



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

WEB Y APLICATIVO DE SERVICIOS DE YOGA DE MANERA ONLINE

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de
Negocios**

VICTOR RAUL CAMPOS PEÑA

BRYAN JOSE SUCSO MEDINA

ADRIANA MARIBEL VELIZ MATTA

**Ica - Perú
2021**

Dedicatoria

*A Dios en primer lugar
porque él ha hecho posible el
desarrollo de este proyecto, a
mis padres y hermanos.*

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	13
1.1 IDEA DE NEGOCIO	13
1.2 DIAGNÓSTICO DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO (ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD)	14
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO	17
2.1 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	17
2.1.1 <i>Las 5 fuerzas de Porter:</i>	17
2.1.2 <i>Matriz del perfil competitivo (MPC)</i>	18
2.1.3 <i>Perfil de proveedores</i>	20
2.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO:	26
2.2.1. <i>Factores económicos</i>	26
2.2.1.1. Situación actual del país (PBI)	26
2.2.1.2. Tasa de desempleo y sueldo promedio de los peruanos.	27
2.2.1.3. Oportunidad de crear nuevos proyectos de negocio.	29
2.2.2. <i>Factores sociales</i>	30
2.2.2.1. Estilo de vida de los consumidores peruanos	31
2.2.2.2. Nivel socioeconómico.	32
2.2.3. <i>Factores políticos</i>	33
2.2.4. <i>Factores tecnologías</i>	34
2.2.5. <i>Factores ecológicos</i>	35
2.2.6. <i>Factores legales</i>	37
CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	38
3.1. MISIÓN	38
3.2. VISIÓN	38
3.3. VALORES	38
3.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	29
3.5. MATRIZ FODA	29
3.6. ESTRATEGIA GENERAL DE PORTER:	29
CAPITULO IV. ESTUDIO DE MERCADO	29
4.1 OFERTA	29
4.1.1 <i>Competencia directa</i>	29
4.1.2. <i>Competencia indirecta</i>	29
CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	29
5.1 <i>CANVAS de “Liberta Yoga”:</i>	29
5.2. MERCADO	31
5.2.1. <i>Perfil del cliente objetivo</i>	33
5.3. MARKETING MIX 7 P’S	34
5.3.1. <i>Servicio</i>	34
5.3.2. <i>Precio</i>	40
5.3.3. <i>Plaza</i>	41
5.3.4. <i>Promoción</i>	42
5.3.4.1. Identidad de imagen	42
5.3.4.2. Papelería Gráfica	43

5.3.4.3.	Medios Digitales	44
5.3.5.	<i>Personas</i>	49
5.3.6.	<i>Evidencia física</i>	50
5.3.7.	<i>Procesos</i>	51
5.4.	FORMULACIÓN ESTRATÉGICA ANSOFF	53
5.5.	PROYECCIÓN DE VENTAS	53
CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO		58
6.1.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	58
6.2.	TAMAÑO DEL NEGOCIO	59
6.3.	NECESIDADES (MAQUINARIAS, EQUIPOS Y MATERIA PRIMA)	60
6.4.	COSTOS (DIRECTOS E INDIRECTOS)	62
6.5.	PROCESO DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN (DIAGRAMA DE FLUJO)	63
6.6.	CERTIFICACIONES NECESARIAS	73
6.7.	IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE	74
CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL		75
7.1	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA (PROCESOS, TRÁMITES, PERMISOS Y COSTOS)	75
7.1.1.	<i>Proceso de constitución de una empresa</i>	75
7.1.2.	<i>Registro de marcas y patentes</i>	77
7.1.3.	<i>Licencias y permisos de funcionamiento</i>	79
7.1.4.	<i>Procedimientos para la obtención de la licencia de funcionamiento</i>	80
7.1.5.	<i>Legislación laboral.</i>	80
7.1.6.	<i>Obligaciones (tributarias y laborales)</i>	81
7.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	83
7.3.	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	87
CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO		91
8.1	INVERSIONES (ESTRUCTURA)	91
8.1.1	<i>Inversión fija tangible</i>	91
8.1.2.	<i>Inversión fija intangible</i>	91
8.1.3	<i>Capital de Trabajo</i>	92
8.2	INGRESOS Y EGRESOS	93
8.2.1.	<i>Estado de Situación Financiera:</i>	93
8.2.2.	<i>Estado de Resultado proyectado:</i>	93
8.2.3.	<i>Punto de equilibrio</i>	94
8.3.	INDICADORES FINANCIEROS:	95
8.4.	PLAN FINANCIERO:	97
8.5.	DEUDA (CUADRO DE AMORTIZACIÓN)	98
8.6.	FLUJO DE CAJA (ECONÓMICO Y FINANCIERO)	99
8.7.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA (VAN Y TIR)	101
CONCLUSIONES		102
RECOMENDACIONES		103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°01 “LAS 5 FUERZAS DE PORTER”	17
GRÁFICO N°02 “MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO”	19
GRÁFICO N°03 “CUADRO RESUMEN”	19
GRÁFICO N°04 “PROVEEDORES DE LIBERTA YOGA”	25
GRÁFICO N°05 “INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR TRABAJO, SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD”	28
GRÁFICO N°06 “POBLACIÓN OCUPADA POR TRIMESTRE Y AÑOS, SEGÚN SEXO Y GRUPO DE EDAD”	29
GRÁFICO N°07 “NSE – PERÚ”	33
GRÁFICO N°08 “MATRIZ FODA CRUZADO”	29
GRÁFICO N°09 “PRECIO PRESENCIAL DE LIMA YOGA”	29
GRÁFICO N°10 “RESUMEN LIMA YOGA”	29
GRÁFICO N°11 “RESUMEN BALANCE STUDIO”	29
GRÁFICO N°12 “RESUMEN NUEVA ACRÓPOLIS”	29
GRÁFICO N°13 “RESUMEN ASHTANGA YOGA”	29
GRÁFICO N°14 “RESUMEN ASOCIACIÓN BRAMA KUMARIS”	29
GRÁFICO N°15 “RESUMEN SALA YOGA LOTUS”	29
GRÁFICO N°16 “RESUMEN YOGA MANDALA”	29
GRÁFICO N°17 “RESUMEN ALLIN YOGA CUSCO”	29
GRÁFICO N°18 “FÓRMULA DE CÁLCULO DE MUESTRA”	29
GRÁFICO N°19 “LIENZO CANVAS”	30
GRÁFICO N°20 “POBLACIÓN URBANA Y RURAL”	31
GRÁFICO N° 21 “CLASES DE YOGA”	35
GRÁFICO N°22 “PROTOTIPO DE UN PLAN NUTRICIONAL”	37
GRÁFICO N°23 “POBLACIÓN DESDE 2011 AL 2021”	53
GRÁFICO N°24 “DIAGRAMA DE DISPERSIÓN”	54
GRÁFICO N°25 “PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO”	54
GRÁFICO N°26 “DIAGRAMA DE DISPERSIÓN”	55
GRÁFICO N°27 “DIAGRAMA DE DISPERSIÓN”	55
GRÁFICO N°28 “PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL”	56
GRÁFICO N°29 “DIAGRAMA DE GANT	57
GRÁFICO N°30 “REQUERIMIENTO DE MUEBLES, COMPUTADORAS Y HERRAMIENTAS”	60
GRÁFICO N°31 “CLASE MODELO DE HATHA YOGA”	65
GRÁFICO N°32 “CLASE MODELO DE NIDRA YOGA”	67
GRÁFICO N°33 “CLASE MODELO DE FITNESS YOGA”	69

GRÁFICO N°34 “DIAGRAMA DEL PROCESO DE COMPRA”	72
GRÁFICO N°35 “ORGANIGRAMA”	84
GRÁFICO N°36 “PERFIL Y FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL”	87
GRÁFICO N°37 “PERFIL Y FUNCIONES DEL INSTRUCTOR DE YOGA”	88
GRÁFICO N°38 “PERFIL DEL JEFE DEL ÁREA COMERCIAL”	89
GRÁFICO N°39 “PROMOTOR DE VENTAS”	90
GRÁFICO N°40 “INVERSIÓN FIJA TANGIBLE”	91
GRÁFICO N°41 “INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE”	91
GRÁFICO N°42 “CAPITAL DE TRABAJO”	92
GRÁFICO N°43 “ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA”	93
GRÁFICO N°44 “ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO”	93
GRÁFICO N°45 “FÓRMULA DE PUNTO DE EQUILIBRIO”	94
GRÁFICO N°46 “PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL”	94
GRÁFICO N°47 “PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL”	95
GRÁFICO N°48 “RESUMEN PUNTO DE EQUILIBRIO ANUALES”	95
GRÁFICO N°49 “COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL”	95
GRÁFICO N°50 “RENTABILIDAD ECONÓMICA”	96
GRÁFICO N°51 “PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS”	97
GRÁFICO N°52 “PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS”	97
GRÁFICO N°53 “PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN (OPERATIVOS)”	98
GRÁFICO N°54 “PRÉSTAMO BANCARIO BBVA”	98
GRÁFICO N°55 “FLUJO DE CAJA”	99
GRÁFICO N°56 “VALOR ACTUAL NETO”	101
GRÁFICO N°57 “TASA INTERNA DE RETORNO”	101
GRÁFICO N°58 “BENEFICIO / COSTO”	101
GRÁFICO N°59 “INDIQUE GÉNERO”	29
GRÁFICO N°60 “¿EN QUÉ RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA?”	29
GRÁFICO N°61 “¿EN QUÉ DEPARTAMENTO VIVES?”	29
GRÁFICO N°62 “¿USTED PRACTICA YOGA?”	29
GRÁFICO N°63. PREGUNTA 1 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°64. PREGUNTA 2 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°65. PREGUNTA 3 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°66. PREGUNTA 4 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°67. PREGUNTA 5 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°68. PREGUNTA 6 – ENCUESTA	29

GRÁFICO N°69. PREGUNTA 7 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°70. PREGUNTA 8 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°71. PREGUNTA 9 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°72. PREGUNTA 10 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°73. PREGUNTA 11 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°74. PREGUNTA 12 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°75. PREGUNTA 13– ENCUESTA	29
GRÁFICO N°76. PREGUNTA 1 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°77. PREGUNTA 2 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°78. PREGUNTA 3 – ENCUESTA	29
GRÁFICO N°79. PREGUNTA 4 – ENCUESTA	30
GRÁFICO N°80 “CARATULA DE LA VERSIÓN DIGITAL DEL PROYECTO”	31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N°01 “LOGOTIPO Y SLOGAN”	39
ILUSTRACIÓN N°02 “PÁGINA WEB LIBERTA YOGA”	39
ILUSTRACIÓN N°03 “DESCARGA DE APLICACIÓN MÓVIL”	40
ILUSTRACIÓN N°04 “CANAL ONLINE B2C PÁGINA WEB”	42
ILUSTRACIÓN N°05 “UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA OFICINA CENTRAL”	42
ILUSTRACIÓN N°06 “PALETA DE COLOR TURQUESA CON MARRONES”	43
ILUSTRACIÓN N°07 “FLYER EN FACEBOOK”	44
ILUSTRACIÓN N°08 “PÁGINA DE FACEBOOK”	45
ILUSTRACIÓN N°09 “EQUIPAMIENTO PARA INSTRUCTORES”	50
ILUSTRACIÓN N°10 “INSTRUCTOR DE YOGA”	50
ILUSTRACIÓN N°11 “PROCESO DEL APLICATIVO MÓVIL”	51
ILUSTRACIÓN N°12 “LOCAL PARA LIBERTA YOGA”	58
ILUSTRACIÓN N°13 “OFICINA CENTRAL LIBERTA YOGA”	58
ILUSTRACIÓN N°14 “PROTOTIPO LAYOUT DE LIBERTA YOGA”	59

INDICE DE TABLAS

TABLA N°01 "PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DEL PBI"	30
TABLA N°02 "FODA"	29
TABLA N°03 "¿USTED PRACTICA YOGA?"	32
TABLA N°04 "PREGUNTA N°13"	32
TABLA N°05 "PRESUPUESTO PACK EMPRENDEDOR"	45
TABLA N°06 "PRESUPUESTO DE DISEÑO DE PÁGINA WEB"	46
TABLA N°07 "MANO DE OBRA DIRECTA"	62
TABLA N°08 "MANO DE OBRA INDIRECTA"	62
TABLA N°09 "IMPLEMENTOS DE YOGA"	63
TABLA N°10 "TIPO DE SOCIEDAD"	82
TABLA N°11 "IMPUESTO A PAGAR MENSUAL Y ANUAL"	83
TABLA N°12 "PLANILLA"	86
TABLA N°13 "INDIQUE GÉNERO"	29
TABLA N°14 "¿EN QUÉ RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA?"	29
TABLA N°15 "¿EN QUÉ DEPARTAMENTO VIVES?"	29
TABLA N°16 "¿USTED PRACTICA YOGA?"	29
TABLA N°17. PREGUNTA 1 – ENCUESTA	29
TABLA N°18. PREGUNTA 2 – ENCUESTA	29
TABLA N°19. PREGUNTA 3 – ENCUESTA	29
TABLA N°20. PREGUNTA 4 – ENCUESTA	29
TABLA N°21. PREGUNTA 5 – ENCUESTA	29
TABLA N°22. PREGUNTA 6 – ENCUESTA	29
TABLA N°23. PREGUNTA 7 – ENCUESTA	29
TABLA N°24. PREGUNTA 8 – ENCUESTA	29
TABLA N°25. PREGUNTA 9 – ENCUESTA	29
TABLA N°26. PREGUNTA 10 – ENCUESTA	29
TABLA N°27. PREGUNTA 11 – ENCUESTA	29
TABLA N°28. PREGUNTA 12 – ENCUESTA	29
TABLA N°29. PREGUNTA 13 – ENCUESTA	29
TABLA N°30. PREGUNTA 1 – ENCUESTA	29
TABLA N°31. PREGUNTA 2 – ENCUESTA	29
TABLA N°32. PREGUNTA 3 – ENCUESTA	29
TABLA N°33. PREGUNTA 4 – ENCUESTA	30

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de Investigación que se presenta es para conocer la viabilidad en la puesta en marcha de una web y aplicativo de yoga virtual. Este servicio pretende brindar 3 estilos de yoga: Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga que incluye asesoría nutricional virtual personalizada, orientación y seguimiento por instructores especializados en yoga. El público objetivo se encuentra en el rango de edad de 18 a 40 años de los NSE A, B y C. Asimismo, pertenecen a la Región de Ica y Lima. Por el momento el negocio no contará con un centro especializado para la realización de la práctica, debido a que las clases se dictarán de forma virtual mediante la web y app.

El plan de negocio considera todos los aspectos para poder constituir la empresa de Liberta Yoga con el slogan que dice “tu salud nos importa”, el nombre surge de lo que queremos transmitir y comunicar al cliente que nuestros servicios de yoga virtual a través de la web y aplicativo móvil estarán más cerca al cliente, la personalización y seguimiento con un nutricionista además de la clase de yoga está pensado en el cliente para que a través de esta disciplina del yoga goce de bienestar y buena salud.

En el plan financiero, el cual detalla cómo se va a financiar la empresa, hemos definido que será con recursos propios de los socios y préstamo del banco BBVA. Asimismo, hemos hecho algunas proyecciones en este apartado en base a 5 años. Se ha concluido mediante el análisis financiero que el Valor Actual Neto (VAN) es S/64,331.17 siendo mayor a 0, lo que significa que es viable y se puede realizar el proyecto, pues se obtendrá indudablemente una ganancia respecto a la inversión.

Por último, el indicador Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un resultado de 100% teniendo un porcentaje mayor al Costo de Oportunidad de Capital (COK), esto es muy significativo para la empresa, pues la tasa de rendimiento interno es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión, esto indica que el proyecto es aceptable.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para conocer la viabilidad de la creación de una web y aplicativo móvil de servicios de yoga, basado en disminuir el nivel de estrés y ansiedad que se hizo más evidente durante la pandemia del Covid – 19. Se realizó esta investigación debido al confinamiento por la pandemia del Covid - 19 y el problema de estrés y ansiedad que existe y debido a la pandemia se ha profundizado más.

Cabe resaltar que hoy en día existe gran variedad de tipos de Yoga en el mundo. Entre las principales podemos mencionar a: Vinyasa Yoga, Kuldalini Yoga, Ashtanga Yoga, Bikram Yoga, Aero Yoga, Fitness Yoga, Yoga Nidra y Hatha Yoga. Nuestro proyecto de negocio se enfocará en tres estilos de Yoga, que impartiremos de forma online, estos son: Yoga Nidra, Hatha Yoga y Fitness Yoga, e implementaremos dos módulos que estarán enfocados en el requerimiento de los clientes, estos son el módulo de meditación y un módulo sobre manejo del estrés.

Para comprender mejor su significado, el yoga Nidra es una técnica de meditación que proviene la práctica tántrica de Nyasa en la India, pero como la mayoría de las disciplinas del Yoga moderno ha sido modificado y occidentalizado. Fue Swami Satynanda Saraswati junto con su maestro Swami Sivananda quienes empezaron a estudiar las escrituras tántricas y crearon un sistema de relajación que se situaba entre la vigilia y el sueño. Aunque Yoga Nidra significa «Yoga del sueño psíquico», no tiene nada que ver con quedarse dormido.

El objetivo del Yoga Nidra es alcanzar una relajación profunda consciente. La mente tiene tres dimensiones: consciente, subconsciente e inconsciente. El estado de nidra desvela a nivel consciente las impresiones mentales (samskaras), que se guardan en nuestro subconsciente e inconsciente. Por este motivo el Yoga Nidra es un instrumento de purificación mental. La práctica del Yoga Nidra induce progresivamente a los estados de interiorización, relajación y meditación. (Yoga Nidra, Aprender y meditar, WideMat).

Asimismo, el Hatha Yoga, es una práctica cuyo objetivo es la transformación física y mental, buscando siempre el equilibrio entre flexibilidad y fuerza. Hatha aúna dos palabras en sánscrito, Ha o sol y Tha o luna, dos astros que representan lo masculino y lo femenino respectivamente, siendo su unión la búsqueda del equilibrio entre ambas energías. El Hatha Yoga es uno de los estilos de yoga más practicados

en el mundo por poder ser practicado por cualquier persona, con independencia de su edad o condición física.

Las clases de Hatha Yoga integran las asanas o posturas físicas, las pranayamas o ejercicios respiratorios, así como la meditación y relajación. La guía de un profesor te ayudará a conseguir esa unión de cuerpo-mente y espíritu, además de adaptar las sesiones a tu estado físico, impidiendo que sufras lesiones.

El primer capítulo inicia con la definición de negocio, aquí se definirá el negocio tecnológico que se llevará a cabo, con su diagnóstico y justificación del mismo. En el segundo capítulo trata sobre el análisis del macroentorno y microentorno de la idea de negocio, ésta es necesario para conocer dónde se encuentra situada la empresa. El tercer capítulo aborda sobre el planeamiento estratégico de la empresa, en la cual se detalla la misión, visión, valores, FODA. Además de su cronograma de Gantt para la ejecución del mismo.

En el cuarto capítulo trata del estudio de mercado para conocer la aceptación o no de la idea de negocio y con dicha información tomar decisiones a futuro. En el quinto capítulo vemos el plan de comercialización, aquí veremos las estrategias del marketing que tendremos y la proyección de ventas que haremos. En el sexto capítulo trata sobre el plan técnico que es sobre la localización que tendrá la empresa, el tamaño, las necesidades con las que contará para su ejecución, las operaciones que se llevará a cabo, certificaciones, etc.

En el séptimo capítulo vemos el plan organizacional, de personal y legal que será sobre la constitución de la empresa, el organigrama, las obligaciones tributarias y laborales que tenemos que cumplir y funciones de cada miembro de la organización. Por último, en el octavo capítulo se detallará el plan económico – financiero, en éste evaluaremos la viabilidad del negocio a través de los ratios financieros y el VAN – TIR.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea de negocio

Nuestra idea de negocio trata sobre la creación de una web y aplicativo de servicio de clases de yoga que estará dirigido a personas del nivel socioeconómico (NSE) A, B y C, que estén atravesando un problema de estrés, ansiedad o depresión y deseen mejorar su salud a través de la práctica de este deporte. El negocio será de manera virtual y las clases serán dictadas por profesores especializados en yoga (yoguis), los cuales contarán con todos los materiales para brindar clases de calidad.

La idea de negocio surgió debido al incremento del estrés, ansiedad y depresión que se vive hoy en día por el confinamiento y la incertidumbre de la pandemia del COVID -19. Hemos visto lo importante que es cuidar la salud física y mental de las personas, por ello buscamos a través de nuestros servicios del yoga poder ayudar a las personas a sobrellevar esta crisis. Además, vemos que las cifras de contagios por COVID-19 siguen en aumento, no solo en nuestro país, sino en otros países, y eso conlleva a que las personas recuperadas necesiten ejercicios de estiramiento, respiración, etc.

Estudios más recientes que se han desarrollado a raíz de la pandemia del COVID-19 revelan el impacto psicológico de permanecer en cuarentena por un período de tiempo largo e indefinido. La mayoría de estos artículos reportan efectos negativos en la salud mental de los individuos en aislamiento social como síntomas de síndrome de estrés postraumático, estrés, confusión e irritabilidad. (Brooks, 2020, citado de El impacto del COVID-19 en la salud mental durante la contingencia).

La pandemia actual por la COVID-19 presenta ciertas características que podrían incrementar los niveles de reacción al estrés tanto en la población en general como en los trabajadores de salud. Las personas que se encuentran en cuarentena son particularmente vulnerables a complicaciones neuropsiquiátricas debido al distanciamiento gradual, por lo que es más probable que aparezcan trastornos como la depresión y la ansiedad. Se sabe que, en el contexto de otros desastres, el trastorno por estrés postraumático (TEPT) puede aparecer hasta en el 30-40 % de todas las personas afectadas. (USMP, Facultad de medicina, 2020).

Es así que planteamos desarrollar una web y aplicativo que ofrezca el servicio de yoga. Asimismo, tenemos como proyección brindar nuestros servicios a las empresas que quieran implementar este deporte en sus colaboradores para así éstos tengan una mejor productividad en la labor que desempeñan.

1.2 Diagnóstico de la idea de negocio

Vemos que si existe yoga (danza yoga – yoga empresas) en Marcona – Ica dictada por una profesora Natalia Cárdenas, también Yoga stuio Kangaroo kite en Paracas que temporalmente se encuentra cerrado. Asimismo, en Lima se encuentra Limayoga, Centro de Yoga Ivengar Peru, Asjtamga Yoga Peru, los más resaltantes en el país.

Actualmente los casos de incremento del Covid - 19 en la Región Ica siguen en aumento, viéndose así determinado por el Gobierno un nivel de alerta EXTREMO, lo cual indica que hay algunas restricciones que aún no se pueden realizar con total normalidad para salvaguardar la vida de los ciudadanos. Asimismo, el Ministerio de Salud ha dispuesto normas legales sobre salud mental con el fin de reforzar la política de salud mental y tratar temas de rehabilitación, seguimiento y prevención de enfermedades mentales.

Nos encontramos en la segunda ola y debido al alza de contagios pensamos en que pronto llegaremos a la tercera ola, para tratar este problema de estrés, ansiedad y depresión debemos estar preparados en cuidar nuestro estado físico y mental. Por ello, es que planteamos crear una web y aplicativo online para que puedan acceder a clases de yoga.

Además, que hemos visto que en Lima si hay centros que dictan clases de yoga, pero en Ica todavía no hay ese impulso sobre la disciplina del yoga, hay muy poca oferta y vemos la necesidad que aqueja a la población.

1.3 Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)

El yoga a diferencia de otras disciplinas es beneficioso para el cuerpo, mente y espíritu, es una práctica para la mente y el cuerpo que combina posturas físicas, respiración controlada y meditación o relajación. Además, en distintos estudios, se ha demostrado que el yoga puede ayudar a reducir el estrés y la ansiedad. Puede mejorar tu estado de ánimo y la sensación general de bienestar. También puede ayudarte a controlar los síntomas de depresión y ansiedad que sean resultado de situaciones difíciles. Hemos visto una oportunidad de mercado, debido al estrés laboral a causa del confinamiento por la COVID 19. Sumado a este problema, se sabe que el Perú es un país en el que se invierte muy poco en el

tema de salud mental y que muchas veces pasa desapercibido. A largo plazo esto genera una mala calidad de vida para las personas que padecen este problema.

Según Guillermo Alva, profesor del Diploma Internacional en Gestión de la Salud de ESAN, habló sobre la importancia que el Estado debería dar en materia económica a los servicios de salud mental: "Solo se destina el 0.01 % del presupuesto del sector salud a tratamientos de esta rama, lo que es preocupante porque hablamos de enfermedades como muchas otras que requieren de un tratamiento y de muchos especialistas que lo aborden. Lo bueno es que existe un plan nacional emitido el año pasado, un documento muy interesante que plantea diversas medidas para superar este déficit". (Sala de prensa, noticias y novedades de ESAN, 2019).

Partiendo de este punto, vemos que en el 2019 se invertía muy poco en la salud mental de las personas. Actualmente por el confinamiento a causa del COVID 19, vemos que este problema ha ido aumentando causando preocupación. Por ello nosotros queremos atacar este problema, brindándole a aquellas personas que sufren este trastorno, la tranquilidad y sosiego que muchas veces necesitan y no encuentran. Esto lo haremos mediante la realización e implementación de nuestro proyecto de Yoga virtual.

Durante la cuarentena, 7 de cada 10 peruanos indicaron haber sufrido algún tipo de ansiedad, mientras que un 28.5% sufrieron algún rasgo del trastorno depresivo, según indica Carlos Bromley, médico psiquiatra del Ministerio de Salud. (Andina, 2020).

De acuerdo con el Instituto Gestalt de Lima, antes del inicio de la pandemia, el 20% de peruanos ya presentaba problemas de salud mental y se proyecta que, luego de la segunda ola de contagios, la cifra supere el 35%. Las principales afecciones, según la institución, serían la dificultad para dormir, el cansancio o falta de energía, falta de apetito y poca concentración. "Muchos de nosotros hemos debido también enfrentar la pérdida irreparable de nuestros seres queridos o, incluso, afrontar nosotros mismo la enfermedad y sus secuelas", dice Karla Luna, creadora de laalyoga, quien propone al yoga como herramienta para sobrellevar este periodo. (citado de Diario El comercio, 2021).

Asimismo, por el confinamiento se han visto nuevos hábitos de salud que se han impuesto entre las personas, a causa del confinamiento. Casi un tercio de las personas en todo el mundo han aumentado de peso durante la pandemia, a pesar de la conciencia del vínculo entre la obesidad y los resultados del COVID 19. Por lo que esto, junto con todo un auge de bienestar que ha venido exigiendo las lógicas

mismas de la pandemia en la salud de las personas, está haciendo relucir y consolidar una tendencia creciente en los últimos años de nuevos hábitos de vida.

Desde que inició la pandemia del COVID 19, el ejercicio se ha venido imponiendo como una práctica necesaria para reducir el riesgo de mortalidad, así como por los kilos de más que el sedentarismo iba causar. Según Ipsos, casi cuatro de cada 10 personas dijeron que pensaban hacer ejercicio para reducir el riesgo por esta enfermedad. Durante los confinamientos, una encuesta de Ipsos reveló que 31% de las personas en todo el mundo aumentaron de peso durante la pandemia. Ese incremento promedio fue de 6,1kg. Esto fue generando que 27% de las personas hicieran más ejercicio. Por lo que aquí ha predominado también un incremento especializado por la inclusión de dietas.

Por otro lado, no tenemos datos exactos acerca del consumo anual de una persona en Yoga al año debido a que es una disciplina que muy pocas personas realizan en el Perú, es por ello que hay pocos proyectos realizados. Sin embargo, desde el año 2019, podemos citar que la industria del cuidado personal ha venido creciendo, debido a los distintos productos y servicios que se están posicionando en el mercado, eso ha logrado generar nichos de mercado para la creación de gimnasios para el cuidado personal no solo para deportistas sino para personas que quieren cuidar su salud mental y física realizando ejercicios. (Plan de Negocios para la implementación de gimnasios inteligente, ESAN 2019).

Esto nos abre camino para poder entrar al nicho de mercado del yoga, debido a que es poco conocido, ya no que no se le ha dado el énfasis a los beneficios que éste brinda a la salud. Con todos estos antecedentes hemos visto que ha habido muchos cambios en la vida de las personas. Por un lado, está el estrés laboral y los problemas de salud mental que no tienen la debida importancia para su tratamiento y por otro, tenemos el cambio de hábitos de las personas. Todo esto a causa del confinamiento por el COVID 19.

Encontramos la oportunidad de entrar al mercado para poder resolver el problema de salud mental a causa del estrés laboral o enfermedades mentales que no requieran tratamientos psiquiátricos. Sabemos que esto seguirá formando parte de la nueva realidad, así que es mejor brindarle una solución.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis del microentorno

2.1.1 Las 5 fuerzas de Porter:

Gráfico N°01 “Las 5 fuerzas de Porter”



Fuente: Elaboración propia (2021)

a) **Poder de negociación de proveedores (MEDIO):**

Consideramos MEDIO, debido a que no hay mucha oferta de yoguis especializados en el mercado y tampoco empresas que ofrezcan prendas o material de yoga en el mercado. Así que no tenemos un poder de negociación efectivo con los proveedores, es decir tenemos que acoplarnos al precio que nos calculen en la compra de productos y/o servicios que vamos a adquirir.

b) **Nuevos competidores (ALTO):** Consideramos ALTO, debido al tema de la informalidad, pueden existir personas que practiquen el yoga y brinden el servicio

a través de las redes sociales de manera gratuita sin ninguna aplicación de pago por el servicio. También si hay incremento de gimnasios que implementen un servicio adicional del yoga.

c) **Poder de negociación de clientes (MEDIO):** Hemos colocado el poder de negociación con los clientes MEDIO, debido a que ellos pueden optar por otras instituciones con más años de experiencia en el mercado o pueden acudir a otros productos sustitutos.

d) **Amenaza de producto sustituto (MEDIO)**

Los principales productos sustitutos son los Spa's de relajación y cualquier terapia alternativa que contribuya al desarrollo personal y mejora de la calidad de vida, como la Cristaloterapia, la meditación Zen, el Tai-Chi, Chi-Kung, la terapia de acupuntura, Pilates, entre otros. Cabe señalar que, este tipo de disciplinas no gozan del grado de conocimiento y asociación fuerte que, si tiene el yoga, exceptuando Pilates y Tai-Chi, además que no están muy difundidos en Lima. Estos servicios sustitutos tienen un poder relativamente bajo, a excepción de Pilates, ya que no representan específicamente lo que es la práctica del Yoga, es decir no es lo que el público objetivo de este proyecto busca, por lo tanto, resulta ser una Oportunidad leve.

2.1.2 Matriz del perfil competitivo (MPC)

Realizamos una tabla de Matriz del perfil competitivo (MPC) para identificar a nuestras competencias más fuertes que ofrecen el servicio de yoga en el mundo digital. Las empresas que analizamos fueron Lima Yoga, Balance Studio, Ashtanga Yoga y Yoga Journey, ya que son las más representativas de la disciplina del yoga, se encuentran en todas las redes sociales y tienen su página web. Esta matriz nos permitirá evaluar las fortalezas y debilidades de nuestra competencia. Las variables que analizamos fueron las siguientes:

- ✚ **Participación en el mercado:** Nos permitirá conocer cuanto abarca cada competidor el mercado y quien está mayor posicionado.
- ✚ **Servicios:** Estilos de yoga que ofrece cada competencia.
- ✚ **Publicidad:** Conoceremos las competencias que invierten más en publicidad a través de las redes sociales.

- ✚ **Tecnología:** Conocer si la competencia cuenta con un aplicativo móvil.
- ✚ **Certificaciones:** Conocer si las empresas cuentan con una certificación del Yoga Alliance, que certifica la calidad del servicio de yoga que ofrecen.
- ✚ **Experiencia:** Profesionales capacitados.
- ✚ **Precio (variedad):** Diversidad de precios por membresía.

