



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA – GUARDERÍA  
“BABY CUNA”**

**PRESENTADO POR  
JOSUÉ HEINZ SÁNCHEZ VILLEGAS**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2016**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

## **PLAN DE NEGOCIOS**

### **Centro de Estimulación Temprana – Guardería “BABY CUNA”**

PRESENTADO POR:

**Bachiller: JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS**

PRESENTADA PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**LIMA-PERÚ**

**2016**

## Índice

Resumen Ejecutivo .....	5
1. Organización y Aspectos Legales.....	7
1.1 Nombre o Razón Social .....	7
1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU).....	8
1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal Sectorial .....	8
1.4 Misión, Visión, Valores y Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en Marcha.....	9
1.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	10
1.7 Cuadro de Asignación de Personal .....	13
1.8 Forma Jurídica Empresarial .....	14
VALORIZACION ASIGNADO .....	17
DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCION DE BIENES.....	20
1.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI .....	20
1.10 Requisitos y Trámites Municipales .....	22
1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	26
1.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	28
1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	29
1.14 Modalidades de Contratos Laborales .....	30
1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas .....	33
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	35
2.1 Descripción del Entorno del Mercado.....	35
<b>2.1.1 Macro Entorno</b> .....	35
<b>2.1.2 Micro entorno</b> .....	41
2.2 Ámbito de Acción de Negocio .....	46
<b>2.2.1 Análisis de Fuerzas de Porter del Negocio</b> .....	46
<b>2.2.2 Análisis FODA</b> .....	47
<b>2.2.3 Análisis de las 4 P's del Negocio</b> .....	49
2.3 Descripción del Bien o Servicio .....	51
2.4 Estudio de la Demanda .....	51
2.5. Estudio de la oferta.....	53

2.6. Proyecciones y provisiones para comercializar.....	53
2.7. Descripción de la política comercial .....	53
3. Estudio Técnico .....	54
3.1 Tamaño del Negocio, Factores determinantes.....	54
3.2 Proceso y Tecnología.....	54
<b>3.2.1 Descripción y diagrama de los procesos.</b> .....	54
<b>3.2.2 Capacidad Instalada y Operativa</b> .....	58
<b>3.2.3 Cuadro de Requerimientos de bienes Capital, personal e insumos</b> .....	59
<b>3.2.4 Infraestructura y características físicas</b> .....	61
3.3 Localización del negocio, Factores determinantes .....	62
4. Estudio de la Inversión y Financiamiento .....	65
4.1 Inversión Fija .....	65
<b>4.1.1. Inversión Tangible</b> .....	65
<b>4.1.2. Inversión Intangible</b> .....	66
4.2 Capital de trabajo .....	67
4.3 Inversión Total.....	67
4.4 Estructura de la inversión y financiamiento .....	68
4.5 Fuentes Financieras.....	68
5. Estudio de los costos, ingresos y egresos .....	71
5.1 Presupuesto de los costos.....	71
<b>5.1.1 Presupuesto de la Mano de Obra</b> .....	71
5.1.2 Costos Indirectos de Fabricación .....	71
<b>5.1.3 Gastos Administrativos</b> .....	71
<b>5.1.4 Gastos de Publicidad y Promoción</b> .....	72
<b>5.1.5 Gastos Financieros</b> .....	72
<b>5.1.6 Gastos de Ventas</b> .....	72
<b>5.1.7 Depreciación de Activos Fijos</b> .....	73
5.2 Punto de Equilibrio .....	74
<b>5.2.1 Costos Fijos</b> .....	74
<b>5.2.2 Costos Variables</b> .....	74
<b>5.2.3 Precio de Venta</b> .....	74
5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas .....	76
<b>5.4 Presupuesto de Ingresos</b> .....	76
5.5 Presupuesto de Egresos.....	78

5.6	Flujo de Caja Proyectado .....	78
5.7	Balance General .....	79
6.	Evaluación .....	80
6.1	Evaluación Económica, Parámetros de Medición .....	80
6.1.1	Costo de Oportunidad .....	80
6.1.2	VAN Económico y TIR económico .....	80
6.1.3	Coeficiente Beneficio / Costo .....	80
6.2	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición .....	80
6.2.1.	VAN y TIR Financiero .....	80
6.3	Evaluación Social .....	81
6.4	Impacto Ambiental .....	81
7.	Conclusiones y Recomendaciones .....	82
7.1	Conclusiones .....	82
7.1.1	De la organización y aspectos legales .....	82
7.1.2	Del estudio de Mercado .....	82
7.1.3	Del estudio Técnico .....	82
7.1.4	Del Estudio de la Inversión y Financiamiento.....	83
7.1.5	Del Estudio de Costos, Ingresos y Egresos .....	83
7.1.6	De la Evaluación Económica/Financiera.....	83
7.1.7	De la Evaluación Social/Ambiental.....	83
8.	Recomendaciones .....	84
8.1.1	De la Organización y Aspectos legales .....	84
8.1.2	Del Estudio de Mercado .....	84
8.1.3	Del Estudio Técnico .....	84
8.1.4	Del Estudio de la Inversión .....	84
8.1.5	Del Estudio de Costos, Ingresos y Egresos .....	85
8.1.6	Evaluación Económica/Financiera .....	85
8.1.7	Evaluación Social/Ambiental .....	85

## Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio que estoy desarrollando es un centro de estimulación temprana - guardería para niños de 4 meses a 3 años de edad. Este centro de estimulación temprana al que de ahora en adelante llamaremos BABY CUNA, brindará el servicio de centro de estimulación temprana – guardería integral A1, ya que contara con personal altamente calificado los cuales se encargarán de cuidar a los niños, alimentarlos y enseñarles diferentes dinámicas y juegos y los padres podrán dejar a sus hijos mientras ellos se encuentran trabajando o desarrollando alguna actividad que les impida poder cuidar a sus hijos gran parte del día.

Hace varios años atrás las personas de diferentes clases o estatus podían normalmente contar con una persona que ayude a cuidar a los niños en las casas a un costo muy bajo. Ahora el costo de una nana es mucho mayor y su función es únicamente cuidar al niño y velar por el. Actualmente muchas agencias de empleos ubican a las nanas en los diferentes hogares en lima y este servicio adicional incrementa el costo de poder contratar a una nana.

El poder contratar a una nana mediante una agencia de empleo no asegura que la nana sea una persona con ética ni valores y muchas veces termina maltratando al niño o robando a las personas que la contrataron.

Otro factor que se considera para poder crear este centro de estimulación temprana, es que la mayoría de personas actualmente cuentan o viven en departamentos los cuales no siempre tienen el suficiente espacio para que una nana pueda trabajar como cama adentro.

En la actualidad las personas aprecian y valoran mucho el tiempo y ello se puede ver reflejado en todas las formas que las empresas evitan que los clientes tengan demoras en utilizar un servicio como, por ejemplo; banca por internet, pagos a distancia, transferencias bancarias, deliverys entre otros servicios que evitan el perder tiempo.

Parte del servicio diferenciado que ofrece BABY CUNA es recoger a los niños desde la casa de sus padres o del centro de labores si así lo requieren.

BABY CUNA tendrá muchos beneficios para los padres que opten por inscribir a sus hijos en este centro de estimulación temprana por varios aspectos:

BABY CUNA tendrá precios acordes al mercado si comparamos el contratar una nana. A diferencia de contratar a una nana BABY CUNA no solo cuidara al niño, sino que desarrollaran diferentes actividades que ayudaran a su desarrollo.

Otra ventaja es que las nanas u otros centros de estimulación temprana tienen un horario fijo el cual muchas veces los padres no pueden cumplir por temas laborales u otros.

La idea nació como una necesidad que tengo y que muchos padres con hijos pequeños hoy en día tienen; la falta de tiempo, flexibilidad de horarios, presupuesto y el deseo de estimular a los niños desde temprana edad con diferentes actividades.

Tengo un hijo pequeño de 06 meses y tanto su mamá como yo trabajamos casi todo el día y estamos con la preocupación de que cuando mi esposa retorne al trabajo no sabemos con quién vamos a dejar al niño, si vamos a necesitar contratar una niñera o tendremos que buscar nidos, guarderías o centros de estimulación temprana cerca a nuestros centros de trabajo o aledaños a nuestra casa.

BABY CUNA lo que quiere lograr es que los padres no se preocupen principalmente por dos cosas: El temor de no saber con quién o en donde dejar a nuestros hijos y ahorrarles tiempo y dinero.

BABY CUNA ofrecerá el servicio de un centro de estimulación temprana - guardería con personal capacitado que pueda ayudar al bebe a desarrollar sus capacidades motoras y estimular su aprendizaje. A diferencia de otros centros de estimulación temprana o guarderías es que los padres no tendrán que dejar él bebe al local, sino que nosotros recogeremos a los bebes en la casa de los padres o cerca a sus oficinas, lo cual ayudará a evitar que los papas pierdan tiempo movilizándolo a sus hijos y puedan cumplir con sus horarios en el trabajo o en las actividades que realicen.

Dado el tipo de negocio que voy a desarrollar, BABY CUNA va a estar ubicado geográficamente en el distrito de Miraflores cerca de los principales centros empresariales del distrito.

El servicio que BABY CUNA ofrece está dirigido a personas de un rango de edad entre los 25 y 40 años (público objetivo) no siendo una limitante si personas de otras edades quieren utilizar el servicio.

# 1. Organización y Aspectos Legales

## 1.1 Nombre o Razón Social

### BABY CUNA SAC

El nombre de la empresa BABY CUNA SAC fue creado en referencia al servicio que se va a brindar y que demuestra claramente el rubro donde queremos posicionarnos.

El nombre BABY CUNA también se creó para que las personas puedan identificarlos fácilmente.

### Búsqueda y Reserva de Nombre en los RRPP

Dado a las nuevas plataformas virtuales con las que cuentan las entidades del estado como la SUNARP, se puede realizar la reserva del nombre de vía on line usando el procedimiento de atención la cual no requiera la presentación física de documentos ni acercarse personalmente a la Oficina Registral.

La página web de la SUNARP cuenta con un formulario de solicitud de reserva en el cual se podrá consignar hasta cinco denominaciones completas o abreviadas o razones sociales, las que serán excluyentes en función al orden consignado. El paso 1 sería:

Figura 1: Paso inicial

The screenshot shows the 'Extranet SUNARP - Seguimiento de Estado de Títulos' website. The browser address bar shows 'https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmReservaNombre.faces'. The page title is 'SOLICITUDES >> Solicitud de Inscripción >> Reserva de Preferencia Registral' and it is 'Paso 1 de 3'. The main content area is titled 'RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA PARA (seleccionar el que corresponda)'. It has two radio buttons: 'Constitución' (selected) and 'Modificación de Estatuto'. Below this is the section 'DENOMINACION o RAZON SOCIAL cuya reserva solicita', with radio buttons for 'Denominación' and 'Razón Social' (selected). There are five input fields for names, with the first one containing 'ENTRENACAN SAC'. Below the name fields is the 'TIPO DE PERSONA JURIDICA' section, with a dropdown menu set to 'SOCIEDADES ANONIMAS'. The 'DOMICILIO DE LA PERSONA JURIDICA' section has dropdown menus for 'Departamento' and 'Provincia', both set to 'LIMA'. At the bottom right are 'Cancelar' and 'Continuar' buttons. A footer note states: '\* Los datos son obligatorios. Estimado solicitante, UD. podrá llenar desde 01 hasta 05 denominaciones o razones sociales. Solo se concederá la reserva de una de ellas, en orden excluyente, y sólo si resulta procedente de la calificación registral.'

Figura 1: Paso para la reserva del nombre. Fuente: Sunat en Línea

Luego que la solicitud es ingresada a través de la página web de la SUNARP, se genera un código de transacción de posteriormente dará lugar al asiento de presentación, el mismo que debe ser atendido en un plazo de 24 horas, todo es tramite es previo pago de la tasa registral.

Esta reserva tiene un plazo de 30 días calendarios, contados desde el día siguiente de su concesión.

### 1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU).

Lac codificaciones internacional CIU es una clasificación internacional de todas las actividades económicas que se realizan en el país y sirve para arrojar datos estadísticos que ayudan a verificar cuántas empresas están registradas, compararnos a nivel mundial y saber cuáles son las actividades económicas más resaltantes y así crear políticas tributarias. También sirve para incentivar la creación de empresas que ejerzan actividades económicas que convengan al país.

Dada la actividad de nuestra empresa (centro de estimulación temprana), la SUNAT nos indica que somos una empresa de servicios sociales e instrucción pública, dentro de ella estamos inmersos en el CIU 93103 que son los jardines infantiles y parvularios.

### 1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal Sectorial

#### Ubicación

La ubicación física de la empresa será en la Calle Elías 240 Aguirre, Miraflores, a 3 cuadras de Av. Pardo, a 2 cuadras de Av. Angamos Oeste y a 5 cuadras de Av. Arequipa.

Figura 2: Ubicación BABY CUNA

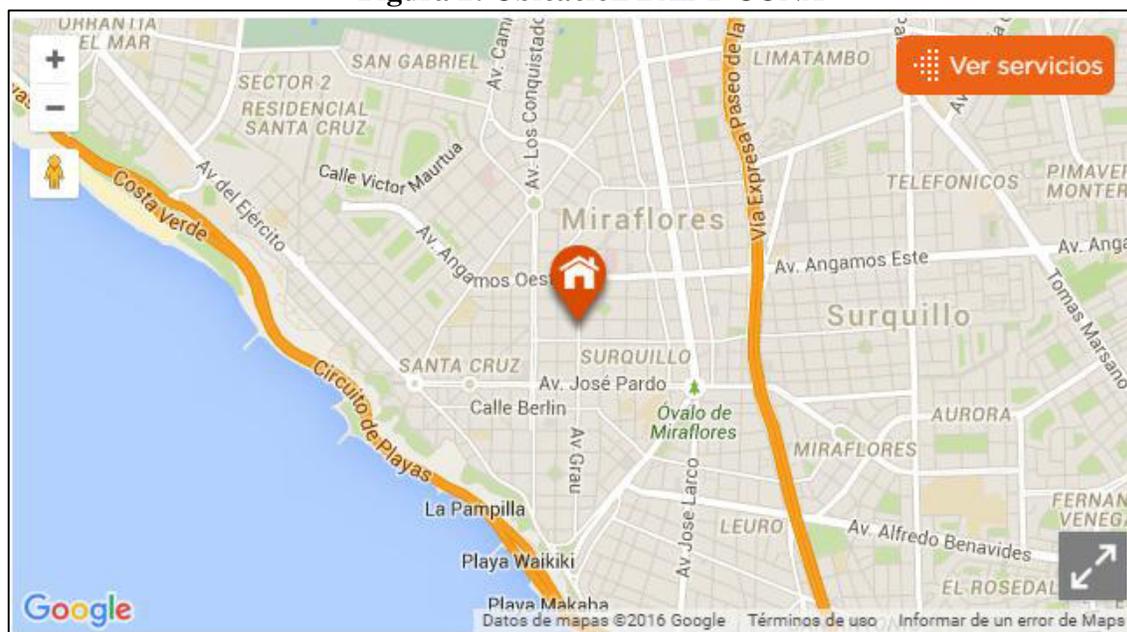


Figura 2: Ubicación de la Empresa. Fuente: Google Maps

## Factibilidad Sectorial

Sobre los permisos municipales en la municipalidad de Miraflores, dado que la ubicación de BABY CUNA es encuentra ubicada en una zona comercial no se tendrá problemas con los trámites municipales.

La municipalidad de Miraflores nos indica los siguientes pasos a seguir para la obtención de una licencia de funcionamiento:

**Figura 3: Pasos para obtención de Licencia de Funcionamiento**



Figura 3: Pasos para la obtención de licencia de funcionamiento. Fuente: Municipalidad de Miraflores.

### 1.4 Misión, Visión, Valores y Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en Marcha

#### Misión

BABY CUNA SAC, es una empresa dedicada al servicio de estimulación temprana - guardería para niños de 04 meses a 3 años de edad. La empresa está totalmente comprometida a brindar el mejor servicio y cuidado de los niños tratándolos como si fueran nuestros propios hijos y desarrollando sus habilidades motoras y sensoriales.

#### Visión

“Llegar a posicionarnos en mercado siendo reconocidos como el mejor centro de estimulación temprana – guardería. Sobrepasar con los estándares de calidad y poder satisfacer a todos nuestros clientes.”

## **Valores**

BABY CUNA SAC, pretender darle a sus clientes el mejor servicio y más que una empresa busca ser un hogar para los niños, es por ello que nos caracterizaremos por tener los siguientes valores:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Honestidad
- Paciencia
- Tolerancia
- Flexibilidad
- Optimismo

## **Principio de Empresa en Marcha**

Toda empresa legalmente constituida tiene actividades continuas y esto conlleva a generar ingresos como gastos los cuales tienen que ser declarados a la Sunat oportunamente.

Dado que el negocio que estoy presentando es un Centro de Estimulación temprana para poder funcionar correctamente se necesita la licencia de funcionamiento que emite cada municipalidad y un permiso del Ministerio de Salud.

Teniendo en cuenta que “La Ley General de Centros Privados N.º 8017, que se aplica para la educación de menores de 12 años y regula a guarderías o centros de cuidado, no contempla este tipo de escuelas de estimulación por ser figuras relativamente recientes, por lo que el Ministerio de Salud no tiene más que verificar que tengan los servicios básicos en buen estado, al igual que cualquier otro negocio, como si se tratara de un taller o una peluquería”,

### **1.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos**

La ley MYPE (ley N° 28015) referente a la constitución de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) nos dice que es toda organización constituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

BABY CUNA S.A.C contará inicialmente con 6 colaboradores donde por definición encaja en la “ley de promoción y formalización de micro y pequeña empresa” dado que la proyección de ingresos no será mayor a 150 UIT (S/.592, 500) anualmente. Como referencia se está trabajando el valor de la UIT de S/. 3950 nuevos soles.

## **Ventajas de ser una MYPE**

- Nos ayudara a formalizar nuestra empresa.
- Nos dará una mejor opción a créditos en las diferentes entidades bancarias.
- Los tributos al estado son menores a diferencias de la pequeña empresa.

- Las municipalidades tienen por obligación otorgarnos la licencia de funcionamiento provisional en un plazo máximo de 7 días.

## 1.6 Estructura Orgánica

Figura 4: Organigrama

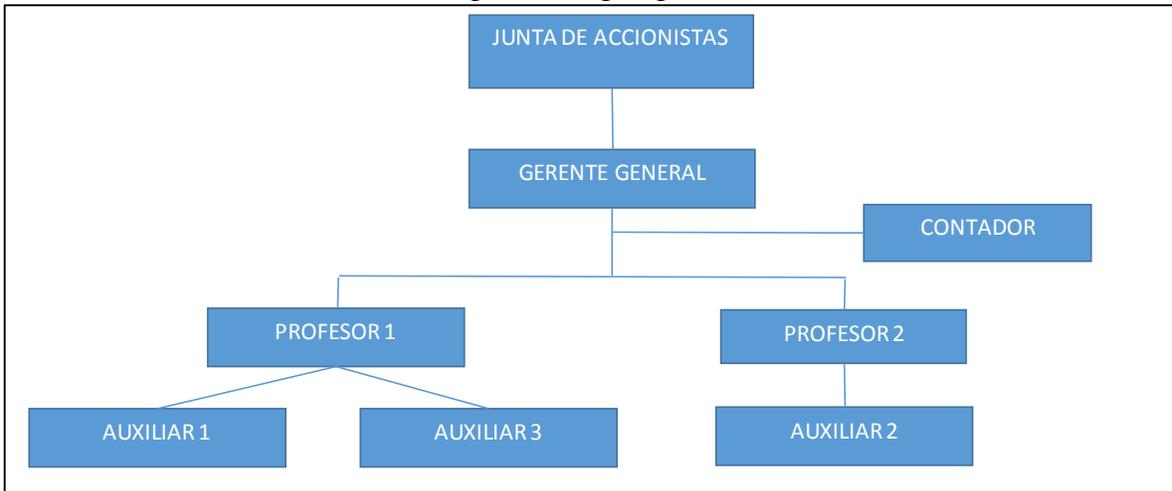


Figura 4: Organigrama de la Empresa. Fuente: Elaboración Propia

La empresa iniciará los servicios con 7 personas con los siguientes puestos:

- Gerente General
- Contador
- Profesor 1
- Profesor 2
- Auxiliar 1
- Auxiliar 2
- Auxiliar 3

### Perfil y Funciones de los puestos

- Gerente General:

El puesto de gerente general puede ser cubierto por personas de sexo femenino como masculino, el rango de edad será de 25 a 35 años, de profesión tendrá que ser Administrador de empresas/Ingeniero Industrial, experiencia en el mercado más de 3 años. Debe tener buen manejo del flujo de caja y manejo de personal. Tiene que estar enfocado en la atención al cliente y realizar estrategias comerciales.

Las funciones del puesto son representar a la empresa legal y comercialmente según se requiera, generar estrategias comerciales con las diferentes empresas en lima, generar la mayor rentabilidad posible, aprobar y supervisar el presupuesto de la empresa.

- Contador:

Se encargará de realizar todos los temas contables de la empresa anualmente y su contratación será por recibo por honorarios.

- Profesor 1:

El perfil del profesor 1 es una persona de sexo femenino, edad promedio entre 25 y 45 años, tener estudios superiores en docencia, experiencia mínima de 2 años en puestos similares a cuidados de niños menores de 3 años, preferible con cursos o especializaciones en estimulación temprana.

Las funciones del puesto es supervisar a niños de 04 meses a 1 año y medio de edad a su cargo realizando un programa de actividades que ayuden a estimular las distintas capacidades motoras como intelectuales de los niños. Bajo su cargo tendrá a 2 auxiliares que le reportan directamente.

- Profesor 2:

El perfil del profesor 2 es una persona de sexo femenino, edad promedio entre 25 y 45 años, tener superiores en docencia, experiencia mínima de 2 años en puestos similares a cuidados de niños menores de 3 años, preferible con cursos o especializaciones en estimulación temprana.

Las funciones del puesto es supervisar a niños de 1 año y medio a 3 años de edad a su cargo realizando un programa de actividades que ayuden a estimular las distintas capacidades motoras como intelectuales de los niños. Bajo su cargo tendrá a 1 auxiliar que le reportan directamente.

- Auxiliar 1,2 y 3:

El perfil del auxiliar es una persona del sexo femenino con edad promedio entre 22 y 30 años, contar con estudios técnicos concluidos y una experiencia de un año realizando actividades de cuidados de niños, clases entre otros.

## 1.7 Cuadro de Asignación de Personal

Dado que la empresa BABY CUNA es una MYPE no sobrepasaremos los 150 UIT anuales y nuestro total de trabajadores no serán más de 10.

