

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RESIDENCIA  
UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO EN  
LA CIUDAD DE TRUJILLO - 2015”**

---

**TESIS**  
**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autores:**

- **BR. CARRANZA ECHEVERRÍA, FELIPE ANTONIO**
- **BR. VILCA GARCÍA, HERNAN DAVID**

**Asesor:**

- **Ms. JUAN CAMINO GARCÉS**

**TRUJILLO – PERÚ**  
**2015**

## **PRESENTACIÓN**

**Señores Miembros del Jurado:**

Dando cumplimiento de la normatividad vigente del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, presentamos a vuestra consideración la investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RESIDENCIA UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO EN LA CIUDAD DE TRUJILLO - 2015”**, con el propósito de obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

**Atentamente.**

**BR. CARRANZA ECHEVERRÍA, FELIPE ANTONIO**

**BR. VILCA GARCÍA, HERNAN DAVID**

## DEDICATORIA

*A nuestros queridos padres por su apoyo y confianza, por vivir nuestras emociones como propias. Porque gracias a su esfuerzo llegamos a donde estamos, y siempre han estado ahí para nosotros, brindándonos su apoyo incondicional.*

*LOS AUTORES*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por habernos dado  
inteligencia, paciencia y ser  
nuestro guía en nuestras  
vidas.*

*A nuestros Padres por ser  
siempre ese ejemplo de  
esfuerzo y tener siempre las  
palabras de aliento correctas  
para seguir adelante en la  
vida, este tributo de eterna  
gratitud*

*A nuestros hermanos y a  
todas las personas que nos  
impulsaron a seguir siempre  
adelante.*

*LOS AUTORES*

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de una residencia universitaria para los alumnos de la Universidad privada Antenor Orrego, para demostrar su factibilidad, se considera importante esta propuesta porque surge como iniciativa para albergar a alumnos provenientes de otros departamentos y ciudades y poder brindar condiciones adecuadas para su máxima comodidad en el desarrollo de sus actividades académicas en lo que dure su carrera universitaria dentro de UPAO., para determinar la aceptación del servicio fue aplicada una encuesta a un mercado objetivo definido. Analizada la información recolectada en dicho estudio se procedió a calcular el posible ingreso, para luego ser evaluados con el monto de la inversión requerida para la implementación de la residencia, la cual se determinó en el estudio técnico.

Dentro del plan de negocios se demostró la factibilidad comercial del servicio mediante la aceptación del servicio obtenida en el estudio de mercado, la factibilidad legal debido que no existe impedimento alguno para el funcionamiento del establecimiento, la factibilidad organizacional también fue demostrada al contar con el recurso humano capacitado para brindar un servicio eficaz, asimismo en el estudio técnico se demostró la factibilidad que existe de poder contar con el equipamiento, la infraestructura, los servicios, proveedores, etc requeridos para la implementación y funcionamiento, finalmente en el estudio económico y financiero se concluyó que el servicio a ofrecer resulta siendo rentable y atractivo obteniendo un VAN dentro de los parámetros aceptables asimismo una TIR aceptable tanto económica como financieramente.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the feasibility of the implementation of a university hall of residence for the students of the Universidad Privada Antenor Orrego, to demonstrate its feasibility, it is considered important because this proposal arises as an initiative to accommodate students from other departments and cities to provide appropriate conditions for your maximum comfort in the development of its academic activities in the duration of your college career within UPAO., to determine the acceptance of the service was implemented a survey to a defined target market. Analyzed the information collected in this study was to estimate the possible income, to then be evaluated with the amount of the investment required for the implementation of the residence, which is found in the technical study.

Within the business plan showed the commercial feasibility of the service through the acceptance of the service obtained in the study of market, the feasibility that legal action because there is no impediment to the operation of the establishment, the organizational feasibility was also demonstrated to the count with the human resources trained to provide an effective service, also in the technical study demonstrated the feasibility that there is to be able to count on the equipment, infrastructure, services, suppliers, etc required for the deployment and operation, finally in the economic and financial study concluded that the service to provide it is still profitable and attractive getting a VAN within acceptable parameters a TIR also acceptable both economically and financially.

## ÍNDICE

### CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>I</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>III</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>V</b>

### **CAPITULO I:**

#### **INTRODUCCIÓN**

1.1. Problema de Investigación.....	02
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	02
1.1.2. Formulación del Problema.....	04
1.1.3. Antecedentes.....	04
1.2. Hipótesis de la Investigación.....	09
1.3. Objetivos de la Investigación.....	09
1.3.1. Objetivo General.....	09
1.3.2. Objetivos Específicos.....	09
1.4. Justificación.....	09

### **CAPITULO II**

#### **MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

2.1. Marco Teórico.....	12
2.1.1. Plan de Negocios.....	12
2.1.1.1. Estudio de Mercado.....	14
2.1.1.2. Estudio Técnico.....	15
2.1.1.3. Estudio Organizacional.....	16
2.1.1.4. Estudio Legal.....	18
2.1.1.5. Estudio Económico - Financiero.....	18
2.2. Marco Conceptual.....	23

### ***CAPITULO III***

#### **MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS**

3.1. Material.....	26
3.1.1. Población y Muestra.....	27
3.2. Procedimiento.....	29
3.2.1. Diseño de Contrastación.....	29
3.2.2. Procesamiento y Análisis de Datos.....	29

### ***CAPITULO IV***

#### **RESULTADOS**

4.1. Estudio de Mercado.....	31
4.1.1. Análisis de la Situación.....	31
4.1.2. Análisis de la Oferta.....	32
4.1.3. Análisis de la Demanda.....	38
4.1.4. Producto.....	43
4.1.5. Precio.....	44
4.1.6. Plaza.....	45
4.1.7. Promoción.....	45
4.2. Estudio Legal.....	46
4.2.1. Marco Legal.....	46
4.3. Estudio Organizacional.....	59
4.3.1. Filosofía Empresarial.....	59
4.3.2. Organigrama Estructural.....	60
4.3.3. Funciones de las Unidades.....	61
4.4. Estudio Técnico.....	64
4.4.1. Localización de la Planta.....	64
4.4.2. Análisis de factores críticos.....	64



## ***CAPITULO V***

### **ANALISIS ECONÓMICO – FINANCIERO**

5.1 Activo Fijo.....	71
5.2 Intangible.....	72
5.3 Capital de Trabajo.....	73
5.4 Inversión Total.....	74
5.5 Depreciación.....	75
5.6 Evaluación Económica.....	76
5.7 Evaluación Financiera.....	80
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>81</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>83</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>86</b>

# **CAPÍTULO I**

# **INTRODUCCIÓN**

# **1. INTRODUCCIÓN**

## **1.1.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) se creó el 26 de Julio de 1988, basada en la excelencia académica y gracias a su administración ha logrado muchos cambios en beneficios de la comunidad estudiantil, como: la construcción de nuevas edificaciones en sus terrenos, modificación de sus estructuras, obtención de nuevas tierras, etc. Pero sobre todo un buen posicionamiento dentro del mercado norteño.

La Universidad Privada Antenor Orrego inicia sus actividades contando con cinco escuelas profesionales, a la fecha cuenta con 23 carreras profesionales.

En estos 27 años de vida institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego se ha experimentado un crecimiento sostenido en la población estudiantil, según los registros de la población estudiantil mediante sus sistema de información se registra que el año 2000 se contó con 13,297 alumnos, a la fecha (2015) se cuenta con un total de alumnos activos dentro de la población estudiantil de 20,585 alumnos, lo cual significa un incremento del 55% en la población estudiantil.

El crecimiento producto de la innovación y implementación de nuevas carreras profesionales, la innovación tecnológica, el desarrollo de infraestructura ha generado que la Universidad a lo largo de estos años se genere un prestigio a nivel de la Región Norte del País, siendo consideradas como una de las mejores Universidades del Norte de País; motivo por el cual esta imagen y posicionamiento en la

zona ha permitido poder atraer estudiantes de otras localidades, siendo así que en el 2015 el 27% de la población total de alumnos eran procedentes de distintas Ciudades del Perú dentro de las más destacadas por su cantidad de alumnos se encuentran Piura, Cajamarca, Ancash, San Martín, Lima, ciudades con crecimiento económico y buenas condiciones de desarrollo. Siendo las principales Carreras Profesionales que más atrae a estudiantes de otras Ciudades, las carreras de, Medicina Humana, Arquitectura, Ingeniería Civil, Administración, Derecho e Ingeniería Industrial.

Debido a la gran demanda se ha originado una problemática relacionada a la vivienda, hospedaje, pensión para los alumnos provenientes de otras localidades, lo cual genera que al no existir la oferta suficiente cercana al Campus Universitario los alumnos tengan que verse obligados a vivir en zonas lejanas a la Universidad, lo que genera un encarecimiento de su costo de vida y lo cual puede verse luego como un posible caso de deserción estudiantil.

Asimismo existen gastos realizados por la Universidad concernientes a hospedaje y alimentación de sus trabajadores, docentes, etc., que por algún motivo vienen de la Ciudad de Piura, del mismo modo existen estos mismos gastos para docentes procedentes de otras Ciudades que por algún evento o programa académico por los cuales constantemente se hace uso de estos presupuestos.

Es por ello que es necesario que la Universidad genere las condiciones necesarias para la continuidad de sus estudiantes y el logro de sus objetivos académicos, brindándoles una calidad de vida,

ambientes donde puedan desenvolverse con total normalidad en sus quehaceres académicos y de esta forma garantizar la calidad de profesionales y la identificación con la institución.

En consecuencia el satisfacer esta necesidad, es una oportunidad para la Universidad para crear una Unidad de Negocio Productiva auto sostenible, y que genera ingresos a la Universidad y genere valor desde el punto de vista de brindar las condiciones para abaratar el costo de vida de estudiantes de otras Ciudades y disminuir la deserción estudiantil.

### **1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es Factible la Implementación de una Residencia Universitaria de la Universidad Privada Antenor, en la Ciudad de Trujillo - 2015?

### **1.1.3. ANTECEDENTES**

- Mondragón D. Plan de Negocio para la Implementación de la Salsoteca “Rumba S.A.C.” en la ciudad de Trujillo – 2011

Existe gran demanda de este tipo de servicio en el mercado, 6,233 personas cubren con los criterios de selección de nuestro mercado; queriendo la empresa cubrir una cuota del 10%; asimismo existe distintos tipos de alternativas, pero ninguna aún tan dirigida como la propuesta; por lo cual se está cubriendo un nicho de mercado el cual con una buena oferta de diversión puede ser beneficiosa para el inversionista ya que existe mercado el cual aún está insatisfecho que cumple con las características a las cuales está dirigido el servicio.

El cumplimiento de la parte legal es viable; todo requerimiento, permiso y aspecto legal solicitado para el funcionamiento puede ser normalmente cumplido; así como la zonificación es favorable al existir locales de diversión cercanos, los cuales sirven de antecedente para el negocio respecto a su legalidad.

Constituir la organización estructural de la empresa es viable, optando por tener personería jurídica la cual protege al inversionista individualmente, asimismo se estableció un modelo de estructura organizacional el cual cuenta con el personal mínimo requerido pero con el cual el establecimiento va a tener un nivel óptimo de servicio al cliente y a la gestión empresarial, contando con los profesionales, personal técnico y de apoyo en el mercado laboral.

Concerniente al estudio técnico, este no exige complejidad en la implementación y la ubicación; al contrario la ubicación planteada se encuentra en un punto estratégico de la Ciudad contando con vías de acceso y servicios requeridos. Para la implementación de la salsoteca se estima una inversión de S/. 186.698.00.

El plan de negocios muestra también rentabilidad, así lo confirman sus indicadores, un VAN económico de S/. 53.930 y financiero de S/. 74.071 y una TIR económica de 28.6% y financiera de 51.8%

Por consiguiente, existiendo factibilidad en cada unos de las fases de evaluación (comercial, legal, organizacional, técnica, económica

y financiera), se concluye que es factible el plan de negocios para la implementación de la salsoteca “Rumba” en la Ciudad de Trujillo

- Arnés R. (2005), Universidad de Chile. “estudio de mercado para la implementación residencia universitaria en Isla Teja Valdivia”

En base a la experiencia de visitar las residencias ya existentes, podríamos definir al Estudiante como un ser sociable, es entonces la calidad de los espacios comunitarios lo que determina la habitabilidad de las residencias. Esta sociabilidad se ve reflejada también en sus hábitos y costumbres que tienden al movimiento, logrando una estrecha relación con la ciudad que habitan, aprovechando al máximo la infraestructura que ésta les facilita. Este actuar se vuelve importante al momento de buscar el lugar donde vivir, prefiriendo la cercanía, por un lado a su casa de estudios y por otro a zonas céntricas y bien equipadas, ayudando a disminuir tiempos de desplazamiento y, por tanto, abaratando costos de transporte.

- Garcés E. (2014) “Estudio de factibilidad para la creación de una residencia universitaria brindada por la Universidad de Piura”

Después de realizar cada uno de los estudios necesarios para determinar la factibilidad de la creación de una residencia universitaria brindada por la Universidad de Piura se llegó a las siguientes conclusiones: • Las condiciones de la industria de residencias de las zonas cercanas a la Universidad de Piura

permiten la estabilidad económica del proyecto, otorgándole fortalezas y oportunidades exclusivas. • El estudio de mercado confirió los datos suficientes para dar conocimiento que el proyecto de residencia va a ser acogido de la mejor manera por los estudiantes, otorgándoles los servicios claves que ellos necesitan además de extras mientras se encuentran realizando sus estudios en la Universidad de Piura. • El estudio técnico brindó las características estructurales que tendrá cada residencia, estas pudiendo ubicarse en las zonas establecidas por la universidad para estos alojamientos. Además del conocimiento de los equipos necesarios para otorgar el mejor servicio posible. • El estudio técnico también propuso el organigrama de las residencias y las actividades que cada personal realizará • Se aceptó la factibilidad legal de las residencias analizando las políticas que esta tendrá junto a todos los documentos y procesos legales que se tienen que presentar a la municipalidad de Piura. Luego de este estudio se concluyó que no existe ningún impedimento legal para la construcción de las residencias Página 127 de 140 • El estudio ambiental se concentró en los métodos para disminuir los impactos que ocasionará la construcción de las residencias. La factibilidad ambiental se aprobó con las medidas de reducción de impactos. • El estudio financiero analizó las dos propuestas, resultado de la investigación de mercado. Después de los análisis correspondientes se determinó que la propuesta de la capacidad de 100 alumnos por residencia no es factible al tener un VAN



negativo de -1, 476,916.00 soles y un TIR de 6.47% siendo el mínimo admisible un 10% en 10 años. La primera propuesta de 150 alumnos resulto factible al obtener un VAN positivo y un TIR de más del 10,21 %, mayor al mínimo admisible por el inversor. Reuniendo cada estudio para determinar la factibilidad final del proyecto, este será realizable utilizando la primera propuesta de una capacidad de 150 alumnos por residencia, proporcionando los servicios propuestos en el proyecto junto con la realización de cada actividad desarrollada en los estudios.

#### **1.1.4. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

- Dávalos F. (2008) "Estudio de mercado para la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Latacunga".

