

**CURSO :** Formulación y evaluación de proyectos.

**BLOQUE :** NRC 1239

**TRABAJO :** Servicio especializado para enfermedades crónicas.

**AVANCE :** Evaluación permanente 2

**GRUPO :** 1

**PROFESOR :** Juan F. Guzmán Wilcox

**Presentado por:**

Heros Pacífico, Martha A.

Manrique Canales, Sandra

Martos Torres, Sarah C.

Mendiola Sotomayor, Martha

Ríos Santillán, Carlos A.

Rodríguez Oscanoa, Carlos E.

Sanchez Rivera, Luis E.

**Lima,** (2022)

**ÍNDICE**

**RESUMEN EJECUTIVO**

1. **INTRODUCCIÓN:** 
   1. Oportunidad de negocio
   2. Idea del negocio.
   3. Descripción del servicio.
2. **ENTORNO DE NEGOCIO.**
   1. Análisis del Entorno del negocio
      1. Análisis del Macroentorno (PEST-LG)
         1. Político.
         2. Económico.
         3. Social – Cultural.
         4. Tecnológico.
         5. Legal.
         6. Geográfico – Ambiental.
   2. Análisis del Microentorno: Las 5 Fuerzas de Porter:
      1. Poder de negociación con los clientes.
      2. Amenaza de nuevos competidores.
      3. Poder de negociación con los proveedores.
      4. Amenaza de productos sustitutos.
      5. Rivalidad con los competidores existentes.
   3. Matrices y Análisis FODA
      1. Matriz EFE.
      2. Matriz EFI.
      3. FODA.
      4. MISIÓN, VISIÓN y VALORES.

1. **ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO PROYECTADO**
   1. Mercado Objetivo.
   2. Análisis de la demanda.
   3. Análisis de la oferta.
   4. Análisis de precios.
   5. Estrategia de marketing del proyecto.
   6. Demanda para el proyecto.
      1. Análisis de la demanda insatisfecha (Basados en estudio de mercado cuantitativo)
      2. Determinación de la demanda para el proyecto (Basado en el estudio de mercado cuantitativo y la frecuencia de consumo según encuestas)

3.7 Plan de Ventas Cuantitativo para el primer año del proyecto (P\*Q).

1. **EL NEGOCIO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.**
2. **LOCALIZACIÓN Y TECNOLOGÌA DEL PROYECTO.** 
   1. Localización del negocio.
      1. Macro localización.
      2. Micro localización.
   2. Determinación del tamaño del almacén y de la Capacidad Instalada. (Carlos R.)

* + 1. Análisis de los factores para determinar el tamaño de la planta, ya sea para la producción de los productos a ofrecer o para su almacenaje.

5.2.1.1 Análisis de las alternativas de tecnología, maquinaria, equipos,

equipamiento para el local, etc.

5.2.1.2 Análisis de las limitaciones legales del tamaño de la empresa.

5.2.1.3 Análisis de las limitaciones de la localización-espacio físico.

5.2.1.4 Descripción del Proceso de producción y/o almacenamiento de los bienes y

servicios, incluido el diagrama de proceso.

5.2.1.5 Selección de la materia prima o producto terminado

5.2.1.6. Selección del Personal de Producción.

5.2.1.7 Requerimientos de servicios básicos de producción.

5.2.2. Definición de la capacidad instalada del negocio.

* 1. Layout de la idea de negocio.
     1. Diseño front
     2. Diseño back

1. **ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO**
   1. Organización de la empresa
      1. Organigrama
      2. Dimensionamiento de personal.
      3. Perfil de cada puesto.
      4. Manual de organización y funciones de cada puesto.
      5. Descripción de los principales procesos administrativos.

* 1. Requerimientos de administración

6.2.1. Requerimientos de mano de obra administrativa.

6.2.2. Selección, determinación y cuantificación de las maquinas, equipos,

mobiliario, equipos de cómputo y otros activos fijos para la

administración del negocio.

6.2.3. Determinación de los requerimientos de materiales directos e indirectos

6.2.4. Requerimientos de servicios básicos

1. **ASPECTOS LEGALES. -** 
   1. Personería jurídica
   2. Inscripción en SUNARP
   3. Constitución de la empresa y sus trámites.
   4. Marco y normatividad legales de la empresa. - PYMES
      1. Elección de regímenes laborales
      2. Elección de regímenes tributarios
2. **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO: PRESUPUESTO DE CAPITAL (INVERSIÓN INICIAL) Y DONDE LO OBTENGO.**
   1. Inversión en Activos Fijos Tangibles.
      1. Terrenos.
      2. Construcciones y edificaciones.
      3. Adecuación de instalaciones.
      4. Máquinas, equipos y mobiliario de producción.
      5. Equipos y mobiliario administrativos y de ventas.
      6. Equipos de cómputo.
      7. Vehículos.
      8. Otros.
   2. Inversión en Activos Fijos Intangibles
      1. Licencias
      2. Permisos
      3. Patentes
      4. Gastos Preoperativos
      5. Otros gastos.
   3. Inversión en Capital de trabajo
      1. Determinación del capital de trabajo inicial para comenzar el negocio
   4. Resumen de Inversiones
   5. Elección del financiamiento o de las fuentes de fondos que financiarán el proyecto
   6. Estructura de financiamiento
   7. Datos principales del financiamiento con la institución financiera elegida. Preparación del Cronograma de Pagos y cálculo de la Anualidad.
3. **INGRESOS Y GASTOS.**
   1. Supuestos macroeconómicos y consideraciones generales para ingresos y gastos.
   2. Presupuestos de ingresos a 1 año y proyectado a 4 años más.
      1. Ingresos por ventas
   3. Presupuestos de egresos a 1 año y proyectado a 4 años más.
      1. Presupuesto de Costos de Producción o Presupuesto de Costo de Ventas
         1. Mano de obra de producción
         2. Materia Prima para la producción
         3. Costo de Ventas por adquirir localmente el producto o importarlo
      2. Presupuestos de Gastos Operativos y Gastos Administrativos a 1 año y proyectado a 4 años
         1. Gastos Administrativos: planilla, gratificaciones,

vacaciones, CTS, ESSALUD, etc.

* + - 1. Gastos Operativos: luz, agua, mantenimiento, depreciación,

amortización, alquileres, seguros, otros.

* + 1. Cálculo del Punto de Equilibrio.

1. **ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS Y SU ANÁLISIS PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN Y PROYECTADO A 5 AÑOS. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO REAL: ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.**
   1. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado.
   2. Análisis de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable para el proyecto. (TREMA).
   3. Determinación del flujo de caja descontado considerando la TREMA.
   4. Cálculo, análisis e interpretación de las diferentes herramientas para valorizar proyectos: VAN, TIR, B/C (Relación beneficio-Costo) y el PRI (Período de recuperación de la inversión) – Evaluación Económica.
   5. Comentarios a la Evaluación Económica, (sin deuda).
   6. Análisis de la deuda con el banco, calculando la anualidad y preparando el cronograma de pagos respectivo.
   7. Análisis y cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) o WACC y análisis del Escudo Fiscal.
   8. Presentación del Balance Inicial de la empresa.
   9. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado, correspondiente al Escenario Real – Análisis Financiero considerando el Capital Social aportado por el accionista y la deuda financiada por el banco utilizando la tasa WACC calculada para el proyecto.
   10. Determinación del Flujo de Caja Neto utilizando la tasa WACC.
   11. Cálculo, análisis e interpretación de las herramientas para valorizar proyectos, como el: VAN, TIR, B/C y PRI., aplicados al Escenario Real – Evaluación Financiera.
   12. Comentarios a la Evaluación Financiera, (con deuda).

1. **EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO, ESCENARIOS OPTIMISTA Y PESIMISTA.**
   1. Análisis Económico y Financiero del escenario Optimista. Estado de Ganancias y Pérdidas Económico y Financiero del Escenario Optimista.
   2. Cálculo del VAN, TIR, B/C y PRI aplicados al Escenario Optimista: Análisis Económico y Financiero.
   3. Análisis Económico y Financiero del Escenario Pesimista. Estado de Ganancias y Pérdidas Económico y Financiero del Escenario Pesimista.
   4. Cálculo del VAN, TIR, B/C y PRI aplicados al Escenario Pesimista: Análisis Económico y Financiero
   5. Resumen de los tres escenarios con sus respectivos comentarios.
2. **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFIA**

**ANEXOS**

**CAPÍTULO I**

**SERVICIO ESPECIALIZADO PARA ENFERMEDADES CRÓNICAS**

**RESUMEN EJECUTIVO**

La pandemia marco un hito en nuestra sociedad, despertando al consumidor en la consciencia de distintos puntos críticos globales, específicamente en el cuidado de la salud.

Mediante esta lamentable experiencia se visualizaron las brechas entre los distintos sistemas de salud y en las poblaciones que requieren de cuidados especiales. En el caso de Latinoamérica y en específico del Perú, se vivieron momentos dramáticos que impactaron en distintas maneras, pero más aún se evidenció la necesidad de contar con la oferta de un servicio de salud que permita apoyar a la prevención y mitigue la posibilidad de encontrarse en el desafortunado grupo de pacientes que padecen enfermedades crónicas.

Sumado a esto, existe un evidente problema con la atención de enfermedades específicas como el cáncer y la diabetes que debido a la precaria organización del sistema de salud derivan tratamientos, largos, costosos y de difícil acceso para los pacientes que necesitan de este servicio, al margen de su situación económica.

A pesar de que en el aspecto legal existen mecanismos pensados en apoyar a este sector vulnerable de la población, en la práctica, para el sector público existen trabas burocráticas para su correcta aplicación que se suman a una ineficiente gestión influenciada directamente por la corrupción, lo que impide que la administración de este sector sea óptima y que se tenga a profesionales especializados en puestos clave.

Por otro lado, en el caso privado, las instituciones involucradas, como laboratorios, clínicas y seguros, prefieren atender sectores que les generen mayor rentabilidad en el consumo por volumen, ello sumado al bajo nivel de especialización con el que contamos en el mercado laboral como en desarrollo científico y tecnológico relacionado, lo que genera que los grandes laboratorios puedan acaparar la participación dejando de lado a los medianos y pequeños a pesar de tener una demanda visible.

Bajo este análisis, hemos identificado la oportunidad de implementar a través de una empresa constituída servicios especializados para este mercado que no se encuentran adaptados en la oferta destinada a la atención de pacientes que padecen diabetes mellitus y enfermedades neoplásicas, dichos servicios se ofrecerán en modalidad B2C teniendo impacto directo en la agilización del costo y tiempo en los tratamientos a estas enfermedades y de esa manera mejorar la calidad de vida bajo la premisa de la prevención guiada por especialistas.