Gráfico N°02 “Matriz del Perfil Competitivo”

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	VALOR	MI EMPRESA		LIMA YOGA		BALANCE STUDIO		ASHTANGA YOGA		YOGA YOURNEY	
		CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE
Participación en el mercado	0.1	2	0.2	4	0.4	3	0.3	2	0.2	2	0.2
Servicios	0.15	2	0.3	4	0.6	3	0.45	2	0.3	3	0.45
Publicidad	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3	1	0.15	2	0.3
Tecnología	0.15	4	0.6	2	0.3	3	0.45	1	0.15	2	0.3
Certificaciones	0.2	2	0.4	2	0.4	2	0.4	1	0.2	3	0.6
Experiencia	0.2	2	0.4	4	0.8	3	0.6	4	0.8	2	0.4
Precio (variedad)	0.05	2	0.1	2	0.1	3	0.15	3	0.15	3	0.15
TOTAL	1		2.45		3.05		2.65		1.95		2.4

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°03 “Cuadro resumen”

EMPRESAS	PUNTAJE	%
LIBERTA YOGA	2.45	20%
LIMA YOGA	3.05	24%
BALANCE STUDIO	2.65	21%
ASHTANGA YOGA	1.95	16%
YOGA YOURNEY	2.4	19%
TOTAL	12.5	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Según nuestro cuadro resumen podemos concluir que el primer lugar con 24% es para Lima Yoga, esto indica que es un competidor muy fuerte, ya que cuenta con una participación de 7 locales en diferentes distritos de Lima, ofrece varios estilos de yoga en su página web y los profesores de Lima Yoga se encuentran certificados por el Yoga Alliance. En segundo lugar, con 21% lo ocupa Balance Studio, esta empresa es un centro de bienestar que brinda los servicios de Yoga y Pilates a través de la web mediante la plataforma zoom.

De todas las competencias analizadas es la única que tiene un app llamada Zen Planner, donde el cliente reserva la clase que desea llevar. Con este análisis nos ubicamos en tercer lugar, ya que Liberta Yoga tiene una fusión completa tanto de las competencias de Lima Yoga y Balance Studio y se enfoca en el bienestar del cliente ofreciendo profesionales certificados en Yoga Alliance y al igual que Balance Studio contará con una app que tendrá ejercicios de yoga y asesoría nutricional para cada cliente.

2.1.3 Perfil de proveedores

Los proveedores de Liberta Yoga son imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestra empresa, ya que contar con los stakeholders adecuados es primordial para garantizar un buen servicio y rentabilidad para la empresa. Además, a través de la homologación de proveedores se tiende a elegir y evaluar según criterios la mejor opción del mercado. Para ello, vamos a tener en cuenta ciertos criterios de evaluación, entre los cuales están:

- ✚ **Precios:** Servirá para comparar las tarifas que otorgan la competencia.
- ✚ **Reputación:** Evaluaremos la confianza y credibilidad de la empresa proveedora a través de sus redes sociales y ponderaciones que tienen en los medios digitales.
- ✚ **Certificaciones:** Que tenga una certificación de calidad en cuanto a los productos y/o servicios que ofertan.
- ✚ **Calidad:** Empresas comprometidas en su giro de negocio que brinda productos y/o servicios de calidad con eficiencia en sus procesos de entrega en cantidad, tiempo y lugar exactos.

A continuación, se detalla las empresas proveedoras de Liberta Yoga que cumplen con los criterios establecidos.

✚ Laalyoga

- ✓ **Fundador:** Karla Luna
- ✓ **Giro de negocio:** Empresa peruana dedicada a la venta de ropa y accesorios de yoga.
- ✓ **Reseña:** Karla Luna es la creativa detrás de Lāal, una marca peruana que se inspira en la energía del yoga para crear sus accesorios. En el 2017, la firma lanzó su exitoso mat sostenible y hoy, se sumerge en el mundo del diseño con 'Essence Collection', su primera línea de ropa solo para yoguis. Villegas, L. (2020): *Conoce Lāal, la marca de accesorios y ropa para las amantes del yoga.*

Recuperado de <https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/yoga-accesorios-ropa-marca-laal-la-marca-de-accesorios-y-ropa-para-las-amantes-del-yoga-noticia/>

- ✓ **Lugar:** Distrito de Miraflores - Tienda virtual (4 años en el mercado digital).
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube.
- ✓ **Página web:** <https://laalyoga.com/>

Sagafalabella

- ✓ **Fundador:** Sagafalabella también conocido como Grupo Falabella, es un consorcio empresarial multinacional chileno, de propiedad de la familia Solari, con operaciones en diversos países como Chile, Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú y Uruguay.
- ✓ **Giro de negocio:** Tienda por departamentos, empresa chilena dedicada a la venta de ropa, calzado, electrodomésticos, muebles, joyas, productos de belleza y decoración.
- ✓ **Reseña:** Saga Falabella forma parte de Falabella, una de las compañías más grandes y consolidadas de América Latina que desarrolla su actividad comercial a través de varias áreas de negocio. Las principales son la tienda por departamentos, grandes superficies, mejoramiento y construcción del hogar, supermercados, banco, viajes y seguros. La tienda por departamentos es, hoy por hoy, la más importante de Sudamérica con más de 65,000 trabajadores en Chile, Argentina, Colombia y Perú.
- ✓ **Lugar:** El Quinde Ica - Av de los Maestros, Ica.
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://www.falabella.com.pe/falabella-pe>

Inkafarma

- ✓ **Fundador:** InkaFarma surgió durante los años 1990, cuando el grupo Eckerd dio por inaugurada su primera farmacia.
- ✓ **Giro de negocio:** InkaFarma es una cadena de farmacias que ofrece una gran variedad de productos farmacéuticos, perfumería y tocador, considerados de buena calidad.
- ✓ **Reseña:** En enero de 2011 la cadena fue adquirida por Intercorp. A fines del 2016, cuenta con algo más de 1000 farmacias. Inkafarma tiene presencia en las 25 regiones del Perú y es la cadena de farmacias líder en el Perú.
- ✓ **Lugar:** Av. San Martín Plaza del Sol - Ica.
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://inkafarma.pe/>

Movistar

- ✓ **Fundador:** Telefónica
- ✓ **Giro de negocio:** Telecomunicaciones, ofrece productos como telefonía, internet, entre otros.
- ✓ **Reseña:** Se constituyó en la ciudad de Lima mediante una escritura pública con fecha del 25 de junio de 1920 con la denominación de Compañía Peruana de Teléfonos Limitada (CPTL) para prestar servicios de telefonía local. Posteriormente, no adoptó la forma de sociedad anónima y la denominación de Compañía Peruana de Teléfonos S.A. (CPT). El 31 de diciembre de 1994, CPT absorbió en un proceso de fusión a la Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. y, en adecuación a la Ley General de Sociedades, el 9 de marzo de 1998 Telefónica del Perú adoptó la denominación de Telefónica del Perú S.A.A., la que conserva a la fecha.
- ✓ **Lugar:** Calle Huanuco #289 Ica
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://www.movistar.com.pe/>

Bumeran

- ✓ **Fundador:** Pablo Larguía
- ✓ **Giro de negocio:** Bolsa de trabajos más grande del Perú
- ✓ **Reseña:** Larguía se convirtió en todo un empresario cuando creó Bumeran junto a cuatro amigos, luego de finalizar sus estudios en Economía Empresarial en la Universidad Torcuato Di Tella, a la edad de 21 años, y tras haber hecho un semestre en la Universidad de Illinois en Chicago, al encontrarse ante la dificultad de conseguir un trabajo, lo que lo llevó a notar una deficiencia en el mercado.

En el año '98, cuando vivía en Estados Unidos, advirtió que allí el mundo del internet estaba mucho más avanzado. “Cuando volví tenía que buscar trabajo y me di cuenta de que era mucho más eficiente enviar un currículum electrónico”, agregó. El entrevistado comentó que en esos años uno mandaba un currículum por correo postal y no sabía si la empresa a la que se lo enviaba lo recibía. Para dar respuesta a esta problemática nació Bumeran, con la idea de unir la oferta y la demanda de empleos en un mismo sitio, empresa que al año siguiente vendió a Terra-Telefónica. Villafañe, Elina (2015): *The Epoch Times*. Recuperado de https://es.theepochtimes.com/entrevista-al-creador-de-bumeran-emprender-es-un-estilo-de-vida_15706.html

- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://www.bumeran.com.pe/>

Enfokarte

- ✓ **Fundador:** Susana Rojas Bravo
- ✓ **Giro de negocio:** Agencia digital
- ✓ **Reseña:** Enfokarte es una agencia de publicidad digital enfocada en brindar soluciones creativas para la mejora y desarrollo de las empresas. Tiene un equipo humano experto y creativo que plasma su creatividad en la publicidad que requiera la empresa. Actualmente, Enfokarte tiene como stakeholder o socio estratégico a la Cámara de Comercio de Lima que conjuntamente están mejorando las nuevas tendencias que requiere el mercado.
- ✓ **Lugar:** Loma Redonda 359, Santiago de Surco
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://enfokarte.com.pe/agencia>

Doapps

- ✓ **Fundador:** Angel Espinoza
- ✓ **Giro de negocio:** Desarrollador de aplicaciones Móviles en el Perú
- ✓ **Reseña:** Doapps es una agencia dedicada al desarrollo de software, su equipo humano está comprometido en brindar las últimas tendencias en tecnología y productos novedosos.
- ✓ **Lugar:** Las Orquídeas 585, San Isidro
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web, Twitter.
- ✓ **Página web:** <https://www.doapps.pe/>

Yoga Alliance







- ✓ **Fundador:** Miembros comercio y la organización profesional de yoga maestros.
- ✓ **Reseña:** Yoga Alliance es una organización para la educación y apoyo a la práctica del Yoga ubicada en los Estados Unidos, esta asociación asegura estándares de calidad en la disciplina del yoga y que los instructores de yoga valoren su historia y tradiciones. Esto para que el público en general tenga garantizada la calidad en su enseñanza. Yoga Alliance mantiene un Registro Nacional de Profesores de Yoga para promover la existencia de docentes debidamente preparados, de acuerdo con sus lineamientos. Profesores registrados pueden usar las iniciales RRT ® o E-RYT ® después de sus nombres, que significan ‘Profesor de Yoga registrado’ o ‘experimentado Yoga Registrada Maestro’.

Además, cuenta con el Registro de Escuelas de Yoga. Estas escuelas siguen las pautas para la enseñanza de los programas de 200 y 500 horas para docentes de Yoga. Los centros que están registrados en la Organización pueden usar la marca de registro RYS ® para Escuela de Yoga Registrada después de sus nombres y recibir certificados de registro.

- ✓ **Lugar:** Sede en Arlington, Virginia
- ✓ **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Página web.
- ✓ **Página web:** <https://www.yogaalliance.org/>

En el gráfico siguiente se muestra un resumen de los proveedores que tendrá la empresa Liberta Yoga, en éste se detalla el giro del negocio de la compañía, algunos productos que se va a adquirir, el rango de precios que cuestan los productos y su respectivo enlace de página web.

Gráfico N°04 “Proveedores de Liberta Yoga”

PROVEEDOR	GIRO DE NEGOCIO	PRODUCTOS	PRECIOS	ENLACE
	Venta de ropa y accesorios de yoga.	Mats de Yoga Ropa Accesorios Herramientas	Desde S/55 a S/ 395	https://laalyoga.com/
	Venta al por menor (retail) de vestuario y calzado para damas, caballeros y niños; electrodomésticos (video, audio, línea blanca, equipos de computo); equipo deportivo; muebles y productos para la decoración del hogar; artículos de belleza, juguetes, entre otros.	Laptops HP Escritorio Silla oficina ergo Aro anillo luz, etc	Desde S/ 49.90 a S/2,199	https://www.falabella.com.pe/falabella-pe
	Inkafarma es una línea de boticas que ofrece una gran variedad de productos farmacéuticos, perfumería y tocador, considerados de buena calidad.	Mascarillas KN95, Alcohol Curitas, gasas, termómetros, etc	Desde S/2.00 a más	https://inkafarma.pe/
	Telecomunicaciones, operadora de telefonía móvil.	Telefonía Móvil, Internet Móvi, Telefonía de Larga Distancia, etc.	S/85.90 mes	https://empresas.movistar.com.pe/movistar-internet
	Bolsa de Trabajos	Aviso Simple Aviso Destacado Búsqueda en Base 25	S/273 - S/798 - S/286	https://www.bumeran.com.pe/empresas
	Agencia Digital proveedora de diseño de página web	Diseño Web Dominio Hosting, etc	S/800 a S/1500	https://enfokarte.com.pe/clientes
	Desarrollador de aplicaciones móviles	Desarrollo móvil	\$ 10 mil USD	https://www.doapps.pe/desarrollo-movil.html
	Asociación más grande que representa a la comunidad de yoga en el mundo	RYS™ 200 RYS™ 300 RYS™ 500, etc.	\$ 640 USD	https://www.yogaalliance.org/Credentialing/CredentialsforSchools

Fuente: Elaboración propia (2021)

2.2. Análisis del macroentorno:

2.2.1. Factores económicos

2.2.1.1. Situación actual del país (PBI)

Según El Banco Mundial En Perú 2021, el país se ha visto gravemente afectado por la pandemia del COVID-19. Una cuarentena estricta y prolongada llevó a un descenso del PBI de 11.1 % en el 2020. El empleo cayó en promedio 20% entre abril y diciembre. En este contexto, el gobierno desarrolló un programa global de compensación económica y asistencia con el fin de proteger a la población vulnerable y apoyar a las empresas, el mismo que incluye transferencias en efectivo, postergación del pago de impuestos y garantías crediticias para el sector privado.

Este programa habría movilizado recursos por un valor equivalente al 20% del PIB. A pesar de este esfuerzo, la desaceleración de la actividad económica y el desempleo habrían producido un incremento de alrededor de seis puntos porcentuales en la pobreza monetaria, empujando a casi dos millones de personas a esta condición, llevando la tasa de pobreza a alrededor de 27% en 2020. El déficit público aumentó a 8,9 por ciento en 2020, desde el 1,6% del año previo. Los ingresos cayeron drásticamente debido a la fuerte contracción de la actividad económica.

Además, el componente fiscal del paquete (gastos en salud, transferencias sociales, subsidios de nómina, entre otros), estimado en 7 por ciento del PIB, elevó los gastos. Con ello, la deuda pública cerró el año en 35 por ciento del PIB, por encima del límite legal del 30 por ciento. Por el lado de las cuentas externas, se registró una abrupta caída de los volúmenes de exportación e importación. A pesar de ello, la cuenta corriente de la balanza de pagos mostró un signo positivo en 2020, debido a la mejora de los términos de intercambio, especialmente en la segunda mitad de año.

Considerando la profundidad de la recesión en el 2020, para el 2021 se espera un fuerte rebote, lo cual presupone una ejecución más rápida de la inversión pública y mejores condiciones internacionales a raíz de la implementación de una vacuna contra el COVID-19.

En el plano doméstico, la prevalencia de algunas restricciones, la aversión al riesgo y la incertidumbre ralentizarían la recuperación del gasto privado. En este contexto, a pesar de un fuerte rebote, el PIB se mantendría por debajo del nivel prepandemia.

En adelante, se espera que la economía se estabilice a tasas cercanas a las registradas en el período anterior a la crisis. El desafío para la economía peruana radica en acelerar el crecimiento del PBI, promover una prosperidad compartida y brindar a sus ciudadanos protección contra los remezones, ya sea de índole generalizada o individual. Para ello, será necesario potenciar la efectividad del Estado en la prestación de servicios públicos y en la calidad regulatoria, generar planes de protección, así como proveer una mejor infraestructura de conectividad y formular políticas para reducir las rigideces en los mercados de factores y productos.

2.2.1.2. Tasa de desempleo y sueldo promedio de los peruanos.

El sueldo promedio de los peruanos es un factor importante, porque a partir de ello vamos a poder saber si hay poder adquisitivo en el país para que los peruanos adquieran nuestro servicio. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) reveló que en el último año cerca de 14 millones de peruanos continúan laborando. Pero ¿cuánto es su ingreso mensual? Entre octubre del 2019 y septiembre del 2020, el ingreso promedio mensual fue de S/1,464,8 a nivel nacional.

Esta cifra es 7.4% menor que lo registrado en el mismo periodo del año pasado. Pero, el salario promedio sería incluso menor dependiendo de la edad que tenga el trabajador. Los trabajadores menores de 25 años están recibiendo cerca de S/927 mensuales, cifra cercana al sueldo mínimo. Mientras que, los empleados de entre 25 y 44 años reportaron una remuneración promedio de S/1,545. En el caso de los trabajadores de entre 45 años a más, el salario promedio es de S/1,529 al mes.

En cuanto a los rubros: En el último año se registró que los trabajadores de sectores de servicios, construcción y manufactura ganaron más que los empleados de agricultura, pesca y comercio.

Gráfico N°05 “Ingreso promedio mensual por trabajo, según rama de actividad”

ÁREA URBANA: INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR TRABAJO, SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD
Año Móvil: Octubre-Septiembre
(Soles)

Rama de actividad	Año Móvil			
	Octubre 2018-Septiembre 2019	Octubre 2019-Septiembre 2020 P/	Variación	
			Var. %	Var. Absoluta (Soles)
Total	1581,6	1464,8	- 7,4	- 116,8
Agricultura/Pesca/Minería	1261,4	1034,2	- 18,0	- 227,2
Manufactura	1562,7	1388,6	- 11,1	- 174,1
Construcción	1735,1	1569,3	- 9,6	- 165,8
Comercio	1273,5	1173,6	- 7,9	- 99,9
Servicios 1/	1757,9	1720,9	- 2,1	- 37,0

P/ Información preliminar.

1/ Incluye: Transportes y Comunicaciones, Intervención Financiera, Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler, Enseñanza, Actividades de Servicios Sociales y de Salud.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente: INEI

El nivel educativo también es un indicador importante para la variación de ingresos. Los empleados con educación universitaria ganan casi 3 veces más que los trabajadores con menores estudios. Su promedio de ingresos mensuales es de S/2,477. Las personas que solo estudiaron primaria ganan cerca de S/801, y aquellos con secundaria tienen sueldos de S/1,118 en promedio. Por su parte, los técnicos tienen ingresos de cerca de S/1,583.7 mensuales.

En tanto, la tasa de desempleo se ubicó en 7.4%, es decir, del total 1 millón 193 mil 200 personas buscaron activamente un empleo en el país. Esta cifra es casi el doble de alta que, en el 2019, cuando solo un 3.6% de la población se encontraba incluida en la tasa de desempleo. Cabe indicar que en el 2020 la población en edad de trabajar se incrementó en 1.5%. Mientras que la población económica activa disminuyó en 9.7%. Además, el INEI indica que la tasa de desempleo es mayor en la Costa con 10.1%. Mientras que en la Sierra la tasa de desempleo se ubicó en 5.1%, y en la Selva en 2.9%.

Gráfico N°06 “Población ocupada por trimestre y años, según sexo y grupo de edad”

POBLACIÓN OCUPADA POR TRIMESTRES Y AÑOS, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD
 Trimestre Móvil: Octubre-Noviembre-Diciembre 2019 y 2020
 Años: 2019 - 2020
 Miles de personas y variación porcentual

Sexo/Grupos de edad	Trimestre móvil		Variación		Años		Variación	
	Oct-Nov-Dic 2019	Oct-Nov-Dic 2020 P/	Var.%	Var. Absoluta	Ene-Dic 2019	Ene-Dic 2020 P/	Var.%	Var. Absoluta (Miles)
				Empleo				
Total	17 376,2	16 415,7	- 5,5	- 960,5	17 133,1	14 901,8	- 13,0	- 2 231,3
Hombre	9 568,0	9 241,5	- 3,4	- 326,5	9 549,3	8 612,9	- 9,8	- 936,4
Mujer	7 808,2	7 174,3	- 8,1	- 633,9	7 583,8	6 288,8	- 17,1	- 1 295,0
Grupo de edad								
De 14 a 24 años	2 625,8	2 660,6	1,3	34,8	2 873,2	2 516,3	- 12,4	- 356,9
De 25 a 44 años	8 378,5	7 781,5	- 7,1	- 597,0	8 113,2	7 024,1	- 13,4	- 1 089,1
De 45 y más años	6 372,0	5 973,6	- 6,3	- 398,4	6 146,7	5 361,4	- 12,8	- 785,3

P/ Información preliminar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente: INEI

2.2.1.3. Oportunidad de crear nuevos proyectos de negocio.

Los centros de yoga fueron uno de los más golpeados por la pandemia del COVID 19. Al igual que los gimnasios, muchos de ellos tuvieron que cerrar por el confinamiento y las restricciones planteadas por el gobierno. No obstante, se encontró una forma de reinención, mediante el Yoga virtual.

Además de este dato alentador, la proyección del Banco Mundial para el PBI peruano muestra el segundo mayor crecimiento en la región este año, solo detrás de Guyana (20.9%) y por delante de Argentina con 6.4% y Chile, 5.5%. Después de varios meses en donde todos hemos hecho un gran esfuerzo por cumplir con las fuertes restricciones con la crisis sanitaria mundial, es hora de ocuparnos otra vez en nuestro bienestar y retomar nuestros proyectos de negocios que hemos estado postergando.

Varios indicadores sanitarios y económicos indican que el mes de marzo es el ideal para iniciar a constituir y preparar nuestro negocio y aprovechar el “rebote económico” y la “normalización sanitaria” que se espera para el segundo trimestre de este año. Existe un

consenso en las entidades de estudios económicos públicas y privadas del esperado “rebote económico” para este siguiente trimestre, así como el crecimiento sostenido para los años 2021 y 2022.

Así, por ejemplo: El área de estudios económicos del BCP estima que para el segundo trimestre se espera un rebote de alrededor del 30%, pues se comparará con lo que se registró durante el confinamiento del 2020 y ratificó su proyección de crecimiento del PBI en 9% para este 2021. Esta ratio es confirmada por el Fondo Monetario Internacional (FMI) que actualizó al alza su proyección económica de Perú para 2021, que crecería en 9% y para el 2022 5.2%. Siendo ambas las más altas de toda Latinoamérica. (Mi Empresa Propia, 2021).

Tabla N°01 “Proyecciones de crecimiento del PBI”

	2019	Est. 2020	Proyecciones	
			2021	2022
América Latina y el Caribe	0.2	-7.4	4.1	2.9
América del Sur ¹	-0.1	-7.1	4.1	2.9
Amér. Central, Panamá, Rep. Dom.	3.2	-6.0	3.5	4.1
Caribe				
Econ. dependientes del turismo ²	0.2	-9.8	2.4	4.4
Países export. materias primas ³	0.2	-0.2	4.0	11.4
Argentina	-2.1	-10.4	4.5	2.7
Brasil	1.4	-4.5	3.6	2.6
Chile	1.1	-6.3	5.8	3.5
Colombia	3.3	-7.9	4.6	3.7
México	-0.1	-8.5	4.3	2.5
Perú	2.2	-12.0	9.0	5.2

Fuentes: FMI, base de datos de *Perspectivas de la economía mundial*; y cálculos del personal técnico del FMI.

Nota: Los agregados regionales son promedios ponderados por el PIB en función de la paridad del poder adquisitivo.

1 Excluye Guyana y Suriname.

2 Antigua y Barbuda, Aruba, Las Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Haití, Jamaica, Saint Kitts y Nevis, San Vicente y las Granadinas y Santa Lucía.

3 Guyana, Suriname y Trinidad y Tobago.

Fuente: Mi Empresa Propia 2021

2.2.2. Factores sociales

En la actualidad, el comportamiento del consumidor está cambiando, valoran a aquellas empresas que les brindan experiencias y estilo de vida, y no simplemente productos y/o servicios. Lo expuesto, genera cambios en los hábitos de consumo y necesidades de las personas, lo que exige que las empresas evolucionen y se adapten a los nuevos consumidores. Asimismo, se presenta como una

oportunidad para reinventar modelos de negocios, estrategias de comunicación y de publicidad, replantear los canales para llegar al consumidor, el tipo de mensaje, etc., así como para crear nuevos productos y servicios que satisfagan de diferente manera a sus consumidores.

El mercado seguirá evolucionando día a día, sobre todo con el ingreso de las nuevas generaciones y la evolución tecnológica, las empresas deben estar preparadas para enfrentar de manera rápida a estos cambios y hacer sostenibles sus estrategias en el largo plazo. (Plan de negocio para una aplicación móvil que ofrece servicios de limpieza de hogar en lima moderna, 2018).

2.2.2.1. Estilo de vida de los consumidores peruanos

Hoy en día hay un nuevo enfoque que se funda en el nivel de ingreso y el de modernidad– tradición, los cuales están altamente correlacionado con una variable de tendencia y resistencia al cambio; les permite conocer la manera compartida de ser y de comportarse por un grupo significativo de personas de una sociedad que tienen semejanzas entre sí por sus características sociodemográficas, psicológicas, de comportamiento, de equipamiento e infraestructura, entre otras. (Plan de negocio para una aplicación móvil que ofrece servicios de limpieza de hogar en lima moderna, 2018).

Según Arellano, anteriormente muchas de las empresas peruanas para seleccionar un determinado público objetivo se basaban en los niveles socioeconómicos, hoy en día, se está priorizando el conocimiento del consumidor peruano a través de su estilo de vida, independientemente al Nivel Socio Económico (NSE) al que pertenece. Según la segmentación de mercado de Arellano, existen seis tipos de estilos de vida. Sin embargo, en este proyecto se tomará como público objetivo a los sofisticados, las modernas y los formalistas. Por un lado, tenemos a los sofisticados, que son personas abiertas al mundo y a la globalización, disfrutan de su ganancia, les interesa ascender socialmente, son optimistas y dueños de su destino y confían en sí mismos. (Los seis estilos de vida, Arellano)

Algunas de sus características son:

- Tienen grandes aspiraciones respecto a su nivel de instrucción y el de sus hijos.

- La modernidad es su paradigma: les atraen los productos innovadores y los nuevos medios de comunicación y compra.
- Se relacionan intensamente con las marcas, llegando a considerarlas tan importantes como los atributos intrínsecos del producto.
- Son los peruanos que prestan más atención a su arreglo personal y a la moda en el vestir.
- También se fijan en el contenido nutricional de los alimentos.



Asimismo, tenemos a las modernas, que son personas trabajadoras, de carácter pujante, consideran los estudios parte importante de su desarrollo personal, pues creen que estos las ayudan a tener independencia económica y a expandir sus horizontes, en su tiempo libre, además de descansar, les agrada hacer manualidades, escuchar música y ver televisión.







Y por último los formalistas, que son personas trabajadoras y orientadas a la familia que valoran mucho su estatus social. Admiran a los Sofisticados, aunque son mucho más tradicionales que estos. Llegan siempre un “poco tarde” en la adopción de las modas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados de nivel medio, profesores, obreros o en actividades independientes profesionales.

2.2.2.2. Nivel socioeconómico.

Si bien es cierto, el nivel socioeconómico ya no tiene mucha relevancia al momento de hacer un estudio de mercado, debemos tener definido nuestro público objetivo, el cual serán las personas de un NSE A, B y C con un rango de edad de 18 a 40 años. Según en cuadro que presenta Ipsos para el año 2020, estos son los ingresos, gastos de las personas del sector A, B y C

Gráfico N°07 “NSE – PERÚ”

	INGRESO PROMEDIO 	GASTO MENSUAL  % de sus ingresos
NSE A	S/12,660	62%
NSE B	S/7,020	68%
NSE C	S/3,970	75%
NSE D	S/2,480	80%
NSE E	S/1,300	87%

CARACTERÍSTICAS PROMEDIO DE LAS VIVIENDAS 		
NSE	Número de ambientes	Materiales predominantes
A	5	 Pisos: Parquet o madera pulida
B	4.6	 Pisos: Losetas o terrazos
C	3.8	 Pisos: Cemento
D	3.2	 Techos: Calamina, fibra de cemento o similares
E	2.7	 Piso: Tierra Techos: Calamina

Fuente: IPSOS, 2020

2.2.3. Factores políticos

El factor político en el Perú ha sido uno de los más afectados por la corrupción y con la llegada del coronavirus. Sin duda el panorama no es tan alentador para la inversión de nuevas empresas, sobre todo en aquellas empresas que ofrecen servicios de turismo y manufactura. Si bien la crisis sanitaria ha dejado las cuentas nacionales debilitadas, la crisis política incrementa su impacto negativo. La disminución en la confianza de los inversionistas, el alza del tipo de cambio, el aumento del riesgo país y el desempleo son algunas de las secuelas que estamos presenciando.

En los últimos meses, los peruanos hemos sido testigos de la hostilidad entre el Poder Ejecutivo y Legislativo en diversas ocasiones. La tensión entre ambos poderes tiene repercusiones en la economía del país y en las finanzas de nuestro día a día. Primero, la elevada incertidumbre política deteriora la confianza

de los inversionistas. Los empresarios están a la espera de tener mayor certeza para apostar su dinero en el país. Además, las tasas de los bonos soberanos tenderán a subir, ya que la crisis perjudica el apetito por estos. Esto ocasiona que se deba incrementar su retorno esperado para que los compradores mantengan o incrementen su posición. En segundo lugar, esta baja entrada de capitales, sumada al enfrentamiento político y otros factores (reducción de importaciones, abundante liquidez en soles, etc.) ha generado que el tipo de cambio alcance niveles no observados en más de 15 años.

En tercer lugar, la incertidumbre política es uno de los factores que eleva el riesgo país. Este es calculado por el banco americano JP Morgan. Basado en el índice EMBI+, busca estimar el riesgo político y la posibilidad de que un país pueda incumplir con sus obligaciones de pago a los acreedores internacionales. Este mes cerró en 1.25 puntos porcentuales, 3 puntos básicos por encima de la sesión previa. Esto genera que financiar un proyecto, obtener un crédito, sea más costoso.

En cuarto lugar, el desempleo es una de las consecuencias más duras de esta crisis política. La poca certeza en el entorno económico y político genera que las empresas tengan temor de contratar personal. Según el INEI, los sectores más afectados son comercio, servicio, construcción y manufactura. Estos representan, solo en Lima Metropolitana, cerca de 2 millones de empleos perdidos. Finalmente, los constantes cambios e interpelaciones a los ministros, así como las observaciones de los proyectos de ley por parte del Congreso, retrasan la toma de decisiones y gestión de la administración pública. Esto da lugar a que se posterguen acciones que son necesarias y urgentes especialmente en este momento de pandemia. (El impacto de la crisis política, 2020).

2.2.4. Factores tecnologías

En el mundo actual, las personas ya no buscan solo el ejercicio físico sino también el equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu, motivo por el cual las Naciones Unidas ha proclamado el 21 de junio como día internacional del yoga. Es así que la principal institución internacional a través de su secretario Ban-Ki-Moon en la 69 Asamblea General de la ONU reconoció los importantes beneficios de esta práctica. Ban-Ki-Moon indico: “El yoga ofrece un medio sencillo, accesible e incluyente para promover la salud y el bienestar físico y espiritual. Promueve el respeto por los demás seres humanos y el planeta que compartimos. Y el yoga no discrimina; en diversos grados, todas las personas pueden practicarlo, independientemente de su fuerza, edad o capacidades relativas” (Yoga y mindfulness corporativo, 2019).

Es cierto que factores políticos y económicos se han visto afectados con la llegada del coronavirus, pero el sector tecnológico es uno de los que ha tomado ventaja y ha tenido un crecimiento muy grande. Se puede decir que el panorama es bastante alentador y vamos a tomar la ventaja que nos está brindando la tecnología para incorporarla en nuestro modelo de negocio de yoga online que faciliten esta práctica desde el lugar en el que se encuentre el cliente.

En los últimos veinte años se vienen sucediendo tremendos avances tecnológicos que están transformando la sociedad y nuestra forma de vivir para siempre. Principalmente en la miniaturización de componentes, mejora de rendimientos, nuevas tecnologías de almacenamiento en la nube, ahorro de energía, acceso a internet sin latencia.

Por otro lado, el e-commerce ha tenido mayor parte de crecimiento desde que inició la pandemia. El fuerte impacto en los comercios ha definido el 2020. Sin embargo, la pandemia también permitió la entrada de la tendencia tecnológica de comprar en línea. Es un hecho que muchas empresas han duplicado, e incluso triplicado, sus esfuerzos para mejorar sus canales e-commerce. Sin embargo, la aplicación del comercio electrónico no sucede sola, sino que se necesitan combinar diferentes tecnologías como Big Data e Inteligencia Artificial para que genere valor a los clientes.

Además, según el comercio electrónico en el Perú, 2021. “La pandemia ha acelerado nuevos métodos de pago como pagos sin contacto, billeteras móviles, pagar más tarde y métodos de pago a plazos. Incluso, los minoristas han recurrido a nuevas opciones de pago para sus clientes como códigos QR. Por esta razón, uno de los pronósticos tecnológicos 2021 será la aparición de métodos de pago más innovadores y con diferentes propuestas de valor para los usuarios”.