El Estudio de Mercado determinó que existen algunas Residencias Universitarias que son parte de congregaciones religiosas brindan el servicio como obra social para los jóvenes más necesitados, siendo su precio el más bajo del mercado, algunas universidades ofrecen este servicio con un alto estándar de calidad de servicio. Al no existir una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, nos permite ser los pioneros para la puesta en marcha de esta empresa, un 65,7 % de personas que piensan que existe demanda de una Residencia Universitaria en la ciudad de Latacunga, existiendo una demanda potencial de 691 estudiantes en el año 2008 según el trabajo de campo y existe una demanda insatisfecha de alojamiento para 414 Estudiantes Universitarios

### **1.1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN:**

Sí, es factible la Implementación de una Residencia Universitaria de la Universidad Privada Antenor, en la Ciudad de Trujillo – 2015.

## **1.2.OBJETIVOS**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar a través de un plan de negocio la factibilidad para la Implementación de una Residencia Universitaria de la Universidad Privada Antenor, en la Ciudad de Trujillo - 2015.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- a) Determinar la viabilidad Comercial.
- b) Determinar la viabilidad Legal
- c) Determinar la viabilidad Organizacional y Administrativa
- d) Determinar la viabilidad Técnica
- e) Determinar la viabilidad Económica y Financiera

## **1.3.JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1. Justificación Social**

La Universidad Privada Antenor Orrego tiene como Misión “Generar mejores oportunidades para la vida, formando profesionales que contribuyen al desarrollo sustentable del país.”, por lo cual resulta indispensable como institución contribuir en generar las condiciones y brindar las herramientas necesarias para poder lograr la misión.

El lugar donde la persona se desarrolla es un factor importante para el aprovechamiento de oportunidad, más aun si muchos de nuestro público objetivo provienen de distintas provincias del Perú y pueden ver afectada su desenvolvimiento por el cambio de residencia.

Por ello, para que el cambio no sea tan fuerte y afecte su desarrollo se plantea brindar un lugar de vivienda cálido, cómodo, donde se viva en armonía y satisfaga las necesidades de los clientes.

Esta comodidad y seguridad de ser un recinto ligado directamente a la Universidad podrá brindar la tranquilidad a los padres de familia que apuesten la educación de sus hijos a la UPAO, asimismo brindara a los jóvenes condiciones para un alto rendimiento académico.

### **1.3.2. Justificación Teórica**

Realizar esta investigación nos permitirá poner en práctica nuestros conocimientos, así como aplicar criterios de evaluación para la toma efectiva de decisiones.

### **1.3.3. Justificación Práctica**

Existe aproximadamente una deserción del 10% anual de estudiantes por distintas causas dentro de las cuales también se encuentran involucrados los estudiantes procedentes de otras ciudad que desertan por aspectos, familiares, económicos y/o de adaptación.

Por tanto esta iniciativa de formar una Residencia Universitaria nace para satisfacer las necesidades de los estudiantes por un lugar de vivienda digno y a un bajo costo que le pretenda asimismo disminuir sus gastos, tener mayor comodidad y así contribuir de una forma en reducir los índices de deserción y colateralmente al ser un servicio con un pago representativo que cubra los costos y gastos y genere un mínimo excedente, esta se transforma en un centro productivo más de la Universidad que genere ingresos para la misma.

**CAPÍTULO II**

**MARCO TEÓRICO  
Y CONCEPTUAL**

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Plan de Negocios

Tiene la finalidad de obtener y crear la información relevante, se estudia el negocio desde diferentes puntos de vista o aspectos como son el mercado, técnico, legal, organizacional, ambiental, inversión, financiamiento, costos e ingresos.

Permite clarificar los objetivos del proyecto y analizar detalladamente las partes que lo componen; antes del estudio y análisis de los elementos metodológicos que corresponden a la formulación del proyecto, es necesario que se haya identificado la idea u oportunidad de negocio que se pretende llevar a cabo. Una vez que se identifica la idea de negocio, recién se procede a realizar un estudio detallado de los elementos metodológicos.

La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor.
- Las variables no controlables por el decisor.
- Las opciones o proyectos que deben evaluar.

**Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:**

- ✓ Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- ✓ Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.

- ✓ Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- ✓ Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- ✓ Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- ✓ Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- ✓ Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- ✓ Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- ✓ Tener un presupuesto maestro y presupuesto por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- ✓ Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

**La función externa del plan de negocios está orientada a:**

- ✓ La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.
- ✓ Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- ✓ Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- ✓ Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.
- ✓ Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.

**Las etapas del estudio de un plan de negocio son:**

#### **2.1.1. Estudio de Mercado**

Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien y/o servicio que se pretende brindar y vender; proporcionar los elementos de juicios necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores.

Para alcanzar los objetivos anteriores el estudio de mercado se deberá enfocar a los diferentes factores:

**La demanda:** Consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas, entrevistas, cuestionarios, otros. Los elementos básicos son: los precios del producto, ingreso y egreso de los consumidores,

el número de integrantes de cada sector de consumidores y los precios de los productos complementarios o sustitutos.

**La oferta:** Establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que está será cubierta por la producción, presente o futura de la imagen que se pretende introducir al mercado. Los elementos en la determinación de la oferta de un producto son: el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca y el precio del bien y la competencia.

**El precio:** Regulador de la producción, del uso de los recursos financieros, de la distribución y el consumo. Los factores para la determinación del precio de un producto son: el precio existente en el mercado, el establecido en el sector público, el estimado con base en el costo de producción, etc.

**Los canales de distribución:** Se trata de la forma en el que bien será distribuido a los consumidores. Los aspectos referentes a la comercialización se pueden dividir en tres variables: producto, precio, publicidad y propaganda.

### **2.1.2. Estudio Técnico**

Busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?

El estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para ejecución del proyecto, donde se puede definir:

- Producción de un solo producto
- Producción de varios productos
- Producción de una línea de artículos



El estudio técnico abarca:

- Ensayo y pruebas preliminares
- Selección del proceso de producción
- Especificaciones de la maquinaria para la operación y del equipo de montaje
- Estudio de la distribución interior de los beneficios y distribución del terreno
- Estudio de distribución interior de la planta
- Proyectos complementarios de ingeniería
- Rendimientos
- Flexibilidad en la capacidad de producción

### **2.1.3. Estudio de la Organización:**

Consiste en establecer la estructura organizativa y administrativa, considerando para tal efecto, las funciones, responsabilidades, calificaciones y la cantidad del personal.

Los planes de negocios se organizan para lograr una mejor utilización de los recursos, de tal modo que los procesos puedan desarrollarse adecuadamente en el tiempo o espacio.

#### **2.1.3.1. Pasos básicos para Organizar:**

Definir las actividades o tareas a realizar

Agrupar las tareas: funciones

Definir las responsabilidades de cada una de las áreas o departamento de la empresa

Definir las relaciones de supervisión entre los diversos puestos de trabajo

Definir las relaciones de dependencia entre los diferentes puestos.

### **2.1.3.2. Naturaleza de la Empresa y del Plan de Negocios.**

**Visión:** Qué es lo que se pretende con el negocio. Por qué uno ingresa a ese mercado o desarrolla ese producto. Hace referencia al “sueño” de la empresa.

En el caso de una unidad estratégica de negocios, participa de la visión general, definida para toda la empresa.

**Misión:** Es una síntesis de la naturaleza del negocio. A grandes rasgos: en qué mercado opera la organización, a qué clientes apunta, qué necesidades de los clientes pretende satisfacer, qué clase de productos ofrece. En el caso de la unidad de negocios debe definir su misión específica, dentro de la misión más amplia de la empresa.

**Objetivos:** Son la definición concreta de la misión y visión de la empresa.

Los objetivos deben tener:

- Atributo, es el verbo que le da orientación al objetivo
- Unidad de medida: es el criterio por el que se mide, pueden ser: unidades, pesos, etc. todo aquello que sea mensurable.
- Cantidad: está en relación directa con la unidad de medida. Define cuánto es lo que se aspira alcanzar.
- Horizonte de tiempo: es el lapso en el cual se intentará llegar al objetivo. Este puede ser de largo plazo, y luego ir desagregándose en otros de menor jerarquía y plazo.

#### **2.1.4. Estudio Legal**

Es lograr que el proyecto se adecue a las normas legales vigentes, así como identificar las características generales del marco legal del proyecto industrial.

##### **2.1.4.1. Aspectos que abarca el Estudio Legal del Plan de Negocios**

- Determinación de la forma societaria del negocio
- Procedimiento para la constitución formal de la empresa.
- Tramitación de la licencia de funcionamiento del negocio.
- Obligaciones tributarias del negocio.
- Análisis de la legislación laboral.
- Registros y protección de patentes, diseños industriales, marcas y nombres comerciales.
- Franquicia.
- Regalía.
- Análisis de la legislación financiera.
- Análisis de la legislación ambiental.
- Análisis de la legislación sobre el comercio exterior.

##### **2.1.5. Estudio económico- financiero:**

Para la evaluación del plan de negocio es necesario conocer la información siguiente:

- La inversión inicial
- El horizonte del proyecto
- Los flujos de efectivo esperado para cada periodo, durante el horizonte del plan de negocio.

- La tasa mínima de rendimiento aceptable o costo de oportunidad del capital establecido por el inversionista.

#### 2.1.5.1. Principales técnicas:

- **Periodo de Recuperación (Pr)**

Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión total inicial. Mediante este método se aceptan solo aquellos planes de negocios que recuperan su inversión dentro de cierto periodo. Es utilizado especialmente en condiciones de riesgo o en épocas de inestabilidad política y económica, situaciones en las cuales, el inversionista desea recuperar lo más rápido posible su inversión, ya que el riesgo va en aumento.

**CRITERIO DE DECISION:**

Si  $PR < PRMA$ , Se debe aceptar el plan.

Si  $PR > PRMA$ , Se debe rechazar el plan.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Representa la ganancia acumulada neta que genera el plan de negocio durante un periodo determinado. Indica la contribución neta del proyecto, en términos de valor presente. Se calcula restando la inversión inicial de un plan de negocio del valor presente de sus flujos de efectivo esperados, desconectados a una tasa costo de oportunidad de capital.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  = Flujos de caja en cada periodo t.

$I_0$ = Valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$ = Número de períodos considerado.

- **Tasa interna de retorno (TIR):**

Está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

La tasa de descuento que iguala a la suma del valor actual o presente de los gastos con la suma del valor actual o presente de los ingresos netos.

$$\sum_{i=1}^N VPI_i = \sum_{i=1}^N VPC_i$$

Es la tasa de interés para la cual los ingresos totales actualizados son igual a los costos totales actualizados:

$$ITAc = CTAc$$

Es la tasa de interés por medio de la cual se recupera la inversión.

Es la tasa de interés máxima a la que se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión.

Es la tasa de interés para la cual el Valor Actualizado Neto (VAN) es igual a cero:

$$VAN = 0$$

Es la tasa real que proporciona un proyecto de inversión y es aquella que al ser utilizada como tasa de descuento en el cálculo de un VAN dará como resultado 0

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_F t}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

- **Ratio Beneficio/Costo (B/C)**

Se le conoce como índice de rendimiento. Se obtiene dividiendo el valor actual de los flujos de efectivo esperados entre el costo total de la inversión inicial.

Para cualquier plan de inversión, el método del VAN y el ratio beneficio/costo conllevan a la misma decisión de aceptar o rechazar una alternativa de inversión este ratio o índice expresa el rendimiento relativo al plan en términos absolutos (en unidades monetarias). Por lo tanto, el índice de rendimiento nos indica el número de veces, expresado en forma cociente, que el valor actual de los flujos de efectivo esperados del plan contiene la inversión inicial.

$$B/C = \frac{\text{Valor actual de los flujos de efectivo esperados}}{\text{Inversión total inicial}}$$

## 2.2. Residencia Estudiantil

Según Mori (2011) Las residencias de estudiantes o residencias universitarias son centros que proporcionan alojamiento además de tener como objetivo la promoción y la formación de estudiantes. En el primer caso que nombramos, la residencia de estudiantes, acoge a estudiantes universitarios y no universitarios, y en el segundo caso, el de la residencia universitaria, acoge principalmente a estudiantes

universitarios, estudiantes de otros países, como los que entran en el programa Erasmus.

Lo más habitual es que la residencia de estudiantes universitaria esté enclavada en una organización universitaria, dentro del campus universitario, aunque lo habitual es que la gestión de la residencia universitaria sea autónoma, es decir, que la gestione una empresa externa a la Universidad con la que normalmente habrá algún tipo de convenio.

Los servicios con los que cuentan las residencias de estudiantes y las residencias universitarias suelen ir desde el alojamiento y la manutención hasta los servicios de lavandería y biblioteca. Además, según la categoría de estas residencias, también contarán con servicios complementarios como cine, conciertos, planificación de excursiones o actividades deportivas.

En nuestro país es muy frecuente denominar como Colegio Mayor a una residencia universitaria. También reciben otros nombres, aunque menos frecuentes como son los de pensionado o pensión universitaria.

## MARCO CONCEPTUAL

### ✓ **Factibilidad**

Córdoba, Marial (2006). Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

### ✓ **Rentabilidad**

Córdoba, Marial (2006). Se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

### ✓ **Rentabilidad Económica-Financiera**

Rodríguez, Cairo (2009). La rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto al capital total mientras que la rentabilidad financiera se relaciona el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro. A nivel empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos. La rentabilidad puede verse como una medida de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos.



✓ **Implementar**

La RAE define a la palabra implementar como; pponer en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo.

✓ **Residencia Universitaria**

El termino Residencia Universitaria es definido dentro de Wikipedia, como; centros que proporcionan alojamiento además de tener como objetivo la promoción y la formación de estudiantes

✓ **Población Estudiantil**

La definición utilizada por la institución para población estudiantil; es el conjunto total de alumnos matriculados activos conformados por las distintas carreras profesionales.

✓ **Procedencia**

La RAE define a la palabra procedencia como; lugar, cosa o persona del que procede alguien o algo.

**CAPÍTULO III**

**MATERIALES Y  
PROCEDIMIENTOS**

### 3. MATERIAL Y PROCEDIMIENTO

#### 3.1. POBLACIÓN

En total existen 7,115 alumnos procedentes de otros Departamentos, se considerarán nuestra población a los 5,532 alumnos procedentes de otras localidades, se obvia 1,583 alumnos de procedencia no identificada como se muestra en el cuadro. No se consideran estudiantes de la Región La Libertad, sea cual fuese la provincia de procedencia.

#### Procedencia por Ciudad

CIUDAD	CANTIDAD
PIURA	3038
CAJAMARCA	736
ANCASH	590
SAN MARTIN	271
LIMA	233
TUMBES	221
AMAZONAS	125
LAMBAYEQUE	120
LORETO	45
UCAYALI	28
HUANUCO	21
JUNIN	18
ICA	17
APURIMAC	13
AREQUIPA	10
AYACUCHO	9
PUNO	8
CALLAO	7
PASCO	7
CUSCO	5
MADRE DE DIOS	4
TACNA	3
HUANCAVELICA	2
BAHUA	1
<b>NO IDENTIFICADO</b>	<b>1583</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7115</b>

Fuente: Banner UPAO

### Procedencia por Carrera

ESCUELA PROFESIONAL	CANTIDAD
MEDICINA HUMANA	1938
ARQUITECTURA	886
INGENIERIA CIVIL	861
ADMINISTRACION	847
DERECHO	725
INGENIERÍA INDUSTRIAL	409
CONTABILIDAD	235
ESTOMATOLOGÍA	221
PSICOLOGÍA	204
CIENCIAS DE LA COMUNICACION	196
ING. COMPUTACION Y SIST.	90
INGENIERIA ELECTRONICA	81
MEDIC.VETERINARIA Y ZOOTECNIA	76
ENFERMERIA	66
OBSTETRICIA	58
INGENIERIA AGRONOMA	51
ECONOMIA Y FINANZAS	39
ING.INDUSTRIAS ALIMENT.	33
EDUCACION INICIAL	27
ING TELECOMUNICACIONES Y REDES	27
ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNAC.	21
INGENIERIA DE SOFTWARE	15
EDUCACIÓN PRIMARIA	9
<b>TOTAL</b>	<b>7115</b>

Fuente: Banner UPAO

### 3.2.MUESTRA

Es de tipo probabilístico y para determinar el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente formula donde se conoce la población.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q} = 359$$

(0.05) x

n =359 Estudiantes de otra Procedencia

### **3.3.FUENTES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

#### **3.3.1. Fuentes de recolección de datos**

Para extraer información se usó:

- **Fuentes Primarias:** Estudiantes procedentes de otros Departamentos de las distintas escuelas Profesionales
- **Fuentes Secundarias:** Estudios e información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), “Censo Estudiantil”.