Así también, en estos momentos Perú es uno de los paises con mejor expectativa de recuperación económica en la región, a pesar de su complicado contexto político, por lo que un servicio tan útil que requiere de especialidad será bien recibido y posible de desarrollar.

Basados en nuestros valores corporativos nos comprometemos con la sociedad dejándolo en evidencia con la implementación de políticas internas que tienen injerencia en temas relevantes como el cuidado del medioambiente y la igualdad de género, en los cuales desde nuestra posición nos permiten aportar positivamente a tener un país mejor en estos aspectos.

Finalmente, por la demanda insatisfecha y la baja sensibilidad del proyecto al analizar los escenarios posibles en un cálculo económico y financiero podemos comprobar la rentabilidad y viabilidad de este negocio, obteniendo un mejor resultado si la inversión es compartida con una entidad financiera confiable como COFIDE.

**1.** **INTRODUCCIÓN:**

**1.1. Oportunidad de negocio**

Actualmente, nos encontramos en un momento de transición en la sociedad, pues las personas se encuentran mucho más interesadas en la prevención de su salud, como respuesta al miedo que naturalmente sigue al ver el incremento de la mortalidad arrasada por el COVID-19, consideramos que el consumidor global identificó a la salud como una necesidad esencial dentro de su economía lo que impulsará un auge del sector durante estos años ante las posibles amenazas de un escenario pandémico frecuente.

Otros problemas que se evidenciaron en el desarrollo de la pandemia fueron las enormes brechas de los sistemas de salud alrededor del mundo, incluso en los países más desarrollados y la vulnerabilidad de personas que tienen comorbilidad o inmunodepresión.

Considerando que las ENT (enfermedades crónicas o no transmisibles) se mantienen como la principal causa de muerte o discapacidad a nivel global, en el caso del Perú al menos la mitad de la población entre 30 y 60 años tienen alguna enfermedad crónica siendo las más recurrentes: enfermedades cardiovasculares, Cáncer, enfermedades respiratorias y la Diabetes. Las cuales involucran tratamientos largos y costosos cuanto más avanzada sea su detección, afectando la salud emocional y psicológica del paciente y su entorno familiar.

Dentro de las ENT existen dos que necesitan una mayor atención: el cáncer con una alarmante cifra promedio anual de crecimiento de 4500 personas diagnosticadas y no quedándose atrás: la diabetes, en sus distintos tipos, tenemos 136 mil nuevos casos cada año, cabe resaltar que estas cifras están situadas tan sólo en Lima Metropolitana.

Sin embargo, la ineficiente gestión pública y la limitación en cuanto a especialización del sector privado impiden que se pueda implementar mejoras en la atención de los pacientes, recién hace 7 años apareció una clínica especializada en cáncer limitada al sector AB ya que los costos de los tratamientos se encuentran altos para un(a) ciudadano(a) peruano(a) de otro nivel socioeconómico, en cuanto a la diabetes, existe el Centro de Investigación en Diabetes, Obesidad y Nutrición (CIDON) creado desde el 2009, sin embargo está enfocado en nutrición, control y acceso a medicamentos de la manera tradicional a través de una droguería por lo que no tiene un impacto directo en el gasto de bolsillo del paciente, ambos casos aún continúan siendo insuficientes para atender la gran necesidad de la enorme cantidad de pacientes que se incrementa cada año.

Es por ello que identificamos la oportunidad de plantear soluciones que impulsen la mejora de la calidad de vida en un país donde el sistema de salud público es débil y la cultura de la prevención no ha sido fomentada a gran escala, aun siendo evidentemente necesaria y con un marco legal adecuado, pero poco aprovechado para el beneficio de los pacientes.

**1.2. Idea del negocio**

Nuestro proyecto consta de la constitución de una empresa ubicada en la ciudad de Lima, a través de la cual se ofrecerán servicios especializados en cáncer y diabetes, abarcando personas que se encuentren tanto en una etapa preventiva como en una etapa temprana del desarrollo de la enfermedad.

En el caso de la etapa preventiva, a través de una estrategia comunicativa de evaluación oportuna se facilitará al cliente la realización de un análisis especializado para conocer la predisposición genética que tiene a padecer cáncer o diabetes, buscando así que esta persona pueda preparar un plan para controlar su calidad de vida y tome las decisiones para reducir sus factores de riesgo, de corresponderle esa situación.

Teniendo estos resultados y con el apoyo de profesionales de la salud e instituciones relacionadas con el tratamiento de estas enfermedades (nutricionistas, ortopedia, clínica, laboratorio, etc.) se daría seguimiento y asesoramiento a los clientes que lo necesiten según el resultado de su análisis especializado.

Así también en el caso de personas que se encuentren entre el primer y tercer año (etapa temprana) de diagnosticada su enfermedad contaremos con un servicio que les permitirá acceder a medicamentos que son necesarios para su tratamiento de manera directa, disminuyendo considerablemente los costos generados por la participación de intermediarios como aseguradoras, clínicas, farmacias y droguerías.

**1.3. Descripción del servicio:**

Los servicios especializados que ofreceremos, a través de nuestra empresa son los siguientes:

* **Análisis genético especializado. -** Este servicio está enfocado en personas preocupadas por su salud y calidad de vida actual y futura, especialmente si en su historial familiar conocen de algún antecedente de enfermedad oncológica o algún tipo de diabetes y en un porcentaje menor, personas que dentro de sus hábitos de consumo manejan una cultura de prevención interiorizada.

El servicio consiste en tomar una muestra de restos de uña de una persona para obtener la información de su ADN, esta muestra será enviada a un laboratorio que analizará la secuencia de genomas para obtener la predisposición que tiene esa persona para desarrollar la enfermedad, de este modo nuestros clientes se podrán anticipar y tomar las medidas preventivas a razón de mejorar su calidad de vida y evitar posibles complicaciones.

Este examen se encuentra presentada de manera diferenciada a través de dos opciones: el análisis genético oncológico y el análisis genético endocrino ya que la lectura del resultado es realizada por un médico especialista quién lo guiará en temas de prevención y bienestar adaptado a sus necesidades.

* **Gestión de importación excepcional. -** En el caso del sector poblacional que se encuentra en una etapa inicial o temprana de alguna de las enfermedades (cáncer y diabetes) y además se encuentra siguiendo un tratamiento, es parte de su necesidad cotidiana acceder a medicamentos específicos.

Sin embargo, muchos de estos no se encuentran en venta en el Perú y al ser importados por grandes empresas o adquiridos por terceros (como las aseguradoras, por ejemplo) el precio final para el paciente se incrementa sustancialmente.

Es por ello que, a través de mecanismos legales vigentes en la ley de salud y medicamentos, ofreceremos el asesoramiento y gestión adecuada para facilitar la accesibilidad a estos productos extranjeros directamente al paciente, bajando en un porcentaje importante el gasto de bolsillo en su tratamiento adquiriéndolo en el mercado nacional.

Para ello nosotros nos encargamos de todo el proceso de importación, desde contactar proveedores extranjeros, coordinar el envío del medicamento en las condiciones apropiadas, realizando los trámites oportunos ante DIGEMID que es la entidad reguladora del ingreso y salida de medicamentos, equipos y dispositivos médicos en el Perú, así mismo coordinamos con los agentes y/o operadores logísticos involucrados según se requiera en cada operación hasta la entrega al paciente.

1. **ENTORNO DE NEGOCIO.**
   1. **Análisis del Entorno del negocio:**
      1. **Análisis del Macroentorno (PEST-LG)**
         1. **Político:**

El congreso compuesto por 10 partidos políticos, en su mayoría de Perú Libre, con 76 votos en contra, 46 a favor y 4 abstenciones, el pleno rechazó la admisión de la Moción 1222. Esta moción proponía declarar la permanente incapacidad moral del presidente Pedro Castillo.

La inestabilidad política persiste durante los 6 primeros meses de gobierno del presidente Pedro Castillo, la oposición sigue en un incesante ataque, con el bloqueo en el Parlamento a iniciativas del Gobierno. Un 59% de los ciudadanos desaprueba la actual función y accionar del mandatario, según un sondeo de opinión de la encuestadora Datum. Esta inestabilidad arrastra consigo muchas trabas para el desarrollo de proyectos importantes para el país.

El Perú durante los últimos años ha afrontado una inestabilidad política que persiste a pesar de la reciente elección del poder ejecutivo y legislativo. Esta crisis de representatividad, lejos de ser coyuntural, responde a cuestiones estructurales propias del sistema de partidos que se viene registrando en los últimos 20 años y se ve agravada por los constantes casos de corrupción que involucran al conjunto del arco político peruano y por la conflictividad que existe en la relación entre el poder Ejecutivo y el Congreso. Estos aspectos golpean la confianza del electorado en sus políticos o partidos lo que crea una desconfianza general en la política como actividad pública.

* + - 1. **Económico:**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en los primeros 3 trimestres del año 2021 el Producto Interno Bruto (PIB) real a precios constantes de 2007 han tenido un crecimiento importante debido a una mayor demanda de bienes y servicios por parte de la población.

Hubo un crecimiento del 3.8%, 41.9% y del 11.4% en el primer, segundo y tercer trimestre correspondientemente, generado por los programas de reactivación económica del estado como consecuencia de la pandemia impulsó el incremento en el consumo de las familias y el crecimiento en la demanda mundial permitió incrementar las exportaciones y que la economía del país se recupere con buenas expectativas a corto y mediano plazo.

Una captura de pantalla de una computadora

Descripción generada automáticamenteCon respecto al PIB nominal, en comparación a los trimestres del ejercicio anterior, se ha observado un incremento del 1.113% en el primer trimestre del 2021, del 1.546% en el segundo trimestre y del 1.205% en el tercer trimestre debido al aumento de algunos precios y de la demanda mencionada previamente.

La renta per cápita al 2020 tuvo una disminución del 8.818% debido a la pandemia de la COVID 19 según INEI por ello se puede observar que para el 2021 este indicador ha sido superior a la del ejercicio anterior.

Con los datos disponibles de los tres primeros trimestres del año 2021, se ratifica ese resultado, hasta el tercer trimestre se puede observar un PBI nominal de 628,879 millones de soles y una renta per cápita de S/.19,275 muy cercana a la del 2020 a falta del cálculo del último trimestre.