2.2.5. Factores ecológicos

Tradicionalmente, el yoga nos ha alertado de la interdependencia del género humano y la naturaleza. El sólo hecho de hacer a las personas conscientes de su respiración es una forma de vincularlas con su propia naturaleza y con su medio. Hacer yoga ha tenido siempre una dimensión ecológica que, no obstante, en la vida moderna llega a ignorarse cuando se piensa que se trata nada más de un ejercicio físico,

pero su práctica puede ayudar a proteger ese entorno y a hacer frente al cambio climático. (Cambio climático y medio ambiente, 2019).

Nuestro plan de negocio está basado en la sostenibilidad del medio ambiente. El hacer yoga no requiere el uso de herramientas o máquinas que usen electricidad o algún instrumento que esté hecho con cuero animal. Se pueden hacer muchas cosas para trabajar con nuestros cuerpos tal y como son. No hace falta ser una persona que se puede doblar mucho o que es muy fuerte para decir que es un yogui. El yoga es un estilo de vida, no es una práctica competitiva, todo el mundo puede hacer yoga. No importa la edad ni la condición física, quien puede respirar puede hacer yoga, es tan simple como eso.

Según Ahmed Soliman, biólogo y científico del medio ambiente, dice que actualmente, ante el avance del cambio climático, gran parte de la humanidad se empeña en frenar el fenómeno para evitar una catástrofe que podría acabar con el planeta. Es en esta batalla donde el yoga puede ser útil, insiste Ahmed. El fenómeno es el resultado de haber llevado nuestras prácticas al extremo. En este momento, la principal causa del calentamiento global es el incremento de los gases de efecto invernadero. Esto se debe a la industrialización, al smog, a la contaminación. Y en conjunto responde a prácticas excesivas que van a un extremo u otro sin ningún equilibrio. El yoga nos enseña cómo encontrar el equilibrio.

El equilibrio dentro de nosotros, dentro de nuestra comunidad tanto humana como medioambiental. Conectar el yoga con la conciencia ambiental nos beneficia a todos. Practicar yoga genera nuevas formas de pensamiento y el futuro del mundo depende de las nuevas ideas de sostenibilidad, de entender que el modelo actual no es viable y que cambiarlo no se contrapone al desarrollo. Además, dice que combatir el cambio climático no es detener la producción o prohibir que la gente maneje un coche, sino implementar prácticas que permitan mantener los recursos en lugar de agotarlos.

“Utilizar los recursos de manera sostenible resolvería el desafío que afrontamos hoy con el cambio climático. El yoga nos enseña cómo ser sostenibles en nuestra vida diaria, con prácticas que hacen sostenible la salud, la prosperidad, la tranquilidad, la felicidad y demás. Ser yogui, ser consciente, luchar por la sostenibilidad nos puede ayudar a resolver los retos climáticos que enfrentamos.” (Cambio climático y medio ambiente, 2019).

2.2.6. Factores legales

En el presente proyecto se ha identificado diversas leyes que refuerzan nuestra idea de negocio y resaltan la importancia de gozar de una buena salud mental. La ley N°30947 el marco de lo establecido por el artículo 7 de la Constitución Política del Perú, dice que toda persona, sin discriminación alguna, tiene derecho a gozar del más alto nivel posible de salud mental. El Estado garantiza la disponibilidad de programas y servicios para la atención de la salud mental en número suficiente, en todo el territorio nacional; así como el acceso a prestaciones de salud mental adecuadas y de calidad.

Asimismo, en nuestro país existe una norma legal que obliga tanto al empleador como al empleado a cuidar su salud corporativa. La “Ley N°29783 – Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo” se apoya en varios principios como el principio de prevención, de responsabilidad, de atención de salud integral, de protección entre otros, que presionan a todos a estar bien tanto física, psicológica y emocionalmente. Adicionalmente, el Ministerio de Salud a través de la Dirección de Salud Ocupacional, es la encargada de proponer, regular, vigilar, fortalecer, proteger y promover la salud de la población económicamente activa tanto en el sector público como el privado a toda escala.

La realidad del país no es un punto a favor debido a que la crisis política, la corrupción y la delincuencia son situaciones que evidentemente toman mayor atención e importancia en esta época; es decir, el ciudadano entiende o asume que estos problemas son primordiales de atender y la salud o educación pasan a un segundo plano. (Trabajo de investigación de yoga y mindfulness corporativo 2019). Teniendo en cuenta estos puntos cabe resaltar que seremos una empresa formal que tendrá en su planilla a profesores de yoga, brindándole todos los beneficios de ley. Así contribuiremos al bienestar en la sociedad generando bienes y servicios, creando puestos de trabajo y pagando impuestos. El dinero que usa el estado para pagar los servicios públicos (educación, salud, trabajo estatal) proviene principalmente de las empresas. (Perú el país más empresario del mundo, Arellano).

CAPÍTULO III

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. Misión

Somos una empresa enfocada en el bienestar de nuestros clientes, que brinda el servicio de yoga online y aplicativo móvil de seguimiento de la rutina del yoga.

3.2. Visión

Nuestra visión en el mediano plazo, es ser el medio digital más especializado y líder en clases de yoga online, que ofrezca un servicio de calidad en todo el Perú.

3.3. Valores

Valores humanos

- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de nuestras acciones y cumplir con las obligaciones tanto con nuestros clientes como con nuestros trabajadores.
- **Honestidad:** Ser sinceros con los participantes de nuestro grupo de interés, tanto externo como interno.
- **Respeto:** Comunicarnos respetuosamente con el cliente y ser paciente en el trato que se les dé.

Valores organizacionales:

- **Trabajo en equipo:** Cada área de la empresa cruzará información para aunar esfuerzos y lograr los objetivos propuestos.
- **Responsabilidad social:** Implantaremos programas gratuitos en el mediano plazo para adultos mayores que necesiten el yoga como soporte y ayuda para una vida mejor.
- **Calidad:** Nuestro equipo estará conformado por personas certificadas en su profesión (yoguis certificados). De esta manera, buscamos brindar lo mejor a nuestro cliente.

3.4. Objetivos estratégicos generales y específicos

Objetivos generales:

- Promover el yoga como una disciplina que ayuda al manejo del estrés y ansiedad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Generar rentabilidad en el servicio de yoga y ser sostenible con el tiempo.

Objetivos específicos:

- Conseguir que nuestro aplicativo de yoga móvil sea conocido por el 70% de los peruanos.
- Lanzar publicidad masiva mediante Google, redes sociales para generar posicionamiento en la mente de las personas alcanzándolo en un periodo de 1 año y medio.
- Crear convenios corporativos con empresas que ofrezcan como beneficio el hacer yoga.
- Conseguir una rentabilidad mayor a 10% para el segundo año de nuestro negocio.
- Incrementar anualmente como mínimo 3% en nuestras ventas.
- Generar un VAN mayor a 0 y una TIR mayor a la tasa de descuento en nuestro proyecto.

3.5. Matriz FODA

Tabla N°02 “FODA”

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1.	Pasión por la labor.	1.	Nuevos en el mercado digital.
2.	Especialistas en yoga certificados	2.	La Dirección no cuenta con la experiencia necesaria.
3.	Fácil acceso (a través de la web).	3.	Poco conocimiento de este deporte en las personas.
4.	Compromiso por parte de los involucrados.	4.	Costo alto en los servicios.
5.	Diversas tarifas para el yoga.	5.	Centros de yoga consolidados en el país.
6.	Facilidad de horarios.	6.	Competencia con experiencia en el negocio.
7.	Servicio innovador y de calidad en el servicio.	7.	Poca variedad en la oferta de servicios de yoga.
8.	Buena atención al público.	8.	Tiempo limitado de las personas les impide su práctica del yoga.
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1.	Crecimiento del Covid – 19.	1.	Incremento de servicios sustitutos.
2.	El yoga es un deporte que va en ascenso.	2.	Nueva competencia directa.
3.	Crecimiento de estrés, ansiedad y depresión.	3.	Los centros de salud incorporen un área específica para tratar estos casos.
4.	Crecimiento de las compras en pág web.	4.	Crisis política y económica.
5.	Mayor uso de las redes sociales. en estos tiempos de pandemia.	5.	Copia de nuestro modelo de negocio.
6.	El Estado promueve en financiamiento para las pequeñas empresas.	6.	Aparición de nuevas enfermedades que ataquen el sistema nervioso.
7.	En la Región Ica no hay un servicio especializado en yoga virtual.	7.	Escaso interés del Estado por regular la industria.
		8.	Entrada de competidores grandes al mercado digital.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°08 “Matriz Foda Cruzado”

FODA CRUZADO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES O1. Facilidades de pago. O2. Crecimiento del Covid – 19. O3. El yoga es un deporte que va en ascenso. O4. Crecimiento de estrés, ansiedad y depresión. O5. Crecimiento de las compras en pág web. O6. Mayor uso de las redes sociales.	F1. Pasión por la labor. F2. Especialistas en yoga certificados F3. Fácil acceso (a través de la web). F4. Compromiso por parte de los involucrados. F5. Diversas tarifas para el yoga. F2 – O4 Brindar el apoyo que necesitan nuestros clientes con los especialistas calificados a través de la plataforma móvil.	D1. Nuevos en el mercado. D2. La Dirección no cuenta con la experiencia necesaria. D3. Poco conocimiento de este deporte en las personas. D4. Precio alto en los servicios. D5. Centros de salud especializados en psiquiatría y psicología. D3 – O6 Dar a conocer a través de los medios digitales pequeños videos de publicidad del deporte del yoga y de todos los beneficios que trae practicar esta actividad.
AMENAZAS A1. Incremento de servicios sustitutos. A2. Nueva competencia directa. A3. Los centros de salud incorporen un área específica para tratar estos casos. A4. Crisis política y económica. A5. Copia de nuestro modelo de negocio.	F5 – A4 Contar con una amplia variedad en los precios según el nivel de yoga que se encuentre el cliente (Básico – Intermedio – Avanzado), según la fidelidad dar promociones para las familias que deseen incorporar este nuevo deporte en sus vidas.	D1 – A5 Potenciar nuestra publicidad del yoga y sus beneficios en Ica, un mercado en el que hay poca competencia y se realiza algunos ejercicios de yoga en gimnasios.

Fuente: Elaboración propia (2021)

3.6. Estrategia general de Porter:

Nuestra estrategia distintiva será la calidad y excelencia en la ejecución del servicio, debido a que Liberta Yoga contará con yoguis especializados (certificados) que evaluarán a cada uno de nuestros clientes y les recomendará cuál de los tres tipos de yoga que ofrecemos es el más indicado para cada persona. Asimismo, el servicio que estamos ofreciendo es online, lo que aliviará el tedioso traslado hacia las instalaciones del centro de yoga, para que nuestros clientes no pierdan tiempo al momento de trasladarse de un lugar a otro. A su vez, usaremos la estrategia de enfoque, ya que estamos dirigidos a un nicho de mercado específico para las personas que sufren de estrés y ansiedad.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Oferta

4.1.1 Competencia directa

a) Lima Yoga

Es el líder del mercado y el único que tiene más de una sede, actualmente posee 7 sedes, en los distritos de Surco, Miraflores, La Molina y Magdalena. Además, es el que tiene mayor cantidad de horarios disponibles y posee el mayor número de profesores. Está respaldado por Yogashala de Fred Bush el cual es un conocido profesor de yoga en el sur de Miami, Florida, USA. Sus instructores están afiliados a la Yoga Alliance.

También imparten cursos de teacher training 2 veces al año dirigidos por el propio Bush y por Percy García. Además, imparten cursos de profesorado para niños y embarazadas. Las clases son para personas amateur y para personas expertas y los profesores están certificados. Estos se adecúan la clase a las necesidades de cada practicante. Todos sus profesores son profesores altamente calificados y certificados por el Yoga Alliance, además de ser dedicados practicantes en continuo aprendizaje.

Precios: Los precios siguientes están dados en base a las clases de forma presencial, pero cabe resaltar que las clases virtuales que ofrece Lima yoga cuestan un aproximado de 25 a 30 soles, por clase. Además, en forma de enganche ofrecen 1 semana gratis de clases grabadas para que puedas conocer más acerca del servicio.

Beneficios de la empresa

- Staff reconocido y altamente capacitado.
- Cuenta con “Yoga Alliance Certified”
- Ofrecen clases bajo la modalidad B2B

Gráfico N°09 “Precio presencial de Lima Yoga”

PAQUETES MENSUALES^(A)


	PRECIO S/	CONGELAMIENTO ^(C)
1 semana	90	-
1 mes alumnos nuevos	150	-
1 mes	270	-
2 meses	490	-
3 meses	595	14 días
6 meses	1050	35 días
1 año	1850	70 días

PAQUETES DE CLASES^(B)

	PRECIO S/
1 clase	40
4 clases en 1 mes	130
8 clases en 1 mes	220
10 clases en 3 meses	240
16 clases en 6 meses	400
Preferencial ^(d)	20% dscto.

Fuente: www.limayoga.com

Gráfico N°10 “Resumen Lima Yoga”

Nombre	Lima Yoga	
RUC	20522268721	
Ubicación	José Gonzales 181, Miraflores	
Estilos de yoga	Hatha Yoga Meditación Yoga Nidra Hatha Vinyasa Power Yoga Yoga Prenatal, entre otros.	
Redes sociales	Facebook, Instagram, Página Web	
Precios	PRESENCIAL 1 Clase: S/40 4 clases al mes: S/130	VIRTUAL Membresía mensual: S/104 Membresía Trimestral: S/206.50
Página Web	https://www.limayoga.com/	
Logo		

Fuente: Elaboración propia (2021)

b) Balance Studio

Balance Studio es un Centro de Bienestar, cuyo fin es promover y desarrollar disciplinas como el Pilates y Yoga, consideradas terapias alternativas y complementarias. La misión de Balance Studio es ayudar a sus clientes a encontrar el balance entre su cuerpo -mente. Cuenta con un estudio presencial donde ofrecen clases de yoga y pilates, siendo la finalidad de crear un ambiente equilibrado, relajado y agradable; donde se perciba un espacio de paz y tranquilidad. La información se pudo obtener de su página web: <http://www.balancestudio.pe/>.

Esta empresa se encuentra ubicada en Lima, tiene presencia digital en las redes sociales como Facebook, Instagram, Página Web e incluso cuenta con un sistema para reservar clases (versión web y app). Actualmente, debido a la pandemia ha tenido que reinventarse y las clases de yoga las enseña de manera online.

Las clases que dictan actualmente son de Pilates, Yoga y Meditación a través de la plataforma Zoom. Cuenta con horarios flexibles a la semana y las clases online tienen cupos limitados. Además, cuentan con un app llamada Zen Planner, donde el cliente reserva la clase que desea llevar. Y la aplicación en la que se conectan es Zoom donde el profesor dicta la clase, orienta y enseña a los alumnos en vivo con la finalidad de corregirlos de ser necesario.

Algunos beneficios de practicar en casa disciplinas alternativas:

- ✓ Mejora el estado de ánimo y reduce los niveles de ansiedad.
- ✓ Junto con una dieta ordenada, reduce el exceso de peso.
- ✓ Aumenta tu fuerza y resistencia.
- ✓ Aumento de energía y vitalidad.
- ✓ Mejora la flexibilidad, estabilidad y equilibrio corporal.

Gráfico N°11 “Resumen Balance Studio”

Nombre	Balance Studio	
RUC	20563737213	
Ubicación	Av. San Borja Sur 342	
Estilos de yoga	Anusara Hatha Hatha Vinyasa Yoga Kids Yoga Prenatal Pilates con máquina	
Redes sociales	Facebook, Instagram, Página Web	
Precios	PRESENCIAL 1 clase: S/45 4 clases al mes: S/170	VIRTUAL 1 clase: S/15 4 clases al mes: S/50
Página Web	http://www.balancestudio.pe/index.php	
Logo		

Fuente: Elaboración propia (2021)

c) Nueva Acrópolis

Nueva Acrópolis es una Asociación que promueve la Filosofía, Cultura y Voluntariado. Nuestro objetivo es contribuir en la formación del ser humano para que se transforme en una mejor persona. Creemos que el mundo puede ser mejor si cada hombre aprende a desarrollar lo mejor y más bueno de sí mismo. Ofrece una amplia cartera de cursos, entre ellos el Yoga. Los beneficios que ofrece son:


- Reducir el estrés e incrementa la vitalidad.
- Mejorar el funcionamiento del sistema respiratorio, cardiovascular, digestivo y la visión.
- Incrementar tu flexibilidad y tono muscular.
- Aliviar dolores crónicos de cabeza y espalda.
- Ejercitar una disciplina que previene enfermedades autoinmunes.

La instructora es Mariela Vera quien es una filósofa y conferencista, forma parte del equipo de Instructores de Nueva Acrópolis Perú desde hace más de 15 años a cargo del Taller de Yoga, desempeñándose también como Instructora del Programa de Filosofía en las materias de Ética Filosófica, Psicología y Filosofía de la Historia. Ha participado en Congresos en Argentina y Chile sobre temas de Filosofía Aplicada y Desarrollo Humano.

Beneficios de la Empresa:

- ✚ Actividades Culturales
- ✚ Charlas, recitales, viajes culturales, exposiciones, teatro, danzas, talleres de artesanía, etc. Educación
- ✚ Promovemos el Instituto Internacional de Nueva Medicina Seraphis, donde rescatamos lo mejor de la medicina natural y tradicional como: acupuntura, homeopatía, fitoterapia, aromaterapia, y shiatzu.
- ✚ Voluntariado Social: Acciones sociales en las comunidades más necesitadas, campañas médicas gratuitas, visitas a asilos y albergues infantiles.
- ✚ Capacitación para empresas, sobre temas de Liderazgo, Oratoria, Relaciones Humanas.

Gráfico N°12 “Resumen Nueva Acrópolis”

Nombre	Nueva Acrópolis
RUC	20113015765
Ubicación – sedes	Av. Javier Prado Este 465, San Isidro Av. Bolivia 568, Breña Av. Los Patriotas, San Miguel
Estilos de yoga	Yoga Online Mindfulness, entre otros.
Redes sociales	Facebook, Instagram, Página Web
Precios	VIRTUAL 8 clases: S/100 - S/130
Página Web	https://www.cursosacropolisperu.org/producto/yoga-online/
Logo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

d) Ashtanga Yoga


Es un centro de Yoga de la tradición Ashtanga y está dirigido por la pareja Laura Pellegrini y Pedro Rubio y está ubicado en el distrito de San Isidro. Ambos fueron previamente instructores en Lima Yoga. La información que se pudo obtener de su página web: <http://ashtangayogaperu.com/> fue la siguiente:

Ashtanga es un estilo de yoga basado en una tradición milenaria. Las clases de ashtanga yoga se caracterizan por agrupar respiración, asanas (posturas), drishtis (puntos de mirada), bandhas (cerrojos energéticos) y vinyasa (coordinación entre respiración y movimiento). De esta manera se trabaja fuerza, flexibilidad, concentración, respiración y coordinación siguiendo las enseñanzas de Sri K. Pattabhi Jois y Paramaguru Sharath Jois. (Información obtenida de <https://ashtangayogaperu.com/>)

Beneficios de la empresa:

- ✓ Profesores certificados.
- ✓ Infraestructura adecuada.
- ✓ Retiros y talleres
- ✓ Servicios de salud holística: masaje tailandés, masajes Ayurvédicos, etc.

Gráfico N°13 “Resumen Ashtanga Yoga”

Nombre	Ashtanga Yoga	
RUC	20537578123	
Ubicación	JR. Simón Salguero Nro. 565	
Estilos de yoga	Ashtanga Yoga Yoga Kids Yoga Prenatal	
Redes sociales	Facebook, Instagram, Página Web	
Precios	Yoga Full 5 días x semana: S/450 Yoga 3 3 clases x semana: S/425	Yoga Básico 4 clases x mes: S/375 YOGAFDS 4 sábados: S/350
Página Web	://ashtangayogaperu.com	
Logo		

Fuente: Elaboración propia (2021)

e) Bhrama Kumaris

Brahma Kumaris es un centro de meditación del tipo raja yoga, que significa el yoga de la auto-soberanía. Según indican en su web site: No incluye posturas físicas, rituales o cantos, etc. Meditación raja yoga Brama kumaris es una organización internacional que tiene por objetivo revalorizar al ser humano para la construcción de un mundo mejor. Sin fines de lucro. Su trabajo es sustentado por servicio voluntario y contribuciones espontáneas de aquellos que se benefician. La meditación es la práctica de calmar la mente a través de la creación de pensamientos positivos sobre la naturaleza verdadera del ser y del ser supremo.

Gráfico N°14 “Resumen Asociación Brama Kumaris”

Nombre	Asociación Brama Kumaris
RUC	20376724591
Ubicación	Avenida Francisco Valle Riestra, 652 - San Isidro
Estilos de yoga	Curso meditación Raja Yoga
Redes sociales	Facebook, Instagram, Página Web
Página Web	https://www.brahmakumaris.org/es/
Logo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

f) Sala Yoga Lotus

Yoga Lotus es un centro de yoga pequeño y personalizado ubicado en Miraflores y según su sitio web se describen como: A diferencia de otros espacios congestionados como gimnasios, donde la aglomeración de elementos impide una real concentración, la sala te ofrece un espacio luminoso y acogedor con una atmósfera cálida que invita a la tranquilidad y al recogimiento necesario para que disfrutes de la práctica del Hatha Yoga. La sala está totalmente equipada con calefacción, ventiladores, música, mats, cojines, mantas y una correcta iluminación. Todo el suelo es de madera. Sala Lotus cuenta con Mats (tapetes de yoga) para prestar a sus alumnos inscritos durante el primer mes, luego por razones de higiene recomendamos que tengas tu propio Mat.

Gráfico N°15 “Resumen Sala Yoga Lotus”

Nombre	Sala Yoga Lotus
RUC	20601782431
Ubicación	Miraflores
Servicios que ofrece	Yoga & Sanación Talleres y terapias Crecimiento personal Espiritualidad y bienestar
Redes sociales	Facebook e Instagram
Página Web	https://www.facebook.com/salalotusyoga/about
Logo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

g) Yoga Mandala

Somos un pequeño santuario en medio del Valle Sagrado de los Incas que ayuda a organizar y compartir talleres y retiros relacionados con el yoga y la vida consciente. Nosotros, como familia, ofrecemos todas las instalaciones y coordinamos cada detalle para que su taller transforme a cada individuo y que se conecte con nuestra Madre Tierra en el Valle Sagrado de los Incas en Cusco. Ofrecemos clases de yoga individuales y grupales, talleres de comida cruda y catering, círculos de sanación con sonidos, temascales tradicionales (sweatlodges), ceremonias de plantas maestras, masajes, ofrendas tradicionales de la madre tierra, retiros de desintoxicación y purificación de hígado. (información obtenida de <https://www.yogamandalasacredvalley.com/>)

Servicios

Bienestar: Yoga Mándala te ofrece diferentes programas que te ayudarán a reconectarte física y mentalmente:

- ✓ Día de bienestar.
- ✓ Fin de semana de yoga.
- ✓ Limpieza de colon.

Actividades: Desde ceremonias nativas hasta actividades físicas en la naturaleza, Yoga Mandala te ofrece un abanico de posibilidades para que tu estadía en el Valle Sagrado de los Incas sea única.

- ✓ Terapia de sanación con sonidos.
- ✓ Ceremonia a la madre tierra.
- ✓ Baño de Plantas.

Paseos: Yoga mándala te ofrece paseos con todo incluido por emblemáticos lugares de Valle Sagrado de los Incas y sus alrededores.

- ✓ Waterfalls.
- ✓ Inkary Museum.
- ✓ Písaq, sitios arqueológicos y mercado.

Beneficios de la empresa:

- ✓ Gran variedad de servicios
- ✓ Ofrecen dos idiomas en su página web
- ✓ Profesores especializados

Gráfico N°16 “Resumen Yoga Mandala”

Nombre	Yoga Mandala
RUC	20602157564
Ubicación	Huandar Chico SN Calca - Cuzco
Servicios que ofrece	Bienestar Actividades Paseos
Redes sociales	Facebook, Instagram y Página Web
Página Web	https://www.yogamandalasacredvalley.com/
Logo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

h) Allin Yoga Cusco

Allin Yoga, fue creado en junio del 2016 como Allillanmi Yoga, un espacio para la práctica del yoga, talleres y terapias. Su creadora Isabel Jiménez Manrique, es cusqueña de nacimiento y Comunicadora Social de profesión, con conocimientos en Política e Interculturalidad, y Comunicación para el Desarrollo. Con experiencia teatral y conocimientos en Artes Expresivas como herramientas de comunicación artística para el cambio social.

Isabel, comenzó a practicar yoga desde el 2009 y desde entonces se ha involucrado de lleno en esta disciplina. Con más de 500 horas en profesorados de Yoga Tradicional, Yoga para Niños, Yoga Terapéutico, Yoga Integral y Hatha Yoga, es conecedora de manejo y flujo de vinyasas (series de posturas), pranayamas (técnicas de respiración) kriyas (técnicas de limpiezas), alineación saludable, ajustes de seguridad, equilibrio, meditación y relajación.


En sus clases puede dar cabida a personas con diferente experiencia yóguica, y con diversos grupos. La experiencia le permite equilibrar eficazmente los aspectos físicos y espirituales del yoga, sintonizando y vibrando con la sabiduría su cuerpo, el centrado y canalización de prana (energía vital), guiando a los practicantes a tomar conciencia de cada movimiento, aceptando sus propias limitaciones con amor. (información obtenida de <https://allin-yoga-cusco.negocio.site/>).

Horario: De lunes a viernes de 7:30 am a 8:30 pm / sábados y domingos cerrado

Beneficios de la empresa:

- ✓ Ofrece servicios de yoga virtual.
- ✓ Profesores altamente capacitados.
- ✓ Precios económicos: clases de yoga a 5 soles solo los sábados al aire libre.
- ✓ Buenos comentarios en su página web.

Gráfico N°17 “Resumen Allin Yoga Cusco”

Nombre	Allin Yoga Cusco
Ubicación	Prolongación Av. Los Incas 1721, Dpto. 2B
Servicios que ofrece	Hatha Yoga: Yoga para niños, entre otros.
Redes sociales	Facebook, Instagram y Página Web
Página Web	https://allin-yoga-cusco.negocio.site/
Logo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

4.1.2. Competencia indirecta

Hemos considerado a los gimnasios como competidores indirectos, debido a que algunos de ellos ofrecen el servicio de yoga dentro de su paquete “todo incluido”. Cabe resaltar que solo consideremos a los gimnasios dirigidos al sector Ay B. También a un spa que ofrece un servicio muy parecido al yoga para contrarrestar el estrés. Asimismo, debemos tomar en cuenta que los gimnasios no ofrecen servicio virtual, solo de forma presencial, es por ello que lo consideramos dentro de una competencia indirecta. A continuación, detallaremos los gimnasios considerados, así como también los servicios que ofrecen:

a) Gold’s Gym

El Gold’s Gym es una cadena internacional de gimnasios, el cual tiene 12 locales en Lima Metropolitana, de los cuales 7 están ubicados en zonas donde reside nuestro público objetivo. Este gimnasio tiene presencia constante en medios y cuenta con diversos convenios con empresas para facilitar la afiliación, como también con la tarjeta CMR con promociones especiales. Este gimnasio se dirige al NSE A y B y una de las principales críticas es que en horas “punta” el gimnasio está lleno de personas y no hay espacio o hay que esperar. Esta cadena de gimnasios ofrece los servicios de yoga como parte de sus clases grupales Body & Mind. (información obtenida de <https://www.goldsgym.com/>).

Sedes:

- ✓ CC. Camacho: Av. Javier Prado 5193
- ✓ Centro Comercial Paseo Prado: Av, Jorge Basadre, San Isidro
- ✓ Gold’s Gym óvalo higuiereta: Av. Aviación 5150, Santiago de Surco
- ✓ Gold’s Gym San Borja: Av. Javier Prado Este 1980. San Borja
- ✓ Gold’s Gym La Encalada: Este local fue inaugurado en el 2011 y ofrece clases de Yoga los días martes y jueves de 10am a 11am y los miércoles de 8am a 9am.

b) Bodytech

Este gimnasio se encuentra actualmente en planes de expansión, ya que fue adquirido por la cadena colombiana Bodytech. Actualmente posee 5 sedes, dos de las cuales se encuentran en la zona donde reside nuestro público objetivo. Este es uno de los gimnasios más exclusivos de Lima, dirigido al NSE A y B1 y brinda los servicios de yoga, como parte de su paquete todo incluido. (información obtenida de <https://bodytechperu.com/>).

Precios:

- ✓ 1 mes: 400 soles
- ✓ 3 meses: 850 soles
- ✓ 6 meses: 1500 soles
- ✓ 1 año: 2000 soles

c) Sportlife Fitness Club

La más completa Cadena de Gimnasios en el Perú. Con 21 años de experiencia y con 4 sedes en Lima Metropolitana. Ofrece servicios de musculación, cardio, piscina, talleres de niños, pinning, funcional, y mucho más. Ofrece dentro de sus servicios las clases de yoga profesionales. Los tipos de yoga que brindan a su público son: Hatha yoga, Yoga integral y Power Yoga. (información obtenida de <https://www.sportlifeperu.com/programas/yoga/>).

Sedes:

- ✓ SPORTLIFE CHACARILLA: Av. Caminos del Inca 331, 2do piso
- ✓ SPORTLIFE LA MOLINA: Av. Raúl Ferrero CC. Molina Plaza, 2do piso
- ✓ SPORTLIFE LIMA NORTE: Av. Tomas Valle, CC. Plaza Norte, 2do piso Independencia
- ✓ SPORTLIFE PATIO PANORAMA: Av. Javier prado Este. Edificio Patio Panorama.

Precios:

- ✓ 4 meses x 899 soles.
- ✓ 6 meses x 1,249 soles.

d) Personal Training

Este gimnasio está dirigido al NSE A y B, cuenta con 2 locales en Miraflores y San Borja, en los cuales se imparten programas especializados de acuerdo a lo que busca el cliente. Este gimnasio también cuenta con el yoga dentro de sus servicios ofrecidos.

Sedes:

- ✓ Miraflores: Av. Reducto 1455 Teléfono 242-5666
- ✓ San Borja: Av Javier Prado Este 3616 Teléfono 358-7461

e) Sentidos Thai

Es un spa que ofrece el servicio de masaje tailandés. Atiende todos los días entre 9am y 9pm, previa cita únicamente. Ofrecen el masaje tailandés tradicional y masaje tailandés terapéutico. El masaje tradicional tailandés equilibra la energía en el cuerpo, mejorando su flujo y circulación, produciendo una gran sensación de bienestar y liberación del estrés. A su vez, libera las tensiones físicas y emocionales acumuladas en el cuerpo, que se convierten en dolores y contracturas.

A nivel físico, además, es excelente para la circulación sanguínea, estimula y relaja los órganos internos, aumenta la flexibilidad, mejora la postura y retarda el proceso de envejecimiento, entre otros beneficios. Las posturas que trabaja un masaje completo son el frente, la espalda, los costados, y la postura sentada.

En un masaje completo (1 hora y media o 2 horas) trabajamos con el cliente recostado boca arriba, boca abajo, de costado y sentado. En el masaje de 1 hora, al que en Tailandia se le conoce como un “rapidito”, de todas maneras, cubre todo el cuerpo, con el cliente boca arriba, boca abajo y sentado. (información obtenida de <https://www.sentidosthai.com>).

Precio:

- ✓ Masaje tradicional de 1 hora: S/.115
- ✓ Masaje tradicional de 1 hora y media: S/.165
- ✓ Masaje tradicional de 2 horas: S/.230

4.2. Demanda

Cálculo de muestra de Ica y Lima:

- ✚ N: 2,280,585 personas
- ✚ Z: 95% (1.96)
- ✚ P: 50%
- ✚ Q: 50%
- ✚ E: 5%

Gráfico N°18 “Fórmula de cálculo de muestra”

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: Elaboracion propia (2021)

$$\text{Fórmula: } \frac{2,280,585 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (2,280,585 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 384.10 \text{ (384 encuestas).}$$

Obtenido la muestra de 384 encuestas a realizarse en Ica y Lima, utilizamos como técnica de investigación una encuesta virtual en Google Forms, la misma que hemos tabulado para ver los resultados obtenidos de las preguntas planteadas.