#### **3.3.2. Técnica de recolección de datos:**

Para el siguiente estudio se utilizara las siguientes técnicas de recolección de datos:

- ✓ **Encuesta:** Esta herramienta es la más utilizada en la investigación de ciencias sociales. Esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para recolectar información. De esta manera, las encuestas pueden realizarse para que el sujeto encuestado plasme por sí mismo las respuestas en el papel.

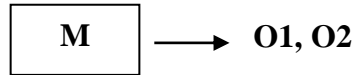
#### **3.3.3. Instrumentos de recolección de datos:**

- ✓ **Cuestionarios:**  
Se requirió el diseño de cuestionarios, con preguntas elaboradas para ser respondidas por el mercado.

### 3.4.PROCEDIMIENTOS

#### 3.4.1. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN

El diseño de contrastación viene a ser un modelo descriptivo de una sola casilla donde.



**M** = Es la muestra

**O1** = Plan de negocios con factibilidad económica y financiera.

**O2** = Implementación.

#### 3.4.2. Procesamiento y análisis de datos

Se seguirá las siguientes acciones:

- Se utilizara el programa de procesamiento de datos, Microsoft Excel para la elaboración de cuadros y gráficos

Se utilizara el programa Microsoft Word para la elaboración del informe y el Programa de Microsoft Power Point para la presentación de los resultados.

# **CAPÍTULO IV**

# **RESULTADOS**

## **4. RESULTADOS**

### **4.1. ESTUDIO DE MERCADO**

Para determinar la factibilidad del Plan de Negocios, se usó género datos primarios, habiéndose generado información de primera mano la cual fue producto de un estudio de mercado aplicado a nuestra muestra en estudio, donde se obtuvo información sobre sus opiniones, expectativas, gustos y preferencias a fines al servicio.

#### **4.1.1. Análisis de situación**

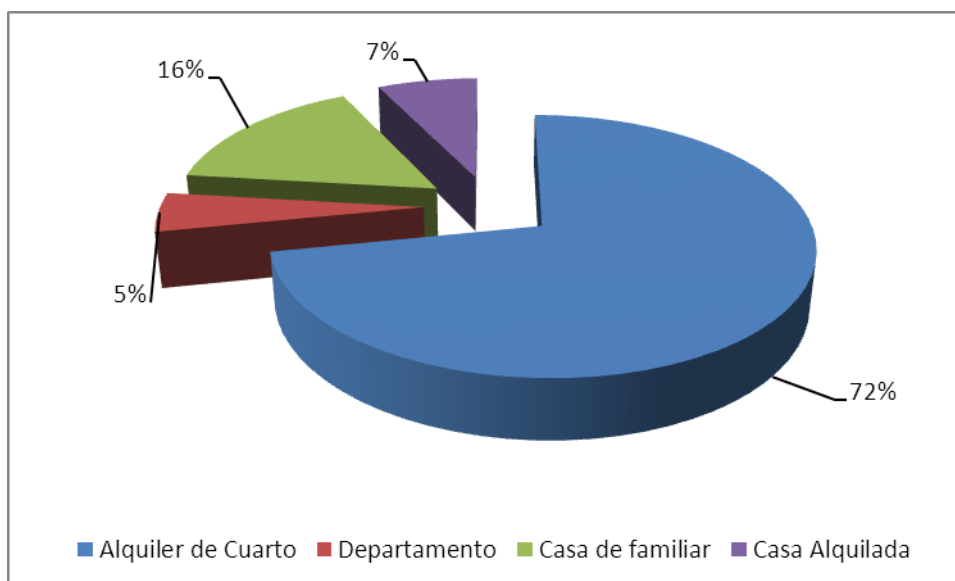
Actualmente la Universidad Privada Antenor Orrego alberga a 20,585 alumnos procedentes de todo el Perú. 65.5% de sus alumnos provienen de la región La Libertad, mientras que 34.5% provienen de otras regiones del Perú trayendo consigo sus necesidades de vivienda, alimentación, vestimenta, ocio, etc.

Estos estudiantes en muchos casos se enfrentan a las necesidades de, arrendar espacios para su hospedaje, pagar pensión de alimentación, pagar cuotas por servicios necesarios para sus actividades como internet, telefonía y cable.

Estos estudiantes para alojamiento optan por quedarse en casa de algún familiar, alquilar un cuarto, alquilar un departamento y en algunos casos alquilan casas familiares ya que por la necesidad la familia entera se ve en la necesidad de migrar.



**Grafico 01: Tipo de alojamiento**



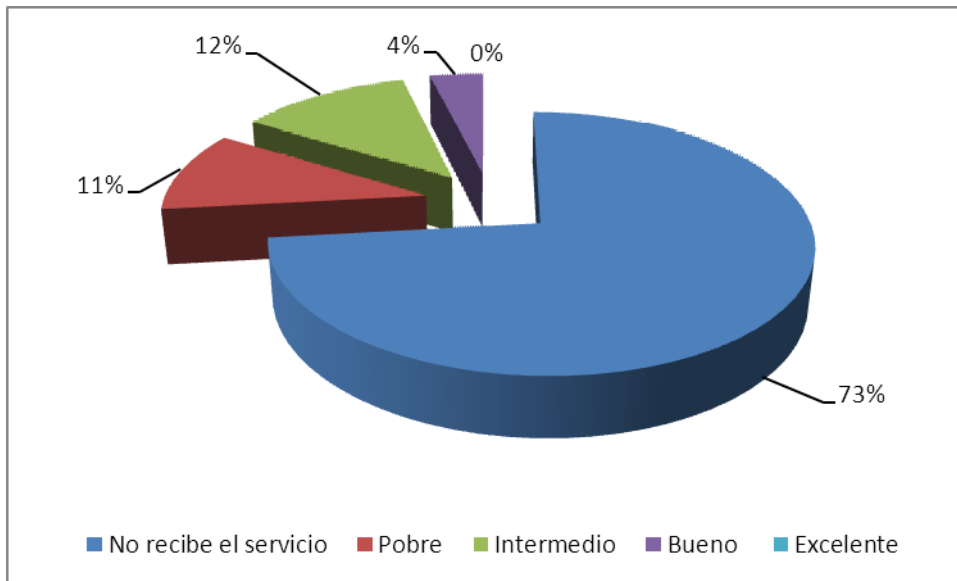
Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas procedentes de otras regiones, 72% vive en cuarto alquilado, 16% vive en casa de algún familiar, 7% vive en una casa alquilada y 5% vive en departamento alquilado.

#### **4.1.2. Análisis de la oferta**

Se realizó un recorrido in situ de la zona frontal a la Universidad Privada Antenor Orrego y se contabilizó un aproximado de 53 lugares que ofrecen alquileres de cuartos y 42 de alimentación. Esto solo tomando como referencia solo la parte frontal, sin tomar en consideración zonas como Arboleda, La Merced, San Andrés, Galeno, que son zonas periféricas pero con un costo más elevado.

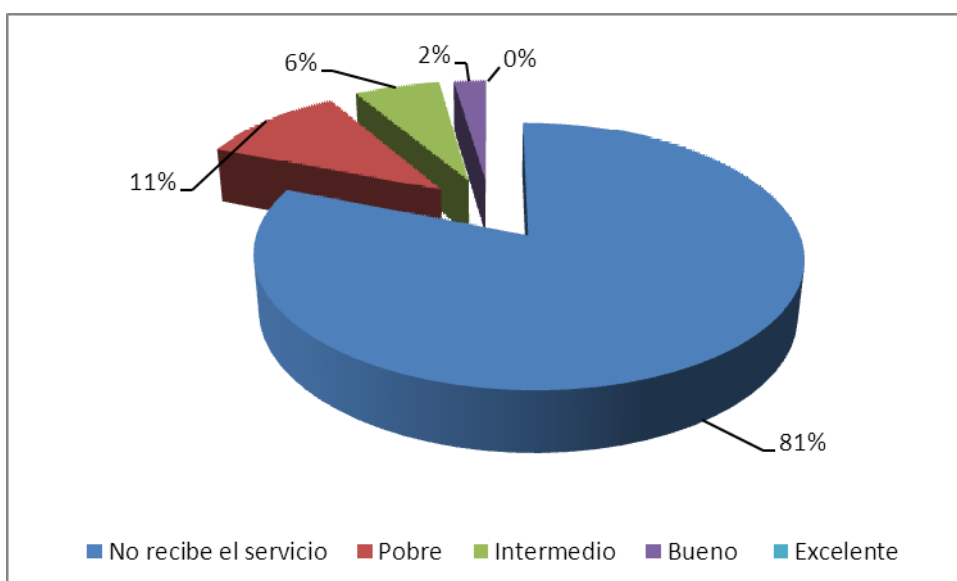
**Gráfico 02: Servicio de alimentación**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 73% no recibe el servicio, 12% considera que su servicio es de calidad intermedia, 11% considera recibir un servicio pobre y 4% considera recibir un servicio de alimentación bueno.

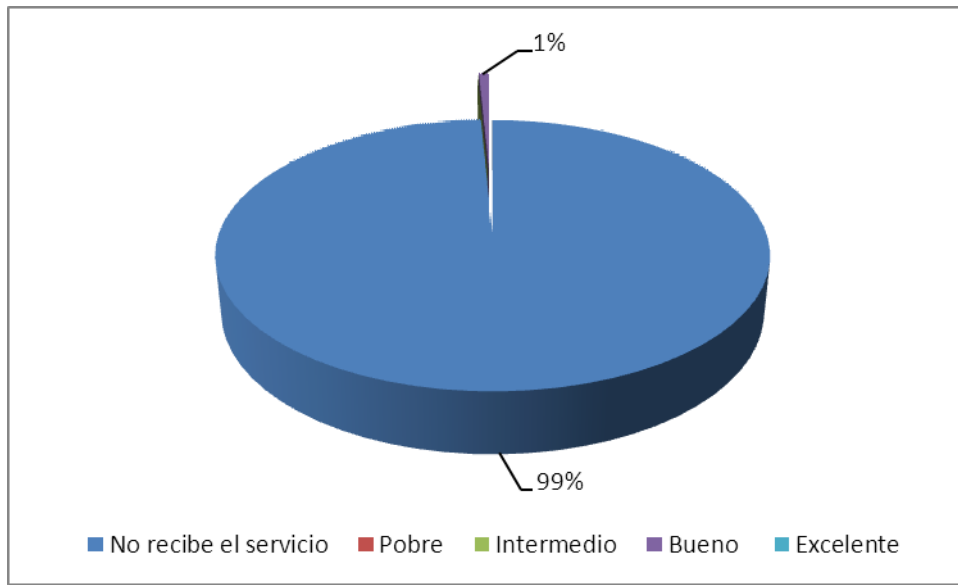
**Gráfico 03: Servicio de Internet**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 81% no recibe el servicio, 11% considera que su servicio es pobre, 6% considera recibir un servicio de calidad intermedia y 2% considera recibir un servicio de internet bueno.

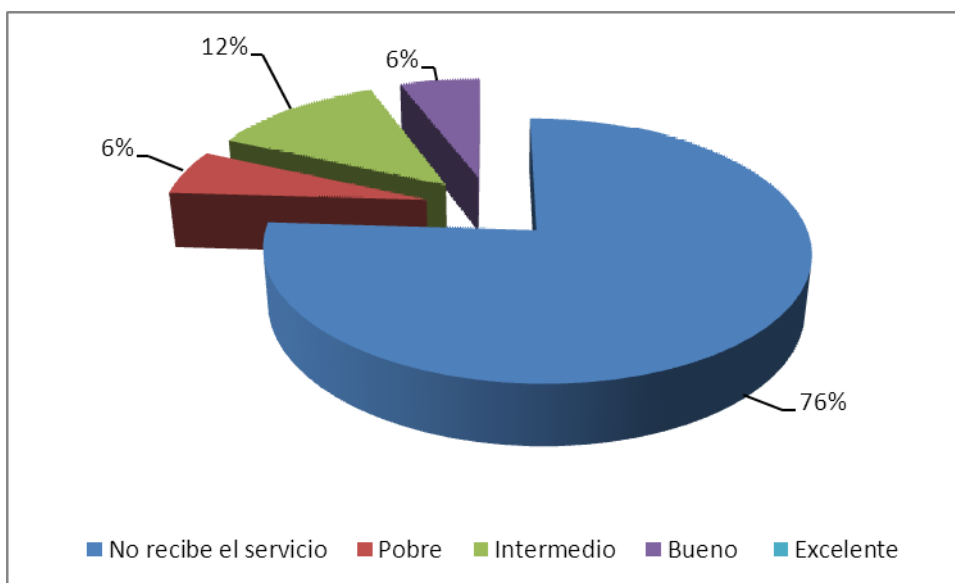
**Gráfico 04: Servicio de Lavandería**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 99% no recibe el servicio de lavandería, mientras que 1% si tiene ese servicio por el cual realiza un pago adicional y lo considera como muy bueno.

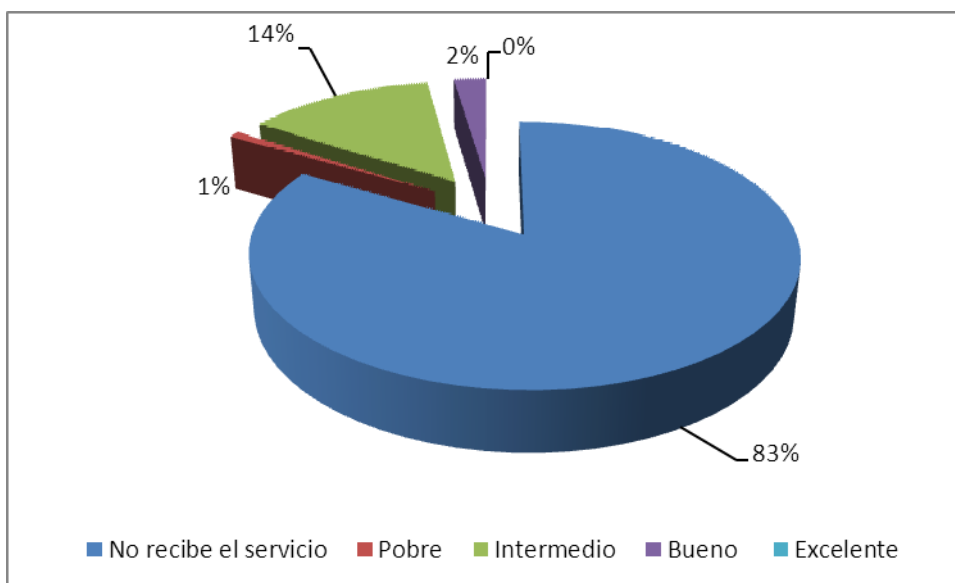
**Gráfico 05: Servicio de Telefonía**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 76% no recibe el servicio, 12% considera que su servicio es de calidad intermedia, 6% considera recibir un servicio pobre y 6% también considera recibir un servicio de telefonía bueno.