**Tabla 1: Cuadro de Asignación de Personal**

<i>Cargo</i>	<i>Cantidad de personal</i>	<i>Remun. Mensual</i>	<i>Remun. Anual sueldos</i> <sup>12</sup>	<i>Vacaciones 1/2 Sueldo</i>	<i>SIS</i>	<i>TOTAL ANUAL</i>
<i>Gerente General</i>	1	4,000	48,000	2,000	15	50,015
<i>Profesor 1</i>	1	2,300	27,600	1,165	15	28,781
<i>Profesor 2</i>	1	2,300	27,600	1,165	15	28,781
<i>Auxiliar 1</i>	1	1,600	19,200	815	15	20,030
<i>Auxiliar 2</i>	1	1,600	19,200	815	15	20,030
<i>Auxiliar 3</i>	1	1,600	19,200	815	15	20,030
<b><i>SUB TOTAL MENSUAL</i></b>			163,800	6,775	90	167,667

Fuente: Elaboración Propia expresado en soles.

El contador no se está incluyendo dentro del personal fijo dado que su puesto no lo amerita y solo se le considerara pago por recibo por honorarios.

**Tabla 2: Honorario Contador**

<i>Cargo</i>	<i>Cantidad de personal</i>	<i>Remun. Anual sueldos</i> <sup>12</sup>
<i>Contador</i>	1	3,000

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 3: Pagos Anual de Personal**

<i>Cargo</i>	<i>S/.</i>
<i>Contador Externo</i>	3,000
<i>Total personal Administrativo</i>	167,667
<i>Total</i>	170,667

Fuente: Elaboración Propia

## **1.8 Forma Jurídica Empresarial**

### **EMPRESA COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA – S.R.L.**

#### **Características:**

A estas sociedades se les conoce como Sociedades de Personas, donde prima el elemento personal de confianza. Pero es alterno con la responsabilidad limitada que tienen los socios para gestión de la empresa.

#### **Denominación:**

La denominación o razón social debe ser objetiva, a la cual se añadirá la indicación Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, pudiéndose utilizar un nombre abreviado relacionado con la razón social con la sigla S.R.L.

#### **Capital Social:**

Está integrado por las aportaciones de los socios, dividido en participaciones sociales iguales, acumulables e indivisibles que no podrán ser incorporados en títulos, valores ni denominarse acciones.

#### **Objeto Social:**

Puede desarrollar actividades de comercio manufactura, servicios, extracción y otros

#### **Órganos de la Empresa:**

Gerente: encargado de la dirección y administración de la sociedad y es el representante legal de la empresa.

Sub-Gerente: reemplaza al Gerente en caso de ausencia.

### **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA – E.I.R.L.**

#### **Características:**

Es una persona Jurídica de Derecho Privado. Constituida por voluntad unipersonal con el patrimonio distinto al de su titular. Se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa.

La responsabilidad de la empresa está limitada al patrimonio y el Titular de la misma no responde personalmente por las obligaciones de ésta.

**Denominación:**

La empresa adoptará una denominación o Razón Social que le permitirá individualizarla, seguida de la indicación Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o las siglas E.I.R.L.

**Capital Social:**

Está constituido inicialmente por los bienes que aporta quien la constituye y es determinado por el titular. Puede ser:

- a) Bienes Dinerarios (efectivo)
- b) Bienes no Dinerarios (muebles, enseres, maquinarias, etc.)

Bienes mixtos (efectivo y No Dinerarios)

**Objeto Social:**

Puede desarrollar actividades de comercio manufactura, servicio, extracción y otros.

**Órganos de la Empresa:**

Titular: órgano máximo de la empresa que tiene a su cargo la decisión de los bienes y actividades.

Gerencia: órgano que tiene a su cargo la administración y representación de la empresa, es designado por el titular.

El titular, puede asumir el cargo de Gerente, en cuyo caso asumirá las facultades, deberes y responsabilidades de ambos cargos debiendo denominarse Titular Gerente.

**SOCIEDAD ANONIMA – S.A.****Características:**

Es una persona Jurídica de Derecho Privado, de naturaleza comercial o mercantil, cualquiera sea su objetivo. No cotizan en bolsa.

**Denominación:**

Podrá adoptar cualquier denominación o razón social con la indicación Sociedad Anónima o las siglas S.A.

**Capital Social:**

Está representada por acciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. El aporte puede ser en bienes (muebles, equipos, enseres y maquinarias) y/o efectivo

**Objeto Social:**

Puede desarrollar actividades de comercio, manufactura, servicios, extracción y otros.

**Órganos de la Empresa:**

Junta General de Accionistas: Es el órgano supremo de la sociedad está integrado por el número de socios.

Directorio: Es el órgano colegiado elegido por la Junta General. En ningún caso el número de Directores es menor de 3.

Gerente: Es nombrado por el Directorio y es el representante legal y administrador de la empresa.

Sub-Gerente: Reemplazará al Gerente en caso de ausencia.

**SOCIEDAD ANONIMA CERRADA – S.A.C.****Características:**

Es una persona Jurídica de Derecho Privado de naturaleza mercantil cualquiera sea su objetivo. Sus acciones no pueden ser inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. Compuesta por un mínimo de dos personas y un máximo de 20, su proceso de formación puede hacerse por acto de fundación o por constitución simultánea.

**Denominación:**

Podrá adoptar cualquier denominación o razón social, con la indicación Sociedad Anónima Cerrada o las siglas S.A.C.

**Capital Social:**

Está conformada por acciones y se integra con los aportes de cada uno de los socios quienes no responden personalmente por las deudas sociales. El aporte puede ser en bienes no dinerarios (muebles, equipos, enseres y maquinarias) y/o efectivo.

**Objeto Social:**

Puede desarrollar actividades de comercio, manufactura, servicios, extracción y otros.

**Órganos de la Empresa:**

Junta General de Accionistas: Es el órgano supremo de la sociedad, está integrado por el total de socios que conforman la empresa.

Gerente: Es el representante legal y administrador de la empresa, es quien convoca la junta de accionistas.

Sub-Gerente: reemplaza al Gerente en caso de ausencia.

El Directorio puede ser opcional, en cuyo caso el Gerente General asume sus funciones.

## Denominación: BABY CUNA S.A.C

La forma jurídica para este modelo de negocios será de tipo Sociedad Anónima Cerrada y contará con 2 socios.

Ambos socios aportaran acciones en bienes no dinerarios ya que no responderán personalmente por las deudas que la empresa pueda adquirir y a su vez esta no cotizara en bolsa.

## ACTO CONSTITUTIVO DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA CON DIRECTORIO – CON APORTES EN BIENES NO DINERARIOS)

### SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. Nº 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO Nº 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADO DE EMPRESA CON D.N.I. 44355791, ESTADO CIVIL CASADA CON DOÑA FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON D.N.I.44776291; FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE EMPRESAS CON D.N.I. 44776291, ESTADO CIVIL CASADA CON DON JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE EMPRESAS CON D.N.I. 44355791, SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: CALLE LAS ACACIAS 884 DEP. 602 , DISTRITO DE MIRALORES, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA.

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE “BABY CUNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE “BABY CUNA S.A.C.”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 1000.00 (MIL Y 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 50000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 0.02 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS, SUSCRIBE 40,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 800.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.
2. FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON , SUSCRIBE 13,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 200.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** EN CALIDAD DE INFORME DE VALORIZACIÓN, LOS OTORGANTES DECLARAN QUE LOS BIENES NO DINERARIOS APORTADOS A LA SOCIEDAD SON LOS QUE A CONTINUACION SE DETALLAN, Y QUE EL CRITERIO ADOPTADO PARA LA VALORIZACION, EN CADA CASO, ES EL QUE SE INDICA:

DESCRIPCION DE LOS BIENES	CRITERIO PARA VALORIZACION	VALOR ASIGNADO
1.- JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS, APORTA:		
001 MUEBLES DIVERSOS	VALOR/MERCADO	S/. 800.0
	TOTAL :	S/. 800.00
2.- FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON, APORTA:		
001 BIBERONES DIVERSOS	VALOR/MERCADO	S/. 200.00
	TOTAL :	S/. 200.00
	VALOR TOTAL :	S/. 1000.00

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. 1000.00 (Mil Y 00/100 NUEVOS SOLES) COMO APORTES EN BIENES NO DINERARIOS AL CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA.

EL NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD Y DOMICILIO DE LOS APORTANTES, ES EL QUE SE CONSIGNA AL INICIO DEL DOCUMENTO Y LA SUSCRIPCIÓN SE EFECTÚA AL FINAL DEL DOCUMENTO.

**CUARTO.-** LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

## **ESTATUTO**

**ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: “..... SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “..... S.A.C.”.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE.....

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

**ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL:** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A:  
**Servicios sociales e instrucción pública**, centro de estimulación temprana

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 1000.00 (MIL Y 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 50000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/0.02 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA “LEY”.

**ARTICULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ORGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS;
- B) EL DIRECTORIO Y
- C) LA GERENCIA.

**ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA “LEY” LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245 DE LA “LEY”. EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246 DE LA “LEY”.

**ARTÍCULO 8.- EL DIRECTORIO:** LA SOCIEDAD TENDRÁ UN DIRECTORIO INTEGRADO POR ..... MIEMBROS QUE PUEDEN O NO, SER ACCIONISTAS, CUYO PERÍODO DE DURACIÓN SERÁ DE TRES (3) AÑOS, PUDIENDO SUS MIEMBROS SER REELEGIDOS.

EL CARGO DE DIRECTOR SÓLO RECAE EN PERSONAS NATURALES. LOS DIRECTORES PUEDEN SER REMOVIDOS EN CUALQUIER MOMENTO POR LA JUNTA GENERAL. EL CARGO DE DIRECTOR ES RETRIBUIDO. LOS DIRECTORES SERÁN ELEGIDOS CON REPRESENTACIÓN DE LA MINORÍA, DE ACUERDO A LA “LEY”.

**ARTÍCULO 9.- VACANCIA:** VACA EL CARGO DE DIRECTOR POR FALLECIMIENTO, RENUNCIA, REMOCIÓN O POR INCURRIR EL DIRECTOR EN ALGUNA DE LAS CAUSALES DE IMPEDIMENTO SEÑALADAS POR LA “LEY”. EN CASO

DE VACANCIA, EL MISMO DIRECTORIO PODRÁ ELEGIR A LOS REEMPLAZANTES PARA COMPLETAR SU NÚMERO POR EL PERÍODO QUE AÚN RESTA AL DIRECTORIO. EN CASO DE QUE SE PRODUZCA VACANCIA DE DIRECTORES EN NÚMERO TAL QUE NO PUEDA REUNIRSE VÁLIDAMENTE EL DIRECTORIO, LOS DIRECTORES HÁBILES ASUMIRÁN PROVISIONALMENTE LA ADMINISTRACIÓN Y CONVOCARÁN DE INMEDIATO A LA JUNTA DE ACCIONISTAS QUE CORRESPONDA PARA QUE ELIJAN NUEVO DIRECTORIO. DE NO HACERSE ESTA CONVOCATORIA O DE HABER VACADO EL CARGO DE TODOS LOS DIRECTORES, CORRESPONDERÁ AL GERENTE REALIZAR DE INMEDIATO DICHA CONVOCATORIA. SI LAS REFERIDAS CONVOCATORIAS NO SE PRODUJEREN DENTRO DE LOS DIEZ SIGUIENTES, CUALQUIER ACCIONISTA PUEDE SOLICITAR AL JUEZ QUE LA ORDENE, POR EL PROCESO SUMARISIMO.

**ARTÍCULO 10.- CONVOCATORIA, QUÓRUM Y ACUERDOS:** EL DIRECTORIO SERÁ CONVOCADO POR EL PRESIDENTE, O QUIEN HAGA SUS VECES, CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 167º DE LA "LEY". EL QUÓRUM PARA LA REUNIONES DEL DIRECTORIO SERÁ DE LA MITAD MÁS UNO DE SUS MIEMBROS. SI EL NÚMERO DE DIRECTORES ES IMPAR, EL QUÓRUM ES EL NÚMERO ENTERO INMEDIATO SUPERIOR AL DE LA MITAD DE AQUÉL. CADA DIRECTOR TIENE DERECHO A UN VOTO. LOS ACUERDOS DE DIRECTORIO SE ADOPTAN POR MAYORÍA ABSOLUTA DE VOTOS DE LOS DIRECTORES PARTICIPANTES; EN CASO DE EMPATE, DECIDE QUIEN PRESIDE LA SESIÓN.

**ARTÍCULO 11.- GESTIÓN Y REPRESENTACIÓN:** EL DIRECTORIO TIENE LAS FACULTADES DE GESTIÓN Y DE REPRESENTACIÓN LEGAL NECESARIAS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, DENTRO DE SU OBJETO, CON EXCEPCIÓN DE LOS ASUNTOS QUE LA "LEY" O EL ESTATUTO ATRIBUYAN A LA JUNTA GENERAL.

**ARTÍCULO 12.- DELEGACIÓN:** EL DIRECTORIO PUEDE DELEGAR SUS FACULTADES CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 174º DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 13.- RESPONSABILIDAD:** LA RESPONSABILIDAD DE LOS DIRECTORES SE RIGE POR LO ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULO 177º Y SIGUIENTES DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 14.- GERENTE GENERAL:** LA SOCIEDAD TENDRÁ UN GERENTE GENERAL. LA DURACIÓN DEL CARGO ES POR TIEMPO INDEFINIDO. EL GERENTE PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO POR EL DIRECTORIO O POR LA JUNTA GENERAL, CUALQUIERA QUE SEA EL ÓRGANO DEL QUE HAYA EMANADO SU NOMBRAMIENTO.

**ARTÍCULO 15.- ATRIBUCIONES:** EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DEL DIRECTORIO, SALVO QUE ESTE ACUERDE SESIONAR DE MANERA RESERVADA.
- C. ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DE JUNTA GENERAL, SALVO QUE ESTA DECIDA LO CONTRARIO.
- D. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- E. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCANTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA.
- F. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- G. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELLECTUAL.
- H. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTÍCULO 16.- RESPONSABILIDAD:** EL GERENTE RESPONDE ANTE LA SOCIEDAD, LOS ACCIONISTAS Y TERCEROS, CONFORME A LO QUE SE ESTABLECE EN EL ARTÍCULO 190 DE LA "LEY".

EL GERENTE ES RESPONSABLE, SOLIDARIAMENTE CON LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO CUANDO PARTICIPE EN ACTOS QUE DEN LUGAR A RESPONSABILIDAD DE ÉSTOS O CUANDO, CONOCIENDO LA EXISTENCIA DE ESOS ACTOS, NO INFORME SOBRE ELLOS AL DIRECTORIO O A LA JUNTA GENERAL.

**ARTICULO 17.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

**ARTICULO 18.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA "LEY".

**ARTICULO 19 - DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

**QUINTO** .- EL PRIMER DIRECTORIO DE LA SOCIEDAD ESTARÁ INTEGRADO POR:

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO : JOSUE HEINZ SANCHEZ VILLEGAS

SEXTO .- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL : FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON CON D.N.I. 44776391, CON DOMICILIO EN: CALLE LAS ACACIAS 884 DEP 602, DISTRITO DE MIRAFLORES, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

**Lima, 28 DE marzo DEL 2016**

DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCION DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO FLORENCIA DEL CARMEN PRAELI BALLON, IDENTIFICADO CON DNI N° 44776391, EN MI CALIDAD DE GERENTE GENERAL DESIGNADO DE LA EMPRESA DENOMINADA "BABY CUNA S.,A.C.", QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES NO DINERARIOS QUE APARECEN DETALLADOS Y VALORIZADOS EN LA CLAUSULA TERCERA DEL PACTO SOCIAL QUE ANTECEDE.

**Lima, 28 DE marzo DEL 2016**

## **1.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI**

Denominamos marca a cualquier signo que pueda relacionar o identificar a tus productos o servicios del resto, la marca no diferencia de nuestra competencia en el mercado y nos hace únicos y originales. La marca puede estar formada de diferentes formas; por una palabra, imágenes, símbolos, cifras letras y demás.

Para poder registrar nuestra marca en INDECOPI se tiene que presentar la constancia de pago del derecho de trámite (S/. 486.35 nuevos soles) que cancelará en la Caja del INDECOPI. Una vez presentada la solicitud la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

Teniendo en cuenta los demás requisitos, la Dirección comunicará al solicitante para que cumpla con corregir las omisiones, otorgándole para ello un plazo de sesenta (60) días hábiles, contados desde el día siguiente de recibida la notificación.

Una vez completados los requisitos en el plazo determinado, se otorgará la orden de publicación y deberá acercarse a las oficinas del diario oficial El Peruano y solicitar su divulgación por única vez.

En el plazo de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su divulgación en el diario oficial El Peruano.

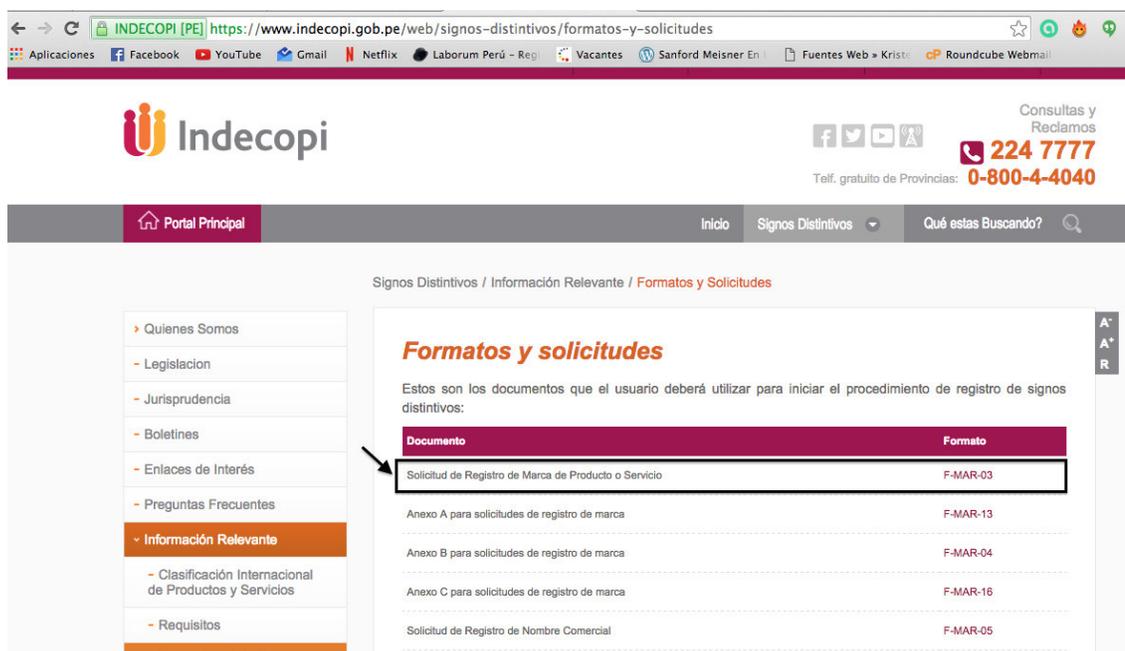
Después de divulgada la resolución, el solicitante deseara presentar un recurso de reconsideración, de apelación o adhesión, dispondrá de un plazo máximo de 15 días útiles desde la fecha en que dicha resolución le fue comunicada.

## PRESENTACIÓN DE SOLICITUD PARA EL REGISTRO DE MARCA

### Requisitos de la solicitud

La solicitud se presenta en formato (3 ejemplares), en el cual se consignará:

**Figura 5: Formato de Solicitud**



Documento	Formato
Solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio	F-MAR-03
Anexo A para solicitudes de registro de marca	F-MAR-13
Anexo B para solicitudes de registro de marca	F-MAR-04
Anexo C para solicitudes de registro de marca	F-MAR-16
Solicitud de Registro de Nombre Comercial	F-MAR-05

*Figura 7:* Sitio Web donde encontrar los formatos para Registro de Marca. Fuente: Indecopi.

- a) Datos de identificación del solicitante (incluyendo domicilio para notificaciones).
- b) De ser el caso, datos e identificación del representante (cuyo domicilio será considerado para efectos de las notificaciones).  
Si actúa a través de un representante, deberá adjuntar el poder en instrumento privado (no se requieren legalizaciones).  
También se aceptará copia de la escritura pública, Partida Registral, u otro documento análogo, en el que consten las facultades con las que actúa el representante.
- c) Indicación del signo que pretende registrar:
  - Signo denominativo: Consignar la denominación.

- Signo figurativo, mixto, tridimensional u otros: Adjunta 3 reproducciones de aproximadamente 5x5cms, en blanco y negro o a colores, si reivindica colores.
- d)** Indicación expresa de los productos y/o servicios para los cuales se solicita el registro de la marca.
- En un mismo expediente puede solicitarse el registro de una marca para una o más clases de la Clasificación de Niza. En este último caso, los productos y/o servicios deberán designarse por sus nombres y serán agrupados según las clases de la clasificación del producto y servicios de Niza, precedido cada grupo por el número de a clase a que pertenezca. Así mismo se deberá consignar en el orden de las clases de dicha clasificación.
- e)** El comprobante de pago de las tasas respectivas (se deberá pagar una tasa por cada clase en la que se solicite e registro).
- De ser el caso, consignar la prioridad que se reivindica, adjuntando copia de la solicitud cuya prioridad se invoca, certificada por la autoridad competente y traducida al español, de ser el caso.

## **1.10 Requisitos y Trámites Municipales**

Requisitos para obtener licencia de funcionamiento

Licencia de funcionamiento definitiva, ampliación de giro y/o modificación de área categoría ii (ex ante) “para locales de más de 100 hasta 500 m2., o hasta dos pisos o con un máximo de 20 computadoras”

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada, que incluya: R.U.C. y D.N.I. o C.E. del solicitante.
2. Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada. La vigencia de poder deberá tener una antigüedad máxima de tres meses.
3. Cumplir con los requisitos para la ITSDC:
  - Llenar el formulario numerado de Solicitud de ITSDC.
  - Registro de SUNAT vigente.
  - Planos de Distribución con mobiliario a escala y con medidas.
  - Plan de Seguridad o Cartilla según corresponda.

ADICIONALMENTE, DE SER EL CASO:

- Copia simple del título profesional, en el caso de servicios de salud.
- Copia simple de la autorización sectorial respectiva, en el caso de aquellas actividades que conforme a ley la requieran de manera previa al otorgamiento de licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el INC conforme a la Ley N° 28296 - Ley del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Informar sobre el número de estacionamientos, de acuerdo a la normativa vigente (Ord. 342-MM y 348-MM).