Una captura de pantalla de una computadora

Descripción generada automáticamente

Según el diario El Comercio, los índices de precios al consumidor del 2021 publicado por INEI han tenido la mayor alza en los últimos 13 años con un 6.43%, esto se debe principalmente por el incremento de precios en reparación, conservación y alquiler de vivienda; alimentos y bebidas; así como el consumo de electricidad residencial y combustibles.

Este incremento de precios lleva relación con la variación en el tipo de cambio el cual fue de un 10.28% de depreciación ocasionado en parte por la inestabilidad política del país y el resultado de las elecciones presidenciales ante un grupo radical de izquierda con tendencias políticas marxistas-leninistas y por el accidentado panorama económico mundial generado por la pandemia.

El tipo de cambio cerró el 2021 en S/.3.99 teniendo una variación del 10.25% con respecto al ejercicio anterior, además, en octubre del 2021 se llegó a lograr alcanzar un máximo histórico de S/.4.138.

Una captura de pantalla de una computadora

Descripción generada automáticamenteEntre enero y septiembre del 2021 se detectó la salida de US $14,774 millones del país por parte de los inversionistas y el sector privado (cerca del 7.4% del PIB). A diciembre del 2019 previo a la pandemia, S/.3.32 valía un dólar para diciembre del 2021, S/. 3.99 equivalen a un dólar, es decir que el tipo de cambio nominal ha tenido un aumento del 20.2%.

En abril del 2021, el Banco Central de Reserva (BCR) oficializó las tasas máximas de consumo para el periodo mayo-octubre 2021 debido a una ley creada insistentemente por el congreso de la república, esta tasa sería del 83.4% anual y entró en vigor el 10 de mayo del 2021.

El BCRP se pronunció en contra de esta ley ya que no promueve la inclusión financiera y retrasa este proceso debido a que las personas no accederán a los créditos porque los topes retrasarán la creación de sus historiales crediticios y buscarán financiamiento en el sector informal.

Con respecto a la balanza de pagos del Perú, según el diario Gestión, se ha detectado un déficit moderado al tercer trimestre del año 2021 el cual es de un 1.4% equivalente a US$ 1,019 millones y al 1.8% del PBI siendo este inferior al déficit promedio que es de 2.6% calculado de los últimos 10 años.

Sin embargo, dicho déficit sigue siendo superior al del tercer trimestre del 2019 en US $106 millones. La balanza comercial evidenció un alto superávit de US $3,986 millones en el tercer trimestre del 2021, superando al superávit del mismo periodo en el 2020 y 2019, esto ocasionado por el aumento de las exportaciones en US $4,628 millones y las altas cotizaciones de los commodities, productos mineros, café, harina de pescado, textiles y agropecuarios.

La balanza de servicios ha tenido un déficit de US $1,743 millones superando considerablemente al déficit en el mismo periodo del 2019 y 2020 debido a la crisis en el transporte marítimo internacional y una reducción de ingresos en la entrada de viajeros no residentes.

La renta de factores en la balanza de pagos tuvo un déficit de US $4,243 millones en el tercer trimestre del 2021 superando al de igual periodo en 2020 y 2019 ocasionado por las mayores utilidades de las empresas con participación extranjera.

Además, los envíos de remesas de trabajadores peruanos en el exterior fueron de US $887 millones superando al de igual periodo en 2020 y 2019 debido a la apertura gradual de las actividades y recuperación de empleo en los principales países de los que provienen los envíos.

* + - 1. **Social – Cultural:**

Actualmente ocupamos el quinto lugar a nivel Latinoamérica de personas con mayor obesidad, lo cual se traduce en un desarrollo de problemas endocrinólogos, problemas cardíacos y afectación de órganos vitales también ocupamos, los primeros lugares con mayor índice de Anemia, por lo que podemos concluir que existe un punto crítico en nuestro régimen alimenticio.



¿A qué se debe esto?, generación tras generación gozamos de una rica diversidad de platillos que son nuestro orgullo, sin embargo, estos no son los más saludables. Tenemos muchos platos saturados en grasas dañinas, carbohidratos y almidón.

Otro factor de influencia es la ignorancia en temas de nutrición puesto que muchas personas desconocen que no todos los alimentos son combinables, Por ejemplo, si consumimos calcio no podemos consumir hierro hasta pasado media hora o no estaremos aprovechando lo mejor de cada mineral o vitamina, lo que resulta en una comida sin beneficio alguno.

Además de, la ingesta abusiva de productos procesados y la comida chatarra y/o comida al paso en condiciones insalubres y el poco cuidado que pone el consumidor peruano a informarse acerca de los ingredientes de los productos que compra, como en el caso de los aditivos que se encuentran prohibidos en otros países.

Por otro lado, muchas personas desconocen que son propensos a padecer diabetes tipo 2 (la más frecuente en adultos), por diversos factores de riesgo y en un gran porcentaje de manera hereditaria, sin embargo, no toman interés en ello hasta que la enfermedad está en un alto grado de desarrollo, que es cuando empieza a manifestarse.

En el caso de la población con enfermedades oncológicas, es muy difícil predecir un diagnóstico incluso siguiendo controles regulares, aunque existen factores de riesgo asociados a hábitos como el consumo excesivo de alcohol y tabaco, hay un gran porcentaje en el cual la enfermedad aparece sin ninguna razón aparente con un avance “silencioso”.

**Sobre la COVID-19 en Perú:**

En el año 2020 empiezan los contagios del COVID-19 en Perú, lo cual desembocó en muchos decesos en la población pese al confinamiento. El desacato a la justicia, la falta de medidas sanitarias, las malas costumbres, el desorden social y las migraciones masivas e informales en las fronteras propagaron el virus más rápido de lo estimado.

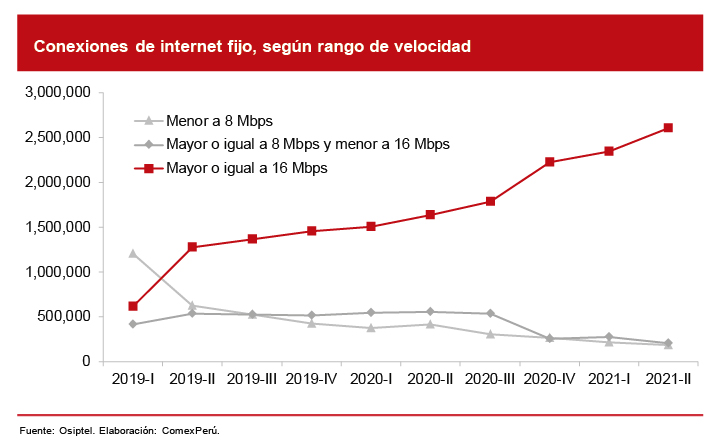
Asimismo, se calcula que, en estos dos años de pandemia, el 90% de la población peruana ha subido un aproximado de 7 kg debido al sedentarismo y al consumo de comida por delivery, por otro lado el MINSA informa que el 85.5% de los casos de fallecimiento por COVID-19 es debido a las complicaciones en pacientes con comorbilidad y obesidad, por lo que además de las medidas sanitarias recomendadas por el gobierno se busca sensibilizar y concientizar en mantener una buena alimentación, que es un punto clave.

Por otro lado los pacientes oncológicos se encontraron dentro de la población más vulnerable ya que su sistema inmunológico se encuentra debilitado por los tratamientos y quimioterapia a la que son sometidos para tratar de erradicar la enfermedad de su sistema, por eso en medio de la crisis sanitaria y con el sistema de salud debilitado que manejamos, se dificultó la administración de tratamientos e incluso hubo un periodo en el cuál no se pudieron importar para el sistema público los medicamentos necesarios para los pacientes, originando lamentables pérdidas humanas.

* + - 1. **Tecnológico:**

La adaptación tecnológica en el Perú atravesó un gran avance por la pandemia del covid-19, esta coyuntura nos llevó a tener una incorporación de tecnologías mucho más acelerada en comparación a la que veníamos teniendo.

A nivel nacional se tuvo un favorable incremento en conexiones de internet fijo, entre el cuarto trimestre de 2019 y el segundo trimestre de 2021 el incremento fue de 24.7%, siendo las de rango mayor o igual a 16 Mbps las que más se incrementaron de acuerdo con cifras de Osiptel.



En América Latina existe una tendencia respecto al uso de tecnologías con aplicación en la educación, dado al confinamiento por la pandemia los sistemas escolares debieron adaptarse para desarrollar vías alternativas con las que seguir llegando a los estudiantes.

En promedio el 74% de los usuarios que utilizan sistemas de gestión con fin educativo accede con cierta frecuencia a los cursos mediante aplicaciones móviles, en Norteamérica es el 61% mientras que Medio Oriente y Europa 63%, Por otro lado, Perú tiene un 83% el cual sería el porcentaje más alto.

Estos datos nos permite identificar también que para nuestro país fue un cambio más brusco y que mucho tuvieron que comprar teléfonos móviles ante la falta de otros recursos como un ordenador o una laptop, representando para el país un avance más significativo si se compara con muchos otros países tanto de la región como de otros continentes, se prevé que muchos de los nuevos canales insertados en este sector se mantenga, de este modo representaría una mejora educativa permanente en la educación peruana en e plano de herramientas tecnológicas.

Otro sector altamente relevante en el país es la red de telecomunicaciones, por ello es importante mencionar que dicha red tuvo un crecimiento de 172% en los últimos 20 años, dicho crecimiento se debe a una alta competencia, avance tecnológico, políticas públicas dictadas por Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) en pro de la promoción de inversión en el sector y proyectos regionales ejecutados por el Programa Nacional de Telecomunicaciones (Pronatel)

* + - 1. **Legal:**

Desde su aparición en el país, hace dos años, la prioridad legal la han tomado las medidas especiales para hacer frente a la pandemia y a su vez, promover una reactivación económica ha representado un gran reto para nuestro país. Por otro lado, teniendo en cuenta que, en estos dos años, tuvimos tres gobernantes diferentes con atípicos ordenamientos de ministerios y con un nuevo congreso, las legislaciones no se modificaron dramáticamente.

Con la instalación del gobierno del presidente Castillo, en los últimos meses se aplicaron medidas enfocadas a la recaudación tributaria, con el incremento de impuestos en áreas específicas, incluyendo el cambio del arancel de aduanas.

En el caso del apoyo a las empresas, se modificaron medidas de urgencia presentes en el D.S. 029 2020 en el cual se creó el Fondo de Apoyo Empresarial enfocado en servir de ayuda financiera a las MYPE para la continuación de sus operaciones. Así como se implementó el apoyo temporal a instituciones microfinancieras que brindan soporte a las MYPES.