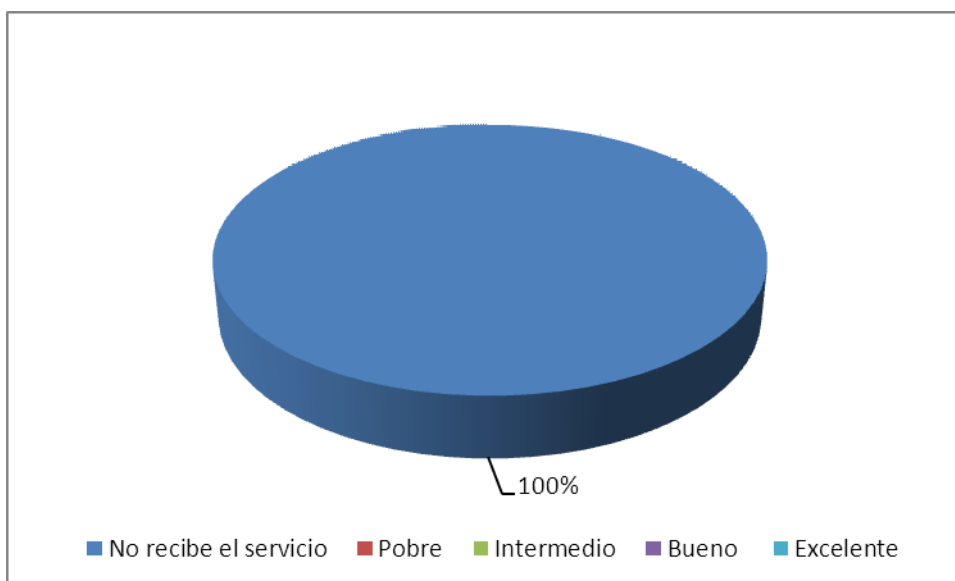
**Gráfico 06: Servicio de Cable**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 83% no recibe el servicio, 14% recibe un servicio de calidad intermedia, 2% percibe su servicio como bueno y 1% como un servicio pobre en lo que respecta al cable, cabe indicar que las personas que cuentan con el servicio realizan un pago adicional.

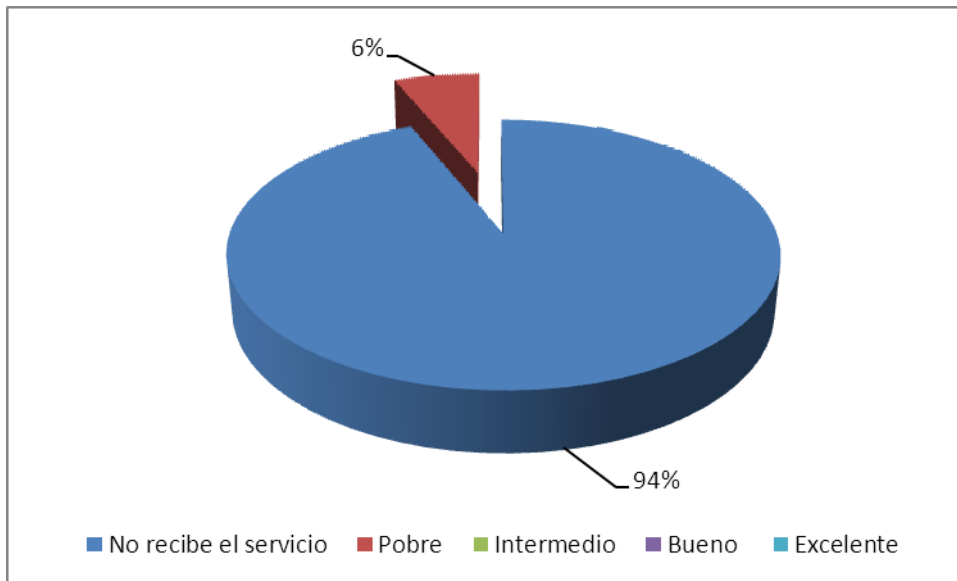
**Gráfico 07: Servicio de Sala de Estudio**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, el 100% no cuenta con un ambiente para poder hacer uso del servicio de una sala de estudios.

**Gráfico 08: Servicio de Limpieza**



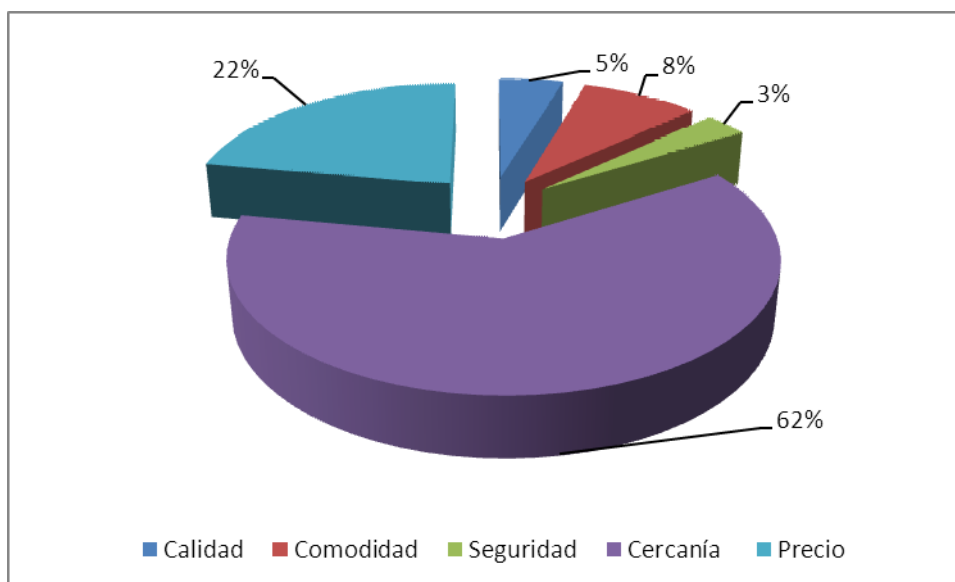
Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 94% no recibe el servicio, 6% que si recibe el servicio considera que es de una calidad pobre.

### 4.1.3. Análisis de la demanda

#### 4.1.3.1. Mercado potencial

Gráfico 09: Factores relevantes para decisión de compra



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 62% tienen como prioridad, para su elección de donde alojarse, la cercanía del lugar, 22% el precio que deban pagar, 8% la comodidad del lugar, 5% la calidad que ofrezca el lugar y 3% la seguridad que le brinde. Para determinar nuestro mercado disponible vamos a tomar todos los atributos a excepción del precio.

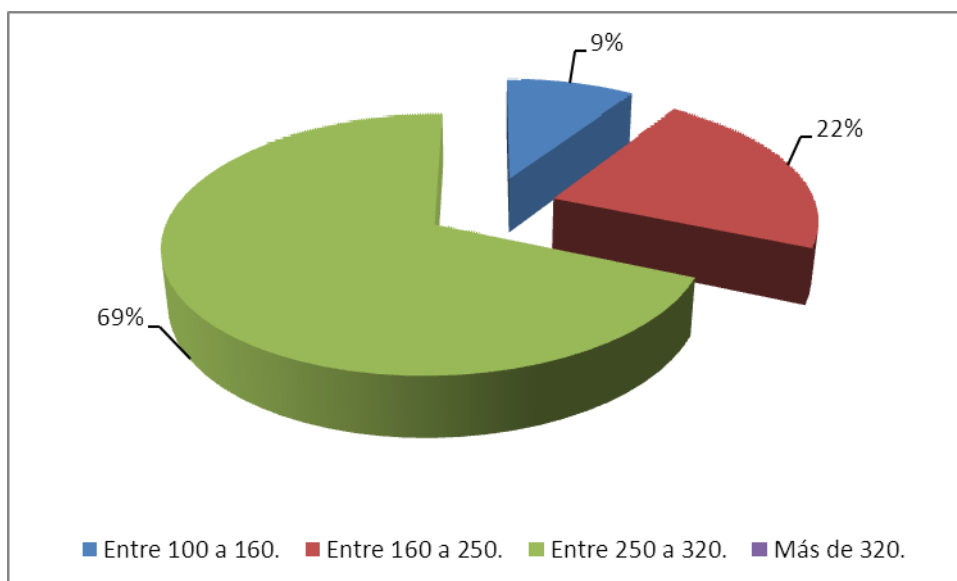
**Mercado Potencial:** 7, 116 alumnos (Otros Departamentos) \* 78%

**Mercado Potencial:** 5,540 alumnos

#### 4.1.3.2. Mercado disponible

El mercado disponible lo conformará el público que aparte de cumplir con las variables del público potencial; tiene dentro de sus parámetros un pago superior a los S/. 250.00.

**Gráfico 09: Factores relevantes para decisión de compra**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

**Mercado Disponible:** Mercado Potencial \* 69%

**Mercado Disponible:** 5,540 \* 69%

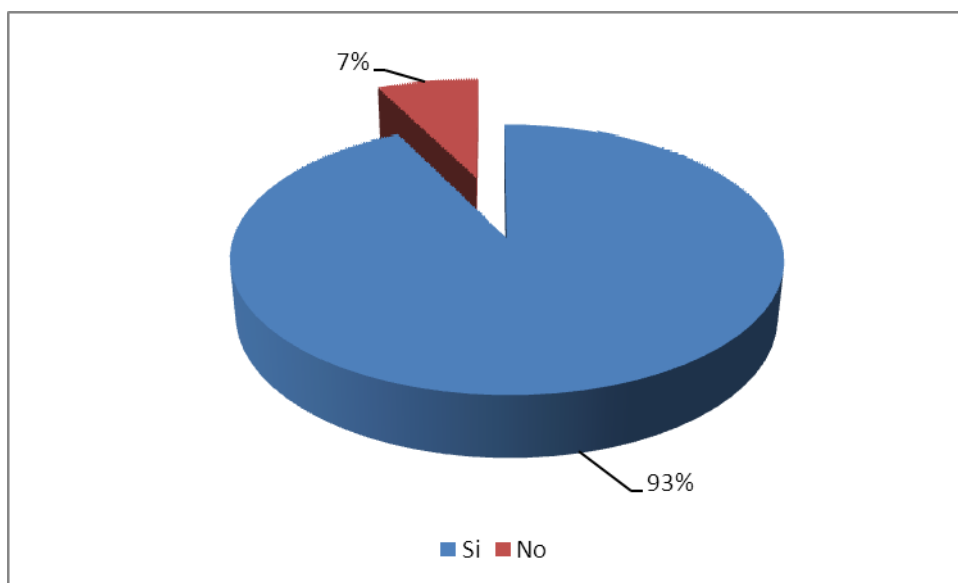
**Mercado Disponible:** 3,822

#### 4.1.3.3. Mercado efectivo

Para el cálculo del mercado efectivo se considera al mercado disponible y se pone los filtros de tener aceptación de una vivienda universitaria, así como la intención de vivir en ella.



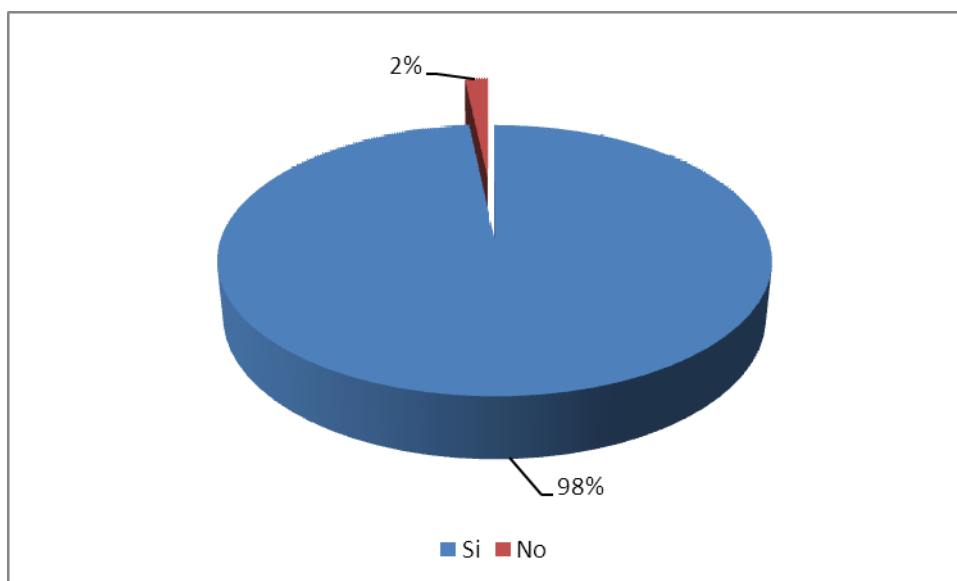
**Gráfico 09: Aprobaría contar con una vivienda Universitaria**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 93% ven como buena la idea de la construcción de una vivienda universitaria y tendría como opción vivir en ella, 7% no considera ser esta una opción.

**Gráfico 10: Deseo de vivir en una vivienda Universitaria**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

De las personas que tienen como modo de alojamiento alquiler de un cuarto, 98% estaría dispuesto a vivir en la residencia universitaria, mientras que 2% no le agradaría vivir en ella.

#### **Mercado efectivo**

Mercado Efectivo = Mercado disponible \* Aceptación \* Deseo

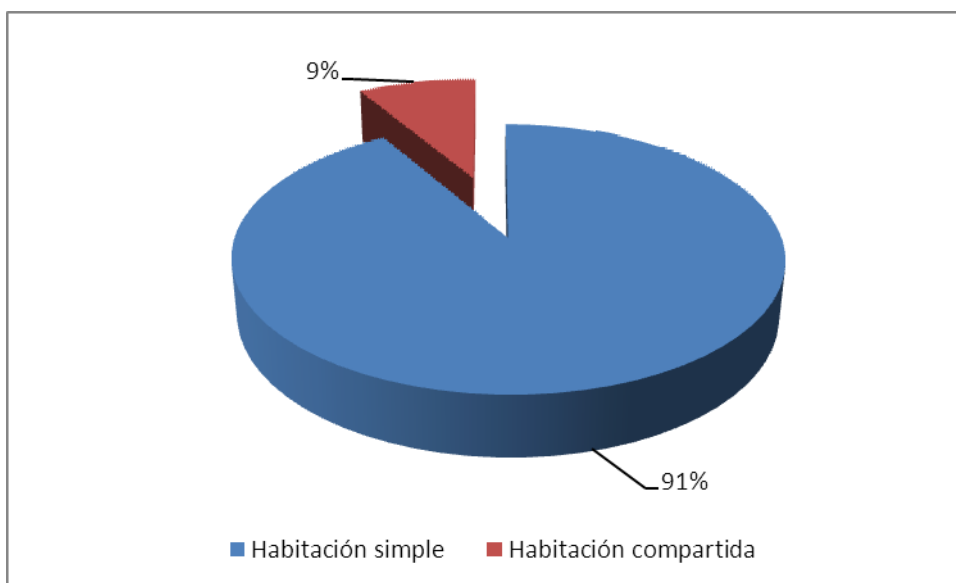
Mercado Efectivo = 3,822 \* 93% \* 98%

Mercado Efectivo = 3483 alumnos

#### **4.1.3.4. Mercado objetivo**

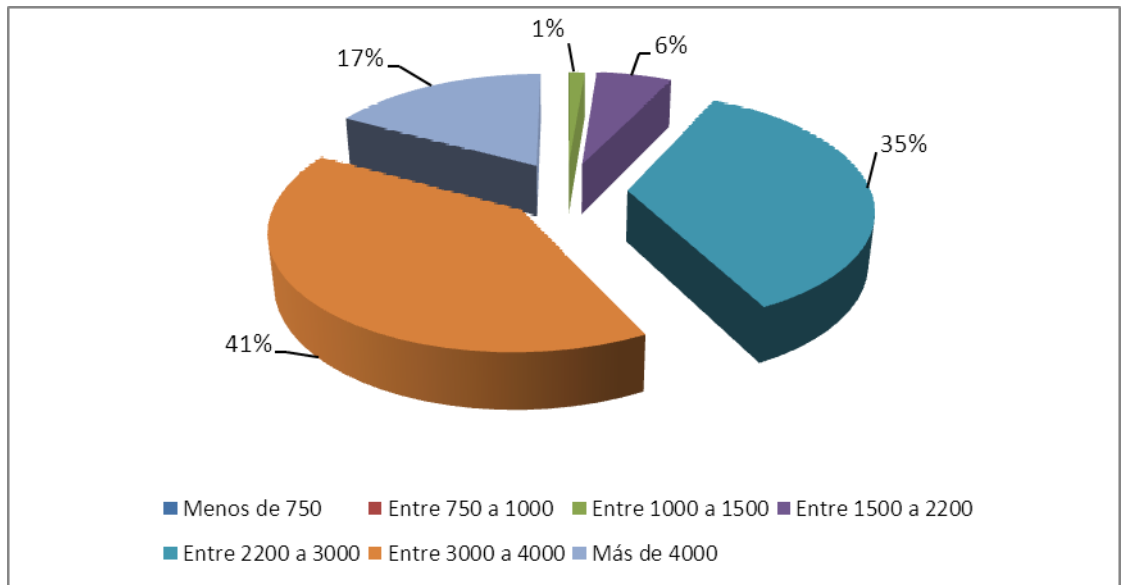
Nuestro mercado objetivo estará compuesto por las personas que aparte de ser nuestro mercado efectivo tengan como habito vivir de forma individual y no compartir los gastos, asimismo que sus ingresos familiares sean superiores a S/. 3,000 y que tengan como intención por el pago de los servicios brindados más de S/. 250.

