo:	53
1.8.3 Productos Sustitutos y Complementarios	55
1.8.3.1 Productos Complementarios:	55
1.8.4 Análisis de los precios	58
1.8.4.1 Aspectos para influir en precios.....	58

1.8.4.2	Factores del entorno.....	59
1.8.4.3	Fijación del precio del mercado	60
1.9	Balance demanda – oferta	61
1.9.1	Estimación en ventas y intervención en el mercado	61
CAPITULO II. PLAN DE MARKETING		62
2.1	Descripción del Servicio	62
2.2	Objetivos del plan de marketing.	62
2.3	Estrategia en Marketing.....	63
2.3.1	Puntos de la Segmentación.....	63
2.3.2	Matriz ANSOFF	64
2.3.3	Estrategia de posicionamiento.....	64
2.3.4	Actividades de Marketing y Comunicación	66
2.4	Mezcla de mercadotecnia	67
2.4.1	Estrategia de Servicio	67
2.4.2	Plaza.....	68
2.4.3	Estrategia de Promoción y Publicidad.....	68
2.4.4	Estrategia de Precio	69
2.4.5	Estrategias de Personas	69
2.4.6	Estrategias de Proceso	70
2.4.7	Estrategias de Evidencia Físicas	71
CAPITULO III. PLAN DE OPERACIONES.....		74
3.1	Objetivos.....	74
3.2	Estrategias.....	75
3.3	Diseño del servicio	75
3.4	Distribución de Planta.....	77
3.5	Diseño de procesos	80
3.5.1	Procesos Estratégicos.....	80
3.5.2	Procesos Operativos	80
3.5.3	Procesos de Apoyo.....	81
3.6	Programación de las operaciones de la empresa	82

3.6.1	Actividades Pre operativas	82
CAPITULO IV. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO		83
4.1	Análisis FODA.....	83
4.1.1	Identificación de Oportunidades y amenazas.....	83
4.1.2	Identificación de fortalezas y debilidades.....	83
4.1.3	Análisis matricial DAFO.....	88
4.2	Justificación del negocio.	88
4.3	Visión	89
4.4	Misión	89
4.5	Cultura Organizacional – Valores	89
4.6	Objetivos estratégicos.....	89
4.6.1	Objetivos de rentabilidad y liquidez.....	89
4.6.2	Objetivos de crecimiento	90
4.6.3	Objetivos de supervivencia	90
4.7	Estrategia competitiva	91
CAPITULO V. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....		92
5.1	Organización	92
5.2	Organigrama	92
5.3	Análisis de puestos: determinación de puestos, funciones y competencias	93
5.4	Cuadro de asignación de personal en planilla y recibo por honorarios.....	100
5.5	Estructura salarial	101
5.6	Modalidad Empresarial	102
5.7	Trámites a seguir para constituir nuestra empresa.....	102
5.8	Implicaciones Legales.....	106
5.9	Régimen Tributario (RER).....	106
5.10	Registro REMYPE.....	107
5.11	Comprobantes de pago.....	108
5.12	Libros Contables.....	108
CAPITULO VI. PRESUPUESTO, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....		110
6.1	Presupuesto, inversión y financiamiento	110

6.2	Análisis de costos	110
6.2.1	Inversión Fija.....	110
6.2.3	Inversión fija Intangible.....	111
6.2.4	Inversión fija tangible.....	111
6.2.5	Costo de servicios.....	114
	6.2.5.1. Planilla mensual.....	116
	2.5.2. Planilla Anual.....	117
6.3	Alimentación.....	117
6.4	Infraestructura y/o adecuación.....	118
6.5	Gastos Administrativos y costos operativos.....	119
6.5.1	Gastos Administrativos	119
6.5.2	Costos Operativos	121
6.6	Capital de trabajo.....	122
6.7	Financiamiento de la inversión	123
	6.7.1 Amortización.....	123
6.8	Presupuesto de Ingresos.....	126
6.9	Estado de Resultados	128
6.10	Estado de flujo de efectivo.....	129
6.11	Estado de flujo caja económico financiero.....	130
6.12	Estado de Situación Financiera	131
CAPITULO VII. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO		132
7.1	Presupuesto de Ingresos.....	132
7.2	Ratios a evaluar	134
	7.2.1 Ratios de apalancamiento.....	135
	7.2.2 Ratios de rentabilidad.....	136
7.3	Punto de Equilibrio.....	138
7.4	Definición de los escenarios.....	141
	7.4.1 Escenario probable.....	141
	7.4.2 Escenario pesimista.....	142
	7.4.3 Escenario optimista.....	143

8.1	Conclusiones	144
8.2	Recomendaciones	144
	BIBLIOGRAFIA.....	145
	ANEXOS.....	147

INDICE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación del local	4
Figura 2. Figura satelital de ubicación del local	5
Figura 3: Estilos de vida de Arellano marketing	16
Figura 4. Perfil del adulto joven 2018	21
Figura 5. Logo	66
Figura 6. Proceso de Servicio.....	73
Figura 7. Plano de Distribución.....	78

INDICE GRAFICOS

Gráfico 1. Pregunta 1	32
Gráfico 2. Pregunta 2	33
Gráfico 3. Pregunta 3	34
Gráfico 4. Pregunta 4	35
Gráfico 5. Pregunta 5	36
Gráfico 6. Pregunta 6	37
Gráfico 7. Pregunta 7	38
Gráfico 8. Pregunta 8	39
Gráfico 9. Pregunta 9	40
Gráfico 10. Pregunta 10	41
Gráfico 11. Pregunta 11	42
Gráfico 12. Pregunta 12	43
Gráfico 13. Pregunta 13	44
Gráfico 14. Pregunta 14.....	45
Gráfico 15. Flor de servicio.....	57
Gráfico 16. Matriz ANSOFF.....	64
Gráfico 17. Estrategia de marketing.....	65
Gráfico 18. Análisis Matricial DAFO.....	88
Gráfico 19. Organigrama	92

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población y Hogares según distritos 2017 (en miles)	18
Tabla 2: Población y Hogares según distritos 2017 (En miles)	22
Tabla 3. Respuestas de la encuesta realizada en el distrito de San Martín de Porres	22
Tabla 4. Mercado efectivo del distrito de San Martín de Porres	23
Tabla 5. Proyección de la demanda	50
Tabla 6. Competencia Directa	54
Tabla 7. Proyección de ventas por unidades	61
Tabla 8. Objetivos plan de marketing	63
Tabla 9. Estrategia de segmentación	63
Tabla 10. Actividades de marketing y comunicación	66
Tabla 11. Objetivos del plan de operaciones	74
Tabla 12. Estrategia de operaciones	75

Tabla 13. Programa de operaciones	82
Tabla 14. Asignación de personal.....	100
Tabla 15. Costos activos Intangibles	111
Tabla 16. Costos activos tangibles	112
Tabla 17. Sueldos y horario de personal Planilla	114
Tabla 18. Sueldos y horario de personal por Honorarios.....	115
Tabla 19. Planilla mensual	116
Tabla 20. Planilla Anual	117
Tabla 21. Costos de Alimentación	118
Tabla 22. Costo de infraestructura y/o adecuación.....	118
Tabla 23. Mano de obra indirecta	119
Tabla 24. Útiles de oficina	119

Tabla 25. Otros gastos servicios básicos.....	120
Tabla 26. Gastos de ventas.....	120
Tabla 27. Total, gastos Administrativos.....	120
Tabla 28. Alimentación.....	121
Tabla 29. Mano de obra directa	121
Tabla 30. Útiles de limpieza.....	121
Tabla 31. Botiquín	121
Tabla 32. Total, Costos Operativos.....	122
Tabla 33. Capital de Trabajo.....	122
Tabla 34. Resumen de Inversiones.....	123
Tabla 35. Financiamiento	123
Tabla 36. Cuadro de Amortización	124
Tabla 37. Presupuesto de Ingresos proyectado a 1 año	126
Tabla 38: Presupuesto de Ingresos proyectado a 5 años	127
Tabla 39. Estado de Resultados.....	128
Tabla 40. Flujo de Efectivo	129
Tabla 41. Flujo de caja económico financiero	130
Tabla 42. Estado de situación financiera	131
Tabla 43. Evaluación Económica	132
Tabla 44. Evaluación Financiera	133
Tabla 45. Ratios de liquidez.....	134

Tabla 46. Ratios de apalancamiento	135
Tabla 47. Ratios de rentabilidad.....	136
Tabla 48. Punto de Equilibrio	138
Tabla 49. Escenario probable	141
Tabla 50. Escenario pesimista	142
Tabla 51. Escenario optimista	143

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Uso del Internet según INEI	147
Anexo 2. Población por edad en distrito de San Martín de Porres – INEI	148
Anexo 3. Estadísticas de Crecimiento y Reducción del PBI según - INEI	148
Anexo 4. Reporte del MINSA	150
Anexo 5. Teorías Psicológicas del Individuo.....	151
Anexo 6. Economía Peruana 2019	152
Anexo 7. Ley de Guarderías.....	153
Anexo 8. Matriz de Holmes	154
Anexo 9. Costos.....	156
Anexo 10. Minuta.....	157
Anexo 11. Ficha RUC	160

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro proyecto de negocio no tiene componente educativo, debido a que la guardería brinda más un servicio asistencial y de estimulación que un servicio educativo.

Según la actual normativa las guarderías pueden funcionar solo con la licencia municipal. **Milagros Millán**, especialista de la Dirección de Educación Inicial del Minedu, menciona que una guardería no es igual que una cuna, por el contrario, este último es una institución de administración pública o privada que asegura la atención integral (asistencia, alimentación y educación) de los más pequeños.

“Cada vez son más las familias donde la mamá y el papá salen a trabajar. Ante esta creciente demanda están proliferando las llamadas guarderías, pero la mayoría de estas, solo tienen licencia municipal y la mayoría no cumple con los estándares del cuidado especializado que requieren los niños de 0 a 3 años”, señala Millán.

Las guarderías no deben solo brindar servicios y cuidados sino también ser el primer contacto con los padres de familia para mejorar las relaciones sociales, lenguaje, conducta, entre otros con sus hijos. La finalidad de estos establecimientos es hacer una evaluación temprana respecto a la conducta del menor para en base al resultado llevar a cabo un plan de trabajo con los menores.

La especialista de la Dirección de Educación Inicial explica que, a diferencia de las guarderías, las cunas cuentan con un staff de profesionales: profesores de educación inicial, auxiliares, un nutricionista, pediatra o enfermera especializada en neonatología. Además, indica que deben cumplir estándares de infraestructura, como estar ubicado en un primer piso, tener amplios espacios y mobiliario especial.

“Las cunas del sector público y privado tienen resolución de funcionamiento y deben tener por lo menos 2 metros cuadrados de espacio por cada niño. El personal especializado debe estar en

constante capacitación, porque trata con niños muy pequeños. Todo ello demanda un alto costo", explica.

Aparte de las cunas que brindan estimulación temprana, alimentación y asistencia en la primera etapa de la educación inicial (0 a 2 años), existen también centros de educación inicial no escolarizada, llamados PRONOEI

La especialista Milagros Millán comentó que el número de cunas que existen en la actualidad no basta para asistir la creciente demanda del servicio es por ello que los padres de familia no tienen otra opción que buscar las guarderías para el cuidado de sus hijos.

"La licencia de funcionamiento de las guarderías se ampara en una directiva del Ministerio de Educación por lo que no debería distar mucho del servicio que brindan las cunas", anota.

Nuestra guardería contará con tres profesionales especializados en el desarrollo y estimulación temprana y también contaremos en nuestro staff con auxiliares asistenciales teniendo el apoyo de madres de familia previamente capacitadas en el cuidado de niños, en el futuro tendríamos como objetivo ser una cuna.

INTRODUCCION

Actualmente el Perú está en crecimiento continuo y esto lleva a que las familias tengan una vida más agitada y no dispongan de mucho tiempo con sus hijos, a esto le sumamos el stress laboral y la tensión que existe en las calles.

Podemos afirmar la evolución del sistema de educación infantil con el avance social en los últimos años debido a que en estos tiempos la mujer se encuentra más inserta en el trabajo, en donde las condiciones laborales y la competencia laboral obligan en ocasiones a tener horarios cambiantes y desplazamientos que afecten el horario y ritmo de algunas familias.

En este sentido, la sociedad exige cada vez más que ambos padres trabajen para sostener y solventar la canasta familiar, logrando así que la mujer se incluya cada vez más al mundo laboral, y cuente con su propia independencia económica, motivando así de esta manera a que lleven a sus hijos a establecimientos especializados en el cuidado y desarrollo de sus hijos.

La finalidad de este proyecto es brindar seguridad, confianza y tranquilidad a las familias para el cuidado de sus pequeños, pues los padres no solo buscan dejar el cuidado de sus hijos a terceras personas sino también que las guarderías complementen con su desarrollo cognitivo, social y lenguaje desde temprana edad.

Por esta razón haremos un estudio correcto de la demanda, mediante las encuestas y así realizar la tabulación necesaria para tener una información que valga para el proyecto y brindar el servicio adecuado.

LIENZO CANVAS GUARDERIA " ILLARI "

<p>8) SOCIOS CLAVES: Nidos y empresas cercanas a la guarderia</p>	<p>7)ACTIVIDADES CLAVES : Apoyar a los padres que no tienen con quien dejar a sus niños mientras trabajan.</p>	<p>1) PROPUESTA DE VALOR: Servir de apoyo en el cuidado de los hijos de padres de familia que trabajan y no tienen con quien dejarlos.</p>	<p>4)RELACION CON LOS CLIENTES: Valor diferencial como el app para monitorear el cuidado en tiempo real, horarios flexibles, especialistas en la estimulación temprana.</p>	<p>2)SEGMENTO DE CLIENTES : Padres de familia que tengan hijos de 3 meses a 36 meses.</p>
	<p>6)RECURSOS: Docentes y auxiliares con estudios y especializados en la estimulación temprana, lugar e infraestructura.</p>		<p>3)CANALES: Facebook, pagina web, visitas guiadas, volantes.</p>	
<p>9) ESTRUCTURA DE COSTES: Invertir en la publicidad, capacitar al personal constantemente y mejorar cada vez mas la infraestructura.</p>			<p>5)FUENTES DE INGRESO: Precios accesibles y competitivos, se aceptara todos los medios de pago.</p>	

CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Descripción de la Empresa

Razón Social: **SHIARNI S.A.C.**

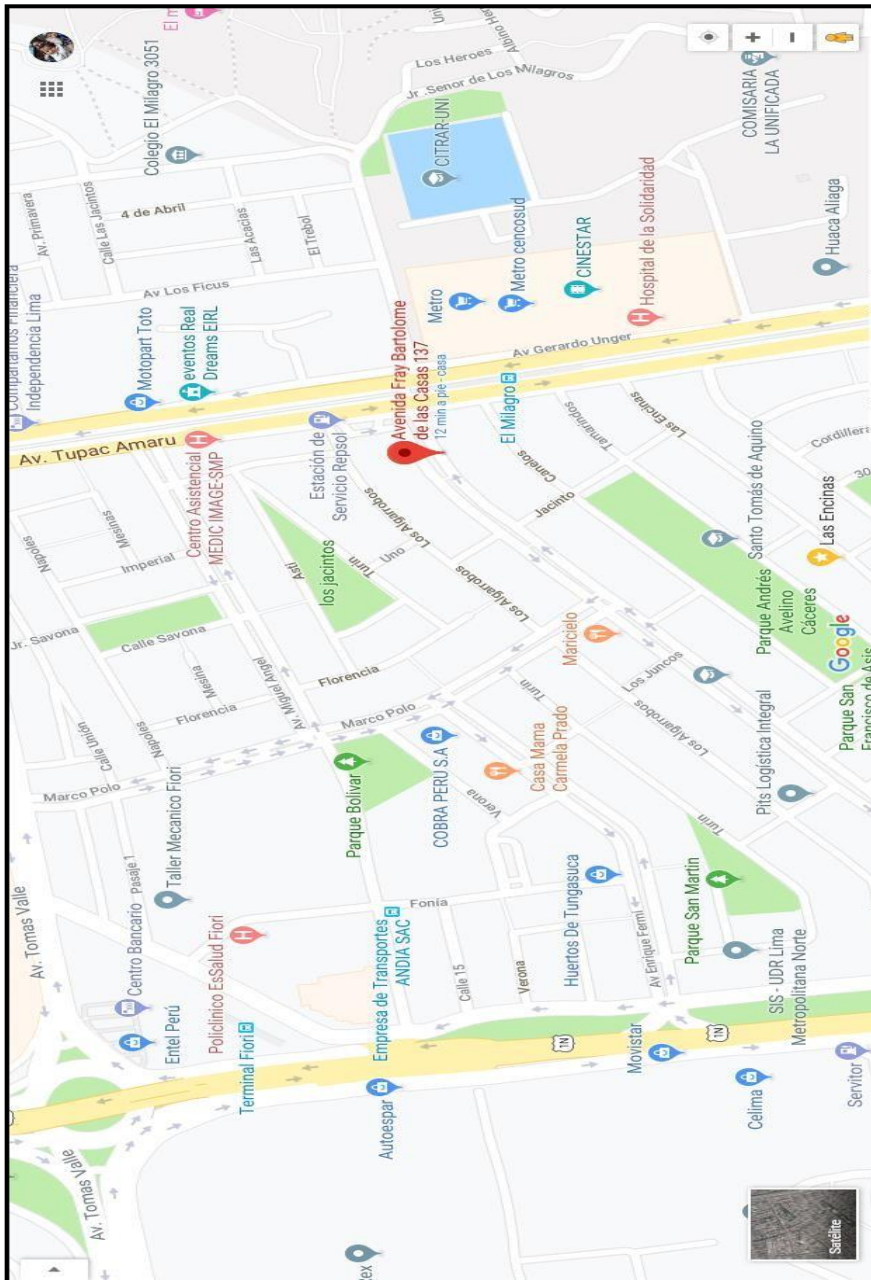
Nombre Comercial: ILLARI GUARDERIA

Giro de la empresa: Dedicado al cuidado de infantil desde los 3 meses a 36 meses, teniendo como responsables a profesionales en la estimulación temprana.

SHIARNI S.A.C está conformada por 3 socios con una participación equitativa de 33.333 % por cada aportante también se afirma que personalmente no mantienen deudas con entidades financieras, pero esto no quiere decir que dejen de lado las oportunidades financieras que brindan los bancos como préstamos, etc.

Ubicación de la empresa: La ubicación de nuestro local es en Bartolomé de Las Casas N° 137 Urb. Los Jardines, San Martín de Porres.

Figura 1. Mapa de ubicación del local



Fuente: <https://www.google.com.pe/maps>

Figura 2. Figura satelital de ubicación del local



1.2 Descripción de la idea de negocio.

Nuestra idea de negocio es un centro de estimulación temprana y guardería donde apoyaremos a los progenitores en el cuidado de sus hijos mientras ellos trabajan, para eso establecemos que no somos una cuna y/o nido ya que nuestro proyecto no tiene componentes educativos y por ende solo necesitamos la licencia de funcionamiento y no el permiso de la UGEL.

También podemos afirmar que en el caso de una escuela infantil es necesario contar con un personal calificado y además seguir con las reglas de la institución competente para asegurar el cuidado de los niños de 0 a 3 años.

Nosotros como guardería tendremos profesionales en terapia de lenguaje, terapia ocupacional, psicóloga y desarrollando la responsabilidad social contaremos con 3 auxiliares que son madres de familia. Nuestras auxiliares son personas que cuentan con la propia experiencia del cuidado de sus hijos, posteriormente a ello nuestros profesionales las capacitarán en el cuidado infantil.

A continuación, presentamos un cuadro comparativo de guardería y centro de educación inicial.

	GUARDERIA	CENTRO DE EDUCACION INICIAL
¿Es pública o privada?	Puede ser de cualquiera de estos dos tipos. Por ejemplo, existen guarderías públicas que se consideran una especie de prestación para mamás inscritas en la seguridad social de su país y que trabajan.	De la misma manera, la educación escolarizada, y específicamente el jardín de niños puede ser tanto público como privado. La elección de a qué escuela entran los niños depende de las preferencias, así como de las posibilidades de los padres.
¿Es obligatoria?	No. La guardería no forma parte de la educación obligatoria de los niños. Esta es más bien para aquellos niños cuyos padres trabajan o desean que sus niños socialicen antes de entrar al jardín de niños.	Sí. En muchos países es obligatorio que los niños cursen al menos el último grado de preescolar. Este nivel forma parte de la preparación previa a entrar a la escuela primaria.
Edades	La mayoría de las guarderías ofrecen su servicio para niños de entre 0-45 días de nacidos hasta los 3 años.	En cuanto al preescolar, este suele comenzar a los 3 años y los niños lo terminan entre los 5 y 6 años de edad.
¿Qué actividades llevan a cabo los niños ahí?	En la guardería los niños pueden recibir, además de cuidados especializados, algún tipo de estimulación temprana. También comienzan a ser más independientes y cimientan sus primeras habilidades sociales.	Como se mencionó anteriormente, este nivel funciona como preparación para la primaria. Comienzan con el proceso de lecto-escritura, mejoran sus habilidades sociales, sus habilidades psicomotoras, entre otras.

Estimulación Temprana:

La estimulación temprana es aquella actividad de contacto o juego con el bebé en donde favorece el desarrollo oportuno de sus capacidades.

Los eventos sensoriales aumentan el control emocional del infante, porque da una sensación de seguridad, goce y amplia habilidad mental. Es recomendable que estos estímulos sean repetidos continuamente porque facilita el aprendizaje y desarrolla destrezas a través del juego libre, la exploración y la imaginación.

Cuando en la primera infancia se les facilita las herramientas necesarias para desarrollarse, los pequeños muestran gran interés y capacidad para aprender por lo que la estimulación temprana es un acercamiento satisfactorio entre el bebé y los padres.

OBJETIVOS DE LA ESTIMULACION

El primordial objetivo de la estimulación consiste en una práctica amable la cual fortalezca más la conexión madre – hijo, incrementado las experiencias vividas y descubriendo nuevos instrumentos para el desarrollo de los infantes.

Se debe planificar, fundamentar e introducir esquemas sustentados para el crecimiento integral, abarcando áreas de:

1. DESARROLLO COGNITIVO

Cuando un bebé nace comienza a explorar el mundo que lo rodea y despierta sus sentidos (olfato, oído, vista y tacto) para que pueda discernir y enlazar los estímulos entre sí, desarrollando las áreas cognitivas y perceptivas.

- a) En el tercer mes, el bebé demuestra gran atención por investigar y explorar, sus capacidades lo cual le permitirá usar mejor su ambiente y coordinar sus percepciones.

- b) Para el primer año, su desarrollo motriz le permitirá conocer nuevas zonas de exploración. Observará y atenderá detenidamente las cosas de su interés usando gran parte de su tiempo en ello. Es ahí el instante de enseñarle actividades educativas porque el infante tendrá la disposición para el aprendizaje.

- c) El lenguaje es muy importante para el bebé, desde que se encuentran en el vientre materno identifican la voz de la madre es por ello que se recomienda hablarles para que se acostumbren a las voces de los padres. Para la estimulación del lenguaje se debe mantener contacto visual con el bebé repitiendo constantemente palabras y frases como onomatopeyas, imitar sonidos entre otros.

Masajes y caricias:

Los masajes y caricias son un medio de estimulación para el bebé porque desarrolla el área afectiva, cognitiva y motriz. Se debe también practicar los masajes al bebé desde que nacen ya que ayuda a sus primeras conexiones neuronales, esta actividad se realizará mediante el juego para así favorecer su crecimiento.

El desarrollo del infante se da progresivamente adquiriendo habilidades en diferentes etapas desde las más simples hasta llegar a las más complejas. Su primer año de vida es fundamental porque el bebé experimentará cambios hasta forjar una personalidad, desarrollar su inteligencia e irá adquiriendo una base de su comportamiento.

Por esta razón los padres deben saber disfrutar cada una de estas etapas en su momento.

2. DESARROLLO MOTOR

El desarrollo motor se refiere a la adquisición de habilidades lo cual es un proceso continuo y dinámico lo cual se refleja en el sistema nervioso central del niño. Esto se divide en dos grupos en motor grueso y motor fino:

a) DESARROLLO MOTOR GRUESO

Se refiere a los movimientos, posición del cuerpo y la capacidad de mantener el equilibrio, se puede afirmar que el desarrollo motor grueso es el primero en mostrarse desde que el bebé sostiene su cabeza para luego empezar a gatear. Sentarse sin apoyo, caminar, correr, saltar, subir y bajar escaleras son otras habilidades que irá adquiriendo con el paso del tiempo.

La motricidad gruesa es de vital importancia en la etapa del infante porque le permitirá explorar, descubrir su entorno y adquirir confianza en sí mismo lo cual es determinante para el correcto manejo de la psicomotricidad fina.

b) DESARROLLO MOTOR FINO

El desarrollo motor fino empieza cuando el bebé descubre sus manos, las mueve observándolas e intenta agarrar objetos que se encuentran en su entorno.

La motricidad fina incorpora actividades como dar palmadas, hacer pinza, realizar torres con bloques, tapar y destapar objetos entre otros hasta llegar a un nivel de complejidad. Se debe respetar su tiempo en cada niño ya que sus músculos se desarrollan poco a poco sin embargo

podemos proporcionar determinadas técnicas de estimulación.

1.2.1 Equipo de trabajo.

Este proyecto será desarrollado por tres socios accionistas:

- **Arturo Gonzales García**

Bachiller en Administración de Negocios Internacionales, con conocimiento en el idioma inglés y especialista en Excel; también es profesional técnico en Computación e Informática.

- **Nicolás Moreno Miranda**

Bachiller en Administración y Marketing, técnico en Diseño de Interiores y técnico en Ingeniería Civil egresado de CAPECO.

Profesional orientado a resultados con experiencia en el rubro comercial y en la promoción de productos de consumo masivo con habilidades para la negociación

- **Shirley Navarro Zenozaín**

Bachiller en Administración de Empresas, técnica en Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico IDAT.

Profesional con conocimiento en el área de Operaciones, Planificación Estratégica, Proyectos y Recursos Humanos.

1.3 Objetivos General y Estratégicos

Objetivo General

Poner en funcionamiento una guardería para bebés y niños entre 3 meses y 3 años, cuyos padres de familia laboren y no dispongan de tiempo para el cuidado de sus pequeños. Esto nos asegura la factibilidad del negocio y rentabilidad de nuestra inversión.

a) Objetivos estratégicos a corto plazo

Poner en conocimiento sobre los beneficios de nuestra guardería para el interés de nuestro público objetivo mediante charlas en los centros de trabajos cercanos a la zona como el mercado central FEVACEL, la Universidad Nacional de Ingeniería, la Universidad Peruana Cayetano Heredia, el Hospital Cayetano Heredia entre otros, Open Days, participación en eventos de salud, municipales, así como también redes sociales, página web y publicidad gráfica.

b) Objetivos estratégicos a mediano plazo

- Buscar que nuestra guardería sea reconocida en el distrito de San Martín de Porres, distritos aledaños y más tarde en todo Lima Norte.
- Crear nuevos servicios correspondientes a la atención de niños conforme a las necesidades del mercado.

c) Objetivos estratégicos a largo plazo

- Fijar alianzas con empresas públicas y privadas para ofrecer el servicio de cuidado infantil a su personal.
- Expandir sedes en zonas aledañas al distrito de San Martín de Porres, Independencia y Los Olivos.

1.4 Estrategia Genérica

La estrategia competitiva, pone las bases sobre las cuales una unidad de negocio puede lograr una ventaja competitiva en su mercado. Porter, quien fue pionero en este campo, propone que existen tres estrategias genéricas distintas que pueden utilizar las organizaciones para lograr una ventaja competitiva. Las cuales son:

- Liderazgo en costes

- Diferenciación

- Segmentación

Bowman y D'aveni utilizan las estrategias genéricas para competir en el mercado, partiendo del principio que las organizaciones logran la ventaja competitiva ofreciendo a sus clientes lo que necesitan, con mayor eficacia que los competidores.

Con base en el reloj estratégico, la estrategia competitiva que se utilizará será la de diferenciación, ofreciendo un servicio con ventajas distintas a las de los competidores, muy valoradas por los clientes.

En ese sentido, las metas fijadas para la organización son las siguientes:

- Posicionar al negocio como la mejor opción en el cuidado de niños pequeños en el mercado propuesto.

- Constituirse como un centro de labores de excelencia por su clima laboral y por su política de retención de personas.

- Ser financieramente rentable en el tiempo.

1.5 Planes De Acción

Para hacer realidad estas metas, se desarrollan planes de acción en las diferentes áreas, los cuales se describen a continuación:

- **Marketing**

Se desarrollarán estrategias de marketing de acuerdo con el diseño del producto, la publicidad, promoción, fijación de precios y distribución.

- **Operaciones**

Se establece el ciclo operativo del negocio y se definen los procesos clave que definen las características del negocio.

- **Recursos Humanos**

Se define el diseño organizacional del negocio y la gestión de los recursos humanos que abarca el diseño de puestos, reclutamiento y selección del personal, así como la política remunerativa.

- **Financiero**

Se presentan los supuestos que servirán de base para desarrollar el plan económico financiero. Se detalla el monto de inversión, las fuentes de financiamiento, el pronóstico de ventas y el análisis de diferentes escenarios que puedan presentarse durante las operaciones del negocio.

1.6 Identificación del mercado objetivo

1.6.1 Perfil del consumidor

Está constituido por niños donde sus padres tienen la necesidad de dejarlos al cuidado de alguna institución mientras realizan sus actividades regulares y con un poder adquisitivo medio, en el cual pertenecen a los estratos económicos B y C del distrito de San Martín de Porres.

- a) Sexo: Masculino y Femenino
- b) Edad: 3 meses a 3 años
- c) NSE: B y C

- d) Edad de los padres: entre 20 y 45 años

- e) Estilo de vida: Aquellos niños que, sus padres por motivos laborales no cuentan con el tiempo necesario para su cuidado y ayuda para su aprendizaje educativo.
- f) Interés: Lo que se ofrece es el cuidado y desarrollo de su estimulación para su desarrollo integral.
- g) Necesidades: Que los niños (as) se sientan tranquilos, confiados y contentos en el ambiente en donde se encuentran.
- h) Ubicación: Nuestra sede estará en el distrito de San Martín de Porres y zonas aledañas.

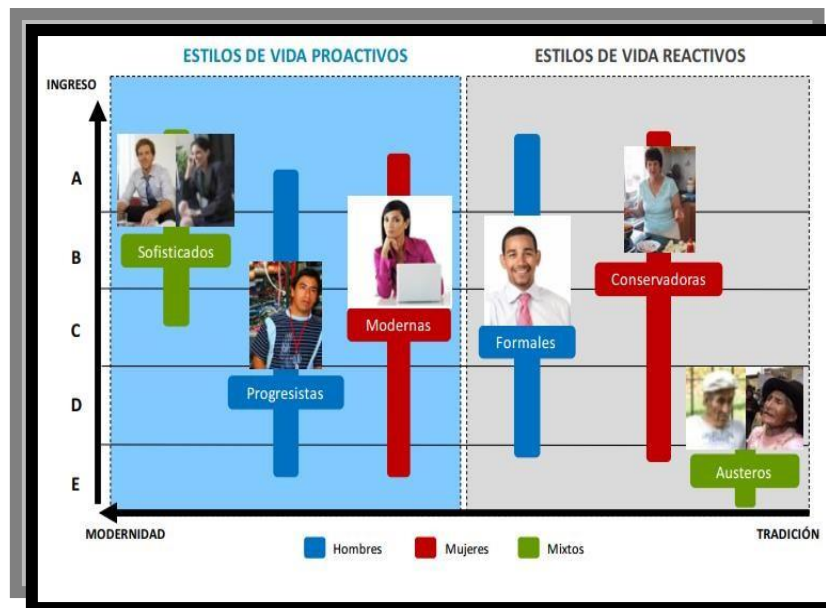
1.6.2 Metodología para la segmentación del mercado

El mercado objetivo o target son padres de familia entre 20 y 45 años al que estará dirigido nuestro servicio propuesto, nuestro perfil de cliente potencial se analizará través de técnicas cualitativas y cuantitativas. Asimismo, consideramos realizar una encuesta presencial a una muestra de 384 personas.