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1 CANVAS de “Liberta Yoga”:

Segmento de clientes

- Género: Hombres y Mujeres
- Segmento: Personas que practican yoga, que les gustaría practicar o buscan un bienestar para su salud.
- Edades: De 18 a 40 años.
- Nivel Socioeconómico: A, B y C
- Estilo de vida: Sofisticados, modernas y formalistas.
- Ingreso promedio: S/2,000 con un gasto mensual promedio del 65%.
- Nivel de educación: Secundaria completa y/o formación superior (técnicos o universitarios).

Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor está basada en el bienestar. Esto es porque brindaremos a las personas una nueva forma de poder relajarse y olvidarse de los problemas que le aquejan día a día. Mediante la práctica del yoga de forma online trabajarán mente y cuerpo. De esta manera, estamos aportando e impulsando a las personas que consuman nuestro servicio, a tener una vida más saludable y dándoles a entender a la vez que el yoga le trae beneficios favorables para su salud.

Además, nuestra propuesta está basada en la salud, porque estamos priorizando darle solución al estrés que es el principal desencadenante de las enfermedades más graves del mundo. Asimismo, en la calidad y personalización de nuestro servicio se debe a que trabajaremos con profesores de yoga especializados y certificados que estarán pendientes de cada uno de nuestros clientes, brindándoles el soporte que necesitan.

Cabe resaltar que mantendremos un precio competitivo con respecto al mercado de yoga. Liberta Yoga no se limitará a ofrecer un solo precio, sino que ofrecerá tres suscripciones con diferentes precios los cuales serán de 1 clase, suscripción mensual y anual.

Por último, nuestra propuesta está basada en la tecnología, debido a que vamos a brindar el servicio utilizando plataformas por internet como lo son la web y el aplicativo para yoga. Quisimos brindar este plus porque actualmente en el mercado peruano de yoga no hay un aplicativo enfocado en este servicio, que sea de fácil uso, práctico y brinde asesoría de nutrición a sus clientes como un valor agregado al servicio.

Cabe recalcar que en la app de Liberta Yoga el cliente encontrará diversas funciones como música relajante, cronómetro de los ejercicios de meditación, relajación, consejos de nutrición, entre otros. Todo ello, con la finalidad de brindarle un excelente servicio a nuestros clientes.

✚ Socios claves

- Proveedor de servicio de videoconferencia (Zoom).
- Proveedor de conexión a internet.
- Proveedor de Hosting y dominio.
- SUNAT.
- Municipalidad.
- Banco.
- Proveedores de software de la APP y página web.

✚ Actividades claves

- Creación de la página web y app de Liberta Yoga.
- Gestión de las clases virtuales de yoga
- Contratar profesores de yoga especializados.
- Elaborar contenido para los medios digitales.

✚ Recursos claves

- **Recursos físicos:** Computadora, cámara, luces para streaming.
- **Recurso humano:** Profesores de yoga especializados y excelente equipo comercial.
- **Económico y financiero:** Capital y préstamo bancario.

✚ Relación con el cliente

- Realizar encuesta post-servicio para medir la satisfacción del cliente.
- Asistencia personal al cliente ante cualquier duda por los medios de redes sociales y página web.

- Tendremos una base de datos de nuestros clientes para realizar promociones y/o descuentos en fechas festivas o mes de su cumpleaños.

✚ **Canales**

- Canal directo: Página web y APP de Liberta Yoga, chatboat.
- Canal de comunicación: Publicidad en redes sociales o medios digitales.









✚ **Estructura de coste**

- Costos Fijos y Costos Variables.

✚ **Fuentes de ingreso**

- Inscripciones por clase de yoga, membresía mensual o anual.
- Medios de pagos: Tarjetas de crédito y débito, aplicaciones de pago (YAPE, PLIN, etc).

Gráfico N°19 “Lienzo Canvas”

<p>Socios claves </p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de servicio de videoconferencia (Zoom). • Proveedor de conexión a internet. • Proveedor de Hosting y dominio. • Community Manager. • SUNAT. • Municipalidad. • Banco. • Proveedores de software de la APP y página web. 	<p>Actividades claves </p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la página web y app de Liberta Yoga. • Gestión de las clases virtuales de yoga. • Contratar profesores de yoga especializados. • Compra de accesorios e implementos de yoga. • Elaborar contenido para los medios digitales. 	<p>Propuesta de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Salud • Personalización • Precios • Tecnología <div data-bbox="869 646 1224 963" style="text-align: center;">  <p>LIBERTA YOGA TU SALUD NOS IMPORTA</p> </div>	<p>Relación con el cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar encuesta post-servicio para medir la satisfacción del cliente. • Asistencia personal al cliente ante cualquier duda por los medios de redes sociales y página web. • Tendremos una base de datos de nuestros clientes para realizar promociones y/o descuentos en fechas festivas o mes de su cumpleaños. 	<p>Segmento de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Género: Hombres y Mujeres • Segmento: Personas que practican yoga, que les gustaría practicar o buscan un bienestar para su salud. • Edades: De 18 a 40 años • Nivel Socioeconómico: A y B y C • Estilo de vida: Sofisticados, modernas y formalistas. • Ingreso promedio: S/2,000 con un gasto mensual promedio del 65%. • Nivel de educación: Secundaria completa y/o formación superior (técnicos o universitarios).
<p>Estructura de coste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Fijos y Costos Variables. 	<p>Recursos claves </p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos físicos: Computadora, cámara, luces para streaming. • Recurso humano: Profesores de yoga especializados y excelente equipo comercial. • Económico y financiero: Capital y préstamo bancario. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canal directo: Página web y APP de Liberta Yoga, chatbot. • Canal de comunicación: Publicidad en redes sociales o medios digitales. 	
<p>Estructura de coste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Fijos y Costos Variables. 		<p>Fuentes de Ingreso </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos: Inscripciones por clase de yoga, membresía mensual o anual. • Medios de pagos: Tarjetas de crédito y débito, aplicaciones de pago (YAPE, PLIN, etc). 		

Fuente: Elaboración propia (2021)

5.2. Mercado

En Liberta Yoga nuestro mercado potencial serán las personas que se preocupen por su salud física y mental, cuiden de su alimentación y bienestar físico. Nuestro segmento de mercado son mujeres y hombres que se encuentran en el rango de 18 a 40 años del NSE A, B y C. Para esta investigación estamos analizando el departamento de Ica y Lima, ya que si bien somos una página web y aplicativo móvil online que abarca a todo el mundo y cualquiera puede disponer de nuestro servicio de yoga.

Vemos la oportunidad en estos 2 departamentos, ya que en Ica no hay mucha oferta e impulso de esta disciplina del yoga y existe demanda de éste. Ello no se está cubriendo por completo, pero sí con productos sustitutos como el gimnasio. En caso de Lima hay competencias que ya están funcionando en el mercado, lo que nos indica un segmento más poder abarcar. En el caso de Lima, ya existe oferta para abarcar a un público demandante como son los distritos de Lima Top:

Miraflores (33%), La Molina (6%), San Isidro (7%), San Borja (4%), Barranco (8%) y Santiago de Surco (14%). Cada uno de estos distritos cuentan con un espacio físico, pero por tema de la pandemia han tenido que dejar de dar clases presenciales a virtuales como es el caso de Lima Yoga que cuenta con 7 sedes en los diferentes distritos mencionados anteriormente. En Ica vemos que es un mercado potencial por el hecho de que hay poca oferta de esta disciplina. A continuación, se muestra la segmentación de mercado en el departamento de Ica y Lima:

Gráfico N°20 “Población urbana y rural”

DEPARTAMENTO	POBLACION DE DEL PERÚ POR RANGO DE EDAD		SUBTOTAL	% NSE (A, B y C)	SUBTOTAL
	EDADES	CANTIDAD			
LIMA	18 - 24 ^a	1,197,601	3,883,033	71.00%	2,756,953
	25 - 40 ^a	2,685,432			
ICA	18 - 24 ^a	50,388	163,376	57.40%	93,778
	25 - 40 ^a	112,987			
	CANTIDAD POBLACION	% POBLACION URBANA	TOTAL		
	2,850,731	80%	2,280,585		

Fuente: MINSA – CPI (2020)

Mercado Disponible:

El mercado disponible de Liberta Yoga está conformado por las personas del mercado potencial que practican la disciplina de yoga. Para este caso, utilizaremos una pregunta de nuestro cuestionario, exactamente la pregunta de filtro N°4, la cual es ¿Usted practica yoga?

Tabla N°03 “¿Usted practica yoga?”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	211	55%
No	173	45%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Ya teniendo los resultados de la pregunta, se procede a calcular el mercado disponible, lo cual da un resultado de 1,254,322 personas.

✚ Mercado Potencial: 2,280,585

✚ Personas que practican yoga = 55%

$$430,812 \quad \times \quad 55\% \quad = \quad \mathbf{1,254,322}$$

Mercado Efectivo:

El mercado efectivo de Liberta Yoga son las personas que aceptan nuestro producto y están dispuestos a adquirirlo. Para este caso, tomaremos la pregunta N°13 de la encuesta:

Tabla N°04 “Pregunta N°13”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	203	96%
No	8	4%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Ya teniendo los resultados de dicha pregunta, se procede a calcular el mercado efectivo para nuestra empresa. Los datos para el cálculo serían los siguientes:

✚ Mercado Disponible: 1,254,322

✚ Personas efectivas: 96%

$$1,254,322 \times 96\% = \mathbf{1,204,149}$$

Mercado Objetivo:

Es claro que nosotros no vamos a poder atender la cantidad de personas del mercado efectivo, por eso nos hemos fijado atender el 0.06%. Hemos tomado dicho % por temas de capital al menos para los primeros años. El cálculo sería el siguiente:

✚ Mercado efectivo: 1,204,149

✚ % Atención: 0.315%

$$1,204,149 \times 0.06\% = \mathbf{722 \text{ personas}}$$

5.2.1. Perfil del cliente objetivo

GEOGRÁFICO

- **Provincia:** Departamento de Ica y Lima
- **Tipo de población:** Urbano

DEMOGRÁFICO

- **Género:** Mujeres y hombres
- **Edad:** 18 a 40 años
- **Nivel Socio Económico:** NSE A, B y C

De forma directa: Personas que tengan este nivel de ingresos.

De forma indirecta: Hijos de personas con este nivel de ingresos.

PERSONALES

- **Estilo de vida:** Sofisticados, modernas y formalistas. Estas personas gustan de la tecnología, practicar deporte, reuniones sociales, buscan equilibrio en su salud, mente y espíritu, les preocupa su alimentación y llevar una vida saludable. Trabajan en áreas de salud, administrativas, comercial, etc.

- **Gustos e intereses:** Personas que buscan bienestar y un equilibrio en su salud, mente y espíritu.

5.3. Marketing Mix 7 P's

5.3.1. Servicio

El servicio que ofrecerá la empresa Liberta Yoga será brindar clases de yoga virtual como el Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga, estas están enfocadas en reducir el nivel de estrés y ansiedad. Se podrá acceder a las clases a través de la página web y aplicativo móvil que será un complemento a las clases de yoga, a través del aplicativo los clientes tendrán la posibilidad de seguir ejercitándose y realizar los ejercicios que se encuentren en la aplicación en los diferentes niveles (básico, intermedio y avanzado). La aplicación tendrá diversas funciones como música relajante, consejos de nutrición, link de acceso al zoom, contará con 300 sesiones de yoga divididas en meditación, flexibilidad y asanas.

Dentro de la aplicación móvil habrá una sección llamada alimentación saludable, ya que es un complemento necesario para tener una buena salud, no solo en el nivel físico sino también mental. Por ello, el cliente que se inscriba de manera mensual o anual recibirá una asesoría nutricional virtual personalizada para que sea evaluado con un nutricionista y vea las necesidades que presenta el cliente con respecto algún desorden alimenticio causado por el estrés, ansiedad u otro. Esta asesoría se realizará de manera quincenal y se le proporcionará al cliente un plan nutricional de acuerdo a su necesidad.

Es preciso mencionar que la aplicación se puede descargar de manera gratuita por el público en general, donde podrán acceder a todo el contenido gratuito si no es cliente. En cambio, si es cliente y paga por alguna suscripción tendrá acceso a todo el contenido que se mencionó anteriormente junto a la asesoría nutricional personalizada. A continuación, se mencionan los estilos de yoga que ofrecerá Liberta Yoga:

Gráfico N° 21 “Clases de Yoga”



Es un estilo de yoga (**Hatha Yoga**) clásico donde se practican posturas y técnicas. Exactamente, se practica los aspectos físicos, como las posturas o asanas y mudras, pero también se practica la meditación, respiración y purificación espiritual. Existe 5 ramas dentro de este tipo de yoga y nosotros brindaremos 2 de ellas, las cuales son RayaYoga y HatheYoga. El beneficio es que ayuda a las personas a reducir y gestionar su estrés con las posturas básicas del yoga, también flexibilidad, fuerza muscular y un poco de tonificación, mejoras tu postura corporal, entre otros. Por último, este tipo de yoga es importante ya que es un ejercicio muy completo y por sus beneficios.



Yoga Nidra es un estilo de yoga que puede describirse como una técnica de meditación o estado meditativo. Yoga Nidra significa sueño yóguico o sueño consciente. Este estilo de yoga lleva al practicante o cliente a una conciencia más profunda, ya que el instructor con orientación verbal guiará al practicante a un estado profundo de relajación y meditación. El fin es mantenerse despierto y a la vez estar muy cerca del límite del sueño.

Según los investigadores de la Universidad de Minnesota, con el tiempo y con la práctica regular, los profesionales aprenden a lograr "el sueño más profundo, sin ondas delta REM, mientras mantienen la conciencia tanto internamente como del entorno". Los beneficios que trae el Nidra Yoga son amplios como gestionar mejor el estrés, mejora los patrones de sueño a largo plazo, relajar el cuerpo y mente, mejora la salud física y mental, aumenta la resiliencia general, entre otros.



El **fitness yoga** es uno de los estilos de yoga en las que se trabajan diferentes posturas o asanas y ejercicios, cuyo fin es lograr mayor flexibilidad, equilibrio y una buena postura. Los ejercicios físicos que se practican en el yoga fitness incluyen estiramientos suaves y tiene un mayor grado de dificultad, ya que se trabajará más la parte física en un tiempo que se incrementará de a poco, ya que el cuerpo se tornará más fuerte y flexible.

En cuanto a las posturas o asanas irán acompañadas con ejercicios de respiración profunda que mejorará la circulación sanguínea. Esta práctica permitirá que el cliente tenga un cuerpo más flexible y ponerse en forma. El fitness yoga no solo busca un buen estado físico, sino es beneficioso para liberar el estrés, ansiedad, ya que esta disciplina produce calma a la mente ayudándole a incrementar el estado de ánimo. Además, esta práctica busca un bienestar integral en el que hay una integración de cuerpo, mente y espíritu.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°22 “Prototipo de un plan nutricional”

MENU SEMANAL 2800 Kcal								
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
7:30 a. m.	1 Taza de 300 ml. de leche deslactosada + 4 Cdas. Harina 7 Semillas con miel de abeja					1 vaso de 250 ml. jugo de Mango + avena c/miel de abeja		
	Desayuno	2 Panes Integral con 2 Huevos revueltos con papa doradas en cuadrillos y chichito sancochado	2 Panes Integral con 50 gr Queso fresco light	2 Panes integral con 1/2 palta mediana con pizza de sal	2 Panes integral con 2 Huevos revueltos con papa doradas en cuadrillos y chichito sancochado	2 Panes Integral con 50 gr Queso fresco light	2 Panes integral con 1/2 palta mediana con pizza de sal	1 Triple de pollo, jamón y queso fresco
10:30 a. m.	Méda Malvana	1 Plátano de seda	2 Tostadas integrales untadas con Mantequilla de maní con rodajas de 1 plátano picado	1 Durazno picado	2 Tostadas integrales untadas con Mantequilla de maní con rodajas de 1 plátano picado	1 Plátano de seda	2 Tostadas integrales untadas con Mantequilla de maní con rodajas de 1 plátano picado	2 Panqueques de Avena con 2 Cdas. Yogurt Griego + 1 Plátano picado
1:00 p. m.	Almuerzo	Ensalada mixta + 1/2 palta	Ensalada fresca	Ensalada mixta + 1/2 palta	Ensalada cocida	Ensalada mixta + 1/2 palta	Ensalada cocida	Libre Saludable
	1 presa 200 gr. Pollo al sillao	1 Filete de 150 gr. Escabeche de pescado	1 presa de 200 gr. Pollo al horno	1 presa 200 gr. Pollo al Tausi	150 gr. De Filete de pechuga de Pavo	1 presa de 200 gr. Pollo al horno	1 presa de 200 gr. Pollo al horno	
	1 porción de puré de espinacas con papas amarillas	1 porción de camote sancochado o al horno	1 porción de arvejas verdes gusadas	1 porción de puré de espinacas con papas amarillas	1 porción de camote sancochado o al horno	1 porción de arvejas verdes gusadas	1 porción de arvejas verdes gusadas	
	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	120 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	
	1 Vaso de 300 ml. Refresco de fruta con panela o stevia							
	Libre Saludable							
4:00 p. m.	Méda Malvana	1 Pírex de Mazamorra morada con guindones	1 Pírex de mazamorra de Durazno	Ensalada de Frutas (plátano, mango y durazno) c/miel y algarrobina + Granola	1 Pírex de Mazamorra morada con guindones	1 Pírex de mazamorra de Durazno	Ensalada de Frutas (plátano, mango y durazno) c/miel y algarrobina + Granola	1 Pírex de Mazamorra morada con guindones
7:00 p. m.	Cena	1 presa 200 gr. Pollo al sillao	1 Filete de 150 gr. Escabeche de pescado	1 presa de 200 gr. Pollo al horno	1 presa 200 gr. Pollo al Tausi	150 gr. De Filete de pechuga de Pavo	1 Filete de 150 gr. Pollo a la plancha	
	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	1 Pan de Yema	
	1 porción de puré de espinacas con papas amarillas	1 porción de camote sancochado o al horno	1 porción de arvejas verdes gusadas	1 porción de puré de espinacas con papas amarillas	1 porción de camote sancochado o al horno	Libre Saludable	1 porción de Puré de papas amarillas	
	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	100 gr. Arroz blanco sancochado al ajo	
Infusión natural (Manzanilla, anís, hierba luisa, cedrón)							Infusión	
Habitual: Consumo diario de 8 vasos de 8 onzas (240 ml). GYM: Consumo de agua (240 ml) antes, durante y después de cada entrenamiento.								

Observaciones:	Valor Nutricional Medio por día:	
	La dieta deberá seguirse de acuerdo a la indicación prescrita. Se respetará el horario de cada ingesta. Posterior al horario de la ingesta en la cena, se esperará 2 horas como mínimo para el descanso. Es importante que después de cada ingesta se otorgue 30 min de descanso o caminata.	Energía
	Proteínas	140 g (20%)
	Carbohidratos	350 g (50%)
	Grasas total	46.6 g (15%)
	Saturados	15.5 g (5%)
	Monoinsaturados	15.5 g (5%)
	Poliinsaturados	15.5 g (5%)
	Colesterol	100 mg
	Fibra	60 g
	Sodio	1200 mg
Datos Gastronómicos	Ensalada Fresca	Llámesse a todo tipo de ensalada en la cual sus ingredientes son crudos o frescos, las verduras a utilizar son estas: Lechuga, tomate, pepinillo, verduras en conserva, limón, apio, col, zanahoria. Puede adicionar frutos y semillas secas a discreción.
	Ensalada Cocida	Llámesse a todo tipo de ensalada en la cual sus ingredientes son sancochados, a la plancha, grillados u homeados, las verduras a utilizar son estas: Berenjena, zanahoria, espárragos, zapallito italiano, vainitas, cebollas, pimientos, brócoli, coliflor y verduras en conserva. Puedes adicionar frutos y semillas secas a discreción.
	Ensalada Mixta	Llámesse a todo tipo de ensalada en la cual sus ingredientes son la mezcla de la ensalada fresca y cocida, pero sin verduras en conserva. Puede adicionar frutos secos y semillas secas a discreción.
	Ensalada Especial	Llámesse a todo tipo de ensalada en la cual sus ingredientes son la mezcla de la ensalada fresca y cocida, incluyendo verduras en conserva, queso fresco y jamón de pavo. Puede adicionar frutos secos y semillas secas a discreción.



Fuente: Caver Consultant

✚ Características del servicio de yoga:

- **Sobre el personal:** Se contará con 3 profesionales instructores certificados por el Yoga Alliance, la cual es una institución con muchos años en el rubro que garantiza la calidad de servicio en nuestros instructores de yoga. Además de ello nuestros yoguis serán personas con amplia experiencia en el rubro, innovador, que tengan empatía con el cliente y estén al servicio de ellos.
- **Sobre los tipos de yoga:** Brindaremos 3 estilos de yoga en nuestra web y aplicativo móvil (Hatha Yoga, Yoga Nidra, Yoga Fitness). Además, incluiremos en la aplicación móvil algunas colecciones de ejercicios de yoga sobre meditación y relajación, también tendrá como fondo una música relajante, audiolibros, asesorías de nutrición con un especialista en el tema, recordatorios, etc.
- **Sobre los horarios de clases:** Disponible de Lunes a sábados (turno mañana y noche), la duración de la clase es de 1 hora.

✚ **Calidad y seguridad del servicio:** Tendremos en la plataforma web un libro de reclamaciones y chat que pueden hacer todos los clientes. Al igual en el aplicativo móvil figurará la valoración que ponen los usuarios que acceden a las clases. De esta manera, Liberta Yoga buscará dar la mejor calidad en su servicio para encantar a los clientes y tenga una buena ponderación en la web y aplicativo móvil.

✚ Sobre nuestra marca:

- **Nombre o marca:** Liberta Yoga

Liberta proviene de libertus que significa liberar a los esclavos. Y hemos hecho la analogía que el estrés y ansiedad son un problema que tiene esclavizada a las personas, limitándole todo el potencial que pueden desarrollar en su vida. Lo que pretendemos nosotros como Liberta Yoga es liberar el miedo, ansiedad y/o estrés de aquellas personas que sufren de este problema, necesiten un momento de relajación, quieran mejorar su salud y condición física, calmar su mente o conectarse consigo mismo.
- **Eslogan:** Tu salud nos importa

El eslogan de Liberta Yoga tiene por finalidad atender los problemas de estrés y/o ansiedad que aquejan a las personas en temas de salud mental. Liberta Yoga busca el

bienestar de las personas, mejorando su salud, estado de ánimo y conectando su mente - cuerpo.

- **Imagen de prestigio (logotipo):**

Ilustración N°01 “Logotipo y slogan”

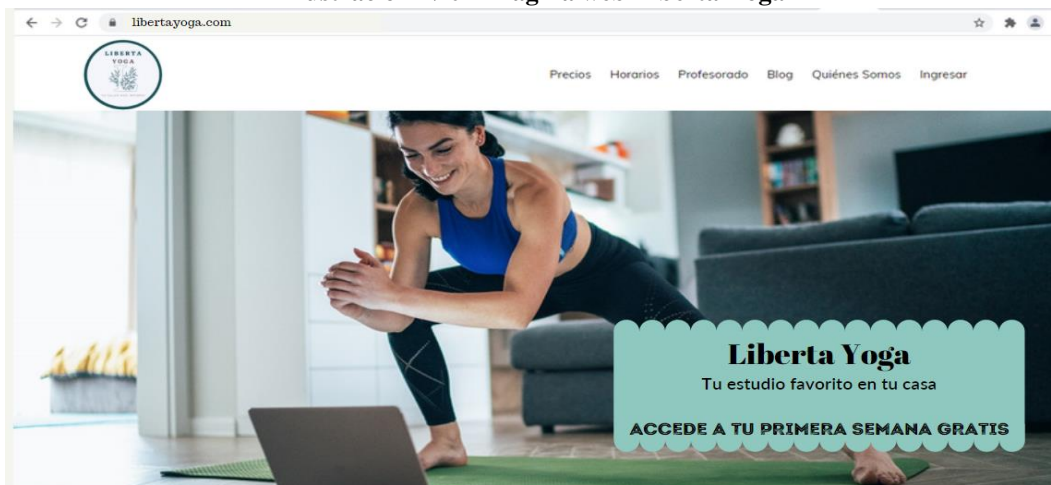


Fuente: Elaboración propia (2021)

🚩 Sobre nuestra página web:

La página web de Liberta Yoga viene hacer una presentación de la empresa que muestra los servicios que ofrece la empresa con sus respectivos horarios, precios, el uso del aplicativo móvil, el pago por el servicio adquirido y más.

Ilustración N°02 “Página web Liberta Yoga”

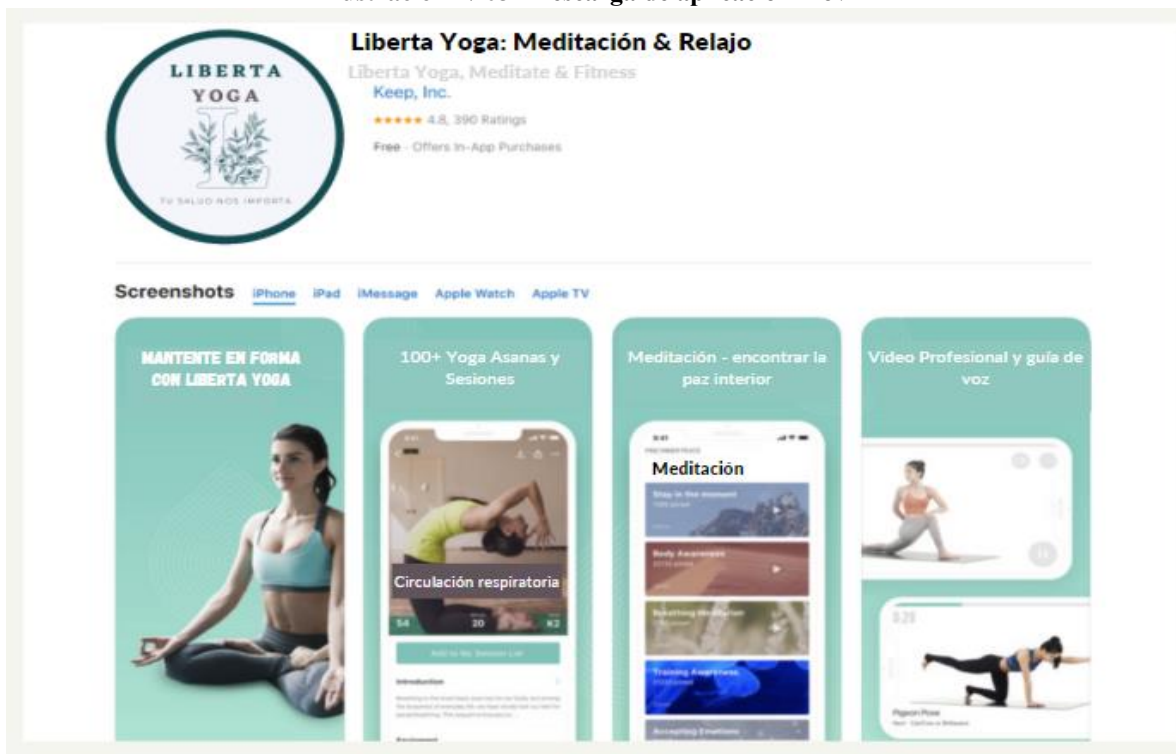


Fuente: Elaboración propia (2021)

🚩 Sobre nuestro aplicativo móvil:

La empresa Liberta Yoga contará con un aplicativo móvil para ofrecer un seguimiento al cliente a través de la app, el cual contará con una sección de consejos de nutrición, rutinas diarias, colección gratis en el que se muestra ejercicios de yoga en general, el cual el cliente podrá acceder. Este aplicativo móvil podrá descargarse de play store, app store o app gallery.

Ilustración N°03 “Descarga de aplicación móvil”



Fuente: Elaboración propia (2021)

5.3.2. Precio

Nosotros aplicaremos la estrategia de prestigio, ya que nuestros precios irán de acorde a la calidad del servicio de yoga que ofreceremos tanto con los profesionales yoguis y nutricionista que estarán al servicio del cliente. Además de ello, en el aplicativo móvil de Liberta Yoga se hará un seguimiento de las clases de yoga de cada cliente. Este contará con diversas funciones como recordatorios, ejercicios de meditación – relajamiento, clases de prueba, entre otros. Adicionalmente, escogemos dicha estrategia porque sabemos que nuestro segmento tiene la posibilidad de adquirir nuestro servicio, ya que nos estamos dirigiendo al segmento A , B y C.

Un dato importante es que antes de la pandemia, cuando las clases eran presenciales, el precio por una clase de yoga era aproximadamente de S/30.00 a S/40.00 por los ofertantes. Por tema del confinamiento y pandemia del Covid-19, las clases tuvieron que adaptarse y brindar su servicio de manera virtual. El precio de la clase de yoga virtual ahora está en el rango de S/15.00 a S/20.00 – 45 min de duración aprox. En nuestro caso, tendremos 3 alternativas de precio para el cliente como se muestra a continuación:

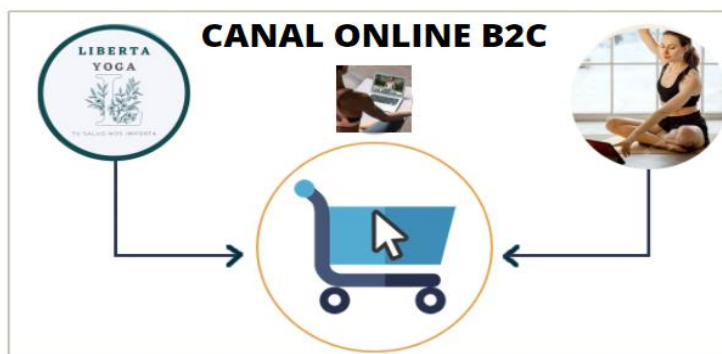
- ✚ **1 clase de yoga:** S/20.00 (sin IGV) – S/ 23.60 (con IGV)
 - Costo unitario: S/3.09
 - Margen de contribución: 82%
- ✚ **Paquete mensual (10 clases):** S/135.00 (sin IGV) – S/159.30 (con IGV)
 - Costo unitario: S/117
 - Margen de contribución: 97.36%
- ✚ **Paquete anual (120 clases):** S/ 925 (sin IGV) – S/1,091.50 (con IGV)
 - Costo unitario: S/792
 - Margen de contribución: 69.60%

5.3.3. Plaza

El canal que se utilizará para brindar nuestros servicios de yoga es el canal directo, ya que nosotros vamos a brindar nuestros servicios directamente al cliente a través del uso de la plataforma Zoom el cual permitirá llevar a cabo clases en vivo dictadas por el instructor yogui a todos los participantes que paguen por los servicios de yoga que tendremos. Es preciso mencionar que todo pago por el servicio de yoga se dará a través de la página web o aplicativo de Liberta Yoga que viene hacer directamente a la empresa a través de los medios de pago como: Tarjeta de crédito, Tarjeta de débito, Pago efectivo y apps de pago (Yape, Plin, Lukita).

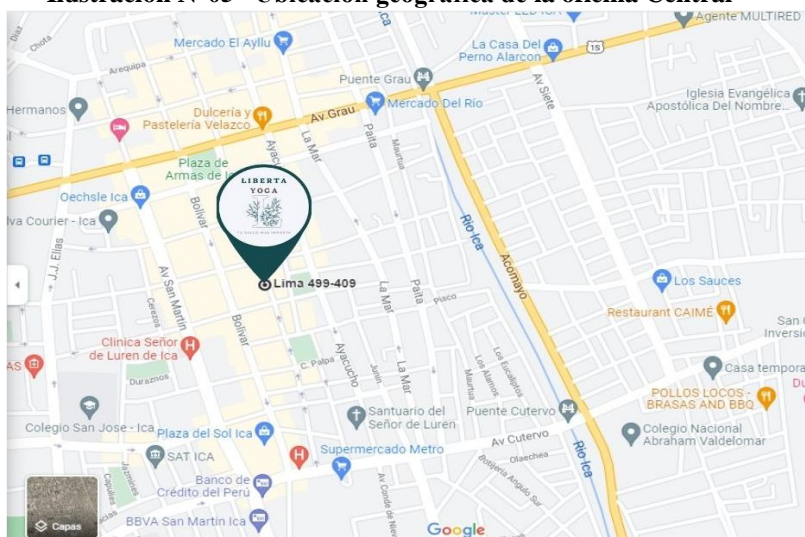
Por otro lado, la ubicación que tendremos para almacenar los implementos necesarios para la práctica del yoga como: yoga mat, esterillas de yoga, mantas del yoga, cojín de meditación, entre otros. La ubicación de nuestra oficina central será en la Calle Lima 499-409 de Ica, ya que es una zona céntrica y comercial. De esta manera, se tendrá una mejor gestión de nuestra marca y los servicios de yoga que se ofrece al público.