## Establecimiento en trámite de licencia (Defensa Civil)

Documentos que deberá presentar al momento de solicitar la inspección:

1. SOLICITUD SIMPLE.
2. AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE.
3. COMPROMISO SOLIDARIO DEL CONDUCTOR Y DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, de retirar lo implementado al cese de la actividad o al solo requerimiento de la municipalidad.
4. PLANOS DE PLANTA, CORTES Y ELEVACIÓN a escala 1/50 donde se detalle la tipología de los elementos a instalar, firmado y sellado por arquitecto colegiado.
5. MEMORIA DESCRIPTIVA de la distribución a utilizar en el retiro municipal, firmado y sellado por arquitecto colegiado.
6. PLANO DE ESTRUCTURA Y DETALLES, a escala 1/50 firmado y sellado por ingeniero civil colegiado (para elementos fijos).
7. INFORMAR Y ACREDITAR SOBRE EL NUMERO DE ESTACIONAMIENTOS, por las áreas ampliadas del comedor, de acuerdo a la normativa vigente (Ord. N° 342-MM y 348-MM).
8. AUTORIZACIÓN DE LA JUNTA DE PROPIETARIOS o la aprobación mayoritaria de los propietarios (50%+ 1).
9. PAGO POR DERECHO DE TRAMITE S/. 193.92 nuevos soles (cod. 1770).

**Figura 7: Declaración de Defensa Civil**



Municipalidad de Miraflores  
 GERENCIA DE AUTORIZACIÓN Y CONTROL - SUBGERENCIA DE DEFENSA CIVIL  
 DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD  
 LEY N° 28976 - D.S. N° 058-2014-PCM

RAZÓN SOCIAL / PERSONA NATURAL: .....

UBICADO EN: .....

El propietario y/o conductor del local o establecimiento, DECLARA BAJO JURAMENTO lo siguiente: MARCAR CON X

		SI	NO
<b>1.8 ARQUITECTURA</b>			
1.1 El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abre directamente sobre un desnivel, ni invade la vía pública y las rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, estapas, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros)			
<b>2.8 ESTRUCTURAS</b>			
2.1 El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes)			
2.2 Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (felpo, plástico y/o cartón)			
2.3 El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos, ni fugas de agua en sus instalaciones sanitarias.			
<b>3.8 INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>			
3.1 El tendido eléctrico es de material no combustible (brasil o neón), tiene interrupciones homopolarizadas identificadas y no utiliza líneas tipo cuchillo.			
3.2 Si existen equipos de iluminación fluorescentes (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2000)			
3.3 No se utiliza cable melado en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorrientes. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canales o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.			
3.4 Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protección de medidor de la resistencia menor a 20 ohmios.			
3.5 Los equipos de alumbrado (boca, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horarios nocturnos), estas se encuentran en buen estado y operativas.			
3.6 Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables melados, tiene cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.			
<b>4.8 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS</b>			
4.1 El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y exhibitor).			
4.2 El local o establecimiento cuenta como mínimo con un extintor de polvo químico seco de 6 kg o el mismo un extintor por cada 50 m <sup>2</sup> de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.			
4.3 Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (enfriando que se calienta) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.			
4.4 Las instalaciones de gas (LPG) que utilizan balones mayores a 25 kg, tiene tuberías de cobre y están alejadas de estanterías y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.			
4.5 Las campanas, filtros y ductos de extractor de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.			

PROPIETARIO: ( ) REPRESENTANTE LEGAL: ( ) CONDUCTOR / ADMINISTRADOR: ( )

NOMBRES Y APELLIDOS: .....

Firma: .....

D.N.I. N° .....

Fecha: .....

Figura 7: Declaración Jurada de Defensa Civil. Fuente: Web Defensa Civil.

## **1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

Para obtener el Ruc la SUNAT tiene un procedimiento establecido:

### **Procedimiento para obtener el RUC**

- Original y copia del DNI
- Recibo de agua, luz o teléfono o algún otro que demuestre la validez del domicilio donde el contribuyente realiza sus actividades
- Presentar estos documentos en un Centro de Servicio al Contribuyente
- En el caso de la declaración de establecimiento(s) anexo(s), deberá exhibir el original y presentar fotocopia de uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo.

### **Régimen tributario**

La empresa BABY CUNA SAC se acogerá al Régimen Especial del Impuesto a la Renta debido a que no excederá sus ventas en 150 UIT al año (QUINIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES).

Los diferentes regímenes que existen en el sistema tributario son los siguientes:

- RUS
- RER
- RGR

### **Régimen Único Simplificado (RUS)**

El RUS es un régimen tributario en la cual se pueden acogerse las personas naturales que conducen un negocio unipersonal, este régimen conviene si es que las ventas serán al por menor y directamente al público en general.

Está orientado para negocios que realizan actividades con consumidores finales de menor movimiento económico y no requieren emitir factura.

En el nuevo RUS existen 5 categorías para pagar la cuota mensual. Cada contribuyente debe situarse en una de ellas y tener en cuenta el límite de sus ingresos brutos y compras mensuales:

**Figura 8: RUS**

Categoría	Ingresos Mensuales	Compras Mensuales	Cuota Mensual
1	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

*Figura 8: Categorías para cuotas de pago mensual en el Régimen Único Simplificado*  
Fuente: Sitio Web De Perú en el artículo “Los Régimenes Tributarios de la Sunat” (2016)

En este régimen no se debe emitir facturas, pero es posible pedir la autorización de impresión de tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.

**Figura 9: Formato de Pago Fácil**

**Guía PAGO FÁCIL**  
**NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO**



**EN CASO DE RECTIFICATORIA: SÓLO PODRÁ RECTIFICAR LA CATEGORÍA Y EL TOTAL INGRESOS BRUTOS DEL MES, PARA LO CUAL DEBERÁ LLENAR TODOS LOS DATOS DE ESTA GUÍA**

**NÚMERO DE RUC**

**PERÍODO TRIBUTARIO** que corresponda a la declaración  

Mes	Año

**TOTAL INGRESOS BRUTOS DEL MES (1)**

**CATEGORÍA**  (Ver TABLA al reverso)

**MONTO A COMPENSAR POR PERCEPCIONES DE IGV QUE LE HUBIESEN EFECTUADO (2)**

**IMPORTE A PAGAR (3)** (Ver tablas al reverso)

**¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DECLARA PARA ESTE PERÍODO?**  
(Marque con X según corresponda)

SI     NO

De haber marcado NO, deberá proporcionar la información de la Compensación de las Percepciones de IGV y/o de los pagos efectuados en la declaración original que se está rectificando.

**COMPENSACIÓN Y/ O PAGOS EFECTUADOS.**

**IMPORTANTE:** Si está presentando una declaración rectificatoria, **NO OLVIDE** consignar los montos compensados y/o los pagos efectuados en la declaración original.

**IMPORTANTE:**

(1) Este importe se obtendrá de la suma de los comprobantes de pago emitidos durante el período tributario a declarar.

(2) Consigne información **sólo si le hubiesen efectuado Percepciones de IGV** y opte por compensarlas. El monto máximo que puede compensar es el monto de la cuota (incluye intereses moratorios, sólo si corresponde).

(3) Si el pago lo está realizando fuera de plazo, incluya en el **IMPORTE A PAGAR** los intereses moratorios correspondientes.

*Figura 9: Formato de Pago Fácil.* Fuente: Sitio Web Sunat

### **Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)**

Este es un régimen intermedio entre el Nuevo RUS y el Régimen General, que consiente relacionarse en la compra-venta con otras empresas. En esta modalidad se pueden emitir facturas y otros comprobantes de pago con el mismo efecto tributario.

El Régimen especial a la Renta está orientado a las microempresas conducidas por personas naturales como a las que se constituyen como personas jurídicas que realizan actividades de servicios.

Requisitos para acogerte a este régimen:

- Los ingresos netos en el año no deben superar los S/. 525,000.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad no debe ser mayor a S/. 126,000. No se consideran vehículos ni inmuebles.
- El monto de las compras relacionadas a la actividad en el transcurso del año no deben superar los S/.525, 000.
- No pueden trabajar más de diez (10) personas, incluidos los servicios de intermediación laboral y tercerización.

### **Régimen General del Impuesto a la Renta (RGR)**

El Régimen General del Impuesto a la Renta comprende a las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (por ejemplo, utilidades a fin de año), se pueden acoger todo tipo de empresas de cualquier volumen o tamaño. Pueden inscribirse las pequeñas empresas conducidas por Personas Naturales o por Personas Jurídicas.

Impuestos a pagar:

- Impuesto a la Renta con pagos mensuales a cuenta del impuesto anual. Si al final resulta que pague más de lo estimado, habrá un saldo a tu favor como contribuyente.
- 19% por el IGV (incluye el 2% por el IPM - Impuesto de Promoción Municipal). Si hiciste compras vinculadas a tu negocio, el IGV que pague como comprador se deduce del que tienes que pagar como vendedor.
- En el caso de no tener ingresos, se declara “S/. 0.0”.

## **1.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)**

### **T-Registro (Registro de Información Laboral)**

Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

### **Planilla PLAME**

La planilla PLAME es la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de

Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT. La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

El programa se descarga desde [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), en el cual se elabora la declaración jurada y se envía mediante SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

Es preciso señalar que la versión vigente es la 2.8 aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 032-2015/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2015 y debe utilizarse a partir del período enero de 2015 en adelante.

Asimismo, también deberán utilizar dicha versión aquellos que se encontrarán omisos a la presentación de la PLAME y a la declaración de los conceptos b) al s) del artículo 7° de la Resolución de Superintendencia N° 183-2011/SUNAT por los períodos tributarios noviembre de 2011 a diciembre de 2014, o deseen rectificar la información correspondiente a dichos períodos.

**Figura 10: Planilla Electrónica Plame desde la Sunat**



*Figura 10: Planilla Electrónica Plame desde Sunat. Fuente: Sitio Web Sunat*

### 1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

La Empresa BABY CUNA SAC contara con 1 única planilla la cual estarán todos sus trabajadores desde el inicio de sus labores, bajo el régimen especial laboral.

## **Régimen General Laboral**

- El régimen laboral general instaura una jornada laboral de 8 h/d o 48 h/s como máximo.
- Para las empresas generadoras de renta de 3era categoría la remuneración mínima es de S/750.00.
- Los trabajadores de empresas que desarrollan actividades generadoras de rentas de 3era categoría y sujetos al régimen de la actividad privada con 20 o más trabajadores, participan en las utilidades de la empresa, según los porcentajes establecidos por la ley.
- La empresa debe pagar una Compensación por Tiempo de Servicios (equivalente a una remuneración mensual por cada año de servicio).
- Las vacaciones que les corresponde es de 30 días calendarios por cada año completo de servicios.
- Pasado el período de prueba del empleador, solo puede ser despedido por causa justa establecida en la ley. Los colaboradores que sean despedidos sin causa justa tienen derecho a recibir una indemnización por despido arbitrario, a razón de una remuneración y media ordinaria mensual por cada año completo de servicios, para contrato a plazo indefinido, y de una remuneración y media por cada mes restante hasta el término del contrato en caso de contrato a plazo fijo. En ambos casos, la indemnización no podrá exceder de 12 remuneraciones mensuales.
- Impuesto a la Renta: se le descuenta al trabajador cada mes, siendo necesario para ello que se realice una proyección de la remuneración anual del trabajador deduciendo la suma de siete UIT para el año 2013 (S/.25,550).
- Los empleadores están obligados a registrar a sus trabajadores en el sistema nacional de salud.

## **Régimen Especial Laboral**

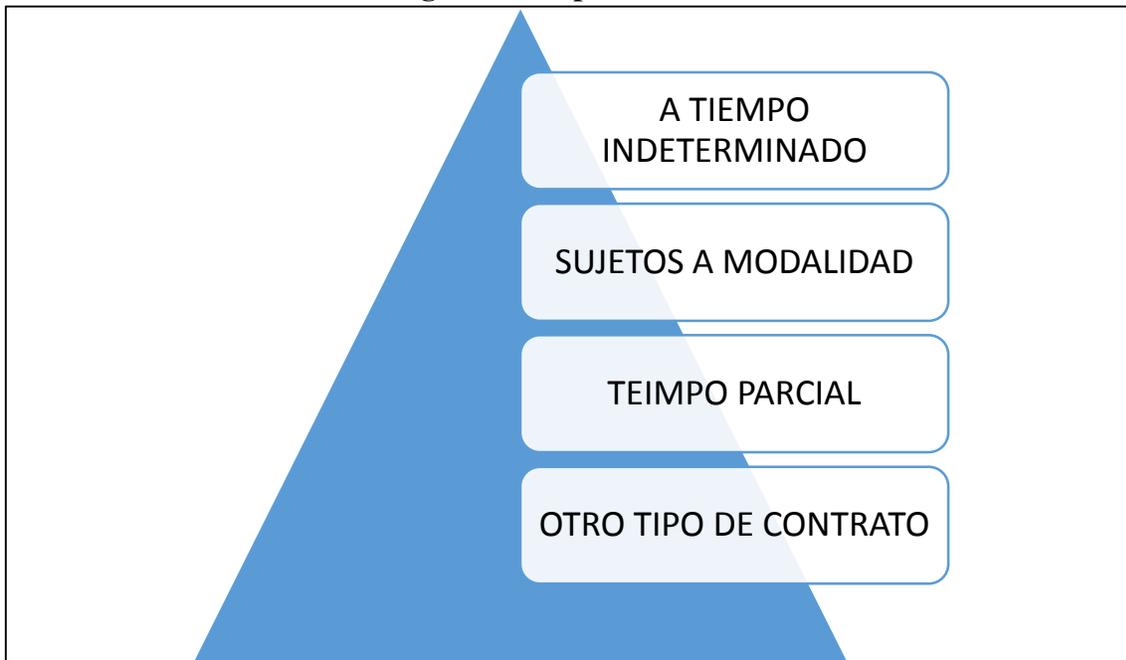
El Régimen Laboral Especial va dirigido a promover la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

### **1.14 Modalidades de Contratos Laborales**

Existen 4 tipos de modalidades de Contratos como a tiempo completo, sujetos a modalidad, tiempo parcial y otros tipos de contrato.

Clases de contrato:

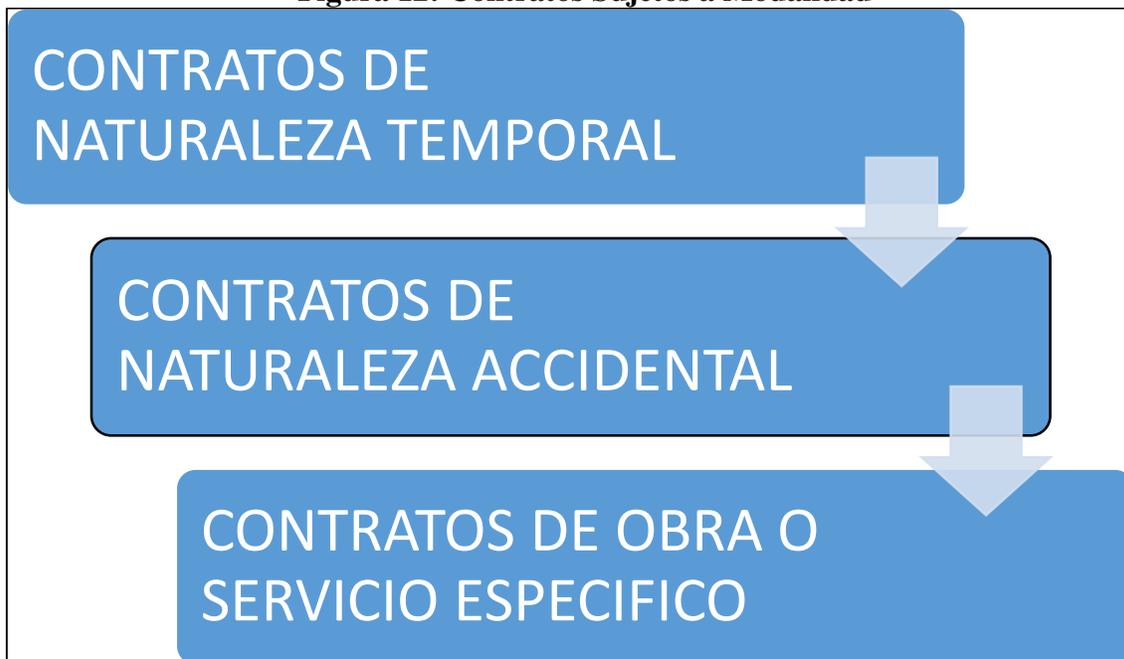
**Figura 11: Tipos de Contrato**



*Figura 11:* Tipos de Contrato. Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los contratos sujetos a modalidad podemos encontrar:

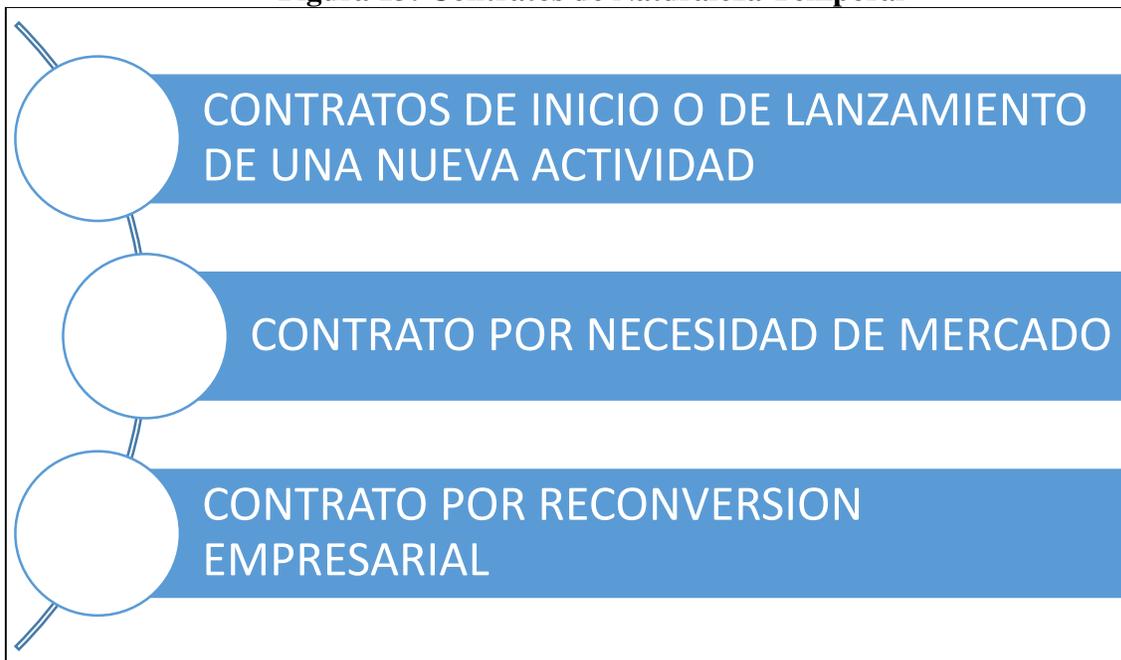
**Figura 12: Contratos Sujetos a Modalidad**



*Figura 12:* Contrato Sujetos a Modalidad. Fuente: Elaboración Propia

Para nuestro giro de Negocio nos enfocaremos en los contratos de naturaleza temporal los cuales se dividen de la siguiente forma:

**Figura 13: Contratos de Naturaleza Temporal**



*Figura 13: Contratos de Naturaleza Temporal. Fuente: Elaboración Propia*

BABY CUNA SAC empleará la modalidad de contrato sujetos a modalidad y dentro de él se considerará el contrato por naturaleza temporal. Ya que el negocio es nuevo y se necesita contar con nuevos empleados o colaboradores se realizará en contrato de inicio o de lanzamiento de una nueva actividad. Este contrato será la maqueta para las futuras contrataciones que se realicen y tendrá como duración 3 meses por concepto de periodo de prueba el cual permite a la empresa prescindir de los servicios del colaborador o empleado en caso no cumplierse con su trabajo de forma que nosotros esperamos.

### **CONTRATO TEMPORAL POR INICIO DE NUEVA ACTIVIDAD**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo SUJETO A MODALIDAD, que bajo la denominación de CONTRATO TEMPORAL POR INICIO DE NUEVA ACTIVIDAD, celebramos por una parte, la Empresa BABY CUNA SAC con Registro Único de Contribuyente No....., con domicilio en ....., a la que en adelante se le denominará LA EMPRESA, debidamente representada por su Gerente General Don (a)..... identificado con D.N.I.No....., con poder inscrito en el Registro Público de Tacna en la Ficha No....., y por otra parte Don....., identificado con D.N.I.No....., de Estado Civil....., con domicilio real en..... a quien en adelante se le denominará EL TRABAJADOR, contrato

que observando las formalidades legales, suscribimos en el ejercicio de nuestra libertad contractual, según las cláusulas y condiciones siguientes:

**PRIMERA:** La actividad económica principal de la EMPRESA, es el.....LA EMPRESA, por acuerdo de su directorio, debidamente inscrito en el Registro Público de la.....Ficha No.....acordó iniciar temporalmente y en forma experimental una nueva actividad empresarial consistente en prestar servicio de reparación de vehículos.

**SEGUNDA:** La EMPRESA necesita cubrir el puesto de.....para el establecimiento.....

**TERCERA:** La EMPRESA, de conformidad con lo dispuesto por el Art. 57 de la Ley de Productividad y competitividad laboral, contrata los servicios del Sr....., para que ocupe el puesto de.....en el....., ubicado en.....de la ciudad de.....

**CUARTA:** El plazo de contrato es de.....se inicia el.....y vence el.....vencido el plazo, el contrato queda resuelto automáticamente, sin requerirse de aviso previo.

**QUINTA:** La Jornada Ordinaria de trabajo es de ocho horas de lunes a.....siendo horario de trabajo de.....a.....horas.

**SEXTA:** El TRABAJADOR, percibirá una remuneración mensual de S/....., la misma que será abonada puntualmente. En casos justificados se podrá adelantar hasta el 30% de la remuneración, son más trámite que la suscripción de un vale.

**SEPTIMA:** Este contrato está normado por la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobada por D.S.No.003-97-TR.

**OCTAVA:** El presente Contrato se suscribe por triplicado, obligándose el empleador a remitir una copia a la autoridad administrativa de trabajo para su conocimiento y registro.

Las partes debidamente enteradas del tenor del presente documento, en uso de sus facultades y derechos lo suscriben en la ciudad de Miraflores a los 28 días del mes de marzo de 2016

.....  
**LA EMPRESA**

**EL TRABAJADOR**

## **1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

### **Contratos Comerciales**

Un contrato comercial es un acuerdo legalmente vinculante entre las, los contratos pueden ser escritos o verbales y redactarse de manera formal o informal. Las empresas realizan sus contratos por escrito para dejar en claro los términos del acuerdo por lo que buscan asesoramiento para realizar contratos trascendentales.

Los contratos pueden comprender todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc.

Si una de las partes involucradas en un contrato no cumpliera con el acuerdo establecido mediante dicho contrato, se considerará que se ha producido un incumplimiento de contrato por lo que se requiere que el derecho proporcione un recurso, que en muchos casos puede implicar un sistema judicial que haga cumplir el contrato.