Para la definición del target se utilizarán los siguientes criterios, demográfico, psicográfico, conductual y geográfico.

- **TIPO DE NEGOCIO:** B2C, nos enfocamos en el cliente final.
- **VARIABLE GEOGRÁFICA:** Residentes del distrito de la Zona Norte de Lima ubicado en San Martín de Porres.
- **VARIABLE DEMOGRÁFICA:** Progenitores entre los 20 y 45 años, con hijos entre los 3 meses a 3 años, y así mismo cuenta con un ingreso familiar mayor o igual a s/. 4,500
- **VARIABLE SOCIOECONÓMICA:** Padres de familia cuya canasta familiar tenga un promedio mensual entre S/. 3,500 a S/ 4,500.
- **VARIABLE PSICOGRÁFICA:** Refiere a personas que buscan servicios modernos, novedosos, de calidad y apoyados por la tecnología. Se incluyen en los segmentos los afortunados, progresistas y modernos del criterio de clasificación adoptado por Arellano Marketing 2018.

Figura 3: Estilos de vida de Arellano marketing



- **VARIABLE CONDUCTUAL:** Refiere padres que trabajan fuera del hogar, y están en busca de servicios principales y complementarios.

Nuestro nicho de mercado seleccionado son padres de familias profesionales e independientes con niños entre 3 meses y 3 años que laboran y no tienen la posibilidad de dejar el cuidado de sus niños a un familiar cercano; que busquen confianza y seguridad. Nosotros como empresa brindaremos un tipo de servicio diferenciado que son las cámaras de vigilancia conectados en tiempo real con cualquier dispositivo móvil.

Nuestra guardería tiene 2 planes (Full de Lunes a Viernes de 7:00 am – 7:00 pm con un precio de S/ 650 soles y Semi full con un precio de S/ 550 soles de Lunes a Viernes 7:00 am – 2:00 pm).

Nuestra segmentación deberá ser medible, accesible, sustancial, diferenciable y aplicable (Kotler y Armstrong, 2010), se plantea el perfil del cliente potencial para el negocio propuesto:

- **Medible:** De acuerdo a la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM), en su estudio de Niveles Socioeconómicos 2018, señala que, de un total de 10'295,249 de personas en Lima Metropolitana, el 23.2% pertenece al NSE B y el 41.3% pertenece al NSE C, de los cuales corresponden a la Zona 2 el 26.9% al NSE B y 49.3% al NSE C. Adicionalmente, en base a datos del INEI en 2014, en la Zona 2 de Lima Metropolitana se determinó que el 8.1% de personas son niños en edades de 0 a 5 años.
- **Accesible:** Según se evidenció en los resultados de la encuesta aplicada, los padres de familia prefieren en su mayoría que el centro de cuidado se encuentre cerca a su domicilio o cerca de su trabajo, siendo el distrito donde la mayor porción de encuestados reside o trabaja en la zona, considerando que la ubicación es céntrica a los otros distritos Lima Norte.
- **Sustancial:** De acuerdo a lo revisado en la característica “Medible” el tamaño de mercado es lo aceptable para aplicar campañas de marketing de acuerdo a este público.
- **Diferenciable:** El perfil del cliente potencial es específico en edades, nivel socioeconómico, reside en la zona 2 de Lima Metropolitana, trabajador profesional y estilo de vida moderna y progresista
- **Aplicable:** Debido que el cliente objetivo tiene la necesidad del servicio de cuidado de sus hijos/as de 03 meses a 3 años, de lunes a viernes, y que existe una oferta para satisfacer dicha necesidad, el negocio propuesto puede ofrecer este servicio.

Universo: Hogares de Lima metropolitana, siendo un total de 2'732,700 hogares.

Tabla 1. Población y Hogares según distritos 2017 (en miles)

N°	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES
1	San Juan de Lurigancho	1,121.30	11	275.9
2	San Martín de Porres	722.3	7.1	175.2
3	Ate	646.9	6.3	158.6
4	Comas	541.2	5.3	139
5	Villa El Salvador	475.5	4.7	115.7
6	Villa María del Triunfo	461.2	4.5	114.8
7	San Juan de Miraflores	416	4.1	107.4
8	Los Olivos	382.8	3.7	107.4
9	Puente Piedra	362.1	3.5	88.3
10	Santiago de Surco	357.6	3.5	107.8
11	Chorrillos	335.6	3.3	89.4
12	Carabayllo	310.1	3	75.2
13	Lima	282.8	2.8	92.5
14	Santa Anita	234.8	2.3	59.9
15	Lurigancho (Chosica)	224.9	2.2	56
16	Independencia	223.6	2.2	67.8

17	El Agustino	196.9	1.9	52.1
18	La Molina	178.2	1.7	48
19	La Victoria	177.7	1.7	56.4
20	Rimac	170.6	1.7	50.5
21	San Miguel	140.9	1.4	44.8
22	Pachacamac	132.8	1.3	32.4
23	San Borja	116.7	1.1	37.8
24	Surquillo	94.9	0.9	33
25	Lurin	87.4	0.9	21.5
26	Miraflores	85.8	0.8	33.7
27	Pueblo Libre	79.4	0.8	27.7
28	Breña	78.9	0.8	26.4
29	Jesús María	74.7	0.7	23.9
30	San Luis	59.6	0.6	19.5
31	Magdalena del Mar	56.9	0.6	19
32	San Isidro	56.8	0.6	23.2
33	Lince	52.4	0.5	18.9
34	Cieneguilla	48.4	0.5	11.8
35	Chaclacayo	44.9	0.4	13.2
36	Ancón	44.6	0.4	12
37	Barranco	31.2	0.3	10.9
38	Santa Rosa	19.3	0.2	4.7
39	Pucusana	17.5	0.2	4.3
40	Punta Negra	8.1	0.1	2.2
41	San Bartolo	7.9	0.1	2.2
42	Punta Hermosa	7.8	0.1	2.2
43	Santa María del Mar	1.6	0	0.4
Total Provincia De Lima		9,170.60	89.8	2,463.60
44	Callao	433	4.3	109.7
45	Ventanilla	360	3.6	92
46	Bellavista	79.4	0.8	21.8
47	La Perla	65.2	0.6	17
48	Mi Perú	53.3	0.5	13.6
49	Carmen de la Legua Reynoso	43.7	0.4	13.7
50	La Punta	4.1	0	1.3
Total Provincia del Callao		1,038.70	10.2	269.1
Total Lima Metropolitana		10,209.30	100	2732.7

Fuente: INEI – Estimaciones y Proyecciones de Población

Elaboración: Departamento de Estadística – CPI

Mercado Potencial: Según Arellano marketing este giro de negocio tuvo un decrecimiento en los años noventa, pero en la actualidad existe un crecimiento. Las perspectivas de estos centros infantiles están en un buen auge y los padres ven necesario usar estos servicios de guarderías en donde la demanda es muy buena.

Realizado el estudio de mercado hecha por IPSOS existe la oportunidad de incursionar en el negocio de guarderías infantiles, puesto que existe mucha demanda en base a los requerimientos de la oferta; debido a que se conoce que actualmente y en esta era moderna las mujeres se desarrollan profesionalmente y requieren el servicio para el cuidado y educación de sus hijos, y no solo optar por una niñera o nana.

Ipsos realizó el estudio “Perfil del adulto joven 2018”, aquí se revela las expectativas, los gustos y preferencias entre los hombres y mujeres en la escala de 21 y 35 años en cada nivel socio económico en 11 ciudades del Perú donde se realizaron el análisis

Las estadísticas revelan que el 6.3 millones de jóvenes existen en esta zona del país, de los cuales 2.7 millones se encuentran en Lima. También se sabe que de la cifra general solo el 84% está trabajando, y tienen una escala de promedio mensual de 1200 soles, que trabajan para alguien siendo dependientes (61%) o independiente (22%).

Entre los jóvenes que laboran, el 37% tienen un trabajo distinto a los que sí han estudiado, el 36% trabaja en su rubro y el 26% no tienen estudios todavía.

Las estadísticas dejó evidencia que el 85% es digital, eso quiere decir que usa como una herramienta el internet. Así mismo, se sabe que el 61% tiene smartphones, 24% usa Netflix y el 15% realiza compras por internet.

También este estudio demostró que el 57% de jóvenes tienen hijos, el 39% es jefe de hogar y el 52% aún vive en casa de sus padres.

En la siguiente figura podremos observar las características de los jóvenes del Perú Urbano.

Figura 4. Perfil del adulto joven 2018



Fuente: Diario Comercio

En el distrito de San Martín de Porres existe un total de 175, 200 hogares.

Tabla 2: Población de Hogares San Martín de Porres 2017 (En miles)

N°	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES
1	San Juan de Lurigancho	1,121.30	11	275.9
2	San Martín de Porres	722.3	7.1	175.2
3	Ate	646.9	6.3	158.6
4	Comas	541.2	5.3	139
5	Villa El Salvador	475.5	4.7	115.7

Fuente: INEI – Estimaciones y Proyecciones de Población
Elaboración: Departamento de Estadística – CPI

Mercado Potencial = 175,200 hogares

Mercado Disponible: Una de las preguntas importante para conocer la demanda es:

¿Envía a su hijo(a) a alguna guardería?

Tabla 3. Respuestas de la encuesta realizada en San Martín de Porres

Respuesta	%
Si	66.67
No	33.33
Total	100.00

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Para resolver esta respuesta se usa la opción “Si”. El mercado disponible es = Mercado

Potencial x % Respuesta Si = 175,200 x 66.67% = 116,805.

Mercado Disponible = 116,805 personas

Mercado Efectivo: Una de las preguntas importante para conocer la demanda es:

¿Qué es lo que busca de una Guardería?

Tabla 4. Mercado efectivo del distrito de San Martín de Porres

Respuesta	%
Profesionalismo	24.74
Buena atención	34.90
Seguridad	40.36
Otros	-
Total	100.00

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Se usa la respuesta con más alto porcentaje y esta es: “Seguridad”, es un punto tomado muy en cuenta y que el público lo dispuso como muy importante.

Por tanto, el mercado efectivo es: Mercado disponible x el % Seguridad = 131,400 x 40.36% = 53,033

Mercado Efectivo = 53,033 personas

Cabe indicar que el total de 53,033 personas no se toma exactamente como un general absoluto, lo que sí es una estadística importante siendo una alta probabilidad quienes les gustaría disponer de este servicio.

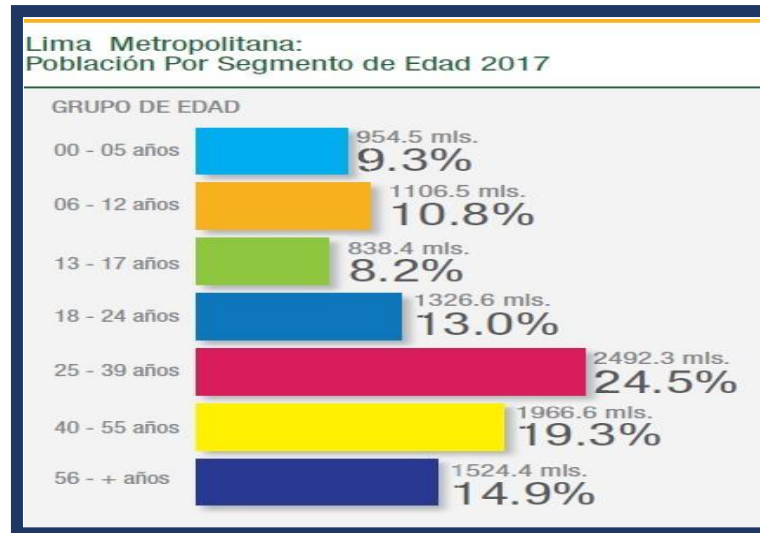
Mercado Objetivo: Nuestra guardería ILLARI tiene como proyección el índice del 5% respecto a la demanda. Por ende, nuestro mercado meta sería: Mercado efectivo x % mercado meta = 53,033 personas x 5%= 3,942 ciudadanos.

Mercado objetivo o meta = 3,942 personas

1.6.3 Tamaño de la muestra y recolección de datos

Población: familias con niños de 3 meses a 36 meses en San Martín de Porres.

. Población por segmentación de edad 2017



Fuente: INEI – Estimaciones y proyecciones de población

Unidad de muestreo: Individuo procedente de San Martín de Porres y que sea parte el sector socioeconómico B y C.

Muestra: La población del distrito de San Martín de Porres es de 722,300 habitantes.

Fórmula:

$$\frac{N(Z)^2 p.q}{(N - 1)(E) + (Z) (p.q)}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

N = Bebés y niños de 3 meses a 3 años en San Martín de Porres

e = Error máximo admisible

Reemplazando en la fórmula:

N = 722,300

Z = 1.96

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

n = x

$$n = \frac{722,300(1.96)^2 0.5 \times 0.5}{722,299(0,05) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

n = 383.95

Aplicando la fórmula para poblaciones finitas se obtuvo como resultado una muestra de 384 personas de nuestro mercado meta que son los padres residentes del distrito de San Martín de Porres. A continuación, mostraremos las preguntas involucradas en la encuesta general.

Encuesta.

Como parte de la investigación, realizamos la siguiente encuesta a 384 personas de nuestro entorno considerados como público potencial, a partir de los cuales podremos tener la base de sustento para algunas decisiones que tomaremos para la implementación de nuestra guardería.

1. ¿Cuál es su estado Civil?
 - a. Soltero
 - b. Casado
 - c. Separado o divorciado
 - d. Conviviente

2. ¿Trabajan ambos esposos en la familia?
 - a. Si
 - b. Solo uno de nosotros

3. ¿En qué rango se encuentra su edad?
 - a. De 18 a 28 años
 - b. De 29 a 39 años
 - c. De 40 a 50 años

4. ¿Tiene hijos menores de 3 años de edad?
 - a. Si
 - b. No

5. ¿Tiene tiempo para cuidar de sus hijos?
 - a. Si
 - b. No
 - c. A veces

6. ¿Tiene la necesidad de dejar a su(s) hijo(s) al cuidado de otras personas para realizar su trabajo?
 - a. Si
 - b. No

7. ¿Envía a su hijo a alguna Guardería?
 - a. Si
 - b. No

8. ¿Considera usted que es importante una Guardería?
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Con qué frecuencia llevaría a su hijo a la Guardería?
 - a. Hora
 - b. Días
 - c. Semanas
 - d. Meses

10. ¿Qué es lo que busca en una Guardería?
 - a. Profesionalismo
 - b. Una buena atención
 - c. Seguridad
 - d. Otro (especifique)

11. ¿Qué es lo que busca para sus hijos, respecto a la estimulación temprana?
 - a. Desarrollo intelectual
 - b. Desarrollo del área corporal
 - c. Desarrollo socio emocional
 - d. Todas las anteriores

12. ¿Le gustaría que la guardería cuente con un aplicativo que le permita ver/monitorear a sus hijos en tiempo real desde su dispositivo móvil?

- a. Si
- b. No, porque

13. ¿Estaría dispuesto a pagar algo más por un servicio de video vigilancia?

- a. Si
- b. No

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente en el cuidado/educación de su menor hijo de 3 años?

- a. Menos de S/ 1,000
- b. Entre S/ 1,000 a S/ 1,500
- c. Entre S/ 1,501 a S/ 2,000

Recolección de Datos

Nuestra guardería se basa mediante dos fuentes de investigación, cuantitativa y cualitativa. Con estas herramientas podremos interpretar los datos recogidos y así obtener la información que se requiere.

Investigación Cuantitativa: Nuestra encuesta comprende preguntas del giro del negocio, para así establecer la demanda y aceptación de nuestro mercado meta. También expondremos preguntas del nivel socioeconómico para determinar que la muestra obtenida, es aquella que representa a la segmentación propuesta.

Tabla de Resultados - Investigación Cuantitativa

*Basado en una muestra de 384 personas representativas del distrito de San Martín de Porres.

N°	Factor	Respuesta
1	Target edad hijos	Las edades comprendidas entre 3 a 36 meses son las que tienen mayor demanda en el mercado. Esto nos garantiza que no existe mucha oferta respecto del servicio ofrecido para dicho segmento, por ello es que la demanda es mayor en este target.
2	Tipo de Trabajo	En San Martín de Porres el mayor porcentaje de personas que trabajan son dependientes. Este tipo de trabajo nos garantiza la propuesta del negocio, debido a que la mayoría de clientes trabajan a tiempo completo y no pueden cuidar de sus menores hijos.
3	Encargado del cuidado de sus hijos	La mayor cantidad de padres que trabajan a tiempo completo dejan a sus hijos al cuidado de terceras personas, el 63% es el porcentaje más alto con los familiares siendo este factor el más elegido por ellos debido a la confianza que tienen con un familiar.

4	Conformidad del cuidado	Existen varios factores que influyen a que los padres de familia no se encuentren satisfechos con el cuidado de sus hijos; esto debido a que la persona no sabe de técnicas de estimulación, desconoce sobre prácticas de primeros auxilios en un infante, los engría bastante, desorientan al bebé con su madre y tienden a llevar siempre la misma rutina con el pequeño lo cual no favorece en su desarrollo y no les permite desarrollar sus capacidades y potenciales.
5	Aceptación del servicio	Los padres encuestados nos dan su aprobación con respecto a los servicios que brinda ILLARI, lo importante es que esta aceptación se relaciona de manera directa con nuestra propuesta de valor ya que nos dejarían a sus hijos porque nos ven como una buena alternativa y también por la confianza que ILLARI inspira a comparación de otras guarderías que existe en la actualidad.
6	Tipos de servicio	Los servicios ofrecidos por ILLARI, tienen un alto nivel de aceptación por parte del distrito de San Martín de Porres, estos son los siguientes: psicomotricidad 97%, alimentación 95%, psicología 97%, estimulación temprana 95% y nutrición 95%
7	Aceptación live streaming	<p>El 90% de la población encuestada, aseguran que estarían completamente seguros con este sistema porque les da confianza de monitorear en cualquier momento los cuidados con sus pequeños y no perderían ningún instante de su avance y además les crea un gran interés en el servicio debido a que lo toman como algo novedoso y exclusivo en el mercado infantil.</p> <p>No obstante existe el 10% que no está a favor del sistema debido a que no utilizan mucho la tecnología y no les proporciona seguridad como el hecho de estar presentes en la guardería.</p>
8	Horario de servicio	En el distrito de San Martín de Porres existe una gran demanda de padres que optan por matricular a sus hijos en nuestro horario completo de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. debido a que trabajan todo el día.

Investigación Cualitativa: Esta herramienta nos permitirá investigar los intereses de nuestros futuros clientes y a la vez nos den sus puntos de vista y recomendaciones sobre nuestros servicios en la guardería.

N°	Factor	Respuesta
1	Target edad hijos	El 70% de padres encuestados tienen un alto grado de interés en nuestro servicio para inscribir a sus hijos en edades comprendidas de 3 a 36 meses sin dificultad de desapego.
2	Cantidad hijos	El 60% padres en San Martín de Porres tienen dos hijos con ese target por lo que existe una segmentación con alta demanda en la proporción de hijos por familia.
3	Tipo de Trabajo	El 90% de posibles clientes tienen trabajo dependiente a tiempo completo.
4	Aceptación del servicio	El 90% de la segmentación encuestada aprobó la idea de colocar en una guardería a su hijo en ese rango de edades.
		El 80% requiere del servicio de estimulación temprana
		El 80% está conforme en que se realice el servicio de psicomotricidad.
5	Interés varios servicios	El 90% requiere de un psicólogo infantil.
		El 70% acepta el servicio de una nutricionista para el control alimentario de su hijo.
		El 70% requiere el servicio de alimentación ligado a su vez a la nutrición.
6	Aceptación streaming live	El 100% de clientes potenciales aprobó la oportunidad de tener un servicio de cuidado de sus hijos, que tenga una vigilancia digital para los padres.
7	Horario del servicio	El turno completo de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. fue aprobado por el 90% de los padres de familia.

Tabla de Resultados (Investigación de mercado Cualitativa)

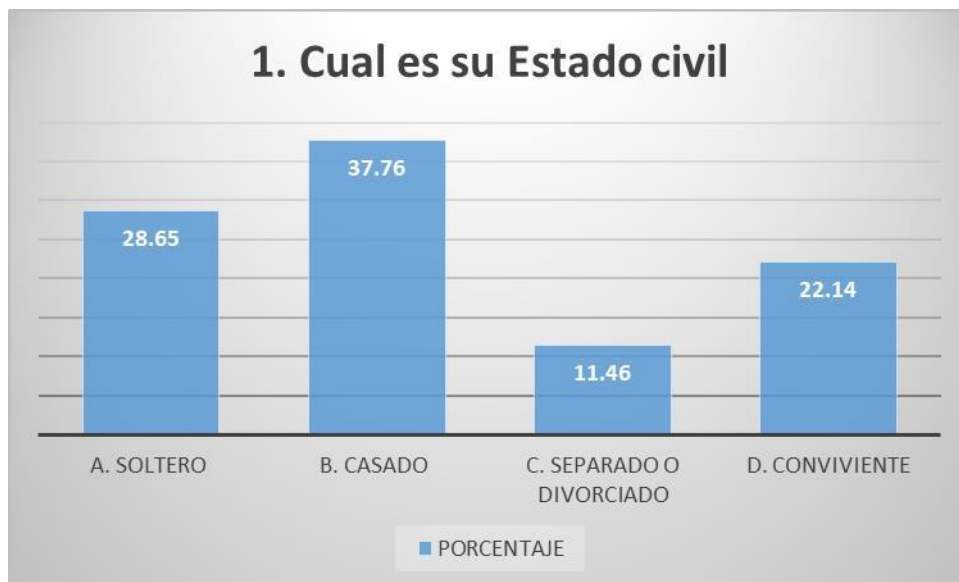
1.6.4 Proceso estadístico de los resultados e interpretación

Nuestro trabajo de investigación se realizó a 384 personas cuyos resultados fueron representados en gráficos estadísticos.

1. ¿Cuál es su estado civil?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Soltero	110	28.65
b. Casado	145	37.76
c. Separado o divorciado	44	11.46
d. Conviviente	85	22.14
	384	100

Gráfico 1.

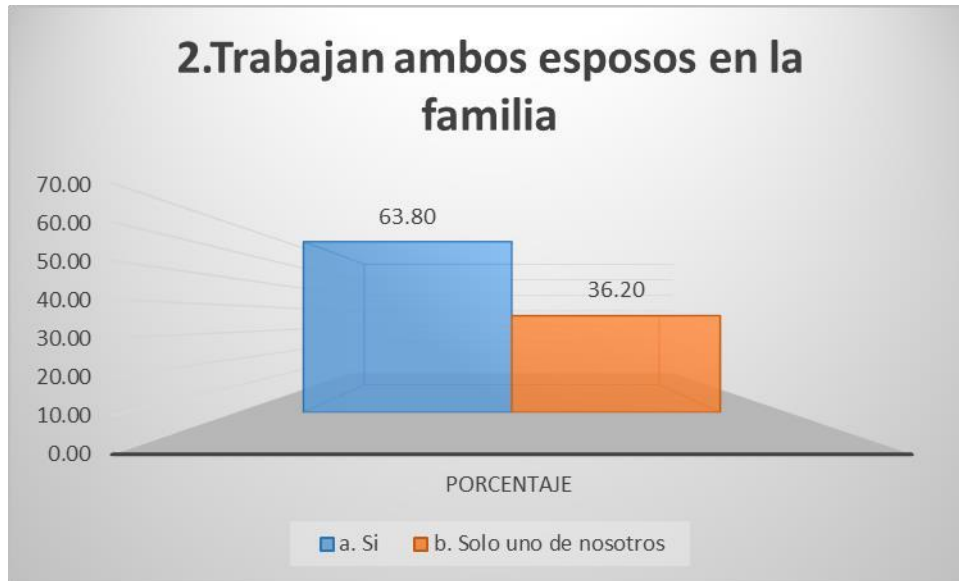


Se puede afirmar que de acuerdo a la población encuestada el mayor índice de respuesta son los casados con 37.76%.

2. ¿Trabajan ambos esposos en la familia?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	245	63.80
b. Solo uno de nosotros	139	36.20
	384	100

Gráfico 2.

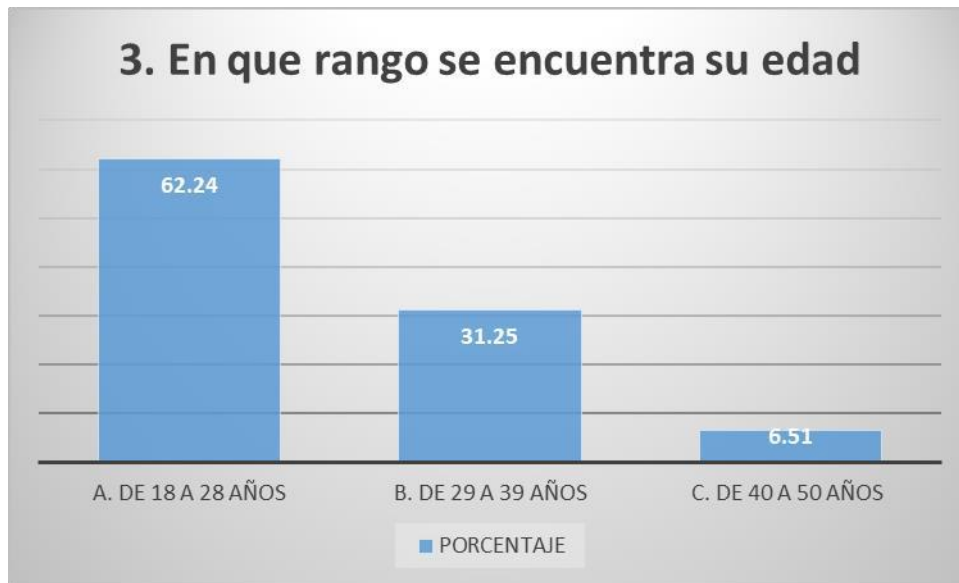


El 63.80% de encuestados respondieron que ambos esposos trabajan en la familia.

3. ¿En qué rango se encuentra su edad?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. De 18 a 28 años	239	62.24
b. De 29 a 39 años	120	31.25
c. De 40 a 50 años	25	6.51
	384	100

Gráfico 3.

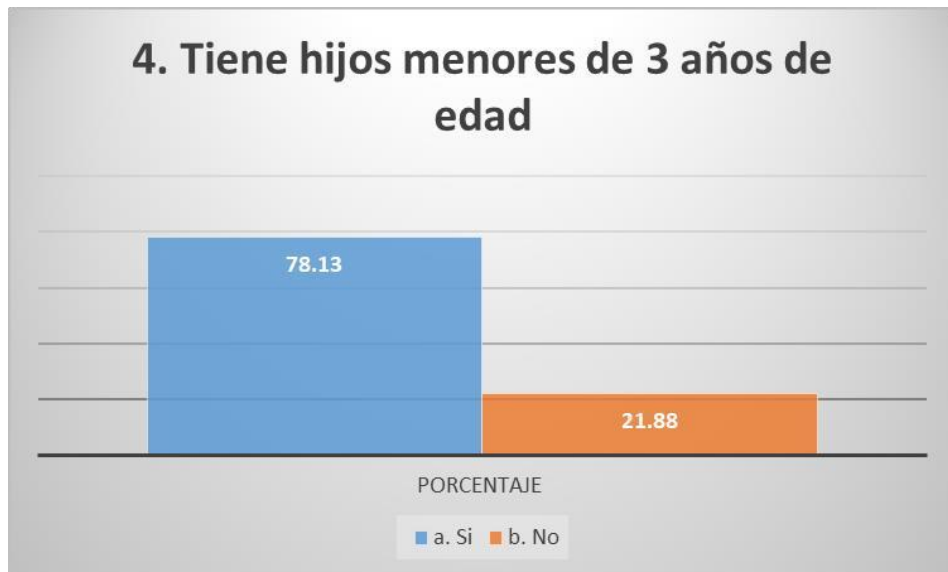


El 62.24% de personas se encuentra en el rango de 18 a 28 años.

4. ¿Tiene hijos menores de 3 años de edad?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	300	78.13
b. No	84	21.88
	384	100

Gráfico 4.

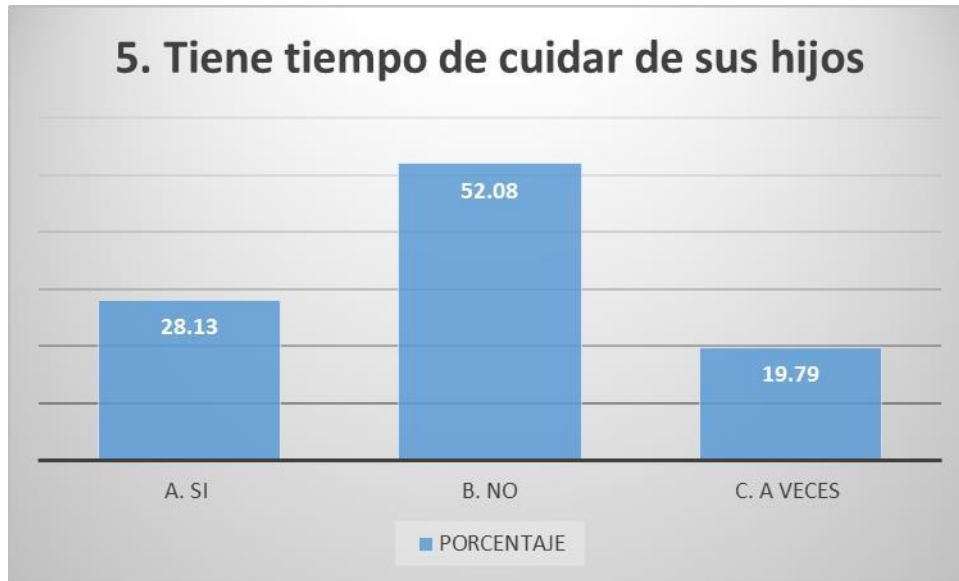


El 78.13% de padres tienen hijos menores de 3 años y para los que respondieron NO concluye la encuesta.

5. ¿Tiene tiempo para cuidar de sus hijos?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	108	28.13
b.No	200	52.08
c.Aveces	76	19.79
	384	100

Gráfico 5.



Podemos apreciar que el 52.08% no tienen tiempo de cuidar de sus hijos debido a que los padres tienen otras actividades que cumplir.

6. ¿Tiene la necesidad de dejar a su hijo (a) al cuidado de otras personas para realizar su trabajo?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	230	59.90
b.No	154	40.10
	384	100

Gráfico 6.



El 59.90% de padres deben dejar a sus hijos al cuidado de terceras personas para poder trabajar.

7. ¿Envía a su hijo a alguna guardería?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	256	66.67
b.No	128	33.33
	384	100

Gráfico 7.



De las personas encuestadas el 66.67% de padres envían a sus hijos a una guardería; mientras los que marcaron la alternativa NO indicaron que no mandan a sus hijos por diferentes factores como por ejemplo que tienen a un familiar cuidando de ellos y/o porque no encuentran guarderías que cumplan con sus expectativas.

8. ¿Considera usted que es importante una guardería?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	287	74.74
b. No	97	25.26
	384	100

Gráfico 8.



El 74.74% de padres de familia en San Martín de Porres consideran que es importante una guardería.

9. ¿Con qué frecuencia llevaría a su hijo a una guardería?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Horas	52	13.54
b. Dias	70	18.23
c. Semanas	82	21.35
d. Meses	180	46.88
	384	100

Gráfico 9.



El 46.88% de padres llevarían a sus pequeños de forma mensual a la guardería por un factor de necesidad por lo que se concluye que existe demanda en este nicho de mercado.

10. ¿Qué es lo que busca en una guardería?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Profesionalismo	95	24.74
b. Una buena atención	134	34.90
c. Seguridad	155	40.36
d. Otro(especifique)	0	0.00
	384	100

Gráfico 10.



Los padres de familia consideran que lo más importante en una guardería es la seguridad con el 40.36% seguidamente de la buena atención con 34.90%.