Otras de las medidas implementadas, fueron: el Decreto de Urgencia que promueve el financiamiento de la MIPYME, emprendimientos y Startups (Decreto de Urgencia N° 013-2020) resulta fundamental implementar medidas que permitan inyectar liquidez a las MIPYME, a través de:

1. La promoción al acceso al financiamiento mediante la factura, así como mejorar las condiciones operativas que faciliten el uso de la Factura Negociable.
2. El otorgar la calidad de título valor a la orden de compra y/o servicio emitidas por las entidades del Estado, cuyo principal proveedor, en número de adjudicaciones, son justamente las MIPYME, y de esta manera éstos puedan acceder a otros medios de financiamiento como el descuento de esas órdenes de compra y/o servicios.
3. Ampliar la cantidad de empresas que pueden otorgar bienes en arrendamiento financiero para generar una oferta accesible para las MIPYME con costos operativos más competitivos.
4. La regulación de la actividad de financiamiento participativo financiero.
5. El impulso al desarrollo del mercado de financiamiento de capital de los emprendimientos innovadores y de alto impacto (startups) a través de la creación del Fondo de Capital para Emprendimientos Innovadores.

De los regímenes tributarios vigentes, nos conviene estar aún en el RMT ya que, debido a nuestro tipo de empresa tipificado como MYPE, al iniciar nuestras operaciones nuestros primeros años serán de crecimiento por lo que es mejor tener la opción de poder manejar una menor tasa de porcentaje en el pago de nuestra declaración anual.

En cuanto al aspecto laboral (considerando que estamos en una MYPE) existen dos lineamientos en cuanto a beneficios para los colaboradores, según el tipo de empresa, si se trata de una micro – empresa (ventas brutas anuales no mayores de 150 UIT) o de una pequeña empresa (ventas brutas anuales no mayores de 1700 UIT).

Inicialmente nos manejaremos como una microempresa, en cuanto vaya incrementándose el ejercicio de nuestras operaciones podremos cambiar de categoría y cumplir con los lineamentos formales de la ley laboral.



Con respecto al marco legal para la prestación de nuestros servicios, en el caso del análisis genético, no es obligatorio que nos implementemos como laboratorio clínico por tratarse de una obtención de muestra no intrusiva (restos de uñas que el cliente entrega), además que nosotros no prestamos ni ofrecemos directamente servicios relacionados a la salud como tratamientos, consultas, entre otros.

Para la gestión de importación excepcional nos amparamos en un mecanismo legal llamado autorización excepcional, presente en el artículo 16 de la ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios (Ley 29459) en la cual se autoriza de manera especial a que un paciente que necesite un medicamento y/o dispositivo médico siempre y cuando se compruebe y justifique la necesidad real para su tratamiento individual o uso preventivo, esta autorización se gestiona directamente con la Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (Digemid) que pertenece al Ministerio de Salud.

Por otro lado, en la resolución N” 000025/2022 de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria se incluye a los medicamentos para el tratamiento de enfermedades oncológicas y diabetes con un valor FOB menor o igual a $10 000,00 dentro de la mercancía permitida para acogerse al Despacho Simplificado de Importación, lo que nos permite realizar el proceso de nacionalización directamente en representación del paciente sin intermediar a un Agente de aduanas lo que tiene impacto en los costos de importación.

* + - 1. **Geográfico – Ambiental:**

Para poder cumplir con el entorno medioambiental se debe contar con la norma **ISO 14001** la cual garantiza que la organización gestione sus procesos dentro de un marco de control en los Aspectos Medioambientales, cumplimiento de la Legislación Vigente y estableciendo Objetivos de Mejora.

Así, los sistemas y procesos con desempeño ambiental tienen más probabilidades de alcanzar y cumplir con la legislación legal e industrial; conduciendo a un menor número de multas, mejora de la competitividad, ahorro de costos por un mejor uso de los recursos y mayor conciencia en el manejo de los aspectos e impactos ambientales.

Tiene como objetivo principal mejorar la gestión de los aspectos ambientales, controlar consumos, gestionar residuos, vertidos y emisiones atmosféricas, mitigar los riesgos ambientales.

**Beneficios ISO 14001**

- La organización identifica su problemática ambiental, sus fortalezas y debilidades, y así poder realizar las acciones necesarias para su mejora continua.

- Posiciona la imagen de la organización como una entidad confiable.

- Genera ahorros económicos como en el área energética y la gestión de residuos.

- Sistematización de los procesos ambientales aplicando las buenas prácticas establecidas en forma constante y eficiente.

- Ofrecer un producto o servicio producido en un entorno sostenible y respetuoso del medio ambiente

- Motivar a nuestro personal concientizándolos con la repercusión de sus actividades en los impactos ambientales, y conociendo como mitigarlos.

* 1. **Análisis del Microentorno: Las 5 Fuerzas de Porter:** 
     1. **Poder de negociación con los clientes**

En el caso del servicio de análisis genético especializado; los pacientes particulares tendrían mayor nivel de negociación ya que según sus prioridades decidirán que “satisfacer” con nosotros ya sea: calidad, precisión, rapidez y el tipo de examen a realizar en el caso de diabetes y/o examen oncológico.

Identificamos ciertas entidades que estarían interesadas en nuestro servicio de transporte de muestras, las cuales tendrían un nivel de negociación bajo debido a que al ser un servicio diferenciado en el sector les permitirá captar cierto público el cual no estaba siendo atendido o abarcado de manera correcta por estas.

En el servicio de gestión de importación excepcional tenemos un nivel alto de negociación con nuestros clientes debido a que están buscando un medicamento que no pueden encontrar en Perú y poder gestionarlo a través de una aseguradora, una clínica o una droguería duplicaría o triplicaría el precio del medicamento lo que no sería conveniente para su economía.

* + 1. **Amenaza de nuevos competidores**

La barrera de ingreso de nuevos competidores para el análisis genético especializado es alta, ya que actualmente por la coyuntura existen muchas barreras de entrada como certificaciones, normativas y protocolos que se deben implementar para la apertura y funcionamiento de los centros que manejan información confidencial de salud más aún si estos incluyen el transporte de muestras.

En el caso de la gestión de importación excepcional, se requiere el conocimiento legal adecuado para poder tramitar el permiso ante DIGEMID y presentar la documentación pertinente a la aduana, generalmente las clínicas o aseguradoras no cuentan con departamento de comercio exterior y desconocen de trámites especializados como el de la importación excepcional es por ello que derivan ese servicio a droguerías tercerizadas, sin embargo, ello tiene impacto en el precio para el cliente.

Por otro lado, las consultoras de comercio exterior o agencias de aduana que podrían brindar el mismo servicio, no se especializan en temas de salud y de hacerlo desconocen de otras partes del proceso.

Las empresas que podrían adaptar dentro de su portafolio un servicio similar son los operadores logísticos, pero nos diferenciaríamos de ellos con nuestra especialización en enfermedades no transmisibles lo que nos da una mayor ventaja para conseguir clientes potenciales, por esa razón consideramos que la amenaza de nuevos competidores para este servicio es baja.

* + 1. **Poder de negociación con los proveedores**

El poder de negociación con los servicios básicos como la luz y el agua es bajo ya que dependen de entidades grandes con convenios estatales desde hace muchos años y a los comercios les asignan tarifas más caras que a las de un servicio doméstico.

El poder de negociación con los proveedores internacionales que abastecerían los medicamentos es bajo debido a que este servicio es a demanda y los productos a solicitar son aleatorios, por lo que no podemos negociar contratos a largo plazo.

Por otro lado, la mayoría de los proveedores farmacéuticos se encuentran en Europa por lo que manejan distintas regulaciones y pueden colocar restricciones al transporte internacional, al embalaje y otros términos antes de atendernos.

El poder de negociación con los proveedores de servicios de limpieza outsourcing que emitan factura es medio porque la oferta y ubicación estratégica de la sede es céntrica y permite reducir costos en traslado.

El poder de negociación con los medios de transporte es alto, ya que por la ubicación y la oferta existente se puede evaluar y negociar precios con distintas entidades que brinden el servicio de transporte en Lima Metropolitana y ofrecernos una tarifa especial por cantidad de servicios o una tarifa plana.

* + 1. **Amenaza de productos sustitutos**

Los productos sustitutos en el caso de análisis genético sería la aparición de nuevas tecnologías para el procesamiento de muestras con mayor rapidez y los exámenes de descarte generales que indican los doctores para ver un panorama amplio de las características y cambios que se puedan desarrollar en el organismo y sean signos de alarma ante una posible enfermedad. En ese caso puede ser: Hemograma completo: Ante la anemia hemolítica hereditaria.

Un servicio sustituto a la importación excepcional particular podría generarse si se modificara la ley de salud y permitiera que una droguería pueda realizar la importación directamente o se habilite por alguna situación de emergencia que generalmente sería temporal.

Otro escenario podría tratarse de alguna droguería que tramite registros sanitarios de medicamentos especializados, pero es poco probable que logre abarcar toda la demanda de medicamentos y menos probable aún que las grandes farmacéuticas acepten compartir información sensible con una empresa peruana, lo que es necesario para obtener el permiso comercial de DIGEMID.

Una última opción se trataría de un operador logístico que ofrezca el mismo servicio, sin embargo, no es un procedimiento que sea de conocimiento accesible, más que para personas que tienen experiencia en esa industria, por ello consideramos que la amenaza de productos sustitutos es baja.

* + 1. **Rivalidad con los competidores existentes:**

La rivalidad entre los competidores existentes en el caso de análisis genético especializado es baja ya que son pocos los laboratorios que procesan este tipo de muestra especializada y cuentan con el servicio de transporte de muestra.

Por los factores anteriormente analizados, podemos deducir que la rivalidad con competidores en esta industria es muy baja, debido a que el modelo que planteamos para adquirir el medicamento es diferente a como se maneja en la industria médica y por el lado de los operadores logísticos les falta el conocimiento especializado.