### **Responsabilidad Civil de Accionistas**

La responsabilidad civil de los accionistas alcanza solo hasta el monto total de sus aportes hacia la empresa más no de sus bienes personales.

Responsabilidad Gerente; La responsabilidad del gerente no es hacia los accionista sino hacia la empresa, por lo cual el tendrá que responder ante cualquier eventualidad ya que el mismo la representa.

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 Descripción del Entorno del Mercado.

#### 2.1.1 Macro Entorno

Actualmente en el distrito de Miraflores existen entre nidos, cunas o centros de estimulación temprana aproximadamente 27 locales. Cada local tiene cuenta con un público objetivo marcado que va desde el B-C y A-B.

El mercado a cuál nosotros nos vamos a enfocar son el sector A-B, dentro de las cuales vamos a considerar el rango de edad de 25-35 años ya que según el estudio de IPSOS, es la edad en que la mayoría de personas tiene su primer hijo.

#### Factores Económicos

En los últimos 3 años los poderes adquisitivos de las personas han aumentado en un 12%, considerando que en el año 2012 el promedio de ingreso era 1508 nuevos soles y se proyecta que para el 2016 termine en 1700 nuevos soles, lo cual conlleva a que puedan adquirir diversos servicios y materiales.

**Figura 14: PBI País**

Cuadro N° 1 PERÚ: OFERTA Y DEMANDA GLOBAL TRIMESTRAL (Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior) Año Base 2007=100						
Oferta y Demanda Global	2014/2013					2015/2014
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
<b>Producto Bruto Interno</b>	5,0	1,8	1,8	1,0	2,4	1,7
Extractivas	3,6	-3,0	-1,6	-2,0	-0,9	2,8
Transformación	4,4	-2,1	-2,2	-6,1	-1,7	-5,7
Servicios	6,2	5,5	5,0	5,4	5,5	4,7
Importaciones	-0,8	0,5	-3,2	-0,3	-1,0	-1,5
<b>Oferta y Demanda Global</b>	3,7	1,5	0,7	0,8	1,6	1,0
<b>Demanda Interna</b>	4,5	2,6	2,6	2,1	2,9	2,5
Consumo Final Privado	5,4	4,4	3,7	2,9	4,1	2,9
Consumo de Gobierno	9,0	3,9	8,0	7,4	7,1	3,0
Formación Bruta de Capital	1,0	-1,4	-1,6	-1,7	-1,0	1,2
Formación Bruta de Capital Fijo	2,7	-2,8	-4,8	-1,9	-1,8	-7,1
Exportaciones	0,6	-2,8	-6,6	-4,4	-3,4	-4,6

Figura 14: PBI País. Fuente: INEI (2015)

Hoy en día el servicio de niñeras y nanas tienen mucha demanda, pero el costo del servicio es elevado y riesgoso.

Se dice que el costo es elevado dado que cuando uno contrata el servicio de una nana incluye su alimentación, vestimenta (en muchos casos) y también pueden ser cama adentro para lo cual se requiere comprar útiles de limpieza personal. Además del costo adicional al pago se le suma los riesgos de contratar a una persona de la cual no se tiene mayor referencia salvo de amigos, familiares o servís; es por ello que muchas veces las personas sales robando cosas, faltan en la semana, no tratan adecuadamente entre otras cosas.

### **Factores Políticos**

El ministerio de educación indica que para los nidos, cunas o centros de estimulación temprana que ofrezcan sus servicios a niños de 0 a 3 años no están contemplados dentro de la normativa del Ministerio de Educación. Solo los nidos, cunas o centros de estimulación temprana que cuenten con niños mayores de 3 años deberán tener un permiso del Ministerio de Educación.

También podemos agregar que, en los últimos años, nuestro país es estable el cual no corre riesgo de algún cambio drástico que pueda impactar o repercutir en el negocio como los centros de estimulación temprana o nidos.

### **Factores Tecnológicos**

Actualmente la tecnología es uno de los factores que más influyen en los negocios, tanto para servicios como compras, dado que si nosotros requerimos comprar algo acudimos a buscar primero en internet para luego ir a la tienda si es necesario o realizar la compra vía on line.

En una encuesta realizada por el diario el Comercio no indica que el 93% de los peruanos utiliza las redes para buscar información de interés.

### **Factores Culturales**

A través del tiempo nuestras tendencias sobre el cuidado de los niños han cambiado bastante. Por ejemplo 5 años atrás los padres buscaban a una persona que pueda cuidar a los niños y también que puedan ayudar con las tareas del hogar.

Hoy en día los padres no solo quieren que alguien cuide a sus hijos, también quieren que puedan ayudarlos a desarrollar sus capacidades motoras y de aprendizaje dándole desde pequeños una enseñanza diferencial que los ayude más adelante a sobresalir en su educación.

Esta tendencia de llevar a los niños al centro de estimulación temprana ha crecido constantemente desplazando a las típicas y convencionales guarderías ganando un mercado nuevo.

## Factores Demográficos

Según el INEI hasta el 30 de junio del año 2015 el número de habitantes era de 31'151,643 donde el 50.1% son hombres y el 49.9% son mujeres.

Si comparamos nuestra población a nivel Sudamérica, somos el octavo país con mayor número de población.

Del total de habitantes solo en lima se encuentran 9'834,631 habitantes siendo San Juan de Lurigancho el distrito con mayor número de habitantes teniendo 1'091,300 pobladores.

La proyección para el 2021 se estima que el número de pobladores llegaría 33 millones.

**Figura 15: Población año 2015**

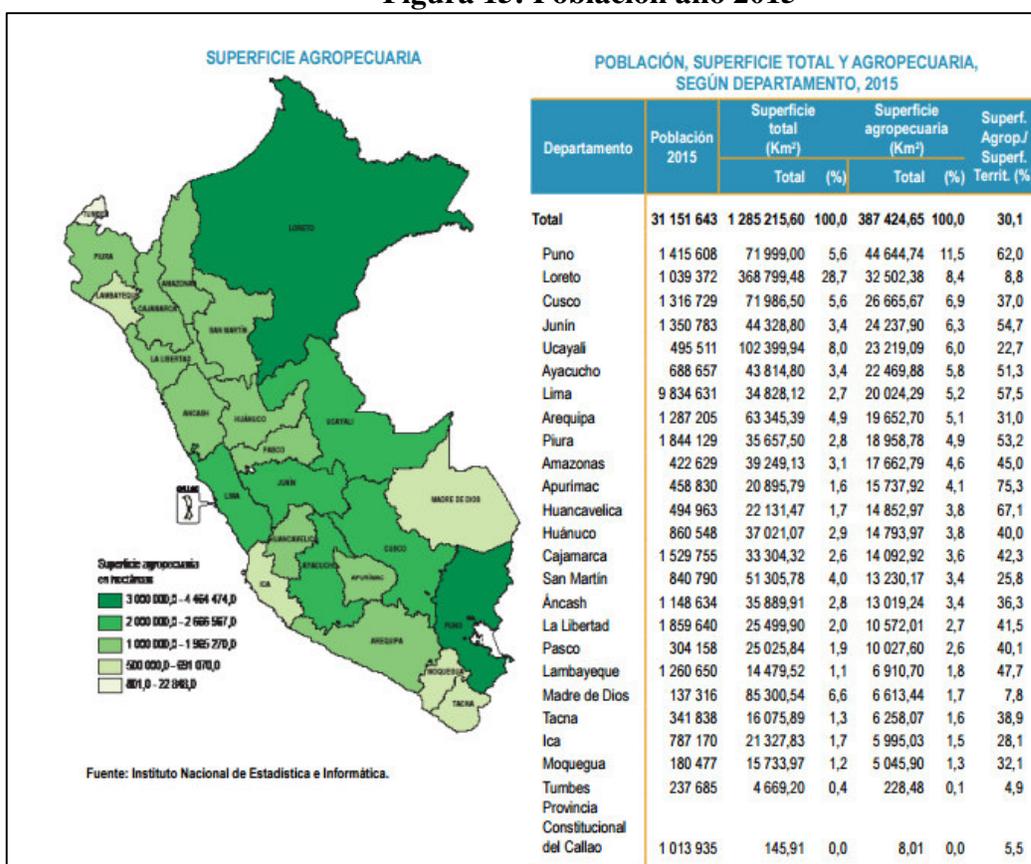


Figura 15: Población año 2015. Fuente: INEI (2015)

Otro análisis que se considera es el crecimiento proyectado de las ciudades capitales lo cual ayuda a que nuestro público sea mayor, siendo Lima el departamento con mayor población.

**Figura 16: Número de Habitantes**

PERÚ: POBLACIÓN ESTIMADA AL 30 DE JUNIO Y TASA DE CRECIMIENTO DE LAS CIUDADES CAPITALES, POR DEPARTAMENTO, 2015			
Departamento	Ciudad	Población 2015	Tasa de crecimiento (%)
			2014-2015
<b>Total</b>		<b>17 357 025</b>	<b>1,47</b>
Cajamarca	Cajamarca	226 031	3,32
San Martín	Moyobamba	56 452	3,18
Madre de Dios	Puerto Maldonado	74 494	2,99
Áncash	Huaraz	127 041	2,52
Puno	Juliaca 1/	273 882	2,51
San Martín	Tarapoto 1/	144 186	2,22
Amazonas	Chachapoyas	29 869	2,13
Ayacucho	Ayacucho	180 766	1,89
Cusco	Cusco	427 218	1,69
Lima	Lima Metropolitana 2/	9 886 647	1,57
Huancavelica	Huancavelica	47 866	1,56
Tacna	Tacna	293 116	1,53
Puno	Puno	140 839	1,53
Ica	Chincha Alta 1/	177 219	1,51
Moquegua	Moquegua	60 572	1,49
La Libertad	Trujillo	799 550	1,44
Piura	Piura	436 440	1,42
Moquegua	Ilo 1/	67 428	1,42
Huánuco	Huánuco	175 068	1,24
Tumbes	Tumbes	111 595	1,19
Loreto	Iquitos	437 376	1,13
Ica	Ica	244 390	1,03
Junín	Huancayo	364 725	1,03
Lambayeque	Chiclayo	600 440	0,96
Arequipa	Arequipa	869 351	0,95
Áncash	Chimbote 1/	371 012	0,86
Piura	Sullana 1/	201 302	0,85
Apurímac	Abancay	58 741	0,50
Ica	Pisco 1/	104 656	0,29
Piura	Talara 1/	90 830	0,04
Ucayali	Pucallpa	211 651	0,01
Pasco	Cerro de Pasco	66 272	-0,47

*Figura 16: Número de Habitantes. Fuente: INEI (2015)*

Podemos ver también que la tasa de nacimiento proyectada para los siguientes 10 años ha decrecido lo cual para nosotros es una oportunidad de poder presentar un mejor servicio ya que al ser las familias más pequeñas desean tener una calidad de vida mejor al igual que una enseñanza de primer nivel.

**Figura 17: Nacimientos de niños**

<b>3.27 INDICADORES DEMOGRÁFICOS, ESTIMADOS POR QUINQUENIOS, 2000-2025</b>					
<b>HIPÓTESIS MEDIA</b>					
<b>Indicadores demográficos</b>	<b>2000-2005</b>	<b>2005-2010</b>	<b>2010-2015</b>	<b>2015-2020</b>	<b>2020-2025</b>
<b>Fecundidad</b>					
<b>Nacimientos anuales:</b>					
<b>B (en miles)</b>	<b>621</b>	<b>612</b>	<b>589</b>	<b>572</b>	<b>558</b>
Tasa bruta de natalidad:					
b (por mil)	23.08	21.36	19.43	17.88	16.60
Tasa global de fecundidad	2.80	2.60	2.38	2.22	2.10
Tasa bruta de reproducción	1.37	1.27	1.16	1.08	1.02
Tasa neta de reproducción	1.3	1.2	1.1	1.0	1.0
<b>Mortalidad</b>					
Muertes anuales:					
<b>D (en miles)</b>	<b>149</b>	<b>155</b>	<b>167</b>	<b>182</b>	<b>199</b>
Tasa bruta de mortalidad:					
d (por mil)	5.55	5.42	5.52	5.68	5.91
Esperanza de vida al nacer:					
Ambos sexos	71.6	73.12	74.13	75.07	75.92
Hombres	69	70.5	71.54	72.5	73.37
Mujeres	74.32	75.87	76.84	77.76	78.59
Tasa de mortalidad infantil:					
(por mil nacidos vivos)	27.40	21.00	18.60	16.60	14.90
<b>Crecimiento Natural</b>					
<b>Crecimiento anual:</b>					
<b>B-D (en miles)</b>	<b>472</b>	<b>457</b>	<b>422</b>	<b>390</b>	<b>359</b>
Tasa de crecimiento natural:					
b-d (por mil)	17.53	15.94	13.91	12.2	10.69
<b>Migración Internacional*/</b>					
Migración neta anual:					
M (en miles)	-105	-125	-83	-55	-41
Tasa de migración neta:					
m (por mil)	-3.9	-4.37	-2.73	-1.73	-1.23
<b>Crecimiento Total</b>					
Crecimiento anual:					
<b>B-D+(-)M (en miles)</b>	<b>367</b>	<b>332</b>	<b>339</b>	<b>335</b>	<b>318</b>
Tasa de crecimiento total:					
b-d+(-)m (por mil)	13.63	11.57	11.18	10.47	9.46

*Figura 17: Nacimiento de niños. Fuente: INEI (2015)*

En el siguiente cuadro podemos ver la población según el sexo y el rango de edad con una proyección de 10 años.

**Figura 18: Población total hasta el 2015**

<b>3.21 POBLACIÓN TOTAL AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO, SEGÚN SEXO Y GRUPO DE EDAD, 2005 - 2015</b>						
Sexo y grupo de edad	Población al 30 de junio					
	2005	2010	2012	2013	2015	
<b>Total</b>	<b>27,810,540</b>	<b>29,461,933</b>	<b>30,135,875</b>	<b>30,475,144</b>	<b>31,151,643</b>	
0 - 4	2,983,020	2,958,307	2,923,685	2,902,061	2,861,874	
5 - 9	2,959,627	2,938,148	2,935,092	2,933,928	2,922,744	
10 - 14	2,950,813	2,926,874	2,920,824	2,918,474	2,914,162	
15 - 19	2,830,976	2,894,913	2,896,820	2,893,495	2,887,529	
20 - 24	2,590,945	2,736,208	2,780,765	2,799,860	2,828,387	
25 - 29	2,430,912	2,485,715	2,550,294	2,589,833	2,661,346	
30 - 34	2,133,781	2,327,388	2,363,720	2,375,336	2,411,781	
35 - 39	1,866,815	2,040,580	2,130,122	2,177,534	2,258,372	
40 - 44	1,617,653	1,784,657	1,858,204	1,896,535	1,977,630	
45 - 49	1,327,896	1,544,094	1,618,127	1,653,048	1,725,353	
50 - 54	1,089,835	1,262,267	1,349,968	1,396,917	1,486,312	
55 - 59	865,030	1,029,294	1,096,482	1,130,769	1,205,103	
60 - 64	689,276	804,729	866,009	899,500	967,702	
65 - 69	556,478	623,443	663,104	685,674	736,059	
70 - 74	416,934	480,926	504,827	516,822	545,659	
75 - 79	274,041	336,472	359,863	371,279	394,230	
80 y más	226,508	287,918	317,969	334,079	367,400	
<b>Hombres</b>	<b>13,948,639</b>	<b>14,768,901</b>	<b>15,103,003</b>	<b>15,271,062</b>	<b>15,605,814</b>	
0 - 4	1,520,647	1,509,339	1,491,938	1,480,990	1,460,651	
5 - 9	1,504,043	1,495,997	1,495,183	1,494,879	1,489,659	
10 - 14	1,498,218	1,486,658	1,484,655	1,484,138	1,483,135	
15 - 19	1,435,005	1,468,615	1,469,815	1,468,223	1,465,657	
20 - 24	1,309,701	1,383,547	1,406,789	1,416,897	1,432,145	
25 - 29	1,226,665	1,253,777	1,286,498	1,306,593	1,343,154	
30 - 34	1,073,364	1,171,945	1,190,143	1,195,857	1,214,095	
35 - 39	935,966	1,024,331	1,069,824	1,093,901	1,134,864	
40 - 44	807,443	892,531	929,811	949,209	990,241	
45 - 49	659,219	768,430	805,892	823,574	860,135	
50 - 54	539,029	623,862	667,687	691,250	736,147	
55 - 59	425,701	505,214	537,838	554,524	590,957	
60 - 64	335,625	391,304	420,619	436,614	469,267	
65 - 69	266,156	298,276	317,123	327,821	351,637	
70 - 74	194,144	224,143	235,355	240,978	254,420	
75 - 79	123,000	150,917	161,454	166,611	176,971	
80 y más	94,713	120,015	132,379	139,003	152,679	
<b>Mujeres</b>	<b>13,861,901</b>	<b>14,693,032</b>	<b>15,032,872</b>	<b>15,204,082</b>	<b>15,545,829</b>	
0 - 4	1,462,373	1,448,968	1,431,747	1,421,071	1,401,223	
5 - 9	1,455,584	1,442,151	1,439,909	1,439,049	1,433,085	
10 - 14	1,452,595	1,440,216	1,436,169	1,434,336	1,431,027	
15 - 19	1,395,971	1,426,298	1,427,005	1,425,272	1,421,872	
20 - 24	1,281,244	1,352,661	1,373,976	1,382,963	1,396,242	
25 - 29	1,204,247	1,231,938	1,263,796	1,283,240	1,318,192	
30 - 34	1,060,417	1,155,443	1,173,577	1,179,479	1,197,686	
35 - 39	930,849	1,016,249	1,060,298	1,083,633	1,123,508	
40 - 44	810,210	892,126	928,393	947,326	987,389	
45 - 49	668,677	775,664	812,235	829,474	865,218	
50 - 54	550,806	638,405	682,281	705,667	750,165	
55 - 59	439,329	524,080	558,644	576,245	614,146	
60 - 64	353,651	413,425	445,390	462,886	498,435	
65 - 69	290,322	325,167	345,981	357,853	384,422	
70 - 74	222,790	256,783	269,472	275,844	291,239	
75 - 79	151,041	185,555	198,409	204,668	217,259	
80 y más	131,795	167,903	185,590	195,076	214,721	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050. Boletín de Análisis Demográfico N° 26

Figura 18: Población hasta el 2015 Fuente: INEI (2015)

## **2.1.2 Micro entorno**

### **Empresa**

Los nidos o guarderías que brindan el servicio del cuidado y enseñanza de los niños, son empresas ya establecidas y posicionadas en el mercado y en la mente del consumidor, pero los centros de estimulación temprana es una alternativa innovadora que actualmente está teniendo mucha acogida entre los padres por brindar un servicio nuevo y de mayor calidad.

### **Clientes**

Dado que nuestro negocio está ubicado en el distrito de Miraflores nuestro universo de potenciales clientes es de 8086 personas hombres y mujeres. Según el INEI el nivel poblacional de niños de 04 meses a 3 años es de 3358 entre hombres y mujeres, teniendo en cuenta que nuestro cliente final son los niños.

Nuestros clientes además son personas que estén trabajando y vivan en el distrito de Miraflores dado que es al público que queremos llegar.

### **Mercados**

#### **Mercado Potencial**

Dado que nuestro centro de estimulación temprana se ubica en Miraflores vamos a considerar como clientes potenciales a las familias que tengo hijos desde los 4 meses hasta los 3 años de edad.

#### **Mercado Real**

De una muestra de 50 personas se pudo identificar que 15 tenían hijos y vivían en Miraflores, por lo que se puede determinar que del total de la población de Miraflores (8086) el 30% tiene al menos un hijo. Entonces podemos decir el tenemos un universo de 2426 niños.

#### **Mercado Objetivo**

El mercado al que queremos llegar son personas de un nivel socio-económico A-B los cuales representan el 78.8% de la población total de la Zona 7 donde está incluido el distrito de Miraflores.

**Figura 19: Distribución de NSE por Zonas**

Zona	Niveles Socioeconómicos					
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	4.9	18.8	40.7	26.2	9.4
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	100	0.0	9.9	45.4	29.6	15.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.7	21.8	50.3	21.5	3.8
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	2.4	9.1	40.6	35.4	12.6
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100	1.2	18.4	43.9	30.1	6.4
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	2.7	13.0	43.1	31.4	9.8
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	15.7	47.1	29.0	7.5	0.8
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	30.4	48.4	16.0	3.9	1.3
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	1.5	16.1	41.8	26.8	13.8
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.3	6.7	42.2	37.3	13.5
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.2	15.2	43.1	26.4	14.1
Otros	100	0.0	14.6	41.5	34.1	9.8

*Figura 19: Distribución de NSE por Zonas en Lima y Callao (expresado en %). Fuente: APEIM (2014)*

### **Mercado Penetrado**

Actualmente el distrito de Miraflores cuenta con 27 guarderías o centros de estimulación temprana pero no todo el universo de clientes está cubierto dado que aun las personas cuentan con una nana, familiar o padre cuida del niño.

### **Competidores**

En Miraflores hemos podido encontrar diversos tipos de cunas, nidos, guarderías y centros de estimulación temprana. Cabe resalta que parte importante de la competencia son las nanas.

Dentro de ellos nuestros competidores directos con los centros de estimulación temprana ya que prestan el mismo servicio en formas generales (estimular a los niños desde pequeño para realizar y mejorar sus capacidades motores, sensitivas, sensoriales entre otras).