11. ¿Qué es lo que busca para sus hijos, respecto al tema de estimulación?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Desarrollo intelectual	59	13.33
b. Desarrollo del área corporal	25	10.00
c. Desarrollo socio emocional	45	10.00
d. Todas las anteriores	255	66.67
	384	100

Gráfico 11.



El 66.67% de padres de familia encuestados consideran importante las tres primeras alternativas para el desarrollo de sus hijos.

12. ¿Le gustaría que la guardería cuente con un aplicativo que le permita ver/monitorear a sus hijos en tiempo real desde su dispositivo móvil?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	346	90.00
b.No, por que	38	10.00
	384	100

Gráfico 12.



El 90% de encuestados desean monitorear por video a sus hijos en tiempo real para ver las actividades que realizan sus hijos juntos con el personal.

13. ¿Estaría dispuesto a pagar algo más por un servicio de video vigilancia?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	320	83.33
b. No	64	16.67
	384	100.00

Gráfico 13.

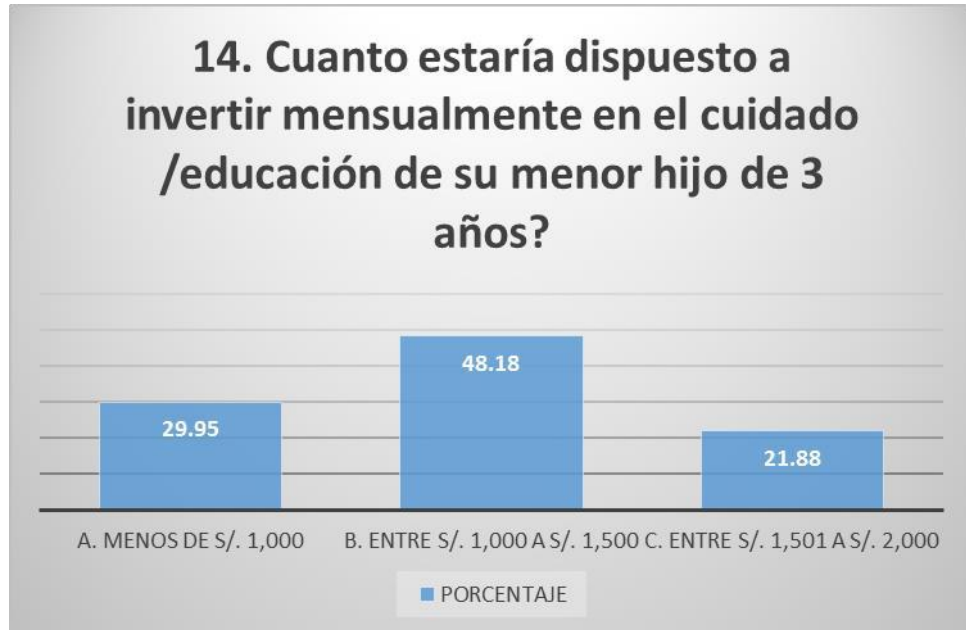


El 83.33% de padres si estarían dispuestos a pagar más por el servicio de video vigilancia con tal de supervisar a sus pequeños mientras trabajan.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente en el cuidado/educación de su menor hijo de 3 años?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Menos de s/. 1,000	115	29.95
b. Entre s/. 1,000 a s/. 1,500	185	48.18
c. Entre s/. 1,501 a s/. 2,000	84	21.88
	384	100.00

Gráfico 14



El 48.18% de padres consideran gastar entre S/ 1,000 a S/ 1,500 en la educación y/o cuidado de sus hijos.

1.7 Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo.

Lima Norte se ha consolidado como una de las zonas con mayor expansión comercial y el distrito de San Martín de Porres no es indiferente, nos damos cuenta que se ha vuelto en uno de los distritos con más crecimiento comercial.

Esta información es importante para nosotros porque nos hace establecer a este distrito como punto estratégico de nuestra guardería.

De acuerdo a las herramientas de investigación cuantitativa y cualitativa, podemos observar que nuestro servicio tiene una gran aceptación en el mercado objetivo.

La demanda potencial de los servicios la componen todos aquellos padres y madres de niños(as) en edades comprendidas entre 3 meses y 3 años de la zona en la que se va ubicar el negocio, en este caso en la urbanización Los Jardines, San Martín de Porres.

Aunque los infantes sean los usuarios de nuestra guardería, los verdaderos clientes del servicio son los padres de familia ya que son quienes valoran factores como la variedad de la formación, la seguridad y la vigilancia que lleva a cabo el personal del negocio. Para ellos también es importante que el negocio disponga de buenas vías de comunicación.

Para generar confianza en los padres tenemos las siguientes consideraciones: el trato cálido de la profesora/auxiliar, adecuado manejo de situaciones difíciles, la limpieza completa del establecimiento, la comunicación fluida, las recomendaciones de otros padres satisfechos con el servicio brindado y no menos importante el hecho que el infante muestre disposición y entusiasmo para ir a su guardería.

1.7.1 Análisis Cualitativo:

Luego de haber realizado la interpretación de encuestas se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Si bien existen nidos guarderías que cuentan con un horario estandarizado, sin embargo, no cubre al 100% del horario laboral de los padres, obligándolos a buscar otras alternativas. En general, la diferencia con estos nidos es la metodología empleada y los diferentes servicios ofrecidos.
- Los pequeños de 3 meses a 3 años son vulnerables a sufrir accidentes, es por ello que es importante que la persona a cargo conozca sobre primeros auxilios y sepa manejar este tipo situaciones. Por otro lado, se debe tener en cuenta que a esta edad es donde el niño inicia un desarrollo psicológico y pasa por un proceso de independencia. Por tanto, es crucial darles la importancia debida a estos cambios ya que un mal manejo puede marcar al niño en su futuro desarrollo.
- Los padres que participaron de nuestras encuestas indicaron que la mejor manera que ellos puedan estar más tranquilos con un servicio como este, es cuando observan a sus hijos con deseos de acudir a su guardería, ya que ello los tranquilizaba y les daba la seguridad que en dicho lugar sus niños se sentían a gusto, tanto así que ellos voluntariamente querían acudir a sus clases. También la facilidad de poder monitorear a sus hijos en cualquier momento mediante

cámaras de vigilancia desde sus celulares les daba mayor de seguridad. Otro punto primordial es percibir la atención y cuidado de sus hijos y en todo momento tratar a los niños con respeto, incluso al momento de llamarles la atención.

- Finalmente, las familias tienen un horario de oficina o un negocio que atender, su posición ante el proyecto presentado fue satisfactorio ya que cubría el horario en mayor rango, permitiéndoles poder recoger a sus hijos sin problemas luego del horario laboral y a la vez ofrecerles una comunicación constante para el aprendizaje y desarrollo nutricional y psicológico serán un plus al servicio, asimismo dar a los padres la posibilidad del monitoreo online de sus hijos a través de cámaras de vigilancia.

1.7.2 Análisis Cuantitativo:

LIMA METROPOLITANA: HOGARES Y POBLACION POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD SEGUN NIVEL SOCIOECONOMICO 2017
(En miles)

NSE	HOGARES		POBLACION		POBLACION POR GRUPOS DE EDAD						
	Mis	%	Mis	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13- 17 años	18- 24 años	25- 39 años	40- 55 años	56 - + años
A/B	751.5	27.5	2,698.7	26.5	183.8	249.1	193.6	297.7	606.8	597.2	570.5
C	1,106.8	40.5	4,334.7	42.4	352.5	455.1	355.8	552.8	1,061.2	876.9	680.4
D	664.0	24.3	2,430.2	23.8	287.0	294.6	221.0	370.6	645.8	400.5	210.7
E	210.4	7.7	745.7	7.3	131.2	107.7	68.0	105.5	178.5	92.0	62.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2,732.7	100.0	10,209.3	100.0	954.5	1,106.5	838.4	1,326.6	2,492.3	1,966.6	1,524.4

Nos dirigimos al segmento socioeconómico B y C

Como podemos apreciar en el cuadro adjunto, el segmento A/B tiene una población de 183,800 y el segmento C una población de 352,500 niños de 0 a 5 años correspondiente a Lima Metropolitana lo cual es favorable, teniendo un escenario positivo con demanda ascendente para este servicio ofrecido, siendo una información indispensable para tener una visión en la inversión

Nuestro servicio será brindado en el distrito Limeño de San Martín de Porres, aun así, esto no nos limita solo a este distrito debido a que si hay padres de distritos aledaños interesados en nuestro servicio también sus hijos serán bienvenidos.

LIMA METROPOLITANA: PERSONAS POR ZONAS GEOGRAFICAS APEIM SEGUN NIVEL SOCIOECONOMICO 2017								
ZONAS		PERSONAS		ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA APEIM (% HORIZONTAL)				
		Miles	% sobre Lima Metrop.	A	B	C	D	E
1	Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,213.4	11.9	0.5	10.9	46.6	29.8	12.2
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,328.7	13.0	2.0	23.7	52.1	19.8	2.4
3	San Juan de Lurigancho.	1,121.3	11.0	0.0	19.1	44.2	26.7	10.0
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	710.0	7.0	4.3	27.1	44.6	20.2	3.8
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,408.0	13.8	2.1	12.3	42.7	34.0	8.9
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	404.2	4.0	13.7	58.0	22.1	5.4	0.8
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	795.0	7.8	35.9	43.3	14.9	4.5	1.4
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	877.7	8.6	3.9	26.6	44.6	20.5	4.4
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,157.0	11.3	0.0	6.3	45.7	36.6	11.4
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,038.7	10.2	1.2	19.7	44.2	23.8	11.1
11	Cieneguilla y Bañeros	155.3	1.5	0.0	8.1	47.6	25.4	18.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,209.3	100.0	4.8	21.7	42.4	23.8	7.3

Fuente: APEIM – Estructura socioeconómica 2016

Por último, este análisis se llevó mediante la realización de una encuesta dirigida a un público objetivo. Para la elaboración de esta encuesta se tomó en consideración la teoría de Porter sobre las 7 P's del servicio. Para ello, se realizó una estimación del tamaño de la muestra con la finalidad de determinar el número de personas a encuestar.

1.7.3 Proyección de la demanda con información primaria

El distrito Limeño de San Martín de Porres, se encuentra en el noroeste de la Capital Peruana (Lima), encontrándose a 123 m.s.n.m., siendo su territorio de 41.5 Km², teniendo la clasificación de un distrito urbano, donde antes eran zonas agrícolas la gran mayoría actualmente están urbanizadas y convertidas en AAHH siendo áreas urbanas en crecimiento.

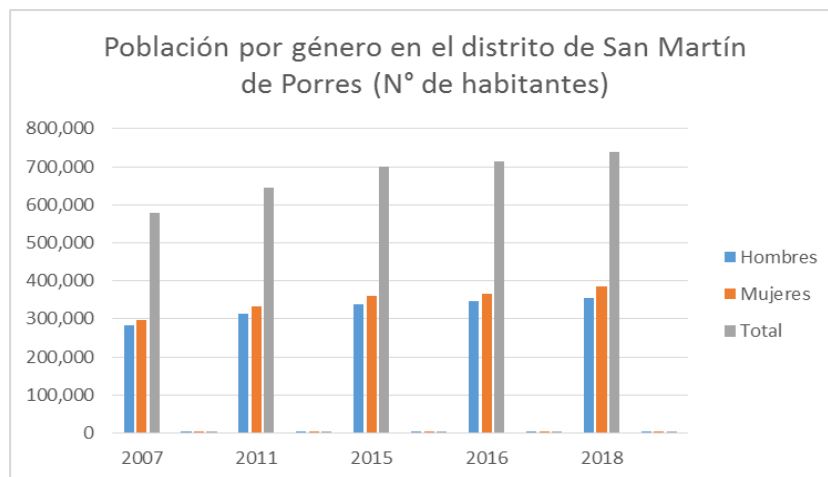
Los resultados que arroja El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se proyecta a una población para el 2018 del distrito Limeño de San Martín de Porres crecería en 739,252 habitantes, y concentra el 7.87% de Lima Metropolitana, con una tasa de para su crecimiento poblacional promedio en el lapso de un año de 3% y una densidad de la población de 17, 507 habitantes/Km².

En el distrito Limeño de San Martín de Porres es predominante la población femenina sobre la masculina, 51.44% vs 48.56%; de un modo semejante se nota para Lima Metropolitana 51.2% vs 48.8%

Población del Distrito de San Martín de Porres

	2007		2011		2015		2016		2018	
	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%
Hombres	282,909	48.81	313,775	48.56	339,330	48.46	346,466	48.56	354,841	48
Mujeres	296,652	51.19	332,416	51.44	360,848	51.54	367,015	51.44	384,411	52
Total	579,561	100	646,191	100	700,178	100	713,481	100	739,252	100

Proyecciones: INEI – Perú: Estimaciones de la Población por Sexo.



En base a los resultados que arrojo El Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI a partir del 2015, En San Martín de Porres se encuentra en el segundo puesto siendo el mas poblado no solo se habla de Lima, si no hablando al nivel de todo el Peru.

Para determinar las ventas del servicio contaremos con dos paquetes, “en nuestras manos” con un costo de S/ 650 y el paquete “semi full” con un costo de S/ 550. Tendremos dos turnos de servicio, el primero se atiende en el horario de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. cuyo servicio sería básicamente completo y el segundo turno es de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. donde se ofrecerá desayuno y almuerzo.

En la proyección de ventas se puede apreciar que en el año 2019 se inicia con una cantidad de 15 niños, concluyendo el año con 25 niños; para el año 2020 se estima un crecimiento de 30% aproximadamente en el cual nos da unos 7 niños más, y así las proyecciones de ventas incrementan en un 40% para el tercer año 2021 y finalmente para alcanzar la capacidad máxima de nuestro local que es de 80 niños el crecimiento total sería de un aproximado de 60%.

Tabla 5. Proyección de la demanda.

		30%+	40%+	50%+	15%+
Proyección de ventas	2019	2020	2021	2022	2023
N. de niños	25	33	46	69	80
cuotas	12	12	12	12	12
Total	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00

1.8 Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo

En el Territorio Nacional Peruano hay una variedad que son ofertantes en el giro del negocio del cuidado de niños, teniendo todos los materiales y las herramientas necesarias para que un proyecto sea factible.

Esta diversidad genera un aspecto competitivo de los precios y en muchos de los casos, las compañías están con la visión de realizar negociaciones a largo plazo.

Es por ello que ILLARI brindará un servicio en el cuidado integral del infante junto incluyendo la estimulación temprana, mediante la metodología GLEN DOMANN; el cual ayudará a los niños a desarrollar al máximo sus capacidades. También se ofrecerá una atención psicológica, alimentación y video vigilancia para los pequeños en donde los padres podrán ver a sus hijos en el desarrollo de sus actividades.

1.8.1 Análisis Cualitativo: Modelo de las 5 fuerzas de Porter

1. Rivalidad entre competidores existentes: bajo impacto

ILLARI con la perspectiva de estar localizado en el distrito Limeño de San Martín de Porres, ubicado en un mercado potencial donde existen zonas comerciales y educativas.

Existiendo 2 competidores del mismo giro de negocio ofertando el servicio de nido – guardería que comprenden las edades de 3 a 5 años.

Siendo importante mencionar los establecimientos se encuentran cercanos de donde se pretende realizar el proyecto, entre las competencias indirectas existen pequeños centros de guarderías y que sus locales solo tienen máximo para un aforo de diez niños ofreciendo el servicio de estimulación temprana. Estas pequeñas guarderías solo disponen de la licencia municipal, pero no tienen una marca registrada.

2. Nuevos competidores: alto impacto

Cuando se desea abrir una guardería, no requiere de mucha documentación ni tramites, ya que solo se solicitaría la licencia de la municipalidad.

No existiendo muchos obstáculos, pueden aparecer nuevos competidores por la zona

3. Productos sustitutos: alto impacto

Los productos sustitutos serían los siguientes:

- Servicio de las nanas
- Familiares directos que cuiden a los infantes.
- Unos de los padres, este al cuidado solicitando una licencia laboral, solo el tiempo que implique cuidarlos en su 1era infancia.

4. Poder de negociación de los clientes: impacto medio

Para nuestra guardería ILLARI, nuestro público objetivo son los padres de familia con hijos entre 3 meses y 3 años que acudirán a nuestra guardería aquellos que viven o laboran cercano a nuestra institución. Estos padres están convencidos que necesitan un cuidado integral para sus menores hijos y el tiempo que necesitan para su desarrollo. Teniendo en cuenta que utilizarían otras alternativas : nanas , familiares, personas de confianza; entre otros.

Aun así conociendo estas alternativas, estas dispuestos en invertir en sus menores en un servicio para su cuidado y estimulación que genere confianza. Teniendo en cuenta que hay guarderías que ofrecen este servicio cercanos a nuestro centro de guardería.

5. Poder de negociación de los proveedores: bajo impacto

En el Territorio Nacional Peruano hay una variedad que son ofertantes en el giro del negocio del cuidado de niños, teniendo todos los materiales y las herramientas necesarias para que un proyecto sea factible.

Si no se cumple las expectativas de los productos o sea los servicios que nos hacen las propuestas, puede resultar algo complicado conseguir otras propuestas comerciales con las empresas proveedoras que ofrezcan los productos requeridos que son indispensables para el negocio.

1.8.2 Análisis Cuantitativo:

- **Identificación y Análisis de la Competencia:**

Realizamos un mapeo de las guarderías cercanas a la Urbanización Los Jardines y evaluamos la diferencia de los servicios que brindan, así como también los precios.

- **Competencia Directa:**

Confirmamos que existen guarderías que ofrecen el mismo servicio que nosotros como es el caso de la estimulación temprana y están dentro de nuestro mismo mercado geográfico es decir buscan a nuestros mismos clientes para ofrecer el mismo servicio.

A continuación, en la siguiente tabla se detalla algunos competidores directos:

Tabla 6 : Competencia Directa

NOMBRE	RUBRO	DESCRIPCION	UBICACIÓN	SERVICIO	HORARIO	PRECIO
Blessing of god	Guardería y estimulación temprana	Guardería dedicada al cuidado y a la estimulación del niño desde los 3 meses	Jr. Las Encinas N° 230 Urb. Los jardines	Estimulación Temprana	7:00 am - 5:00 pm	s./500
Baby King	Guardería y estimulación temprana	Guardería dedicada al cuidado y a la estimulación del niño desde los 3 meses	Av. Juan Vicente Nicollini N° 322 Urb. Palao	Estimulación Temprana	7:00 am - 5:00 pm	s./550
Alegre Amanecer	Guardería y estimulación temprana	Guardería dedicada al cuidado y a la estimulación del niño desde los 3 meses	Jiron Alehi N° 1140 Urb. Los Jardines	Estimulación Temprana	8:00 am - 6:00 pm	s./450
Guarderia Arco Iris	Guardería y estimulación temprana	Guardería dedicada al cuidado y a la estimulación del niño desde los 3 meses	Av. Honorio Delgado N° 540 Urb. Cayetano Heredia	Estimulación Temprana	8:00 am - 6:00 pm	s./650
Elaborado Por : Equipo de Trabajo						

1.8.3 Productos Sustitutos y Complementarios

Los productos sustitutos serían los siguientes:

- Servicio de las nanas
- Familiares directos que cuiden a los infantes.
- Unos de los padres, este al cuidado solicitando una licencia laboral, solo el tiempo que implique cuidarlos en su 1era infancia.

1.8.3.1 Productos Complementarios:

ILLARI ofrece los siguientes servicios para los padres e hijos

1. Información

En la web de nuestra guardería tanto, así como en los folletos, se detallará todas las medidas para su seguridad del niño, que métodos serán utilizados en su enseñanza, distribución de los ambientes, la capacitación y los horarios.

existirá también el uso de la tecnología para cuidar la integridad de los menores y hacerle un seguimiento de por medio de las cámaras desde los celulares de los padres y las reuniones serán mensuales donde asistirán los padres para verificar el avance de sus hijos donde se le dará a conocer por medio de un reporte su avance propuesto.

2. Proceso de Admisión

Se deberá completar una ficha para la inscripción, aquí en la ficha se detallado que es alimentación, vacunas, alergias, personas y teléfonos de en caso se requiera en caso de una contingencia.

3. Facturación y pago

Habrà emisión de comprobantes de pago según lo solicitado sea boletas o facturas, se elaborará una lista de aquellos clientes que necesiten para emitir facturas con su RUC

El pago será por transferencias a cuenta a través de los bancos a través de cuentas corrientes o sea en efectivo

4. Consultas

Cualquier consulta será resuelta por los asistentes que son los encargados directamente de los niños o por el administrador, los padres tendrán una tarjeta de presentación con la información para contactarse con ellos en caso lo requieran

5. Hospitalidad

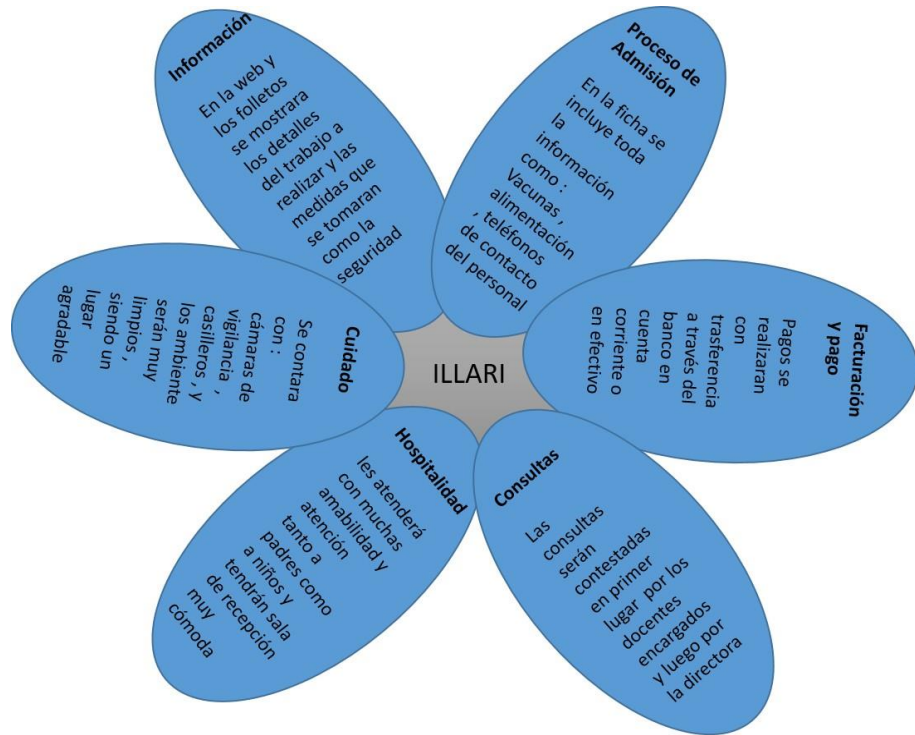
Tendremos una atención grata y muy cordial con los padres, siempre con una sonrisa, tendremos ambiente agradable de recepción siendo un salón cómodo, con revistas, agua en bidón y servicios higiénicos con jabón.

6. Cuidado

La secretaria será responsable de la supervisión que todo este optimo, de las cámaras de vigilancia, y también cada niño tendrá a un casillero donde tendrá sus útiles y materiales que sea suyos.

El encargado de la limpieza tendrá todo limpio y desinfectado cada ambiente del local siendo así eviten que se enfermen y todo sea óptimo.

Gráfico 15 **FLOR DE SERVICIO**



1.8.4 Análisis de los precios

En base a nuestro punto de equilibrio, estudio de mercado, estructura de costos y competidores se establece los precios y números de niños para iniciar operaciones con los que se podrá cubrir los costos directos e indirectos en el tercer año de puesta en marcha, generando utilidad operativa sobre las ventas. Asimismo, se propone mantener los precios ya que para obtener mayor rentabilidad se buscará incrementar la demanda.

Las mensualidades varían desde S/ 550 a S/ 650 y para lograr la mayor rentabilidad se requiere incrementar el número de niños de tal manera que se pueda utilizar la capacidad máxima instalada.

Capacidad y precios para inicio de operaciones

DESCRIPCION	2019	
	Niños	Precio (S/)
Paquete Semi full (7:00 am - 2:00 pm) con desayuno y almuerzo	8	550
Paquete Full (7:00 am - 7:00 pm) con desayuno, almuerzo y lonche	32	650
TOTAL	40	1200

1.8.4.1 Aspectos para influir en precios

Todo negocio enfrenta riesgos inherentes al mercado, como un cambio en los patrones de consumo los potenciales clientes. Asimismo, pueden ocurrir cambios por una caída abrupta en la economía o cambios políticos que alteren la legislación vigente.

Se debe identificar los factores de riesgo a fin de evitarlos, mitigarlos o trasladarlos del mismo modo que la identificación de estos riesgos permita las oportunidades requeridas brinda el mercado a través de una mejor toma de decisiones. El análisis se inicia con los riesgos del entorno del negocio: sociales, políticos – legales, económicos y de mercado.

1.8.4.2 Factores del entorno

- a) Factores sociales: Están asociados a la idiosincrasia de la sociedad peruana. En general existe una “sociedad de la desconfianza” en la que es bastante difícil confiar plenamente en otra persona. Muchos padres de familia, de tener la opción, tratarán de dejar con un familiar a sus pequeños.

Por otro lado, los altos niveles de delincuencia hacen aparecer en el horizonte, hechos que pueden ser factibles de suceder como extorsiones y robos.

- b) Factores políticos – legales: En los últimos meses el Perú viene enfrentando diversos trastornos han hecho tambalear su estabilidad, desde la corrupción que vinculó al poder ejecutivo con la empresa Odebrecht, hasta eventos como la disolución del Congreso.

La sociedad se encuentra en un proceso de no sostener más errores de sus representantes y a exigir un mayor compromiso de la clase política. La inestabilidad que producen estos sucesos afecta las actividades económicas, poniendo en riesgo el poder adquisitivo en todas las categorías, ello puede hacer que haya menos inversión o un reajuste de gasto en las familias, siendo más acentuado en los niveles socioeconómicos como el C y D.

- c) Factores económicos: El riesgo es un factor influyente en lo que respecta a cuando se realizan inversión sea nacional o extranjera en el territorio nacional. Por tanto, es un indicador de importancia a nivel económico, el cual debe monitorearse de forma constante con la finalidad de anticiparse a las posibles

reacciones ante un aumento o disminución del grado de peligro para las inversiones.

El crecimiento económico en el Perú se puede medir a través de las variables macroeconómicas: PBI, inflación y desempleo, encontrándose mayor riesgo en caso de fluctuaciones desfavorables de estas variables, como por ejemplo el aumento del desempleo, pudiendo ocasionar la disminución del patrimonio de la empresa, posible pérdida de capacidad de adquisición del consumidor y/o la disminución de la demanda del servicio.

- d) Factor de mercado: Son los más comunes en las decisiones de la empresa pueden provenir de variables financieras tales como: modificaciones en la tasa en los intereses, precios de insumos, tipo de cambio y el riesgo de la liquidez, ya que estas condiciones del mercado pueden impactar la continuidad del negocio.

Asimismo, debido a la falta de liquidez del mercado no se pueden vender los servicios a los clientes afectando en que la empresa no pueda cumplir con sus obligaciones contractuales.

1.8.4.3 Fijación del precio del mercado

Nuestra empresa optará por la estrategia de precios de la competencia con el valor percibido, entregando lo ofrecido a nuestro público objetivo en base a los siguientes factores: costos, competencia y valor del servicio quedando el cliente satisfecho.

En base a los atributos de los servicios ofrecidos, la marca y el canal, se determinarán los precios para alcanzar las siguientes metas:

- Fijar precios, tanto en costos fijos y costos variables de tal manera nuestra compañía pueda permanecer en el mercado.

- Definir precios en base a la matriz de competidores, mercado y estructura de costos, así como los beneficios que caracteriza el servicio de tal manera que genere rentabilidad a largo plazo.

1.9 Balance demanda – oferta

Nuestro plan de negocios explorará las características en los servicios del cuidado y estimulación en niños de 3 meses a 3 años, el cual abarcará el comportamiento de nuestros potenciales clientes, así como las empresas dedicadas al servicio de cuidado de niños.

Este hecho representa a su vez una excelente oportunidad de negocio pues la demanda para este tipo de servicio es creciente.

1.9.1 Estimación en ventas y intervención en el mercado

Nuestro equipo de trabajo realizó la estimación en base a la cantidad de servicios demandantes por el mercado objetivo y nuestra capacidad instalada.

Tabla 7. Proyección de ventas por unidades

PROYECCION DE VENTAS POR UNIDADES					
DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete Semi full (7:00 am - 2:00 pm) con desayuno y almuerzo	8	16	16	19	25
Paquete Full (7:00 am - 7:00 pm) con desayuno. Almuerzo y lonche	32	44	52	54	55
TOTAL	40	60	68	73	80

CAPITULO II. PLAN DE MARKETING

2.1 Descripción del Servicio

El servicio que daremos a los padres de familia en San Martín de Porres tiene un agregado diferencial respecto a otras guarderías del mismo distrito, como es el uso de la tecnología en la cual los padres podrán ver en tiempo real el cuidado de sus hijos, también el servicio contará con personal especializado en la estimulación temprana.

A la madre le otorgan un tiempo de lactancia desde el parto hasta los 3 meses, en base a esta información decidimos que atenderemos a niños desde los 3 meses hasta los 36 meses.

Contamos con un horario flexible de 12 horas continuas en la cual brindaremos 2 opciones de servicio, el primero desde las 7:00 am hasta las 2:00 pm, donde el usuario podrá beneficiarse del cuidado, así como también del desayuno y almuerzo; a este paquete lo llamaremos Semi Full.

Luego tendremos el paquete Full llamado “en nuestras manos” desde las 7:00 am hasta las 7:00 pm la cual consistirá en el cuidado del niño y también darle desayuno, almuerzo y lonche.

2.2 Objetivos del plan de marketing.

A continuación, mostramos la siguiente tabla:

Tabla 8. Objetivos plan de marketing

Clase	Objetivos	Corto Plazo	Mediano Plazo		Largo Plazo		Indicador	Fuente
		1	2	3	4	5		
Ocupacion	Lograr la ocupacion de la capacidad instalada	40	60	68	73	80	Nº de niños inscritos	Informe de gerencia
ventas	Lograr una facturacion de (miles de S/.)	224,000	330,000	369,000	403,000	485,000	Monto de facturacion S/.	Informe de gerencia
captacion	Lograr la captacion de nuevos niños	40	10	10	10	10	Numero de nuevas matriculas	Informe de gerencia
Retencion	Lograr la renovacion de matriculas	80%	80%	80%	80%	80%	Numero de matriculas renovadas /total de matriculas	Informe de gerencia
Posicionamiento	Lograr la recordacion de la marca	50%	60%	65%	75%	80%	Porcentaje de personas encuestadas	Encuesta anual

2.3 Estrategia en Marketing

2.3.1 Puntos de la Segmentación

Utilizaremos variables en la estrategia como la geográfica, demográfica, psicográfica, conductual tal cual podemos ver :

Tabla 9. Estrategia de segmentación

Variable	Categoria
Geografia	Bartolome de las casas, urb. Los jardines San Martin de Porres
Demografia	<ul style="list-style-type: none"> * Edad : Padres con hijos de 3 meses hasta 3 años * Educacion : Superior
Psicografia	<p>Modernas : Mujeres independientes , que mejoran su ambito profesional y laboral y uscan su mejora como personas sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> * Nivel socio economico : B y C (nivel medio)
Conductual	la confianza y seguridad para sus hijos

2.3.2 Matriz ANSOFF

Gráfico 16 Matriz ANSOFF

Matriz Ansoff		Mercados	
		Actual	Nuevo
Productos	Actual	Penetracion	Desarrollo de Mercado
	Nuevo	Desarrollo del producto	Diferenciacion

2.3.3 Estrategia de posicionamiento

Illari se enfoca en estrategias de posicionamiento para ser reconocidos como una guardería diferente en el distrito y ser percibidos como una empresa segura para los niños y ofrecer facilidades a los padres como son los horarios flexibles y con tecnología.