Ilustración N°04 “Canal online B2C página web”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Ilustración N°05 “Ubicación geográfica de la oficina Central”



Fuente: Google maps

5.3.4. Promoción

5.3.4.1. Identidad de imagen

La promoción de nuestros servicios de Libertá Yoga seguirá un lineamiento en los colores de nuestra publicidad a través de los medios digitales con el fin de ser reconocidos e identificados con la marca y colores de nuestra empresa, buscando el posicionamiento en la mente de nuestros clientes.

Los tonos de colores que utilizará la empresa Liberta Yoga para su logotipo y publicaciones en el medio digital serán: matices de azul turquesa y marrón. Estos colores están relacionados a la tranquilidad y calma, el significado es también relajación, que sirve contra la ansiedad, el estrés y la impaciencia.

Liberta Yoga a través de estos tonos de colores quiere transmitir a sus clientes, la sensación de libertad obteniendo una profunda relajación y paz mental para encontrar la alegría de vivir y el sentido de su existencia con el fin de buscar el bienestar y salud para la persona.

Ilustración N°06 “Paleta de color turquesa con marrones”



Fuente: Elaboración propia (2021)

5.3.4.2. Papelería Gráfica

La empresa Liberta Yoga S.A.C utilizará diferentes tácticas de promoción, las cuales se darán por papelería gráfica como:

Brochure digital

El brochure digital será una carta de presentación de la empresa Liberta Yoga, el cual desempeñará 2 funciones principales:

- **Función informativa:** En este brochure se brindará información de los estilos de yoga que ofrece Liberta Yoga, con sus horarios y precios respectivos. Al igual que el funcionamiento del aplicativo móvil.
- **Función publicitaria:** Este medio publicitario promoverá el servicio que se ofrece de una manera atractiva (en los colores, imágenes y diseño).

Flyer

El flyer será otro medio digital que utilizará la empresa Liberta Yoga para promocionar los servicios de yoga que ofrece la empresa, será llamativo y atractivo (logo, colores, letras) para posicionar la marca de Liberta Yoga en la mente del cliente.

Ilustración N°07 “Flyer en Facebook”



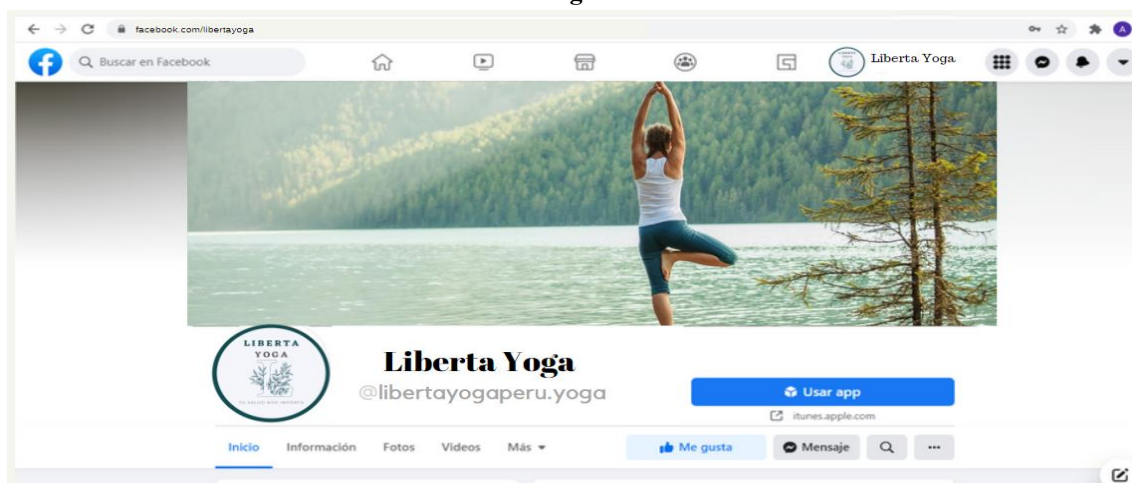
Fuente: Elaboración propia (2021)

5.3.4.3. Medios Digitales

La empresa Liberta Yoga S.A.C utilizará los medios digitales para promocionar los servicios de yoga que ofrece, las cuales se darán por: Redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram, Página web y Google AdWords, ya que sabemos que son los medios mas utilizados. Por ejemplo, Facebook es una red que cuenta cerca de 2,2 millones de usuarios que utilizan esta red social, en el que pueden compartir contenido, relacionarse entre sí. También es de suma importancia para las empresas, ya que les permite anunciar contenido de sus productos y/o servicios, ayudándole a tener visibilidad en la red.

Liberta Yoga tendrá una fan page, en el que le permitirá tener presencia en el mundo digital dando a conocer los servicios de yoga que ofrece (Hatha Yoga, Nidra Yoga, Fitness Yoga).

Ilustración N°08 “Página de Facebook”



Fuente: Elaboración propia (2021)

A continuación, mostraremos los presupuestos que vamos a necesitar para poder realizar nuestra promoción, ya sea por las redes sociales como por nuestra página web y APP. Luego de mostrar los presupuestos, se presentará las promociones que vamos a realizar.

Tabla N°05 “Presupuesto pack emprendedor”

PROFESIONAL	Diseñador Gráfico
Incluye	02 propuestas de logotipo Perfil para redes sociales Portada para fanpage 1 Post publicitario
TOTAL	S/ 200.00

Fuente: Consulta a Michell Soto (diseñador gráfico)

Tabla N°06 “Presupuesto de diseño de página web”

EMPRESA	ENFOKARTE S.A.C
INCLUYE	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño moderno, amigable y animado en wordpress • Catálogo de productos / servicios (Administrable). • Posicionamiento SEO Básico. • Blog (Administrable). • Formato responsive design (Adaptativa cualquier dispositivo móvil) • Diseño y adaptación de artes • Ícono de infografías • Fotos adaptadas • Configuración de la pasarela de pagos • Google maps • Vínculos con redes sociales • Configuración de whatsapp chat • Favicon • Dominio y Hosting • Certificado SSL
TOTAL	S/. 1000.00

Fuente: Consulta a Enfokarte agencia de publicidad

Las promociones que vamos a realizar por lanzamiento son las siguientes:

- 10% de descuento para las primeras 25 personas que adquieran el servicio en cualquiera de nuestras tres modalidades (Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga).
- 10% de descuento corporativo para los 20 primeros trabajadores de las instituciones que quieran inscribirse en cualquier modalidad de yoga que ofrecemos.
- 2 paquetes completos de un mes para 2 influencers que promocionen nuestra marca a través de la plataforma Instagram.

Promociones que vamos a realizar en fechas festivas como: Día de la madre, Día del padre, Día del trabajador, Fiestas patrias, Navidad y Año nuevo.

- 2x1 para 4 personas que adquieran un paquete anual.
- 10% de descuento para 15 personas que adquieran cualquier paquete en la fecha festiva que se active el descuento.
- Se realizará 2 sorteos gratis en la fecha festiva del día del trabajador para adquirir una membresía mensual en cualquiera de los servicios que ofrecemos. Ello se dará al unirnos con otras marcas emprendedoras para hacer un sorteo grupal en alguna fecha festiva del año. Con ello, conseguiremos promocionar nuestra empresa y mejorar en las redes sociales con el aumento de seguidores y posibles clientes.

A continuación, visualizaremos las estrategias que vamos aplicar referido al Marketig

Mix:

➤ **Estrategias de lanzamiento del servicio.**

- Estrategia de Posicionamiento específico, Liberta Yoga ofrecerá a sus clientes los beneficios de paz, tranquilidad, bienestar y salud.
- Estrategia de Posicionamiento por Valor, nuestra empresa ofrecerá el servicio de Yoga de forma online con profesores altamente capacitados y enfocado a tratar un tema en específico: ansiedad, depresión y estrés.

El cliente podrá encontrar en la empresa un soporte para sobrellevar sus problemas, las clases serán dictadas de forma online y podrá ver las grabaciones cuando el cliente guste desde la página web. Sabemos que estos problemas mentales requieren el cuidado y la atención necesaria. Por ello, Liberta Yoga se enfoca en garantizar un servicio de calidad con profesionales capacitados en la disciplina del yoga y nutrición que estén al servicio del cliente.

➤ **Estrategia de distribución.**

La estrategia de distribución selectiva se aplica a lugares específicos e intermediarios muy reducidos, ya que solo se da opción de comercializar el producto a unos pocos. En nuestro caso, el servicio que vamos a ofrecer será a personas del sector A y B entre las edades de 18 a 40 años que sufran de estrés, ansiedad o depresión y nuestro servicio será ofrecido vía online y por anuncios masivos en redes sociales y por la web. Esta estrategia hará que nuestros costos por distribución sean menores, porque al tener puntos específicos de ventas reduces gastos de intermediarios.

➤ **Estrategias de promoción (Estrategia de atracción)**

Liberta Yoga es una empresa nueva que ofrece el servicio de yoga de forma virtual, tenemos como ventaja el uso de las redes sociales y la Web para brindar información acerca de nuestro servicio. Cabe resaltar que el yoga es una disciplina poco conocida en el país y pocos saben de los beneficios que proporciona a nuestra salud.

Además de ofrecer información clara y concisa acerca del yoga en nuestra web y aplicativo, usaremos las redes sociales como Facebook, Instagram, Tiktok. Mediante videos dinámicos explicaremos lo importante que es incluir el yoga como disciplina en nuestro día a día, no solo por nuestra salud física, si no también mental.

Adicionalmente, pretendemos realizar campañas de relaciones públicas, es decir vamos a contactarnos previamente con los ejecutivos de pequeñas y grandes empresas, para posteriormente realizar visitas en la que ofrecemos folletos instructivos con información importante sobre nuestro servicio, invitándolos a visitar nuestra web y puedan descargar el aplicativo móvil.

Asimismo, se hará el uso de la publicidad mediante los llamados influencers o influenciadores que son líderes de opinión. Esta publicidad es no pagada y hará que nuestra marca sea conocida y tenga llegada a más clientes. Hoy en día existen muchos influencers peruanos que tratan de llevar el mensaje de vida saludable e incluyen a sus hábitos estas prácticas. Lo que pretendemos con esto es que nuestra marca sea conocida a diferencia de otros centros de yoga que ya se encuentran en el mercado por bastante tiempo.

5.3.5. Personas

Las personas desempeñan un aporte fundamental en la ejecución y comercialización de los servicios de la empresa Liberta Yoga. De sus acciones dependerá el mayor o menor éxito para la empresa. Por ello, se plantea algunos objetivos y acciones para los colaboradores de la empresa:

Objetivos:

- Lograr un 80% de satisfacción por parte de los clientes en la atención brindada por el área comercial de la página web y atención del cliente.
- Lograr que un mínimo del 90% de clientes califique a los profesionales yoguis como expertos en la disciplina del yoga y se encuentren satisfechos con la prestación del servicio adquirido.

Algunas acciones a tomar:

- Se realizará una capacitación de inducción a todos los colaboradores de la empresa Liberta Yoga, dando a conocer la Misión, Visión, Objetivos, Valores y Cultura Organizacional de la empresa orientada en mantener altos estándares de servicio al cliente, ya que la cultura organizacional se enfoca en ello como una propuesta de valor.
- Se elaborará un MOF (Manual de Organización y Funciones) a fin de que los trabajadores de la empresa tengan claro sus funciones en el puesto de trabajo designado.
- Para tener una buena relación con nuestros clientes y mejorar como empresa se le hará una encuesta de satisfacción para evaluar a los profesionales yoguis, página web, aplicativo móvil y atención al cliente.
- Los propios alumnos que reciban el servicio de yoga serán los encargados de evaluar a los profesores de yoga en cada término de clase o mensualmente. Esto se hará a través de encuestas virtuales.

Todo ello, se mencionará ampliamente más adelante en el capítulo de plan organizacional, de personal y legal.

5.3.6. Evidencia física

Dado que la empresa Liberta Yoga se desarrollará de manera virtual, para proporcionar una evidencia física y los clientes tengan la confianza de comprar el servicio de yoga, se creará una página web, aplicativo móvil y el manejo en las redes sociales. Además, se contará con profesionales instructores de yoga especializados en brindar los servicios de Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga. Estos profesionales trabajarán de la mano con un nutricionista que será un soporte en la alimentación y nutrición de los clientes que practican yoga. Para ello, se les proporcionará a estos profesionales lo necesario para desarrollar las clases virtuales.

Ilustración N°09 “Equipamiento para instructores”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Ilustración N°10 “Instructor de yoga”

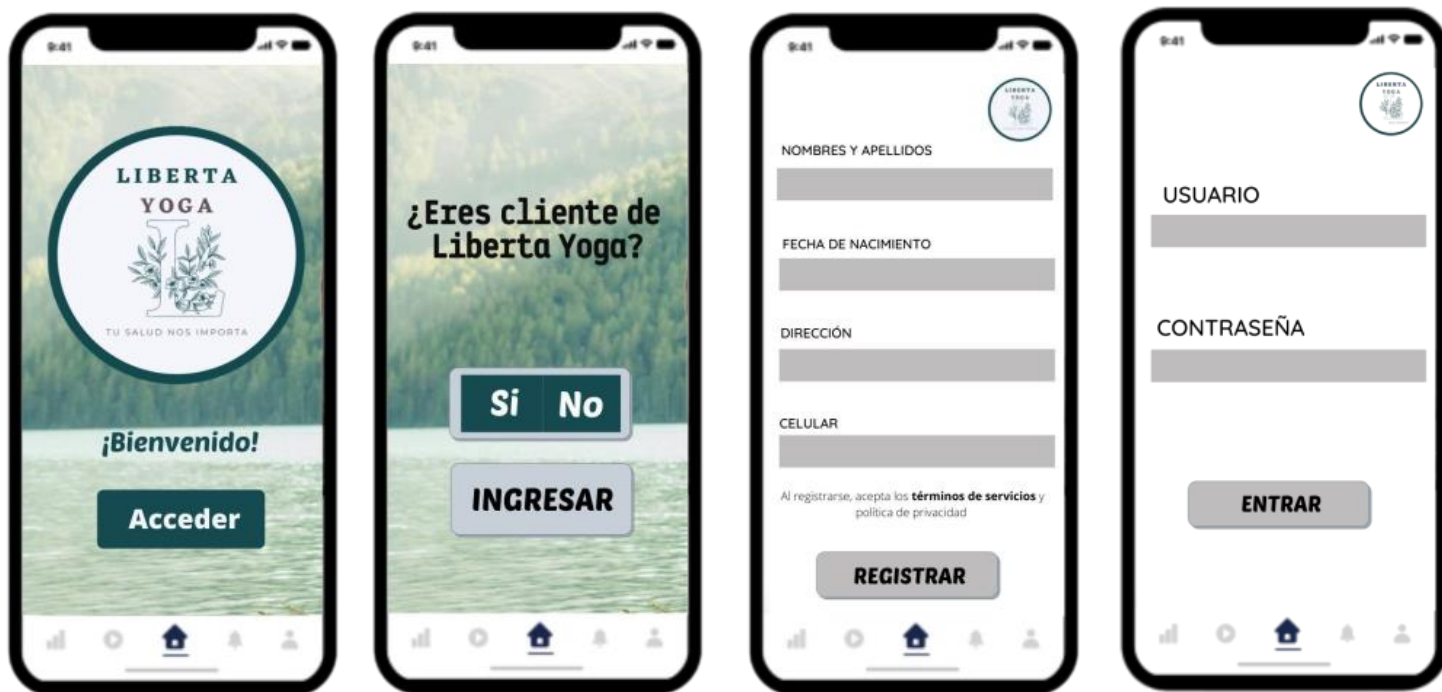


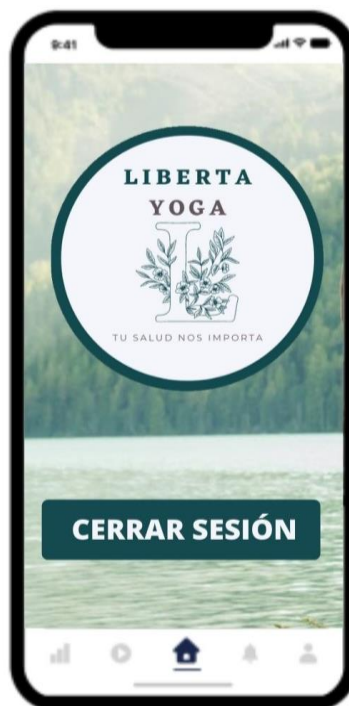
Fuente: Elaboración propia por floorplanner (2021)

5.3.7. Procesos

Uno de los procesos en el cual los clientes serán atendidos por la empresa Liberta Yoga será por la página web, en el que el usuario o posible cliente podrá ver los servicios de yoga disponibles y podrá comprar algún servicio de yoga o ser atendido a través del chat virtual de la página web. Asimismo, Liberta Yoga tendrá un aplicativo móvil que se podrá descargar de play store, app store o app gallery. Este aplicativo móvil será como un seguimiento adicional a la clase virtual que el cliente adquiera. Es preciso mencionar que las clases de yoga virtual serán dadas a través de la plataforma Zoom, el cual será tercerizado.

Ilustración N°11 “Proceso del aplicativo móvil”





Fuente: Elaboración propia (2021)

5.4. Formulación estratégica ANSOFF

Hemos visto necesario utilizar 2 estrategias de ANSOFF para el inicio de nuestras operaciones en el mercado digital. Primero la estrategia de penetración de mercado, ya que al ser nuevos en el mercado virtual vamos a dar a conocer el negocio de Liberta Yoga, a través de la realización de publicidad en las redes sociales, entrega de folletos, etc. También haremos promociones - descuentos al lanzamiento de la empresa para hacernos conocido y atraer a nuevos clientes.

En segundo lugar, la estrategia de desarrollo de mercados, porque al ser una página web podemos acceder a todo el país y el mundo digital. A través de ello, haremos una campaña que vaya dirigido a segmentos A y B con las edades determinadas de 18 a 40 años en Facebook para hacer llegar un post o publicidad de nuestra web y aplicativo móvil.

5.5. Proyección de ventas

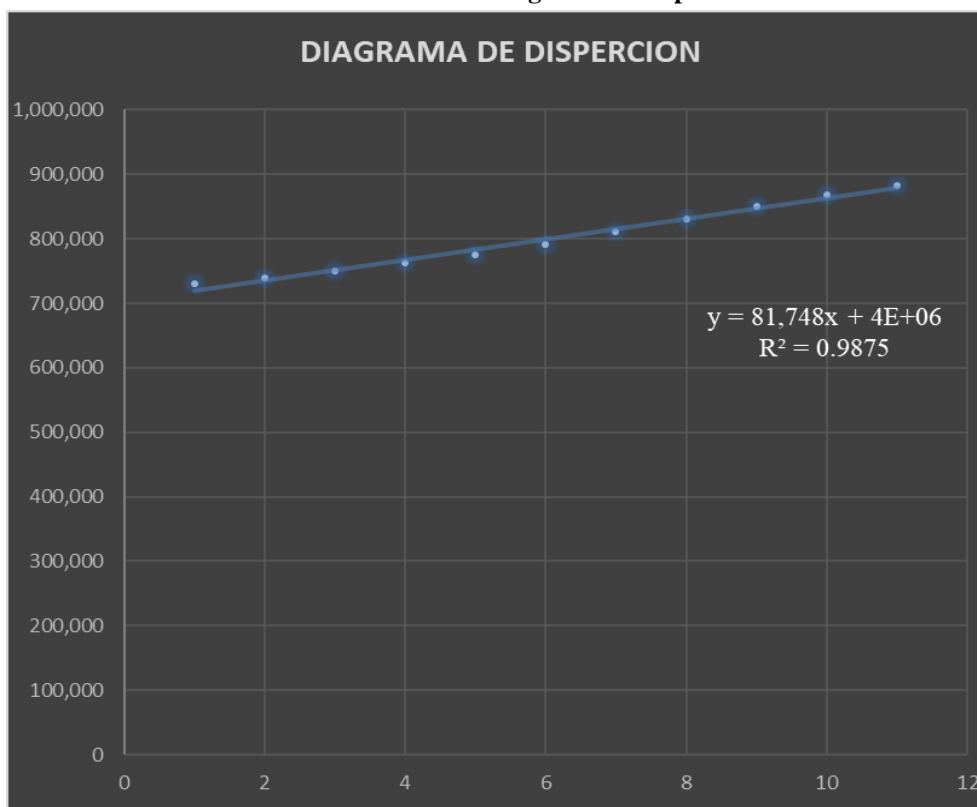
Para la proyección de venta, primero se ha realizado el cálculo del % de crecimiento para nuestras ventas, para lo cual se ha utilizado el método de regresión lineal, y dicho % de crecimiento está basado en el crecimiento de la población desde 2011 al 2021. A continuación, mostraremos el cálculo:

Gráfico N°23 “Población desde 2011 al 2021”

Año	Periodo (X)	Poblacion	X*Y	X*X
2011	1	730,502	730,502	1
2012	2	740,116	1,480,232	4
2013	3	750,428	2,251,283	9
2014	4	762,063	3,048,252	16
2015	5	775,648	3,878,238	25
2016	6	792,154	4,752,925	36
2017	7	811,166	5,678,160	49
2018	8	831,223	6,649,782	64
2019	9	850,868	7,657,808	81
2020	10	868,640	8,686,401	100
2021	11	881,978	9,701,755	121
SUMA TOTAL	66	8,794,784	54,515,337	506
PROMEDIO	6	799,526	4,955,940	46

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°24 “Diagrama de dispersión”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°25 “Proyección de crecimiento”

PROYECCION DE CRECIMIENTO			
Año	Periodo	Crecimiento de poblacion	% de crecimiento
2022	12	894,797	1.45%
2023	13	910,675	1.77%
2024	14	926,554	1.74%
2025	15	942,432	1.71%
2026	16	958,311	1.68%
2027	17	974,189	1.66%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Una vez tengamos el % de crecimiento para nuestras ventas, se procede a realizar el cálculo de las suscripciones que vamos a tener para los 5 primeros años (2022 al 2026). Antes de comenzar hay que tener en cuenta unos datos importantes:

- ✓ Nuestro mercado objetivo es de 717 personas
- ✓ Hemos utilizado algunas preguntas de nuestra encuesta, exactamente son 4, las cuales son: ¿Con que frecuencia practica yoga?, ¿Le gustaría que el servicio de yoga tenga una membresía?, ¿Qué tipo de membresía le gustaría? y ¿Cuál de estos estilos de yoga te gustaría practicar?

Lo primero que se ha hecho es calcular los N° de clientes por cada tipo de membresía y luego se ha calculado la cantidad de inscripciones para el año 1.

Gráfico N°26 “Diagrama de dispersión”

TIPO DE INSCRIPCION	%	Clientes	N° Clientes	N° Inscripciones anual
Anual	45%	722	325	280
Semestral	14%		101	174
Trimestral	15%		108	373
Mensual	16%		116	1,193
Por clase	10%		72	7,803
TOTAL			722	9,822

Fuente: Elaboración propia (2021)

Luego se ha realizado el cálculo de membresías por cada tipo de yoga que vamos a brindar, los cuales son: Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga. Algo importante, es que hemos considera una desuscripción del 50%, esto con la finalidad de que nuestra proyección de ventas sea más real y se ha considerado el 50%, ya que solo hay 2 opciones, si se inscriben o se arrepienten nuestros clientes y no se inscriben o si se vuelven a inscribir a nuestro negocio o no. En total nos da 3,312 inscripciones para el primer año.

Gráfico N°27 “Diagrama de dispersión”

TIPO DE YOGA	%	TIPO DE MEMBRESIA		
		ANUAL	MENSUAL	POR CLASE
Hatha Yoga	13%	36	154	1,006
Nidra Yoga	17%	47	201	1,316
Fitness Yoga	42%	116	497	3,250
SUBTOTAL		200	852	5,572
DESUSCRIPCION (50%)		100	426	2,786
TOTAL		100	426	2,786

Fuente: Elaboración propia (2021)

Por último, se realiza la multiplicación de la cantidad de suscripciones que se tendrá de cada membresía con su respectivo precio.

Gráfico N°28 “Proyección de ventas anual”

Descripcion	PROYECCION DE VENTAS (2022 - 2026)				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSCRIPCIONES	3,339	3,398	3,458	3,517	3,576
PRECIOS	S./20 - S./135 - S./925	S./20 - S./135 - S./925	S./20 - S./135 - S./925	S./20 - S./135 - S./925	S./20 - S./135 - S./925
VENTA TOTAL	S/ 207,267.23	S/ 210,945.26	S/ 214,623.29	S/ 218,301.31	S/ 221,979.34

Fuente: Elaboración propia (2021)

CAPÍTULO VI

PLAN TÉCNICO

6.1. Localización de la empresa

La oficina se encontrará en la Calle Lima 499-409 en el segundo piso en pleno Centro de Ica. Esta oficina será el centro de gestiones administrativas y comercial. El cobro de alquiler será de S/600.00 mensual. La instalación será amoblada con 2 escritorio Rinconero Los Ángeles, 2 sillas ergonómicas, botiquín de primeros auxilios, equipamiento de los accesorios o implementos de yoga para el área de operaciones de los instructores yoguis y nutricionista, entre otros. A continuación, se muestra el local que se alquilará y un modelo de lo que será la oficina de Liberta Yoga, que será el punto principal del manejo de las redes sociales, página web y aplicativo móvil.

Ilustración N°12 “Local para Liberta Yoga”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Ilustración N°13 “Oficina central Liberta Yoga”



Fuente: Elaboración propia (2021)

6.2. Tamaño del negocio

Liberta Yoga como se mencionó párrafos arriba, contará con una oficina central que manejará el área administrativa y comercial de la empresa. En la siguiente ilustración se mostrará un layout del local que se alquilará y los compartimientos que tiene.

Descripción interna del local:

- Dimensión: 12 m2 en el Centro de Ica.
- Oficina iluminada, espacio para un almacén.
- Incluye servicios de agua y luz.
- Baño compartido con 1 oficina vecina.
- Piso: Segundo nivel.

Ilustración N°14 “Prototipo layout de Liberta Yoga”



Fuente: Elaboración propia con floorplanner (2021)

En cuanto al área de operaciones los instructores yoguis y nutricionista trabajarán desde sus viviendas, los instructores enseñando el servicio de yoga (Hatha Yoga – Nidra Yoga – Fitness Yoga) a través de la plataforma Zoom y el nutricionista evaluando al cliente y, de acuerdo a su necesidad, otorgará un plan nutricional de 15 días para que lleve una mejor alimentación, es preciso indicar que este plan nutricional será para los clientes que se inscriben por una membresía mensual o anual.

6.3. Necesidades (maquinarias, equipos y materia prima)

Gráfico N°30 “Requerimiento de muebles, computadoras y herramientas”

ACTIVO FIJO TANGIBLE				DISTRIBUCION DE ACUERDO AL USO			
TIPO DE ACTIVO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	PRECIO TOTAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	VENTAS	
MUEBLES Y ENSERES							
Escritorio Rinconero Los Angeles	S/ 799.00	2	S/ 1,598.00	S/ -	S/ 799.00	S/ 799.00	
Camara GoPro	S/ 1,600.00	3	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ -	S/ -	
Estintor	S/ 89.90	1	S/ 89.90	S/ -	S/ 89.90	S/ -	
Luces para streaming	S/ 75.00	1	S/ 75.00	S/ -	S/ 75.00	S/ 75.00	
Silla Oficina Ergo	S/ 400.00	2	S/ 800.00	S/ -	S/ 400.00	S/ 400.00	
Uniforme para los profesores de yoga	S/ 60.00	3	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ -	S/ -	
Tachos de basura	S/ 80.00	3	S/ 240.00	S/ -	S/ 240.00	S/ -	
Botiquin de madera	S/ 44.90	1	S/ 44.90	S/ -	S/ 44.90	S/ -	
Botiquín de primeros auxilios: contendrá algodón, termómetro, antisépticos, alcohol, gasas, curitas, jabón, agua oxigenada).	S/ 79.60	1	S/ 79.60	S/ -	S/ 79.60	S/ -	
SUBTOTAL			S/ 7,907.40	S/ 4,980.00	S/ 1,728.40	S/ 1,274.00	
COMPUTADORAS E IMPRESORAS							
TIPO DE ACTIVO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	PRECIO TOTAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	VENTAS	
Laptop HP 14 - DQ2055WM14	S/ 2,199.00	2	S/ 4,398.00	S/ -	S/ 2,199.00	S/ 2,199.00	
Aro Anillo Luz Led 26 cm + Parante 2.10 m	S/ 49.90	8	S/ 399.20	S/ 399.20	S/ -	S/ -	
SUBTOTAL			S/ 4,797.20	S/ 399.20	S/ 2,199.00	S/ 2,199.00	

TIPO DE ACTIVO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	PRECIO TOTAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	VENTAS
IMPLEMENTOS						
Soul Mat 10 mm	S/ 185.00	3	S/ 555.00	S/ 555.00	S/ -	S/ -
Mantas de yoga	S/ 25.00	3	S/ 75.00	S/ 75.00	S/ -	S/ -
Cojín de meditación	S/ 70.00	3	S/ 210.00	S/ 210.00	S/ -	S/ -
Bolsa para esterilla de yoga	S/ 135.00	3	S/ 405.00	S/ 405.00	S/ -	S/ -
Cinturón de yoga	S/ 30.00	3	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ -	S/ -
Limpia mat	S/ 19.00	3	S/ 57.00	S/ 57.00	S/ -	S/ -
Ropa de yoga	S/ 150.00	3	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ -	S/ -
Tapa ojos	S/ 45.00	3	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ -	S/ -
Correa de yoga	S/ 55.00	3	S/ 165.00	S/ 165.00	S/ -	S/ -
Yoga bolster	S/ 90.00	3	S/ 270.00	S/ 270.00	S/ -	S/ -
Protector Facial Bendi-C TIPO LENTES	S/ 3.70	4	S/ 14.80	S/ -	S/ 7.40	S/ 7.40
SUBTOTAL			S/ 2,426.80	S/ 2,412.00	S/ 7.40	S/ 7.40

Fuente: Elaboración propia (2021)

6.4. Costos (directos e indirectos)

- **Mano de Obra directa:** Para las clases de Yoga virtual, el cliente tendrá un contacto directo con los instructores de yoga y profesional nutricionista. ya que son los que van a ofrecer directamente el servicio al cliente por la página web y aplicativo móvil.

Tabla N°07 “Mano de Obra Directa”

PROFESIONALES	Unidad	Costo	Total
INSTRUCTOR JEFE	1	1500	1500
INSTRUCTORES YOGUIS	2	1200	2400
NUTRICIONISTA	1	1000	1000
TOTAL			S/4,900.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

- **Mano de Obra indirecta:** Son aquellas que no tienen un vínculo cercano al cliente en cuanto al servicio del yoga o área de operación. Pero son personal indispensable en la empresa para que el área de producción sea eficiente. Como mano de obra indirecta consideramos a los trabajadores que ocupan el área administrativa, finanzas y marketing y ventas.

Tabla N°08 “Mano de Obra Indirecta”

PROFESIONALES	Unidad	Costo	Total
ADMINISTRADOR	1	2000	2000
PROFESIONAL			
MARKETING Y VENTAS	1	1500	1500
PROMOTOR DE VENTAS	1	930	930
Total			S/4,430.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

- **Implementos de yoga:** En esta sección encontramos los costos directos que tendrá la empresa Liberta Yoga que son específicamente los implementos necesarios para ofrecer el servicio de yoga virtual.