* 1. **Matrices y Análisis FODA** 
     1. **Matriz EFE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| DATOS, INFORMACIÓN O INDICADORES | | PESO | CALIFICACIÓN Oportunidades de 3 a 4  Amenazas de 2 a 1 | PESO PONDERADO |
| OPORTUNIDADES | Miedo a padecer enfermedades. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| Ausencia de información en la población acerca de importación de medicamentos. | 0.1 | 3 | 0.3 |
| Ausencia de información en la población acerca de importación de medicamentos. | 0.1 | 4 | 0.4 |
| Sobrecosto de medicamentos contra el cáncer y diabetes | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Alianza con el sistema de salud público | 0.15 | 3 | 0.45 |
| AMENAZAS | Potencial deterioro de nuestras relaciones internacionales. | 0.06 | 1 | 0.06 |
| Inestabilidad del T.C. | 0.09 | 2 | 0.18 |
| Inestabilidad política | 0.1 | 2 | 0.2 |
| Políticas de regulación de precios | 0.1 | 2 | 0.2 |
| Falta de cultura de prevención. | 0.13 | 2 | 0.26 |
|  |  | 1 |  | **2.68** |

* + 1. **Matriz EFI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| DATOS, INFORMACIÓN O INDICADORES | | PESO | CALIFICACIÓN Fortalezas de 3 a 4  Debilidades de 2 a 1 | PESO PONDERADO |
| FORTALEZAS | Servicio realizado por un personal especializado. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| Ausencia de competencia significativa en nuestros servicios. | 0.12 | 4 | 0.48 |
| Alianzas estratégicas con laboratorios para el análisis. | 0.1 | 3 | 0.3 |
| Ubicación céntrica de la sede. | 0.1 | 4 | 0.4 |
| Ofrecer un servicio triangulado (complementario). | 0.1 | 4 | 0.4 |
| DEBILIDADES | Presupuesto limitado. | 0.12 | 2 | 0.24 |
| Dependencia de los laboratorios. | 0.15 | 2 | 0.3 |
| Contar con una sola sede. | 0.05 | 1 | 0.05 |
| Bajo margen de ganancia para el análisis genético. | 0.05 | 1 | 0.05 |
| Staff de médicos limitado. | 0.09 | 2 | 0.18 |
|  |  | 1 |  | **2.88** |

* + 1. **FODA:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZAS**   1. Servicio realizado por un personal capacitado. 2. Sistema de asesoramiento en el proceso de importación de medicinas al consumidor final sin competencia significativa. 3. Alianzas estratégicas con laboratorios para el análisis. 4. Ubicación céntrica de la sede. 5. Ofrecer un servicio triangulado (complementario). | **DEBILIDADES**   1. Presupuesto limitado. 2. Dependencia de los laboratorios. 3. Contar con una sola sede. 4. Descartes con costo elevado. 5. Staff de médicos no definidos. |
| **OPORTUNIDADES**   1. Miedo a padecer enfermedades. 2. Ausencia de información en la población acerca de importación de medicamentos. 3. Sobrecosto de medicamentos contra el cáncer y diabetes. 4. Alianza con el sistema de salud público. | FO   * Se realizará una estrategia de marketing en forma física y por plataformas digitales para promover la prevención y descarte. * Crear alianzas estratégicas con el sector salud público para generar mayor alcance. * Asesoramiento y acompañamiento al paciente fidelizará la relación con la empresa. | DO   * Utilizar el presupuesto con publicidad de bajo costo. * Campaña de prevención y orientación basado en el aumento de casos de diabetes y cáncer. * Promover alianza estratégica con el sector público mediante un beneficio económico. |
| **AMENAZAS**   1. Potencial deterioro de nuestras relaciones internacionales. 2. Inestabilidad del T.C. 3. Inestabilidad política. 4. Políticas de regulación de precios. 5. Cambios en la política de reembolso de aseguradoras. | FA   * Alianza estratégica con laboratorios internacionales para la importación de medicamentos. * Promover un servicio completo para los pacientes y el programa de prevención | DA   * Invertir en investigación de nuevos laboratorios si se presenta problemas con la gama de laboratorios existente para la importación de medicamentos. * Potenciar el reclutamiento de doctores expertos. |

* + 1. **Misión visión y valores**

**MISIÓN**: Fomentamos en nuestros colaboradores y proveedores el compromiso y concientización de la importancia de sus funciones y el impacto que tienen en la vida de nuestros clientes y sus familias a través de los servicios especializados que brindamos, generando una responsabilidad ética demostrada en la pulcritud y eficiencia de sus funciones, optimizando los recursos para el bienestar y tranquilidad de nuestros clientes.

**VISIÓN:** Posicionarnos en la mente de la población peruana que sufre de enfermedades oncológicas y diabetes como una opción confiable para acceder a medicamentos necesarios para su tratamiento, siendo reconocidos como una empresa especializada en servicios complementarios para el tratamiento y prevención de estas enfermedades, con un alto compromiso hacia sus clientes generando un impacto positivo en la mejora de su calidad de vida y bienestar.

**VALORES:** Los pilares que guiarán nuestra gestión, involucrando a todas las partes de la empresa son los siguientes:

* Orientación al cliente
* Ética
* Transparencia
* Calidad
* Responsabilidad social

**3. ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO PROYECTADO**

* 1. **Mercado Objetivo:**

**3.1.1 Descripción**

Para nuestro proyecto, el mercado objetivo al cual dirigiremos nuestros servicios se divide en dos grupos:

En nuestro servicio de análisis genético, nos centraremos en la población peruana ubicada en la provincia de Lima pertenecientes a los sectores socioeconómicos A y B , integrado por el 22.1% sin distinción de sexo y con rangos de edad entre los 25 y 54 años que tengan como prioridad su salud y mantengan una cultura de prevención, a través de la práctica de hábitos saludables o por la presencia de algún antecedente familiar, estas personas entienden la importancia de conocer la posibilidad de desarrollar enfermedades porque les interesa mantener una calidad de vida óptima y estable.

Así mismo, en el caso de nuestro servicio de importación excepcional consideramos a la población peruana ubicada en Lima Metropolitana diagnosticada con cáncer o diabetes en los últimos 3 años, esto debido a que consideramos un punto de quiebre en año 5 que es el tiempo promedio de supervivencia en el caso del tratamiento oncológico y en el caso del desarrollo de diabetes ya se encuentra asimilado un tratamiento de control, por lo que es más difícil que se acepten nuevas opciones para la distribución de sus medicamentos, además en nuestro objetivo deben encontrarse siguiendo un tratamiento para su enfermedad, en el caso del cáncer sólo el 15% pueden hacerlo y en el caso de la diabetes un 74.4% , también consideramos que deben pertenecer a los sectores A y B, debido a que estas personas se encuentran familiarizadas con términos legales y les es atractivo sentirse independientes en sus decisiones, además cuentan con un nivel educativo que hace más comprensible el planteamiento de nuestro servicio.

* 1. **Análisis de la demanda:**

**Segmentación:** Considerando las características de nuestro mercado objetivo, hemos realizado una segmentación específica para cada servicio:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LOS SERVICIOS A + B | | | | | | |
| POBLACIÓN EN PERÚ |  |  |  |  | **33,035,304.00** |  |
| POBLACIÓN EN LIMA 2021 | |  |  | **Según INEI** | **10,004,141.00** |  |
| PÚBLICO OBJETIVO |  | **NSE AB** | **NSE AB** |  | **2,210,915.16** |  |
| SEGMENTACIÓN |  | **Lima Metropolitana** | **Lima Moderna** |  |  |  |
|  | **25 a 39 AÑOS** | **689,600** | **476,514** | **18,080** | **18,080** |  |
|  | **40 a 55 AÑOS** | **606,200** | **418,884** | **15,893** | **15,893** |  |
| NUESTRO MERCADO POTENCIAL ESTÁ FORMADO POR LAS PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN ENTRE 25 Y 54 AÑOS PERTENECIENTES AL NSE A-B UBICADOS EN LIMA | | | |  | **33,973** | **MERCADO POTENCIAL EN CANTIDAD DE PERSONAS** |
| ESTA ES LA POSIBLE DEMANDA DEL NEGOCIO PARA NUESTRO PRIMER AÑO CONSIDERANDO LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO. | | | | **1.90%** | **645** | **MERCADO OBJETIVO** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ANÁLISIS DEL MERCADO PARA EL SERVICIO C | | | |  |
| POBLACIÓN EN LIMA 2021 |  |  | **10,004,141.00** |  |
| POBLACION DIAGNOSTICADA - CÁNCER (ult 3 años) |  |  | **13,500** |  |
| POBLACION DIAGNOSTICADA - DIABETES (ult 3 años) |  |  | **410,080** |  |
| POBLACIÓN EN TRATAMIENTO - CÁNCER | **15.10%** |  | **2,039** |  |
| POBLACIÓN EN TRATAMIENTO - DIABETES | **74.40%** |  | **305,100** |  |
| POBLACION QUE PERTENECE A NS A-B - CÁNCER |  |  | **1,485** |  |
| POBLACION QUE PERTENECE A NS A-B - DIABETES |  |  | **8,724** |  |
| NUESTRO MERCADO POTENCIAL ESTÁ FORMADO POR LAS PERSONAS UBICADAS EN LIMA METROPOLITANA QUE LLEVAN UN TRATAMIENTO DE CÁNCER O DIABETES EN ETAPA TEMPRANA Y PERTENECEN AL NSE A-B. | |  | **10,209** | **MERCADO POTENCIAL EN CANTIDAD DE PERSONAS** |
| ESTA LA POSIBLE DEMANDA DEL NEGOCIO PARA NUESTRO PRIMER AÑO CONSIDERANDO PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO. | | **0.75%** | **77** | **MERCADO OBJETIVO** |

**Tipo de mercado:**

El Perú tiene una política comercial de libre mercado, ya que no existe ninguna limitación con respecto al precio y / o cantidad de servicios a brindar, debido a que su régimen es democrático y el estado no establece limitantes en este aspecto, por el contrario, a través del contexto legal busca facilitar medios para un sistema de salud accesible a los pacientes y busca fomentar la prevención, conscientes de el gran problema en crecimiento de estas enfermedades.

Bajo este contexto, los precios de bienes y servicios se fijan en función de la interacción entre ofertantes y demandantes, sólo pueden intervenir entidades regulatorias en el caso se comprueben actividades ilícitas que perjudiquen el acceso a la salud de la población como en el caso de la concertación de precios.

**Perfil del consumidor:**

Luego de extraer datos de fuentes oficiales y considerar la información obtenida de nuestras encuestas realizadas, analizamos el perfil de nuestros potenciales consumidores para ambos servicios en el cual se encuentran los siguientes factores:

**Hombre y mujer abrazados posando para fotografia

Descripción generada automáticamente**Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Chat o mensaje de texto, Sitio web

Descripción generada automáticamente

* 1. **Análisis de la oferta**

Considerando los hábitos de nuestros potenciales clientes, tomamos como punto referente su preferencia al realizar exámenes preventivos y para acceder a medicamentos, obteniendo que los seguros especializados cuentan con un 94%, las clínicas privadas un 4.5% y los laboratorios independientes un 1.5%.