En los siguientes puntos se muestra la diferenciación:

- Por conveniencia al consumidor: Quiere decir la flexibilidad de horarios.
- Personal de calidad: Personal calificado en el cuidado de niños y en la estimulación temprana.
- Diferenciación de los competidores: Monitoreo mediante la app y la

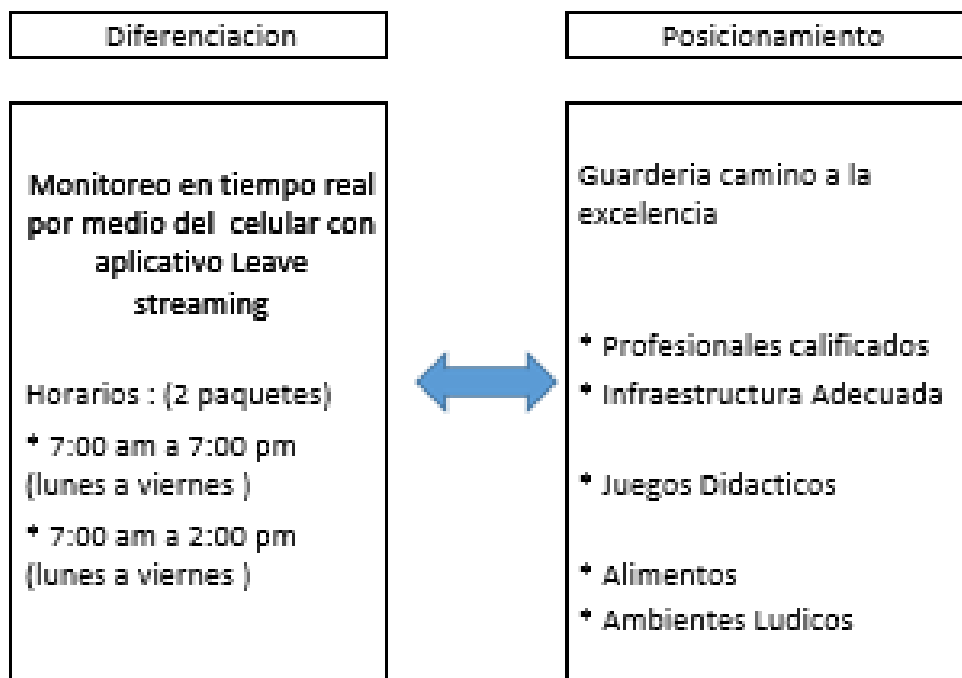
- metodología Glenn Doman.

También mencionamos puntos de paridad como son:

- Puntos de paridad de categoría: Ambientes seguros, didácticos e higiénicos.
- Puntos de paridad competitivos: Calidad en los servicios y ambientes confortables.

Se está considerando por medio de la tecnología y los colaboradores que son capacitados mediante un plan de desarrollo profesional teniendo siempre el fin de brindar un servicio que brinde calidad y seguridad y también mediante la tecnología en la cual los padres podrán observar el cuidado y protección de sus niños en tiempo real.

Gráfico 17 **ESTRATEGIA DE MARKETING**



2.3.4 Actividades de Marketing y Comunicación

Tabla 10. Actividades de marketing y comunicación

Actividades de Marketing y Comunicación	Recursos
Publicidad	* Afiches , Banner publicitarios, Promotores
Relaciones publicas	* Visitas a los padres en centros como: nidos , iniciales Kinders * Entrevistas personalizadas a los padres en su domicilio
Promocion de Ventas	*Brochures : Volantes
E-Marketing	* Facebook * pagina web

A continuación, presentamos el logo tipo de Illari guardería infantil.

Figura 5. Logo



SLOGAN: PEQUEÑOS PASOS, GRANDES LOGROS

El eslogan externo es: “pequeños pasos, grandes logros”.

Se propone crear esta estrategia de diferenciación mediante el uso de la app la cual los padres podrán visualizar el cuidado de sus hijos en tiempo real pero no solo eso también el valor diferencial está en el programa de nutrición que la guardería emplea a todos sus usuarios y también la especialización de los docentes en la estimulación temprana. Todos estos puntos son necesidades de un mercado insatisfecho en San Martín de Porres.

2.4 Mezcla de mercadotecnia

Desarrollaremos estrategia de mezcla en base a las 7P del marketing.

2.4.1 Estrategia de Servicio

La guardería ILLARI tiene un servicio que cubre la necesidad de cuidado y protección para niños, ofreciéndoles un ambiente lúdico y cómodo. Cubriendo las expectativas de los padres ya que muchos por motivos de estudios y aspectos laborales, no tienen el tiempo suficiente para el cuidado de sus hijos, y las madres cada vez incursionan más en el lado laboral y profesional ya que su realización es importante, así como el ser padres, requieren ser cubiertas.

La guardería debe generar confianza y ofrecer un lugar con ambiente agradable siendo el objetivo que se sientan cómodos tanto padres y niños; por ello contaremos con un personal especializado como terapeutas y psicóloga, y también madres de familia cumpliendo un papel importante que es asistir a este personal estando debidamente uniformadas y con mandiles.

Nuestro local se encuentra en San Martín de Porres y tiene ambientes de 6x7 m. los niños serán ubicados en base a su edad, contaremos con dos baños para niño y niña, un baño de adultos, oficina de atención, patio de juegos, cocina etc.

Nuestro objetivo es hacer sentir a los padres esa confianza que necesitan no solo de un buen cuidado, sino también de las herramientas necesarias para sus hijos brindándole estimulación tanto motriz, lenguaje y psicológica siendo muy fundamentales en esta etapa de la vida de los menores.

Marca:

Como su nombre lo indica ILLARI significa “**Nuevo Amanecer Resplandeciente**” y eso buscamos en los niños que en esa edad temprana de vida sean seres humanos sociables, amigables, empáticos y cultivando valores en ellos, sea como lo dice su significado “**un amanecer prometedor**”.

Logo:

Ilustra cuando el sol comienza a salir por sobre el mar resplandeciendo con sus rayos solares y con 2 niños surgiendo acompañados del astro rey y se vislumbra con colores vivos y alegres.



2.4.2 Plaza

Nuestra ubicación es muy buena puesto que se ubica en la calle San Bartolomé de Las Casas Nº 137 Urb. Los Jardines, en San Martín de Porres.

Los padres contarán con cámaras que filmarán las instalaciones de la guardería, y a también podrán apersonarse para conocer la infraestructura y ver los materiales y equipos que cuenta el local. Tendrán la opción de recibir una clase modelo del trabajo del personal.

Tendremos una página web como también redes sociales donde los padres encontrarán información que requieran, como: horarios, costo del servicio, personal especializado y todo lo necesario que el público objetivo necesite conocer.

2.4.3 Estrategia de Promoción y Publicidad

Utilizaremos estrategias promocionales como paneles publicitarios, realizaremos a los padres de familia una encuesta sencilla y personalizada donde buscaremos obtener

información sobre sus gustos y preferencias al momento de elegir una guardería y los invitaremos a conocer nuestras instalaciones y por último resaltaremos las características de nuestro servicio.

Contaremos también con promotores para que establezcan una red de contactos con los padres de familia para entregarles nuestra publicidad y hablarles brevemente de nuestra guardería.

2.4.4 Estrategia de Precio

Para la introducción de nuestro servicio aplicaremos la estrategia de precios psicológicos, que se basa en que los precios ofrecidos al público estén relacionados a la calidad, prestigio y valor recibido del servicio / producto ofertado.

Está directamente relacionado al factor calidad de servicio, por lo que los padres estarán dispuestos a pagar un poco más del precio promedio con tal de sentirse seguros del buen cuidado de sus hijos.

Para ello contamos con 2 paquetes que pueden escoger los padres que deseen optar por nuestro servicio en horario de las 7:30 am a las 7:00 pm y el segundo turno de 7:30 a.m. a 2:00 p.m.

2.4.5 Estrategias de Personas

En toda empresa y definitivamente nuestra guardería ILLARI no es la excepción, el personal es lo más importante y relevante que tenemos porque nos brindan su conocimiento, dedicación y esfuerzo en su trabajo con lo cual nuestra guardería se verá beneficiada y para ello deben de tener un ambiente cómodo y con todas las herramientas que requieran para poder desarrollar sus labores sin dificultades.

Por ende, este personal se debe sentir como parte de la familia ILLARI y deben de ser capacitados para estar a la par con los últimos cambios que tengan que ver con este soporte de ayuda para los niños.

2.4.6 Estrategias de Proceso

Guardería ILLARI tiene que crear satisfacción para cubrir eficientemente la necesidad tanto para los padres como para los niños, por eso también el personal irá capacitándose y actualizándose las veces que sea necesario e indispensable, el personal directo resolverá también las inquietudes y las consultas de los padres.

Es necesario la capacitación constante del personal porque la calidad del servicio es indispensable. Existirán 2 terapeutas, 1 psicóloga y 3 Asistentes este personal tendrá trato directo con nuestro público objetivo y por eso se solicitará:

- Se publicará por la web de CompuTrabajo, Bumerán y también por nuestra página de Facebook.
- Se evaluará los currículos documentados.
- Se solicitará certificados de trabajo si se desarrolló en áreas de trabajo con infantes.
- Los antecedentes policiales y penales serán indispensable.
- La entrevista personal.

Los trabajadores estarán uniformados y con su respectivo mandil de la empresa, como también este personal directo se encontrará en Planilla, dentro de los puntos que pertenecen por ley dentro de trabajadores de una Microempresa.

2.4.7 Estrategias de Evidencia Físicas

La infraestructura es muy importante porque las medidas de cada ambiente deben cubrir la capacidad de los niños, estos ambientes deben ser agradables y contar con juegos lúdicos que ayuden en el desarrollo de los objetivos trazados para ellos mismos, contará con las siguientes divisiones:

- Contará con una sala de Higienización (para cambio de los bebes)
- Sala Multiusos.
- Tres ambientes para la realización de sus actividades debidamente decoradas y protegidas con piso de jebes y protectores de enchufes.
- Todos los espacios debidamente higiénicos y muy limpios.
- Una cocina implementada con lo necesario para su uso.
- Una oficina muy ordenada y limpia donde se recibirán a los padres.
- Patio de juego totalmente implementado.
- Y baños para niños, niñas y adultos

Propuesta de Valor:

En este aspecto vamos a recalcar que es lo que ofrecemos, que necesidades cubrimos en sí, la problemática que solucionamos, por ello es indispensable solucionar las siguientes preguntas:

¿Qué estamos creando? Soluciones a los padres que puedan cubrir sus expectativas tanto profesionales y laborales.

¿Para quién? Nuestro Público que son los padres.

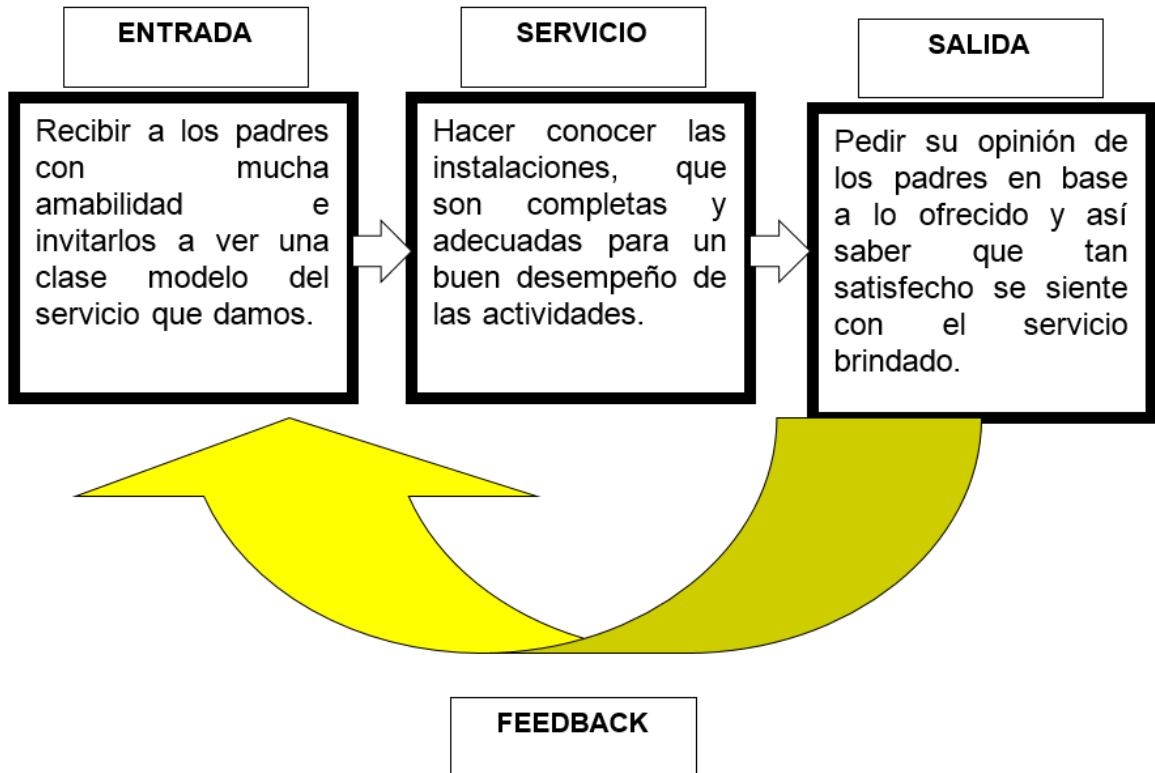
¿Que soluciona? Cuidado, protección y desarrollo personal con estimulación temprana y que ello sea el más adecuado para sus hijos.

¿Por qué te van a elegir y no al resto? Porque damos seguridad de que el padre pueda monitorear el desarrollo de las actividades, mediante el uso de la tecnología donde visualizará en el tiempo real, desde su celular.

¿Qué beneficios aportamos? En dejar en buenas manos a sus hijos, mientras ellos realizan sus actividades sin necesidad de postergarlo.

El objetivo central es enfocarnos en satisfacer y solucionar una problemática, que requiere tener confianza, tranquilidad de dejar en buenas manos a sus hijos y que su desarrollo sea el más adecuado, para el bien de la familia y el de la sociedad. Porque un niño bien direccionado, será un joven de provecho y de éxito.

Figura 6. Proceso de Servicio



CAPITULO III. PLAN DE OPERACIONES

En este capítulo desarrollaremos nuestro modelo de operaciones donde tocaremos puntos como el diseño del servicio y diseño de procesos, así como también los insumos necesarios para llevar un control detallado de lo que se requiera respecto a las necesidades del pequeño y la forma de desplazarse y las actividades que realizaran.

3.1 Objetivos.

El objetivo de nuestro plan de operaciones es lograr tener una mejor perspectiva en base a indicadores y considerar aspectos importantes como la seguridad, la calidad del servicio y las operaciones como las instalaciones del local, y así lograr e ir en aumento la confianza de los padres de familia con la guardería, y eso se dará en base a las instalaciones brindadas en nuestro local.

Tabla 11: Objetivos del Plan de Operaciones

CLASE	OBJETIVOS	CORTO PLAZO					INDICADOR	FUENTE
		1	2	3	4	5		
SEGURIDAD	Lograr cero accidentes	0	0	0	0	0	N° de accidentes	Reporte diario
	Lograr cero incidentes	3	2	1	0	0	N° de incidentes	Reporte diario
CALIDAD	Lograr un alto nivel de satisfaccion	70%	80%	86%	95%	95%	% de satisfaccion de los clientes	Encuestas de satisfaccion
	Cumplir con la planificacion interna	90%	100%	100%	100%	100%	% Total de auditorias para verificaciones	Informe de auditorias internas
OPERACIONES	Completar la capacidad instalada	80%	100%	100%	100%	100%	% de ocupacion de niños	Informe de gerencia

Fuente: Elaboracion Propia

3.2 Estrategias

Tabla 12: Estrategia de Operaciones

Estrategia	Calidad	Entrega	Flexibilidad	Innovacion	Post venta
Diseño y distribucion optima de las instalaciones	X			X	
Monitoreo de cumplimiento de politicas de empresas	X				
Politica de retencion de colaboradores	X	X			
Capacitacion para el personal docente			X		
Fomento a la mejora continua de procedimientos		X	X	X	X

3.3 Diseño del servicio

Illari ofrecerá un servicio a infantes de 3 meses a 36 meses teniendo en su programa el método de Glenn Doman, de 7:00 am - 7:00 pm (en el caso del paquete full “En nuestras manos” donde a los infantes se les dará desayuno, almuerzo y lonche y otro paquete semi full donde el infante estará en tiempo parcial desde la apertura hasta las 2:00 pm en donde se le dará desayuno y almuerzo.

El diseño del servicio estará basado en 3 programas divididos por meses de la siguiente forma:

Programa de (3 a 12 meses)

- Mantendrán a los bebes en un lugar agradable donde se les dará muestras de afecto como abrazos y hablando con él bebe, para crear un ambiente de confianza y proporcionar aprendizaje para el movimiento. En este programa se explorará la estimulación sensorial, táctil, visual y auditiva.

- Los empleados utilizan cobertores de zapatos y batas desechables. También asimismo los padres que acuden a la guardería como el mismo personal deberán realizar el mismo procedimiento con el fin de evitar y prevenir que ingresen virus.
- En este programa nos centraremos en la primera etapa de su vida, porque es la más importante para que un ser humano empiece a formar su carácter y personalidad, siendo donde necesita más apoyo y ayuda, para el desarrollo de sus potenciales.

Programa de (12 meses a 24 meses)

- En esta etapa lo más común es que los niños comiencen a tener la curiosidad por explorar todo lo que este en frente de ellos. Los docentes planearan actividades fomentando un ambiente alegre y luminoso con el fin de incentivar la investigación y la autoconfianza en los infantes.
- El rol de los educadores tiene un papel importante para la enseñanza de los niños, estimulándoles en la motricidad del cuerpo, lenguaje, socialización y habilidades intelectuales.

Programa de (24 meses a 36 meses)

- Para esta etapa los niños ya son más despiertos y propagan energía a donde van, en esta edad están más dispuestos a aprender. Los docentes planearan una rutina de canticos, enseñaran sobre historias y cosas básicas como el alfabeto o números es así que este procedimiento enseñara al niño a desarrollar sus habilidades lingüísticas y comprender conceptos básicos.

- Las aulas serán implementadas con pisos de goma para protegerlos y puedan así desplazarse sin sufrir golpes, además contarán con juegos didácticos necesarios y herramientas que utilizaran para su aprendizaje.
- Se les enseñará también el idioma inglés con palabras básicas conociendo el nombre de los objetos, y también del cuerpo humano y todo lo necesario para ir aprendiendo.

3.4 Distribución de Planta

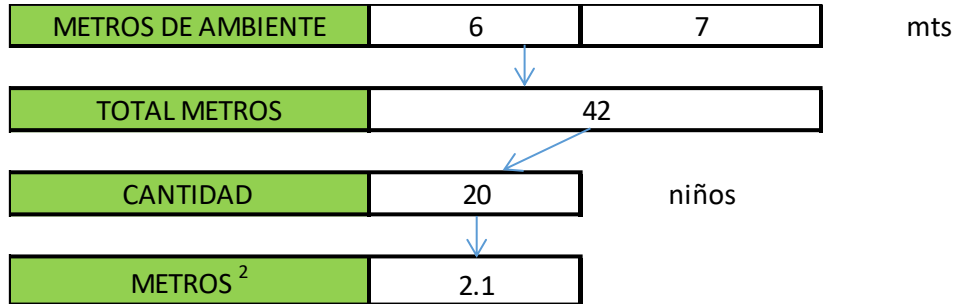
- En este proyecto estamos considerando el alquiler de un local comercial de aproximadamente 200 m² la cual será ambientada para nuestra guardería infantil cubriendo los distintos ambientes que se tiene en cuenta.
- Se contará con 3 ambientes de 18 m² la cual servirá para segmentar las edades de los niños. También se contará con una cocina en la que se prepararan los alimentos para los infantes.
- Se tiene en cuenta una sala multiusos para que los niños más pequeños puedan descansar tranquilamente y contaremos con un patio de juegos donde se implementarán los juegos infantiles correspondientes.

A continuación, se muestra plano de distribución de la guardería considerando solo la parte operativa:

Figura 7. Plano de Distribución



PUNTO DE EQUILIBRIO QUE SEA REALISTA CON LA INFRAESTRUCTURA



Cantidad Niños	Metros Ambiente	Metros ² *niños
1	2.1	2.10
2	2.1	4.20
3	2.1	6.30
4	2.1	8.40
5	2.1	10.50
6	2.1	12.60
7	2.1	14.70
8	2.1	16.80
9	2.1	18.90
10	2.1	21.00
11	2.1	23.10
12	2.1	25.20
13	2.1	27.30
14	2.1	29.40
15	2.1	31.50
16	2.1	33.60
17	2.1	35.70
18	2.1	37.80
19	2.1	39.90
20	2.1	42.00

3.5 Diseño de procesos

Illari pondrá énfasis en el diseño de procesos operativo, estratégico y también tendrá procesos de apoyo, esto con el fin de cubrir expectativas y tener una planificación para cada uno de estos.

3.5.1 Procesos Estratégicos

- **Planificación:** Establecer las políticas de la organización, y hacer un seguimiento de las mismas desarrollando y buscando una efectividad de los procesos. Tener en claro cuáles son las políticas de calidad y seguridad, así como también como actuar según los procedimientos.
- **Análisis, medición y mejora continua:** Con las auditorias se analizará los cambios en puedan suceder, la satisfacción del cliente, la satisfacción del personal y mediante este punto se podrá debatir acerca de los resultados, también determinar causas y ejecutar acciones.

3.5.2 Procesos Operativos

- **Captación de clientes:** Sabemos que la empresa vive de los clientes y las ventas, es por ello que diseñamos un proceso de captación de cliente con el fin de establecer un plan y proceso establecido para este punto bajo las siguientes pautas:
 - ✓ Realizaremos la prospección de clientes como los padres de familia con hijos pequeños, en esta parte podemos tener referencia con nuestros vecinos que recogen a sus hijos en los kinder o iniciales.
 - ✓ Realizaremos visitas a las casas de ellos, en este caso podemos realizar una encuesta más personalizada.
 - ✓ Ofreceremos casa por casa de las zonas aledañas, el servicio explicando brevemente lo que ILLARI guardería ofrece.

- ✓ Con los clientes captados e interesados se procederá a separar una vacante un importe mínimo de la matrícula de S/ 50.00.
- ✓ A los padres de familia que separaron la vacante para su niño, se le citara al día siguiente al local de la guardería para que se le pueda hacer una demostración de todos los beneficios que brindamos.

Prestación del servicio:

- ✓ Uno de los auxiliares que trabaja en las aulas por edades recibirá al niño (a).
- ✓ Luego, dirige al niño a su aula, para que posteriormente inicie el trabajo con el docente a cargo.
- ✓ Por último, comienza con las actividades del día acorde al programa según la edad del niño.

3.5.3 Procesos de Apoyo

- Gestión de personas: Este proceso ayudara a determinar las competencias, formación y capacidad del personal contratado. Siempre se realizará una inducción al personal contratado realizando énfasis en sus funciones, en las políticas de la empresa y los objetivos de calidad y seguridad.
- Gestión Administrativa y contable: La directora tendrá coordinación con el contador externo para medir el control de costos y gastos, así como también el pago total de planilla.
- Auditoria: En este proceso se definirá los mecanismos necesarios para determinar el cumplimiento de los procedimientos y controles que se establecieron esto con el fin de tener algo más concreto en las ideas de mejoras.
- Control de documentos: Controlar los registros, documentos internos y externos este control estará directamente relacionado con la secretaria, en donde ella será responsable directa.

3.6 Programación de las operaciones de la empresa

La programación de las operaciones se detalla en esta tabla en donde se observa la planeación de operaciones de los 12 primeros meses de la empresa.

Tabla 13. Programa de operaciones

ACTIVIDADES	MES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Elaboracion de manuales y procedimientos	X												
Difusion de manuales y procedimientos	X					X							X
Programa de nutricion	X					X							X
Programa de horario de rotacion	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Elaboracion de programa de 3 meses a 12 meses	X												X
Elaboracion de programa de 12 meses a 24 meses	X												X
Elaboracion de programa de 24 meses a 36 meses	X												X
Monitoreo de cumplimiento de politicas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificacion de mejoras y oportunidades	X		X			X			X				X
Revision de procedimientos	X		X			X			X				X
Auditoria de indicadores de calidad , seguridad y operaciones	X					X							
Plan de capacitacion a personal	X					X							
Monitoreo del cumplimiento de la capacitacion	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Plan de evaluacion de personal	X					X							
Evaluacion de satisfaccion al cliente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Reuniones con la junta de accionistas en bien de la mejora continua	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración Propia

3.6.1 Actividades Preoperativas

En este punto podemos resaltar como actividades preoperativas el alquiler del local, los gastos en la notaria para la constitución de la empresa, la licencia de funcionamiento, impresión de publicidad, creación de página web, compra de mobiliario para las salas de oficina, patio de juegos, cocina y la compra de laptops e impresoras.

CAPITULO IV. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

4.1 Análisis FODA.

4.1.1 Identificación de Oportunidades y amenazas

Oportunidades

- Las familias están empezando a mentalizarse de los beneficios que presentan las guarderías, tanto físicas como psicológicas, en los que desarrollan el potencial del niño y ofrecen un aprendizaje de la convivencia en la sociedad.
- Muchas mujeres ya no solo se dedican a la casa, si no que profesionalmente y laboralmente ejercen sus estudios realizados.
- Toman poco interés en contratar una nana, que muchas veces no se puede monitorear desde su trabajo.

Amenazas

- La competencia de precios de las diferentes guarderías debido a que la economía de las familias está bajando considerablemente y los padres optan por cuidar uno de ellos a los niños.
- Los padres desconocen al personal que se encargará del cuidado de su hijo y esto crea una desconfianza.
- La competencia con las otras guarderías debido a que ofrecen los mismos servicios.

4.1.2 Identificación de fortalezas y debilidades

Fortalezas

- Precios competitivos
- Localización céntrica
- Valor agregado tecnológico, los padres tienen la tranquilidad que el servicio es de calidad y podrán hacer sus labores con tranquilidad y también podrán monitorear en cualquier momento desde la plataforma virtual.

- El personal calificado con la que cuenta la guardería y el método sugerido en base a su edad y una diversidad de actividades y servicios.

Debilidades

- Pocos clientes por ser una guardería nueva
- Los niños corren el riesgo de enfermarse con más frecuencia.
- Altos costos en el mantenimiento
- Los niños siempre se engrían con sus padres y no quieren alejarse de ellos e ir con otras personas para sus cuidados.

Tabla N° 1: Matriz de evaluación de factores externos

FACTORES EXTERNOS CLAVE		Peso	Valc
Oportunidades			
1	El NSE B y C invierten en educación entre 13 y 15% con una tendencia creciente.	0.07	4
2	Los avances tecnológicos permiten a las personas compartir contenidos en tiempo real.	0.04	2
3	Desarrollo de nuevos negocios y servicios a través de las app's.	0.03	1
4	Las licencias de funcionamiento son de fácil trámite.	0.05	3
5	Servicio doméstico para cuidado infantil no capacitado y sin experiencia.	0.06	4
6	Disponibilidad limitada de que un familiar y/o tercero esté dispuesto a cuidar al niño durante el horario laboral de los padres.	0.06	4
7	Amplia variedad de proveedores en productos especializados en cuidado infantil.	0.06	2
8	Tendencia creciente de participación de la mujer en la PEA.	0.12	4
9	Presencia de profesionales capacitados y con experiencia en estimulación temprana.	0.06	3
Amenazas			
1	Inestabilidad política y crisis moral de gobernantes y autoridades	0.10	2
2	Competencia de precios con otras guarderías	0.15	2
3	Barrera de entrada alta, nuevos competidores pueden aparecer alrededor de la zona	0.10	1
4	Alternativas de cuidado infantil en el mercado tales como niñeras, familiares, nidos guarderías, entre otros.	0.05	4
5	Disminución en la tasa de natalidad	0.05	3
Total		1.00	

Tabla N° 3: Matriz de Estrategias - FODA

		Oportunidades	Amenazas	
FACTORES EXTERNOS		<ol style="list-style-type: none"> 1 El NSE B y C invierte en educación entre 13 y 15% con una tendencia creciente. 2 Los avances tecnológicos permiten a las personas compartir contenidos en tiempo real. 3 Desarrollo de nuevos negocios y servicios a través de las app's. 4 Las licencias de funcionamiento son de fácil trámite. 5 Servicio doméstico para cuidado infantil no capacitado y sin experiencia. Disponibilidad limitada de que un familiar y/o tercero esté dispuesto a cuidar al niño durante el horario laboral de los padres. 7 Amplia variedad de proveedores en productos especializados en cuidado infantil. 8 Tendencia creciente de participación de la mujer en la PEA. 9 Presencia de profesionales capacitados y con experiencia en estimulación temprana. 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Inestabilidad política y crisis moral de gobernantes y autoridades 2 Competencia de precios con otras guarderías Barrera de entrada alta, nuevos competidores pueden aparecer alrededor de la zona 3 Alternativas de cuidado infantil en el mercado tales como niñeras, familiares, nidos guarderías, entre otros. 5 Disminución en la tasa de natalidad 	
	FACTORES INTERNOS	Fortalezas	FO	FA
		1. Organización y estructura flexible adaptada al proyecto.	F5, F7, F9, O3, O4: Reforzar mediante campañas de marketing y publicidad los beneficios de contar con un centro de cuidado infantil cerca.	F1, F7, A2: Estrategia de prevención frente a cambios regulatorios del sector.
		2. Buen clima de motivación e integración con el equipo de trabajo.	F9, F10, O7, O8, O10: Fortalecer el vínculo padre - hijo mediante la participación activa de los padres en las diversas actividades desarrolladas en la guardería.	F4, F9, A4: Ofrecer el servicio de guardería con horario extendido a la salida del padre de familia hasta las 7:00 p.m.
		3. Escala salarial competitivo de acuerdo con el mercado.	F5, F9, F10, O2, O3, O4: Crear experiencias inolvidables que generen en el padre de familia satisfacción.	F1, F6, F7, F8, A3, A4: Generar servicios diferenciados que den frente a las nuevas ofertas de mercado (cuidado infantil)
		4. Espacio, distribución y capacidad instalada adecuada para los niños.	F8, F10, O12: Generar confianza gracias al staff de profesionales y monitoreo en línea.	
		5. Promoción y viralización de contenido a través de redes sociales.	F1, F6, F8, O3, O4: Plan de adaptación a los cambios y nuevas tecnologías para permanecer en el mercado y tener mayor diferenciación de la competencia.	
		6. Capacidad para conseguir recursos financieros		
		7. Conocimientos y experiencia en gestión administrativa.		
8. Precios competitivos al cliente.				
9. Cercanías a zonas comerciales y educativas.				
10. Plataforma tecnológica de monitoreo en tiempo real.				
	Debilidades	DO	DA	
1. Socios en fase inicial de curva de aprendizaje	D3, D2, O2, O3, O10: Utilizar un plan de marketing integral (Combinación de marketing digital y tradicional) que nos permita estar en la mente del consumidor.	D2, D3, A3, A4: Utilizar herramientas de medición de satisfacción del cliente para mejorar nuestro servicio según sea necesario.		
2. Imagen corporativa débil	D5, D1, A1, A12: Crear un plan de retención de personal sostenible, programa de remuneración por objetivos.	D1, D3, A1, A2, A3, A4: Formar alianzas estratégicas con proveedores y competidores según sea necesario.		
3. Empresa nueva en el rubro de estimulación temprana y cuidado infantil				
4. Rotación de personal				

Nota: Elaboración propia basada en la Matriz de Estrategias - FODA (D'Alessio, 2010)

Tabla N° 2: Matriz de evaluación de factores internos

FACTORES DETERMINANTES		Peso	Valc
Fortalezas			
1	Organización y estructura flexible adaptada al proyecto.	0.04	4
2	Buen clima de motivación e integración con el equipo de trabajo.	0.08	4
3	Escala salarial competitivo de acuerdo con el mercado.	0.06	3
4	Espacio, distribución y capacidad instalada adecuada para los niños.	0.10	4
5	Promoción y viralización de contenido a través de redes sociales.	0.09	4
6	Capacidad para conseguir recursos financieros	0.05	3
7	Conocimientos y experiencia en gestión administrativa	0.05	4
8	Precios competitivos al cliente.	0.10	4
9	Cercanía a zonas comerciales y educativas.	0.08	4
10	Plataforma tecnológica de monitoreo en tiempo real.	0.09	4
Debilidades			
1	Socios en fase inicial de curva de aprendizaje.	0.09	1
2	Imagen corporativa débil.	0.08	1
3	Empresa nueva en el rubro de estimulación temprana y cuidado infantil.	0.07	1
4	Rotación de personal.	0.02	2
Total		1.00	

Nota: Elaboración basada en la matriz de evaluación de factores externos e internos (D'Alessio, 2010), si el resultado de la evaluación de matrices expuestas anteriormente es superior a 2,5 significa que las estrategias de ILLARI les permite aprovechar las fortalezas y oportunidades, y controlar las amenazas y debilidades.