**Figura 20: Nidos en Miraflores**

<b>Nidos en MIRAFLORES</b>	
<b>ALEXANDER VON HUMBOLDT</b> Inicial - Jardín	AV. BENAVIDES 3081; Tel:(01) 6179090 ; Miraflores / Lima
<b>AMERICANO MIRAFLORES</b> Inicial - Jardín	AV. JOSE PARDO 641 - 651; Tel:(01) 4455692 ; Miraflores / Lima
<b>AURORA THORNDIKE DE CASTRO IGLESIAS</b> Inicial - Jardín	CALLE ESPERANZA 250; Tel:(01) 7197995; (01) 2424981 ; Miraflores / Lima
<b>BABY'S DREAM</b> Inicial - Cuna-Jardín	CALLE RAMON CASTILLA 397; Tel:(01) 4462231 ; Miraflores / Lima
<b>BIENVENIDOS</b> Inicial - Cuna-Jardín	AV. FRANCISCO BOLOGNESI 433; Tel:(01) 4458590 ; Miraflores / Lima
<b>CARITAS FELICES</b> Inicial - Cuna-Jardín	AV. ARIAS ARAGUEZ 216; Tel:(01) 4476582; (01) 4457991 ; Miraflores / Lima
<b>CARITAS GRACIOSAS</b> Inicial - Cuna-Jardín	CALLE JOSE QUINONEZ 160; Tel:(01) 4411418 ; Miraflores / Lima
<b>CARLOTA CARVALLO DE NUÑEZ</b> Inicial - Jardín	CALLE GENERAL BORGONO 229; Tel:(01) 2427348 ; Miraflores / Lima
<b>CHILDREN HOUSE</b> Inicial - Cuna-Jardín	AV. JOSE SABOGAL 271; Tel:(01) 4491016 ; Miraflores / Lima
<b>ESPIRITU SANTO</b> Inicial - Jardín	JR. JUNIN 199; Tel:(01) 2412185 ; Miraflores / Lima
<b>FANTASILANDIA</b> Inicial - Cuna-Jardín	AV. LA PAZ 1435; Tel:(01) 2427862 ; Miraflores / Lima
<b>HAPPY KIDS</b> Inicial - Cuna-Jardín	CALLE MANUEL TOVAR 510; Tel:(01) 4412471 ; Miraflores / Lima
<b>HOSANNA</b> Inicial - Jardín	AV. GRAU 425; Tel:(01) 4455579 ; Miraflores / Lima
<b>HUMPTY DUMPTY</b> Inicial - Cuna-Jardín	AV. ALCANFORES 1183; Tel:(01) 4474619 ; Miraflores / Lima
<b>INDEPENDENCIA</b> Inicial - Jardín	AV. PASEO DE LA REPUBLICA 4900; Tel:(01) 4468041 ; Miraflores / Lima
<b>INIYKUSIRY</b> Inicial - Jardín	AV. BENAVIDES 2872; Tel:(01) 2712466 ; Miraflores / Lima
<b>INMACULADO CORAZON</b> Inicial - Jardín	AV. SANTA CRUZ 934; Tel:(01) 4458183 ; Miraflores / Lima
<b>INTERNATIONAL COMMUNITY SCHOOL</b> Inicial - Jardín	AV. ANGAMOS OESTE 1155; Tel:(01) 4426149; (01) 4403134 ; Miraflores / Lima

*Figura 19:* Nidos en Miraflores. Fuente: <http://nidos.pe/nidos-miraflores.php>

**Figura 21: Nidos en Miraflores**

<b>JARDIN DE LA AMI STAD</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. GENERAL SUAREZ 1310; Tel:(01) 4228285 ; Miraflores / Lima
<b>JUAN PABLO II</b> Inicjal - Jardin	AV. ERNESTO DIEZ CANSECO 644; Tel:(01) 6281328; (01) 4484198 ; Miraflores / Lima
<b>KIDS PLACE</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. GENARO CASTOR 1707; Tel:(01) 4459255 ; Miraflores / Lima
<b>KINDER HOME</b> Inicjal - Cuna-Jardin	CALLE SAN MARTIN 885; Tel:(01) 2420096 ; Miraflores / Lima
<b>LA CASA AMARILLA DE MIRAFLORES</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. ANGAMOS OESTE 1661; Tel:(01) 4227739 ; Miraflores / Lima
<b>LA MERCED</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. LA MERCED 205; Tel:(01) 4480748 ; Miraflores / Lima
<b>LA REPARACION</b> Inicjal - Jardin	AV. BELLAVISTA 170; Tel:(01) 4452297 ; Miraflores / Lima
<b>LA TIA CARMELA I</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. ANGAMOS OESTE 1291; Tel:(01) 4402026 ; Miraflores / Lima
<b>LITTLE ME</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. LA PAZ 1565; Tel:(01) 4459015 ; Miraflores / Lima
<b>LITTLE VILLA</b> Inicjal - Cuna-Jardin	JR. LLANO ZAPATA 454; Tel:(01) 4226022 ; Miraflores / Lima
<b>LOS ANGELES</b> Inicjal - Jardin	CALLE LOS ANGELES 150; Cel: 987376583 ; Miraflores / Lima
<b>LOS TULIPANES</b> Inicjal - Cuna-Jardin	CALLE GUSTAVO ESCUDERO 180; Tel:(01) 4465455 ; Miraflores / Lima
<b>MARIA DE LAS MERCEDES</b> Inicjal - Jardin	AV. LA MERCED 390; Tel:(01) 4454578 ; Miraflores / Lima
<b>MATER PURI S SIMA</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. DE LA AVIACION 445; Tel:(01) 4478302 ; Miraflores / Lima
<b>MEDALLA DE MARIA</b> Inicjal - Jardin	AV. MARISCAL LA MAR 295; Tel:(01) 4468205 ; Miraflores / Lima
<b>MI PEQUEÑO ESPACIO</b> Inicjal - Cuna-Jardin	CALLE RAMON RIBEYRO 136; Tel:(01) 4476767 ; Miraflores / Lima
<b>MIRAFLORES SCHOOL</b> Inicjal - Cuna-Jardin	AV. PASEO DE LA REPUBLICA 4824; Tel:(01) 4450430 ; Miraflores / Lima
<b>MONTEFLOR</b> Inicjal - Jardin	AV. ANGAMOS OESTE 1011; Tel:(01) 4472678 ; Miraflores / Lima
<b>MY FRIENDS</b> Inicjal - Cuna-Jardin	JR. TARAPACA 189; Tel:(01) 4473530 ; Miraflores / Lima

*Figura 20:* Nidos en Miraflores. Fuente: <http://nidos.pe/nidos-miraflores.php>

Dentro de la competencia en Miraflores hemos tomado una muestra de los principales competidores:

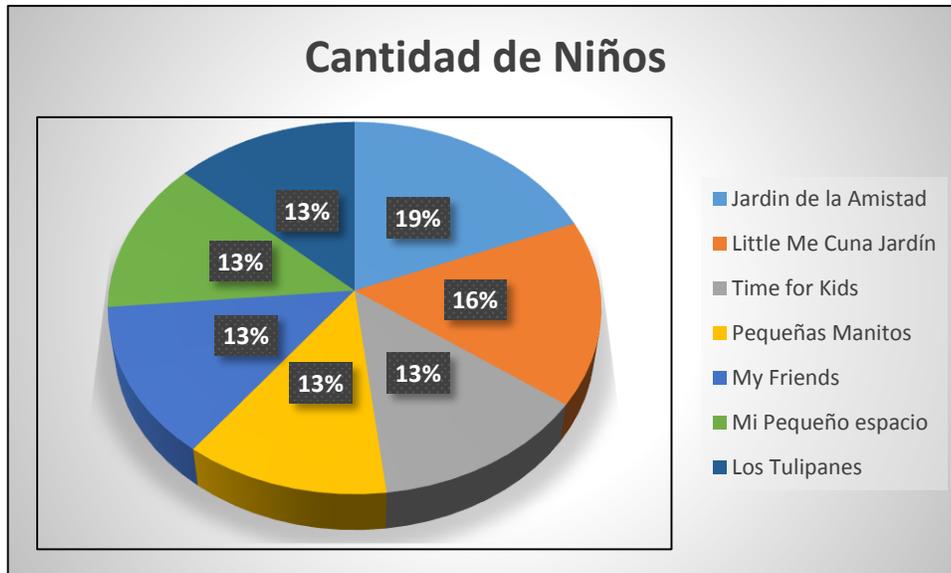
**Tabla 4: Cuadro de Competencia en Miraflores**

<b>CUADRO DE COMPETENCIA</b>		
<b>Competidores Principales</b>	<b>Costo Promedio</b>	<b>Cantidad de Niños</b>
Jardin de la Amistad	1500	20
Little Me Cuna Jardín	1400	17
Time for Kids	1300	14
Pequeñas Manitos	1200	13
My Friends	1250	14
Mi Pequeño espacio	1000	14
Los Tulipanes	1000	14

Fuente: Elaboración Propia

Según lo que pude investigar esta es la cantidad porcentual de niños que van a estos nidos. Se puede ver el todos tienen un promedio de niños muy parecido.

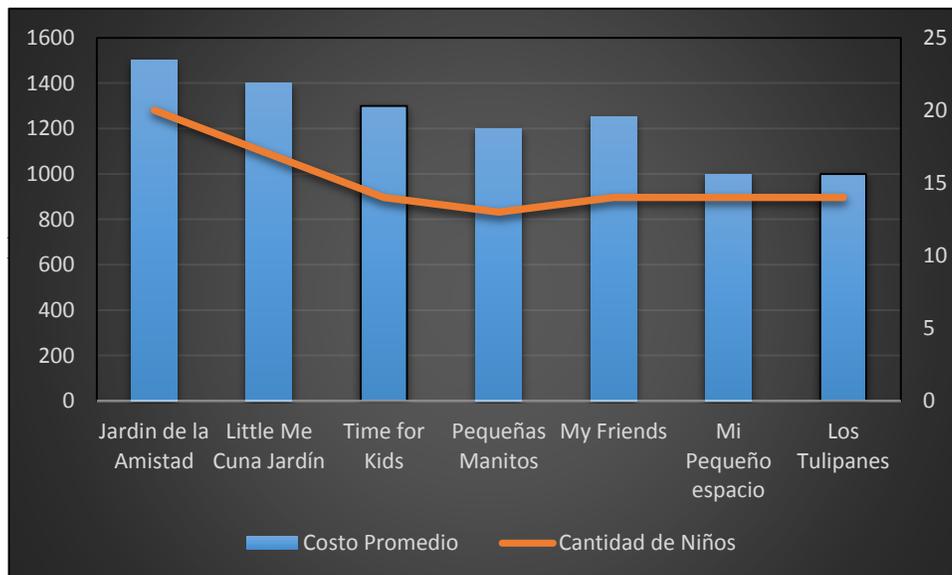
**Figura 22: Cantidad de niños por Nidos**



*Figura 22: Cantidad de niños por Nidos. Fuente: Elaboración propia.*

También podemos observar que el costo promedio de alumnos y costo es muy similar por lo mismo que todos ofrecen un servicio estándar.

**Figura 23: Promedio a niños por nido**



*Figura 23: Promedio de niños por Nido. Fuente: Elaboración propia.*

## **2.2 Ámbito de Acción de Negocio**

### **2.2.1 Análisis de Fuerzas de Porter del Negocio**

#### **Poder de Negociación de Clientes**

BABY CUNA ofrecerá un servicio diferenciado lo cual será más atractivo para los padres de familia planteando hasta 3 alternativas que estarán directamente enfocados al servicio y el costo del servicio.

Nuestros clientes nos verán como una nueva alternativa en el mercado diferente a las demás pues usaremos a la tecnología como valor agregado en el servicio que brindaremos, se usarán cámaras de circuito cerrado para que los padres puedan monitorear en cualquier momento del día lo que sus hijos están haciendo.

Esto motivara que los padres están 100% seguros que sus hijos están en buenas manos y nos ayudara a fidelizar nuestros clientes.

#### **Poder de Negociación de Proveedores**

Dado que las compras que vamos a requerir no tienen tanto volumen salvo pañales, toallitas húmedas, baberos entre otras cosas no se podrán realizar alianzas comerciales con proveedores. Lo que se va a realizar son compras por oportunidad lo que quiere decir que si vemos grandes descuentos en supermercados o farmacias vamos a comprar y tener un stock amplio para poder realizar ahorros en un corto plazo.

#### **Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes**

Ya que este negocio es un negocio relativamente nuevo (3 años desde que entró al mercado con mayor fuerza) muchas personas desean realizar este tipo de emprendimiento dando siempre un valor agregado o diferenciado del resto lo cual es una amenaza directa ya que si no estamos preparados para poder alinearnos o mejorar a la competencia podemos perder clientela.

Dentro de las amenazas también está la posibilidad de que quieran entrar en el mercado compañías grandes o franquicias reconocidas en otros países que pueden romper el mercado con precios muy bajos.

#### **Rivalidad entre los Competidores**

Como se mencionó antes en el distrito de Miraflores se tiene 27 negocios igual o parecidos a BABY CUNA por lo que se va a requerir inicialmente captar un mercado nuevo teniendo como servicio diferenciado la flexibilidad de horario, diferentes paquetes de servicio y tecnología.

## 2.2.2 Análisis FODA

El análisis FODA nos ayudara ver la situación de la empresa y podremos analizar sus características tanto internas como externas para luego poder realizar las estrategias que nos ayudaran a poder posicionarnos y mantenernos en el mercado.

**Figura 24: FODA**

<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Flexibilidad de horarios</li><li>• Servicio diferenciado</li><li>• Paquetes de servicios</li><li>• Uso de tecnología para monitorear a los niños</li><li>• Personal calificado</li><li>• Uso de herramientas web para publicidad y difusión del negocio</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad instalada</li><li>• Acceso al crédito</li><li>• Personal nuevo</li><li>• Falta de posicionamiento en el mercado</li></ul>
<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Demora en tramites del ministerio de Salud</li><li>• Competencia con menores precios</li><li>• Temporada de Vacaciones</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda creciente en el mercado.</li><li>• Nueva tendencia de los clientes buscando lugares donde se le pueda estimular a los niños en su aprendizaje en general y no solo cuidarlo.</li><li>• Servicio nuevo en el mercado.</li></ul>

*Figura 24: FODA. Fuente: Elaboración propia.*

### **Fortalezas**

Flexibilidad de horarios

Servicio diferenciado

Paquetes de servicios

Uso de tecnología para monitorear a los niños

Personal calificado

Uso de herramientas web para publicidad y difusión del negocio

### **Debilidades**

Capacidad instalada

Acceso al crédito

Personal nuevo

Falta de posicionamiento en el mercado

### **Amenazas**

Demora en trámites del ministerio de Salud

Competencia con menores precios

## Oportunidades

Demanda creciente en el mercado.

Nueva tendencia de los clientes buscando lugares donde se le pueda estimular a los niños en su aprendizaje en general y no solo cuidarlo.

Servicio nuevo en el mercado.

Vamos a detallar en análisis de matriz FODA en el siguiente Cuadro y luego desarrollar las estrategias.

**Figura 25: Matriz FODA**

MATRIZ FODA	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flexibilidad de horarios (18%)</li> <li>Servicio diferenciado (5%)</li> <li>Paquetes de servicios (5%)</li> <li>Uso de tecnología para monitorear a los niños (10%)</li> <li>Personal calificado</li> <li>Uso de herramientas web para publicidad y difusión del negocio (4%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacidad instalada (9%)</li> <li>Acceso al crédito (3%)</li> <li>Personal nuevo (3%)</li> <li>Falta de posicionamiento en el mercado (3%)</li> </ul>
<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Demora en tramites del ministerio de Salud (5%)</li> <li>Competencia con menores precios (7%)</li> <li>Temporada de Vacaciones (2%)</li> </ul>	<p>Ya que en el mercado existen servicios similares y con menores precios que BABY CUNA, nos enfocaremos en dar a conocer el valor agregado con el que cuenta nuestro servicio como; personal especializado, la flexibilidad de horario y el uso de cámaras para un monitoreo constante por parte de los padres si así lo desean. Se crearan talleres en verano.</p>	<p>Ya que el servicio es nuevo en el mercado se explotará el tema del uso de las cámaras para que los padres puedan ver a sus hijos cuando ellos quieran lo cual ayudara a incrementar en nivel de confianza al ser nuevos en el mercado.</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Demanda creciente en el mercado. (7%)</li> <li>Nueva tendencia de los clientes buscando lugares donde se le pueda estimular a los niños en su aprendizaje en general y no solo cuidarlo. (12%)</li> <li>Servicio nuevo en el mercado. (5%)</li> </ul>	<p>Utilizaremos las redes sociales para poder dar a conocer nuestros servicios detallando los paquetes con los que se cuenta y tratando de llegar al público que aún no define donde llevar o con quien dejar a sus hijos.</p>	<p>En caso nuestra capacidad instala sea insuficiente podríamos aperturar nuevas sedes inicialmente en el distrito de Miraflores y si la demanda sigue creciendo ampliar nuevas sedes en otros distritos inclusive tratando de crear franquicias.</p>

*Figura 25: Matriz FODA. Fuente: Elaboración propia.*

## Estrategia Ofensiva F+O

Utilizaremos las redes sociales para poder dar a conocer nuestros servicios detallando los paquetes con los que se cuenta y tratando de llegar al público que aún no define donde llevar o con quien dejar a sus hijos.

### **Estrategia Defensiva F+A**

Ya que en el mercado existen servicios similares y con menores precios que BABY CUNA, nos enfocaremos en dar a conocer el valor agregado con el que cuenta nuestro servicio como; personal especializado, la flexibilidad de horario y el uso de cámaras para un monitoreo constante por parte de los padres si así lo desean.

### **Estrategia de Supervivencia D+A**

Ya que el servicio es nuevo en el mercado se explotará el tema del uso de las cámaras para que los padres puedan ver a sus hijos cuando ellos quieran lo cual ayudara a incrementar en nivel de confianza al ser nuevos en el mercado.

### **Estrategia de Reorientación D+O**

En caso nuestra capacidad instalada sea insuficiente podríamos abrir nuevas sedes inicialmente en el distrito de Miraflores y si la demanda sigue creciendo ampliar nuevas sedes en otros distritos inclusive tratando de crear franquicias.

### **2.2.3 Análisis de las 4 P's del Negocio**

Para este análisis vamos a detallar el precio, producto, plaza y promoción para lo cual se tomará como referencia la encuesta que se realiza a 50 personas en el distrito de Miraflores.

#### **Producto**

Nuestro servicio principal se basa en el cuidado y estimulación de sus habilidades motoras, sensoriales y lenguaje de niños de 04 meses a 3 años de edad.

Este servicio es acompañado por un paquete, según la necesidad del cliente, que incluye alimentación, monitoreo de los niños y traslados del niño.

#### **Plaza**

Nuestro mercado potencial son 2024 niños (según la data que se obtuvo con la encuesta) de los cuales muchos de ellos aún no asisten a un centro de estimulación temprana, nido o guardería. Inicialmente nos enfocaremos en esos niños para poder brindarle una alternativa nueva a los padres y poder captar ese mercado nuevo.

Posterior a ello trataremos que captar a los niños que ya estén en un nido, guardería o centro de estimulación temprana explicando a los padres los beneficios que tenemos y el servicio diferenciado que brindamos.

## **Precio**

Dado que ofrecemos flexibilidad en precios y servicios se ha armado 3 paquetes según la necesidad y requerimiento del cliente:

Paquete Clásico: Costo 1200 nuevos soles.

Este paquete incluye el monitoreo del bebe

Paquete Plata: 1500 nuevos soles

Este paquete incluye el monitoreo del bebe y los traslados del niño.

Paquete Oro: 2000 nuevos soles

Este paquete incluye el monitoreo del bebe, los traslados del niño y la alimentación y pañales del pequeño.

Además, se tiene una flexibilidad del horario de ingreso y salida de niño previa coordinación.

Se tiene que considerar que todos los paquetes incluyen el cuidado y las actividades propias del centro de estimulación.

Se está considerando los precios dado que es el precio promedio del mercado.

## **Promoción**

Nuestra mayor promoción o publicidad será a través del Fan Page BABY CUNA, el cual detallará las bondades del servicio y así captará nuevos clientes potenciales y empezaremos con una penetración de mercado agresiva.

También se imprimirán volantes los cuales se repartirán en los diferentes centros empresariales del distrito para que puedan ver una nueva alternativa en el mercado.

Posterior a ello se tratará de coordinar reuniones con las personas de recursos humanos de las empresas dando beneficios corporativos.

## **Ventajas Competitivas**

Dado que BABY cuna es una empresa que sigue la tendencia del mercado y busca la diferenciación tenemos como ventajas:

Varios tipos de paquetes según lo que el cliente requiera. Esto se translucirá en el precio y servicios.

Uso de la tecnología para poder dar un mejor servicio y dar confianza y seguridad a los padres.

Flexibilidad con los horarios de ingreso y salida de los niños, algo que no todos los nidos, guarderías o centros de estimulación tiene actualmente.

Personal calificado el cual será seleccionado a través de una consultora.

## 2.3 Descripción del Bien o Servicio

El presente modelo de negocio brindará los siguientes servicios:

- Estimulación temprana – guardería.
- Actividades para poder estimular las capacidades motoras y sensitivas de los niños.

Esto se logrará inicialmente con la ayuda de 5 profesionales en el campo (2 profesores y 3 auxiliares) los cuales desarrollaran diferentes actividades para los niños.

## 2.4 Estudio de la Demanda

Este servicio va a ir dirigido principalmente a las personas que tienen hijos de 04 meses de edad a 3 años que vivan o trabajen en el distrito de Miraflores

Según el estudio cuantitativo (encuestas), donde la muestra fue de 50 personas al menos el 50% tiene un hijo y el 25% en el rango de edad de 04 meses a 3 años y está con una nana o va a algún nido, guardería o centro de estimulación temprana.

**Figura 26: Porcentaje de personas con hijos**



*Figura 26: Porcentaje de personas con hijos. Fuente: Elaboración propia.*

El estudio cuantitativo demostró que del 50% de la muestra 13 personas tienen hijas y 12 hijos.

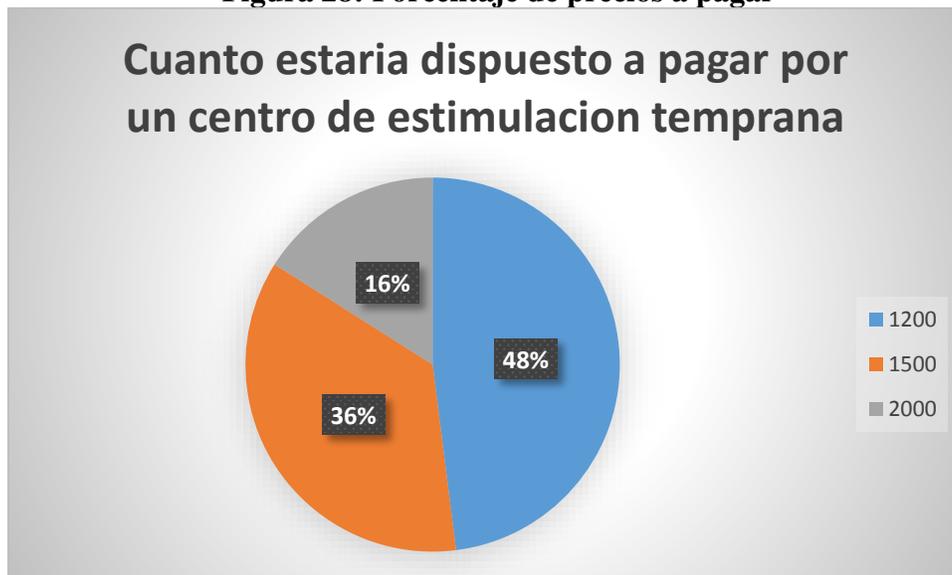
**Figura 27: Porcentaje de sexo de los niños**



*Figura 27: Porcentaje de sexo de los niños. Fuente: Elaboración propia.*

De las 25 personas que tienen hijos el 48% estaría dispuesta a pagar 1200 soles por el servicio, el 36% estaría dispuesta a pagar 1500 soles y el 16 % 2000 soles.