Tabla N°09 “Implementos de yoga”

Implementos	Unidad	Costo	Total
soul Mat 10 mm	3	185	555
mantas de yoga	3	25	75
cojín de meditación	3	70	210
Bolsa para esterilla de yoga	3	135	405
cinturón de yoga	3	30	90
limpia mat	3	19	57
ropa de yoga	3	150	450
tapa ojos	3	45	135
correa de yoga	3	55	165
yoga bolster	3	90	270
Protector Facial Bendi-C TIPO LENTES	4	3.70	14.80
Total			S/ 2,426.80

Fuente: Elaboración propia (2021)

6.5. Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)

- **Clase de Hatha Yoga**

1. **Namasté:** Se comienza con el saludo que se puede hacer al principio o final de la clase.
2. **Shabasanar:** Luego se acaba con una postura básica de relajación, en una esterilla se tumba bocarriba con ojos cerrados, piernas y brazos separados. Luego, se juntan las piernas, brazos estirados detrás, exhalando suelta relaja y se sienta sobre un cojín.
3. **Estiramiento de la espalda:** Entrecruzamos los dedos de la mano delante de nosotros, estiramos bien los dedos, inhalando subo los brazos por encima de la cabeza y estiro arriba, luego voy hacia la derecha y hacia la izquierda. Finalmente, se estira las manos hacia arriba y atrás todo lo que se pueda. Inhalando lentamente, se suelta las manos y se busca una postura pecho hacia adelante.
4. **Pranayama:** Respiración abdominal sencilla. Inhalando el abdomen sube, exhalando el abdomen baja, un consejo es poner la mano derecha sobre el abdomen para ver si inhalas bien. Se recomienda cerrar los ojos para que haya una mejor concentración.
5. **Saludo al sol (suryanamaskar - 4 vueltas):** Inhala brazos arriba, crece palmas juntas, exhala manos al suelo, inhala 2 pasos atrás, plancha, hombros encima de las muñecas, exhala pecho

barbilla, inhala postura de la cobra, exhala lleva las nalgas primero hacia arriba y arriba para la postura perro boca abajo, 3 respiraciones de inhalar y exhalar.

6. **Pranayama - respiración abdominal sencilla:** Inhalando el abdomen sube, exhalando el abdomen baja.

7. **Postura Sarvangasana – postura invertida:** Estirado, eleva las piernas y la parte baja de la espalda y coloca las manos lo más cerca posible de las escápulas y mantiene la postura unas 10 respiraciones. Exhalando lentamente se baja la pierna derecha, se deja la izquierda arriba, inhalando sube, exhalando baja izquierda, inhalando sube la derecha y así unas cuantas veces hasta que ya se baja las 2 piernas rectas.

8. **Matsyasana o postura del pez:** Se ubica bien en la esterilla y los brazos se coloca debajo del cuerpo con las palmas de las manos hacia el suelo, inhalando vamos a subir apoyándonos en los codos, abro pecho y exhalando bajo la cabeza hacia atrás, se apoya la cabeza ligeramente en el suelo sin llevar peso a ella y mantenemos el peso en los brazos en los codos y respiración profunda con la boca cerrada. Luego se coloca de nuevo en shabasanar (piernas y brazos separados, ojos cerrados) y se sienta, se gira y se coloca de rodillas.

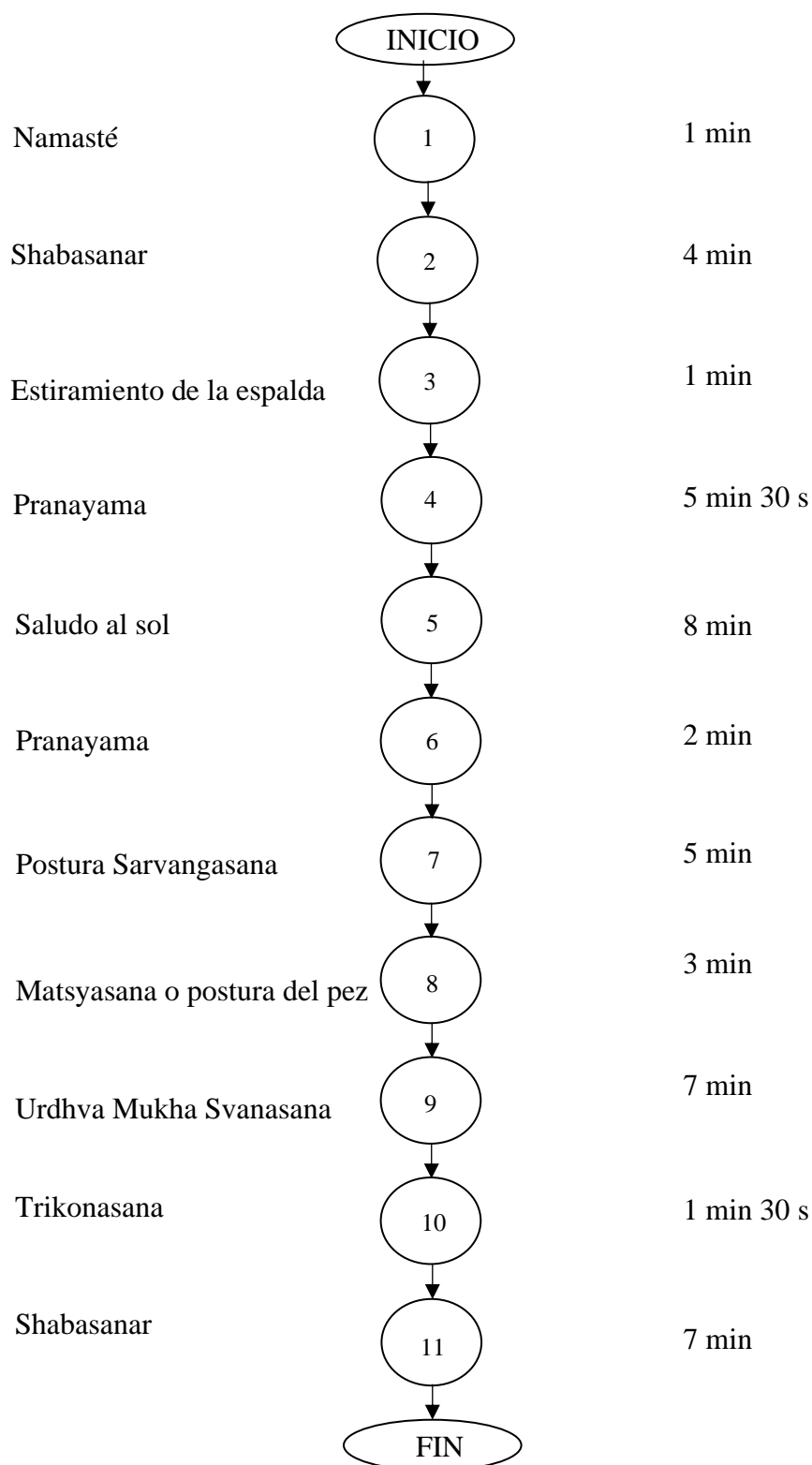
9. **Urdhva Mukha Svanasana - postura del perro boca abajo:** Se tumba boca abajo en el suelo, se flexiona los brazos y se coloca las manos a ambos lados del cuerpo. Los pies están separados a la anchura de la cadera, y con los dedos apoyados en la colchoneta. Se apoya las rodillas en el suelo para colocarse en cuatro patas, desde ahí, se sube las caderas en dirección al techo, estirando brazos y piernas.

10. **Trikonasana – postura del triángulo:** Piernas separadas, inhala brazo izquierdo arriba y exhalando baja hacia la derecha, inhalando subimos arriba, exhalando se baja el brazo y se cambia de lado pie derecho hacia la derecha, pie izquierdo hacia la izquierda, brazo derecho arriba estira y exhalando baja hacia la izquierda. Inhalando sube el cuerpo, exhalando baja el brazo.

11. **Shabasanar:** Luego se acaba con una postura básica de relajación, en una esterilla se tumba bocarriba con ojos cerrados, piernas y brazos separados. Luego, se juntan las piernas, brazos estirados detrás, exhalando suelta relaja y se sienta sobre un cojín.

Gym-in. (30 de noviembre de 2017). Hatha Yoga – clase completa de 45 minutos [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4Xcg6vKb4pA&t=111s>

Gráfico N°31 “Clase modelo de Hatha Yoga”



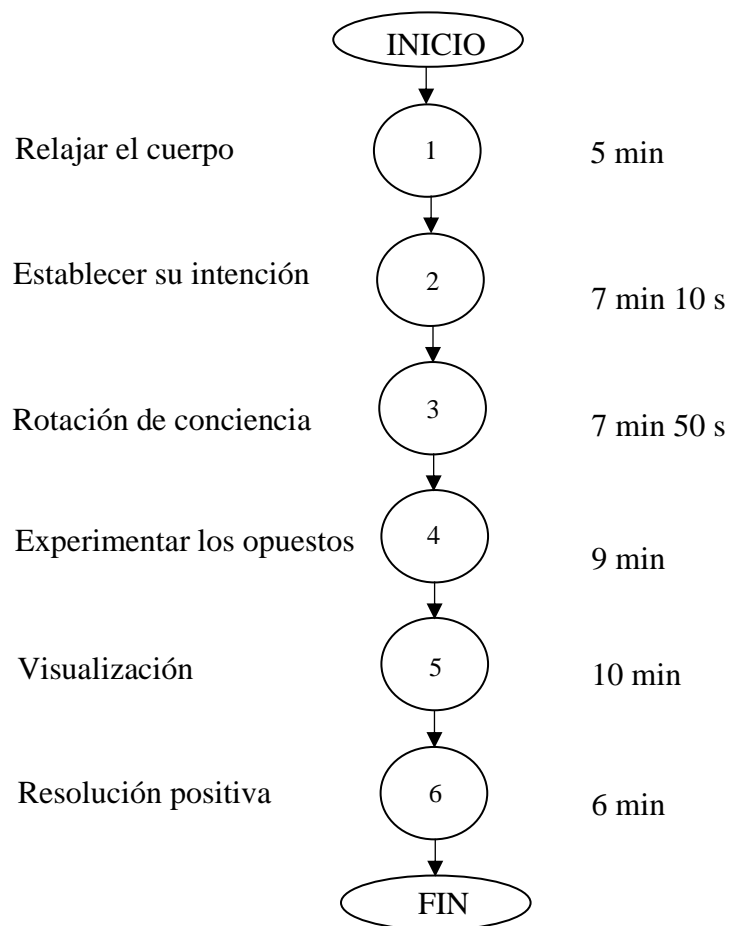
Fuente: Elaboración propia (2021)

Clase de Nidra Yoga

1. **Relajar el cuerpo:** Comenzará recostándose y relajándose en una posición cómoda. Opcionalmente, puede optar por apoyar las rodillas con una almohada, ponerse una toalla enrollada debajo del cuello, cubrirse el cuerpo con una manta o cubrirse los ojos.
2. **Establezca su intención:** Una vez que su cuerpo se haya relajado, establecerá una intención positiva para su práctica. Es posible que desee pensar en lo que anhela en ese momento. Por ejemplo, "dejo ir lo que era, acepto lo que es, manifiesto lo que será". Repetirá esto varias veces en su mente antes de seguir adelante.
3. **Rotación de conciencia:** Cuando empiece a rotar su conciencia interior, el maestro le pedirá que preste atención a ciertas partes del cuerpo. A medida que mueva su conciencia a través de su cuerpo, se estimulará toda la superficie del cerebro. Esto ayudará a relajar la mente.
4. **Experimente los opuestos:** Luego, el maestro lo guiará a través de experiencias opuestas. Esto puede incluir frío y calor, ligereza y pesadez. Experimentar los opuestos permite que la mente consciente determine cómo se siente realmente su cuerpo.
5. **Visualización:** La parte de visualización de la práctica de Yoga Nidra expone lo que se ha almacenado en la mente inconsciente. Una forma común de uso de imágenes son los símbolos y los signos. Los símbolos son eficaces para sacar a la superficie pensamientos y emociones ocultos o reprimidos.
6. **Termine con una resolución positiva:** Terminará la práctica de Yoga Nidra con una resolución positiva. A medida que la sesión llega a su fin, su mente estará muy receptiva a pensamientos y sugerencias positivas. Luego, el instructor lo guiará de regreso a un estado mental despierto.

Johnson. C. (2021). Yoga Nidra para principiantes. Recuperado de <https://www.anahana.com/es/yoga/yoga-nidra-for-beginners>

Gráfico N°32 “Clase modelo de Nidra Yoga”



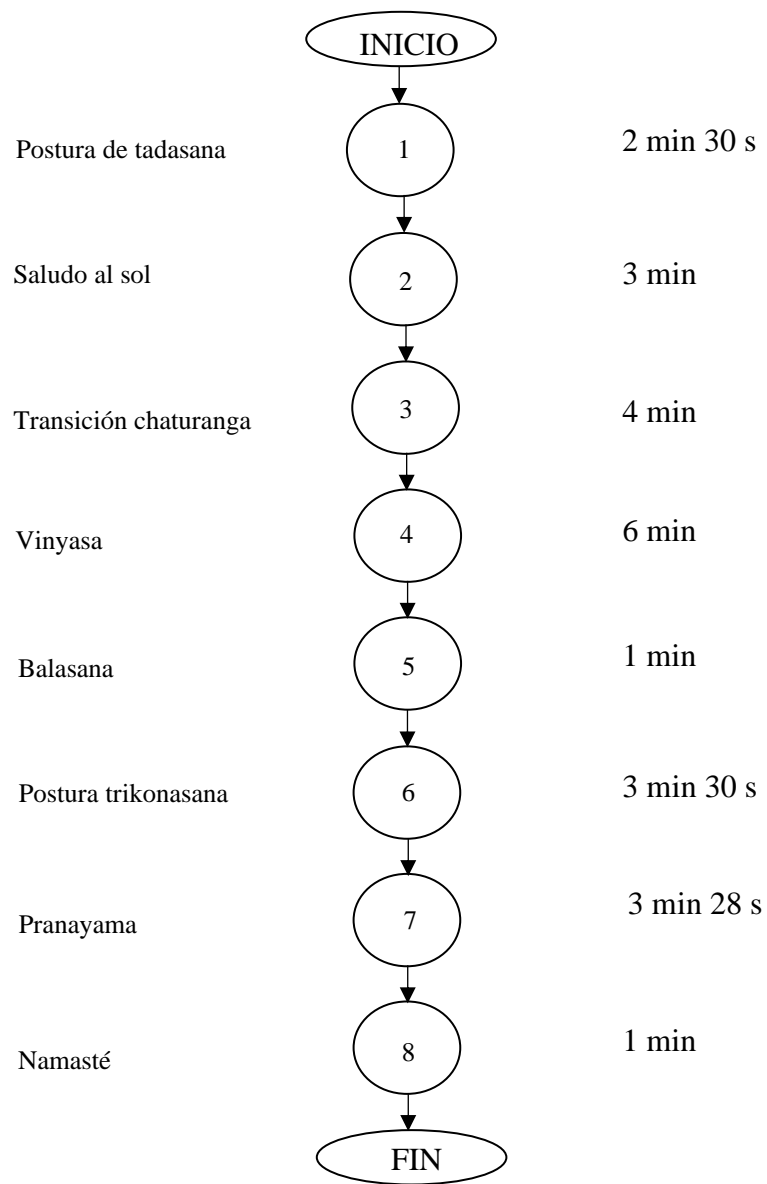
Fuente: Elaboración propia (2021)

Clase de Fitness Yoga

1. **Postura tadasana:** Hacer círculos con los hombros, relajándolos, juntar las manos delante del pecho y se inicia con un um para iniciar la clase.
2. **Saludo al sol:** Inhala brazos arriba, crece palmas juntas, exhala manos al suelo, inhala 2 pasos atrás, plancha, hombros encima de las muñecas, exhala pecho barbilla, inhala postura de la cobra, exhala lleva las nalgas primero hacia arriba y arriba para la postura perro boca abajo.
3. **Transición chaturanga:** Inhala, exhala (3 respiraciones), dos pasos o un salto, exhala (uttanasana), inhala sube, exhala tadasana, entrelaza los dedos de las manos detrás de tu espalda.
4. **Vinyasa:** El vinyasa significa la sincronización del movimiento sobre la respiración. Esta modalidad no impone, sino que se ejecuta de acuerdo a la experiencia del instructor de yoga. En la postura que se encuentra la instructora se inhala y exhala 5 veces con la pierna derecha e izquierda arriba.
5. **Balasana:** Se denomina así por la paz y calma mental que genera esta postura. Los pasos para esta postura son: Ponerse de rodillas en la esterilla, inclinar la parte superior del cuerpo hacia el mat o esterilla en la que descansa la cabeza y se estará tocando las piernas con el pecho.
6. **Postura trikonasana (derecha e izquierda):** Estiramiento del brazo derecho e izquierdo en postura trikonasana con el brazo paralelo. Apoyar antebrazo izquierdo en el muslo, brazo derecho cerca a la oreja y estiramiento con el otro brazo en diagonal. Luego, se realiza con el antebrazo derecho. Culminado se inhala y exhala arrodillado en la esterilla.
7. **Pranayama:** Se culmina con una respiración activa y no hay inhalación, ya que la inspiración es natural viene de la presión entre los pulmones y el exterior. Se lleva la atención en exhalar (50 repeticiones).
8. **Namasté:** Saludo al final de la clase.

Xuan Lan Yoga. (21 de enero de 2021). FIT + Yoga para la cintura [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=WaL5DBJ6Mb4>

Gráfico N°33 “Clase modelo de Fitness Yoga”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Proceso de compra en la página web:

1. El cliente tiene contacto con la publicidad de Liberta Yoga en internet, a través de las redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok o está en búsqueda del yoga, que encuentra nuestra web posicionada en Google.
2. El medio de publicidad direcciona al cliente a ingresar a la página web de Liberta Yoga.
3. Se da la bienvenida a la página web y el cliente interactúa con la web, visualiza nuestras secciones, quienes somos, precio, historial de profesores, los servicios de tipo de yoga, entre otros. Algo importante es que en la web se da a conocer el uso de la aplicación móvil de Liberta Yoga, esto con la finalidad de incentivar la compra de nuestro servicio.
4. Luego de la bienvenida el cliente tiene que tomar una decisión, en la cual se hace la pregunta ¿Quiere inscribirse en Liberta Yoga?

Si la respuesta es sí:

- **Va a la sección de “carrito de compras”:** El cliente se direcciona a esta sección donde se muestra los 3 tipos de servicios que ofrece Liberta Yoga y elige uno.
- **Selecciona otros detalles de compra:** Después en otra ventana, llena sus datos generales (nombre, teléfono, correo electrónico y ubicación). A la misma vez, selecciona el tipo de membresía o clase y se le da a conocer el precio respectivo, elige el turno que desea (mañana o tarde) y, por último, da clic a SIGUIENTE.
- **Selección del medio de pago:** Luego el cliente selecciona el medio de pago por su servicio de yoga. El pago se puede realizar por Tarjeta de crédito o débito y aplicaciones de pago (YAPEE O PLIN).
- **Visualización del resumen de servicio:** Posteriormente, se da un resumen de los detalles del servicio que va a adquirir (tipo de yoga, precio, turno, otros) y el cliente acepta términos y condiciones.
- **Agradecimiento por la compra:** Finalmente, se le agradece por su compra y se le da a conocer que se enviara su baucher a su correo electrónico una vez haya realizado el depósito del pago.
- **Salida de la página web:** El cliente puede seguir visualizando nuestra página web o procede a retirarse.

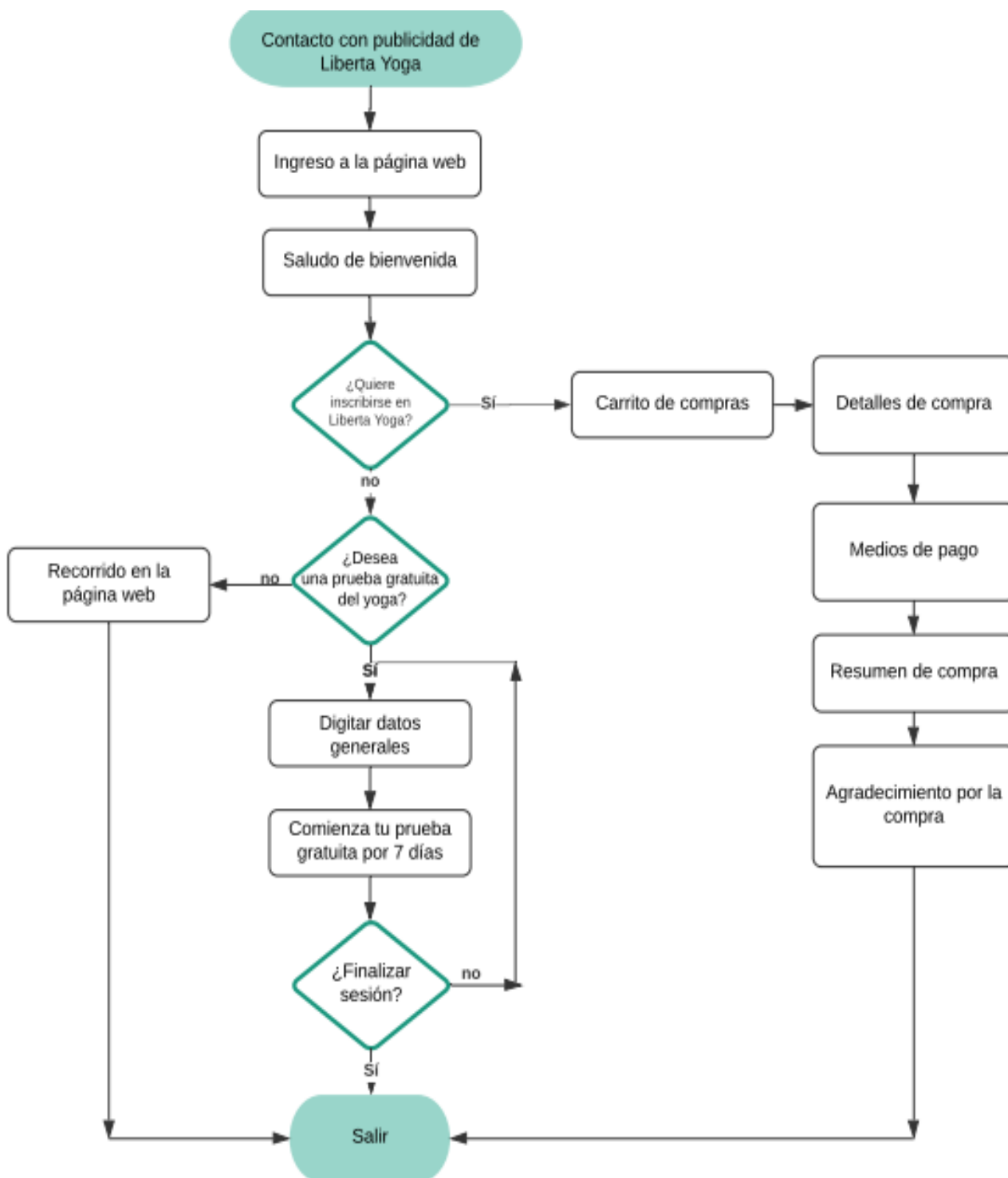
Si la respuesta es no:

- **Continúa navegando en la página web:** Si aún decide en no inscribirse en nuestro servicio, se le hace una siguiente pregunta para ver la posibilidad si se anima a conocer y practicar yoga. La pregunta que se le hace es ¿desea una prueba gratuita del yoga?

Si responde que no quiere una prueba gratuita del yoga, el usuario podrá hacer un recorrido en la página web. Una vez culminado puede el usuario cerrar sesión.

- **Datos generales:** En caso responda sí a la pregunta, tendrá que digitar algunos datos generales como nombre completo, fecha de nacimiento, dirección y teléfono, esto con la finalidad de registrar los datos de posibles clientes y luego el promotor de ventas se encargará de contactarlo para ver si se ha animado por practicar algún servicio de yoga.
- **Prueba gratuita por 7 días:** Se comienza la prueba gratuita en la página web de Liberta Yoga y tendrá acceso a todas las funciones de nuestra APP por ese tiempo.
- **Salida de la página web:** El usuario puede cerrar sesión, dando click en salir.

Gráfico N°34 “Diagrama del proceso de compra”



Fuente: Elaboración propia (2021)

6.6. Certificaciones necesarias

Una certificación o credencial importante para nuestra empresa Liberta Yoga es de la Asociación Yoga Alliance, esta es una asociación sin fines de lucro más grande que representa a la comunidad de yoga, con más de 7,000 escuelas de yoga registradas (RYS) y más de 100,000 maestros de yoga registrados (RYT). YogaAlliance (29 de junio 2020) Sobre nosotros. https://www.yogaalliance.org/About_Yoga_Alliance. El trabajo que desarrolla son los siguientes:

- ✚ Fomentar y apoyar la alta calidad, la seguridad, la accesibilidad y la equidad en la enseñanza del yoga.
- ✚ Abogar por la autorregulación en la industria del yoga y el acceso universal a prácticas de yoga de alta calidad, seguras, accesibles y equitativas.
- ✚ Mantener el crecimiento mundial del yoga a través de la educación y la comunidad.
- ✚ Fomentar la instrucción segura del yoga a través de estándares cuantitativos y un compromiso ético de todos los miembros, que incluye un código de conducta mejorado, un nuevo alcance de práctica y la responsabilidad de la equidad en el yoga.
- ✚ Servir a la comunidad de miembros al proporcionar herramientas para el crecimiento y desarrollo profesional, beneficios exclusivos y recursos e información oportunos, incluidos aquellos sobre COVID-19 y Justicia Social.
- ✚ Abogar por la protección de la comunidad del yoga contra patentes, impuestos o regulaciones gubernamentales injustas o innecesariamente onerosas.
- ✚ Proporcionar a las escuelas de yoga y a los profesores de yoga prácticas comerciales efectivas para ayudar a alcanzar el éxito.

En definitiva, solicitaremos un programa de formación de profesores de yoga para obtener una credencial de escuela de yoga registrada (RYS) por Yoga Alliance. Este será para Liberta Yoga un paso importante, ya que se abre a una comunidad global de escuelas y profesores que practican esta disciplina en el mundo. Esta Credencial de Escuela de Yoga (RYS) respaldará nuestro compromiso en la calidad del servicio de yoga a brindar a través de nuestra web y aplicativo móvil. Asimismo, podremos comercializar nuestra empresa como RYS y cumplir los estándares de calidad que propone esta asociación en las buenas prácticas y las nuevas tendencias de yoga en el mundo.

6.7. Impacto en el medio ambiente

El proceso productivo de nuestra empresa no tendrá impacto negativo con el medio ambiente, debido a que no hay materia prima que pueda contaminar con este. Al contrario, nuestro servicio, busca ayudar a tomar conciencia a las personas y a cuidar el lugar donde vivimos. Nuestro proyecto de negocio se relaciona con el cuidado de la salud a través de la práctica del yoga que es una disciplina que no necesita nada más que el cuerpo y la concentración de las personas para su realización. Liberta Yoga esta creado para ayudar a las personas a tener una mejor calidad de vida y eso implica el cuidado medioambiental.

Por otro lado, si bien es cierto nuestra empresa hará uso de la energía eléctrica e internet para poder llevar a cabo las clases online y además de ello las personas deberán contar con un Smartphone o una PC o laptop para poder conectarse; queremos recalcar que nuestro aplicativo no será uno de uso constante, si no específico para las personas que deseen realizar yoga. A diferencia de apps de redes sociales o juegos online en donde se consume mucha energía, por lo tanto, se ve afectado el medio ambiente.

Como ya se mencionó líneas arriba nuestro proyecto de negocio se basará en el bienestar de las personas, por ello es importante hacer énfasis que el yoga es una disciplina que no utiliza algún otro elemento nocivo para la salud o el medio ambiente, como empresa estamos totalmente comprometidos con este. Es importante mencionar también que recomendaremos a nuestros clientes a que puedan usar colchonetas o mats de material reciclable para que todo sea un complemento perfecto.

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa (procesos, trámites, permisos y costos)

7.1.1. Proceso de constitución de una empresa

Estos son los pasos a seguir para la constitución de nuestra empresa:

- a) **Elaboración de la minuta o acto constitutivo:** Para iniciar una constitución de capital es necesario hacer un depósito en una institución financiera, luego se procede a elaborar la minuta de constitución que es un contrato social conteniendo información detallada de la empresa, esta debe realizarse frente a un notario público el cual dará fe del contenido de la minuta firmándola, luego este la envía a los Registros Públicos correspondientes para su inscripción. El registro de la cuenta junto con los documentos de constitución se envía al notario. El costo aproximado es de S/.150.00 cada S/.10 000.00 de capital social aportado.
- b) **Elaboración de la escritura pública:** Una vez redactado el Acto Constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y eleve a Escritura Pública. Se generará la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo es legal. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma de todos los participantes de la sociedad, incluidos los cónyuges de ser el caso. Se debe pagar la inscripción (S/.35.00). Se deben esperar 5 días calendario para obtener la Escritura de Constitución.
- c) **Inscripción de la empresa en Registros de Personas Jurídicas de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP):** Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros

Públicos. (Los costos de inscripción son determinados por la SUNARP de acuerdo a las características de la empresa).

- d) Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):** Se debe inscribir la empresa en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de Sunat. Puedes hacer este trámite por Mesa de Partes Virtual (MPV) o en persona, a través de su representante legal o tercero autorizado y cumpliendo algunos requisitos. El RUC es el registro que la Sunat tiene como finalidad identificar a tu empresa de las demás. Lleva información como contribuyente (persona, entidad o empresa), domicilio fiscal, actividad a la que te dedicas y otros datos. Este número es único, consta de 11 dígitos y debes utilizarlo en todo trámite que hagas ante la Sunat. Al crear el RUC como persona jurídica, las deudas u obligaciones de tu empresa estarán garantizadas y se limitarán solo a los bienes que estén registrados a su nombre.
- e) Inscripción de trabajadores en ESSALUD o SIS:** Registraremos a los trabajadores dependientes de Liberta Yoga en el SIS (Seguro Integral de Salud), ya que al inscribirnos en el REMYPE y encontrarnos como microempresa nos da esta posibilidad como beneficio laboral para las empresas.
- f) Autorización del libro de planillas en el MTPE:** Los empleadores cuyos trabajadores se encuentran sujetos al régimen laboral de actividad privada y cooperativa de trabajadores, están obligados a llevar Planillas de pago u hojas sueltas, debidamente autorizadas por la Autoridad Administrativa de Trabajo del lugar donde se encuentre ubicado el centro de trabajo. Para tramitar la primera planilla se debe hacer un pago de 1% de la UIT (S/. 44.00) en el Banco de la Nación por cada 100 hojas, además se adjunta la copia del comprobante de conformación del RUC, a los cuatro días se recoge la planilla sellada y autorizada. Para las siguientes planillas se deben cumplir los requisitos mencionados anteriormente y adjuntar la plantilla anterior.
- g) Licencia Municipal de Funcionamiento:** La municipalidad se encarga de otorgar la autorización de apertura de los establecimientos comerciales, industriales y de actividades profesionales. La municipalidad tiene hasta 7 días hábiles para otorgar la licencia, si no se pronunciara en este plazo, se entenderá otorgada la Licencia Provisional que tiene una vigencia de 12 meses. Si no hubiera ninguna irregularidad se otorga la Licencia Definitiva.

- h) Legalización de Libros contables:** Se procede a legalizar los siguientes libros: Libro de Actas, Libro de Ventas, Libro de Compras, Libro Diario, Libro Mayor, Libro de Inventario y Balance y Libro de Caja. El costo de este servicio es aproximadamente de 22.00 soles cada libro. (Dependiendo de la notaría).

7.1.2. Registro de marcas y patentes

El registro de la marca “Liberta Yoga” en el Perú está a cargo de la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Los pasos a seguir para registrar la marca son:

- ✚ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- ✚ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de

Contribuyente (RUC), de ser el caso. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.

- ✚ Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- ✚ Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- ✚ Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- ✚ De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- ✚ Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- ✚ En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- ✚ De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- ✚ Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 611.60 Soles.

7.1.4. Procedimientos para la obtención de la licencia de funcionamiento

El objetivo es adecuar los procedimientos administrativos de la Municipalidad Distrital de Ica con las disposiciones de la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, para que los administrados obtengan en plazos razonables y procesos simplificados, una Licencia de Funcionamiento en sus distintas modalidades. La Licencia de Funcionamiento es la autorización que otorga la Municipalidad a favor de una persona natural o jurídica determinada para el desarrollo de actividades económicas con o sin fines de lucro en un establecimiento.

Este documento es intransferible y solo faculta el ejercicio a su titular. En caso se desarrollen actividades en varios establecimientos, aun cuando estas sean complementarias al giro principal, se deberá obtener una licencia de funcionamiento por cada uno de los establecimientos. La licencia de funcionamiento se otorga en procedimiento administrativo único, sujeto a:

- ✚ De autorización automático
- ✚ De evaluación previa con silencio administrativo positivo aplicable a los quince (15) días hábiles de iniciado el procedimiento. La Licencia de Funcionamiento deberá ser exhibida en un lugar visible del local para facilitar la inspección del local.