Análisis FODA

4.1.3 Análisis matricial DAFO

Gráfico 18 **ANALISIS MATRICIAL DAFO**

	Aspectos Negativos	Aspectos Positivos
Factores Internos	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> * Pocos clientes por ser una guarderia nueva * Los niños corren el riesgo de enfermarse con mas frecuencia * Altos costos en mantenimiento * Los niños siempre se engrien con sus padres y no uieren alejarse de ellos 	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> * Precios competitivos * Localizacion Centrica * Valor agregado tecnologico * Personal calificado
Factores Externos	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> * La competencia de precios de las diferentes guarderias * Los padres desconocen al personal * Las competencia con las otras guarderias 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> * Las familias comienzan a mentalizarse de los beneficios de las guarderias * Muchas mujeres ya no solo se dedican a la casa , sino laboralmente * Toman poco interes de buscar una nana

4.2 Justificación del negocio.

La decisión de crear una empresa de guardería infantil se debe a que en estos tiempos y por el estilo de vida los padres de familia deben cumplir con un horario de trabajo, de tiempo completo y esto genera que requieran el con quien dejar a los hijos, cubriendo sus expectativas de crecimiento y desarrollo emocional, fisiológico y educativo pues si es verdad existen muchas empresas dedicadas a este rubro en la zona, pero ninguna ofrece nuestros servicios diferenciales como el web care.

4.3 Visión

“Ser la primera opción de guardería de los padres que trabajan y ser reconocidos como un centro de estimulación temprana que brinda seguridad y confiabilidad, usando la tecnología que nos pone al nivel de la vanguardia y la actualidad, en tiempo real desde nuestra plataforma virtual.”

4.4 Misión

Nuestra misión es asistir, alimentar, estimular y apoyar en el cuidado de niños de tres meses a tres años durante su permanencia en la guardería.

4.5 Cultura Organizacional – Valores

Los valores que expondrá nuestra empresa son lo que tendremos por base para lograr lo propuesto como son:

- Responsabilidad: Ser cumplidos con nuestro trabajo.
- Transparencia: La transparencia hacia nuestros clientes, genera en ellos confianza de que se realizara un trabajo profesional y el cuidado debido a sus hijos.
- Escucha: Saber escuchar también las sugerencias y opiniones de nuestros clientes, para mejorar nuestra guardería es indispensable.
- Diferencia: El valor agregado que tenemos será lo que nos diferencia de la competencia, el cual será Live Streaming en nuestra guardería.
- Excelencia: La excelencia es que nos exijamos lo mejor que podamos, para así dar lo mejor, y nuestros clientes sean fieles a nosotros y hablaran del trabajo bueno que hacemos en nuestra guardería.

4.6 Objetivos estratégicos

4.6.1 Objetivos de rentabilidad y liquidez

- Esperamos obtener una utilidad neta antes del impuesto mayor al 30 % de las ventas un largo plazo (5 años).
- Creemos lograr un resultado sobre activos de 40 % en el quinto año.

- Planificamos lograr una recuperación parcial de la inversión a partir del segundo año de funcionamiento de la guardería.

4.6.2 Objetivos de crecimiento

- Poder cubrir el 50 % de la capacidad del local durante el primer año.
- Poder tentar abrir una nueva sede cada 5 años.

4.6.3 Objetivos de supervivencia

- Poder cubrir el 50 % de la capacidad de la guardería en los primeros 6 meses.
- Poder realizar las capacitaciones al 100% durante todo el año.
- Evitar toda clase de incidentes y accidentes.
- Poder lograr una efectividad en la satisfacción de los clientes como mínimo de un 90 % alcanzable en el segundo año.
- Lograr un nivel de satisfacción de los colaboradores mayor al 80 % a partir del segundo año teniendo en cuenta que el sueldo se incrementara cada año.

4.7 Estrategia competitiva

La estrategia competitiva es importante para la supervivencia de nuestra empresa debido a que nos ayudara a explotar nuestras fortalezas y desarrollar nuevas capacidades y también aprovechar nuevas oportunidades.

Para ello aplicaremos la estrategia de enfoque y luego la de diferenciación; primero el de enfoque debido a que nos enfocaremos en un nicho de mercado específico como son los padres de familia que no tienen con quien dejar a sus hijos, en esta parte centraremos la atención en ellos para que sea más fácil entender sus necesidades y sea más factible tener un dinamismo con este mercado.

Como segunda estrategia aplicaremos la diferenciación debido a que en la zona de San Martín de Porres muy pocas guarderías tienen un valor con la tecnología a diferencia de nosotros que tenemos la app con el web care, esto nos ayudara a crear un vínculo mayor y aumentar la lealtad y así puedan perder la sensibilidad al precio.

CAPITULO V. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

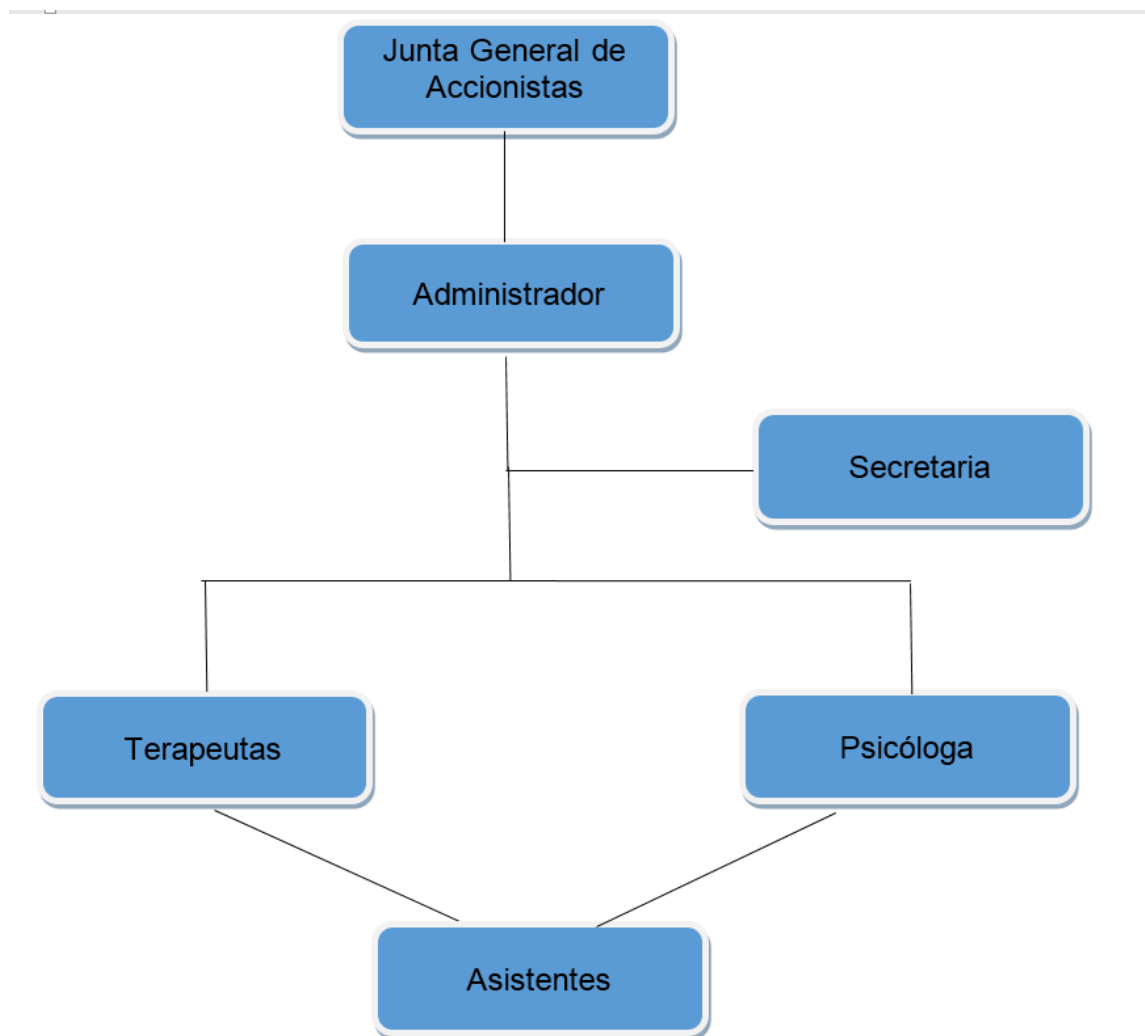
5.1 Organización

SHIARNI SAC está organizada por profesionales y especialistas en el rubro de estimulación temprana, esto nos destaca ante la competencia por que ofrecemos un servicio completo acorde a las necesidades y demanda del mercado.

Está conformado por 3 administradores como accionistas y también por una directora y personal docente especialistas en el cuidado infantil.

5.2 Organigrama

Gráfico 19 **ORGANIGRAMA**



5.3 Análisis de puestos: determinación de puestos, funciones y competencias

Puesto:	Administrador
Formación académica:	Bachiller en Administración
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Administración Financiera • Administración Gerencial
Experiencia:	Dos años de experiencia en el rubro de guarderías con el mismo puesto a cargo.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pensamiento crítico ❖ Comunicación ❖ Capacidad de planificar ❖ Capacidad de negociación ❖ Trabajo en equipo ❖ Liderazgo
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar y controlar la gestión diaria de la guardería. 2. Tomar decisiones sobre las alianzas estratégicas con proveedores. 3. Planificar los objetivos establecidos por la empresa. 4. Crear estrategias y políticas que permitan la correcta toma de decisiones. 5. <u>Asegurar</u> que los procesos de satisfacción del cliente operen adecuadamente. 6. Revisar los estados financieros mensuales y revisar el cumplimiento de <u>los mismos</u>. 7. Programación de pagos del personal.

Puesto:	Secretaria
Formación Académica:	Estudiante y/o técnica en Secretariado.
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Procesamiento de datos. ○ Ofimática.
Experiencia:	6 meses de experiencia en puesto similar.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad de comunicación ▪ Alta capacidad de negociación ▪ Proactiva y con iniciativa ▪ Saber priorizar y planificar ▪ Trabajo en equipo ▪ Organizada
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Recepcionar</u> llamadas de los padres de familia interesados en el servicio. 2. Registrar los pagos de las mensualidades. 3. Mantener actualizada la base de datos. 4. Redacción de documentos. 5. Trámites administrativos. 6. Emisión de boletas. 7. Registro de gastos incurridos en el mes. 8. Pago de servicios. 9. Realizar tareas afines que le designe el administrador.

Puesto:	Psicóloga
Formación académica:	Licenciada en Estimulación Temprana
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programas de estimulación temprana ✓ Metodología de enseñanza. ✓ Manejo de personal. ✓ Selección y aplicación de baterías de test acordes a las necesidades de la situación de evaluación. ✓ Saber interpretar los resultados de las evaluaciones psicológicas. ✓ <u>Comunicarse con</u> facilidad y claridad con personas de diversos niveles culturales. ✓ Redactar informes psicológicos.
Experiencia:	Experiencia laboral mínima de un año en guarderías o centros de estimulación.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ético – social. ➤ Autoaprendizaje y desarrollo profesional. ➤ Responsabilidad. ➤ Trabajar en equipo. ➤ Capacidad de escucha activa. ➤ Actitud colaborativa. ➤ Adaptación al cambio.
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de las posibilidades de aprendizaje del niño. 2. Promover el vínculo entre el centro y la familia. 3. Promover procesos de aprendizaje que tengan sentido para los niños. 4. Intervención a través de juegos en procesos cognitivos como la atención, la memoria, etc. 5. Desarrollar patrones que favorezcan el desarrollo en motricidad fina y gruesa. 6. Intervención en miedos, dificultades de conducta, relación con iguales, relación entre

	hermanos, etc.
Puesto:	Terapeuta de Lenguaje
Formación Académica:	Bachiller técnico Terapia de lenguaje y logopedia.
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades y objetivos de cada niño y esforzarse para que lo logren. • Coordinar un plan de seguimiento con el niño y la familia. • Llevar un registro del desarrollo de los niños. • Hacer seguimiento a los niños y preparar los materiales como las actividades que sean pertinentes.
Experiencia:	Experiencia mínima de dos años desarrollando funciones en el puesto de trabajo como terapeuta de lenguaje.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Escucha activa ○ Empatía ○ Autenticidad ○ Competencia ○ Confianza ○ Cordialidad
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizará mediante el juego la estimulación del lenguaje en los niños. 2. Mantendrá la motivación e interacción entre el especialista y el niño. 3. Ayudará a los niños a producir con su propia lengua y labios vocalizaciones e imitación de sonidos producidos por el especialista y las cosas que los rodeen. 4. Realizará actividades ligadas de forma directa a la expresión oral <u>como</u> por ejemplo: las narraciones, dramatizaciones, adivinanzas, canciones e incluso poesías sencillas. 5. Utilizará el método de corrección

no

	<p>indirecta de las palabras del niño, respondiéndole frecuentemente, repitiendo sus frases, corrigiendo las palabras mal dichas y añadiendo las que no dice.</p> <p>6. Utilizará un lenguaje claro y adulto, evitando diminutivos y el lenguaje infantilizado.</p> <p>7. Acostumbrará al niño para que aprenda a escuchar y que él también sea escuchado.</p>
--	--

Puesto:	Terapeuta Ocupacional
Formación académica:	Bachiller técnico en Terapia Ocupacional
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar los conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional, desarrollando las competencias asignadas. ▪ <u>Incorporar el</u> autoaprendizaje para continuar progresando, como instrumento de desarrollo, innovación y responsabilidad profesional. ▪ Adquirir y desarrollar habilidades, destrezas y experiencia práctica. ▪ Establecer una comunicación interpersonal asertiva con todos los interlocutores que sean relevantes durante el proceso de terapia ocupacional. ▪ Capacidad de aprendizaje continuo. ▪ Habilidad para trabajar de manera autónoma. ▪ Capacidad para trabajar en equipo.
Experiencia:	Experiencia laboral mínima de un año en centros de estimulación temprana y/o guarderías.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocer, diseñar y aplicar las distintas modalidades y procedimientos generales en terapia ocupacional. ✚ Fomentar la participación del niño

	<p>y familia en su proceso de aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocer, comprender y aplicar los fundamentos de la autonomía personal en las actividades de la vida diaria. ✚ <u>Ser capaz</u> de reconocer y afrontar los cambios con facilidad. ✚ Respetar el entorno medioambiental y fomentar el desarrollo sostenible.
<p>Funciones:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El terapeuta ocupacional poco a poco irá formando un vínculo con el niño que le ayudará a sentirse seguro y poder explorar el espacio, y así llegar a integrarlo como propio y expresar en él sus sentimientos y emociones. 2. A través de la observación definirá parámetros psicomotores (tono, mirada, respiración y lenguaje, entre otros). 3. Realizará hipótesis y actuaciones que le permitirán acompañar al niño(a) facilitando y favoreciendo su desarrollo motor, intelectual, físico y socio – emocional. 4. Las actividades usadas se harán gradualmente más difíciles y complicadas con el fin de que a través de la repetición el sistema nervioso responda de manera más "organizada" a las sensaciones y al movimiento. 5. Favorecerá la atención, concentración y prevendrá dificultades en lecto – escritura. 6. Mejorará el equilibrio y la coordinación manual. 7. Trabajará la coordinación entre ambas piernas. 8. Estimulará y ejercitará en general la motricidad gruesa y fina asociando el mundo táctil, el sentido kinestésico y la vista.

	9. Ayudará a conseguir independencia brazo – tronco que es el factor más importante de la precisión en la coordinación óculo - <u>manual</u> .
--	--

Puesto:	Asistentes
Formación académica:	Secundaria Completa
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cuidados básicos del bebé como el cambio de pañal, el baño y alimentación. ❖ Primeros auxilios como cuando el menor presente fiebre, sufra caídas o golpes.
Experiencia:	Madres de familia.
Habilidades y Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vocación por el cuidado infantil. ✓ Proactiva. ✓ Madura y responsable. ✓ Atenta y minuciosa. ✓ Comunicativa. ✓ Cariñosa. ✓ Educada. ✓ Organizada. ✓ Puntual.
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir a las terapeutas y psicóloga. 2. Realizar otras actividades que le designe sus superiores.

5.4 Cuadro de asignación de personal en planilla y recibo por honorarios

Tabla 14. Asignación de personal

Cuadro de Asignacion de Personal		
Nombre de la Unidad	Numero de Cargos	Denominacion de Cargo Estructurado
Administracion / Direccion	1	Lic. Administracion
Secretaria	1	Tec. Secretaria
Psicologo	1	Lic. Psicologia
Terapeuta Ocupacional	1	Prof. Terapeuta
Terapeuta de Lenguaje	1	Prof. Terapeuta
Asistentes	3	Ayudantes
Cuadros Recibos por Honorarios		
Nombre de la Unidad	Numero de Cargos	Denominacion de Cargo Estructurado
Contador	1	Lic. Contabilidad
Cocinera	1	Cocina
Limpieza	1	Mantenimiento

5.5 Estructura salarial

Estructura del costo del servicio - Costo Fijo – MOD

COSTOS DE REMUNERACION DE PERSONAL PLANILLA Y RECIBO POR HONORARIOS

PERSONAL EN PLANILLA		
N°	CARGO U OCUPACION	INGRESOS DEL SUELDO BASICO
1	ADMINISTRADOR	S/ 1,200.00
2	SECRETARIA	S/ 1,000.00
3	PSICOLOGO	S/ 1,200.00
4	TERAPEUTA OCUPACIONAL	S/ 1,300.00
5	TERAPEUTA DE LENGUAJE	S/ 1,300.00
6	AUXILIAR	S/ 930.00
7	AUXILIAR	S/ 930.00
8	AUXILIAR	S/ 930.00

PERSONAL RECIBO POR HONORARIOS		
N°	CARGO U OCUPACION	COSTO MENSUAL
1	CONTADOR	S/ 600.00
2	COCINERA	S/ 1,100.00
3	LIMPIEZA	S/ 1,100.00

5.6 Modalidad Empresarial

La Modalidad Empresarial que hemos escogido en nuestra guardería ILLARI, es una Sociedad Anónima Cerrada (SAC), por el motivo de que se ajusta a continuación:

- Compone con 2 mínimo y 20 máximo en accionistas, y en nuestro caso somos 3 accionistas cumpliendo así lo establecido. Lo cual no involucra ni limita la posibilidad de manejar grandes capitales.
- Porque es sociedad de pequeña escala que puede ser familiar o amical, siendo nuestro caso una empresa entre amigos, que decidimos ser socios, para hacer empresa.
- El capital social está formado por acciones y conformada por aportes en efectivo, los socios responderán con las deudas sociales.
- No es indispensable, ni tampoco lo permite el tipo de sociedad SAC, debido a que tiene mayor complejidad, como en otros tipos de Personas Jurídicas.

Tomando en cuenta las características del tipo de Modalidad Empresarial, y viendo que es un tipo de sociedad más factible, para nuestro tipo de giro de negocio se escogió una Sociedad Anónima Cerrada (SAC).

5.7 Trámites a seguir para constituir nuestra empresa

Para constituir la empresa SHIARNI SAC contratamos los servicios de la notaria Roy Párraga ubicada en Jirón Tomás Guido 150, Cercado de Lima 15046 donde nos costó el importe de s./460.00 y la cual se gestiona con los siguientes pasos:

PASO 1 ELEGIR EL TIPO DE SOCIEDAD

SHIARNI es una persona jurídica y los socios accionistas elegimos el tipo de sociedad SAC.

PASO 2 INDAGAR EN LA SUNARP

Se verifico en la SUNARP que el nombre SHIARNI SAC no este registrado.

PASO 3 SOLICITAR RESERVA DE NOMBRE

La notaria solicita y reserva el nombre debido a que no estaba registrado en la SUNARP.

PASO 4 ELABORACION DE LA MINUTA

La Notaria Roy Párraga se encargó de elaborar la minuta, los elementos son los siguientes:

- Datos personales y copias de los DNI de los socios accionistas.
- El giro de la empresa.
- El tipo de empresa.
- Tiempo de duración de la empresa.
- Cuando iniciara sus actividades.
- Domicilio Comercial.
- Cuál es la denominación social de la empresa.
- Representante de la administración.
- Aportes de cada socio.
- El capital social o patrimonio de la empresa.

PASO 5 ELEVAR LA MINUTA A ESCRITURA PUBLICA

La Notaria se encargó de realizar esta gestión y elevo la minuta a escritura pública, terminada la gestión fue firmado y sellado por el notario. Mencionamos que en esta gestión nos solicitaron los siguientes documentos:

- Comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado de los bienes no dinerarios.

PASO 6 ELEVAR LA ESCRITURA PUBLICA EN REGISTROS PUBLICOS

La Notaria también se encargó de realizar esta gestión, en este proceso Podemos afirmar que a partir de este momento la empresa queda constituida y el trabajo de la notaria queda culminado.

PASO 7 ADQUIRIMOS NUMERO DE RUC EN LA SUNAT

En este paso nosotros visitamos a la SUNAT y realizamos la gestión para la obtención de nuestro número de RUC solicitándonos lo siguiente:

- DNI más dos copias del representante legal y los accionistas.
- Recibo de luz o agua (cuya fecha debe ser de los últimos 2 meses)
- Presentar la última declaración jurada del impuesto predial o autoevaluó.
- Contrato de alquiler (Domicilio fiscal).
- Elegimos el régimen tributario (Régimen especial; debido a que según nuestra proyección cumplíamos con los parámetros exigidos para pertenecer a este régimen).
- Solicitamos la autorización para poder emitir boletas y facturas electrónicas.
- Sunat nos proporciona la clave SOL para poder acceder a nuestra cuenta y poder realizar las declaraciones mensuales, así como también poder emitir nuestras boletas o facturas electrónicas.

PASO 8 INSCRIPCION EN REMYPE (Registro de la micro y pequeña empresa)

- Accedimos a la página web [https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro- y-pequena-empresa-remype](https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype).
- Registramos nuestra empresa, para eso nos exigen tener el RUC usuario y la clave SOL.
- Confirmamos y registramos nuestra empresa.
- Ingresamos los datos de los trabajadores y la modalidad contractual.

- Imprimimos la solicitud de inscripción y generamos allí un archivo virtual de la misma.
- Después de 7 días luego de la verificación del Ministerio de trabajo y Promoción del empleo, procedemos a imprimir la constancia de inscripción.

PASO 9 SOLICITAR LICENCIA MUNICIPAL

Solicitamos la licencia municipal en la municipalidad de san Martín de Porres, para ello accedimos a la página web correspondiente y realizamos lo siguiente:

- Accedimos a la página web <http://www.mdsmp.gob.pe>
- Llenamos el formato correspondiente a licencias municipales con el número de RUC y DNI.
- Presentamos la copia simple de vigencia de poderes de la empresa.
- Realizamos el pago del derecho correspondiente a licencia en la caja de tesorería el importe de s./121.70 por tener un área mayor de 100 m².
- El plazo a resolver fue de 15 días hábiles.
- Pasamos la observación de condiciones de seguridad por DEFENSA CIVIL en la cual se pagó el importe de s. /99.30.

PASO 10 COMPRAR Y LEGALIZAR LIBROS CONTABLES

En esta parte fuimos a comprar y legalizar nuestros libros contables asumiendo el importe total de s./150.00 por los dos libros contables (libro de compras y libro de ventas) solo llevamos estos dos libros por pertenecer al régimen especial.

PASO 11 LEGALIZAMOS EL LIBRO DE PLANILLA EN EL MINISTERIO DE TRABAJO

Llevamos el libro de planilla de pago de remuneraciones al MINTRA para que se legalice, para eso se solicitó lo siguiente:

- Solicitud de autorización de libros de planillas.

- Pago del derecho (1 % UIT = S. /42.00), pero por ser una microempresa recibimos un descuento del 70% (s. /12.60). Para tal efecto realizamos una declaración jurada, afirmando que somos una microempresa.

PASO 12 INSCRIBIMOS A LOS TRABAJADORES EN EL SIS

Inscribimos a los trabajadores en el SIS según el procedimiento correspondiente a este tipo de gestiones.

Los trabajadores incluyendo sus derechohabientes tienen cobertura de salud a través del SIS. El empleador asumirá el 50% y el otro 50% el empleado, esto se debe a que somos una microempresa.

5.8 Implicaciones Legales

Al ser una guardería no necesitamos la autorización de la UGEL debido a que no somos una institución educativa.

Conforme a Ley contaremos con Licencia de funcionamiento, cual es regulada bajo la Ley N° 28976(Marco de Licencia de funcionamiento), Título II, artículo 7.

Inspección de Defensa Civil

Según norma se contempla una Inspección Técnica de Seguridad y Defensa Civil, sera necesaria para comprobar la seguridad del inmueble donde se ofrecerá el servicio de guardería.

5.9 Régimen Tributario (RER)

La empresa se acoge al régimen especial a la renta (RER) debido a que cumple los siguientes requisitos:

- Los ingresos anuales y proyectados no superan los S/. 525,000.

- El valor de los activos fijos afectados a la actividad exceptuando predios y vehículos, no debe superar los S/. 126,000.
- El personal afectado a la actividad no es mayor a 10 personas por turno de trabajo.

Las ventajas que obtenemos al estar en este régimen RER donde debemos declarar y pagar mensualmente el impuesto a la renta establecido solo será de 1,5% a diferencia del Régimen General que es de 2% de los ingresos netos mensuales y el impuesto General a las Ventas -IGV fijado en 18% a partir de 01 de marzo del 2011, antes era 19% es igual que en el Régimen General. También solo registramos nuestras operaciones en los siguientes libros y registros contables:

- a) Registro de Compras
- b) Registro de Ventas
- c) Tipos de comprobantes que un contribuyente sujeto al RER puede emitir
- d) Facturas
- e) Boletas de venta
- f) Liquidaciones de compra
- g) Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras

Otros documentos

- Notas de crédito y notas de débito
- Guías de remisión (para sustentar el traslado de bienes)

5.10 Registro REMYPE

Al estar inscritos como una microempresa debido a que tenemos como máximo 10 trabajadores en planilla y además no superamos las 150 UIT de ventas anuales; los trabajadores tendrán los siguientes beneficios laborales comunes en la cual no podrán recibir menos del sueldo mínimo

vital, también no trabajarán más de 48 horas semanales y tendrán un día de descanso semanal.

Los trabajadores solo tendrán 15 días de vacaciones al año. En beneficio para nuestra empresa evitaremos pagar gratificaciones y CTS.

5.11 Comprobantes de pago.

Los comprobantes de pago que la empresa utilizaría sería facturas y boletas electrónicas.

5.12 Libros Contables

Como la empresa está bajo el RER solo estaría llevando los siguientes libros contables

Registro de Compras

Registro de Ventas

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales	Hasta S/. 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales	Hasta S/. 525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

CAPITULO VI. PRESUPUESTO, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

6.1 Presupuesto, inversión y financiamiento

Para nuestro proyecto y el inicio de sus actividades estimamos alquilar un inmueble de 200 m². El importe a pagar por el pintado del local es de s.

/7.00 por m². Incluyendo materiales donde se proyecta a que el mantenimiento será cada año.

El costo de alquiler del local es de s./1700.00 mensuales, también se negoció para exonerarnos de la garantía debido a que el inmueble es de un amigo de uno de los accionistas.

6.2 Análisis de costos

Las inversiones tangibles y son comprados para su uso y nos proyectamos a que estos duren el mayor tiempo posible. Excepto inversiones que tengan una vida ilimitada, pero por lo demás todo tendrá un tiempo de vida, durante ese tiempo se sacara la mayor utilidad y luego cuando cumpla su ciclo quedarán como inservibles.

6.2.1 Inversión Fija

Consolidamos la inversión tangible y la intangible, y nos ayudara al desarrollo inicial del proyecto pudiendo diferenciar su fase inicial operativa. Los costos que presentaremos se basa en cotizaciones y/o proformas hechas por posibles proveedores antes de la ejecución de dicho proyecto.

6.2.3 Inversión fija Intangible

En esta parte del proyecto incluiremos todos los gastos intangibles, mejor dicho, todos los gastos pre operativos antes del proyecto y que no pueden ser identificados como inversiones intangibles.

También en esta parte podemos definir que la inversión fija intangible de Illari Guardería se incorpora los costes operativos del proyecto en su fase de funcionamiento (es un cargo contable que no aplica pago en efectivo) como amortización de intangibles.

Inversion Fija Intangible

Soles			
DESCRIPCION			
INVERSION FIJA INTANGIBLE	Precio * Unidad	Cantidad	Costo Total
Gastos Pre operativos			
Reserva del nombre de la empresa	S/ 20.00	1	S/ 20.00
Elaboracion minuta y elevar a escritura publica	S/ 350.00	1	S/ 350.00
Inscripcion en registros publicos	S/ 90.00	1	S/ 90.00
Obtencion de RUC		1	S/ 0.00
Compra y Legalizacion de libros contables	S/ 75.00	2	S/ 150.00
Legalizar libro planillas Ministerio de Trabajo	S/ 29.40	1	S/ 29.40
Inscripcion trabajadores Essalud		1	S/ 0.00
Diseño de web	S/ 600.00	1	S/ 600.00
Licencia Indeci	S/ 99.30	1	S/ 99.30
Licencia Municipal	S/ 121.70	1	S/ 121.70
TOTAL INVERSION INTANGIBLE	1,385.40		S/ 1,460.40

fuelle: notaria parraga y elaboracion propia

fácilmente identificables y son reales.

En este campo identificaremos todas las inversiones palpables que también son importantes y consideramos como preoperativo del proyecto, debido a que nos servirá para la implementación de la guardería.

Los importes son referenciales en base a cotizaciones y/o proformas emitidas por nuestros futuros proveedores.