Por otro lado, la oferta de seguros especializados que existen en el mercado sólo cuenta con un portafolio oncológico, (no hay una específica para diabetes) y debido a que son obtenidos por personas que tienen el perfil del consumidor muy alineado al que nosotros nos dirigimos, lo tomamos como referencia principal.

Considerando lo anteriormente expuesto, tenemos dentro de la participación de mercado en la cobertura oncológica liderada por Oncosalud (61%), seguida de Rímac (19%) y Pacífico (14%) , así como de BNP PARIBAS CARDIFF (4%) que es un tercerizador de seguros orientado a la banca y al rubro retail, la clínica San Pablo con su propuesta de seguro propio sólo alcanza un 1% dejando así un 1% de participación a otros en los cuales encajaría nuestra propuesta inicialmente por el periodo inicial de afianzamiento de la marca.

Estos seguros cuentan a su vez con redes de clínicas y laboratorios que realizan exámenes clínicos tradicionales con finalidad de descarte mas no de carácter preventivo como en el caso de uno de nuestros servicios propuestos, sin embargo, se encuentra dentro de los intereses del perfil de este consumidor, es por ello por lo que apuntamos a absorber del mercado un buen porcentaje de la participación más débil, con ello obtenemos un 1.9% de participación.

Con respecto a nuestro servicio de importación excepcional no existe una opción directa para el paciente en la oferta actual, por el orden interno organizacional que manejan las empresas prestadoras de servicios de salud y otras entidades involucradas en la distribución de medicamentos en el país, sin embargo, el mismo perfil nos sirve para considerar que nos presentaremos como un servicio complementario, incluido en la categoría de “otros” considerando también la complejidad legal de entender este nuevo servicio definimos un 0.75% de participación.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Población que pertenece al NSE A-B | 10,209 |  |  |
|  |  |  |  |
| Clínicas | **459** | **4.5%** |  |
| Aseguradoras | **9,596** | **94%** |  |
| Laboratorios | **153** | **1.5%** |  |
|  |  |  |  |
| Participación de mercado cobertura especializada |  |  | 11 |
| Oncosalud | 0.61 |  |  |
| Rímac | 0.19 |  |  |
| Pacífico | 0.14 |  |  |
| Cardiff | 0.04 |  |  |
| Clínica San Pablo | 0.01 |  |  |
| LAES | 0.01 | **0.01%** | **DE PARTICIPACION** |

* 1. **Análisis de precios.**

Considerando la alta preferencia por los seguros especializados en el perfil de nuestro potencial consumidor, analizamos de manera separada cada uno de nuestros servicios:

Para el análisis genético en específico ya vimos que no existe una oferta enfocada en la prevención más que un examen médico general cada año, además la cobertura de los contratos y el precio de la prima asegurada varía según los factores de riesgo del cliente: como la edad, sus hábitos, etc.

Por lo cual, si una persona desea realizarse un examen de descarte para alguna de las enfermedades que contemplamos en nuestra propuesta, tendría la opción de ir directamente a alguno de los siguientes laboratorios ubicados en la zona 6 de Lima (Jesús María, Lince, Magdalena, Pueblo Libre y San Miguel):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EXAMENES | Oncológico | Endocrino |
| MONEDA | **Soles** | **Soles** |
| Synlab | **S/. 2,304.00** | **S/. 1,344.00** |
| Unilabs | **S/. 2,000.00** | **S/. 1,300.00** |
| Multilab | **S/. 2,090.00** | **S/. 1,500.00** |
| Predictiv | **S/. 1,800.00** | **S/. 1,100.00** |

Cabe precisar que los exámenes de descarte no contemplan la predisposición futura a padecer la enfermedad, sólo muestran si la persona padece o no de la enfermedad en ese momento, por lo que en ese aspecto nuestra propuesta tiene un valor diferencial importante.

En el caso del servicio de gestión de la importación excepcional, no se ofrece directamente especializado en el sector salud, si una persona con el suficiente conocimiento de sus derechos ciudadanos, solicita un servicio de asesoramiento lo haría a través de una empresa relacionada con el rubro del comercio exterior, en específico a través de una asesoría en importación de mercancía restringida.

En este punto, podemos considerar consultoras de comercio exterior, agencias de aduanas y operadores logísticos, que manejan los siguientes precios:

|  |  |
| --- | --- |
| IMPORTACIÓN EXCEPCIONAL | SÓLO ASESORAMIENTO EN TRAMITES PERSONALES |
| MONEDA | **Soles** |
| MYPERU GLOBAL | **S/. 500.00** |
| AGENCIA DE ADUANAS TLC | **S/. 750.00** |
| SCHARFF | **S/. 1,100.00** |

* 1. **Estrategia de marketing del proyecto**

**Precio:**

Nuestro servicio está enfocado en un público que cuenta con la capacidad adquisitiva para tener un gasto que le permite cubrir sus necesidades e invertir en servicios que le brinden tranquilidad evaluando el costo/beneficio futuro que tiene para ellos antes de adquirirlo.

Considerando ello y encontrándose familiarizados con servicios similares, manejaremos un precio de introducción promedio para ambos servicios, es decir tomando referencia la opción más elevada a la más económica, nuestro listado de precios se plantearía de la siguiente manera:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| LISTA DE PRECIOS LAES | | |
| SERVICIO | **MONTO** | **MONEDA** |
| ANÁLISIS GENÉTICO ESPECIALIZADO ONCOLOGÍA | **S/.2,048.50** | **PEN** |
| ANÁLISIS GENÉTICO ESPECIALIZADO ENDOCRINOLOGÍA | **S/.1,311.00** | **PEN** |
| GESTIÓN DE IMPORTACIÓN EXCEPCIONAL\* | **S/.783.33** | **PEN** |
| \*No incluye costo del medicamento ni gastos operativos propio de la importación. | | |
| \*\*No incluye IGV. | | |
| \*\*\* Los pagos se realizan de manera adelantada para poder solicitar el servicio. | | |

**Servicio:**

Nuestro valor agregado se encuentra en la especialización de estos dos sectores que requieren de atención urgente por, como ya hemos visto, el alarmante crecimiento anual que mantiene.

Es por ello que nuestro principal objetivo será presentar nuestro servicio con un alto estándar de calidad y atención orientado al cliente, que precisamente es a su vez, nuestro primer valor corporativo.

La comunicación inicial será asertiva y adaptada a nuestro público para que el manejo de términos relevantes favorezca el entendimiento del valor de nuestra oferta y éste no pase desapercibido.

Por otro lado, nos aseguraremos de que los medios utilizados para el contacto inicial y el desarrollo de nuestro servicio funcionen de manera ágil, acorde a las plataformas que suele utilizar el público objetivo en otros servicios de su interés, esforzándonos por brindarles la mejor experiencia de atención.

**Promoción:**

Para el primer año, nos enfocaremos en afianzar la recordación de la marca y en manejar una comunicación estratégica y puntual al dar a conocer nuestros servicios y sus ventajas, por lo cual optaremos por las siguientes estrategias:

**PUBLICIDAD BTL**

A los clientes que adquieran nuestro servicio de análisis genético especializado le ofreceremos un atractivo programa de prevención a través de una cuponera de descuentos en servicios realizados por nuestros aliados estratégicos como: nutricionistas, gimnasios, restaurantes de comida saludable.

A su vez, a los que adquieran ese servicio por primera vez, se les otorgará un porcentaje de descuento especial para un segundo servicio, destinado a un familiar directo.

En el caso de los pacientes que soliciten el servicio de gestión de importación, les ofreceremos de manera opcional una tarifa preferencial negociada a través de alianzas con Courier y agencias de carga internacional, para que puedan manejar un menor costo en su importación, ya que no se encuentra añadido a nuestro precio por el servicio.

Por otro lado, aprovecharemos las herramientas digitales de segmentación directa que ofrecen medios digitales como Google y las redes sociales (que sean de uso de nuestro público objetivo) para promocionar nuestra web incluyendo los beneficios anteriormente mencionados.

**PUBLICIDAD ATL**

En medios masivos, estaremos presentes en escenarios clave de prevención, como eventos especiales organizados y fomentados de manera masiva en estos sectores, como, por ejemplo: carreras por el cáncer de mama, eventos de descarte de cáncer de piel, etc.

Participaremos en conversatorios, Webinars, entrevistas, etc. en donde se encuentre relacionado el tema de la prevención y tratamiento del cáncer y diabetes.

A su vez, contactaremos a doctores especialistas (con una reputación alineada a nuestros valores corporativos) conocidos en los sectores a los que nos dirigimos para que nos apoyen con la difusión de nuestros servicios a sus pacientes y asociaciones en donde tengan audiencia.

**Plaza:**

La forma en la cual nuestro público objetivo puede solicitar nuestros servicios será omnicanal:

* Contaremos con medios digitales alternos que dirigirán su comunicación a nuestra web de características de navegación: amigable, estructurada y automatizada que cubra cada parte de nuestro procedimiento, en cualquiera de nuestros servicios.
* Brindaremos atención presencial y telefónica en nuestra oficina principal estratégicamente ubicada en una zona céntrica y con la infraestructura adecuada y atractiva para nuestro perfil de cliente.

Como un apoyo adicional mediante nuestros aliados estratégicos los potenciales clientes podrán conocer nuestra marca y serán derivados a alguno de nuestros canales de atención mencionados.

* 1. **Demanda para el proyecto.**

* + 1. **Análisis de la demanda insatisfecha**

Para nuestro estudio contamos con una muestra de 304 personas ubicadas en la ciudad de Lima Metropolitana, mediante el cual buscamos identificar el interés en un servicio preventivo relacionado con la salud y también conocer el porcentaje de personas que tienen un familiar cercano que padezca alguna de las dos enfermedades a las que nos dirigimos.