**Figura 28: Porcentaje de precios a pagar**



*Figura 28: Porcentaje de precios a pagar. Fuente: Elaboración propia.*

## **Determinación de la Demanda Proyectada**

Dado el giro de negocio que nosotros tenemos no podemos abarcar un mercado mayor al que nuestra capacidad operativa tiene (20 niños), por lo que no se aplicara la fórmula:

% de crecimiento anual de la población

$$= \frac{((\text{Población último año censado} - \text{Población año base}) / \text{Población Año Base}) * 100}{\text{\# de años entre el año base y último año censado}}$$

### **2.5. Estudio de la oferta**

Actualmente el mercado de los nidos, guarderías, centros de estimulación temprana no está cubierto ni al 30% del total de niños por lo que se tiene un mercado muy amplio por captar, como se sabe la limitante de este negocio por poder captar más clientes es la capacidad operativa que básicamente es el área que tiene el local.

### **2.6. Proyecciones y provisiones para comercializar**

Para este modelo de negocio deberemos presentar el servicio centro de estimulación temprana – guardería en el distrito de Miraflores. Para poder darnos a conocer inicialmente se realizaran volantes los cuales serán repartidos en los diferentes centros empresariales de Miraflores y también se creara un fan Page donde se detallare el servicio que BABY CUNA brinda.

### **2.7. Descripción de la política comercial**

- Darnos a conocer en el mercado a través de las campañas de publicidad y promoción mediante las redes sociales
- Cumplir con las expectativas de nuestros clientes
- Poder mantenernos en el mercado en un largo plazo.
- Aumento continuo de la red de contactos.

## **3. Estudio Técnico**

### **3.1 Tamaño del Negocio, Factores determinantes**

Luego de los estudios previos realizados sobre todo el universo de potenciales clientes, de los 3094 niños, solo nos enfocaremos en poder tener 20 niños en nuestro centro de estimulación dado que la capacidad máxima del local es para 20 niños.

La capacidad máxima está realizada en base a 2 factores:

-Los metros cuadrados del área que se está alquilando para poder dar el servicio (según el ministerio de educación se necesita 2 metros cuadrados por niño).

-Cantidad del personal con el que se contara (mínimo 4 niños por cada profesora es lo recomendable).

### **3.2 Proceso y Tecnología**

#### **3.2.1 Descripción y diagrama de los procesos.**

##### **Proceso de Captación e información a clientes**

###### **Captación de clientes mediante volantes**

Este tipo de publicidad será repartida en los centros empresariales de Miraflores para que nuestro público potencial pueda conocer esta nueva opción de centro de estimulación en la zona.

###### **Captación de clientes a través de redes sociales**

Se utilizarán las más famosas redes sociales como es Facebook, LinkedIn, Instagram entre otra para poder publicitar nuestro centro de estimulación de una forma más rápida y didáctica.

###### **Información presencial**

Los clientes interesados en saber más de nuestros servicios llegaran y realizaran las consultas que deseen como precios, horarios, curricula y cualquier duda que tenga respecto al servicio que brindamos.

Luego que una vez el cliente está interesado en el servicio se le brinda toda la información que requiere, como el costo del servicio, que tipo de servicio brinda la empresa, los horarios y cualquier consulta que tenga.

###### **Presentación de documentos**

Los padres deberán entregar todos los documentos que BABY CUNA requiera como; datos de los padres, del niño, si cuenta con seguro, tipo de sangre, alimentación y todo dato adicional que se necesite.

**Pago del servicio**

El padre firmará un contrato donde indica que su hijo está ingresando a un centro de estimulación temprana donde podrá aprender y desarrollar sus habilidades motoras, sensitivas entre otras.

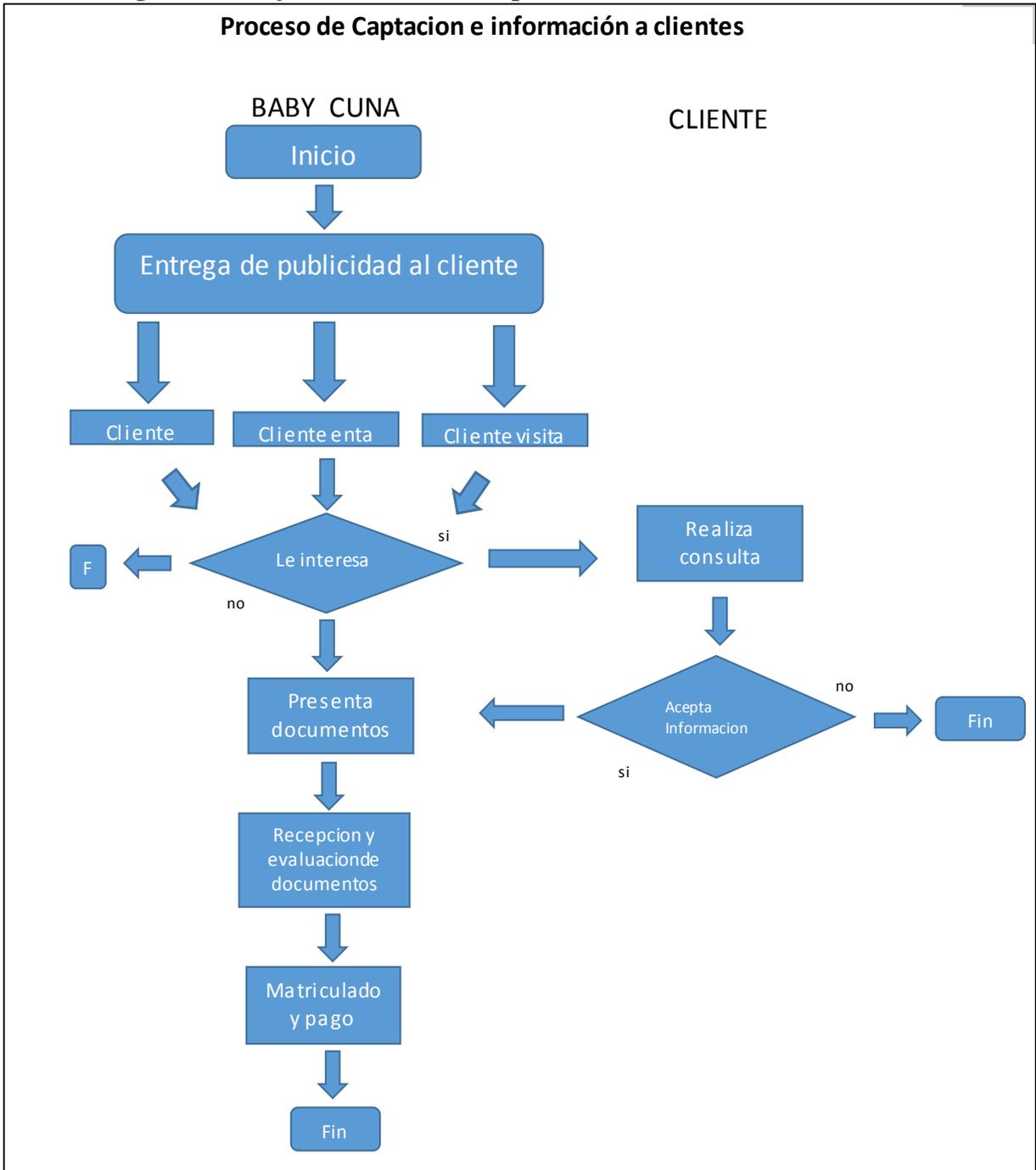
Para poder formalizar el acuerdo BABY CUNA otorgara una boleta o factura al padre como prueba del pago por el servicio.

Dado que BABY CUNA cuenta con 3 paquetes el padre tendrá que escoger el paquete según su necesidad y conveniencia.

**Inicio de actividades**

Una vez realizado el pago por el servicio el alumno tendrá una fecha de inicio de sus actividades, estas pueden variar según el servicio que se escoja.

**Figura 29: Flujo del Proceso de Captación e Información a Clientes**



*Figura 29: Flujo del Proceso de Captación e Información a Clientes Fuente: Elaboración Propia*

En el recuadro líneas abajo podremos observar cuales son las actividades de forma diaria y luego mensualmente hasta conseguir el objetivo que es la captación de 20 niños.

**Figura 30: Proceso de Captación e Información a clientes**

Proceso de Captacion e informacion a clientes														
ACTIVIDAD	Resp.	HORAS												
		7 am	8 am	9 am	10 am	11 am	12 m/d	1 pm	2 pm	3 pm	4 pm	5 pm	6 pm	
Entrega de publicidad por volantes	Tercero	X	X	X	X	X	X				X	X	X	X
Publicidad por redes socilaes	Gerente	X	X	X	X	X	X				X	X	X	X
Atencion de clientes	Gerente	X	X	X	X	X	X				X	X	X	X

*Figura 30: Proceso de Captación e Información a clientes Fuente: Elaboración Propia*

Para el segundo mes vemos que ya no utilizamos tanto el servicio de volante y vamos manejando de forma constante las redes sociales con lo cual seguimos captando y dando a conocer nuestros servicios.

**Figura 31: Proceso de Captación e Información a clientes mes 2**

Proceso de Captacion e informacion a clientes mes 2					
ACTIVIDAD	Resp.	Mensual			
		semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
Entrega de publicidad por volantes	Tercero	xxx	xxx	xxx	xxx
Publicidad por redes socilaes	Gerente	xxxxx	xxxxx	xxxxx	xxxxx
Atencion de clientes	Gerente	xxxxx	xxxxx	xxxxx	xxxxx

*Figura 31: Proceso de Captación e Información a clientes mes 2. Fuente: Elaboración Propia*

Para las consultas que se realizaran a través de las redes sociales dado que son preguntas simples la respuesta deberá ser inmediata teniendo como plazo máximo de respuesta de 5 min.

Caso contrario para cuando son consultas presenciales que pueden durar hasta 20 minutos por persona.

**Figura 32: Proceso de Consultas de Clientes**

		Consulta de clientes										
ACTIVIDAD	Resp.	HORAS										
		7 am	8 am	9 am	10 am	11 am	12 m/d	1 pm	2 pm	3 pm	4 pm	5 pm
Consulta a través de redes sociales	Gerente	Las respuesta de las consulta no deben de tardar mas de 5 min en ser contestadas.						Las respuesta de las consulta no deben de tardar mas de 5 min en ser contestadas.				
Consulta presenciales	Gerente	La atencion por persona sera de 20 min como maximo						La atencion por persona sera de 20 min como maximo				

Figura 32: Proceso de Consultas de Clientes. Fuente: Elaboración Propia

Para la presentación de documentos se toma como referencia todos los documentos que puedan llegar en un día, así mismo los días son útiles y no calendario.

**Figura 33: Proceso de Presentación de Documentos**

Presentacion de documentos						
ACTIVIDAD	Resp.	Dias				
		1 dia	2 dia	3 dia	4 dia	5 dia
Entrega de materiales	Gerente					
Presentacion de documentos	Padres					
Revisión de Documentos	Gerente					
Pago de matricula	Padres					

Figura 33: Proceso de Presentación de Documentos. Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2 Capacidad Instalada y Operativa

Dado que el local que se está alquilado tiene un espacio de 100 metros cuadrados, mi capacidad máxima sería 20 niños teniendo en cuenta que además de poder realizar las diversas actividades se necesita contar con un patio, una cocina lavandería y un estudio para poder realizar las labores administrativas.

### 3.2.3 Cuadro de Requerimientos de bienes Capital, personal e insumos

Materias primas e insumos:

- Jabón
- Shampo
- Toallas
- Baberos
- Cubiertos
- Platos
- Ollas
- Chupones
- Sonajas
- Juegos
- Lámparas
- Frazadas
- Colchonetas
- Cunas
- Papeles
- Secadores
- Ropa
- Pañales

Equipos

- Laptop
- Radio
- Televisor
- Extractor de leche
- Refrigeradora
- Lavadora
- Cámaras
- Extractor de humedad
- Minibus

Mobiliario

- Mesas de madera
- Silla de madera
- Silla de plástico

- Pizarra acrílica
- Alfombra de goma
- Resbaladera
- Gras artificial
- Stands
- Inodoros pequeños
- Botiquín
- Juegos didácticos

### **Recurso Humano**

Se va a requerir contar con 5 personas para poder atender a los 20 niños que cuidaremos.

El personal se dividirá de la siguiente manera, 2 profesoras y 3 auxiliares las cuales cubren lo que solicitado el ministerio de salud que es un adulto por cada niño.

La primera profesora se encargará de cuidar y monitorear las actividades de los niños de cuatro meses al año y medio y a su cargo tendrá a 2 auxiliares las cuales en conjunto realizaran un programa de actividades que ayuden a estimular las distintas capacidades motoras como intelectuales de los niños.

La segunda profesora se encargará de cuidar y monitorear las actividades de los niños de años y medio hasta los 3 años y a su cargo tendrá a una auxiliar la cual en conjunto realizaran un programa de actividades que ayuden a estimular las distintas capacidades motoras como intelectuales de los niños.

A demás de contar con un staff de 5 personas también habrá un gerente de BABY CUNA quien tendrá como responsabilidad todos los temas administrativos y monitorear las actividades del centro de estimulación.

Como un adicional se contará con un contador el cual nos ayudará con los temas contables del centro de estimulación.

El siguiente es un cuadro de asignación de funciones global para todo el personal de la empresa.

**Figura 34: Cuadro de Asignación de Funciones**

Cuadro de Asignación de Funciones			
Staff	Funciones	Personal a Cargo	Horario
Gerente	Se encargará de la parte comercial, finanzas y recursos humanos de la empresa de la empresa. Así mismo	Profesoras, Auxiliares y Externos.	No fiscalizado
Profesor 1	Tendra a su cargo niños de 4 meses a un año y medio. Preparar diferentes actividades para todo el año.	2 auxiliares	De 7 am a 6 pm
Profesor 2	Tendra a su cargo niños de un año 6 meses hasta los 3 años. Preparar diferentes actividades para todo el año.	1 auxiliar	De 7 am a 6 pm
Auxiliar 1	Apoyara al profesor 1 en todas las actividades que este necesite. Apoyo con las tareas de limpieza según se necesite.	-	De 7 am a 6 pm
Auxiliar 2	Apoyara al profesor 1 en todas las actividades que este necesite. Apoyo con las tareas de limpieza según se necesite.	-	De 7 am a 6 pm
Auxiliar 3	Apoyara al profesor 2 en todas las actividades que este necesite. Apoyo con las tareas de limpieza según se necesite.	-	De 7 am a 6 pm
Contador	Realizar los balances financieros de la empresa cuando se les solicite.	-	No fiscalizado

*Figura 34: Cuadro de Asignación de Funciones. Fuente: Elaboración propia*

#### Requerimientos legales y de protección

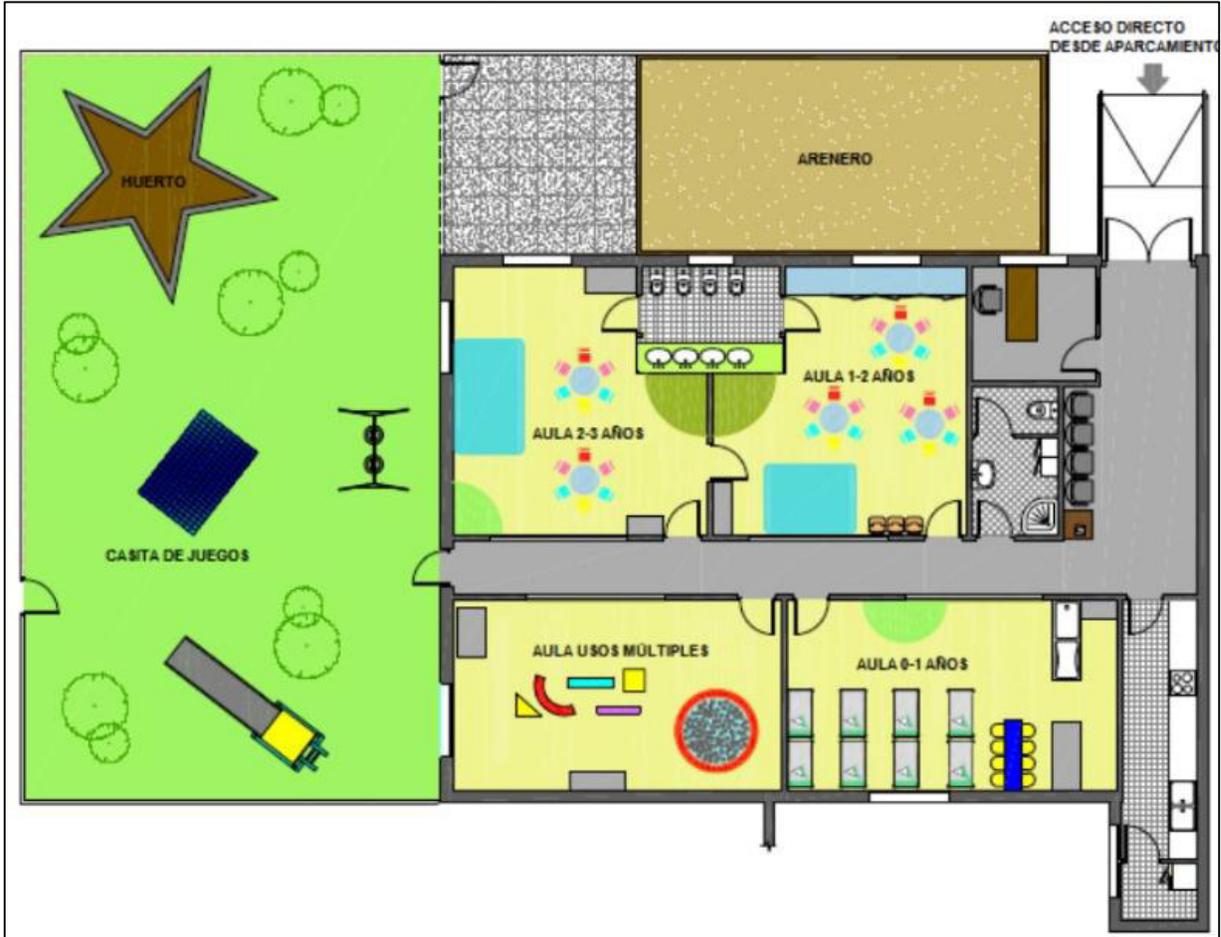
- Trámites para licencia municipal.
- Trámites para licencia de defensa civil.
- Trámites para registro de salud.

#### 3.2.4 Infraestructura y características físicas

BABY CUNA tendrá 4 salones diferenciados por edades los cuales están contiguos uno del otro.

A su vez se cuenta con un Patio lateral amplio el cual será el patio de actividades y juegos. También tenemos contemplados tener una pequeña oficina para las tareas administrativas que se requieran y atención de los clientes.

**Figura 35: Lay Out**



*Figura 35: Lay Out. Fuente: Elaboración propia*

Toda el área del terreno es aproximadamente 300 metros cuadrados, pero dentro de ella se incluye las áreas de servicios, patio lateral y estacionamiento.

### **3.3 Localización del negocio, Factores determinantes**

Luego de analizar el mercado pudimos finalmente decidir que BABY CUNA estaría ubicada en la Avenida Comandante Espinar por lo siguiente:

**Figura 36: Decisión de Ubicación**

Decisión de Ubicación					
Factores de decisión	Descripcion	%	Local 1	Local 2	Local 3
Acceso	Facil de llegar para cualquier persona. Esta en un punto centrico	35.00%	5	3	4
Precio	Costo del metro cuadrado	35%	4	4	4
Seguridad	Cuenta con seguridad policial, serenazgo entre otras	15%	5	4	3
Servicios	Cerca a centros comerciales y negocios	10.00%	5	5	3
Clima	-	5.00%	3	3	3
TOTAL		100.00%	22	19	20
			88%	76%	80%

*Figura 36:* Decisión de Ubicación. Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla, uno de los criterios de selección que mayor relevancia se le dio fue acceso, ya que lo que buscamos es que nuestros clientes puedan llegar de forma rápida a BABY CUNA.

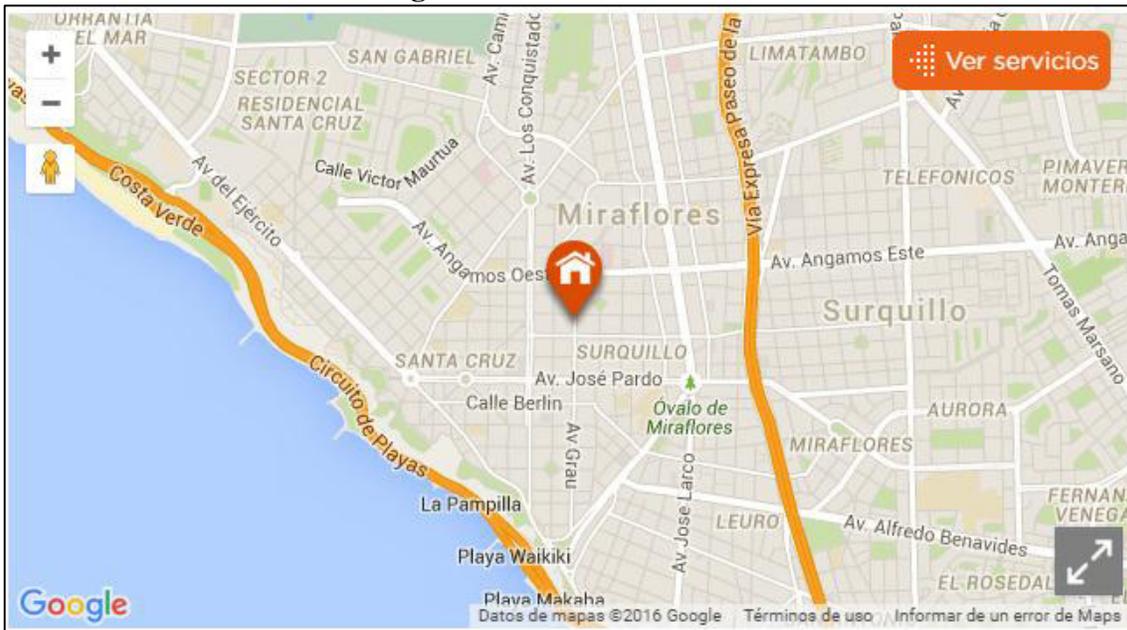
Luego el precio del metro cuadrado también tiene un gran impacto en nuestra selección dado que es un costo fijo que vamos a tener en nuestro negocio.

Para esta evaluación se consideró 3 locales el primero ubicado en Calle Elías 240 Aguirre, Miraflores, el siguiente ubicado en Pardo y en la Avenida Arequipa.

BABY CUNA estará ubicada dentro del distrito de Miraflores exactamente en Calle Elías 240 Aguirre, Miraflores, a 3 cuadras de Av. Pardo, a 2 cuadras de Av. Angamos Oeste y a 5 cuadras de Av. Arequipa.

La localización del lugar es estratégica dado que los accesos a la avenida son rápidos y céntricos con lo cual nuestros clientes podrán llegar muy rápido y fácil.