Tabla 16. Costos activos tangibles

EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE DATOS							
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	TOTAL P. UNITARIO	TOTAL PRECIO	TOTAL IGV	TOTAL
Laptops	3	S/ 1,050.00	S/ 189.00	S/ 1,239.00	S/ 3,150.00	S/ 567.00	S/ 3,717.00
Impresora	1	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40
TV LED 40"	1	S/ 950.00	S/ 171.00	S/ 1,121.00	S/ 950.00	S/ 171.00	S/ 1,121.00
Pantalla <u>ecran</u>	1	S/ 210.00	S/ 37.80	S/ 247.80	S/ 210.00	S/ 37.80	S/ 247.80
Proyector multimedia	1	S/ 1,050.00	S/ 189.00	S/ 1,239.00	S/ 1,050.00	S/ 189.00	S/ 1,239.00
Sistema de <u>camaras</u>	1	S/ 2,340.00	S/ 421.20	S/ 2,761.20	S/ 2,340.00	S/ 421.20	S/ 2,761.20
Equipo de sonido	1	S/ 380.00	S/ 68.40	S/ 448.40	S/ 380.00	S/ 68.40	S/ 448.40
TOTAL					S/ 8,360.00	S/ 1,504.80	S/ 9,864.80
MUEBLES Y ENSERES							
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	TOTAL P. UNITARIO	TOTAL PRECIO	TOTAL IGV	TOTAL
Escritorio	3	S/ 340.00	S/ 61.20	S/ 401.20	S/ 1,020.00	S/ 183.60	S/ 1,203.60
Sillas giratorias	2	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Sillas grandes	8	S/ 35.00	S/ 6.30	S/ 41.30	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40
Sillas para niños	20	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Sillas para comer	10	S/ 45.00	S/ 8.10	S/ 53.10	S/ 450.00	S/ 81.00	S/ 531.00
Sillas para <u>recepcion</u> y espera	2	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40	S/ 560.00	S/ 100.80	S/ 660.80
Mueble archivador	2	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90	S/ 410.00	S/ 73.80	S/ 483.80
Mesa para niños	3	S/ 310.00	S/ 55.80	S/ 365.80	S/ 930.00	S/ 167.40	S/ 1,097.40
Armario (<u>para</u> ropa y accesorios)	6	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90	S/ 1,230.00	S/ 221.40	S/ 1,451.40
Estante para <u>utiles</u>	3	S/ 201.00	S/ 36.18	S/ 237.18	S/ 603.00	S/ 108.54	S/ 711.54
Cuna y <u>colchon</u>	14	S/ 250.00	S/ 45.00	S/ 295.00	S/ 3,500.00	S/ 630.00	S/ 4,130.00
Mesa para cocina	1	S/ 201.00	S/ 36.18	S/ 237.18	S/ 201.00	S/ 36.18	S/ 237.18
Menaje para <u>cocina</u> (<u>vajillas</u> , ollas, etc)	2	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40	S/ 560.00	S/ 100.80	S/ 660.80
TOTAL					S/ 10,344.00	S/ 1,861.92	S/ 12,205.92
EQUIPOS Y UTENCILIOS							
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	TOTAL P. UNITARIO	TOTAL PRECIO	TOTAL IGV	TOTAL
Cocina	1	S/ 340.00	S/ 61.20	S/ 401.20	S/ 340.00	S/ 61.20	S/ 401.20
Equipo <u>esterilizador</u> de <u>biberon</u>	1	S/ 110.00	S/ 19.80	S/ 129.80	S/ 110.00	S/ 19.80	S/ 129.80
Horno microondas	1	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90
Lavadora de 12 kilos	1	S/ 710.00	S/ 127.80	S/ 837.80	S/ 710.00	S/ 127.80	S/ 837.80
Refrigeradora	1	S/ 530.00	S/ 95.40	S/ 625.40	S/ 530.00	S/ 95.40	S/ 625.40
Sistema - alarma contra incendio	1	S/ 60.00	S/ 10.80	S/ 70.80	S/ 60.00	S/ 10.80	S/ 70.80
Extintores 6 kilos	5	S/ 60.00	S/ 10.80	S/ 70.80	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
<u>Botiquin</u>	1	S/ 119.00	S/ 21.42	S/ 140.42	S/ 119.00	S/ 21.42	S/ 140.42
Sabanas y colchas	12	S/ 22.00	S/ 3.96	S/ 25.96	S/ 264.00	S/ 47.52	S/ 311.52
Alfombras	8	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90	S/ 1,640.00	S/ 295.20	S/ 1,935.20
Pizarra <u>acrilica</u>	3	S/ 50.00	S/ 9.00	S/ 59.00	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00
Juego de vajillas (<u>varios</u>) (<u>doc</u>)	2	S/ 165.00	S/ 29.70	S/ 194.70	S/ 330.00	S/ 59.40	S/ 389.40
Cubiertos / utensilios (<u>doc</u>)	2	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96	S/ 144.00	S/ 25.92	S/ 169.92
Juego de ollas	2	S/ 260.00	S/ 46.80	S/ 306.80	S/ 520.00	S/ 93.60	S/ 613.60
TOTAL					S/ 5,422.00	S/ 975.96	S/ 6,397.96

EQUIPOS Y MATERIALES DE JUGUETERIA								
+	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	TOTAL P. UNITARIO	TOTAL PRECIO	TOTAL IGV	TOTAL
	Tobogan	1	S/ 1,100.00	S/ 198.00	S/ 1,298.00	S/ 1,100.00	S/ 198.00	S/ 1,298.00
	Casita Little Tikes	2	S/ 1,150.00	S/ 207.00	S/ 1,357.00	S/ 2,300.00	S/ 414.00	S/ 2,714.00
	Silla mecedora Fisher Price	8	S/ 205.00	S/ 36.90	S/ 241.90	S/ 1,640.00	S/ 295.20	S/ 1,935.20
	Modulo de psicomotricidad	1	S/ 975.00	S/ 175.50	S/ 1,150.50	S/ 975.00	S/ 175.50	S/ 1,150.50
	Piscina de pelotas	1	S/ 140.00	S/ 25.20	S/ 165.20	S/ 140.00	S/ 25.20	S/ 165.20
	Gimnasio musical Fisher Price	4	S/ 135.00	S/ 24.30	S/ 159.30	S/ 540.00	S/ 97.20	S/ 637.20
	Little Tikes endless	2	S/ 240.00	S/ 43.20	S/ 283.20	S/ 480.00	S/ 86.40	S/ 566.40
	Little Tikes horse azul	5	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00	S/ 750.00	S/ 135.00	S/ 885.00
	Garden Play House	1	S/ 830.00	S/ 149.40	S/ 979.40	S/ 830.00	S/ 149.40	S/ 979.40
	Colchonetas 20 x60	18	S/ 30.00	S/ 5.40	S/ 35.40	S/ 540.00	S/ 97.20	S/ 637.20
	CD interactivos	8	S/ 3.00	S/ 0.54	S/ 3.54	S/ 24.00	S/ 4.32	S/ 28.32
	Pisos de goma EVA	12	S/ 11.00	S/ 1.98	S/ 12.98	S/ 132.00	S/ 23.76	S/ 155.76
	Rompecabezas grandes	10	S/ 7.00	S/ 1.26	S/ 8.26	S/ 70.00	S/ 12.60	S/ 82.60
	Rompecabezas pequeñas	10	S/ 4.00	S/ 0.72	S/ 4.72	S/ 40.00	S/ 7.20	S/ 47.20
	Juegos didácticos Legos	10	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24	S/ 180.00	S/ 32.40	S/ 212.40
	Cuentos infantiles	10	S/ 6.00	S/ 1.08	S/ 7.08	S/ 60.00	S/ 10.80	S/ 70.80
	Pelotas	5	S/ 11.00	S/ 1.98	S/ 12.98	S/ 55.00	S/ 9.90	S/ 64.90
	Pelotitas por ciento	1	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70
	Juguetes de trapo	10	S/ 4.00	S/ 0.72	S/ 4.72	S/ 40.00	S/ 7.20	S/ 47.20
	Mini instrumentos musicales	8	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70	S/ 120.00	S/ 21.60	S/ 141.60
	Cubos	8	S/ 9.00	S/ 1.62	S/ 10.62	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
	Animalitos de juguete	10	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24	S/ 180.00	S/ 32.40	S/ 212.40
	Baldecitos por docena	1	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24
	Construcción y disposición Fisher Price	5	S/ 55.00	S/ 9.90	S/ 64.90	S/ 275.00	S/ 49.50	S/ 324.50
	Trazos y recorridos Fisher Price	6	S/ 55.00	S/ 9.90	S/ 64.90	S/ 330.00	S/ 59.40	S/ 389.40
	Arrastres Fisher Price	4	S/ 55.00	S/ 9.90	S/ 64.90	S/ 220.00	S/ 39.60	S/ 259.60
	Encajes y Ensartes Fisher Price	6	S/ 38.00	S/ 6.84	S/ 44.84	S/ 228.00	S/ 41.04	S/ 269.04
	Dominos y mosaicos Fisher Price	8	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24	S/ 144.00	S/ 25.92	S/ 169.92
	TOTAL					S/ 11,498.00	S/ 2,069.64	S/ 13,567.64
	TOTAL INVERSION TANGIBLE					S/ 35,624.00	S/ 6,412.32	S/ 42,036.32

En total la inversión fija inicial entre la inversión fija activa intangible y la inversión fija activa tangible para este proyecto asciende a s./42,036.32 (nuevos soles).

6.2.5 Costo de servicios

Determinamos un plan de horarios para el personal docente y auxiliar donde trabajaran 8 horas diarias.

A partir del segundo año el personal en planilla tendrá un aumento en su remuneración de un 2% cada año.

También contaremos con personal externo que trabajara mediante recibo por honorarios con los siguientes horarios:

- Contador: 1 vez por mes de 9:00 am – 11:00 am
- Limpieza: lunes-miércoles-viernes de 9:00 am a 6:00 pm
- Cocinera: lunes a viernes de 7:00 am a 5:00 pm

A continuación, detallaremos la planilla del personal.

Tabla 17. Sueldos y horario de personal Planilla

N°	CARGO U OCUPACION	REMUNERACION	ASIGNACION FAMILIAR	INGRESOS DEL TRABAJADOR	COSTO TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	S/ 1,200.00		S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
2	SECRETARIA	S/ 1,000.00		S/ 1,000.00	S/ 12,000.00
3	PSICOLOGA	S/ 1,200.00		S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
4	TERAPEUTA OCUPACIONAL	S/ 1,300.00		S/ 1,300.00	S/ 15,600.00
5	TERAPEUTA DE LENGUAJE	S/ 1,300.00		S/ 1,300.00	S/ 15,600.00
6	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	S/ 930.00	S/ 93.00	S/ 1,023.00	S/ 12,276.00
7	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	S/ 930.00	S/ 93.00	S/ 1,023.00	S/ 12,276.00
8	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	S/ 930.00	S/ 93.00	S/ 1,023.00	S/ 12,276.00
TOTAL				S/ 9,069.00	S/ 108,828.00

tabla 18. Sueldos y horario de personal por Honorarios

SUELDOS Y HORARIOS DE PERSONAL POR RECIBO POR HONORARIOS						
N°	CARGO U OCUPACION	HORAS X SEMANA	HORAS X MES	COSTO X HORA	COSTO MENSUAL	DIAS LABORALES
1	CONTADOR		2	S/ 300.00	S/ 600.00	Primer día del mes
2	COCINERA	8	192		S/ 1,100.00	Lunes a viernes
3	LIMPIEZA	8	192		S/ 1,100.00	Lunes a viernes
TOTAL MENSUAL					S/ 2,800.00	

Fuente: Elaboración propia

6.2.5.1 Planilla mensual

Tabla 19. Planilla mensual

PLANILLA MENSUAL PARA EL PAGO DE REMUNERACIONES DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO												
CANT	CARGO	JORNADA	INGRESOS MENSUALES DEL TRABAJADOR				DESCUENTOS		TOTAL MENSUAL NETO	TOTAL ANUAL	Costa Patronal Anual	TOTAL GENERAL
			SUELDO BASICO	ASIGNACION FAMILIAR	OTROS	2019	ONP 13%	AFP 12%			SIS	
			S/.	S/.		S/.		S/.	S/.	S/.	S/.	
	94 - 95 Gastos de Vta.		2,200.0	0.00	0.00	2,200.00	0.00	264.00	1,936.00	26,400.00	360.00	26,760.00
1	ADMINISTRADOR	FULL TIME	1,200.0	0.00		1,200.00	NO	144.00	1,056.00	14,400.00	180.00	14,580.00
2	SECRETARIA (Gastos Adm)	FULL TIME	1,000.0	0.00		1,000.00	NO	120.00	880.00	12,000.00	180.00	12,180.00
	92 Costo de servicio		6,590.0	279.00	0.00	6,869.00	0.00	824.28	6,044.72	82,428.00	1,080.00	83,508.00
3	PSICOLOGA	FULL TIME	1,200.0	0.00		1,200.00	NO	144.00	1,056.00	14,400.00	180.00	14,580.00
4	TERAPEUTA FISICA	FULL TIME	1,300.0	0.00		1,300.00	NO	156.00	1,144.00	15,600.00	180.00	15,780.00
5	TERAPEUTA DE LENGUAJE	FULL TIME	1,300.0	0.00		1,300.00	NO	156.00	1,144.00	15,600.00	180.00	15,780.00
6	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	FULL TIME	930.0	93.00		1,023.00	NO	122.76	900.24	12,276.00	180.00	12,456.00
7	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	FULL TIME	930.0	93.00		1,023.00	NO	122.76	900.24	12,276.00	180.00	12,456.00
8	ASISTENTE (MADRE DE FAMILIA)	FULL TIME	930.0	93.00		1,023.00	NO	122.76	900.24	12,276.00	180.00	12,456.00
TOTAL			8,790.0	279.00	0.00	9,069.00	0.00	1,088.28	7,980.72	108,828.00	1,440.00	110,268.00

fuentes: Elaboración propia

6.2.5.2 Planilla Anual

Tabla 20. Planilla Anual

PLANILLA ANUAL DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO							
CANT	CARGO	MENSUAL	2019	2020	2021	2022	2023
1	ADMINISTRADOR	1,200	1,200	1,224	1,248.48	1,273.45	1,298.92
2	SECRETARIA	1,000	1,000	1,020	1,040.40	1,061.21	1,082.43
3		2,200	2,200	2,244	2,288.88	2,334.66	2,381.35
4		6,590	6,869	7,006.40	7,146.51	7,289.44	7,435.23
5	PSICOLOGA	1,200	1,200	1,224	1,248.48	1,273.45	1,298.92
6	TERAPEUTA FISICA	1,300	1,300	1,326	1,352.52	1,379.57	1,407.16
7	TERAPEUTA DE LENGUAJE	1,300	1,300	1,326	1,352.52	1,379.57	1,407.16
8	ASISTENTE	930	1,023	1,043.50	1,064.33	1,085.62	1,107.33
9	ASISTENTE	930	1,023	1,043.50	1,064.33	1,085.62	1,107.33
10	ASISTENTE	930	1,023	1,043.50	1,064.33	1,085.62	1,107.33
TOTAL		8,790	9,069	9,250.38	9,435.39	9,624.10	9,816.58

fuelle: Elaboracion propia

6.3 Alimentación

Se establece, que la guardería tendrá 2 tipos de servicio en cuanto a la alimentación; el primer paquete se llamara “en nuestras manos” el cual es dirigido a los niños que se quedaran de corrido en todo el horario de la guardería; desde las 7:00 am hasta las 7:00 pm, quiere decir que estos niños tendrán desayuno, almuerzo y lonche.

El segundo paquete llamado “semi full” será para los niños que se quedaran en tiempos parciales, como por ejemplo de 7:30 am hasta las 2:00 pm y solo tendrá desayuno y almuerzo.

Para calcular el costo de la alimentación nos basaremos en la proyección de niños que tendremos el primer año, la cual se proyecta a finales de año tener 40 niños entre los dos paquetes. Cabe recalcar que la capacidad total de la guardería será como máximo 80 niños teniendo en cuenta que el local tiene 200 m2 y según el MINEDU hablando de la infraestructura cada niño debe de ocupar un espacio de 2m2 y que se espera tener a partir del segundo periodo.

Tabla 21. Costos de Alimentación

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO DIARIO	COSTO DE ALIMENTACION						
			PRECIO	COSTO TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete "en nuestras manos" (7:30 AM - 7:00PM)	30	S/ 6.30	S/ 189.00	S/ 3,780.00	S/ 45,360.00	S/ 51,256.80	S/ 59,457.89	S/ 71,349.47	S/ 74,203.44
Paquete " Semi Full" (7:30 AM - 2:00 PM)	10	S/ 3.80	S/ 38.00	S/ 760.00	S/ 9,120.00	S/ 11,491.20	S/ 13,099.97	S/ 17,422.96	S/ 18,119.88
TOTAL	40			S/ 4,540.00	S/ 54,480.00	S/ 62,748.00	S/ 72,557.86	S/ 88,772.42	S/ 92,323.32

6.4 Infraestructura y/o adecuación

Tabla 22. Costo de infraestructura y/o adecuación

N° DESCRIPCION	CANTIDAD EN M2	PRECIO POR METRO	2019	2020	2021	2022	2023
1 Modificacion del local	200	S/ 30.00	S/ 6,000				
2 Pintura	200	S/ 5.00	S/ 1,000	S/ 1,030	S/ 1,061	S/ 1,093	S/ 1,126
TOTAL			S/ 7,000	S/ 1,030	S/ 1,061	S/ 1,093	S/ 1,126

fuentes: Elaboración propia

6.5 Gastos Administrativos y costos operativos

6.5.1 Gastos Administrativos

Tabla 23. Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA					
PUESTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	SALARIO	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL
ASESOR CONTABLE	HOMBRE/MES	1	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 7,200.00
LIMPIEZA	HOMBRE/MES	1	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 13,200.00
COCINERA	HOMBRE/MES	1	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 13,200.00
TOTAL				S/ 2,800.00	S/ 33,600.00

Tabla 24. Útiles de oficina

UTILES DE OFICINA					
UTILES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
HOJA BOND	2	S/ 10.00	S/ 20.00	S/ 240.00	
LAPICEROS	5	S/ 2.00	S/ 10.00	S/ 120.00	
FICHAS DE INSCRIPCION	4	S/ 5.00	S/ 20.00	S/ 240.00	
TARJETAS DE PRESENTACION	1	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 960.00	
TOTAL			S/ 130.00	S/ 1,560.00	

Tabla 25. Otros gastos servicios básicos

OTROS GASTOS SERVICIOS BASICOS					
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL
PAGO DE ALQUILER	MONTO GLOBAL	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
MANDILES	UNIDAD	2	S/ 28.00	S/ 56.00	S/ 672.00
UNIFORMES	UNIDAD	1	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 1,080.00
INTERNET,CABLE Y Telf	MONTO GLOBAL	1	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 6,000.00
LUZ	MONTO GLOBAL	1	S/ 440.00	S/ 440.00	S/ 5,280.00
AGUA	MONTO GLOBAL	1	S/ 375.00	S/ 375.00	S/ 4,500.00
TOTAL				S/ 2,961.00	S/ 35,532.00

Tabla 26. Gastos de ventas

GASTOS DEVENTAS					
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTOS	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB	MONTO GLOBAL	1	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 600.00
VOLANTES	MONTO GLOBAL	1	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 600.00
TOTAL				S/ 200.00	S/ 1,200.00

Tabla 27. Total gastos Administrativos

TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/ 2,800.00	S/ 33,600.00
UTILES DE OFICINA	S/ 130.00	S/ 1,560.00
OTROS GASTOS- SERVICIOS BASICOS	S/ 2,961.00	S/ 35,532.00
GASTOS DE VENTA	S/ 200.00	S/ 1,200.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 6,091.00	S/ 71,892.00

Fuente: Elaboración Propia

Hemos dividido en diferentes tablas nuestros gastos administrativos, teniendo en la primera tabla la mano de obra indirecta del personal externo que trabajara emitiéndonos recibo por honorarios, en la segunda tabla los útiles de oficina, en la tercera tabla los gastos por servicios básicos y por último la tabla de gastos de ventas.

En la última tabla consolidamos los importes de las tablas anteriores para obtener el costo fijo mensual y por consecuencia lo multiplicamos por 12 debido a que la guardería funcionara los 12 meses del año.

En el caso de los gastos de venta se está asumiendo que los mantenimientos de la página web se realizaran cada 2 meses al igual que la compra de volantes.

6.5.2 Costos Operativos

Tabla 28. Alimentación

ALIMENTACION					
ALIMENTOS	UNIDAD	COSTO/DIA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
Lonchera a media mañana	20	S/ 2.50	S/ 1,100.00	S/ 13,200.00	
Almuerzo	20	S/ 3.50	S/ 1,540.00	S/ 18,480.00	
Refrigerio a media tarde	20	S/ 2.00	S/ 880.00	S/ 10,560.00	
Cena	20	S/ 3.00	S/ 1,320.00	S/ 15,840.00	
TOTAL	20	S/ 11.00	S/ 4,840.00	S/ 58,080.00	
TOTAL X TURNO	20	S/ 5.50	S/ 2,420.00	S/ 29,040.00	

Tabla 29. Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
PUESTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	SALARIO	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL
ADMINISTRADOR	HOMBRE/MES	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
SECRETARIA	HOMBRE/MES	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00
PSICOLOGA	HOMBRE/MES	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
TERAPEUTAS	HOMBRE/MES	2	S/ 1,300.00	S/ 2,600.00	S/ 31,200.00
ASISTENTES (MADRE DE FAMILIAS)	HOMBRE/MES	3	S/ 1,023.00	S/ 3,069.00	S/ 36,828.00
TOTAL		8	S/ 5,723.00	S/ 9,069.00	S/ 108,828.00

Tabla 30. Útiles de limpieza

UTILES DE LIMPIEZA				
UTILES DE LIMPIEZA	CANTIDAD	PRECIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PAPEL HIGIENICO X 40	1	S/ 32.00	S/ 32.00	S/ 384.00
LIMPIA TODO	2	S/ 5.00	S/ 10.00	S/ 120.00
LAVA VAJILLA	2	S/ 2.00	S/ 4.00	S/ 48.00
PAÑOS ABSORVENTES	3	S/ 1.00	S/ 3.00	S/ 36.00
LEJIA	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 96.00
TOTAL			S/ 57.00	S/ 684.00

Tabla 31. Botiquín

BOTIQUIN				
MEDICAMENTOS	CANTIDAD	PRECIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PANADOL NIÑOS GOTAS	1	S/ 10.00	S/ 2.50	S/ 30.00
JARABE	1	S/ 20.00	S/ 5.00	S/ 60.00
HIRUDOID	1	S/ 17.00	S/ 4.25	S/ 51.00
ALCOHOL	1	S/ 5.00	S/ 1.25	S/ 15.00
ALGODÓN	1	S/ 3.00	S/ 0.75	S/ 9.00
AGUA OXIGENADA	1	S/ 3.00	S/ 0.75	S/ 9.00
CURITA	12	S/ 0.20	S/ 0.60	S/ 7.20
BENDITAS	5	S/ 1.00	S/ 1.25	S/ 15.00
GASAS ESTERILIZADAS	4	S/ 1.50	S/ 1.50	S/ 18.00
TOTAL			S/ 17.85	S/ 214.20

Tabla 32. Total Costos Operativos

TOTAL COSTOS OPERATIVOS		
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	COSTO VARIABLE MENSUAL	COSTO VARIABLE ANUAL
ALIMENTACION	S/ 4,840.00	S/ 58,080.00
MANO DE OBRA DIRECTA	S/ 9,069.00	S/ 108,828.00
UTILES DE LIMPIEZA	S/ 57.00	S/ 684.00
MEDICAMENTOS	S/ 17.85	S/ 214.20
TOTAL COSTO OPERATIVOS	S/ 13,983.85	S/ 167,806.20

Fuente: elaboración propia

En esta sección de costos operativos, para tener una mejor perspectiva de cada parte decidimos tener diferentes tablas; donde en la primera vemos los costos de alimentación, en la segunda observamos la mano de obra directa, en la tercera los útiles de limpieza y en la cuarta los medicamentos.

Por último, consolidamos nuestros costos operativos en una tabla final donde figura el total de costos operativos, por lo tanto, podemos obtener nuestro costo operativo variable mensual y nuestro costo variable anual.

6.6 Capital de trabajo

Tabla 33. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO =		
	S/ 52,964.55	
COSTOS OPERATIVOS	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL
ALIMENTACION	S/ 2,420.00	S/ 7,260.00
MANO DE OBRA DIRECTA	S/ 9,069.00	S/ 27,207.00
UTILES DE LIMPIEZA	S/ 57.00	S/ 171.00
MEDICAMENTOS	S/ 17.85	S/ 53.55
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	S/ 11,563.85	S/ 34,691.55
GASTOS ADMINISTRATIVOS	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/ 2,800.00	S/ 8,400.00
UTILES DE OFICINA	S/ 130.00	S/ 390.00
OTROS GASTOS- SERVICIOS BASICOS	S/ 2,961.00	S/ 8,883.00
GASTOS DE VENTA	S/ 200.00	S/ 600.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 6,091.00	S/ 18,273.00
TOTAL COSTOS + GASTOS	S/ 17,654.85	S/ 52,964.55

Fuente : elaboración propia

Tabla 34. Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES

RUBROS	COSTOS	%
Activos Fijos Tangibles	S/ 42,036.00	44%
Activos Fijos Intangibles (Constitucion de la empresa)	S/ 1,460.40	2%
Capital de trabajo	S/ 52,964.55	55%
TOTAL	S/ 96,460.95	100%

Fuente : Elaboración propia

6.7 Financiamiento de la inversión

Tabla 35. Financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL NEGOCIO		
DESCRIPCION	IMPORTE	%
CAPITAL PROPIO	S/ 51,190.22	53%
PRESTAMO	S/ 45,270.73	47%
TOTAL	S/ 96,460.95	100%

ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE LA EMPRESA		
SOCIOS	IMPORTE	%
GONZALES GARCIA, ARTURO	S/ 17,063.41	33.33
MORENO MIRANDA, NICOLAS	S/ 17,063.41	33.33
NAVARRO <u>ZENOZAIN,SHIRLEY</u>	S/ 17,063.41	33.33
TOTAL	S/ 51,190.22	100%

fuente: Elaboracion propia

6.7.1 Amortización

Estableceremos financiar el 42 % del total de la inversión con la financiera CREDI SCOTIA, por un periodo de 48 meses.

La financiación del banco nos carga una TEA del 20% y una TEM del 1.53%.

Las cuotas mensuales serán de s./1,338.63 mensuales.

Tabla 36. Cuadro de Amortización

CUADRO DE AMORTIZACION					
N°	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO FINAL
1	45270.73	693.07	645.56	1338.63	44625.17
2	44625.17	683.19	655.44	1338.63	43969.73
3	43969.73	673.15	665.48	1338.63	43304.25
4	43304.25	662.97	675.66	1338.63	42628.59
5	42628.59	652.62	686.01	1338.63	41942.58
6	41942.58	642.12	696.51	1338.63	41246.07
7	41246.07	631.46	707.17	1338.63	40538.90
8	40538.9	620.63	718.00	1338.63	39820.90
9	39820.9	609.64	728.99	1338.63	39091.91
10	39091.91	598.48	740.15	1338.63	38351.76
11	38351.76	587.15	751.48	1338.63	37600.28
12	37600.28	575.64	762.99	1338.63	36837.29
	498,390.87	7,630.12	8,433.44	16,063.56	
13	36837.29	563.96	774.67	1338.63	36062.62
14	36062.62	552.1	786.53	1338.63	35276.09
15	35276.09	540.06	798.57	1338.63	34477.52
16	34477.52	527.83	810.80	1338.63	33666.72
17	33666.72	515.42	823.21	1338.63	32843.51
18	32843.51	502.82	835.81	1338.63	32007.70
19	32007.7	490.02	848.61	1338.63	31159.09
20	31159.09	477.03	861.60	1338.63	30297.49
21	30297.49	463.84	874.79	1338.63	29422.70
22	29422.7	450.45	888.18	1338.63	28534.52
23	28534.52	436.85	901.78	1338.63	27632.74
24	27632.74	423.04	915.59	1338.63	26717.15
	388,217.99	5,943.42	10,120.14	16,063.56	
25	26717.15	409.03	929.60	1338.63	25787.55
26	25787.55	394.79	943.84	1338.63	24843.71
27	24843.71	380.34	958.28	1338.63	23885.43
28	23885.43	365.67	972.96	1338.63	22912.47
29	22912.47	350.78	987.85	1338.63	21924.62
30	21924.62	335.65	1002.97	1338.63	20921.65
31	20921.65	320.3	1018.33	1338.63	19903.32
32	19903.32	304.71	1033.92	1338.63	18869.40
33	18869.4	288.88	1049.75	1338.63	17819.65
34	17819.65	272.81	1065.82	1338.63	16753.83
35	16753.83	256.49	1082.14	1338.63	15671.69
36	15671.69	239.93	1098.70	1338.63	14572.99
	256,010.47	3,919.38	12,144.16	16,063.56	

37	14572.99	223.1	1115.52	1338.63	13457.47
38	13457.47	206.03	1132.60	1338.63	12324.87
39	12324.87	188.69	1149.94	1338.63	11174.93
40	11174.93	171.08	1167.55	1338.63	10007.38
41	10007.38	153.21	1185.42	1338.63	8821.96
42	8821.96	135.06	1203.57	1338.63	7618.39
43	7618.39	116.63	1222.00	1338.63	6396.39
44	6396.39	97.93	1240.70	1338.63	5155.69
45	5155.69	78.93	1259.70	1338.63	3895.99
46	3895.99	59.65	1278.98	1338.63	2617.01
47	2617.01	40.07	1298.56	1338.63	1318.45
48	1318.45	20.18	1318.44	1338.63	0.00
	97,361.52	1,490.56	14,572.98	16,063.56	

1,239,980.85	18,983.48	45,270.72	64,254.24	0.00
---------------------	------------------	------------------	------------------	-------------

Fuente : Elaboración propia

Tabla 37. Presupuesto de Ingreso Proyectado a 5 años

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO A 5 AÑOS					
INGRESOS	2019	2020	2021	2022	2023
CONCEPTO	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL
Servicio	MENSUAL SEMI FULL				
N° De niños atendidos	86	140	150	160	172
Mensualidad	S/ 550.00	S/ 561.00	S/ 572.00	S/ 584.00	S/ 595.00
Ingresos S./	S/ 47,300.00	S/ 78,540.00	S/ 85,800.00	S/ 93,440.00	S/ 102,340.00
Servicio	MENSUAL FULL "EN NUESTRAS MANOS"				
N° De niños atendidos	155	335	420	450	544
Mensualidad	S/ 650.00	S/ 663.00	S/ 676.00	S/ 690.00	S/ 704.00
Ingresos S./	S/ 100,750.00	S/ 222,105.00	S/ 283,920.00	S/ 310,500.00	S/ 382,976.00
TOTAL DE INGRESOS ANUAL	S/ 148,050.00	S/ 300,645.00	S/ 369,720.00	S/ 403,940.00	S/ 485,316.00

Proyecto de ventas	2019	2020	2021	2022	2023
N. de niños	30	48	68	73	80
cuotas	12	12	12	12	12
Total	S/ 148,050.00	S/ 300,645.00	S/ 369,720.00	S/ 403,940.00	S/ 485,316.00

“En nuestras manos” que consta de un servicio full en la cual se brindará alimentación desayuno, almuerzo y lonche; y tendrá un costo de S./650.00. El “Semi full” que consta para los niños que se quedaran en un tiempo parcial (hasta las 2:00 pm); y tendrá un costo de s./550.00.

En la primera tabla de ingreso proyectado por 1 año, observaremos que nuestra operación iniciara con 20 niños la cual a finales de año esperamos terminar con un escenario optimista de 40.

Estableceremos que a partir del segundo año de operaciones la mensualidad incrementara un 2 % cada periodo.