**Gráfico 11: Tipo de habitación de preferencia**



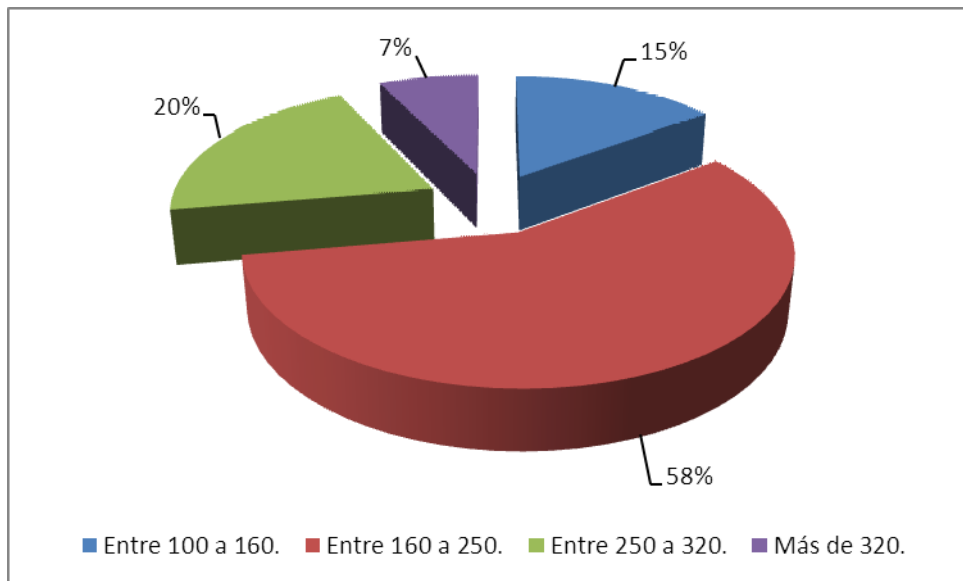
Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

**Gráfico 12: Promedio ingreso mensual**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

**Gráfico 13: Intención de pago**



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

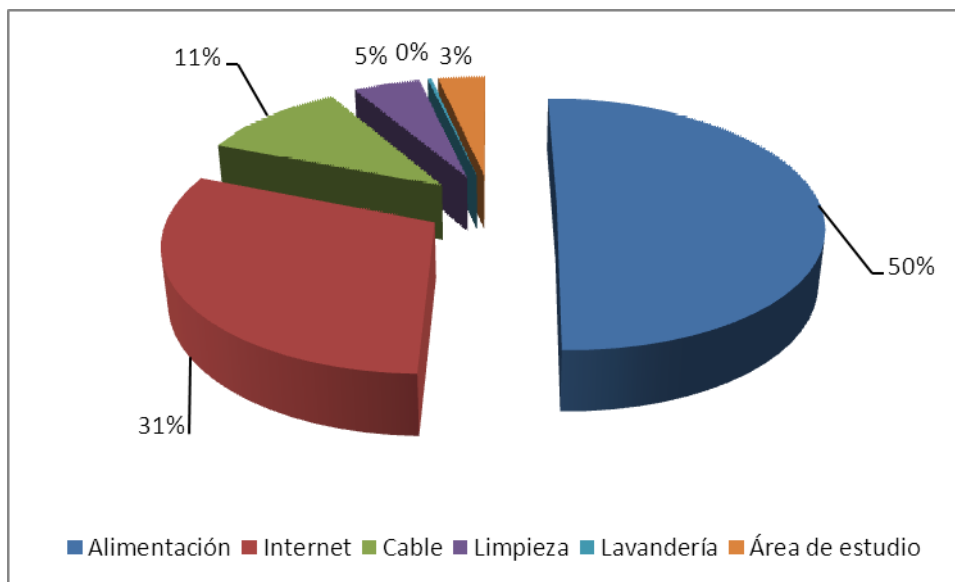
**Mercado objetivo = 3,483 \* 91% \* 58% \* 27%**

**Mercado objetivo= 496 alumnos**

#### 4.1.4. PRODUCTO

##### 4.1.4.1. Línea de Producto

Gráfico 14: Servicios deseados



Fuente: Estudio de Mercado Ad Hoc  
Elaboración: Propia

Para definir el producto y sus características se toma en consideración las necesidades y deseos de los alumnos respecto a los servicios adicionales al alojamiento, 50% desea contar con servicio de alimentación, 31% internet, 11% con cable. Cabe indicar que esta fue una pregunta de respuesta múltiple y los alumnos pudieron elegir de uno a tres servicios.

##### 4.1.4.2. La marca

El nombre del establecimiento será denominado “Residencia UPAO”. Se decide este nombre corto ya que será una residencia con los servicios que básicos de alimentación, internet y cable que tendrá relación directa con la Universidad Privada Antenor Orrego, y que solo

será para uso exclusivo de estudiantes que cursen estudios en esta superior casa de estudios.

#### **4.1.4.3. Logotipo**

El logotipo se ha diseñado lo más sobrio posible donde pueda transmitirse claramente un mensaje de armonía, tranquilidad y sobre todo comodidad.

**Figura 01: Logotipo**



Elaboración: Propia

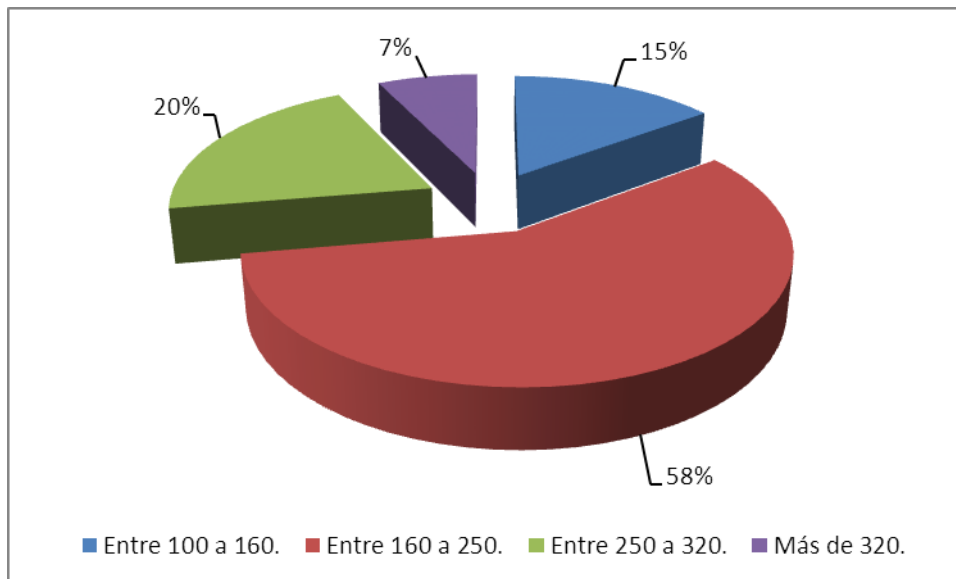
#### **4.1.4.4. Eslogan**

***“Comodidad como en tu casa”***

Queremos transmitir a nuestros clientes una sensación a través de nuestro eslogan sobre la comodidad de nuestros servicios tanto de alojamiento, cable, internet, sala de estudio, entre otros que le permitan desenvolverse durante su proceso universitario con total normalidad como si estuviera en ambientes propios de su casa.

#### **4.1.5. PRECIO**

El precio se ha establecido en un precio de S/. 320 mensuales incluyendo solo los servicios de internet, cable y telefonía compartida.



#### 4.1.6. PLAZA

Por la naturaleza del servicio a brindar este debe estar dirigido directamente al consumidor sin intermediarios. El servicio será brindado por la Universidad Privada Antenor Orrego y el Consumidor será exclusivamente los alumnos de esta misma Universidad.

#### 4.1.7. PROMOCIÓN

##### A. Estrategias de promoción

Siendo este un producto dirigido a un público exclusivo y muy específico no es muy necesario realizar una promoción en medios de comunicación masivos; pero si se tendrá que dar a conocer sobre estos servicios al momento de dar los informes a los alumnos y/o padres en el momento de los informes, promocionar estos servicios y sus bondades por red social de la Universidad y con Banner y anuncios dentro de campus universitario.

## **4.2. ESTUDIO LEGAL**

### **4.2.1. FORMA SOCIETARIA**

Si bien es cierto será una residencia de la Universidad Privada Antenor Orrego, esta debe tener una Administración autónoma e independiente de la Universidad, a fin de poder optimizar el correcto funcionamiento de las actividades.

La forma societaria más adecuada para la empresa es la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C). Cumpliendo con todas las exigencias establecidas en la Ley General de Sociedades N° 26 887, se ha elegido este tipo de sociedad debido a que la empresa tendrá como mínimo dos socios, no es exigido la emisión de acciones y nos permite lograr una plataforma segura de inversión debido al nivel de responsabilidad, que para el caso de microempresas es lo más recomendable.

Para la constitución legal de una empresa debemos de tener en cuenta los siguientes pasos a fin de conocer los requisitos para ejecutar esta tarea. La explicación en cuanto a constituir nuestra empresa la mostramos en el siguiente esquema:

## PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DEL PLAN DE NEGOCIOS



### **4.2.2. REUNIÓN DE SOCIOS:**

Esta reunión se debe de llevar a cabo con el fin de coordinar y discutir con los socios temas como:

- Número de socios: que en este caso seríamos los dos autores del presente Plan de Negocios.



- Nombre y apellido de los integrantes de la organización y los cargos que van a ocupar dentro de la empresa.
- El nombre que tendrá la empresa.
- La actividad a la que se va a dedicar.
- La forma societaria de la empresa.
- El representante legal de la empresa.
- El gerente general.

Al finalizar esta reunión se levantará un acta de constitución la cual es elaborada por los mismos socios que firmarán como constancia de conformidad y se anexa la copia del documento de identidad de los socios.

#### **4.2.3. BÚSQUEDA DE NOMBRE EN SUNARP:**

El objetivo de la búsqueda mercantil en SUNARP es verificar que no exista otra empresa con el nombre o similar al que se a elegido.

- **Costo:**

El certificado de búsqueda mercantil tiene un costo de S/. 4.00 nuevos soles el cual se cancela para acceder a este derecho.

Si los socios desean hacer una reserva de razón social que permite separar el nombre elegido para la empresa por un plazo de 30 días prorrogables el cual incurriría en un costo de S/. 14.00

- **Lugar:**

Todos estos trámites se realizan en las oficinas de la Superintendencia de Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

Las oficinas de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) están ubicadas en la ciudad de Trujillo: Av. Larco 1212 - Urb. Los Pinos.

Web: [www.sunarp.org.pe](http://www.sunarp.org.pe)

#### **4.2.4. MINUTA**

El objetivo principal de la minuta será establecer el tipo de empresa y la forma cómo debe administrarse, asimismo, se incluye información general de los propietarios y de los encargados de la gestión.

Con este documento se solicitará al Notario que inscriba a la empresa en su registro y que tramite su inscripción en SUNARP.

La minuta contendrá la siguiente información:

- En la minuta se detalla todos los datos de los socios de la empresa detallando: Nombre y Apellidos, ocupación, estado civil, el aporte dinerario o de bienes de capital con lo que aporta el socio a la empresa.
- El tipo de empresa o sociedad que se ha establecido.
- Establece las obligaciones, los derechos que tiene que cumplir los socios de la empresa.
- El importe del capital social, ya sean los bienes dinerarios y no dinerario.
- En la minuta también está designado quien es gerente general de la empresa.

#### **4.2.5. CAPITAL SOCIAL O APOORTE DE LOS SOCIOS:**

Si los aportes de bienes son dinerarios se tendrá que presentar una copia de la minuta para abrir una cuenta en el banco de su preferencia y depositar como mínimo el 25 % del capital social.

La institución bancaria le entregará una boleta del depósito que deberá adjuntar a la minuta.

Si el capital es en bienes, tendrá que redactar un listado detallado de enseres y su valor en nuevos soles ("Informe de Valorización"), además el gerente firmará una declaración jurada de recepción de los bienes y ambos documentos se adjuntan a la minuta.

Una vez lista la minuta, tiene que ser revisada y firmada por los socios y el abogado asesor.

##### **➤ Costo:**

El aporte de los socios puede ser elaborado también por los socios sin la necesidad de incurrir en algún costo, tan solo en el documento firmar y anexar sus respectivos documentos de identidad.

#### **4.2.6. ESCRITURA PÚBLICA:**

La escritura pública consiste en presentar la minuta al notario para que sea elevada a escritura pública haciendo los pagos respectivos por los honorarios del notario.

El objetivo de la escritura pública es inscribir la empresa en SUNARP.

##### **➤ Requisitos:**

Para la elaboración de la Escritura Pública, el notario solicitará la siguiente documentación a los socios:

- El acta de constitución de la empresa.

- El informe de los bienes que son aportados por los socios de la empresa.
- La declaración jurada del Gerente de la empresa.
- La constancia del depósito bancario de la cuenta corriente a nombre de la empresa.
- Copia de los DNI de los socios y de los cónyuges en caso de ser casados.
- Pagos de derechos notariales.

➤ **Costo:**

El costo de la elaboración de la escritura es de S/. 300.00

#### **4.2.7. INSCRIPCIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PÚBLICOS (SUNARP)**

Una vez otorgada la escritura pública de constitución de la empresa “UPAO House”, el notario o titular de la empresa tiene que realizar la inscripción de la empresa en SUNARP.