**Figura 37: Ubicación de Local**



*Figura 37: Ubicación de Local. Fuente: Google Maps*

También es una ventaja para nosotros dado que nuestro servicio “paquete Oro” incluye el servicio de transporte para poder recoger y dejar a los niños en sus casas.

## 4. Estudio de la Inversión y Financiamiento

### 4.1 Inversión Fija

#### 4.1.1. Inversión Tangible

Para el siguiente plan de negocios, la inversión tangible que se va a utilizar lo hemos dividido en Insumos y Mobiliarios y equipos.

El total de inversión que se necesitara para iniciar el negocio es de S/58007.5 soles.

**Figura 38: Inversión Tangible Insumos**

INSUMOS				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Total
Jabón	unidad	25	1.5	37.5
Shampo	unidad	5	20	100
Toallas	unidad	25	15	375
Baberos	unidad	25	15	375
Cubiertos	unidad	25	10	250
Platos	unidad	25	10	250
Ollas	unidad	4	45	180
Chupones	unidad	25	15	375
Sonajas	unidad	25	15	375
Juegos	unidad	20	45	900
Lámparas	unidad	4	70	280
Frazadas	unidad	25	50	1250
colchonetas	unidad	20	50	1000
Cunas	unidad	9	500	4500
pañales	unidad	2800	1.3	3640
Secadores	unidad	20	15	300
Materiales de Oficina	varios	1	500	500
Ropa	unidad	20	25	500
TOTAL				15187.5

*Figura 38: Inversión Tangible Insumos Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 39: Inversión Tangible Mobiliarios y Equipos**

<b>Mobiliarios y Equipos</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Laptop	unidad	1	700	700
Radio	unidad	3	250	750
Televisor	unidad	2	800	1600
Extractor de leche	unidad	3	300	900
Cámaras	unidad	1	1500	1500
Extractor de humedad	unidad	1	600	600
Minibus	unidad	1	30000	30000
Silla de madera	unidad	10	55	550
Silla de plástico	unidad	20	20	400
Pizarra acrílica	unidad	4	30	120
Alfombra de goma	unidad	10	25	250
Resbaladera	unidad	3	100	300
gras artificial M2	unidad	20	25	500
Stands	unidad	3	150	450
Inodoros pequeños	unidad	30	45	1350
Botiquín	unidad	5	70	350
Juegos didácticos varios	unidad	1	2500	2500
<b>TOTAL</b>				<b>42820</b>

*Figura 39: Inversión Tangible Mobiliarios y Equipos. Fuente: Elaboración Propia*

#### **4.1.2. Inversión Intangible**

**Figura 40: Inversión Intangible**

<b>INVERSION INTANGIBLE</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Constitución de empresa	500.00
Licencias y permisos	350.00
Registro de marca	250.00
Permisos Ministerio de Salud	350.00
<b>Total</b>	<b>1,450.00</b>

*Figura 40: Inversión Intangible. Fuente: Elaboración Propia*

## 4.2 Capital de trabajo

Los recursos que el presente plan de negocios necesitará previo a empezar sus actividades y generar ingresos son los siguientes:

**Figura 41: Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	
Detalle	TOTAL
Gerente general	4000.00
Profesor 1	2300.00
Profesor 2	2300.00
Auxiliar	1600.00
Auxiliar	1600.00
Auxiliar	1600.00
Contador	3000.00
Servicios	600.00
Alquiler	4500.00
<b>Total</b>	<b>21500.00</b>

*Figura 41:* Capital de Trabajo. Fuente: Elaboración Propia

## 4.3 Inversión Total

La Inversión total será la suma de inversión tangible, intangible y capital de trabajo.

**Figura 42: Total de Inversiones**

TOTAL DE INVERSIONES	
Detalle	Total
INVERSIONES TANGIBLES	58007.5
INVERSION INTANGIBLE	1,450.00
CAPITAL DE TRABAJO	21500.00
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>	<b>80957.5</b>

*Figura 42:* Total de Inversiones. Fuente: Elaboración Propia

#### 4.4 Estructura de la inversión y financiamiento

Para obtener la estructura de la inversión nuestro plan contara con recursos propios y financiamiento por parte de una entidad bancaria. En el siguiente cuadro se podrá observar el monto del capital propio y el financiamiento:

**Figura 43: Estructura de Financiamiento**

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO				
INVERSION	Aporte Propio	Prestamo	Total	Porcentaje
Inversion Fija	0	58008	58007.5	71.65%
Inversion Intagible	1,450.00	0	1450	1.79%
Capital de Trabajo	21500.00	0	21500	26.56%
<b>Total</b>	<b>22950</b>	<b>58008</b>	<b>80957.5</b>	<b>100.00%</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>28.35%</b>	<b>71.65%</b>	<b>100.00%</b>	

*Figura 43:* Estructura de Financiamiento. Fuente: Elaboración Propia

#### 4.5 Fuentes Financieras

Para poder financiar el presente plan de negocios, hemos optado por realizar un préstamo al Banco Falabella pues su tasa de interés es una de las mejores del mercado y sus requisitos para poder aplicar a un préstamo es más sencillo. El detalle se muestra a continuación:

**Figura 44: Corrida de Préstamo del Banco Falabella**



ELEGIR EL PRODUCTO

---

MONTO DEL PRÉSTAMO  MONEDA

FECHA DE RETIRO DE PRESTAMO  DÍA VCMTO. PAGO CUOTA

PLAZO EN MESES  SEGURO DE DESGRAVAMEN

INTERÉS EFECTIVO MENSUAL  SEGURO DE DESGRAVAMEN CON IGV

MÍNIMO 1.08 MÁXIMO 3.8  
 INTERÉS EFECTIVO ANUAL

COSTO EFECTIVO ANUAL

CUOTA	CAPITAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	SEGURO DESGRAV.	IGV SEGURO DESGRAV.	CARGO TOTAL EN CUENTA CMR
0	58007.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1	57185.84	821.16	1368.95	29.00	5.22	2224.34
2	56351.87	833.96	857.79	28.59	5.15	1725.49
3	55504.91	846.97	845.28	28.18	5.07	1725.49
4	54644.74	860.17	832.57	27.75	5.00	1725.49
5	53771.16	873.58	819.67	27.32	4.92	1725.49
6	52883.96	887.20	806.57	26.89	4.84	1725.49
7	51982.93	901.03	793.26	26.44	4.76	1725.49
8	51067.86	915.08	779.74	25.99	4.68	1725.49
9	50138.51	929.34	766.02	25.53	4.60	1725.49
10	49194.68	943.83	752.08	25.07	4.51	1725.49
11	48236.14	958.55	737.92	24.60	4.43	1725.49

*Figura 44: Corrida de Préstamo del Banco Falabella. Fuente: Banco Falabella*

**Figura 45: Corrida de Préstamo del Banco Falabella**

12	47262.65	973.49	723.54	24.12	4.34	1725.49
13	46273.98	988.67	708.94	23.63	4.25	1725.49
14	45269.90	1004.08	694.11	23.14	4.16	1725.49
15	44250.17	1019.73	679.05	22.63	4.07	1725.49
16	43214.54	1035.63	663.75	22.13	3.98	1725.49
17	42162.76	1051.78	648.22	21.61	3.89	1725.49
18	41094.59	1068.17	632.44	21.08	3.79	1725.49
19	40009.76	1084.83	616.42	20.55	3.70	1725.49
20	38908.02	1101.74	600.15	20.00	3.60	1725.49
21	37789.11	1118.91	583.62	19.45	3.50	1725.49
22	36652.75	1136.36	566.84	18.89	3.40	1725.49
23	35498.67	1154.07	549.79	18.33	3.30	1725.49
24	34326.61	1172.07	532.48	17.75	3.19	1725.49
25	33136.27	1190.34	514.90	17.16	3.09	1725.49
26	31927.37	1208.90	497.04	16.57	2.98	1725.49
27	30699.63	1227.74	478.91	15.96	2.87	1725.49
28	29452.75	1246.88	460.49	15.35	2.76	1725.49
29	28186.42	1266.32	441.79	14.73	2.65	1725.49
30	26900.36	1286.06	422.80	14.09	2.54	1725.49
31	25594.24	1306.11	403.51	13.45	2.42	1725.49
32	24267.77	1326.48	383.91	12.80	2.30	1725.49
33	22920.61	1347.16	364.02	12.13	2.18	1725.49
34	21552.45	1368.16	343.81	11.46	2.06	1725.49
35	20162.96	1389.49	323.29	10.78	1.94	1725.49
36	18751.81	1411.15	302.44	10.08	1.81	1725.49
37	17318.66	1433.15	281.28	9.38	1.69	1725.49
38	15863.17	1455.49	259.78	8.66	1.56	1725.49
39	14384.99	1478.18	237.95	7.93	1.43	1725.49
40	12883.76	1501.23	215.77	7.19	1.29	1725.49
41	11359.13	1524.63	193.26	6.44	1.16	1725.49
42	9810.72	1548.40	170.39	5.68	1.02	1725.49
43	8238.18	1572.54	147.16	4.91	0.88	1725.49
44	6641.12	1597.06	123.57	4.12	0.74	1725.49
45	5019.17	1621.96	99.62	3.32	0.60	1725.49
46	3371.93	1647.24	75.29	2.51	0.45	1725.49
47	1699.00	1672.92	50.58	1.69	0.30	1725.49
48	0.00	1699.00	25.49	0.85	0.15	1725.49
TOTAL:		58007.00	24376.23	795.91	143.26	83322.41

**NOTA:**

LAS CUOTAS MENSUALES DEL CRÉDITO HAN SIDO CALCULADAS SOBRE LA BASE DE DATOS REFERENCIALES.

LA DETERMINACIÓN DE LA TASA DE INTERÉS QUE APLICARÍA PARA EL PRÉSTAMO ESTA SUJETA A EVALUACIÓN CREDITICIA.

TODO PAGO (PAGO DE CUOTAS Y PRE-PAGO) ESTA SUJETO AL ITF (0.005%)

EL PLAZO MÁXIMO DE ENTREGA DEL CRONOGRAMA DEFINITIVO SERÁ DE 30 DÍAS DESPUÉS DE LA CONTRATACIÓN.

SI PRODUCTO DE DOLO O CULPA DEBIDAMENTE ACREDITADOS, EL BANCO INDUCE A ERROR AL USUARIO Y COMO CONSECUENCIA DE ELLO ÉSTE REALIZA UN PAGO EN EXCESO, DICHO MONTO ES RECUPERABLE Y

*Figura 45: Corrida de Préstamo del Banco Falabella Fuente: Banco Falabella*

## 5. Estudio de los costos, ingresos y egresos

### 5.1 Presupuesto de los costos

#### 5.1.1 Presupuesta de la Mano de Obra

Para el presupuesto de mano de obra, se considera al personal que tiene un trabajo directo en la empresa como son las profesoras y auxiliares. La planilla de la empresa está bajo el régimen MYPE.

Para poder determinar el número de trabajadores se toma como referencia la capacidad máxima operativa que es un adulto por cada 4 niños.

**Figura 46: Mano de Obra Directa**

Mano de Obra						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Profesor 1	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00
Profesor 2	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00	27600.00
Auxiliar	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00
Auxiliar	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00
Auxiliar	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00	19200.00
Beneficios	4775.00	4775.00	4775.00	4775.00	4775.00	4775.00
<b>Total</b>	<b>117575.00</b>	<b>117575.00</b>	<b>117575.00</b>	<b>117575.00</b>	<b>117575.00</b>	<b>117575.00</b>

Figura 46: Mano de Obra Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.2 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación son aquellos costos que no influyen directamente con el servicio que se brindara en BABY CUNA.

**Figura 47: Costos Indirectos de Fabricación**

Costos Indirectos de Fabricacion						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Telefono	2400.00	2462.40	2516.57	2571.94	2628.52	2688.98
Movilidad	6000.00	6132.00	6266.90	6404.78	6552.09	6552.09
<b>Total</b>	<b>8400.00</b>	<b>8594.40</b>	<b>8783.48</b>	<b>8976.71</b>	<b>9180.61</b>	<b>9241.06</b>

Figura 47: Costos Indirectos de Fabricación. Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.3 Gastos Administrativos

A continuación se detallará los gastos administrativos para la empresa, los cuales no están directamente relacionados a las actividades operativas.

**Figura 48: Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gerente General	S/.48,000.00	S/.48,000.00	S/.48,000.00	S/.48,000.00	S/.48,000.00	S/.48,000.00
Contador	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00
Materiales	S/.15,187.50	S/.16,706.25	S/.18,376.88	S/.18,376.88	S/.18,376.88	S/.18,376.88
Servicios	S/.600.00	S/.600.00	S/.600.00	S/.600.00	S/.600.00	S/.600.00
Alquiler	S/.4,500.00	S/.4,725.00	S/.4,961.25	S/.5,209.31	S/.5,469.78	S/.5,743.27
<b>Total</b>	<b>S/.71,287.50</b>	<b>S/.73,031.25</b>	<b>S/.74,938.13</b>	<b>S/.75,186.19</b>	<b>S/.75,446.65</b>	<b>S/.75,720.14</b>

Figura 48: Gastos Administrativos. Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.4 Gastos de Publicidad y Promoción

Son los gastos que incurrimos para poder dar a conocer nuestro negocio a través de redes sociales, volantes entre otros.

**Figura 49: Gastos de Publicidad y Promoción**

Gastos de publicidad y promoción							
Detalle	% de Ventas Brutas	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Publicidad	1%	S/.2,628.00	S/.2,832.00	S/.3,336.00	S/.3,540.00	S/.3,672.00	S/.3,804.00
Promoción	1%	S/.2,628.00	S/.2,832.00	S/.3,336.00	S/.3,540.00	S/.3,672.00	S/.3,804.00
<b>Totales</b>		<b>S/.5,256.00</b>	<b>S/.5,664.00</b>	<b>S/.6,672.00</b>	<b>S/.7,080.00</b>	<b>S/.7,344.00</b>	<b>S/.7,608.00</b>

Figura 49: Gastos de Publicidad y Promoción. Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.5 Gastos Financieros

Para poder iniciar el plan de negocio se pidió al banco un préstamo de 58,007 soles al Banco Falabella a una tasa de interés de anual de 19.6% por un periodo de 48 meses.

**Figura 50: Gastos Financieros**

Gastos Financieros						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Intereses	S/.10,083.39	S/.7,475.81	S/.4,422.01	S/.1,709.75	S/.0.00	S/.0.00
<b>Total</b>	<b>S/.10,083.39</b>	<b>S/.7,475.81</b>	<b>S/.4,422.01</b>	<b>S/.1,709.75</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>

Figura 50: Gastos Financieros. Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.6 Gastos de Ventas

Son todos los gastos asociados a las ventas

**Figura 51: Gastos de Venta**

Gastos de venta						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Redes Sociales	S/.500.00	S/.550.00	S/.605.00	S/.665.50	S/.732.05	S/.805.26

Figura 51: Gastos de Venta. Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.7 Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos es ver cuál es el precio de los activos en el tiempo. Para la proyección de la depreciación, se tomó en cuenta los porcentajes brindados por el colegio de contadores del Perú.

**Figura 52: Depreciación de Equipos**

Depreciación de equipos				
Detalle	Vida Util (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Laptop	42	700.00	16.67	200.00
Radio	42	250.00	5.95	71.43
Televisor	42	800.00	19.05	228.57
Extractor de leche	42	300.00	7.14	85.71
Cámaras	42	1,500.00	35.71	428.57
Extractor de humedad	42	600.00	14.29	171.43
Minibus	60	30,000.00	500.00	6,000.00
Silla de madera	120	55.00	0.46	5.50
Silla de plástico	120	20.00	0.17	2.00
Pizarra acrílica	120	30.00	0.25	3.00
Alfombra de goma	120	25.00	0.21	2.50
Resbaladera	120	100.00	0.83	10.00
gras artificial M2	120	25.00	0.21	2.50
Stands	120	150.00	1.25	15.00
Inodoros pequeños	120	45.00	0.38	4.50
Botiquín	12	70.00	5.83	70.00
Juegos didácticos varios	12	2,500.00	208.33	2,500.00
<b>Total</b>			<b>608.39</b>	<b>7,300.71</b>

*Figura 50: Depreciación de Equipos. Fuente: Elaboración Propia*

En el siguiente cuadro podemos ver el costo proyectado de BABY CUNA.

**Figura 51: Costo del Proyecto**

COSTOS DEL PROYECTO						
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mano de Obra	117575.00	117575.00	117575.00	117575.00	117575.00	117575.00
Costos Indirectos de Fabricacion	8400.00	8594.40	8783.48	8976.71	9180.61	9241.06
Depreciación y amortización	7300.71	7300.71	7300.71	7300.71	7300.71	7300.71
<b>TOTAL</b>	<b>133275.71</b>	<b>133470.11</b>	<b>133659.19</b>	<b>133852.43</b>	<b>134056.32</b>	<b>134116.78</b>

*Figura 51: Costo del Proyecto. Fuente: Elaboración Propia*

## 5.2 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es el punto donde el beneficio de la empresa es igual a cero. En este punto la empresa es capaz de cubrir tanto costos fijos como los variables.

### 5.2.1 Costos Fijos

Para poder obtener los costos fijos se consideró la mano de obra, los costos indirectos de fabricación y gastos administrativos.

**Figura 52: Costos Fijos**

Costos Fijos						
Costos fijos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra	S/.117,575.00	S/.117,575.00	S/.117,575.00	S/.117,575.00	S/.117,575.00	S/.117,575.00
Costos indirectos de producción	S/.8,400.00	S/.8,594.40	S/.8,783.48	S/.8,976.71	S/.9,180.61	S/.9,241.06
Gastos Administrativos	S/.71,287.50	S/.73,031.25	S/.74,938.13	S/.75,186.19	S/.75,446.65	S/.75,720.14
<b>Total</b>	<b>S/.197,262.50</b>	<b>S/.199,200.65</b>	<b>S/.201,296.60</b>	<b>S/.201,737.90</b>	<b>S/.202,202.26</b>	<b>S/.202,536.20</b>

Figura 52: Costos Fijos. Fuente: Elaboración Propia

### 5.2.2 Costos Variables

**Figura 53: Costos Variables**

Costos variables						
Costos variables	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Telefono	S/.2,400.00	S/.2,462.40	S/.2,516.57	S/.2,571.94	S/.2,628.52	S/.2,688.98
Movilidad	S/.6,000.00	S/.6,132.00	S/.6,266.90	S/.6,404.78	S/.6,552.09	S/.6,552.09
<b>Total</b>	<b>S/.8,400.00</b>	<b>S/.8,594.40</b>	<b>S/.8,783.48</b>	<b>S/.8,976.71</b>	<b>S/.9,180.61</b>	<b>S/.9,241.06</b>

Figura 53: Costos Variables. Fuente: Elaboración Propia

### 5.2.3 Precio de Venta

El precio de venta de cada paquete se pudo obtener por los resultados de la encuesta y por el precio promedio del mercado actualmente.

**Figura 54: Precio de Venta**

Precio de venta						
Precio de venta	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PAQUETE A	6,000	8,560	9,159	12,250	15,730	19,636
PAQUETE B	7,500	6,420	10,304	9,188	11,797	14,727
PAQUETE C	8,400	10,272	12,365	14,701	12,584	10,098
<b>Total</b>	<b>S/.21,900.00</b>	<b>S/.25,252.00</b>	<b>S/.31,828.22</b>	<b>S/.36,138.77</b>	<b>S/.40,110.36</b>	<b>S/.44,460.89</b>

Figura 54: Precio de Venta. Fuente: Elaboración Propia

Para poder hallar el punto de equilibrio hemos tomados todos los datos anteriormente detallados y se aplicó la siguiente formula:

**Figura 55: Formula Punto de Equilibrio**

Unidades	$PE=CF/(PVU-CVU)$
Nuevos soles	$PE=CF/(1-(CVU/PVU))$

Figura 55: Formula Punto de Equilibrio. Fuente: Elaboración Propia

**Figura 56: Punto de Equilibrio en Unidades**

Punto de equilibrio en Unidades						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Punto de equilibrio en Unidades	9	8	6	6	5	5

Figura 56: Formula Punto de Equilibrio en Unidades. Fuente: Elaboración Propia

**Figura 57: Punto de Equilibrio en Soles**

Punto de equilibrio en nuevos soles						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Punto de equilibrio en nuevos soles	S/.202,439.02	S/.203,530.06	S/.204,263.42	S/.204,274.95	S/.204,543.09	S/.204,663.13

Figura 57: Formula Punto de Equilibrio en Soles. Fuente: Elaboración Propia

**Figura 58: Grafica Punto de Equilibrio**

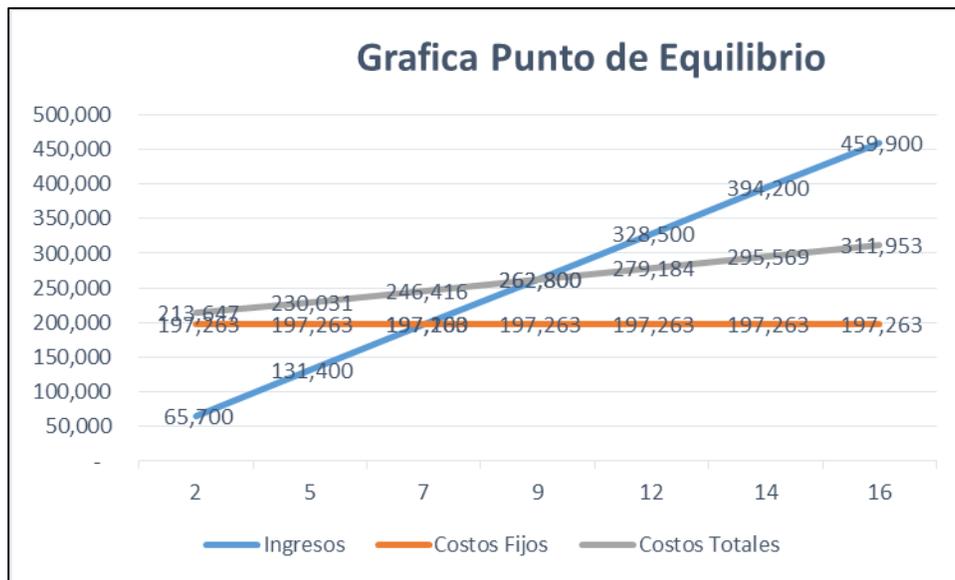


Figura 58: Grafica Punto de Equilibrio. Fuente: Elaboración Propia

### 5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas

A continuación mostraremos el cuadro de estado de ganancias y pérdida proyectado desde el año 0 al año 5.