Tabla 38. Presupuesto de Ingreso Proyectado a 1 año

INGRESOS	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	TOTAL DE INGRESOS ANUAL
CONCEPTO	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	
SERVICIO	MENSUAL SIN COMIDA												
N. de niños	5	5	5	5	8	8	8	8	8	8	8	10	86
Mensualidad	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 550.00
INGRESOS	S/ 2,750.00	S/ 2,750.00	S/ 2,750.00	S/ 2,750.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 4,400.00	S/ 5,500.00	S/ 47,300.00
SERVICIO	MENSUAL CON COMIDA												
N. de niños	10	10	10	10	12	12	13	14	14	14	16	20	155
Mensualidad	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ 650.00
INGRESOS	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 7,800.00	S/ 7,800.00	S/ 8,450.00	S/ 9,100.00	S/ 9,100.00	S/ 9,100.00	S/ 10,400.00	S/ 13,000.00	S/ 100,750.00
TOTAL DE INGRESOS	S/ 9,250.00	S/ 9,250.00	S/ 9,250.00	S/ 9,250.00	S/ 12,200.00	S/ 12,200.00	S/ 12,850.00	S/ 13,500.00	S/ 13,500.00	S/ 13,500.00	S/ 14,800.00	S/ 18,500.00	S/ 148,050.00

Fuente : Elaboración propia

6.9 Estado de Resultados

Tabla 39. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
SHIARNI SAC del 1 de Enero al 31 de Diciembre					
En soles					
DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023
70 Ventas	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
92(-)Costos de Producción	-S/ 168,886.20	-S/ 170,534.80	-S/ 172,216.32	-S/ 173,931.60	-S/ 175,680.96
Resultado Operativo	-S/23,886.20	S/21,888.20	S/102,551.68	S/247,428.40	S/318,506.04
94 (-)Gastos Administrativos	-S/39,399.20	-S/39,663.20	-S/39,932.48	-S/40,207.16	-S/40,487.30
95 (-)Gastos de Ventas	-S/40,599.20	-S/40,863.20	-S/41,132.48	-S/41,407.16	-S/41,687.30
97 (-) Gastos Financieros	-S/7,630.12	-S/5,943.42	-S/3,919.38	-S/1,490.56	S/0.00
Total otros gastos	-S/87,628.52	-S/86,469.82	-S/84,984.34	-S/83,104.88	-S/82,174.60
Resultado antes del impuesto	-S/111,514.72	-S/64,581.62	S/17,567.34	S/164,323.52	S/236,331.44
(-) Impuesto a la renta (29.5%)	0	0	0	1,709	71,427
Resultado del ejercicio	-111,514.72	-64,581.62	17,567.34	162,614.1366	164,904.28

Fuente : Elaboración propia

6.10 Estado de flujo de efectivo

Tabla 40. Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
SHIARNI SAC al 31 de <u>Diciembre</u>						
En soles						
DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023	
Aporte de Socios	51,190.23					
(+) <u>Prestamo Obtenido</u>	45,270.73					
	96,460.96					
(-) <u>pago de amortizacion prestado</u>	16,063.52					
Saldo Anterior		80,397.44	117,985.13	25,331.29	37,493.96	
		171,100.00	324,226.24	497,204.80	583,140.66	
(+) cobro a clientes 2019 + IGV		145,000.00	274,768.00	421,360.00	494,187.00	
		26,100.00	49,458.24	75,844.80	88,953.66	
		227,059.14				
(+) cobro a clientes 2020 + IGV		192,423.00				
		34,636.14				
Total Ingresos		478,556.58	442,211.37	522,536.09	620,634.62	
(-) <u>Amortizacion de Prestamo</u>		-16,063.56	-16,063.56	-16,063.56		
(-) <u>Tributos por pagar</u>		36,595.18	51,803.89	-36,892.40	106,936.73	
(-) <u>Remuneracion por pagar</u>		95,768.40	97,684.05	-149,487.94	103,663.09	
(-) <u>Pago a Proveedores</u>		43,876.42	1,840.80	1,840.80	1,840.80	
(-) <u>Pago a cuenta por pagar diversas</u>		168,267.89	119,850.06	-121,690.86	117,826.02	-342,410.82
(-) <u>Tributos por pagar</u>			30,000.00	93,550.68		
(-) <u>Remuneracion</u>			99,637.72	-129,637.72	101,630.64	
(-) <u>Pago a cuenta por pagar diversas</u>				115,397.23		
(-) <u>Pago a Proveedores</u>				1,840.80	-312,419.35	
Saldo de Balance	80,397.44	117,985.13	25,331.29	37,493.96	278,223.80	

Fuente : Elaboración propia

6.11 Estado de flujo de caja económico financiero

Tabla 41. Flujo de caja económico financiero

FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO						
SHIARNI SAC al						
31 de Diciembre						
DESCRIPCION	PERIODO 0	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS			En soles			
VENTAS		S/ 224,100.00	S/ 330,480.00	S/ 369,720.00	S/ 403,940.00	S/ 485,316.00
TOTAL INGRESOS	S/ 0.00	S/ 224,100.00	S/ 330,480.00	S/ 369,720.00	S/ 403,940.00	S/ 485,316.00
EGRESOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/107,640.00	S/108,716.40	S/109,803.56	S/110,901.59	S/112,010.61
GASTOS DE VENTAS		S/1,200.00	S/1,236.00	S/1,273.00	S/1,311.00	S/1,350.00
COSTOS DE SERVICIOS		S/ 38,880.00	S/ 40,046.00	S/ 41,248.00	S/ 42,485.00	S/ 43,759.00
INVERSION ACTIVO FIJO	S/ 42,036.00					
INVERSION ACTIVO FIJO INTANGIBLE	S/ 1,610.40					
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 65,354.55					
IMPUESTO A LA RENTA		S/ 92,004.60	S/ 98,927.37	S/ 105,689.36	S/ 113,110.67	S/ 119,577.96
TOTAL EGRESOS	S/ 109,000.95	S/ 239,724.60	S/ 248,925.77	S/ 258,013.92	S/ 267,808.26	S/ 276,697.57
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		S/ 13,099.44	S/ 14,786.14	S/ 16,810.16	S/ 19,238.98	S/ 4,666.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 109,000.95	-S/ 2,525.16	S/ 96,340.38	S/ 128,516.25	S/ 155,370.72	S/ 213,284.44
PRESTAMO	S/ 45,270.73					
PAGO INTERES PRESTAMO		S/ 7,630.12	S/ 5,943.42	S/ 3,919.38	S/ 1,490.56	S/ 0.00
PAGO AMORTIZACION PRESTAMO		S/ 8,433.44	S/ 10,120.14	S/ 12,144.16	S/ 14,572.98	S/ 0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/ 63,730.22	-S/ 18,588.72	S/ 80,276.82	S/ 112,452.71	S/ 139,307.18	S/ 213,284.44

Fuente : Elaboración propia

6.12 Estado de Situación Financiera

Tabla 42. Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
SHIARNI SAC al 31 de Diciembre					
(En Nuevos Soles)					
DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023
I ACTIVO					
Activo Corriente					
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES	S/ 80,397.44	S/ 117,985.13	S/ 25,331.25	S/ 37,493.92	S/ 278,223.78
12 CUENTAS POR COBRAR	171,100.00				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	251,497.44	117,985.13	25,331.25	37,493.92	278,223.78
Activo No Corriente					
33 PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	35,624.00	35,624.00	35,624.00	35,624.00	35,624.00
34 INTANGIBLES	1,460.40	1,460.40	1,460.40	1,460.40	1,460.40
39 DEPRECIACION Y AMORTIZACION ACUMULADO	-S/ 4,398.40	-S/ 8,796.80	-S/ 13,195.20	-S/ 17,593.60	-S/ 21,992.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	32,686.00	28,287.60	23,889.20	19,490.80	15,092.40
TOTAL ACTIVO	S/ 284,183.44	S/ 146,272.73	S/ 49,220.45	S/ 56,984.72	S/ 293,316.18
II PASIVO Y PATRIMONIO					
Pasivo Corriente					
40 TRIBUTOS CONTRAPRESTACIONES Y APORTES	S/ 36,595.18	S/ 51,803.89	S/ 36,892.40	S/ 1,709.00	S/ 69,718.00
41 REMUNERACION Y PARTICIPAC. POR PAGAR	S/ 95,768.40	S/ 97,684.05			
42 CUENTAS POR PAGAR COMER. A TERCEROS	S/ 43,876.42	S/ 1,840.80	S/ 1,840.80		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/ 176,240.00	S/ 151,328.74	S/ 38,733.20	S/ 1,709.00	S/ 69,718.00
PASIVO NO CORRIENTE					
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS	S/ 168,267.89	S/ 119,850.06	S/ 117,826.02		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/ 168,267.89	S/ 119,850.06	S/ 117,826.02	S/ 0.00	S/ 0.00
TOTAL PASIVO	S/ 344,507.89	S/ 271,178.80	S/ 156,559.22	S/ 1,709.00	S/ 69,718.00
III PATRIMONIO					
50 CAPITAL	S/ 51,190.22	S/ 51,190.22	S/ 51,190.22	S/ 51,190.22	S/ 51,190.22
89 DETERMINACION DEL RESULTADO DEL EJERCICIO					
AÑO 2019	-S/ 111,514.72				
AÑO 2020		-S/ 176,096.34			
AÑO 2021			-S/ 158,529.00		
AÑO 2022				S/ 4,085.22	
AÑO 2023					S/ 172,407.96
TOTAL PATRIMONIO	-S/ 60,324.50	-S/ 124,906.12	-S/ 107,338.78	S/ 55,275.44	S/ 223,598.18
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 284,183.39	S/ 146,272.68	S/ 49,220.44	S/ 56,984.44	S/ 293,316.18

Fuente : Elaboración propia

CAPITULO VII. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

7.1 Presupuesto de Ingresos

Tabla 43. Evaluación Económica

EVALUACION ECONOMICA						
DETALLE	0	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 109,000.95	-S/ 2,525.16	S/ 96,340.38	S/ 128,516.25	S/ 155,370.72	S/ 213,284.44

COK	16.37%
VANf	226,161.20
TIRf	61%
B/Cf	3.07

RANGO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

VIDA UTIL	INVERSION TOTAL INICIAL	FLUJOS EFEC ACTUALIZADO	COSTO NO RECUPERADO
0	-S/ 109,000.95		
1		-2,525.16	-111,526.11
2		96,340.38	-15,185.74
3		128,516.25	113,330.51
4		155,370.72	268,701.23
5		213,284.44	481,985.67



1.009120146

Fuente: Elaboracion Propia

Tabla 44. Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA						
DETALLE	0	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 109,000.95	-S/ 2,525.16	S/ 96,340.38	S/ 128,516.25	S/ 155,370.72	S/ 213,284.44
PRESTAMO	S/ 45,270.73	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
PAGO INTERES PRESTAMO	S/ 0.00	S/ 7,630.12	S/ 5,943.42	S/ 3,919.38	S/ 1,490.56	S/ 0.00
PAGO AMORTIZACION PRESTAMO	S/ 0.00	S/ 8,438.44	S/ 10,120.14	S/ 12,144.16	S/ 14,572.98	S/ 0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/ 63,730.22	-S/ 18,588.72	S/ 80,276.82	S/ 112,452.71	S/ 139,307.18	S/ 213,284.44

WACC	13.11%
VANf	262,999.21
TIRf	61%
B/Cf	341.28

Fuente: Elaboración Propia

7.2 Ratios a evaluar

Tabla 45. Ratios de Liquidez

DETALLE	CANTIDAD	%
DEUDA (D)	S/ 45,270.73	47%
PATRIMONIO (E)	S/ 51,190.22	53%
TOTAL	S/ 96,460.95	100%

$$\beta_u = \frac{\beta}{\left[1 + (1 - T) \left(\frac{D}{E}\right)\right]}$$

RAZON D/E	43%
BETA AMERICANO	0.94
TASA AMERICANA	8%

BETA DESAPALANCADO	1.31062857
---------------------------	-------------------

$$\beta_L = \beta_u \left[1 + (1 - d) \left(\frac{D}{P}\right)\right]$$

Bd	1.31062857
P	58%
D	42%
T	23%

BETA DE APALANCAMIENTO	1.64
-------------------------------	-------------

$$= R_f + B (R_m - R_f) + RP$$

Rf	6.34%
B	1.86
Rm	9.43%
Rp	1.43%
INFLACION	2.90%
COK	
INVERSIONISTA	16.37%

$$WACC = \frac{D}{D+E} \times i \times (1 - Tax) + \frac{E}{D+E} \times COK$$

IR	1.26%
TCEA	17.00%
WACC	13.11%

7.2.1 Ratios de apalancamiento

Tabla 46. Ratios de apalancamiento

RATIOS DE APALANCAMIENTO					
<p>Endeudamiento Patrimonial = $\frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Patrimonio}}$</p>					
	2019	2020	2021	2022	2023
PASIVO TOTALES	S/ 344,507.89	S/ 271,178.80	S/ 156,559.22	S/ 1,709.00	S/ 69,718.00
PATRIMONIO	-60,324.50	-124,906.12	-107,338.78	55,275.44	223,598.18
ENDEUDAMIENTO	-571.09%	-217.11%	-145.86%	3.09%	31.18%
B) Endeudamiento Total					
<p>Endeudamiento Total = $\frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$</p>					
	2019	2020	2021	2022	2023
PASIVO TOTALES	S/ 344,507.89	S/ 271,178.80	S/ 156,559.22	S/ 1,709.00	S/ 69,718.00
ACTIVOS TOTALES	S/ 284,183.44	S/ 146,272.73	S/ 49,220.45	S/ 56,984.72	S/ 293,316.18
ENDEUDAMIENTO TOTAL	121.23%	185.39%	318.08%	3.00%	23.77%

Fuente : Elaboración propia

7.2.2 Ratios de rentabilidad

Tabla 47. Ratios de rentabilidad

RATIOS DE RENTABILIDAD					
A) Margen Bruto					
Margen Bruto =		$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Totales}}$			
	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD BRUTA	-S/23,886.20	S/21,888.20	S/102,551.68	S/247,428.40	S/318,506.04
VENTAS TOTALES	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
MARGEN BRUTO	-16.47%	11.38%	37.32%	58.72%	64.45%
B) Margen Operativo					
Margen Operativo =		$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Totales}}$			
	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD OPERATIVA	-S/103,884.60	-S/58,638.20	S/21,486.72	S/165,814.08	S/236,331.44
VENTAS TOTALES	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
MARGEN OPERATIVO	-71.64%	-30.47%	7.82%	39.35%	47.82%
C) Margen de Margen Neto					
Margen Neto =		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$			
	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD NETA	-S/111,514.72	-S/64,581.62	S/17,567.34	S/162,614.14	S/166,613.67
VENTAS TOTALES	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
UTILIDAD NETA	-76.91%	-33.56%	6.39%	38.59%	33.71%

Fuente : elaboración propia

D) Retorno Sobre Activos (ROA)

$$\text{Retorno Sobre Activos} = \frac{\text{Utilidad operativa} * (1 - \text{Tax})}{\text{Total Activo Promedio}}$$

	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD OPERATIVA	-S/103,884.60	-S/58,638.20	S/21,486.72	S/165,814.08	S/236,331.44
TOTAL ACTIVO PROMEDIO	S/ 284,183.44	S/ 146,272.73	S/ 49,220.45	S/ 56,984.72	S/ 293,316.18

ROA	-36.56%	-40.09%	43.65%	290.98%	80.57%
------------	----------------	----------------	---------------	----------------	---------------

E) Retorno Sobre Activos (ROE)

$$\text{Retorno Sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Inicial}}$$

	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD NETA	-S/111,514.72	-S/64,581.62	S/17,567.34	S/162,614.14	S/166,613.67
PATRIMONIO INICIAL	-60,324.50	-124,906.12	-107,338.78	55,275.44	223,598.18

ROE	184.86%	51.70%	-16.37%	294.19%	74.51%
------------	----------------	---------------	----------------	----------------	---------------

Fuente: Elaboración Propia

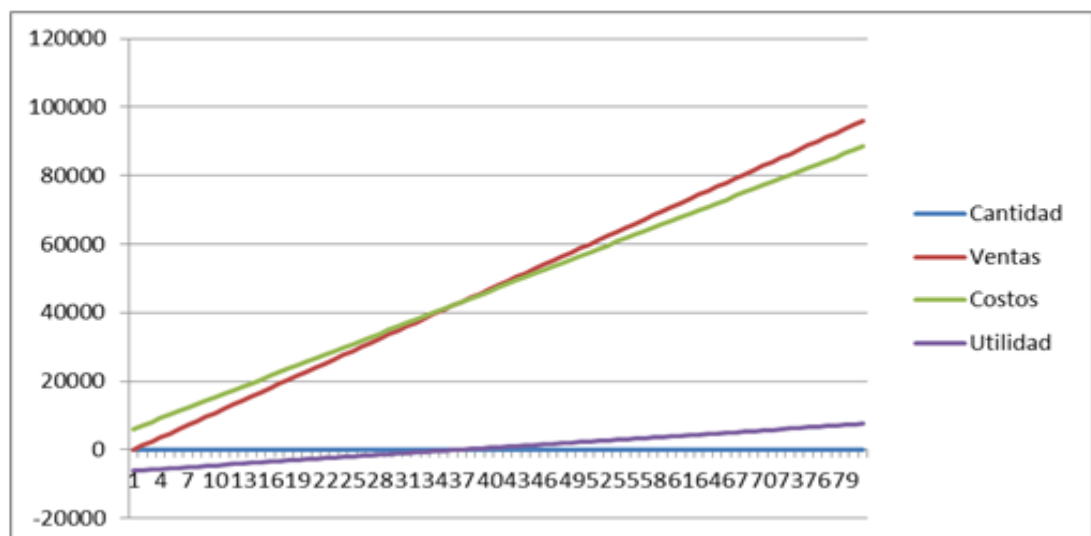
7.3 Punto de Equilibrio

Podemos observar que, para mantener nuestro punto de equilibrio, deberemos por lo menos tener 50 niños entre los dos paquetes que tiene la guardería y para que los ingresos no mantengan pérdida ni utilidad se necesitara un ingreso aproximado de s. /342,547.00 obviamente en cada periodo.

En la siguiente tabla se muestra el detalle:

Tabla 48. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	6,091.00
COSTOS VARIABLES UNITARIO	1,030.00
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1,200.00
Punto Equilibrio	35.82941176
Utilidad	0.00



Cantidad	Ventas	Costos	Utilidad
0	0.00	6,091.00	-6,091.00
1	1,200.00	7,121.00	-5,921.00
2	2,400.00	8,151.00	-5,751.00
3	3,600.00	9,181.00	-5,581.00
4	4,800.00	10,211.00	-5,411.00
5	6,000.00	11,241.00	-5,241.00
6	7,200.00	12,271.00	-5,071.00
7	8,400.00	13,301.00	-4,901.00
8	9,600.00	14,331.00	-4,731.00
9	10,800.00	15,361.00	-4,561.00
10	12,000.00	16,391.00	-4,391.00
11	13,200.00	17,421.00	-4,221.00
12	14,400.00	18,451.00	-4,051.00
13	15,600.00	19,481.00	-3,881.00
14	16,800.00	20,511.00	-3,711.00
15	18,000.00	21,541.00	-3,541.00
16	19,200.00	22,571.00	-3,371.00
17	20,400.00	23,601.00	-3,201.00
18	21,600.00	24,631.00	-3,031.00
19	22,800.00	25,661.00	-2,861.00
20	24,000.00	26,691.00	-2,691.00
21	25,200.00	27,721.00	-2,521.00
22	26,400.00	28,751.00	-2,351.00
23	27,600.00	29,781.00	-2,181.00
24	28,800.00	30,811.00	-2,011.00
25	30,000.00	31,841.00	-1,841.00
26	31,200.00	32,871.00	-1,671.00
27	32,400.00	33,901.00	-1,501.00
28	33,600.00	34,931.00	-1,331.00
29	34,800.00	35,961.00	-1,161.00
30	36,000.00	36,991.00	-991.00
31	37,200.00	38,021.00	-821.00
32	38,400.00	39,051.00	-651.00
33	39,600.00	40,081.00	-481.00
34	40,800.00	41,111.00	-311.00
35	42,000.00	42,141.00	-141.00
36	43,200.00	43,171.00	29.00
37	44,400.00	44,201.00	199.00
38	45,600.00	45,231.00	369.00
39	46,800.00	46,261.00	539.00
40	48,000.00	47,291.00	709.00
41	49,200.00	48,321.00	879.00
42	50,400.00	49,351.00	1,049.00
43	51,600.00	50,381.00	1,219.00

44	52,800.00	51,411.00	1,389.00
45	54,000.00	52,441.00	1,559.00
46	55,200.00	53,471.00	1,729.00
47	56,400.00	54,501.00	1,899.00
48	57,600.00	55,531.00	2,069.00
49	58,800.00	56,561.00	2,239.00
50	60,000.00	57,591.00	2,409.00
51	61,200.00	58,621.00	2,579.00
52	62,400.00	59,651.00	2,749.00
53	63,600.00	60,681.00	2,919.00
54	64,800.00	61,711.00	3,089.00
55	66,000.00	62,741.00	3,259.00
56	67,200.00	63,771.00	3,429.00
57	68,400.00	64,801.00	3,599.00
58	69,600.00	65,831.00	3,769.00
59	70,800.00	66,861.00	3,939.00
60	72,000.00	67,891.00	4,109.00
61	73,200.00	68,921.00	4,279.00
62	74,400.00	69,951.00	4,449.00
63	75,600.00	70,981.00	4,619.00
64	76,800.00	72,011.00	4,789.00
65	78,000.00	73,041.00	4,959.00
66	79,200.00	74,071.00	5,129.00
67	80,400.00	75,101.00	5,299.00
68	81,600.00	76,131.00	5,469.00
69	82,800.00	77,161.00	5,639.00
70	84,000.00	78,191.00	5,809.00
71	85,200.00	79,221.00	5,979.00
72	86,400.00	80,251.00	6,149.00
73	87,600.00	81,281.00	6,319.00
74	88,800.00	82,311.00	6,489.00
75	90,000.00	83,341.00	6,659.00
76	91,200.00	84,371.00	6,829.00
77	92,400.00	85,401.00	6,999.00
78	93,600.00	86,431.00	7,169.00
79	94,800.00	87,461.00	7,339.00
80	96,000.00	88,491.00	7,509.00

Fuente: Elaboración Propia

7.4 Definición de los escenarios

7.4.1 Escenario probable

Tabla 49. Escenario probable

FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO						
ESCENARIO PROBABLE						
DESCRIPCION	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
VENTAS		S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
TOTAL INGRESOS	0	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
EGRESOS						
GASTOS ADMINISTRATIVO		-S/39,399.20	-S/39,663.20	-S/39,932.48	-S/40,207.16	-S/40,487.30
GASTOS DE VENTAS		-S/40,599.20	-S/40,863.20	-S/41,132.48	-S/41,407.16	-S/41,687.30
COSTOS DE SERVICIOS		-S/ 168,886.20	-S/5,943.42	-S/3,919.38	-S/1,490.56	S/0.00
INVERSION ACTIVO FIJO	S/ 42,036.00					
INVERSION ACTIVO FIJO INTANGIBLE	S/ 1,460.40					
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 65,354.55					
IMPUESTO A LA RENTA		S/ 42,775.00	S/ 56,764.79	S/ 81,056.56	S/ 124,301.20	S/ 145,785.17
TOTAL EGRESOS	S/ 108,850.95	-S/ 206,109.60	-S/ 29,705.04	-S/ 3,927.78	S/ 41,196.32	S/ 63,610.57
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		S/8,433.44	S/10,120.14	S/12,144.16	S/14,572.98	
FLUJO CAJA ECONOMICO	-S/ 108,850.95	S/ 351,109.60	S/ 222,128.04	S/ 278,695.78	S/ 380,163.68	S/ 430,576.44

7.4.2 Escenario pesimista

Tabla 50. Escenario pesimista



FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO						
ESCENARIO PESIMISTA						
VARIABLES						
PRECIO	BAJA	10%				
DESCRIPCION	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
VENTAS		S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
TOTAL INGRESOS	0	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
EGRESOS						
GASTOS ADMINISTRATIVO		-S/39,399.20	-S/39,663.20	-S/39,932.48	-S/40,207.16	-S/40,487.30
GASTOS DE VENTAS		-S/40,599.20	-S/40,863.20	-S/41,132.48	-S/41,407.16	-S/41,687.30
COSTOS DE SERVICIO		-S/ 7,630.12	-S/5,943.42	-S/3,919.38	-S/1,490.56	S/0.00
INVERSION ACTIVO FIJO	S/ 42,036.00					
INVERSION ACTIVO FIJO INTANGIBLE	S/ 1,460.40					
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 65,354.55					
IMPUESTO A LA RENTA		S/ 42,775.00	S/ 56,764.79	S/ 81,056.56	S/ 124,301.20	S/ 145,785.17
TOTAL EGRESOS	S/ 108,850.95	-S/ 44,853.52	-S/ 29,705.04	-S/ 3,927.78	S/ 41,196.32	S/ 63,610.57
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		S/8,433.44	S/10,120.14	S/12,144.16	S/14,572.98	
FLUJO CAJA ECONOMICO	-S/ 108,850.95	S/ 189,853.52	S/ 222,128.04	S/ 278,695.78	S/ 380,163.68	S/ 430,576.44

7.4.3 Escenario optimista

Tabla 51. Escenario optimista

FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO						
ESCENARIO OPTIMISTA						
VARIABLES						
COSTO	BAJA	10%				
DESCRIPCION	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
VENTAS		S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
TOTAL INGRESOS	0	S/ 145,000.00	S/ 192,423.00	S/ 274,768.00	S/ 421,360.00	S/ 494,187.00
EGRESOS						
GASTOS ADMINISTRATIVO		-S/39,399.20	-S/39,663.20	-S/39,932.48	-S/40,207.16	-S/40,487.30
GASTOS DE VENTAS		-S/40,599.20	-S/40,863.20	-S/41,132.48	-S/41,407.16	-S/41,687.30
COSTOS DE SERVICIO		-S/ 7,630.12	-S/5,943.42	-S/3,919.38	-S/1,490.56	S/0.00
INVERSION ACTIVO FIJO	S/ 42,036.00					
INVERSION ACTIVO FIJO INTANGIBLE	S/ 1,460.40					
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 65,354.55					
IMPUESTO A LA RENTA		S/ 42,775.00	S/ 56,764.79	S/ 81,056.56	S/ 124,301.20	S/ 145,785.17
TOTAL EGRESOS	S/ 108,850.95	-S/ 44,853.52	-S/ 29,705.04	-S/ 3,927.78	S/ 41,196.32	S/ 63,610.57
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		S/8,433.44	S/10,120.14	S/12,144.16	S/14,572.98	
FLUJO CAJA ECONOMICO		S/ 189,853.52	S/ 222,128.04	S/ 278,695.78	S/ 380,163.68	S/ 430,576.44

CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Según nuestro estudio concluiremos que la demanda en este rubro está en crecimiento, debido a las nuevas costumbres de las familias en la que padre y madre trabajan, es por eso que nuestro principal objetivo de posicionamiento es ofrecer un excelente servicio.

La guardería infantil “Yllari” tendrá un local de 200 m², y el horario de atención será desde las 7:00 am hasta las 7:00 pm teniendo 2 paquetes, en la cual uno de ellos tendrá el servicio completo de comida como desayuno, almuerzo y lonche y el otro desayuno y almuerzo porque solo estarán hasta las 2:00 pm.

De acuerdo a los estudios financieros realizados y al estudio de mercado el proyecto es viable porque observamos que podemos satisfacer el mercado objetivo planteado. La inversión para realizar esta guardería asciende a s.

/109,000 Podemos establecer que el plan de negocio es viable tanto económica como financieramente ya que el VAN Económico y Financiero corresponde a s./226,161.20 y s./262,999.21 respectivamente y presenta un retorno (TIR) económico de 61%.

8.2 Recomendaciones

De acuerdo a lo planteado y a la viabilidad positiva de este proyecto, recomendamos la aplicación de las estrategias planteadas para este plan de negocios.

Se debe mantener una constante comunicación con los clientes con el fin de enfocar y mejorar nuestros servicios y también continuar implementando con nuevos servicios.

Se debe plantear como una visión general el de tener sucursales en distintas partes de Lima, siempre enfocándonos en el buen servicio que se brinda.

BIBLIOGRAFIA

Arellano Marketing investigación y consultoría, estilos de vida

Link: <https://www.arellano.pe/estilos-de-vida/>

INEI estimaciones y proyecciones de Población, Departamento de estadística CPI-

Link: <https://www.inei.gob.pe/>

IPSOS diario el comercio, Perfil del adulto joven 2018

Link: <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-joven-peruano-2018>

APEIM Estructura socioeconómica 2016, INEI estructura poblacional

Link: <http://apeim.com.pe/niveles.php>

Inversión en la infancia, Blog de noticias Edición 23 Junio 2018 Los jardines peruanos.

Jorge Alberto Pérez Martínez, La historia preescolar en el Perú o porque graduarse de jardín, Universidad de Piura, 2017.

Ministerio de educación, metodología para la educación inicial, 2016

DRELM, Dirección Regional de educación Lima Metropolitana

Link: <http://www.dreilm.gob.pe/dreilm/>.

Diario Gestión, Constitución de empresas, Publicado 23 de Abril del 2017.

Ministerio de trabajo, Registrar o constituir una empresa

Link: <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

Sunat, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Declaración de pagos y tributos 2019

Link: <http://www.sunat.gob.pe/>

ANEXOS

Anexo 1. Uso del Internet según INEI

El 61,0% de la población de 6 a 17 años de edad accedió a internet mediante teléfono celular de enero a marzo de 2019

En el primer trimestre del presente año, el 61,0% de la población de 6 a 17 años de edad accedió a Internet mediante teléfono celular, registrándose un incremento altamente significativo de 6,8 puntos porcentuales, al compararlo con similar trimestre de 2018; así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el informe técnico Estado de la Niñez y Adolescencia.

El 90,1% de la población menor de 18 años de edad utiliza Internet para acceder a actividades de entretenimiento.

En el trimestre enero-marzo de 2019, según resultados preliminares, el 90,1% de niñas, niños y/o adolescentes realizan actividades de entretenimiento como juegos de videos y obtener películas o música, entre otras; registrándose un incremento altamente significativo de 2,9 puntos porcentuales en comparación con igual trimestre de 2018.

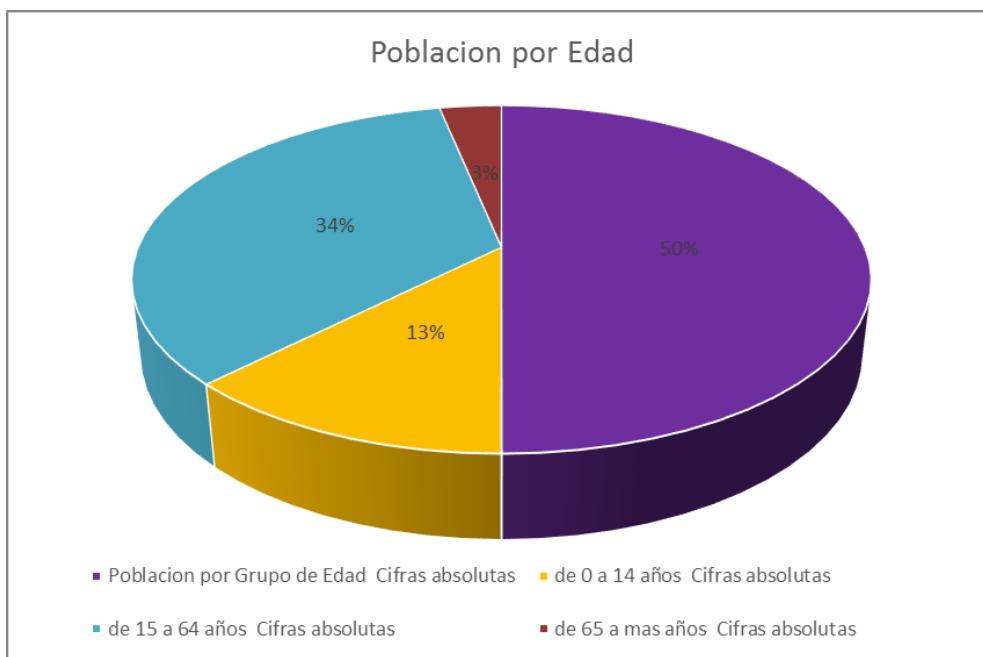
Estadísticas con Enfoque de Género del INEI fue realizada en primer trimestre del 2019

El 56,9 % de los hombres de 6 y más años de edad utilizan Internet, 5,8 puntos porcentuales más que las mujeres del mismo grupo de edad (51,1 %), de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) realizada en el primer trimestre del 2019, del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

**Anexo 2. Población por edad en distrito de San
Martín de Porres – INEI**

Poblacion por Grupo de Edad	Cifras absolutas	579,561
	%	100
de 0 a 14 años	Cifras absolutas	144,282
	%	24.90
de 15 a 64 años	Cifras absolutas	397,900
	%	68.70
de 65 a mas años	Cifras absolutas	37,379
	%	6.40
Edad Promedio	30 años	

**Anexo 3. Estadísticas de Crecimiento y
Reduccion del PBI segun - INEI**



INEI: PBI del Perú creció 2.28% en el primer trimestre del 2019

El Instituto Nacional de Informática y Estadística (INEI) informó que el PBI del Perú creció 2.28% en el primer trimestre del 2019. Así, el resultado fue inferior a las proyecciones que habían realizado el Banco Crédito del Perú (BCP) con 2.3% y el BBVA que había estimado su desempeño entre 2.5% y 3%. Su crecimiento a doce meses (abril 2018-marzo 2019) alcanzó el 3.77%.