Con base en los resultados, llegamos a las siguientes conclusiones:

* De los datos obtenidos podemos concluir que la población femenina y masculina muestran mayor interés por este tipo de servicio, teniendo como necesidad específica la prevención.
* Por otro lado, son los sectores que contarían con un mayor poder adquisitivo, cuentan con un presupuesto asignado para la salud y un grado de instrucción que les permite generarse mejores ingresos.
* Sin embargo, en cuanto a potencial escalabilidad de servicios, la población femenina representa una mayor oportunidad por su interés en la maternidad y en la protección y responsabilidad que ella deriva.
* Mientras que, en el sector masculino, se puede afianzar en el interés personal de cuidar su salud y mantener una mejor calidad de vida.
* Por otro lado, en la generación entre los 25 y 40 años es que se evidencia una mayor preocupación por la salud y la prevención a comparación de las otras generaciones.
  + 1. **Determinación de la demanda para el proyecto**

Basándonos en los resultados obtenidos por las encuestas, en el caso del análisis genético especializado obtuvimos un resultado de 44% de participantes que tomarían el servicio, preocupados por prevenir su calidad de vida futura, así también un 30% lo realizaría para ellos y un familiar cercano y un 26% no lo realizaría.

En el caso del servicio de gestión de importación excepcional, tomamos la referencia de que el 50% de los encuestados al menos tenían un familiar con alguna enfermedad no transmisible, pero esta información se completa con cifras exactas y estudios específicos de Cáncer y Diabetes para obtener una cifra real de la cantidad de personas que podrían tomar nuestro servicio el primer año.

Sumado a ello, consideramos también que, en el caso del cáncer, dentro del tratamiento (en los tres primeros años al diagnóstico) se requieren anualmente por lo menos 4 veces de medicamentos que no cuentan con registro sanitario en el Perú y son de alto costo, ello debido a que en esa etapa temprana se prueban diversas combinaciones para analizar la reacción del sistema inmune del paciente.

En cambio, los tratamientos de pacientes diabéticos cuentan con medicamentos a precios más accesibles en el mercado peruano, más bien existen dispositivos médicos (que también se encuentran amparados en la Ley 29459 de control complementarios de consumo mensual, pero para gestionar una importación que sea rentable para el paciente buscara stockearse al menos por seis meses, por lo que consideramos una frecuencia anual posible de 2 servicios.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| FRECUENCIA DE CONSUMO SERVICIOS A+B DE ACUERDO CON LAS ENCUESTAS | | | |
| 44% | **1** | **284** | **24** |
| 30% | **2** | **387** | **32** |
| 26% | **0** | **-** | **VECES POR MES** |
| 100% |  | **671** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| FRECUENCIA DE CONSUMO SERVICIO C POR PACIENTE | | | TRATAMIENTO |
| 15% | **4** | **45** | **CÁNCER** |
| 85% | **2** | **131** | **DIABETES** |
| 0% | **0** |  |  |
| 100% |  | **175** | **VECES POR AÑO** |

* 1. **Plan de Ventas Cuantitativo para el primer año del proyecto (P\*Q).**

Considerando lo anteriormente expuesto, la demanda estimada y la frecuencia, nuestro plan de ventas cuantitativo para el primer año, se conforma de la siguiente manera:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.7 DEL ÍNDICE | PLAN DE VENTAS CUANTITATIVO PARA EL 2023 | | |  | |
|  |  | **SERVICIOS X MES** | **PRECIO** | **INGRESO MENSUAL** | **INGRESO PRIMER AÑO** |
| A.G. ONCOLÓGICO | **33.80%** | **24** | **2,049** | **49,164.00** | **589,968.00** |
| A.G. ENDOCRINO | **45.07%** | **32** | **1,311.00** | **41,952.00** | **503,424.00** |
| IMPORTACIÓN EXCEPCIONAL | **21.13%** | **15** | **783.33** | **11,750.00** | **141,000.00** |
| TOTAL | **100.00%** | **71** |  | **102,866.00** | **1,234,392** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Y CON ESA INFORMACIÓN SE CONSTRUYÓ EL SIGUIENTE PLAN DE VENTAS CUANTITATIVO, VALE DECIR: PRECIO MULTIPLICADO POR CANTIDAD DE UNIDADES A CONSUMIR DE CADA SERVICIO | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| A. G. ONCOLÓGICO (A) | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** |
| MES | **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** | **JUNIO** |
| SERVICIOS X MES | **24** | **24** | **24** | **24** | **24** | **24** |
| PRECIO DE VENTA | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| TOTAL INGRESOS MENSUAL Y ANUAL EN SOLES A | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| A. G. ENDOCRINO (B) | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** |
| MES | **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** | **JUNIO** |
| SERVICIOS X MES | **32** | **32** | **32** | **32** | **32** | **32** |
| PRECIO DE VENTA | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| TOTAL INGRESOS MENSUAL Y ANUAL EN SOLES B | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| IMPORTACIÓN EXCEPCIONAL ( C ) | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** |
| MES | **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** | **JUNIO** |
| SERVICIOS X MES | **15** | **15** | **15** | **15** | **15** | **15** |
| PRECIO DE VENTA | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| TOTAL INGRESOS MENSUAL Y ANUAL EN SOLES C | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 |
| JULIO | **AGOSTO** | **SETIEMBRE** | **OCTUBRE** | **NOVIEMBRE** | **DICIEMBRE** | **TOTAL ANUAL** |
| 24 | **24** | **24** | **24** | **24** | **24** | **288** |
| 2,048.50 | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **40.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 49,164.00 | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **49,164.00** | **589,968.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 2023 | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** |
| JULIO | **AGOSTO** | **SETIEMBRE** | **OCTUBRE** | **NOVIEMBRE** | **DICIEMBRE** | **TOTAL ANUAL** |
| 32 | **32** | **32** | **32** | **32** | **32** | **384** |
| 1,311.00 | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **40.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 41,952.00 | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **41,952.00** | **503,424.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 2023 | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** | **2023** |
| JULIO | **AGOSTO** | **SETIEMBRE** | **OCTUBRE** | **NOVIEMBRE** | **DICIEMBRE** | **TOTAL ANUAL** |
| 15 | **15** | **15** | **15** | **15** | **15** | **180** |
| 783.33 | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **40.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 11,750.00 | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **11,750.00** | **141,000.00** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SERVICIO A + B + C | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 |
| **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** | **JUNIO** |
| TOTAL INGRESOS EN SOLES DE LOS TRES PRODUCTOS | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 |
| JULIO | **AGOSTO** | **SETIEMBRE** | **OCTUBRE** | **NOVIEMBRE** | **DICIEMBRE** | **TOTAL ANUAL** |
| 102,866.00 | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **102,866.00** | **1,234,392.00** |

**4. RESPONSABILIDAD SOCIAL**

En búsqueda de ser una empresa socialmente responsable con sus clientes internos, externos y la sociedad en la que nos encontramos, nos basaremos en el implemento de diferentes ODS. Tomando como referencia también las normativas OHSAS:18001 de seguridad y salud ocupacional, así como la ISO:14001 para el impacto medioambiental que producimos.

**SALUD Y BIENESTAR (ODS N°3):**

Es sumamente importante que nuestros colaboradores interioricen la importancia de una vida saludable, partiendo del autocuidado. Por lo que se establecen campañas de salud preventivas donde se tocarán los temas de la importancia de la vacunación acompañadas de campañas de vacunación gratuita exclusiva para trabajadores, sobre todo por el contexto en el que nos encontramos actualmente en el año 2022 por la COVID-19 y sus variantes.

Mantener buenos hábitos alimenticios y físicos, por lo que en esta ocasión tendremos campañas como “lunes verde” donde colocaremos manzanas verdes y peras para que nuestros colaboradores puedan disfrutarlas, recordando la importancia de la ingesta de frutas, se irá variando de color de manera semanal para mantener el interés.

En el caso de actividad física, se realizan eventos de recreación con campeonatos de manera semestral y recomendaciones constantes de realizar estiramientos, evitar el uso del ascensor utilizando las escaleras, un área para estacionar bicicletas fomentando el uso de estas, etc.

Otra parte para tomar en cuenta es el bienestar emocional de cada colaborador, deben sentirse seguros en el ambiente donde se trabaja, es por ello que se contará con un tópico exclusivo para los trabajadores, sala de descanso, comedor y habitación de lactario debidamente equipado.

***Sobre la normativa OHSAS:18001***, ***Nuestro compromiso como empresa para con nuestros colaboradores:***

Se identifican los factores de riesgo a los cuales están expuestos nuestros trabajadores. Por lo cual se realizan procesos y procedimientos del trabajo adecuado para evitar accidentes (por ejemplo, el proceso de almacenaje o la toma de muestra de un paciente). Todo se encontrará sumamente especificado con diagramas de flujo y documentos codificados.

Cada trabajador debe ser capacitado y ser capaz de entender su propio IPERC (La identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos y Controles) así como las pautas establecidas en los manuales de Seguridad y Salud Ocupacional de nuestra empresa, en los cuales detallamos del correcto uso de EPP’s tanto en áreas operativas como administrativas.

En las diferentes áreas se contarán con espacios amplios para el correcto desempeño de las funciones. Estructura e infraestructuras adecuadas para los diversos ambientes de trabajo, con la iluminación, ventilación adecuada junto con el menor ruido ambiente posible, además, mobiliario ergonómico para el personal administrativo.

Señalizaciones de salidas de emergencias, zonas seguras, zonas de riesgo, extintores, zonas de uso EPP’S con carácter obligatorio, recordatorios de pausas activas y normas de higiene.

Finalmente, un cronograma de capacitaciones anuales sobre prevención de riesgos, como proceder ante accidentes laborales, siniestros y eventos naturales. Se establecerá una brigada encargada de velar por las políticas establecidas de SSO y mencionado en esta ODS.

**IGUALDAD DE GÉNERO (ODS N°5)**

Promovemos una cultura corporativa responsable basada en los valores de equidad de género, de no discriminación y de respeto a la diversidad. Por ello, promovemos tanto al interior de nuestra organización como en nuestra proyección a la sociedad, la igualdad de oportunidades a todo nivel, manteniendo nuestro compromiso de combatir la discriminación de género o de cualquier otra índole y de eliminar estereotipos y desigualdades en nuestros procesos. Asimismo, nos comprometemos a ofrecer a nuestros trabajadores un ambiente laboral armonioso favoreciendo la conciliación de la vida personal/familiar con la vida laboral.