**Figura 59: Estado de Ganancias y Perdidas**

Estado de Ganancias y Perdidas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	262,800.00	283,200.00	333,600.00	354,000.00	367,200.00
Costos	-141,162.50	-141,856.90	-142,045.98	-142,239.21	-142,443.11
Depreciación y amortización	45,052.30	88,890.12	152,845.22	232,507.92	310,633.59
<b>Utilidad bruta</b>	<b>166,689.80</b>	<b>230,233.22</b>	<b>344,399.24</b>	<b>444,268.71</b>	<b>535,390.49</b>
Gastos administrativos	-71,287.50	-73,031.25	-74,938.13	-75,186.19	-75,446.65
Gastos de venta	-500.00	-550.00	-605.00	-665.50	-732.05
<b>Utilidad operativa</b>	<b>94,902.30</b>	<b>156,651.97</b>	<b>268,856.12</b>	<b>368,417.02</b>	<b>459,211.78</b>
Otros ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	18,417.86
<b>Utilidad antes de int. e imp.</b>	<b>94,902.30</b>	<b>156,651.97</b>	<b>268,856.12</b>	<b>368,417.02</b>	<b>477,629.64</b>
Gastos financieros	10,083.39	7,475.81	4,422.01	1,709.75	0.00
<b>Utilidad antes impuestos</b>	<b>104,985.69</b>	<b>164,127.78</b>	<b>273,278.13</b>	<b>370,126.77</b>	<b>477,629.64</b>
Impuestos (27%)	-28,346.14	-44,314.50	-73,785.09	-99,934.23	-128,960.00
<b>Utilidad neta</b>	<b>76,639.55</b>	<b>119,813.28</b>	<b>199,493.03</b>	<b>270,192.54</b>	<b>348,669.64</b>

Figura 59: Estado de Ganancias y Pérdidas. Fuente: Elaboración Propia

### 5.4 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de los ingresos se está midiendo anualmente y sobre un proyectado de niños que irá aumentando anualmente.

**Figura 60: Ingresos Anuales**

Ingresos						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
% Uso de Capacidad	75%	80%	95%	100%	100%	100%
Q	15	16	19	20	20	20
Q a	3.0	4.0	4.0	5.0	6.0	7.0
Q b	5.0	4.0	6.0	5.0	6.0	7.0
Q c	7.0	8.0	9.0	10.0	8.0	6.0
<b>Ingresos</b>	<b>262,800</b>	<b>283,200</b>	<b>333,600</b>	<b>354,000</b>	<b>367,200</b>	<b>380,400</b>

Figura 60: Ingreso Anuales. Fuente: Elaboración Propia

**Figura 61: Valor Residual**

Valor Residual de los Equipos						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Laptop	0	0	-	0	0	100
Radio	0	0	0	0	0	536
Televisor	0	0	0	0	0	914
Extractor de leche	0	0	0	0	0	643
Cámaras	0	0	0	0	0	214
Extractor de humedad	0	0	0	0	0	86
Minibus	0	0	0	0	0	12,000
Silla de madera	0	0	0	0	0	534
Silla de plástico	0	0	0	0	0	394
Pizarra acrílica	0	0	0	0	0	111
Alfombra de goma	0	0	0	0	0	243
Resbaladera	0	0	0	0	0	270
gras artificial M2	0	0	0	0	0	493
Stands	0	0	0	0	0	405
Inodoros pequeños	0	0	0	0	0	1,337
Botiquín	0	0	0	0	0	140
TOTAL						<b>18,418</b>
Valor Residual de Activos Fijos						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Valor Residual de Activos Fijos	0	0	0	0	0	18,418
TOTAL						<b>18,418</b>

*Figura 61: Valor Residual. Fuente: Elaboración Propia***Figura 62: Recuperación de Capital de Trabajo**

Recuperacion del Capital de Trabajo						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Recuperacion del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	21500.00
TOTAL						<b>21500.00</b>

*Figura 62: Recuperación de Capital de Trabajo. Fuente: Elaboración Propia*

## 5.5 Presupuesto de Egresos

A continuación se podrá ver los cuadros proyectados de los egresos hasta el 2021:

**Figura 63: Total de Egresos**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>Egresos</b>							
Insumos y Costos de la DFI	0.00	-15187.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50
Mano de obra	0.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00
Costos indirectos de producción	0.00	-8400.00	-8594.40	-8783.48	-8976.71	-9180.61	-9241.06
Gastos de venta	0.00	-500.00	-550.00	-605.00	-665.50	-732.05	-805.26
Gastos administrativos	0.00	-71287.50	-73031.25	-74938.13	-75186.19	-75446.65	-75720.14
Impuestos	0.00	-11488.31	-16864.51	-29891.75	-35264.26	-38684.92	-42138.99
<b>Total egresos</b>	<b>0.00</b>	<b>-224438.31</b>	<b>-232302.66</b>	<b>-247480.85</b>	<b>-253355.16</b>	<b>-257306.73</b>	<b>-261167.95</b>

Figura 63: Total Egresos. Fuente: Elaboración Propia

## 5.6 Flujo de Caja Proyectado

**Figura 64: Flujo de Caja Proyectado**

<b>Flujo de Caja Económico</b>							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>Ingresos</b>							
Ingresos por ventas	0.00	262800.00	283200.00	333600.00	354000.00	367200.00	380400.00
<b>Total ingresos</b>	<b>0.00</b>	<b>262800.00</b>	<b>283200.00</b>	<b>333600.00</b>	<b>354000.00</b>	<b>367200.00</b>	<b>380400.00</b>
<b>Egresos</b>							
Insumos y Costos de la DFI	0.00	-15187.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50
Mano de obra	0.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00
Costos indirectos de producción	0.00	-8400.00	-8594.40	-8783.48	-8976.71	-9180.61	-9241.06
Gastos de venta	0.00	-500.00	-550.00	-605.00	-665.50	-732.05	-805.26
Gastos administrativos	0.00	-71287.50	-73031.25	-74938.13	-75186.19	-75446.65	-75720.14
Impuestos	0.00	-11488.31	-16864.51	-29891.75	-35264.26	-38684.92	-42138.99
<b>Total egresos</b>	<b>0.00</b>	<b>-224438.31</b>	<b>-232302.66</b>	<b>-247480.85</b>	<b>-253355.16</b>	<b>-257306.73</b>	<b>-261167.95</b>
<b>Capital</b>							
Inversión activo fijo e intangible	-59457.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	18417.86
Capital de trabajo	-21500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	21500.00
<b>Flujo de capital</b>	<b>-80957.50</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>39917.86</b>
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-80957.50</b>	<b>38361.69</b>	<b>50897.34</b>	<b>86119.15</b>	<b>100644.84</b>	<b>109893.27</b>	<b>159149.91</b>

Figura 64: Flujo de Caja Proyectado. Fuente: Elaboración Propia

**Figura 65: Flujo de Caja Financiero**

Flujo de Caja Financiero							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>Ingresos</b>							
Ingresos por ventas	0.00	262800.00	283200.00	333600.00	354000.00	367200.00	380400.00
<b>Total ingresos</b>	<b>0.00</b>	<b>262800.00</b>	<b>283200.00</b>	<b>333600.00</b>	<b>354000.00</b>	<b>367200.00</b>	<b>380400.00</b>
<b>Egresos</b>							
Insumos y suministros	0.00	-15187.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50	-15687.50
Mano de obra	0.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00	-117575.00
Costos indirectos de producción	0.00	-8400.00	-8594.40	-8783.48	-8976.71	-9180.61	-9241.06
Gastos de venta	0.00	-500.00	-550.00	-605.00	-665.50	-732.05	-805.26
Gastos administrativos	0.00	-71287.50	-73031.25	-74938.13	-75186.19	-75446.65	-75720.14
Impuestos	0.00	-11488.31	-16864.51	-29891.75	-35264.26	-38684.92	-42138.99
<b>Total egresos</b>	<b>0.00</b>	<b>-224438.31</b>	<b>-232302.66</b>	<b>-247480.85</b>	<b>-253355.16</b>	<b>-257306.73</b>	<b>-261167.95</b>
<b>Capital</b>							
Inversión activo fijo e intangible	-59457.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	18417.86
Capital de trabajo	-21500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	21500.00
<b>Flujo de capital</b>	<b>-80957.50</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>39917.86</b>
<b>Servicio de la deuda</b>							
Prestamo	58007.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización	0.00	10744.36	12936.04	15574.79	18751.80	0.00	0.00
Gastos financieros (interés)	0.00	10083.39	7475.81	4422.01	1709.75	0.00	0.00
Efecto tributario del interés	0.00	-2722.52	-2018.47	-1193.94	-461.63	0.00	0.00
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>-22950.00</b>	<b>56466.93</b>	<b>69290.72</b>	<b>104922.01</b>	<b>120644.75</b>	<b>109893.27</b>	<b>159149.91</b>

Figura 65: Flujo de Caja Financiero. Fuente: Elaboración Propia

## 5.7 Balance General

**Figura 66: Balance General**

Balance General			
En Soles Peruanos			
Activo		Pasivo	
Caja y bancos	S/.79,507.50	Préstamos Bancarios	S/.58,007.50
Inventarios	S/.0.00	<b>Total Pasivo</b>	<b>S/.58,007.50</b>
Inmuebles	S/.0.00	<b>Patrimonio</b>	
Maquinaria y equipo	S/.0.00	Capital	S/.22,950.00
Activos intangibles	S/.1,450.00	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.22,950.00</b>
<b>Total activo</b>	<b>S/.80,957.50</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>S/.80,957.50</b>

Figura 66: Balance General. Fuente: Elaboración Propia

## 6. Evaluación

### 6.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

#### 6.1.1 Costo de Oportunidad

Para poder obtener el costo de oportunidad también llamada tasa de descuento nos planteamos un escenario muy conservador en donde se desea colocar nuestro dinero en una entidad bancaria, en este caso hemos decidido abrir una cuenta de ahorros en el Banco Falabella la cual nos brinda el 7% de interesa anual.

#### 6.1.2 VAN Económico y TIR económico

Para el presente plan de negocio, se midió la rentabilidad con los siguientes indicadores, tomando en cuenta los flujos de cajas detallados anteriormente:

**Figura 67: VAN y TIR Económico**

VAN ECO	S/. 332,693.22
TIR ECO	73.16%
Tasa De Descuento	7%

*Figura 67:* VAN y TIR Económico. Fuente: Elaboración Propia

Como podemos ver en la figura 67 el VAN es positivo, por lo que se puede decir que el presente proyecto es viable. Para hallar este dato, regresamos los flujos netos del futuro al presente restando la inversión. Al obtener un resultado mayo a cero, nos demuestra cuanto se gana con este proyecto luego de recuperar la inversión.

La tasa interna de retorno es mayor al costo de oportunidad, por lo que se acepta y ejecuta el proyecto

#### 6.1.3 Coeficiente Beneficio / Costo

### 6.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

#### 6.2.1. VAN y TIR Financiero

Para el presente plan de negocio, se midió la rentabilidad con los siguientes indicadores, tomando en cuenta los flujos de cajas detallados anteriormente:

**Figura 68: VAN y TIR Financiero**

VAN FINAN	S/. 454,293.56
TIR FINAN	273.70%
Tasa De Descuento	7%

Figura 68: VAN y TIR Financiero. Fuente: Elaboración Propia

El valor actual neto es positivo, por lo que deducimos que el proyecto es viable. Para hallar este dato, se tomó en cuenta el préstamo que se solicitará. Al obtener un resultado mayor a cero, nos demuestra cuanto se gana con este proyecto luego de recuperar la inversión.

La tasa interna de retorno es mayor al costo de oportunidad, por lo que se acepta y ejecuta el proyecto.

### **6.3 Evaluación Social**

El presente plan de negocio, generará empleo a más de 6 familias de forma constantes dado que los trabajadores estarán en planilla y con sus beneficios de ley correspondiente El monto anual de planilla que la empresa destinará a sus trabajadores es de: S/. 168,575.00 soles peruanos. Estos recursos aportarán para asumir los gastos de alimentación, vestimenta, vivienda y otros gastos básicos en una familia.

Dado los valores que tenemos como empresa cumpliremos con los horarios de trabajo y se les brindara un ambiente de trabajo con el cual puedan sentirse a gusto y desarrollarse como persona y profesionalmente.

Este proyecto ayudara a las familias que no cuenten con mucho tiempo para poder cuidar a sus hijos y nosotros les brindaremos todo el cariño y amor necesario para poder cubrir ese tiempo que muchas veces los padres no tienen por el trabajo.

### **6.4 Impacto Ambiental**

BABY CUNA tendrá un enfoque ecológico dado que usara materiales que sean amigable con el medio ambiente como por ejemplo el uso de focos ahorradores, papel reciclado para algunas actividades de los niños, uso de materiales biodegradables como las plastilinas, lápices entre otras cosas.

También se reducirá el impacto ambiental de BABY CUNA con buenas prácticas ambientales como reciclar los plásticos, papeles, cartones entre otras cosas, el uso responsable de energía y agua.

## **7. Conclusiones y Recomendaciones**

### **7.1 Conclusiones**

De la investigación que se ha realizado he podido concluir que el siguiente plan de negocio es rentable y viable dado a las siguientes razones:

#### **7.1.1 De la organización y aspectos legales**

El marco legal nos otorga ventajas competitivas tributarias y laborales que permiten reducir costos en la planilla lo que permite que puedo rentabilizar más el negocio.

La ubicación de mi negocio ayuda a que mis potenciales clientes puedan tener un fácil acceso y puedan llegar rápidamente desde sus domicilios.

Ya que BABY CUNA es un SAC nos ayuda a poder acceder a un crédito de cualquier entidad bancaria y a una tasa de interés más competitiva respecto a una tasa de crédito personal o preferencial.

#### **7.1.2 Del estudio de Mercado**

Luego de un análisis del mercado en el aspecto cuantitativo he podido determinar que la demanda del mercado es mucho mayor a la oferta por lo que nos da una ventaja para poder desarrollar nuestro negocio sin problemas.

Actualmente la oferta del mercado solo puede cubrir un 10% de la demanda por lo que se tiene una demanda insatisfecha del 90%.

Una de las ventajas competitivas de nuestro negocio es el servicio A1 que se pretende dar y que pueda cumplir con las necesidades y gustos de nuestros clientes. BABY CUNA es un servicio innovador enfocado 100% a los padres que quieran que sus hijos puedan desarrollar sus habilidades motoras y sensoriales desde pequeños y que puedan tener una flexibilidad de horas de acuerdo a sus necesidades.

#### **7.1.3 Del estudio Técnico**

Uno de los factores determinantes es que la tecnología que usaremos como parte de nuestro servicio nos ayudara a brindar un servicio innovador y diferenciado en el mercado y respecto a nuestra competencia.

La localización del negocio nos permite ahorrar en tiempo y dinero dado que parte del servicio que brindamos es el de movilidad, al estar ubicados en una zona céntrica nos permite poder llegar rápidamente.

#### 7.1.4 Del Estudio de la Inversión y Financiamiento

En el proyecto se ha considerado que el capital físico incide positivamente en un 15% en el aumento de los precios debido a que es una inversión tangible con características modernas y de última generación.

En cuanto al capital de trabajo el plan de negocio considera que dada la capacidad operativa del servicio que podemos brindar, con las ventas proyectadas nuestro tiempo de recuperación es en un año.

El las fuentes de financiamiento se han considerado que el financiamiento propio en 28.88% y del préstamo bancario en un 71.12% lo que permite rentabilizar el negocio.

#### 7.1.5 Del Estudio de Costos, Ingresos y Egresos

Se ha podido determinar en el estado de pérdidas y ganancias que las utilidades antes de impuestos ascienden a 94902.30 nuevos soles.

Uno de los principales egresos del presupuesto del flujo de caja es la mano de obra directa dado que nuestro giro de negocio es el cuidado de niños, con un 53.38% del total de egresos.

En el balance general se ha determinado que una de las estrategias de inversión fue la adquisición de las cámaras de video vigilancia y minibús por un valor de 31500 equivalente al 54% del monto total de lo invertido en bienes de capital.

#### 7.1.6 De la Evaluación Económica/Financiera

En la evaluación económica se ha podido determinar que el negocio es rentable porque el TIRE es de 72.73% y el VANE de 332,521 Soles y con una tasa de descuento del 7%.

Por el lado financiero se ha determinado que al haber utilizado una estructura de financiamiento externo, el TIRF es de 267%, el VANF es de 454,121 Soles y con una tasa de descuento del 7%.

Cabe señalar que la tasa de descuento se ha calculado por medio del costo de oportunidad de capital al haberse identificado una tasa de interés a plazo fijo del 7% anual.

#### 7.1.7 De la Evaluación Social/Ambiental

En la evaluación social se tiene que la empresa impacta con sus productos y servicios coberturando a más de 100 clientes en 5 años de operaciones de la empresa, asimismo, los proveedores, mano de obra, capitalistas y gerentes se benefician ingresos que servirán para poder solventar los gastos de sus familias como alimentación, educación, vestimenta entre otros.

## **8. Recomendaciones**

### **8.1.1 De la Organización y Aspectos legales**

Para los negocios nuevos se recomiendan que sean muy cuidadosos al momento de la selección del tipo de forma o razón jurídica y al régimen tributario y laboral dado que este factor puede ser determinante en el negocio, dado que cada régimen tienen diferentes beneficios los cuales pueden ser una ventaja competitiva frente a la competencia.

Tener una empresa formalizada también nos da una ventaja competitiva dado que somos atractiva frente a las entidades financieras pudiendo acceder a créditos con tasas preferenciales y que se ajusten a nuestro negocio.

### **8.1.2 Del Estudio de Mercado**

Es importante poder realizar una buena investigación del mercado primero teniendo como referencia fuentes oficiales como INEI donde se pueden ver las proyecciones de crecimiento, nivel poblaciones, niveles socioculturales y además contar con proyecciones hasta de 5 años.

El estudio de mercado también nos ayudara a poder determinar quiénes serán nuestros potenciales clientes y sobre ello poder ejecutar diferentes estrategias de penetración de mercado, publicidad, precios entre otros.

### **8.1.3 Del Estudio Técnico**

Para poder determinar la demanda insatisfecha es necesario poder realizar una encuesta para saber cuáles son los requerimientos del público, cuáles son sus necesidades, se puede determinar el precio y también tener una idea clara de cuáles son las tendencias del mercado.

El estudio técnico también es importante porque te da un panorama claro de todo lo que necesitas para poder iniciar el negocio para luego poder cuantificarlos con el valor de mercado.

### **8.1.4 Del Estudio de la Inversión**

Uno de los criterios más comunes es que el capital de trabajo no siempre tiene que ser financiado en un largo plazo sino por lo contrario poder financiarlo en un corto plazo para poder descontar a futuro la amortización teniendo en cuenta que con las ventas se puede tener liquidez.

#### 8.1.5 Del Estudio de Costos, Ingresos y Egresos

No se puede determinar la viabilidad del negocio sin que previamente se realice un correcto estudio técnico del servicio.

En base a los estados financieros se debería considerar como fuente de información para elaborar futuras estrategias de crecimiento en base a las reinversiones.

#### 8.1.6 Evaluación Económica/Financiera

Estas evaluaciones nos ayudaran a poder determinar si el proyecto es viable o se tiene que replantear el modelo de negocio para que pueda ser rentable.

Para ello es indispensable poder tener parámetros financieros como el VAN, TIR y VANF y TIRF.

#### 8.1.7 Evaluación Social/Ambiental

Esta evaluación nos ayudara a saber cuál es el impacto con el medio ambiente que las operaciones de la empresa puedan generar.

Finalmente, no hay que limitar el aspecto social a las personas que están trabajando directa o indirectamente con nosotros sino saber a quienes más puede repercutir como a nuestros vecinos, distrito, entre otros.

Anexo 1:

Encuesta realizada a 50 personas en el distrito de Miraflores

1. ¿Qué edad tiene?
2. ¿Tiene hijos?
  - a. Si
  - b. No
3. ¿Cuál es el sexo de su hijo?
  - a. Masculino
  - b. Femenino
4. ¿Cuántos años tiene su hijo?
5. Su hijo es cuidado por:
  - A. Una Nana
  - B. Nido - Guardería
  - C. Familiar
6. ¿En qué distrito está ubicado el local?
7. ¿Cuántas horas su hijo está fuera de casa?
8. ¿Cuánto paga actualmente por el servicio del cuidado de su hijo?
9. Qué le gustaría que tenga un centro de estimulación temprana – guardería:
  - a. Cámaras de vigilancia
  - b. Movilidad
  - c. Flexibilidad de horarios
  - d. Buena ubicación
  - e. Todas las anteriores
10. De tener todos los servicios mencionados en la pregunta anterior cuanto pagaría
  - a. 1200
  - b. 1500
  - c. 2000

## REFERENCIAS:

- <http://www.ipsos.pe/punto de vista marketing 2015 03 24>
- <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmReservaNombre.faces>
- [http://www.perucontable.com/modules/newbb/viewtopic.php?post\\_id=39398](http://www.perucontable.com/modules/newbb/viewtopic.php?post_id=39398)
- <https://pymex.pe/liderazgo/capacitacion/funciones-y-responsabilidades-del-contador/>
- [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formacion\\_la\\_boral.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_la_boral.pdf)
- [http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?\\_page=2&codTema=56&tip=20](http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?_page=2&codTema=56&tip=20)
- <http://www.crecenegocios.com/la-marca-comercial/>
- <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
- <funcionamiento/procedimientos/requisitos-licencia-funcionamiento-100-hasta-500.pdf>
- <http://www.guiatributaria.sunat.gob.pe/tramites-en-sunat/tramites-ruc/12-tramites-ruc/6-cuales-son-los-requisitos-para-inscribirse-en-el-ruc.html>
- <http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>
- <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame/3229-02-conceptos-a-declarar-en-el-pdt-plame>
- [http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/dnit/asignacion\\_familiar.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/dnit/asignacion_familiar.pdf)
- [http://www.trabajo.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?\\_page=6&codTema=0&tip=20](http://www.trabajo.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?_page=6&codTema=0&tip=20)
- [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01\\_pbi-trimestral-2015iv.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01_pbi-trimestral-2015iv.pdf)
- <http://www.ipsos.pe/punto de vista marketing 2015 03 24>
- <http://gestion.pe/tecnologia/93-peruanos-usan-redes-sociales-buscar-noticias-informacion-interes-2143129>
- <http://noticias.universia.edu.pe/cultura/noticia/2015/06/05/1126397/65-peruanos-utiliza-seis-redes-sociales.html>
- [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1251/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1251/Libro.pdf)
- <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/al-30-de-junio-de-2015-el-peru-tiene-31-millones-151-mil-643-habitantes-8500/>
- <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2014.pdf>
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2016.pdf>
- <http://gestion.pe/economia/analistas-preven-que-peru-tendra-inflacion-mas-baja-entre-2014-y-2018-2100919>
- <http://gestion.pe/economia/peru-entre-paises-mejor-ambiente-macroeconomico-america-latina-hacia-2021-2159098>
- <http://pyme.lavoztx.com/el-porcentaje-recomendado-de-venta-para-un-presupuesto-de-mercadotecnia-6076.html>
- <http://ccpl.org.pe/downloads/DepreciacionContableActivosFijos.pdf>