Así, el crecimiento trimestral se sustentó en los sectores: Telecomunicaciones, que creció 6.28% en dicho periodo;

el sector de Electricidad, Gas y Agua, que se expandió 5.95%; el sector agropecuario, que aumentó en 4.92%; y

el sector Financiero y Seguros, que creció 4.4%.

Sin embargo, el PBI trimestral se vio afectado por el desarrollo negativo del sector Pesca, que se redujo 20.49%;

el sector Manufactura, que retrocedió 0.93%; y

el sector Minería e Hidrocarburos, que disminuyó 0.58%.

El sector Construcción tuvo un crecimiento bajo con 1.79%.

Anexo 4. Reporte del MINSA

MINSA: aprende a identificar los signos de alarma de neumonía en niños Especialista brinda recomendaciones ante temporada de bajas temperaturas

Dificultad para respirar y lactar, persistencia de fiebre por más de 48 horas, irritabilidad y somnolencia, ausencia de la sonrisa social o convulsiones son signos de alarma de la neumonía que los padres de familia y cuidadores deben identificar en los niños de manera oportuna.

Así lo señaló la especialista de la Dirección de Intervenciones por Curso de Vida y Cuidado Integral del Ministerio de Salud (Minsa), Eliana Santa Cruz, quien informó que si un niño presenta estos signos debe ser llevado de inmediato al establecimiento de salud más cercano para que reciba un adecuado tratamiento.

“Los centros y puestos de salud del primer nivel de atención están capacitados para brindar atención

integral y tratamiento a los niños afectados por neumonías”, recalcó.

Destacó que el equipo técnico del Minsa realizó talleres de actualización para mejorar las competencias del personal de salud de Lima y regiones antes que comience la temporada de bajas temperaturas, heladas y friaje, que comprende los meses de abril a setiembre.

Anexo 5. Teorías Psicológicas del Individuo

Resúmenes de principios del desarrollo y aprendizaje del Psicólogo y Biólogo Suizo:

Jean Piaget

Psicólogo Ruso : Lev Vygotski

	PIAGET	VYGOTSKI
Orientación Epistemológica	Constructivista	Constructivista
Tipo de Construcción.	<p>El desarrollo supone la construcción individual de las estructuras psicológicas que permiten al individuo adaptarse al medio.</p> <p>Se trata de estructuras universales que son relativamente independiente del medio en el que se desarrolla el individuo</p>	<p>Cultural y social.</p> <p>El desarrollo se produce como consecuencia de la interacción del individuo con su medio social y cultural</p>
Dirección del Desarrollo.	<p>De dentro a fuera.</p> <p>El individuo se desarrolla al principio centrado sobre sí mismo (egocentrismo) para ir progresivamente descentrándose y socializando su pensamiento.</p>	<p>De fuera a dentro.</p> <p>Los procesos psicológicos superiores surgen en sus inicios en el plano social, para posteriormente, interiorizarse y pasar al plano individual</p>
Relación entre desarrollo y aprendizaje	<p>El aprendizaje va a remolque del desarrollo.</p> <p>Todo lo que se puede aprender depende del nivel de desarrollo del individuo</p>	<p>El aprendizaje "tira" del desarrollo.</p> <p>El aprendizaje es una condición necesaria para el desarrollo</p> <p>El desarrollo es el aprendizaje mediado socialmente. Importancia de la zona de desarrollo próximo.</p>

Anexo 6.Economía Peruana 2019

ECONOMÍA PERUANA CRECERÍA 4 % EN 2019 Y ESTARÍA ENTRE LÍDERES DE LA REGIÓN

21 de marzo del 2019 Del País

El Instituto Peruano de Economía (IPE) proyectó hoy que el Perú se expandirá 4% este año, ubicándose entre los líderes del crecimiento económico en la región, solo por debajo del avance de Bolivia (4.2%).

El Producto Bruto Interno (PBI) del país estaría alentado por la inversión privada este año, que registraría una expansión de 6.9%, explicó el gerente general del IPE, Diego Macera.

En tanto la demanda interna crecería 4.1% este año y las exportaciones lo harían en 4.4%, indicó en el primer foro Vistage.

PROYECCIÓN 2020

A continuación, previo que el PBI peruano registrará un avance de 4.2% el 2020 impulsado por a inversión privada y pública que crecerán 8% y 7.3% respectivamente. La demanda interna continuaría creciendo 4.3% el próximo año al igual que las ventas al exterior que avanzarían 5%, estimó.

PRODUCTIVIDAD

En otro momento, señaló que uno de los retos es mejorar la productividad en el país y destacó que los peruanos se encuentran laborando en empresas poco productivas como las microempresas.

Más del 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) en el 2017 está en microempresas, destacó Macera.

“Entonces, o dotamos de más productividad a las microempresas y a las personas naturales o de otra manera, incluimos a más personas en empresas que ya son productivas o en las medianas empresas, que casi no existen en el país”, dijo.

También destacó que el 25% de la PEA se encuentra en el sector agrario, siendo la productividad promedio del trabajador agrario en el país unos 6,650 soles al año.

Anexo 7. Ley de Guarderías

Ley de Guarderías: Pleno de Congreso determinó que proyecto regrese a comisiones

El Pleno del Congreso de la República determinó que el proyecto de ley que establece la implementación de centros de cuidados infantil y cunas en el interior de las empresas retorne a las comisiones de Trabajo y de la Mujer para un mayor debate y análisis.

El legislador Carlos Bruce presentó una cuestión previa para que la iniciativa de Indira Huilca, conocida como Ley de Guarderías, retorne a las comisiones. Esa propuesta fue aprobada por 57 parlamentarios, mientras que 21 votaron en contra. Diez marcaron abstención.

Zacarías Lapa (Frente Amplio), presidente de la Comisión de Trabajo, señaló que el dictamen de ley 775/2016-CR que, con texto sustitutorio, propone la ley que establece el derecho de cuidado de niños en salas cuna y otros centros de cuidado en entidades e instituciones del sector público y privado, fue aprobado por unanimidad en su comisión hace unos días y que en la reglamentación de dicha propuesta de ley se establecerán las condiciones básicas para poder garantizar la implementación de cunas que brindarán atención a los hijos de los trabajadores de 0 a 5 años.

Anexo 8. Matriz de Holmes

Fortalezas

Precios competi

Ubicación

estratégic

Valor agregado tecnológico, los padres pueden seguir con su desarrollo laboral y podrán monitorear en cualquier momento desde la plataforma virtual.

El personal calificado con la que cuenta la guardería y la metodología adecuada a cada edad y una amplia oferta de actividades y servicios.

FACTOR	1	2	3	4	Suma	Posicion
1	0.5	1	1	1	3.5	1
2	0	0.5	0	0	0.5	
3	0	1	0.5	0.5	2	2
4	0	1	0.5	0.5	2	2
					8	

Debilidades

Pocos clientes por ser una guardería nueva

Los niños corren el riesgo de enfermarse con más frecuencia. Altos costos en el mantenimiento

Los niños no siempre tienen la suficiente independencia de sus padres para asistir a una guardería.

FACTOR	1	2	3	4	Suma	Posicion
1	0.5	0	0.5	0.5	1.5	2
2	1	0.5	0	0	1.5	
3	0.5	1	0.5	0.5	2.5	1
4	0.5	1	0.5	0.5	2.5	
					8	

Oportunidades

Las familias están empezando a mentalizarse de los beneficios que presentan las guarderías a los niños, tanto físicos como psíquicos, en los que se desarrollan intelectualmente y ofrecen un aprendizaje de la convivencia en la sociedad.

Hay más demanda por la progresiva incorporación de la mujer al mundo laboral. Hay una mayor preparación para el personal y más seguridad para los niños.

Poca confianza en el servicio de las nanas.

FACTOR	1	2	3	4	Suma	Posicion
1	0.5	1	0.5	0.5	2.5	1
2	0	0.5	0	1	1.5	
3	0.5	1	0.5	1	3	2
4	0.5	0	0	0.5	1	
					8	

Amenazas

La competencia de precios de las diferentes guarderías debido a que la economía de las familias está bajando considerablemente y los padres opta por cuidar uno de ellos a los niños.

Los padres desconocen al personal que se encargara del cuidado de su hijo y esto crea una desconfianza y competencia.

La competencia con las otras guarderías debido a que ofrecen los mismos servicios.

La población infantil ha descendido en los últimos años por lo cual hay menos demanda.

FACTOR	1	2	3	4	Suma	Posicion
1	0.5	1	0.5	0.5	2.5	2
2	0	0.5	0	0.5	1	
3	0.5	1	0.5	1	3	1
4	0.5	0.5	0	0.5	1.5	
					8	

Anexo 9. Costos



TOTAL COSTOS OPERATIVOS

TOTAL COSTOS OPERATIVOS	2019	2020	2021	2022	2023
ALIMENTACION	29,040.00	29,911.20	30,808.54	31,732.79	32,684.78
MANO DE OBRA DIRECTA	179,520.00	184,905.60	190,452.77	196,166.35	202,051.34
UTILES DE LIMPIEZA	684.00	704.52	725.66	747.43	769.85
MEDICAMENTOS	214.20	220.63	227.24	234.06	241.08
TOTAL COSTO OPERATIVOS	S/ 209,458.20	S/ 215,741.95	S/ 222,214.20	S/ 228,880.63	S/ 235,747.05

TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2019	2020	2021	2022	2023
MANO DE OBRA INDIRECTA	39,600.00	40,788.00	42,011.64	43,271.99	44,570.15
UTILES DE OFICINA	6,000.00	6,180.00	6,365.40	6,556.36	6,753.05
OTROS GASTOS- SERVICIOS					
BASICOS	43,080.00	44,372.40	45,703.57	47,074.68	48,486.92
GASTOS DE VENTA	600.00	618.00	636.54	655.64	675.31
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 89,280.00	91,958.40	94,717.15	97,558.67	100,485.43

Anexo 10. Minuta

 <small>Superintendencia Nacional de los Registros Públicos</small>	ZONA REGISTRAL N° IX - SEDE LIMA OFICINA REGISTRAL LIMA N° Partida: 14112357
	INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES ANONIMAS SHIARNI S.A.C.

REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS
RUBRO : CONSTITUCION
A00001

POR ESCRITURA PÚBLICA DEL 13.02.2019 OTORGADO ANTE EL NOTARIO DE LIMA DR. LUIS ROY PARRAGA CORDERO.

SOCIOS FUNDADORES Y APORTES:

NICOLAS AMERICO MORENO MIRANDA, PERUANO, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, SOLTERO,
SUSCRIBE 25043 27 ACCIONES

ARTURO GONZALEZ GARCIA, PERUANO, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, SOLTERO,

SUSCRIBE 25043 27 ACCIONES

SHIRLEY NAVARRO ZENO ZAINI, PERUANO, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, SOLTERO,

SUSCRIBE 25043 27 ACCIONES

ARTICULO 1.- DENOMINACION - DURACION - DOMICILIO:

LA SOCIEDAD SE DENOMINA " **SHIARNI S.A.C.** " TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA; INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS DE LIMA.

1. SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2.- OBJETO SOCIAL EL OBJETO SOCIAL DE LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE SERÁ DEDICARSE A:

1. GUARDERÍA, CUNA PARA EL CUIDADO INFANTIL, ASÍ COMO TALLERES Y METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE PARA EL INFANTE .

2. ORGANIZACIÓN DE TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES Y ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS, MUSICALES, PUBLICITARIOS Y DEPORTIVOS, ASÍ COMO TALLERES DE MÚSICA, CONCIERTOS Y OTROS.

3. ELABORACIÓN Y PREPARACIÓN DE COMIDA PERUANA E INTERNACIONAL, BANQUETES, BOCADITOS Y SERVICIOS DE BUFFET Y CATERING EN GENERAL, ALQUILER DE MENAJE Y TOLDOS, DECORACIÓN DE AMBIENTES, SERVICIOS DE ANFITRIONAS Y MOZOS, ORGANIZACIÓN DE TODO TIPO DE EVENTOS Y ESPECTÁCULOS, ALQUILER DE EQUIPOS DE LUCES, SONIDO Y EQUIPOS ELÉCTRICOS, ELECTRÓNICOS Y DIGITALES, CONSTRUCCIÓN DE ESCENOGRAFÍAS PARA ESPECTÁCULOS Y AFINES, COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN E IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL, ASÍ COMO DE ARREGLOS FLORALES Y ARTÍCULOS DE DECORACIÓN.

4. IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN, COMPRA, VENTA, ELABORACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE MATERIALES, PIEZAS, INSUMOS, MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PLÁSTICO, POLYESTER Y SUS DERIVADOS. LA EMPRESA PODRÁ DEDICARSE ADEMÁS A LA COMERCIALIZACIÓN DE ENVASES PLÁSTICOS Y METÁLICOS PARA LA INDUSTRIA, ASÍ COMO TAMBIÉN DE CHATARRA.

5. COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN, IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE ALIMENTOS, VÍVERES, ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES, ARROZ, AZÚCAR, MENESTRAS, BEBIDAS, REFRESCOS Y CEREALES, PRODUCTOS CONFITERÍA, MIEL Y MERMELADAS, COMIDAS INSTANTÁNEAS, PASTAS Y PURES, CONSERVAS, COMPOTAS, GALLETAS, GOLOSINAS, SNACKS, POSTRES, SALSAS, ESPECIAS Y ADEREZOS, LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS, EMBUTIDOS, QUESOS Y HUEVOS, CARNES, CIGARROS, PAPELES Y PAÑOS.

6. ELABORACIÓN, PREPARACIÓN Y DEGUSTACIÓN DE BEBIDAS NACIONALES, TRADICIONALES E INTERNACIONALES.

7. DISEÑO, PRODUCCIÓN, CONFECCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN, REPRESENTACIÓN, CREACIÓN, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR DE TODA CLASE Y MATERIAL, EN ALGODÓN, TELAS, TEJIDOS, HILADOS, CUERO Y DEMÁS PRODUCTOS AFINES.

8. IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, ELABORACIÓN, DESTILACIÓN, ENVASADO, DISTRIBUCIÓN, REPRESENTACIÓN Y

9. COMERCIALIZACIÓN AL POR MAYOR Y MENOR DE PISCOS, VINOS, RON, TEQUILA, VERMOUTH, VODKA, WHISKY, SIDRA, VINAGRES, AGUARDIENTE Y DEMÁS PRODUCTOS AFINES Y SUS DERIVADOS, ASÍ COMO LA MAQUINARIA A UTILIZAR

Página Número 1

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

**INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES ANONIMAS
SHIARNI S.A.C.**

TRABAJO Y EN EL CASO DE NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO, CON LA EXPRESA FACULTAD DE PARTICIPAR EN LAS NEGOCIACION Y CONCILIACION DE CONVENCIONES COLECTIVAS DE TRABAJO, PRACTICAR TODOS LOS ACTOS PROPIOS DE ESTAS, SUSCRIBIR CUALQUIER ACUERDO Y LLEGADO EL CASO LA CONVENCION COLECTIVA DE TRABAJO, SIN QUE EL PRESENTE PODER, POR NINGUN MOTIVO, PUEDA SER TACHADO DE INSUFICIENTE. EN ESTE CASO TAMBIEN PODRA ELEGIR O SUSTITUIR LA REPRESENTACION ADMINISTRATIVA Y JUDICIAL QUE SE LE OTORGA EN ESTE NUMERAL.

E.- CONTRATAR AL PERSONAL DE LA EMPRESA, SEÑALÁNDOSE SUS ATRIBUCIONES Y REMUNERACIONES Y REMOVERLO CUANDO LO CONSIDERE CONVENIENTE.

F.- SUSCRIBIR ÓRDENES DE PAGO

G.- COBRAR CUALQUIER SUMA QUE SE ADEUDE A LA EMPRESA O LE CORRESPONDA POR CUALQUIER TÍTULO, Y OTORGAR RECIBIDOS O DOCUMENTOS CANCELATORIOS.

H.- COBRAR LOS DIVIDENDOS E INTERESES A QUE TENGA DERECHO LA SOCIEDAD ANTE CUALQUIER CLASE DE PERSONA NATURAL O JURÍDICA, PÚBLICA O PRIVADA, NACIONAL O EXTRANJERA.

I.- REPRESENTAR A LA SOCIEDAD EN PROCESOS DE LICITACIONES, CONCURSOS DE PRECIOS Y ANÁLOGOS, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS CONTRATOS Y RECURSOS QUE DE ELLOS SE DERIVEN.

2.- EN EL ORDEN CONTRACTUAL:

A.- SUSCRIBIR TODA CLASE DE CONTRATOS DE COMPRA Y VENTA, RESPECTO DE CUALQUIER CLASE DE BIEN MUEBLE, INMUEBLE, Y MATERIAS PRIMAS QUE TENGAN RELACION CON EL OBJETO DE LA EMPRESA, ACTUANDO COMO COMPRADOR O VENDEDOR.

B.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO DE TODA CLASE DE BIENES, COMO ARRENDADOR O ARRENDATARIO, SIN RESERVAS NI LIMITACION ALGUNA.

C.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE SUMINISTROS.

D.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE HOSPEDAJE.

E.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE COMODATO.

F.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE PRESTACION DE SERVICIOS, EN CUALQUIERA DE SUS MODALIDADES YA SEAN DE LOCACION DE SERVICIOS, OBRA, DEPOSITO O SECUESTRO.

G.- SUSCRIBIR CONVENIOS ARBITRALES DE CUALQUIER NATURALEZA.

H.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE SEGURO DE CUALQUIER NATURALEZA Y ENDOSAR A FAVOR, DE TERCEROS, TOTAL O PARCIALMENTE, LOS DERECHOS INDEMNIZATORIOS CORRESPONDIENTES, RECIBIR LAS INDEMNIZACIONES DERIVADAS DE TALES CONTRATOS Y TRANSIGIR LOS SINIESTROS QUE PUDIERA SUFRIR LA EMPRESA.

I.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE SOCIEDAD Y ASOCIACION, EN CUALQUIERA DE SUS FORMAS SEAN CIVILES O MERCANTILES.

J.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE ASOCIACION EN PARTICIPACION O JOINTVENTURE, FRANQUICIA Y FACTORING.

K.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE COMISION MERCANTIL.

L.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE TRANSPORTE TERRESTRE.

M.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE MUTUO.

N.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE FIANZA, PRESTAR AVAL Y CONSTITUIR CUALQUIER CLASE DE GARANTIA PERMITIDAS POR LEY.

O.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE TRANSACCION.

P.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE PRENDA, DANDO O RECIBIENDO GARANTIA CUALQUIER CLASE DE BIENES MUEBLES, ACCIONES, CREDITO O VALORES SIN RESERVA NI LIMITACION ALGUNA.

Q.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE HIPOTECA, DANDO O RECIBIENDO EN GARANTIA, CUALQUIER CLASE DE BIENES INMUEBLES.

R.- SUSCRIBIR CONTRATOS Y/O ESCRITURAS PUBLICAS DE COMPRA Y VENTA DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES, VEHICULOS QUE PERTENEZCAN COMO ACTIVOS DE LA EMPRESA, PODRAN TAMBIEN DARLOS O TOMARLOS EN ARRIENDO, PACTANDO LOS RESPECTIVOS PRECIOS Y CONDICIONES DE PAGO.

S.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE SUMINISTRO.

T.- SUSCRIBIR CUALQUIER CLASE DE ACTOS O CONTRATOS NOMINADOS O INNOMINADOS, CIVILES O MERCANTILES, NECESARIOS PARA LA MARCHA DE LA SOCIEDAD.

3.- EN EL ORDEN BANCARIO Y FINANCIERO:

A.- ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES Y DE AHORROS, CUENTAS DE INVERSION Y CERTIFICADOS A PLAZO FIJO O A LA VISTA Y DEMAS IMPOSICIONES, DEPOSITOS, RETIROS Y DISPOSICION DE LOS FONDOS, EN ENTIDADES BANCARIAS, FINANCIERAS, SOCIEDADES DE CREDITO DE CONSUMO, COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO, CAJAS DE AHORROS, MUTUALES Y EN GENERAL TODA INSTITUCION DE CREDITO DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL O DEL EXTERIOR.

B.- GIRAR CHEQUES SOBRE DEPOSITOS EN CUENTA CORRIENTE.

C.- GIRAR CHEQUES EN SOBREGIRO.

**INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES ANONIMAS
SHIARNI S.A.C.**

DEL ARTÍCULO 116° DE "LA LEY". EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246 DE "LA LEY".

ARTICULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN "LA LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL. LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES Y/O APODERADOS, SUS FACULTADES, REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 185° Y SIGUIENTE DE "LA LEY". EL GERENTE GENERAL, ESTÁ FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, TENIENDO ASIMISMO LAS SIGUIENTES FACULTADES ACTUANDO A SOLA FIRMA EL GERENTE GENERAL PODRÁ

1.- EN EL ORDEN ADMINISTRATIVO Y JUDICIAL:

A.- SER PERSONERO LEGAL DE LA SOCIEDAD.

B.- REPRESENTAR A LA SOCIEDAD DE PLENO, DERECHO ANTE CUALQUIER PERSONA NATURAL O JURÍDICA DE DERECHO PÚBLICO O PRIVADO, NACIONAL O EXTRANJERO, DENTRO Y FUERA DEL PAÍS.

C.- REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES POLÍTICAS, ADMINISTRATIVAS, JUDICIALES, MUNICIPALES, POLICIALES, MILITARES, DE SEGURIDAD SOCIAL, SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SUNAT-ADUANAS), DE CUALQUIER NATURALEZA, SIN RESERVA NI LIMITACIÓN ALGUNA Y EN TODO PROCESO JUDICIAL, ARBITRAL, ADMINISTRATIVO, MILITAR, POLICIAL O DE CUALQUIER OTRA NATURALEZA, CON LAS FACULTADES DE REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y CON LAS FACULTADES ESPECIALES CONTENIDAS EN LOS ARTÍCULOS 74 Y 75 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL, PUDIENDO PARA TAL EFECTO PRESENTAR TODA CLASE DE SOLICITUDES, RECURSOS, RECLAMACIONES, OFICIOS Y DECLARACIONES JURADAS, PARA INTERPONER LAS DEMANDAS Y DENUNCIAS QUE CREAN NECESARIAS Y CONTESTAR LAS QUE SE PLANTEEN, INTERPONER RECURSOS IMPUGNATORIOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS, SOLICITUDES, Y RECURSOS, DESISTIRSE DE LAS DEMANDAS, DENUNCIAS, SOLICITUDES Y RECURSOS INTERPUESTOS, REPLICAR Y DUPLICAR DEMANDAS, RECONVENCIÓNES O RÉPLICAS, DEFENDER, CONTESTAR DEMANDAS, DENUNCIAS, SOLICITUDES Y RECURSOS, RECONVENIR, ALLANARSE, RECONOCER Y EXHIBIR DOCUMENTOS Y TRANSIGIR EN EL PLEITO, SOMETER LA DISPUTA A ARBITRAJE, EFECTUAR PAGOS DIRECTAMENTE O MEDIANTE CONSIGNACIÓN, REPRESENTAR A LA SOCIEDAD EN LAS AUDIENCIAS DE SANEAMIENTO, CONCILIACIÓN O DE PRUEBAS, OFRECER LAS CONTRACAUTELAS REALES O PERSONALES A FIN DE EFECTIVIZAR MEDIDAS CAUTELARES A FAVOR DE LA SOCIEDAD, SOLICITAR LA EJECUCIÓN DE CUALQUIER RESOLUCIÓN, SENTENCIA O LAUDO, COBRAR Y/O REPETIR COSTAS Y COSTOS, PEDIR SUSPENSIÓN DE PAGOS, SOLICITAR DECLARACIONES DE INSOLVENCIA, PRESENTARSE A JUNTAS DE ACREEDORES Y A PROCEDIMIENTOS DE LIQUIDACIÓN REESTRUCTURACIÓN O QUIEBRAS DE EMPRESAS O PROCEDIMIENTOS SIMILARES Y EN GENERAL, PRACTICAR TODOS LOS ACTOS QUE SEAN NECESARIOS EN LOS PROCEDIMIENTOS QUE INICIE O SE SIGAN EN CONTRA DE LA SOCIEDAD. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD EN MATERIA JUDICIAL O PREJUDICIAL, INCLUSO ANTE EL MINISTERIO PÚBLICO, PARA INTERVENIR EN TODAS LAS INSTANCIAS, GRADOS O ETAPAS PROCESALES COMO PARTE LEGITIMADA ACTIVA O PASIVA O COMO TERCERO, CON INTERÉS EN CUALQUIERA DE SUS MODALIDADES, EN LOS PROCESOS O ACTOS PROCESALES CONTENCIOSOS O NO CONTENCIOSOS DE CARÁCTER CIVIL, LABORAL, PENAL CONSTITUCIONAL, COMERCIAL, AGRARIO, CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO, ARBITRAL O DE CUALQUIER OTRA MATERIA, PUDIENDO FORMULAR Y CONTESTAR DENUNCIAS, INTERPONER Y CONTESTAR DEMANDAS EN FORMA ORAL O ESCRITA, RECONVENIR, DESISTIRSE DEL PROCESO O DE LA PRETENSIÓN, CONVENIR CON ELLA TOTAL O PARCIALMENTE, CONCILIAR O TRANSIGIR PRETENSIONES, O DERECHOS EN EL PROCESO JUDICIAL, SOMETER A ARBITRAJE LA CONTROVERSIA INICIADA O POR INICIARSE, EJERCIENDO TODAS LAS FACULTADES MENCIONADAS EN EL JUICIO ARBITRAL, PRESTAR CONFESIÓN O DECLARACIÓN COMO PARTE O COMO TERCERO, ACTUAR O PARTICIPAR EN LA ACTUACIÓN DE TODO CASO MEDIOS PROBATORIOS Y AUDIENCIAS JUDICIALES, CONCURRIR Y VOTAR EN JUNTAS DE ACREEDORES, INTERPONER RECURSOS DE RECONSIDERACIÓN, REPOSICIÓN, APELACIÓN, CASACIÓN, QUEJA, NULIDAD Y DEMÁS RECURSOS IMPUGNATORIOS EN CUALQUIER CLASE DE PROCEDIMIENTOS, Oponerse, IMPUGNAR TACHAS O CUESTIONAR, CONSTITUIRSE EN PARTE CIVIL, ACUMULAR PRETENSIONES OBJETIVA O SUBJETIVAMENTE, DESIGNAR INTERVENTORES, DEPOSITARIOS, Y ADMINISTRADORES, SOLICITAR Y OBTENER LA INEFICACIA DE TÍTULOS VALORES EXTRAVIADOS, DETERIORADOS O DESTRUIDOS, ASÍ COMO DELEGAR O SUSTITUIR LA REPRESENTACIÓN ADMINISTRATIVA Y JUDICIAL QUE SE LE OTORGA EN ESTE NUMERAL.

D.- REPRESENTAR A LA SOCIEDAD, ADICIONALMENTE, ANTE LAS AUTORIDADES JUDICIALES DE

Anexo 11. Ficha RUC

RUC



CIR- COMPROBANTE DE INFORMACION REGISTRADA 3119-1

Ficha RUC. : 20603350571

Número de Transacción : 324542467

Folio : 1227246

Página : 13

Información General del Contribuyente

APELLIDOS y Nombres ó Razón Social	: SHIARNI SAC
Tipo de Contribuyente	: 30 - SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	: 27/2/2019
Fecha de Inicio de Actividades	: 27/2/2019
Estado del Contribuyente	: 00 - HABIDO
Dependencia SUNAT	: 00 - HABIDO
Condición de Domicilio Fiscal	: 00 - HABIDO
Emisor electrónico desde	: -
Comprobantes electrónicos	: -

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial	: -
Tipo de Representación	: -
Actividad Económica Principal	: GUARDERIA, CUNA JARDIN PARA EL CUIDADO INFANTIL
Actividad Económica Secundaria 1	: -
Actividad Económica Secundaria 2	: -
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	: 03 - MANUAL/COMPUTARIZADO
Sistema de Contabilidad	: 03 - MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad de Comercio Exterior	: 00 - SIN ACTIVIDAD
Número Fax	: -
Teléfono fijo 1	: -
Teléfono fijo 2	: -
Teléfono Móvil 1	: + 943558952
Teléfono Móvil 2	: -
Correo Electrónico 1	: nicolasmorenorrenda@hotmail.com
Correo Electrónico 2	: -

Datos del Domicilio Fiscal

Actividad Económica	: GUARDERIA, CUNA JARDIN PARA EL CUIDADO INFANTE
Departamento	: 15 - LIMA
Provincia	: 1501 - LIMA
Distrito	: -
Tipo y Nombre Zona	: SAN MARTIN DE PORRES, URB LOS JARDINES
Tipo y Nombre vía	: - BARTOLOME DE LAS CASAS N 137
Nro	: -
Km	: -
Nro	: -
Lote	: -
Dpto	: -
Interior	: -
Otras Referencias	: -
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	: 01 - OTROS.

Datos de la Empresa

Fecha de Inscripción en Registros Públicos	: 15/2/2019
Número de Partida	: 14512357
Tomo o Ficha	: -
Folio	: -



28/2/2019

<http://intranet/ol-ti-atramites/ruc/malta002A/lia>

Asiento	:	
Origen de la Unidad	:	1- NACIONAL
País de Origen	:	---

Registro de Tributos Afectos					
Tributo	Afecto desde	Exoneración	Beneficios		
			Convención	Deuda	Hasta
IGV - OFER. INT - CTA. PROPIA	27/2/2019				
RENIA - REGIMEN ESPECIAL	27/2/2019				

Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 42076100	MORENO MIRANDA NICOLAS AMÉRICO	GERENTE GENERAL	12/10/1983	20/2/2019	
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
	URB. LA VIRREYNA CAL. MARQUEZ DE CASTELFUERTE 110	LIMA LIMA SANTIAGO DE SURCO	15 - 543558052	nicolasmorenomiranda@hotmail.com	

Otras Personas Vinculadas						
Tipo y Nro. Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 42076100	MORENO MIRANDA NICOLAS AMÉRICO	SOCIO	12/10/1983	22/05/2018		33.3333
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo		
	URB. LA VIRREYNA CAL. MARQUEZ DE CASTELFUERTE 110	LIMA LIMA SANTIAGO DE SURCO	15 - 943558052	nicolasmorenomiranda@hotmail.com		
Tipo y Nro. Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 42148120	GONZALES GARCIA ARTURO	SOCIO	09/08/1985	22/06/2018		33.3333
	NAVARRO ZENOZAIN SHILEY	Ubigeo	Teléfono	Correo		33.3333
		---	---			

Importante

Descentralización de servicios: Hemos puesto a su disposición los Centros de Servicios al Contribuyente, ubicados en los siguientes distritos: Callao, Lima Cercado, Comas, San Isidro, San Martín, y Santa Anita, donde podrá realizar sus trámites o Consultas con mayor rapidez y comodidad.

Para obtener mayor información en SUNAT VIRTUA, www.sunat.gob.pe, o en la central de consultas 0-801-12-100.

Ahora sólo deberá solicitar su Autorización de Impresión de Comprobantes de Pago a través de las impresoras conectadas al sistema SUNAT OPERACIONES EN LÍNEA - SOL.

Como Contribuyente, solicite su código de usuario y clave de acceso al sistema SUNAT OPERACIONES EN LÍNEA - SOL, con el cual podrá realizar sus transacciones desde la comodidad de su hogar, empresa o cualquier otro punto a través de INTERNET.

La SUNAT confirmará su domicilio fiscal mediante el envío de una notificación de confirmación de domicilio. Recuerde que al encontrarse en un proceso de verificación, la condición de domicilio pasará a una situación de VERIFICAR.

La SUNAT podrá confirmar el domicilio fiscal de los inscritos.

05 **28 FEB. 2019** 05

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS AL CONTRIBUYENTE
SECCIÓN DE SERVICIOS AL CONTRIBUYENTE
SOLICITUD

CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA AUTORIZADA
LOS DATOS SON CONSIGNADOS EN EL ACTO DE DECLARACIÓN DE RABA Y EXPRESAN LA VERDAD

DEPENDENCIA SUNAF
Fecha: 03/07/2018
Hora: 16:25



Apellidos y Nombres

Firma

Fecha digital

Sello y Firma del Registrante

Tipo y Nro. de Documento

RUC