➤ **Plazo:**

El registrador tiene un plazo de 30 días útiles para inscribirla, pero el trámite puede durar ente 15 a 30 días.

➤ **Costos:**

- Ingreso a registros público es S/. 23.00.
- Constitución de sociedad de derecho de calificación es de S/.3.00 por cada S/.1.000 de capital
- Nombramiento de representante legal es de S/.25.00
- Apertura de sociedad es de S/. 225.00
- Nombramiento de Gerente es de S/. 19.00

➤ **Lugar:**

La inscripción se realiza en SUNARP – Trujillo o [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe)

#### **4.2.8. SUNAT**

Registrar a la empresa como contribuyente y obtener su número de identificación tributaria RUC ante SUNAT, permitirá a la empresa emitir comprobantes de pago, conocer los tipos de impuestos que deberá pagar y las fechas en las que deberá declarar sus impuestos.

➤ **Requisitos:**

Antes de solicitar el RUC, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- El tipo de renta o categoría que generará la empresa, en función a la actividad de su negocio.
- El tipo de régimen tributario al que se acogerá la empresa.

➤ **Trámites:**

##### **a. Personas Jurídicas**

El trámite debe ser realizado por el representante legal (A quien no se requerirá presentar formularios), siempre que inicie sus actividades dentro de los 30 días calendarios siguientes a la fecha de su inscripción.

Dicho trámite podrá ser efectuado por una persona autorizada, quien además de exhibir los documentos señalados deberá mostrar sus documentos de identidad original, presentar carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por un fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios.

##### **Se deberá exhibir:**

- Original del documento de identidad del representante legal.

- Original de uno de los siguientes documentos:
- Recibo de luz, agua, telefonía fija, televisión por cable, cuya fecha de vencimiento de pago se encuentra comprendida en los últimos 2 meses o la última declaración jurada de predio o autoevaluó.

En el caso de personas jurídicas, exhibir original o copia simple del testimonio de Escritura Pública de constitución inscrita en los Registros Públicos

**Importante:**

Los formularios deberán estar firmados por el titular del RUC, o el representante legal declarado ante la SUNAT.

Si el trámite es realizado por una tercera persona se deberá exhibir el original del documento de identidad del contribuyente o del representante legal declarado en el RUC.

La persona que realiza el trámite deberá también identificarse exhibiendo su documento de identidad original.

**b. Régimen Tributario**

UPAO House por ser independiente de la Universidad, se encuentra dentro del Régimen General del Impuesto a la Renta.

**Legislación *que afecta***

De acuerdo al Decreto Ley N° 774 Art.65 de la Ley del Impuesto a la Renta, la salsoteca está obligada a llevar la contabilidad completa cualquiera sea el volumen de los ingresos actuales los cuales son:

- ❖ Libro de Registros de Ingresos y Egresos

- ❖ Libro de Planillas de Sueldos y Salarios

- ❖ Registro de Compras

- ❖ Registro de Ventas

- ❖ Libro de Inventarios y Balances.

## **Legislación laboral y Tributaria**

### **Legislación Laboral**

En cuanto a la legislación laboral, se ha señalado el sistema de contratación directa por contrato a plazo fijo para todo el personal. Para los efectos del personal administrativo se contratará a tiempo completo y de manera indefinida, además de las personas que trabajarán en el área de servicios o atención a nuestros clientes.

Los trámites a realizarse son los siguientes:

- ❖ Solicitud de Autorización de Libros de Planillas

- ❖ Libro u hojas sueltas a ser autorizados.

- ❖ Copia del RUC.

- ❖ Pago de la tasa: 1% de la U.I.T. (32.00) por cada 100 hojas.  
(MYPE 70% de descuento)

- ❖ Régimen Laboral Especial de pequeña y mediana empresa, solicitud de acogimiento a los beneficios de la ley Persona Jurídica, Persona Natural según ley N° 28015.

Así, en ella se considera los beneficios sociales de ley de liquidación por tiempo de servicios, vacaciones, seguro de salud, AFP's y gratificaciones, cuyo importe alcanza al 33% del haber mensual.

## **Legislación Tributaria**

Con una copia del testimonio debidamente inscrito en los Registros Públicos, nos dirigimos a las oficinas descentralizadas de la SUNAT, para inscribirnos en el Registro Único del Contribuyente (RUC) y solicitar su número correspondiente, según el Decreto Supremo N° 057-99-EF.

### **4.2.9. INDECOPI:**

En INDECOPI registramos la marca, logo, slogan; para que no puedan ser utilizados por otras empresas.

Se presentó una solicitud de Búsqueda de Antecedentes:

- Búsqueda Denominativa (clase 41), también llamada fonética, pues se encarga de buscar las palabras o letras. Tiene un costo de S/. 30.99 nuevos soles.
- Búsqueda Figurativa (clase 41), se encarga de buscar logos o dibujos registrados. Tiene un costo de S/.38.46 nuevos soles.
- Registro de marca, siempre y cuando no se haya encontrado un nombre, lema o logo, exactamente igual, tiene un costo de S/.534.99 nuevos soles.

Una vez realizadas estas dos búsquedas, las cuales son opcionales y habiendo sido negativas tanto denominativa como figurativa se procede a hacer el registro de marca llenando la solicitud de registro de marca del producto y/o servicio.

Los requisitos para el trámite son:

- a. Llenado de formulario. (Formulario de SDR de marca y lema)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Formularios SDR : Formularios de Solicitud de Registro



- b. Cinco reproducciones de 5 x 5 cm. A color o blanco y negro.
- c. Pago de tasa administrativa de S/. 534.99 (nuevos soles).
- d. Copia de la Escritura Pública de Constitución y copia de Poder.
- e. Publicación de aviso en el Diario Oficial.

Una vez realizados estos trámites y patentada la marca de la nueva línea de calzado, la duración de la patente es de diez años con posibilidad de renovación al término de los diez años.

#### **4.2.10. MINISTERIO DE TRABAJO**

Una vez inscrita la empresa en SUNAT, deberá comprarse un libro de planilla (donde se lleva el registro mensual del pago a los trabajadores), y legalizarlo en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

➤ **Trámite:**

Para la legalización del Libro de Planillas, tiene que dirigirse al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y completar un formulario de "solicitud de legalización", al cual adjuntará una copia de inscripción del RUC de la empresa y el recibo de pago por dicho trámite, todo esto deberá entregarlo en Mesa de Partes.

➤ **Costo:**

El costo promedio de un libro de Planillas en una librería es de S/.30.00 soles y el costo de la legalización en el Ministerio de Trabajo varía en función al número de páginas que tenga el Libro de Planillas S/.12.00 por cada 100 páginas.

➤ **Lugar:**

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo o a sus dependencias en provincias.

#### **4.2.11. MUNICIPALIDAD: LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.**

Tramitar la licencia de funcionamiento del local de la empresa, la cual es otorgada por la municipalidad del distrito donde se encuentra ubicado el negocio. En este caso será tramitado en la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Puede solicitar una licencia provisional o definitiva.

➤ **Requisitos:**

Para tramitar la licencia de funcionamiento será necesario obtener un certificado de zonificación; dicho certificado indica la posibilidad de realizar actividades comerciales en el local que se elija para que funcione el negocio.

➤ **Costo:**

El costo de este trámite es de S/.200.00 el cual se cancela en la misma municipalidad.

#### **4.2.12. LEGALIZACIÓN DE LIBROS:**

UPAO House está en el Régimen General por lo tanto está obligada a llevar libros contables completos, los que deberán ser legalizados.

➤ **Trámite:**

La SUNAT le indicarán que libros contables debe llevar el contador de su empresa, éstos pueden ser:

- ❖ "Ingresos y gastos"
- ❖ "Registros de Ventas"
- ❖ "Registro de Compras"
- ❖ "Caja"
- ❖ "Libro de Inventario y Balances"
- ❖ "Libro Diario"
- ❖ "Libro Mayor"

Los cuales deberá llevarse a una notaría para su legalización. Se podrá contratar un contador externo para que lleve la contabilidad de la empresa.

➤ **Costo:**

El costo depende del número de páginas que tenga el Libro de Planillas que desee legalizar y de la notaria que se elija, el costo es de S/. 30.00 por cada libro que apertura. En este caso son 7 libros que dan un equivalente a S/.210.00 nuevos soles.

En resumen los gastos que implica la constitución formal de la empresa UPAO House S.A.C. asciende a aproximadamente S/. 1786.00.

## **4.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **4.3.1. FILOSOFIA EMPRESARIAL**

#### **4.3.1.1. NUESTRA MISIÓN**

Brindar un servicio de satisfacción en alojamiento, contando con servicios de alta calidad que faciliten el desarrollo del proceso universitario y brinde las condiciones adecuadas para la tranquilidad y comodidad que el estudiante requiere.

#### **4.3.1.2. NUESTRA VISIÓN**

Ser primera universidad referente en el norte que articule el bienestar universitario con el desarrollo académico, siendo auto sostenible en el tiempo.

#### **4.3.1.3. VALORES**

- Respeto
- Vocación de servicio
- Pro actividad
- Innovación

### 4.3.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Figura 02: Propuesta de Organigrama Estructural “UPAO House” S.A.C.



Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### **4.3.3. FUNCIONES DE LAS UNIDADES**

#### **4.3.3.1. ADMINISTRADOR**

La Administración fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados. Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa.

Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. Actúa como soporte de la organización a nivel general.

Sus principales funciones:

- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Realiza el seguimiento de las operaciones diarias y mensuales del negocio.
- Elabora presupuesto mensual y anual.
- Elabora los cheques para realizar los pagos, proveedores, empleados, impuestos.
- Controla y autoriza y aprueba las compras a realizarse.
- Firma y da autorización permisos, certificados, cheques y otros documentos importantes.
- Elabora el reglamento interno de la empresa.

- Se encarga del reclutamiento, selección, y contratación de los empleados.
- Elabora el plan de capacitación anual.
- Elabora el plan de motivación para el personal.
- Supervisa, dirige, y coordina las actividades programadas al personal y a la empresa.
- Representa a la empresa en todo acontecimiento social, cultural, deportivo, en que la organización participe.

#### **4.3.3.2. DEPARTAMENTO DE LOGISTICA**

Garantizar el suministro de bienes y servicios, en forma oportuna con la calidad y cantidad necesaria, a fin de contribuir al cumplimiento de sus funciones.

El departamento de Logística tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Planificar, ejecutar y controlar los procesos de adquisición de bienes y contratación de servicios u obras, de acuerdo con la normatividad legal y administrativa vigente.
- Recibir, custodiar y distribuir los bienes e insumos adquiridos por la empresa y los impresos fabricados por la Imprenta o terceros, así como documentos valorados.
- Realizar el seguimiento y control de los aspectos administrativos derivados de los contratos, órdenes de compra.
- Establecer el número de personal para la atención en las distintas áreas operativas del establecimiento.
- Asume toda la responsabilidad nocturna del local.

#### **4.3.3.3. DEPARTAMENTO DE OPERACIONES Y SERVICIOS**

Encargarse del óptimo funcionamiento y operatividad de las actividades del establecimiento; teniendo a su cargo el personal operativo tanto del servicio de hospedaje como del servicio de alimentación.

Son funciones del Departamento

- Asegurar que los servicios de mantenimiento y reparación de los equipos, máquinas, muebles e inmuebles, se brinden oportunamente.
- Encargarse de la distribución del personal operativo para la óptima atención de los clientes.
- Evaluar el desempeño del personal en relación a su desenvolvimiento dentro de la parte operativa.
- Controla el relacionamiento del personal operativo con los clientes.
- Recorre y verifica el local en todos los sectores.
- Controla la higiene y seguridad permanente de los distintos ambientes internos, así como la exposición de los ambientes externos.



## **4.4. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.4.1. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

La localización del presente proyecto tiene como propósito buscar una ubicación estratégica para que de este modo la el hospedaje tenga un fácil y rápido acceso al Campus Universitario”

Para determinar la ubicación de la planta se tuvo en cuenta factores tales como:

- Cercanía al mercado.
- Disponibilidad de mano de obra
- Terreno e Infraestructura
- Caminos acceso
- Energías eléctricas y Agua

#### **4.4.1.1. ANALISIS DE FACTORES CRITICOS**

##### **4.4.1.1.1. CERCANIA AL MERCADO**

La cercanía al mercado es un factor determinante para la ubicación de la planta ya que este puede encarecer el producto por los costos de transporte, en el caso del proyecto la ubicación del local también resulta factible debido que se encuentra a tan solo unos metros y se tiene conexión directa con el Campus Universitario.

##### **4.4.1.1.2. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA**

La mano de obra para el proyecto también es factible, debido que es una zona de fácil acceso donde el personal requerido tiene toda la facilidad de llegar allí con un bajo costo y tiempo.

#### **4.4.1.1.3. INFRAESTRUCTURA**

Se requiere un ambiente no menor a 850 metros cuadrados.

#### **4.4.1.1.4. DISPONIBILIDAD DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

El abastecimiento de energía eléctrica será por parte de la empresa Hindrandina, es factible la disponibilidad y habilitación de este recurso en la zona elegida.

#### **4.4.1.1.5. DISPONIBILIDAD DE AGUA**

El abastecimiento de agua es constante y es abastecida por Sedalib.

#### **4.4.1.1.6. TRANSPORTE**

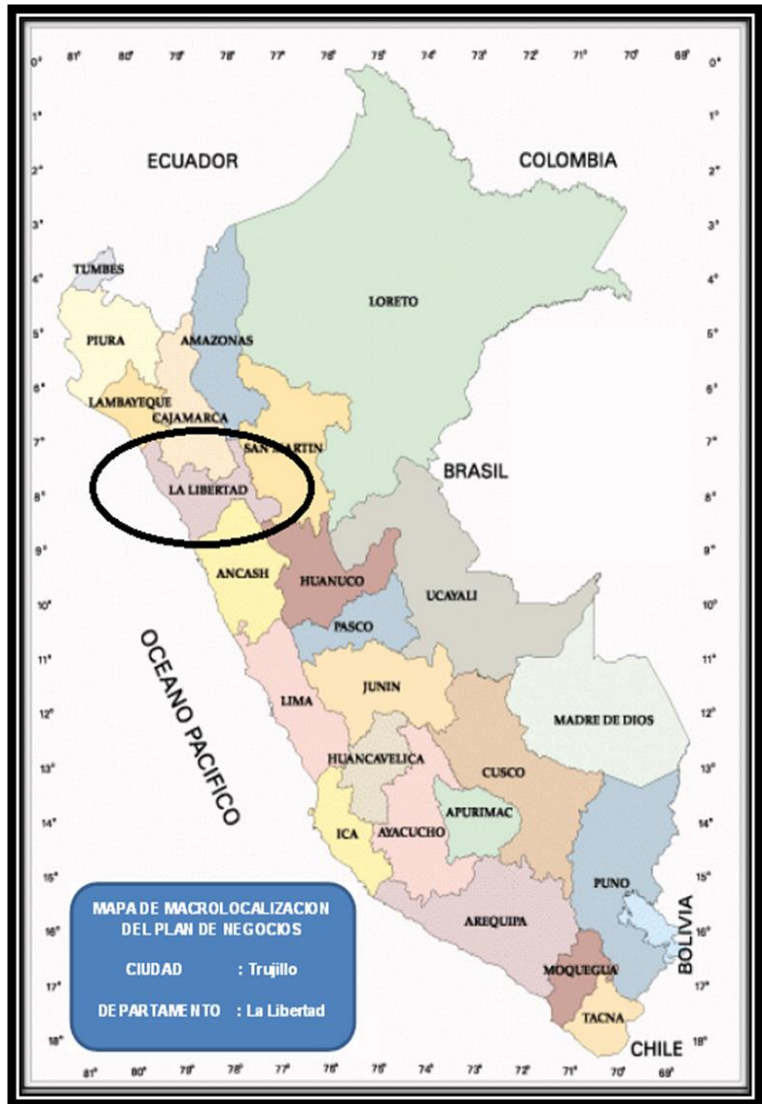
Para la empresa, el transporte existente y las vías de redes de comunicación vial y los accesos, proporciona el aprovisionamiento de insumos que sean requeridos y del acceso por parte de los alumnos a las instalaciones.