7.1.5. Legislación laboral.

En el presente punto se detallarán los beneficios que le corresponde por ley a nuestros trabajadores. El régimen laboral al cual se acogerá nuestra empresa es al de la Microempresa, debido a que nuestras ventas anuales no sobrepasan las 150 UITs. Los beneficios laborales especiales de los trabajadores de las MYPE son los contemplados en el TUO de la Ley MYPE (DS 013-2013-PRODUCE), en tanto la empresa esté inscrita en el Registro de Micro y Pequeña Empresa (REMYPE); pues, hay otros derechos laborales comunes que se aplican a todas las empresas privadas, sean del régimen general o de las MYPE.

Estos beneficios comunes son: contratos de trabajo que pueden ser indefinidos o a plazo fijo e inclusive a tiempo parcial, periodo de prueba, remuneración mínima, jornada de trabajo, descanso semanal, descanso en días feriados y pago de horas extras.

- **Periodo de prueba:** Igualmente, el periodo de prueba legal de tres meses rige para todos los trabajadores, sean de régimen general o de las MYPE, aun cuando no se haya pactado en el contrato de trabajo.
- **Remuneración:** Los trabajadores de la micro y pequeña empresa tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima, que actualmente equivale a S/ 930 mensuales.
- **Jornada de trabajo:** Los trabajadores de la micro y la pequeña empresa deben de laborar 8 horas diarias y 48 horas semanales como máximo. Los trabajadores MYPE que laboren en jornada nocturna y perciban la remuneración mínima, no tienen derecho a la sobretasa del 35%, que si corresponde al régimen laboral común.
- **Descanso semanal:** Los trabajadores de la micro y pequeña empresa tienen derecho a un día de descanso semanal (no necesariamente el domingo), ya que se puede acordar que el descanso semanal sea en otro día de la semana.
- **Descanso en días feriados:** Los trabajadores de la micro y la pequeña empresa tienen derecho al descanso pagado en los días feriados, de conformidad con el D. Leg. 713.

Beneficios especiales: Los beneficios laborales especiales de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas están contemplados en el TUO de la Ley Mype, destacando entre otros, los siguientes.

- **Descanso vacacional:** Los trabajadores de la micro y pequeña empresa tienen derecho a 15 días calendario de descanso anual pagado por la empresa. Por acuerdo entre el empleador y el trabajador se puede “vender” 7 días de vacaciones, con su respectiva compensación.
- **Indemnización por despido:** Los trabajadores de la microempresa despedidos arbitrariamente tienen derecho a una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias por año completo de servicios, con el tope de 90 remuneraciones diarias.
- **Pensiones:** Los trabajadores de la micro y pequeña empresa pueden optar por afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones (ONP) o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- **Salud:** Los trabajadores de la microempresa pueden afiliarse al SIS Familiar subsidiado.

7.1.6. Obligaciones (tributarias y laborales)

- ✚ **Tipo de sociedad empresarial:** Nuestra empresa Liberta Yoga será una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), ya que somos 3 miembros accionistas que nos conocemos entre sí. Además, al solicitar un préstamo al Banco para invertirlo en la empresa, este tipo de sociedad es más aceptable para que se nos otorgue el préstamo requerido a diferencia de otro tipo de sociedad que es de nuestro tamaño. A continuación, se detalla este tipo de sociedad.

Tabla N°10 “Tipo de sociedad”

CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tiene responsabilidad limitada, es decir los socios no responden personalmente por las deudas sociales de la empresa. ➤ Se constituye de manera voluntaria por decisión de los socios o accionistas. ➤ Se crea con un reducido número de personas que van entre 2 a 20 accionistas como máximo.
DENOMINACIÓN	Debe incluir la indicación "Sociedad Anónima Cerrada", o las siglas S.A.C.
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (facultativo) y Gerencia.
CAPITAL SOCIAL	Está representado por acciones nominativas (aporte dinerario y no dinerario) de los socios.
DURACIÓN	Plazo determinado o indeterminado.
TRANSFERENCIA	Cuando se realiza una transferencia de acciones no requiere ser inscrita en los Registros Públicos, sino únicamente ésta debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la sociedad.

Fuente: Elaboración propia (2021)

✚ **Régimen tributario:** El régimen al que se acogerá la empresa Liberta Yoga será al Régimen MYPE tributario, ya que nuestras ventas anuales no superan las 1,700 UIT.

Ventajas del Régimen General:

- No existe un límite de ingresos.
- Se puede emitir todo tipo de comprobantes de pago.

A continuación, se muestra el Pago de Tributos Mensuales y Declaración Anual – Renta del Régimen General, que sirve para el cumplimiento de la empresa con sus obligaciones tributarias al Estado.

Tabla N°11 “Impuesto a pagar mensual y anual”

IMPUESTO A LA RENTA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasta 300 UIT: 1% ✓ Mas de 300 UIT: Pago a cuenta mensual (el que resulte mayor de aplicar un coeficiente o el 1.5% según la ley del Impuesto a la Renta).
IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (IGV) MENSUAL	18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal)
IMPUESTO A LA RENTA ANUAL	
DECLARACIÓN ANUAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Si no superas las 15 UIT = 10% ✓ Si superas las 15 UIT = 29.50%

Fuente: Elaboración propia - SUNAT (2021)

7.2. Estructura Organizacional

Liberta Yoga tendrá una estructura jerárquica, que se apoya en el principio de jerarquía basado en la “unidad de mando”, es decir el organigrama muestra en orden descendente los niveles de autoridad en la empresa. Los niveles de autoridad van de superior a inferior, es así que cada colaborador de la empresa responderá a su inmediato superior y éstos a su vez reportarán al nivel superior que continua, solo del cual podrá recibir órdenes.

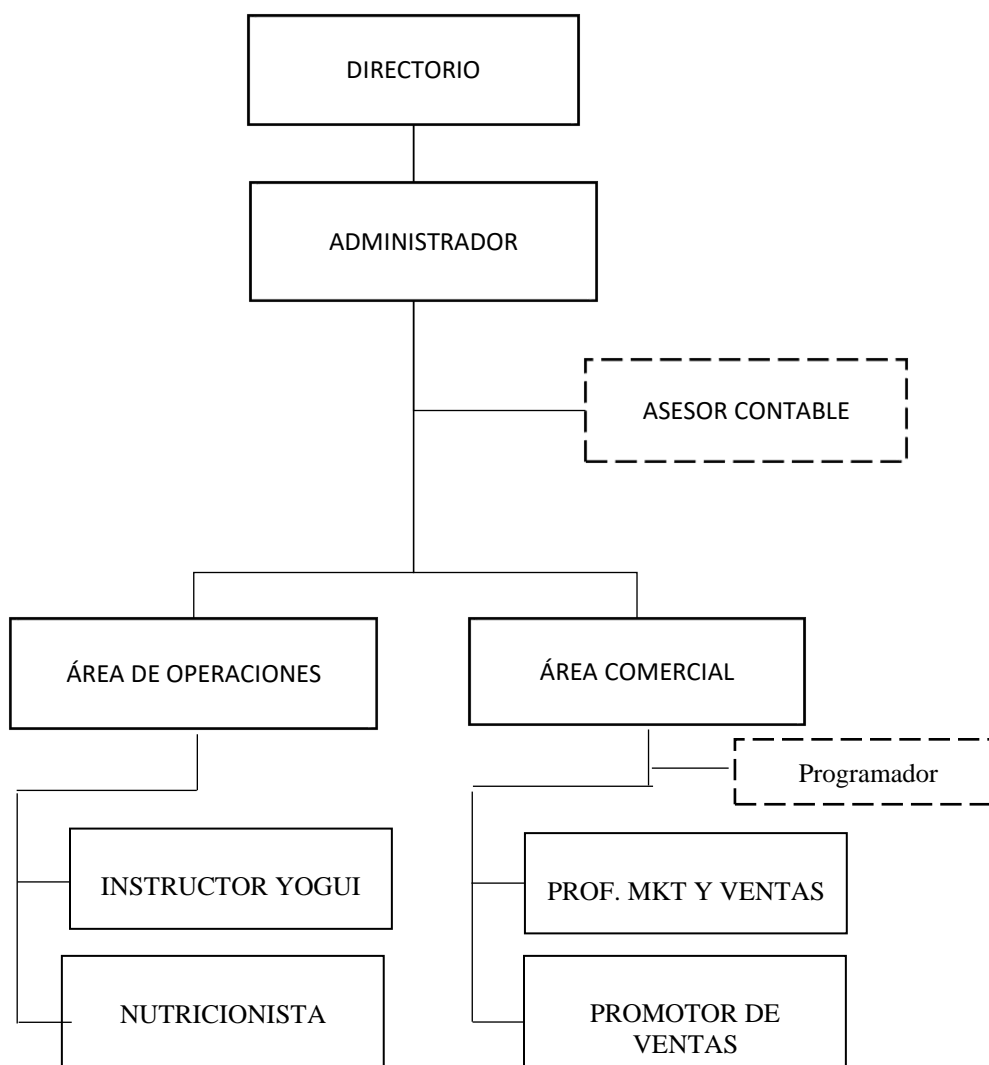
Esta estructura organizacional está conformada en la parte superior por el directorio, que es la máxima autoridad y se encuentran los 3 socios fundadores de la empresa. Seguido está la gerencia general que estará ocupada por un Profesional Administrador de Empresas que será el representante legal de la empresa y se encargará de los trámites de constitución, préstamos y demás formalidades que necesite la empresa. Además, llevará la gestión, contratación de los colaboradores y se enfocará en cumplir los objetivos que tiene la empresa para alcanzar la misión, visión y ser sostenible en el tiempo.

Luego, continua las 2 áreas de la empresa. Tenemos el área operativa que se enfocará en brindar los servicios de yoga y seguimiento del proceso iniciado por el cliente en esta disciplina del yoga, forman

parte de esta unidad: 3 instructores de yoga y 1 nutricionista. Siendo encargado del área un Instructor de Yoga.

Finalmente, el área comercial se encargará un profesional de marketing y ventas, esta unidad es esencial para posicionar nuestra marca de Liberta Yoga en la mente de los consumidores y poder ofertar nuestros servicios de yoga a futuros clientes, forman parte de esta unidad 1 promotor de ventas y 1 profesional en Marketing y Ventas. A continuación, se muestra el organigrama de la empresa Liberta Yoga el cual detalla la posición de cada trabajador:

Gráfico N°35 “Organigrama”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Los servicios a tercerizar será la asesoría contable y un programador para la web y aplicativo móvil. Este último será brindado por la empresa Enfokarte y Doapps respectivamente. Con el organigrama propuesto, se muestran tres funciones principales: Gerencia, el Área de Operaciones y el Área Comercial. Por lo tanto, se presentan las principales características de la estructura con los puestos de trabajo correspondientes:

a. Gerencia General

Esta unidad se rige bajo la función del Administrador, quien se encargará de la dirección del negocio, hará evaluaciones financieras, para conocer la evolución y rendimiento del negocio, así como del reclutamiento, selección y contratación del personal. Además, será el encargado del área de control de calidad verificando que los procesos de la empresa como servicio de yoga, página web y aplicativo móvil se cumplan oportunamente generando satisfacción en los clientes y encontrando oportunidades de mejora en nuevas tendencias de yoga.

b. Área de Operaciones

El encargado de la Unidad de Operaciones será 1 instructor especializado en la disciplina de yoga con amplia experiencia en el rubro, este profesional se encargará de orientar a su equipo de trabajo que serán: 2 instructores yoguis y 1 nutricionista para la ejecución de los servicios de yoga que requiere el cliente y además coordinará con el profesional nutricionista sobre la buena alimentación y salud del cliente.

c. Área comercial

La presente unidad tiene como responsable a un Profesional de Marketing y Ventas, el cual se encargará de supervisar al promotor de ventas en sus funciones y trabajarán conjuntamente para lograr el objetivo de ventas proyectado por la empresa.

- **Profesional de Marketing y Ventas:** Este profesional se hará cargo de la unidad y trabajará con el promotor de ventas. Algunas funciones generales que tendrá a cargo adicional del cargo de la unidad comercial, será manejar las redes sociales, diseño digital, página web o aplicativo móvil para tener mayor alcance de la marca Liberta Yoga en el mundo digital y lograr posicionarse en el mercado.

- **Promotor de Ventas:** Este profesional atenderá las consultas de clientes por llamada, página web o aplicativo móvil de Liberta Yoga para brindar información sobre los servicios de yoga virtual con acompañamiento de un nutricionista. Manejará los registros de base de datos de las potenciales clientes y realizará las ventas o renovaciones de membresías de los servicios de yoga que el cliente desee.

 **Planilla de Liberta Yoga:**

Tabla N°12 “Planilla”

Concepto	Remuneración mensual	Vacaciones	SIS	Total mensual	Total anual
Personal Administrativo					
Gerente General	S/2,000.00	S/83.33	S/ 15.00	S/2,098.33	S/25,180.00
Personal de marketing y ventas					
Marketing y ventas	S/1,500.00	S/62.50	S/ 15.00	S/1,577.50	S/18,930.00
Promotor de ventas	S/930.00	S/38.75	S/ 15.00	S/983.75	S/11,805.00
Personal operativo					
Jefe de yoga 1	S/1,500.00	S/62.50	S/ 15.00	S/1,577.50	S/18,930.00
Profesor de yoga 2	S/1,200.00	S/50.00	S/ 15.00	S/1,265.00	S/15,180.00
Profesor de yoga 3	S/1,200.00	S/50.00	S/ 15.00	S/1,265.00	S/15,180.00
Nutricionista	S/1,000.00	S/41.67	S/ 15.00	S/1,056.67	S/12,680.00
Total planilla de la empresa	S/7,830.00	S/326.25	S/90.00	S/9,823.75	S/117,885.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

7.3. Descripción de funciones:

Gráfico N°36 “Perfil y funciones del Gerente General”

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del puesto	Gerente General	Localización	Ica
Departamento	Gerencia	Superior	Directorio
Tipo de jornada laboral	Tiempo completo	Nº de titulares	1
Horario	08 a.m - 5:00 p.m	Nº de personas a cargo	6
MISIÓN DEL PUESTO			
<p>El Gerente General tiene como misión del puesto dirigir la administración de la empresa, haciendo una buena gestión de los recursos que se le proporcione a fin de alcanzar los objetivos y metas de la organización generando una buena rentabilidad.</p>			
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar, dirigir, controlar y medir el giro de la empresa Liberta Yoga S.A.C conforme a la misión y visión que tiene como proyección. 2. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 3. Elaborar un manual de Organización y Funciones (MOF) y reglamento de la empresa. 4. Representar a la organización frente a los stakeholders y trámites administrativos de la empresa. 5. Realizar alianzas estratégicas que ayuden a incrementar las ventas. 6. Investigar nuevas tendencias acerca del yoga para implementarlo en la empresa. 7. Realizar los procesos de la gestión del talento humano. 8. Evaluar los estados financieros y cumplir con la rentabilidad esperada en el servicio de Yoga. 			
FORMACIÓN		COMPETENCIAS	
Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos Títulos: Profesional en Administración de Empresas Estudios complementarios: Computación, contabilidad, marketing.		Visión estratégica Proactividad Compromiso con sus colaboradores	

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°37 “Perfil y funciones del Instructor de Yoga”

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del puesto	Instructor de Yoga	Localización	Ica
Departamento	Unidad de Operaciones	Superior	Encargado del área de Operaciones
Tipo de jornada laboral	Tiempo completo	Nº de titulares	1
Horario	06:00 - 10:00 a.m/ 05:00 - 9.00 p.m	Nº de personas a cargo	0
MISIÓN DEL PUESTO			
<p>El Instructor de Yoga tiene como misión del puesto programar, dirigir y dinamizar las actividades de los servicios que ofrece Liberta Yoga (Hatha Yoga, Nidra Yoga y Fitness Yoga) conforme a las directrices establecidas en la programación de la unidad de operaciones, ayudando a los clientes técnicas y posturas de relajación, dirigidas a todo tipo de practicantes y adaptándolas a sus necesidades, para el cuidado y mejora corporal, aumentar la percepción del bienestar y favorecer la realización personal, en condiciones de seguridad y con el nivel de calidad del servicio que permita conseguir la satisfacción de los mismos.</p>			
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejecutar las técnicas y posturas específicas del yoga con eficacia y seguridad. 2. Concretar, dirigir y dinamizar sesiones de instrucción en yoga de acuerdo a las características, necesidades y expectativas de los practicantes. 3. Programar las actividades de yoga a través de la plataforma Zoom para el dictado de clases en vivo. 4. Enseñar a los practicantes de yoga el uso de la página web y aplicativo móvil. 5. Evaluar el nivel de yoga adecuado para el cliente de acuerdo a sus necesidades 6. Realizar una evaluación inicial de los practicantes y registrarlo en un modelo de hoja de control, para identificar las expectativas, posibilidades y motivación hacia la práctica del yoga de los practicantes. 			
FORMACIÓN		COMPETENCIAS	
Estudios superiores: Zenda Yoga, Lima Yoga Títulos: Instructor de Yoga Certificación: Yoga Alliance Experiencia: 3 años de experiencia como profesor de yoga Idioma: Inglés nivel básico		Habilidades comunicativas Habilidades para motivar Aptitud para la enseñanza Trabajo en equipo Servicio al cliente	

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°38 “Perfil del jefe del Área Comercial”

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del puesto	Jefe de la Unidad Comercial	Localización	Ica
Departamento	Unidad Comercial	Superior	Gerente
Tipo de jornada laboral	Tiempo completo	N° de titulares	1
Horario	08 a.m - 5:00 p.m	N° de personas a cargo	1
MISIÓN DEL PUESTO			
<p>El Jefe de la Unidad Comercial tiene como misión del puesto planificar, dirigir y ejecutar el plan de marketing y demás estrategias de mercado que plantee. Diseñará planes a corto, medio y largo plazo, determinando las prioridades y estrategias de los servicios de las empresa con la finalidad de posicionar la marca Liberta Yoga en la mente de los consumidores y por tanto generar mayor rentabilidad en la empresa.</p>			
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de marketing de la empresa. 2. Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción. 3. Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising. 4. Se hará cargo de la imagen en la página web y aplicativo móvil. 5. Evaluar con que empresas se puede hacer alianzas estratégicas para la promoción y publicidad 6. Registrará los pagos por suscripción de los servicios de yoga en la página web. 			
FORMACIÓN		COMPETENCIAS	
Estudios superiores: Universitario y/o Técnico		Creatividad	
Títulos: Profesional en Marketing y Ventas		Innovación	
Certificación: Programa Experto en Marketing		Comunicación	
Experiencia: 3 años de experiencia		Visión estratégica	
Idioma: Inglés nivel básico		Trabajo en equipo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°39 “Promotor de Ventas”

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del pue:	Promotor de Ventas	Localización	Ica
Departamento	Unidad Comercial	Superior	Jefe de Marketing y Ventas
Tipo de jornada	Tiempo completo	N° de titulares	1
Horario	08 a.m - 5:00 p.m	N° de personas a cargo	0
MISIÓN DEL PUESTO			
<p>El Promotor de Ventas tiene como misión del puesto realizar las estrategias planificadas por la Unidad Comercial, tiene un contacto directo con los clientes al brindarle toda la información sobre los servicios de yoga que tendrá la empresa Liberta Yoga. Tiene mucha influencia sobre los resultados, ya que asesorando bien sobre los servicios de yoga puede obtener clientes.</p>			
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aclarar las dudas de los clientes a través de la página web o llamadas. 2. Realizar un registro de los clientes de Liberta Yoga, clientes interesados y potenciales. 3. Reportar los indicadores solicitados por el supervisor. 4. Prestar apoyo a acciones promocionales (como la distribución de flyer, promociones a través de la web o mensajería de whatsapp). 5. Diseñar campañas para maximizar las ventas. 			
FORMACIÓN		COMPETENCIAS	
Estudios superiores: Estudio Técnico		Creatividad	
Títulos: Profesional de Diseño Gráfico o Marketing		Proactividad	
Certificación: CAMEX		Excelente comunicación	
Experiencia: 2 años de experiencia como promotor de ventas		Organización	
Idioma: Inglés nivel básico		Trabajo en equipo	

Fuente: Elaboración propia (2021)

CAPÍTULO VIII

PLAN FINANCIERO

8.1 Inversiones (estructura)

8.1.1 Inversión fija tangible

A continuación, se detalla los activos fijos tangibles que tendrá la empresa Liberta Yoga para poner en marcha el servicio de yoga virtual a través de la WEB y aplicativo móvil. Esta inversión se realiza una sola vez al principio para que la empresa empiece a operar.

Gráfico N°40 “Inversión Fija Tangible”

RESUMEN		
TIPO DE ACTIVO	MONTO	
MUEBLES Y ENSERES	S/	7,907.40
HERRAMIENTAS	S/	2,426.80
COMPUTADORAS E IMPRESORAS	S/	4,797.20
TOTAL DE ACTIVO TANGIBLE	S/	15,131.40

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.1.2. Inversión fija intangible

Gráfico N°41 “Inversión fija intangible”

ACTIVO FIJO INTANGIBLE (GASTOS PRE - OPERATIVOS)		
RUBRO	IMPORTE - SOLES	
Gastos de constitución		
Pago búsqueda de razón social - SUNARP	S/	25.00
Elaboración de minuta	S/	100.00
Escritura Pública – Notaria	S/	300.00
Inscripción de la empresa en la SUNARP	S/	44.39
Licencia de Funcionamiento y Defensa Civil	S/	135.85
Legalización de libros contables - Notaria	S/	30.00
Otros (pasajes y copias)	S/	15.00
Acondicionamiento del local	S/	1,000.00
Pago de garantía por locales - 3 meses	S/	1,800.00
Publicidad para el lanzamiento		
Desarrollo web y app	S/	41,700.00
Flyer, brochure, etc	S/	500.00

Pack emprendedor	S/	200.00
Bolsa de trabajo		
Bumeran - Aviso simple	S/	273.00
TOTAL	S/	46,123.24

Fuente: Elaboración propia 2021

8.1.3 Capital de Trabajo

Hemos considerado 2 meses para nuestro capital de trabajo, ya que podemos siempre los primeros meses son los más difíciles en todo emprendimiento.

Gráfico N°42 “Capital de Trabajo”

CAPITAL DE TRABAJO					
DESCRIPCION	MESES	MENSUAL	TOTALES		PORCENTAJE
COSTOS DIRECTOS	2	S/ 5,164.17	S/	10,328.33	43%
COSTOS INDIRECTOS	2	S/ 252.57	S/	505.13	2%
GASTOS DE ADMINISTRACION	2	S/ 3,453.79	S/	6,907.58	29%
GASTOS DE VENTAS	2	S/ 3,152.08	S/	6,304.17	26%
<u>TOTAL</u>			S/	24,045.21	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.2 Ingresos y egresos

8.2.1. Estado de Situación Financiera:

Gráfico N°43 “Estado de Situación Financiera”

LIBERTA YOGA S.A.C					
BALANCE DE APERTURA DEL 01 DE ENERO 2022					
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
101	Caja	S/ 24,045.21			S/ -
20	Mercadería	S/ -	TOTAL DE PASIVO CORRIENTE		S/ -
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE		S/ 24,045.21			
			PASIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO NO CORRIENTE			45	Préstamo Bancario	S/ 59,299.85
335	Muebles y enseres	S/ 7,907.40	TOTAL DE PASIVO NO CORRIENTE		S/ 59,299.85
3362	Equipo de comunicación	S/ 4,797.20	TOTAL DE PASIVO		S/ 59,299.85
3371	Herramientas	S/ 2,426.80			
34	Intangibles	S/ 46,123.24			
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE		S/ 61,254.64	S/ 61,254.64		
			501	Capital social	S/ 26,000.00
			TOTAL DE PATRIMONIO		S/ 26,000.00
TOTAL DE ACTIVO		S/ 85,299.85	TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO		S/ 85,299.85

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.2.2. Estado de Resultado proyectado:

Gráfico N°44 “Estado de Resultado Proyectado”

Estado de resultado proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	S/ 207,267.23	S/ 210,945.26	S/ 214,623.29	S/ 218,301.31	S/ 221,979.34
Costo de venta	S/ 65,000.80	S/ 66,154.26	S/ 67,307.72	S/ 68,461.18	S/ 69,614.64
Utilidad bruta	S/ 142,266.43	S/ 144,791.00	S/ 147,315.56	S/ 149,840.13	S/ 152,364.70
Gastos de administracion	S/ 41,445.46	S/ 41,445.46	S/ 41,445.46	S/ 41,445.46	S/ 41,445.46
Gastos de venta	S/ 37,825.00	S/ 38,125.00	S/ 38,425.00	S/ 38,775.00	S/ 39,175.00
Depreciacion	S/ 1,997.54	S/ 1,997.54	-S/ 1,997.54	S/ 1,997.54	S/ 898.04
Utilidad operativa	S/ 60,998.43	S/ 63,223.00	S/ 69,442.65	S/ 67,622.13	S/ 70,846.20
Gastos financieros	S/ 8,800.30	S/ 6,796.10	S/ 4,441.16	S/ 1,674.11	S/ -
Utilidad antes de impuesto	S/ 52,198.14	S/ 56,426.90	S/ 65,001.48	S/ 65,948.02	S/ 70,846.20
Impuesto a la renta (29.5%)	S/ 15,398.45	S/ 16,645.94	S/ 19,175.44	S/ 19,454.67	S/ 20,899.63
Utilidad neta	S/ 36,799.69	S/ 39,780.97	S/ 45,826.05	S/ 46,493.35	S/ 49,946.57

Fuente: Elaboración propia (202)

8.2.3. Punto de equilibrio

Gráfico N°45 “Fórmula de Punto de equilibrio”

Formula:	COSTOS FIJOS
	CONTRIBUCION MARGINAL PONDERADA

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°46 “Punto de equilibrio mensual”

PE MENSUAL:

COSTOS VARIABLES	S/ -	PRONOSTICO . M. ANUAL	8
COSTOS FIJOS	S/ 10,735.23	PRONOSTICO . M. MENSUAL	36
		PRONOSTICO . M. POR DIA	201

Producto	Precio de venta x unidad	Costo Variable x unidad	Ventas Estimadas mensuales
PRONOSTICO . M. ANUAL	S/ 925.00	S/ -	8
PRONOSTICO . M. MENSUAL	S/ 135.00	S/ -	36
PRONOSTICO . M. POR DIA	S/ 20.00	S/ -	201
Total			245

Contribución Marginal Unitaria	% de Participación en las ventas	Contribución Marginal Ponderada	Cantidad de Equilibrio General	Cantidad de Equilibrio x Prod
S/ 925.00	3%	32	159	5
S/ 135.00	15%	20		23
S/ 20.00	82%	16		130
	100%	68		159

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: La empresa LIBERTA YOGA debería vender 159 suscripciones en total (5 anuales, 23 mensuales y 130 diarios) para cubrir todos los costos de este mes.

Gráfico N°47 “Punto de equilibrio anual”

P.E AÑO 1:			
COSTOS VARIABLES	S/ -	PRONOSTICO . M. ANUAL	100
COSTOS FIJOS	S/ 128,822.73	PRONOSTICO . M. MENSUAL	428
		PRONOSTICO . M. POR DIA	2408

Producto	Precio de venta x unidad	Costo Variable x unidad	Ventas Estimadas mensuales
PRONOSTICO . M. ANUAL	S/ 925.00	S/ -	100
PRONOSTICO . M. MENSUAL	S/ 135.00	S/ -	428
PRONOSTICO . M. POR DIA	S/ 20.00	S/ -	2408
Total			2936

Contribución Marginal Unitaria	% de Participación en las ventas	Contribución Marginal Ponderada	Cantidad de Equilibrio General	Cantidad de Equilibrio x Prod
S/ 925.00	3%	32	1903	65
S/ 135.00	15%	20		277
S/ 20.00	82%	16		1,561
	100%	68		1,903

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: La empresa LIBERTA YOGA debería vender 1,903 suscripciones en total (65 anuales, 277 mensuales y 1,561 diarios) para cubrir todos los costos de este año.

Gráfico N°48 “Resumen punto de equilibrio anuales”

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MENBRESIA ANUAL	65	65	65	65	65
MENBRESIA MENSUAL	277	277	277	277	277
MENBRESIA POR DIA	1,561	1,561	1,561	1,561	1,561

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.3. Indicadores financieros:

Gráfico N°49 “Costo Promedio Ponderado de Capital”

WACC	Importe	Estructura	Costo anual	Impuesto a la renta	Costo ponderado de capital
Prestamo Bancario - BBVA	S/ 59,299.85	70%	17.50%	29.50%	8.58%
Capital propio	S/ 26,000.00	30%	35.00%		11%
Total aportado	S/ 85,299.85	100%			19.25%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: Nuestro negocio LIBERTA YOGA tiene que rendir no menos de **19.25%** y debe superar ese porcentaje para poder generar valor.

Gráfico N°50 “Rentabilidad Económica”

ROA:	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	X	100	=	$\frac{\text{S/. } 36,799.69}{\text{S/. } 85,299.85}$	X 100	=	43%
------	--	---	-----	---	---	-------	---	------------

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: Podemos indicar que, por cada sol invertido en los activos del negocio, se genera un **43%** de ganancias o utilidades.

Gráfico N°54 “Rentabilidad Financiera”

ROE:	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$	X	100	=	$\frac{\text{S/. } 36,799.69}{\text{S/. } 26,000.00}$	X 100	=	142%
------	--	---	-----	---	---	-------	---	-------------

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: Podemos indicar que por cada sol que los accionistas mantienen en el negocio, se genera un rendimiento de **142%** sobre el patrimonio a favor de los mismos.

Gráfico N°55 “ROA Operativo”

ROA OPERATIVO:	$\frac{\text{UTILIDAD OPERATIVA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	X	100	=	$\frac{\text{S/. } 60,998.43}{\text{S/. } 85,299.85}$	X 100	=	72%
----------------	--	---	-----	---	---	-------	---	------------

Fuente: Elaboración propia (2021)

Interpretación: Podemos indicar que, por cada sol invertido en los activos del negocio, se genera un **72%** de rentabilidad de la esencia del negocio.