### **4.4.2. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN**

#### **4.4.2.1. MACROLOCALIZACIÓN**

La empresa se ubica en la zona norte del país, en el departamento de La Libertad, en la ciudad de Trujillo.

Figura 03: Mapa del Perú



Fuente: Masitravel.com



mejor se ajusten a las necesidades del mismo y para cálculos futuros en las siguientes etapas del proyecto.

Por tanto, como previamente se señaló, el tamaño de la residencial es de 850 m<sup>2</sup> lo cual es factible ya que el tamaño del local de que se dispone para su instalación es de 1000 m<sup>2</sup>, el cual tendrá una capacidad promedio para 85 habitaciones.

#### 4.4.3.1. DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

Para que la distribución y diseño de las instalaciones del proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta los requerimientos y costumbres de los alumnos, asimismo hay que considerar la imagen y la percepción que queremos transmitir como organización tanto al interno como externo.

**Cuadro 01: Área requerida de ambientes.**

PRIMERA PLANTA		
Ambiente	Cantidad	Área
Sala de Estudio	2	90 m <sup>2</sup>
Sala de recepción	1	100 m <sup>2</sup>
Comedor común	1	100 m <sup>2</sup>
Baños comunes	2	12 m <sup>2</sup>
Habitaciones	15	20 m <sup>2</sup>
Cocina	1	50 m <sup>2</sup>
Oficina	1	25 m <sup>2</sup>
SEGUNDA PLANTA		
Ambiente	Cantidad	Área
Baños comunes	2	12 m <sup>2</sup>
Sala de Estudio	1	90 m <sup>2</sup>
Habitaciones	35	20 m <sup>2</sup>
TERCERA PLANTA		
Ambiente	Cantidad	Área
Baños comunes	2	12 m <sup>2</sup>
Sala de Estudio	1	90 m <sup>2</sup>
Habitaciones	35	20 m <sup>2</sup>

#### **4.4.3.1.1. ESPECIFICACIONES GENERALES**

El local contará con las siguientes instalaciones:

- Sala de estudio.- Cada uno de los tres niveles cuenta con amplias salas de estudio que permita la interrelación entre estudiantes.
- Sala de recepción.- Localizada al ingreso del recinto, amplio para poder recibir visitas y/o poder mantener conversaciones o atenciones a personas que lleguen a visitarnos y las cuales no deben acceder a las habitaciones, salvo autorización.
- Comedor común.- El recinto debe contar con un amplio comedor para las personas que accedan al servicio de alimentación.
- Servicios higiénicos.- Cada piso cuenta con baños comunes tanto para hombres como mujeres, estos adicionales a los servicios higiénicos con los que cuenta la habitación.
- Cocina.- Cuenta con una cocina para la elaboración de alimentos de alumnos que han adquirido este servicio adicional.
- Habitaciones.- Cuenta con amplias habitaciones con baños incorporados.
- Oficinas.- Cuenta con oficinas administrativas desde donde se maneja la parte administrativa y operativa del recinto.

**CAPÍTULO V**

**ESTUDIO  
ECONÓMICO  
FINANCIERO**

## 5. INVERSIÓN

### 5.1. ACTIVO FIJO

El activo fijo, está compuesto por todos aquellos muebles, inmuebles, maquinarias y equipos que la empresa requiere para iniciar sus operaciones, además de otros equipos que están involucrados en el funcionamiento de la empresa para un mejor desempeño en todas sus áreas.

#### 5.1.1. INFRAESTRUCTURA

**Cuadro 01: Infraestructura**

INFRAESTRUCTURA			S/. 1,286,970.00
Concepto	Cantidad	Precio	Total
Construcción	1	S/. 1,000,000.00	S/. 1,000,000.00
Acabados	1	S/. 150,000.00	S/. 150,000.00
Imprevistos	1	S/. 57,500.00	S/. 57,500.00

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

#### 5.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPOS

**Cuadro 02: Maquinaria y equipos**

MAQUINARIA Y EQUIPOS			S/. 72,070.00
Concepto	Cantidad	Precio	Total
Congeladora	2	S/. 2,500.00	S/. 5,000.00
Refrigeradoras	2	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
Parlantes 500 W	4	S/. 1,400.00	S/. 5,600.00
Mezcladora de sonido	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Computadoras	15	S/. 2,000.00	S/. 30,000.00
Cocinas	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00
Televisores	5	S/. 2,200.00	S/. 11,000.00
Control de luces	1	S/. 1,020.00	S/. 1,020.00
Pantallas LED	2	S/. 2,800.00	S/. 5,600.00
Aire acondicionado	4	S/. 1,900.00	S/. 7,600.00
Teléfonos	5	S/. 150.00	S/. 750.00

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia



### Cuadro 03: Herramientas

HERRAMIENTAS			S/. 9,220.00
Concepto	Cantidad	Precio	Total
Jarras	30	S/. 15.00	S/. 450.00
Vasos	150	S/. 3.00	S/. 450.00
Platos	300	S/. 4.00	S/. 1,200.00
Cubiertos	400	S/. 2.00	S/. 800.00
Utensilios	4	S/. 120.00	S/. 480.00
Ollas	10	S/. 300.00	S/. 3,000.00
Dispensadores	4	S/. 600.00	S/. 2,400.00
Papeleras	4	S/. 40.00	S/. 160.00
Dosificadores	8	S/. 35.00	S/. 280.00

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### 5.1.3. MUEBLES Y ENSERES

#### CUADRO 04: Muebles

MUEBLES			S/. 58,300.00
Concepto	Cantidad	Precio	Total
Mostrador de madera	2	S/. 900.00	S/. 1,800.00
Mesas	50	S/. 100.00	S/. 5,000.00
Sillas	150	S/. 50.00	S/. 7,500.00
Vitrina	2	S/. 1,400.00	S/. 2,800.00
Mesa computadora	15	S/. 160.00	S/. 2,400.00
Juegos de Sala	8	S/. 3,500.00	S/. 28,000.00
Bancas	18	S/. 600.00	S/. 10,800.00

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

Dentro de los muebles y enseres a utilizar no se considera las camas, ropa de cama, almohadas, etc. que sirvan para el uso personal del estudiante a fin de evitar daños que puedan causarse en estos y para dar la facilidad y comodidad al estudiante de poder tener la cama que el desee adecuada a las dimensiones del cuarto, así como la calidad y características de su colchón y ropa de cama según sus gustos y preferencias.

## 5.2. INTANGIBLES

CUADRO 05: Intangibles

INTANGIBLES	Monto
Estudios	S/. 4,000.00
Licencias	S/. 1,500.00
<b>Total</b>	<b>S/. 5,500.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

## 5.3. CAPITAL DE TRABAJO

### 5.3.1. MATERIA PRIMA

CUADRO 06: Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Insumos cocina	Paq Anual	1	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00
Útiles mantenimiento	Paq Anual	1	S/. 8,000.00	S/. 8,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 68,000.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### 5.3.2. MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO 07: Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	PAGO MES	TOTAL MES	PAGO ANUAL
Cocinero	2	S/. 1,275.00	S/. 2,550.00	S/. 30,600
Ayudantes	3	S/. 1,125.00	S/. 3,375.00	S/. 40,500
Limpieza	3	S/. 1,125.00	S/. 3,375.00	S/. 40,500
Seguridad	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 14,400
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>S/. 126,000.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

Se considera pago mensual en el cual ya se está considerando cargas sociales tomando como promedio de carga un porcentaje de 50% sobre su remuneración, por tanto el pago anual solo es considerado por doce meses.

### 5.3.3. COSTOS INDIRECTOS

CUADRO 08: Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Electricidad	S/. 1,400.00	S/. 16,800.00
Agua	S/. 1,300.00	S/. 15,600.00
Combustible	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Internet y Teléfono	S/. 400.00	S/. 4,800.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 3,600.00</b>	<b>S/. 43,200.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### 5.3.4. GASTOS INDIRECTOS

#### 5.3.4.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO 09: Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Útiles	600	600	600	612	624
Sueldos	104,400.00	104,400.00	104,400.00	106,488.00	108,617.76
<b>TOTAL</b>	<b>105,000.00</b>	<b>105,000.00</b>	<b>105,000.00</b>	<b>107,100.00</b>	<b>109,242.00</b>

DESCRIPCIÓN	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Útiles	637	649	662	676	689
Sueldos	110,790.12	113,005.92	115,266.04	117,571.36	119,922.78
<b>TOTAL</b>	<b>111,426.84</b>	<b>113,655.38</b>	<b>115,928.48</b>	<b>118,247.05</b>	<b>120,612.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

#### 5.3.4.2. GASTOS DE VENTAS

CUADRO 10: Gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Banner	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
<b>TOTAL</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>	<b>300.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### 5.4. INVERSION TOTAL

El costo total para la puesta en marcha de la empresa se divide en activo fijo, activo intangible, así como el capital de trabajo.

**CUADRO 11: Inversión Total**

DESCRIPCIÓN	MONTO
Activo fijo	1,426,560.00
Activo intangible	5,500.00
Capital de trabajo	342,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1,774,560.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

**5.5. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS Y AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES.****CUADRO 12: Depreciación**

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INTANGIBLES</b>	<b>13,500.00</b>	<b>2,700.00</b>	<b>2,701.00</b>	<b>2,702.00</b>	<b>2,703.00</b>	<b>2,704.00</b>
Estudios	4,000.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Licencias	1,500.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
<b>TANGIBLES</b>	<b>115,530.00</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>
Infraestructura	1,286,970.00	128,697.00	128,697.00	128,697.00	128,697.00	128,697.00
Maquinaria y Equipos	72,070.00	7,207.00	7,207.00	7,207.00	7,207.00	7,207.00
Herramientas	9,220.00	922.00	922.00	922.00	922.00	922.00
Muebles	58,300.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00
<b>TOTAL</b>	<b>129,030.00</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>

DESCRIPCIÓN	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INTANGIBLES</b>	<b>2,705.00</b>	<b>2,706.00</b>	<b>2,707.00</b>	<b>2,708.00</b>	<b>2,709.00</b>
Estudios	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Licencias	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
<b>TANGIBLES</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>	<b>22,907.33</b>
Infraestructura	128,697.00	128,697.00	128,697.00	128,697.00	128,697.00
Maquinaria y Equipos	7,207.00	7,207.00	7,207.00	7,207.00	7,207.00
Herramientas	922.00	922.00	922.00	922.00	922.00
Muebles	5,830.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00
<b>TOTAL</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>	<b>25,607.33</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

## 5.6. ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO

### ESTRUCTURA DEL CAPITAL

El financiamiento del proyecto será tomado de la siguiente manera: el 40% de la inversión será financiados con capital propio y el 60% restante será financiado por una entidad bancaria.

**CUADRO 13: Estructura de Capital**

MONTO DE CAPITAL		
DESCRIPCIÓN	S/	%
Aporte UPAO	1,064,736	60%
<b>Préstamo</b>	<b>709,824</b>	<b>40%</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>1,774,560</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

La amortización es la extinción de parte o la totalidad de una deuda por uno o varios pagos realizados por el deudor al Banco de Crédito del Perú.

**CUADRO 14: Índice e Indicadores de Amortización**

INFORMACIÓN DE BASE	
Préstamo S/.	S/. 709,824.00
Periodos (años)	5
Tasa afectiva mensual	1.06%
TEA	9%
tasa de cambio inicial	S/. 2.80
Seguro de desgravamen	0.049%
Deval. anual	0.59%

Fuente – BCP  
Elaboración: Propia

**CUADRO 15: Amortización de la Deuda**

PERIODO	AMORTIZACION	INTERESES	CUOTA	SALDO
<b>AÑO 0</b>				<b>709,824.00</b>
<b>AÑO 1</b>	118,606.24	63,884.16	182,490.40	591,217.76
<b>AÑO 2</b>	129,280.80	53,209.60	182,490.40	461,936.97
<b>AÑO 3</b>	140,916.07	41,574.33	182,490.40	321,020.90
<b>AÑO 4</b>	153,598.52	28,891.88	182,490.40	167,422.38
<b>AÑO 5</b>	167,422.38	15,068.01	182,490.40	<b>0.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

**Cuadro 16: Ingresos**

SERVICIO	COSTO
Alquiler habitación	S/. 320.00
Servicios generales	S/. 70.00
Servicios alimentación	S/. 380.00
<b>Costo por alumno</b>	<b>S/. 770.00</b>
Cantidad habitaciones	85
Meses	12

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler habitación	S/. 326,400.00	S/. 326,400.00	S/. 326,400.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00
Servicios generales	S/. 71,400.00	S/. 71,400.00	S/. 71,400.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00
Servicios alimentación	S/. 387,600.00	S/. 387,600.00	S/. 387,600.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>

INGRESOS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Alquiler habitación	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00
Servicios generales	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00
Servicios alimentación	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

## 5.7. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En esta parte se describen los flujos económicos del proyecto de inversión para la empresa.

Además la evaluación económica es aquella que identifica los meritos propios del proyecto, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera. Los costos y beneficios constituyen el flujo económico.