8.4. Plan financiero:

Gráfico N°51 “Presupuesto de Gasto de Ventas”

GASTOS DE VENTAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
TOTAL BIENES Y SERVICIOS	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 3,152.08	S/ 37,825.00
TOTAL DE BIENES	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 420.00
Materiales de limpieza	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 240.00
Utiles de escritorio	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 180.00
TOTAL DE SERVICIOS	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 3,117.08	S/ 37,405.00
Descuento del 10% para las primeras 45 personas.	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 1,620.00
Sorteos de 2 inscripciones mensuales gratis para alguna festividad del año	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 22.50	S/ 270.00
10% de descuento en las fechas festivas para 15 personas	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 540.00
2x1 para las 4 primeras personas que adquieran una mensualidad anual	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 308.33	S/ 3,700.00
2 membresía mensual para los 2 Influencers	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 45.00	S/ 540.00
Trabajador de Promotor de ventas	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 983.75	S/ 11,805.00
Trabajador de marketing y ventas	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 1,577.50	S/ 18,930.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°52 “Presupuesto de Gastos Administrativos”

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
TOTAL BIENES Y SERVICIOS	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 3,453.79	S/ 41,445.46
TOTAL DE BIENES	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 104.30	S/ 1,251.60
Utiles de escritorio	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 180.00
Materiales de limpieza (alcohol, jabón, entre otros)	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 89.30	S/ 1,071.60
TOTAL DE SERVICIOS	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 3,349.49	S/ 40,193.86
Trabajador de gerencia	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 2,098.33	S/ 25,180.00
Pago de alquiler de local	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 7,200.00
Pago por el servicio de zoom	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 706.93
Asesoría contable	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 6,000.00
Credencial de Yoga	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 58.91	S/ 2,604.80
Mantenimiento a la computadora - trimestral	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 400.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°53 “Presupuesto de Costos de Producción (Operativos)”

PRESUPUESTO DE COSTOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
TOTAL DE COSTOS	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 5,416.73	S/ 65,000.80
COSTOS DIRECTOS	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 5,164.17	S/ 61,970.00
Profesoras de Yoga	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 4,107.50	S/ 49,290.00
Nutricionista	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 1,056.67	S/ 12,680.00
COSTOS INDIRECTOS	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 252.57	S/ 3,030.80
Internet Movistar	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 85.90	S/ 1,030.80
Mantenimiento APP y WEB - Trimestral	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 166.67	S/ 2,000.00

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.5. Deuda (cuadro de amortización)

Gráfico N°54 “Préstamo bancario BBVA”

PRESTAMO	S/59,299.85
TASA DE INTERES	1.35%
TIEMPO	48
	MESES
Cuota mensual	1,551.13

PERIODO	AMORTIZACION	INTERES PAGADO	CUOTA
1 AÑO	S/ 11,452.58	S/ 8,800.30	S/ 20,252.88
2 AÑO	S/ 13,456.78	S/ 6,796.10	S/ 20,252.88
3 AÑO	S/ 15,811.72	S/ 4,441.16	S/ 20,252.88
4 AÑO	S/ 18,578.77	S/ 1,674.11	S/ 20,252.88

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.6. Flujo de caja (económico y financiero)

Gráfico N°55 “Flujo de caja”

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	Año 5
SALDO INICIAL	S/ -	-S/ 26,000.00	-S/ 652.90	S/ 25,671.29	S/ 52,869.09	S/ 80,783.67
MODULO DE INVERSION						
Inversion fija	-S/ 61,254.64	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Capital de trabajo	-S/ 24,045.21	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Valor de recupero	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-S/ 85,299.85	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
MODULO DE OPERACIÓN						
INGRESOS	S/ -	S/ 207,267.23	S/ 210,945.26	S/ 214,623.29	S/ 218,301.31	S/ 221,979.34
EGRESOS	S/ -	-S/ 146,268.80	-S/ 147,722.26	-S/ 149,175.72	-S/ 150,679.18	-S/ 151,133.14
Costo de produccion	S/ -	-S/ 65,000.80	-S/ 66,154.26	-S/ 67,307.72	-S/ 68,461.18	-S/ 69,614.64
Gastos Administrativos	S/ -	-S/ 41,445.46	-S/ 41,445.46	-S/ 41,445.46	-S/ 41,445.46	-S/ 41,445.46
Gastos de Ventas	S/ -	-S/ 37,825.00	-S/ 38,125.00	-S/ 38,425.00	-S/ 38,775.00	-S/ 39,175.00
Depreciacion	S/ -	-S/ 1,997.54	-S/ 1,997.54	-S/ 1,997.54	-S/ 1,997.54	-S/ 898.04
TOTAL BRUTO	S/ -	S/ 60,998.43	S/ 63,223.00	S/ 65,447.57	S/ 67,622.13	S/ 70,846.20
Impuesto a la renta 29.5%	S/ -	-S/ 17,994.54	-S/ 18,650.79	-S/ 19,307.03	-S/ 19,948.53	-S/ 20,899.63
FLUJO DE CAJA DE OPERACIÓN	S/ -	S/ 43,003.90	S/ 44,572.22	S/ 46,140.53	S/ 47,673.60	S/ 49,946.57
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 85,299.85	S/ 43,003.90	S/ 44,572.22	S/ 46,140.53	S/ 47,673.60	S/ 49,946.57

MODULO DE FINANCIAMIENTO												
PRESTAMOS	S/	59,299.85	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-		
SERVICIO DE DEUDA	S/	59,299.85	-S/	17,656.79	-S/	18,248.03	-S/	18,942.74	-S/	19,759.02	S/	-
Amortizaciones	S/	-	-S/	11,452.58	-S/	13,456.78	-S/	15,811.72	-S/	18,578.77	S/	-
Intereses	S/	-	-S/	8,800.30	-S/	6,796.10	-S/	4,441.16	-S/	1,674.11	S/	-
Escudo Tributario	S/	-	S/	2,596.09	S/	2,004.85	S/	1,310.14	S/	493.86	S/	-
FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO	S/	59,299.85	-S/	17,656.79	-S/	18,248.03	-S/	18,942.74	-S/	19,759.02	S/	-
FLUJO NETO	-S/	26,000.00	S/	25,347.10	S/	26,324.18	S/	27,197.80	S/	27,914.59	S/	49,946.57
SALDO FINAL DE CAJA	-S/	26,000.00	-S/	652.90	S/	25,671.29	S/	52,869.09	S/	80,783.67	S/	130,730.24

Fuente: Elaboración propia (2021)

8.7. Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)

- ✚ **Valor Actual Neto (VAN):** El VAN Económico y Financiero del proyecto de Liberta Yoga es mayor a 0, lo que significa que el proyecto resulta viable. Es así que obtendrá ganancias respecto a la inversión que se hará.

Gráfico N°56 “Valor Actual Neto”

VAN	VAN.ECONOMICO	S/	53,615.78
	VAN.FINANCIERO	S/	64,331.17

Fuente: Elaboración propia (2021)

- ✚ **Tasa Interna de Retorno (TIR):** El TIR resulta siendo mayor al COK significando que el proyecto es viable.

Gráfico N°57 “Tasa Interna de Retorno”

TIR	TIR.ECONOMICO	44%
	TIR.FINANCIERO	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

- ✚ **Beneficio / Costo:** Por cada sol invertido, la empresa ha ganado S/ 1.47.

Gráfico N°58 “Beneficio / Costo”

B/C	ECONOMICO	S/	0.63
	FINANCIERO	S/	2.47

Fuente: Elaboración propia (2021)

CONCLUSIONES

La pandemia ocasionada por la COVID 19 ocasionó un cambio drástico en el estilo de vida de los peruanos y con ello se incrementó el índice de estrés, ya que muchas personas no se adaptaron de forma favorable creando ansiedad y depresión por la coyuntura en la que vivíamos y seguimos viviendo.

Por otro lado, desde el año 2019 el cambio de tendencias ha originado que gran parte de los peruanos se inclinen a realizar prácticas para mejorar su salud en general, que van desde una alimentación saludable hasta ejercitarse para mantener una mente sana y un cuerpo sano. Este cambio se ha dado en gran parte por consecuencia de la pandemia.

En el estudio de mercado se observa que muchos de los peruanos no han practicado el yoga, pero se muestran interesados en poder realizarlo. Es así que podríamos manifestar que se necesitan actividades de relajación para poder sobrellevar los problemas de estrés y ansiedad que aquejan a las personas. Esto es un resultado favorable para Liberta Yoga, ya que hay un mercado que no está cubierto y que tiene acogida por las personas. Sin embargo, es importante que más peruanos sepan de los beneficios que ofrece el yoga, así vamos a poder ampliar este nicho de mercado y llegar a todos ofreciendo nuestro servicio no como algo alternativo si no como algo que debe estar incorporado como hábito en la vida de todos.

En el análisis financiero hemos comprobado que el producto tiene viabilidad económica y financiera. Los resultados del valor actual neto y Tasa interna de retorno nos avalan. Por un lado, el Valor Actual Neto (VAN) arrojó un resultado de S/64,603.52 siendo mayor a 0, lo que significa que es viable y se puede realizar el proyecto, ya que al momento de traer nuestros flujos de caja proyectados a la actualidad (inversión total de la empresa) nos deja una ganancia considerable. Por otro lado, el indicador Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un resultado de 102% teniendo un porcentaje mayor al Costo de Oportunidad de Capital (COK), que existe alta probabilidad de rentabilidad por la aceptación de nuestro público objetivo.

RECOMENDACIONES

Un elemento importante en esta empresa es la inversión en una buena plataforma web y el diseño sofisticado del aplicativo, por lo que debemos asignar un presupuesto mensual para su correcto mantenimiento porque es el core de nuestro negocio.

Incorporar posteriormente nuevas modalidades de yoga para poder ofrecerle a nuestros clientes mayor variedad de servicios y ampliar nuestro mercado objetivo.

Como bien se sabe la pandemia del COVID 19 terminará y por ende las empresas brindarán servicios de forma presencial nuevamente, por ello es importante considerar el uso de un espacio físico para ofrecer clases presenciales, manteniendo el uso del app y web como actividad principal.

No obstante, sabemos que tenemos que innovar con servicios que mejoren la calidad de vida de las personas, es por ello que tenemos en mente implantar un servicio de realidad virtual para que aquellas personas que quieran relajarse lo usen para sobrellevar el estrés que le ocasiona el día a día. Cabe resaltar que este servicio será de forma presencial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Facultad de Medicina Humana de Horizonte Médico. Trastornos por estrés debido a la cuarentena durante la pandemia por la COVID-19. 2020. Recuperado de <https://www.horizontemedico.usmp.edu.pe/index.php/horizontemed/article/view/1218> [Consultado el 05 de mayo de 2021]

Beneficios Laborales de las micro y pequeñas empresas. 2021. Recuperado de <https://lacamara.pe/conoce-los-beneficios-laborales-de-las-micro-y-pequenas-empresas-inscritas-en-remype/> [Consultado el 01 de agosto de 2021]

El impacto del COVID-19 en la salud mental durante la contingencia. 2020. Recuperado de <https://transferencia.tec.mx/2020/07/21/el-impacto-del-covid-19-en-la-salud-mental-durante-la-contingencia/> [Consultado el 05 de mayo de 2021]

Diario el Comercio, Cuarentena: cómo ayuda el yoga a sobrellevar los fatigosos días de confinamiento. Recuperado de <https://elcomercio.pe/respuestas/como/cuarentena-cuarentena-como-ayuda-el-yoga-a-sobrellevar-los-fatigosos-dias-de-confinamiento-salud-mental-coronavirus-pandemia-noticia/> [Consultado el 19 de mayo de 2021]

Nuevos hábitos de salud que se imponen en las personas a un año de la pandemia. Diario La República, 2021 Recuperado de <https://www.larepublica.co/ocio/nuevos-habitos-de-salud-que-se-imponen-en-las-personas-a-un-ano-de-la-pandemia-3132160> [Consultado el 19 de mayo de 2021]

Banco Mundial, 2021. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#1> [consultado el 19 de mayo de 2021]

El yoga y su paso de presencial a virtual: ¿cómo ha afectado la pandemia a los negocios del sector? Diario El Comercio 2021. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/el-yoga-y-su-paso-de-presencial-a-virtual-como-ha-afectado-la-pandemia-a-los-negocios-del-sector-ncze-noticia/?ref=e-cr>. [Consultado el 19 de mayo de 2021]

RPP noticias, 2020 Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/de-cuanto-fue-el-sueldo-promedio-de-los-peruanos-en-el-ultimo-ano-empleo-inei-trabajadores-salario-minimo-noticia-1304651>
[Consultado el 19 de mayo de 2021]

Tasa de desempleo, RPP, noticias 2020. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/empleo-mas-de-2200-millones-de-peruanos-quedaron-desempleados-al-cierre-del-2020-segun-el-inei-trabajadores-coronavirus-en-peru-noticia-1326119> [Consultado el 19 de Mayo de 2020].

Encuesta virtual en Google Forms. Recuperado de
<https://docs.google.com/forms/d/1CLqMRQb6NxAqjXQZksd58O3y2sYtGursTaXR05ikbVk/edit>

Simulador préstamo para capital de trabajo BBVA

https://www.mediafire.com/file/nkduilopzadv2r6/Simulador+Pr%C3%A9stamo+Comercial+Negocios+_+BBVA+Per%C3%BA+Empresas.pdf/file

ANEXOS

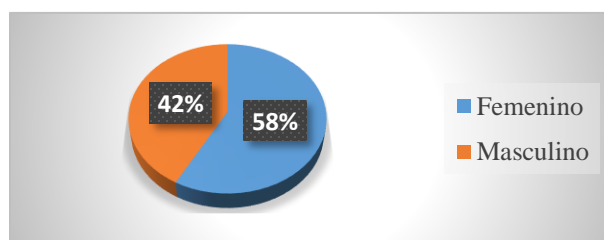
ANEXO 1. PREGUNTAS DE LA ENCUESTA VIRTUAL

Tabla N°13 “Indique género”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	223	58%
Masculino	161	42%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°59 “Indique género”



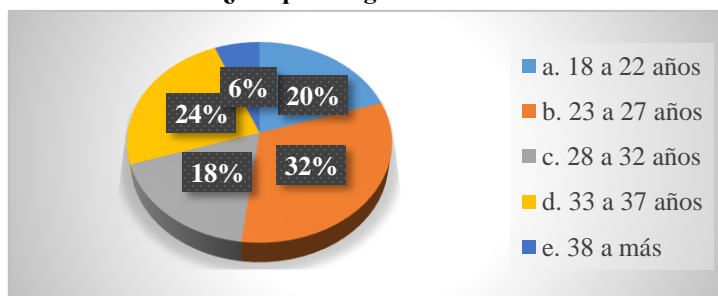
Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla N°14 “¿En qué rango de edad se encuentra?”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. 18 a 22 años	77	20%
b. 23 a 27 años	123	32%
c. 28 a 32 años	69	18%
d. 33 a 37 años	92	24%
e. 38 a más	23	6%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°60 “¿En qué rango de edad se encuentra?”



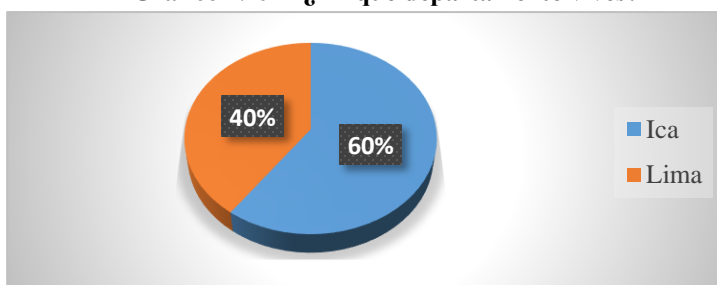
Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla N°15 “¿En qué departamento vives?”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ica	230	60%
Lima	154	40%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°61 “¿En qué departamento vives?”



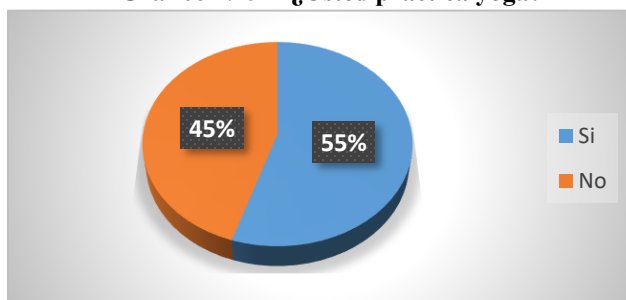
Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla N°16 “¿Usted practica yoga?”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	211	55%
No	173	45%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°62 “¿Usted practica yoga?”



Fuente: Elaboración propia (2021)

Ya que practica yoga...

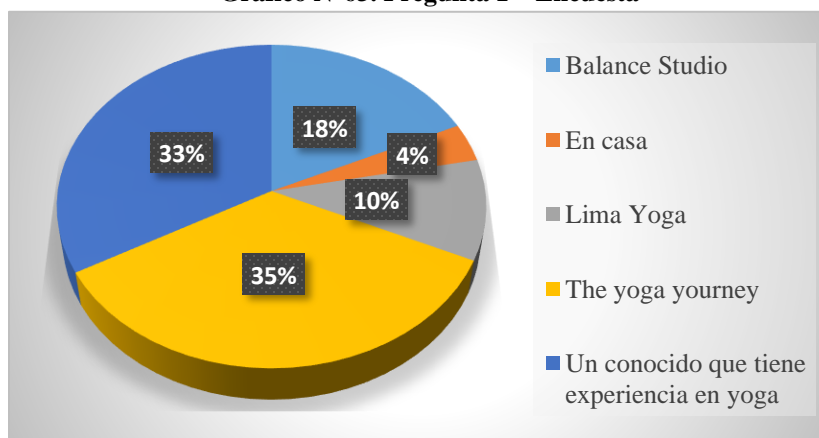
1. ¿Dónde suele practicar yoga?

Tabla N°17. Pregunta 1 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Balance Studio	38	18%
En casa	8	4%
Lima Yoga	21	10%
The yoga journey	74	35%
Un conocido que tiene experiencia en yoga	70	33%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°63. Pregunta 1 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

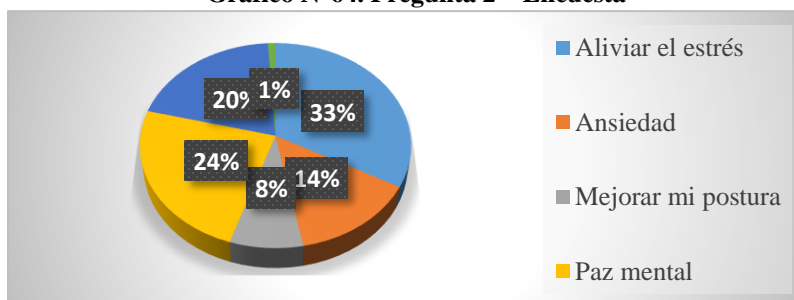
2. ¿Cuáles son las razones que te motiva a practicar yoga?

Tabla N°18. Pregunta 2 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aliviar el estrés	70	33%
Ansiedad	30	14%
Mejorar mi postura	17	8%
Paz mental	51	24%
Problemas respiratorios	42	20%
T. A	2	1%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°64. Pregunta 2 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

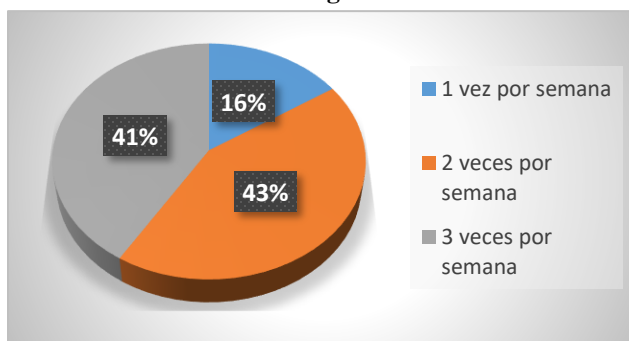
3. ¿Con que frecuencia practica yoga?

Tabla N°19. Pregunta 3 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	34	16%
2 veces por semana	91	43%
3 veces por semana	87	41%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°65. Pregunta 3 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

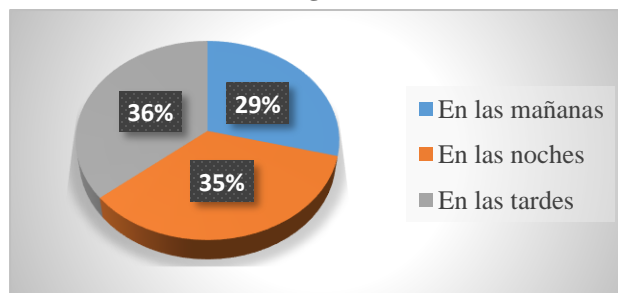
4. ¿En qué horario practica yoga la mayoría de las veces?

Tabla N°20. Pregunta 4 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En las mañanas	61	29%
En las noches	74	35%
En las tardes	76	36%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°66. Pregunta 4 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

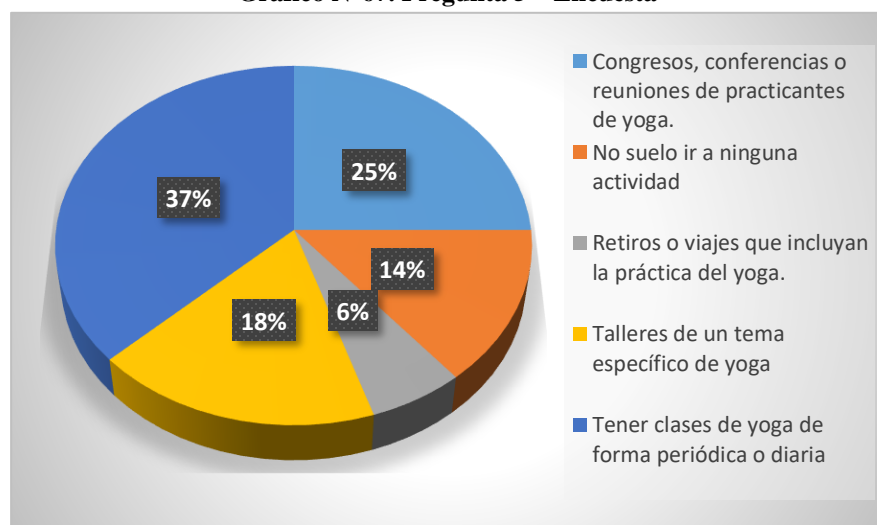
5. De las siguientes actividades relacionadas al yoga, por favor indique ¿en cuales participa o participaba al menos una vez al año?

Tabla N°21. Pregunta 5 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Congresos, conferencias o reuniones de practicantes de yoga.	53	25%
No suelo ir a ninguna actividad	30	14%
Retiros o viajes que incluyan la práctica del yoga.	13	6%
Talleres de un tema específico de yoga	38	18%
Tener clases de yoga de forma periódica o diaria	78	37%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°67. Pregunta 5 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

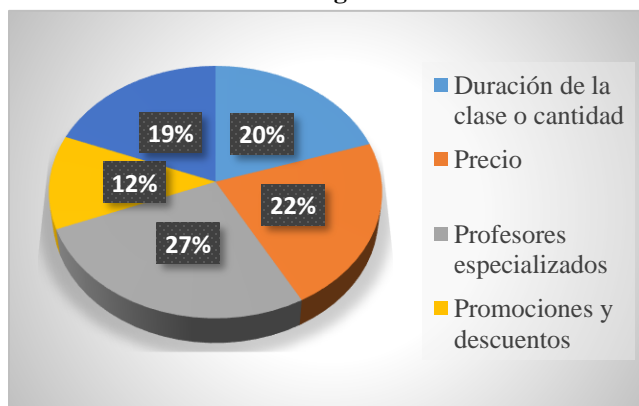
6. ¿Cuál es el factor principal que tomaría en cuenta al inscribirse en clases virtuales de yoga?

Tabla N°22. Pregunta 6 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Duración de la clase o cantidad	42	20%
Precio	46	22%
Profesores especializados	57	27%
Promociones y descuentos	25	12%
Variedad de tipos de yoga	40	19%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°68. Pregunta 6 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

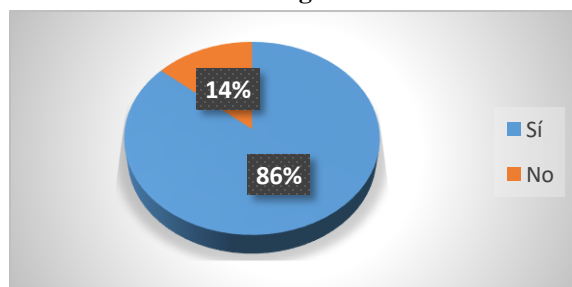
7. ¿Le gustaría que el servicio de yoga tenga una membresía?

Tabla N°23. Pregunta 7 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	181	86%
No	30	14%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°69. Pregunta 7 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

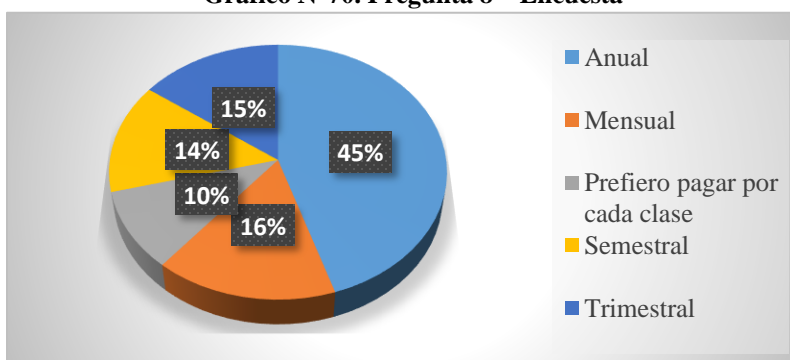
8. ¿Qué tipo de membresía le gustaría?

Tabla N°24. Pregunta 8 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Anual	95	45%
Mensual	34	16%
Prefiero pagar por cada clase	21	10%
Semestral	30	14%
Trimestral	32	15%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°70. Pregunta 8 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

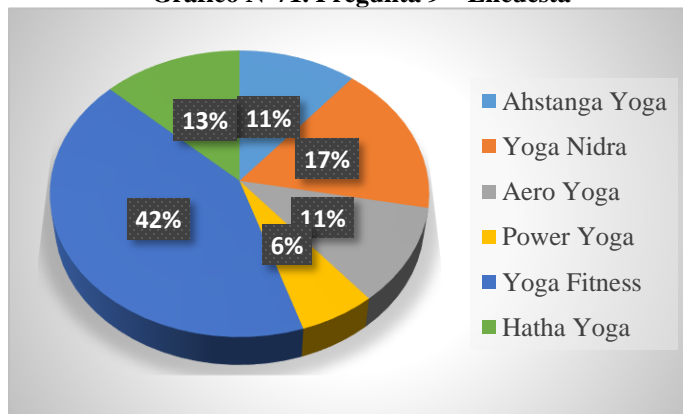
9. ¿Cuál de estos estilos de yoga te gustaría practicar?

Tabla N°25. Pregunta 9 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ahstanga Yoga	23	11%
Yoga Nidra	36	17%
Aero Yoga	23	11%
Power Yoga	13	6%
Yoga Fitness	89	42%
Hatha Yoga	27	13%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°71. Pregunta 9 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

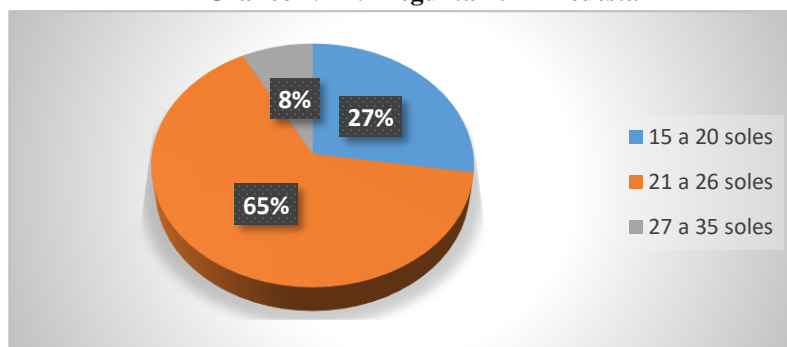
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una clase de yoga virtual?

Tabla N°26. Pregunta 10 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20 soles	57	27%
21 a 26 soles	137	65%
27 a 35 soles	17	8%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°72. Pregunta 10 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

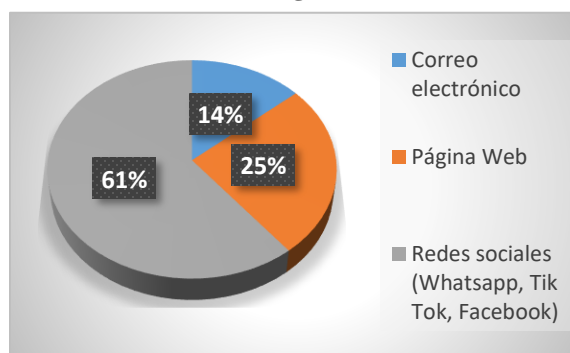
11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca del servicio de yoga?

Tabla N°27. Pregunta 11 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	30	14%
Página Web	53	25%
Redes sociales (Whatsapp, Tik Tok, Facebook)	129	61%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°73. Pregunta 11 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

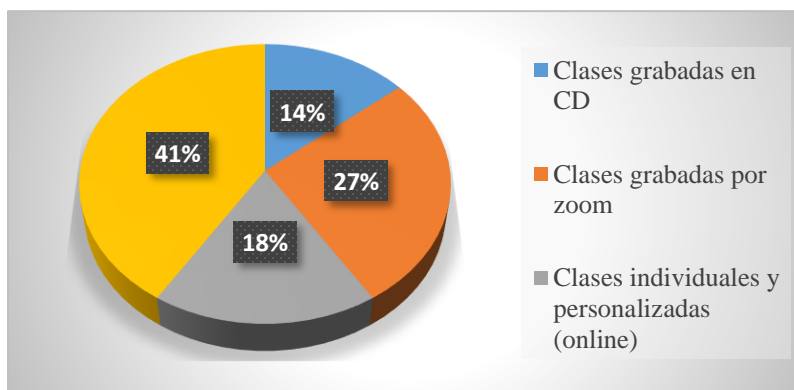
12. Según su percepción marque a continuación cuál propuesta es la que más le interesaría y se ajustaría a sus necesidades y ayudaría a aumentar su práctica de yoga.

Tabla N°28. Pregunta 12 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Clases grabadas en CD	30	14%
Clases grabadas por zoom	57	27%
Clases individuales y personalizadas (online)	38	18%
Clases online con yoguis capacitados	87	41%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°74. Pregunta 12 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

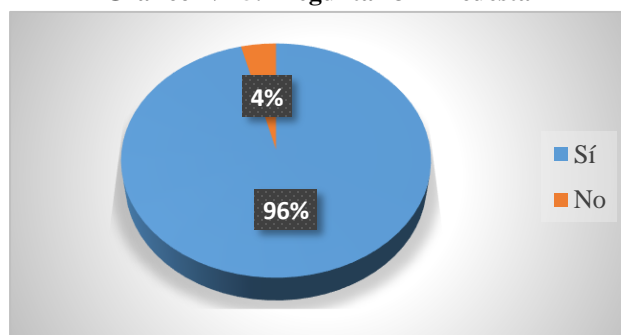
13. ¿Estaría dispuesto a pagar para adquirir un servicio de yoga online y aplicativo de seguimiento de su rutina?

Tabla N°29. Pregunta 13 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	203	96%
No	8	4%
Total	211	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°75. Pregunta 13– Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

Ya que no practica yoga...

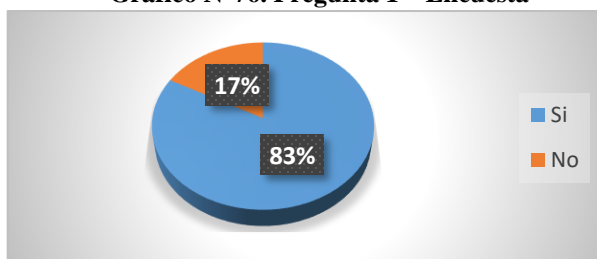
1. ¿Sufres o has sufrido de estrés y ansiedad?

Tabla N°30. Pregunta 1 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	83%
No	29	17%
Total	173	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°76. Pregunta 1 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

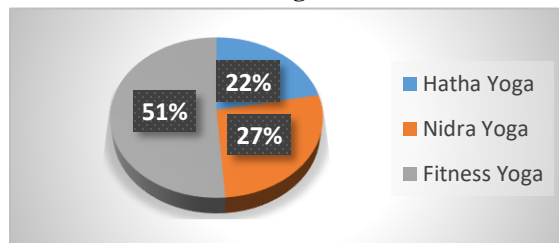
2. A continuación, te presentamos 3 estilos del yoga con una pequeña descripción de su significado ¿Cuál elegirías?

Tabla N°31. Pregunta 2 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hatha Yoga	38	22%
Nidra Yoga	47	27%
Fitness Yoga	88	51%
Total	173	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°77. Pregunta 2 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

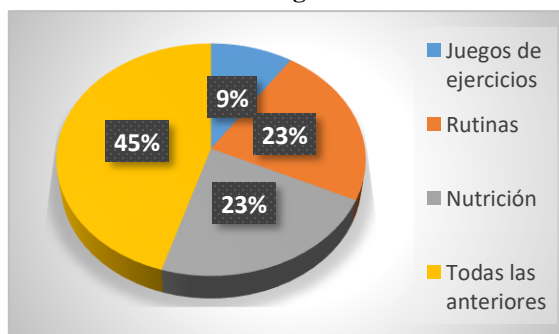
3. ¿Qué le gustaría que ofreciera una app de yoga?

Tabla N°32. Pregunta 3 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Juegos de ejercicios	16	9%
Rutinas	40	23%
Nutrición: comida saludable	40	23%
Todas las anteriores	78	45%
Total	173	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°78. Pregunta 3 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

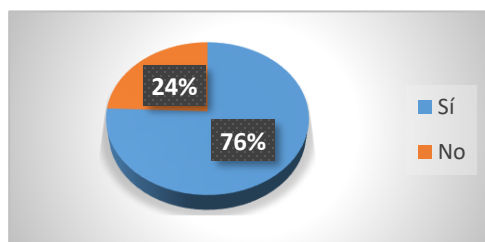
4. Conociendo un poco más acerca del yoga ¿Estaría dispuesto a pagar para adquirir un servicio de yoga online y aplicativo que le dé un seguimiento?

Tabla N°33. Pregunta 4 – Encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	132	76%
No	42	24%
Total	173	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°79. Pregunta 4 – Encuesta



Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico N°80 “Caratula de la versión digital del proyecto”

**ZEGEL IPAE
CARRERA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



WEB Y APLICATIVO DE SERVICIOS DE YOGA DE MANERA ONLINE

**Proyecto profesional para obtener el título de Bachiller en
Administración de Negocios presentada por**

**CAMPOS PEÑA, Victor Raúl
SUCSO MEDINA, Brayan José
VELIZ MATTA, Adriana Maribel**

**IC1004906
IC70257965
IC72893072**

Ica, 2021