**CUADRO 17: Flujo de caja económico**

FLUJO DE CAJA					
AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>1. INGRESOS</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 785,400.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>
Alquiler habitación		S/. 326,400.00	S/. 326,400.00	S/. 326,400.00	S/. 342,720.00
Servicios generales		S/. 71,400.00	S/. 71,400.00	S/. 71,400.00	S/. 74,970.00
Servicios alimentación		S/. 387,600.00	S/. 387,600.00	S/. 387,600.00	S/. 406,980.00
<b>2. EGRESOS</b>	<b>S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 355,560.00</b>	<b>S/. 500,971.20</b>	<b>S/. 493,038.60</b>	<b>S/. 494,695.50</b>
<b>2.1 Costos de Inversión</b>	<b>S/. 1,432,060.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>
2.1.1 Activo Fijo	S/. 1,426,560.00				
2.1.1 Activo Intangible	S/. 5,500.00				
<b>2.2 Costos de Producción</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 237,200.00</b>	<b>S/. 237,200.00</b>	<b>S/. 237,200.00</b>	<b>S/. 237,200.00</b>
2.2.1 Costos Directos		S/. 194,000.00	S/. 194,000.00	S/. 194,000.00	S/. 194,000.00
2.2.2 Costos Indirectos		S/. 43,200.00	S/. 43,200.00	S/. 43,200.00	S/. 43,200.00
<b>2.3 Costos de Operación</b>	<b>S/. 300.00</b>	<b>S/. 105,300.00</b>	<b>S/. 105,300.00</b>	<b>S/. 105,300.00</b>	<b>S/. 107,400.00</b>
2.3.1 Gastos Administrativos		S/. 105,000.00	S/. 105,000.00	S/. 105,000.00	S/. 107,100.00
2.3.2 Gastos de Ventas	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
<b>2.4 Imprevistos</b>	<b>S/. 84,743.00</b>	<b>S/. 13,060.00</b>	<b>S/. 13,060.00</b>	<b>S/. 13,060.00</b>	<b>S/. 13,165.00</b>
<b>2.6 IGV</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>145411.2</b>	<b>137478.6</b>	<b>136930.5</b>
<b>3. UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>-S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 429,840.00</b>	<b>S/. 284,428.80</b>	<b>S/. 292,361.40</b>	<b>S/. 329,974.50</b>
3.1 Depreciación		S/. 25,607.33	S/. 25,608.33	S/. 25,609.33	S/. 25,610.33
<b>4. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 404,232.67</b>	<b>S/. 258,820.47</b>	<b>S/. 266,752.07</b>	<b>S/. 304,364.17</b>
4.1 Impuesto a la Renta		S/. 60,634.90	S/. 38,823.07	S/. 40,012.81	S/. 45,654.63
<b>5. UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>-S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 343,597.77</b>	<b>S/. 219,997.40</b>	<b>S/. 226,739.26</b>	<b>S/. 258,709.54</b>
5.1 Depreciación		S/. 25,607.33	S/. 25,608.33	S/. 25,609.33	S/. 25,610.33
<b>6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 369,205.10</b>	<b>S/. 245,605.73</b>	<b>S/. 252,348.59</b>	<b>S/. 284,319.87</b>

FLUJO DE CAJA						
AÑO	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>1. INGRESOS</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>	<b>S/. 824,670.00</b>
Alquiler habitación	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00	S/. 342,720.00
Servicios generales	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00	S/. 74,970.00
Servicios alimentación	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00	S/. 406,980.00
<b>2. EGRESOS</b>	<b>S/. 509,194.35</b>	<b>S/. 511,488.43</b>	<b>S/. 513,828.40</b>	<b>S/. 516,215.16</b>	<b>S/. 518,649.66</b>	<b>S/. 521,132.84</b>
<b>2.1 Costos de Inversión</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>
2.1.1 Activo Fijo						
2.1.1 Activo Intangible						
<b>2.2 Costos de Producción</b>	<b>S/. 249,060.00</b>	<b>S/. 249,060.00</b>	<b>S/. 249,060.00</b>	<b>S/. 249,060.00</b>	<b>S/. 249,060.00</b>	<b>S/. 249,060.00</b>
2.2.1 Costos Directos	S/. 203,700.00	S/. 203,700.00	S/. 203,700.00	S/. 203,700.00	S/. 203,700.00	S/. 203,700.00
2.2.2 Costos Indirectos	S/. 45,360.00	S/. 45,360.00	S/. 45,360.00	S/. 45,360.00	S/. 45,360.00	S/. 45,360.00
<b>2.3 Costos de Operación</b>	<b>S/. 109,542.00</b>	<b>S/. 111,726.84</b>	<b>S/. 113,955.38</b>	<b>S/. 116,228.48</b>	<b>S/. 118,547.05</b>	<b>S/. 120,912.00</b>
2.3.1 Gastos Administrativos	S/. 109,242.00	S/. 111,426.84	S/. 113,655.38	S/. 115,928.48	S/. 118,247.05	S/. 120,612.00
2.3.2 Gastos de Ventas	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
<b>2.4 Imprevistos</b>	<b>S/. 13,661.85</b>	<b>S/. 13,771.09</b>	<b>S/. 13,882.52</b>	<b>S/. 13,996.17</b>	<b>S/. 14,112.10</b>	<b>S/. 14,230.35</b>
<b>2.6 IGIV</b>	<b>136930.5</b>	<b>136930.5</b>	<b>136930.5</b>	<b>136930.5</b>	<b>136930.5</b>	<b>136930.5</b>
<b>3. UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 315,475.65</b>	<b>S/. 313,181.57</b>	<b>S/. 310,841.60</b>	<b>S/. 308,454.84</b>	<b>S/. 306,020.34</b>	<b>S/. 303,537.16</b>
3.1 Depreciación	S/. 25,611.33	S/. 25,612.33	S/. 25,613.33	S/. 25,614.33	S/. 25,615.33	S/. 25,616.33
<b>4. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. 289,864.32</b>	<b>S/. 287,569.24</b>	<b>S/. 285,228.27</b>	<b>S/. 282,840.51</b>	<b>S/. 280,405.01</b>	<b>S/. 277,920.83</b>
4.1 Impuesto a la Renta	S/. 43,479.65	S/. 43,135.39	S/. 42,784.24	S/. 42,426.08	S/. 42,060.75	S/. 41,688.12
<b>5. UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. 246,384.67</b>	<b>S/. 244,433.85</b>	<b>S/. 242,444.03</b>	<b>S/. 240,414.43</b>	<b>S/. 238,344.26</b>	<b>S/. 236,232.70</b>
5.1 Depreciación	S/. 25,611.33	S/. 25,612.33	S/. 25,613.33	S/. 25,614.33	S/. 25,615.33	S/. 25,616.33
<b>6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>S/. 271,996.00</b>	<b>S/. 270,046.18</b>	<b>S/. 268,057.36</b>	<b>S/. 266,028.76</b>	<b>S/. 263,959.59</b>	<b>S/. 261,849.03</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

### Cuadro 18: Indicadores de decisión económicos

INDICADORES ECONÓMICOS	
C.O.K	13%
VAN	S/. 6,720.30
TIR	13%
B/C	S/. 1.26

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia



## 5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera.

A diferencia de la evaluación económica, en la evaluación financiera entra, a tallar los préstamos recibidos por terceros, en este caso por el Banco con el financiamiento del 60% del total de la inversión total.

**CUADRO 19: Flujo de caja financiero**

FLUJO DE CAJA					
AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/. 1,517,103.00</b>	<b>S/. 369,205.10</b>	<b>S/. 245,605.73</b>	<b>S/. 252,348.59</b>	<b>S/. 284,319.87</b>
6.1 Ingreso financiero	S/. 709,824.00				
6.2 Servicio de la Deuda		<b>S/. 182,490.40</b>	<b>S/. 182,490.40</b>	<b>S/. 182,490.40</b>	<b>S/. 182,490.40</b>
6.2.1 Interés		S/. 63,884.16	S/. 53,209.60	S/. 41,574.33	S/. 28,891.88
6.2.2 Amortizaciones		S/. 118,606.24	S/. 129,280.80	S/. 140,916.07	S/. 153,598.52
<b>7. FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/.807,279.00</b>	<b>S/.186,714.70</b>	<b>S/.63,115.33</b>	<b>S/.69,858.19</b>	<b>S/.101,829.48</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

FLUJO DE CAJA						
AÑO	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>S/. 271,996.00</b>	<b>S/. 270,046.18</b>	<b>S/. 268,057.36</b>	<b>S/. 266,028.76</b>	<b>S/. 263,959.59</b>	<b>S/. 261,849.03</b>
6.1 Ingreso financiero						
6.2 Servicio de la Deuda	<b>S/. 182,490.40</b>					
6.2.1 Interés	S/. 15,068.01					
6.2.2 Amortizaciones	S/. 167,422.38					
<b>7. FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>S/.89,505.61</b>	<b>S/.270,046.18</b>	<b>S/.268,057.36</b>	<b>S/.266,028.76</b>	<b>S/.263,959.59</b>	<b>S/.261,849.03</b>

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

**Cuadro 20: Indicadores de decisión financieros**

INDICADORES FINANCIEROS	
C.O.K	13%
VAN	S/. 66,864.61
TIR	15%
B/C	1.26

Fuente: Propia  
Elaboración: Propia

# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. CONCLUSIONES**

- 1)** Existe gran demanda de este tipo de servicio en el mercado, 496 personas cubren con los criterios de selección de nuestro mercado; queriendo la empresa cubrir una cuota del 18%; asimismo existe distintos tipos de alternativas, pero ninguna aún tan dirigida como la propuesta; por lo cual se está cubriendo un nicho de mercado el cual con una buena oferta es beneficiosa para el inversionista ya que existe mercado el cual aún está insatisfecho que cumple con las características a las cuales está dirigido el servicio.
- 2)** El cumplimiento de la parte legal es viable; todo requerimiento, permiso y aspecto legal solicitado para el funcionamiento puede ser normalmente cumplido; así como la zonificación es favorable, existen negocios similares pero de menor calidad, los cuales sirven de antecedente para el negocio respecto a su legalidad.
- 3)** Constituir la organización estructural de la empresa es viable, optando por tener personería jurídica la cual protege al inversionista individualmente, asimismo se estableció un modelo de estructura organizacional el cual cuenta con el personal mínimo requerido pero con el cual el establecimiento va a tener un nivel óptimo de servicio al cliente y a la gestión empresarial, contando con los profesionales, personal técnico y de apoyo en el mercado laboral.

- 4) Concerniente al estudio técnico, este no exige complejidad en la implementación y la ubicación; al contrario la ubicación planteada se encuentra en un punto estratégico contando con vías de acceso y servicios requeridos, así como colindante al campus universitario. Para la implementación se estima una inversión de S/. 1, 774, 560.00.
- 5) El plan de negocios muestra también rentabilidad, así lo confirman sus indicadores, un VAN económico de S/. 6, 720.30. y financiero de S/. 66, 864.61, una TIR económica de 13% y financiera de 15%
- 6) Por consiguiente, existiendo factibilidad en cada unos de las fases de evaluación (comercial, legal, organizacional, técnica, económica y financiera), se concluye que es factible el plan de negocios para la implementación la Residencial universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

- 1) Se debe aprovechar el mercado insatisfecho, brindando una alternativa innovadora y única en su género, transmitiendo un sentimiento de responsabilidad social e imagen institucional,
- 2) Se debe formalizar y tramitar todos los permisos requeridos a fin de poder funcionar sin interrupciones, se aconseja asumir el tipo de personería planteado el cual resulta más idóneo en este caso para el inversionista, este modelo independiente es el más eficiente para su administración.
- 3) Se recomienda adoptar en un inicio un organigrama el cual permita la operatividad óptima del establecimiento, sin incurrir en gastos excesivos de personal, el organigrama planteado cubre eficientemente el desarrollo de todas las tareas de la empresa, y está compuesto por personas de fácil acceso en el mercado.
- 4) El lugar propuesto es idóneo y se sugiere su aprovechamiento al ser una ubicación estratégica la cual puede determinar en gran proporción el éxito o fracaso de la empresa. Se tiene también que considerar la rentabilidad social que puede generar la construcción de una residencia para alumnos, asimismo la promoción de la marca UPAO al exterior.
- 5) Los indicadores tanto económicos como financieros son atractivos, resultando en ambos casos positivos, a lo cual recomendamos siendo este caso el uso de un préstamo evaluar la menor tasa de interés anual.
- 6) Considerando la factibilidad en todas las etapas del plan se recomienda la implementación de la residencia universitaria UPAO.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Barreto, Silvia (2006), *Diseño de Calzado Urbano*, Argentina: Nobuko Ediciones.
- ✓ Becerra, Marsano J. Teresa, María A. García, Emilio L. (2008) *Planeamiento estratégico para micro y pequeñas empresas*, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- ✓ Córdoba, Marcial (2006), *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Bogotá: Ecoe Ediciones.
- ✓ Rodríguez, Cairo V, García, Bao R. Cárdenas, Lucero L. (2009) *Formulación y Evaluación de Proyectos*, México: Editorial LIMUSA.
- ✓ Weinberger, Karen (2009) *Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*, Perú: Nathan Associates Inc.
- ✓ Garcés E. (2014) “Estudio de factibilidad para la creación de una residencia universitaria brindada por la Universidad de Piura”. Perú.
- ✓ Mondragón D. (2011). Plan de Negocio para la Implementación de la Salsoteca “Rumba S.A.C.” en la ciudad de Trujillo. Perú
- ✓ Dávalos R. (2008) "Estudio de mercado para la creación de una residencia universitaria en la ciudad de Latacunga". Ecuador.
- ✓ Arnés F. (2005), Universidad de Chile. “estudio de mercado para la implementación residencia universitaria en Isla Teja Valdivia”. Chile.

# **ANEXOS**

## **Anexo 01: Encuesta**

1. ¿Desde su llegada a Trujillo, en qué tipo de alojamiento se ha hospedado?
  - Alquiler de Cuarto
  - Departamento
  - Casa de familiar
  - Casa Alquilada
  
2. Sobre el servicio de alimentación que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.
  - No recibe el servicio
  - Pobre
  - Intermedio
  - Bueno
  - Excelente
  
3. Sobre el servicio de internet que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.
  - No recibe el servicio
  - Pobre
  - Intermedio
  - Bueno
  - Excelente
  
4. Sobre el servicio de lavandería que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.
  - No recibe el servicio



- Pobre
- Intermedio
- Bueno
- Excelente

5. Sobre el servicio de telefonía fija que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.

- No recibe el servicio
- Pobre
- Intermedio
- Bueno
- Excelente

6. Sobre el servicio de televisión por cable que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.

- No recibe el servicio
- Pobre
- Intermedio
- Bueno
- Excelente

7. Sobre el servicio de sala de estudio que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.

- No recibe el servicio
- Pobre
- Intermedio
- Bueno
- Excelente

8. Sobre el servicio de limpieza que recibe en su lugar de alojamiento, marque la forma en que recibe el servicio.
- No recibe el servicio
  - Pobre
  - Intermedio
  - Bueno
  - Excelente
9. Cuánto en soles paga por su servicio de alojamiento.
- Entre 100 a 160.
  - Entre 160 a 250.
  - Entre 250 a 320.
  - Más de 320.
10. ¿Cuál es el factor más importante para decidir su alojamiento?
- Calidad
  - Comodidad
  - Seguridad
  - Cercanía
  - Precio
11. ¿Considera Usted que es necesaria la creación de una residencia de la Universidad en Trujillo?
- Si
  - No
12. ¿Estaría dispuesto a vivir dentro de la Residencia Universitaria?
- Si
  - No

13. Ordene los servicios que considera más importantes que desearía en la Residencia Universitaria.

- Alimentación
- Internet
- Cable
- Limpieza
- Lavandería
- Área de estudio

14. ¿Cómo preferiría vivir dentro de la residencia?

- Habitación simple
- Habitación compartida

15. En promedio en soles ¿cuál es el ingreso familiar en su hogar?

- Menos de 750
- Entre 750 a 1000
- Entre 1000 a 1500
- Entre 1500 a 2200
- Entre 2200 a 3000
- Entre 3000 a 4000
- Más de 4000

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojamiento en la Residencia Universitaria con los servicios que son de su interés?

- Entre 100 a 160.
- Entre 160 a 250.
- Entre 250 a 320.
- Más de 320.

17. Edad

18. Procedencia

19. Escuela Profesional

20. Año de ingreso a la Universidad

## Anexo 2: Ficha Técnica

- **Entidad:** Elaboración Propia, Bachilleres de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- **Universo o población objetivo:** Hombres y Mujeres estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego, procedentes de otros departamentos del Perú, ascienden a 7,115 personas.
- **Tamaño de la muestra:** 359 personas elegidas en forma aleatoria.
- **Error y Nivel de confianza estimados:** + 5% de error, con un nivel de confianza del 95%, asumiendo 50%-50% de heterogeneidad, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- **Cobertura:** 23 Carreras Universitarias.
- **Nivel de Representatividad:** La muestra representa el 100% del total de carreras profesionales.
- **Procedimiento de muestreo:** Polietápico, con selección de las unidades primarias (carreras) y de las unidades secundarias (ciclos) de manera aleatoria, y de las unidades finales (individuos).
- **Fecha de aplicación:** Del 19 al 22 de Octubre del 2015.