1. Promover la igualdad de género desde el nivel más alto de la organización, haciendo explícita en las políticas de la organización la prohibición de cualquier práctica discriminatoria en materia de empleo y ocupación.
2. Impulsar medidas destinadas a incrementar la presencia de mujeres en puestos de liderazgo e instancias de decisión.
3. Eliminar los sesgos inconscientes de género al interior de la empresa, de forma que se construya una cultura organizacional en la que todas las personas puedan desarrollar su potencial.
4. Promover políticas que tiendan a una cultura de trabajo más inclusiva y flexible, permitiendo conciliar las responsabilidades personales, familiares y laborales.
5. Contar con una política de tolerancia cero contra cualquier forma de violencia en el trabajo, sea esta física o verbal, que prevenga y sancione el acoso sexual.
6. Asegurar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en lo referente a remuneración, ascensos y acceso a programas de entrenamiento y capacitación.
7. Compartir prácticas exitosas de la organización en materia de igualdad de género y empoderamiento de la mujer en el ámbito laboral.
8. Fomentar una comunicación publicitaria no sexista, que reduzca los estereotipos de género y fomente el cambio de patrones socioculturales.
9. Hacer público el compromiso de la organización con los principios de igualdad de género.

Como implementación adicional, en las políticas de contratación en nuestra etapa de selección implementaremos el “CV CIEGO”. Trata de que el/la candidato/a nos envíe su curriculum vitae, sin la necesidad de especificar su sexo, edad y fotografía, si este cumple con los requerimientos del perfil del puesto solicitado se seguirá con el proceso de selección mediante una entrevista virtual.

Por lo que se establece lo siguiente:

* Programas de Empoderamiento a la Mujer
* Políticas de Equidad de Género y Diversidad
* Reglamento Interno de Prevención y Sanción contra el Hostigamiento Sexual

**ACCIÓN POR EL CLIMA (ODS N°13)**

Es una gran problemática la situación actual que atravesamos, debido a efectos del cambio climático realizados por el calentamiento global, por lo que en nuestra organización buscamos reducir nuestra huella ambiental, fomentando buenos hábitos ambientales con diversas recomendaciones. Al cual dicho proceso le hará seguimiento nuestro brigadista de SSO.

**Sobre la ISO:14001, para una correcta gestión ambiental:**

Se procede a realizar los procesos y procedimientos de cada gestión sobre el uso y desecho de recursos. Para ello, determinaremos cuales son nuestros principales desperdicios; se determinará si son peligrosos o no mediante una clasificación o categorización de residuos según los requisitos de las normativas legales, dentro de este aspecto se verifica el estado en que se encuentran, solido o líquido, para lo cual, si se encuentra en estado líquido se depositará el residuo en una bolsa hermética antiderrame y posterior a ello, desecharlo en un contenedor que señala que es residuo peligroso.

La empresa contará con contenedores de diferentes colores de desechos no peligrosos, siendo rojo para plásticos, verde para vidrio, amarillo para cartones y azul para papeles. Mientras que los desperdicios tóxicos o peligrosos serán en contenedores negros con bolsas rojas para su fácil identificación.

Para el recojo de los residuos se produce la contratación de la empresa ambientalmente responsable: ECOGLOBO, certificados por el Ministerio del Ambiente y La Dirección General de Salud Ambiental.

Recogerán nuestros diversos residuos, previa entrega de la placa del matricula y envío de credenciales del chofer responsable, transportarán y desechar nuestros residuos peligrosos y reciclarán los no peligrosos, todo proceso de destrucción de residuos quedará en un acta que será emitida a nuestra empresa.

En cuanto a las responsabilidades del colaborador en nuestra organización, se les capacitará para que puedan comprender la importancia de cuidar nuestros recursos como la energía y el agua, apagando las luces y aparatos electrónicos cuando estén en desuso y cerrar los grifos de los baños en caso se vea fugas de agua. Finalmente, también es su responsabilidad reportar cualquier falla que involucre el desperdicio de estos recursos.

**5. LOCALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA DEL PROYECTO.**

**5.1. Localización del negocio:**

**5.1.1. Macro localización.**

Nuestra oficina administrativa cuenta con un espacio designado a almacén y se encuentra ubicada en Perú, en la región de Lima en específico la limitante conocida como Lima Metropolitana, dentro del cual debimos analizar la ubicación más idónea para instalarnos teniendo en consideración la segmentación planteada que incluye a la zona 6 dentro de nuestras opciones, comprendiendo los distritos de: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel, de los cuales elegimos tres opciones para comparar.

Luego de realizar el análisis de factores entre los distritos que representaban una ventaja para nuestra sede, ya sea en costo del local, centralidad y alcance de nuestro público objetivo. San Miguel obtiene 3.33 puntos, Lince 2.97 y Magdalena 3.15.

Con base en estos resultados se optó por elegir a San Miguel como el distrito para instalar el local, además se contempló que para uno de nuestros servicios requerimos asistir presencialmente a DIGEMID, cuyas oficinas principales se encuentran también en este distrito evitando así sobrecostos de movilidad para el área.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RANKING DE FACTORES | | | | | | | | |
| Factor de localización | **Peso** | Puntaje del Factor para cada Localización | | | | | |
| **San Miguel** | | **Lince** | | **Magdalena** | |
| **Calif.** | **Ponderado** | **Calif.** | **Ponderado** | **Calif.** | **Ponderado** |
| Disponibilidad de Energía Eléctrica | 0.09 | 4 | 0.36 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 |
| Vías de acceso | 0.22 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 |
| Crecimiento poblacional | 0.12 | 5 | 0.45 | 3 | 0.27 | 4 | 0.36 |
| Alquiler de local | 0.10 | 5 | 0.45 | 2 | 0.18 | 3 | 0.27 |
| Disponibilidad de agua | 0.07 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 |
| Seguridad | 0.08 | 3 | 0.27 | 4 | 0.36 | 4 | 0.36 |
| Ubicación céntrica en lima metropolitana | 0.17 | 5 | 0.45 | 4 | 0.36 | 4 | 0.36 |
| Desarrollo de la zona | 0.15 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 | 5 | 0.45 |
|  | 1.00 |  | **3.33** |  | 2.97 |  | 3.15 |

**5.1.2. Micro localización.**

Nuestro local administrativo, se encontrará en Av. Parque de las leyendas 222, Distrito de San Miguel, Lima.

Es una ubicación céntrica, a dos cuadras de la Av. La Marina, en una zona comercial transitada y al costado de las oficinas principales de DIGEMID.

El local es amplio de 99mt2, se encuentra en el primer piso con acceso a la calle y 2 estacionamientos privados, el edifico tiene una fachada presentable.

![Edificio en medio de la calle

Descripción generada automáticamente](data:image/jpeg;base64,/9j/4AAQSkZJRgABAQEAYABgAAD/4RD6RXhpZgAATU0AKgAAAAgABAE7AAIAAAAQAAAISodpAAQAAAABAAAIWpydAAEAAAAgAAAQ0uocAAcAAAgMAAAAPgAAAAAc6gAAAAgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAE1hcnRoYSBNZW5kaW9sYQAABZADAAIAAAAUAAAQqJAEAAIAAAAUAAAQvJKRAAIAAAADMjAAAJKSAAIAAAADMjAAAOocAAcAAAgMAAAInAAAAAAc6gAAAAgAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAADIwMjI6MDI6MjcgMjE6NDg6MjkAMjAyMjowMjoyNyAyMTo0ODoyOQAAAE0AYQByAHQAaABhACAATQBlAG4AZABpAG8AbABhAAAA/+ELImh0dHA6Ly9ucy5hZG9iZS5jb20veGFwLzEuMC8APD94cGFja2V0IGJlZ2luPSfvu78nIGlkPSdXNU0wTXBDZWhpSHpyZVN6TlRjemtjOWQnPz4NCjx4OnhtcG1ldGEgeG1sbnM6eD0iYWRvYmU6bnM6bWV0YS8iPjxyZGY6UkRGIHhtbG5zOnJkZj0iaHR0cDovL3d3dy53My5vcmcvMTk5OS8wMi8yMi1yZGYtc3ludGF4LW5zIyI+PHJkZjpEZXNjcmlwdGlvbiByZGY6YWJvdXQ9InV1aWQ6ZmFmNWJkZDUtYmEzZC0xMWRhLWFkMzEtZDMzZDc1MTgyZjFiIiB4bWxuczpkYz0iaHR0cDovL3B1cmwub3JnL2RjL2VsZW1lbnRzLzEuMS8iLz48cmRmOkRlc2NyaXB0aW9uIHJkZjphYm91dD0idXVpZDpmYWY1YmRkNS1iYTNkLTExZGEtYWQzMS1kMzNkNzUxODJmMWIiIHhtbG5zOnhtcD0iaHR0cDovL25zLmFkb2JlLmNvbS94YXAvMS4wLyI+PHhtcDpDcmVhdGVEYXRlPjIwMjItMDItMjdUMjE6NDg6MjkuMTk2PC94bXA6Q3JlYXRlRGF0ZT48L3JkZjpEZXNjcmlwdGlvbj48cmRmOkRlc2NyaXB0aW9uIHJkZjphYm91dD0idXVpZDpmYWY1YmRkNS1iYTNkLTExZGEtYWQzMS1kMzNkNzUxODJmMWIiIHhtbG5zOmRjPSJodHRwOi8vcHVybC5vcmcvZGMvZWxlbWVudHMvMS4xLyI+PGRjOmNyZWF0b3I+PHJkZjpTZXEgeG1sbnM6cmRmPSJodHRwOi8vd3d3LnczLm9yZy8xOTk5LzAyLzIyLXJkZi1zeW50YXgtbnMjIj48cmRmOmxpPk1hcnRoYSBNZW5kaW9sYTwvcmRmOmxpPjwvcmRmOlNlcT4NCgkJCTwvZGM6Y3JlYXRvcj48L3JkZjpEZXNjcmlwdGlvbj48L3JkZjpSREY+PC94OnhtcG1ldGE+DQogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIAogICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgCiAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAKICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgICAgIDw/eHBhY2tldCBlbmQ9J3cnPz7/2wBDAAcFBQYFBAcGBQYIBwcIChELCgkJChUPEAwRGBUaGRgVGBcbHichGx0lHRcYIi4iJSgpKywrGiAvMy8qMicqKyr/2wBDAQcICAoJChQLCxQqHBgcKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKioqKir/wAARCAEgAf4DASIAAhEBAxEB/8QAHwAAAQUBAQEBAQEAAAAAAAAAAAECAwQFBgcICQoL/8QAtRAAAgEDAwIEAwUFBAQAAAF9AQIDAAQRBRIhMUEGE1FhByJxFDKBkaEII0KxwRVS0fAkM2JyggkKFhcYGRolJicoKSo0NTY3ODk6Q0RFRkdISUpTVFVWV1hZWmNkZWZnaGlqc3R1dnd4eXqDhIWGh4iJipKTlJWWl5iZmqKjpKWmp6ipqrKztLW2t7i5usLDxMXGx8jJytLT1NXW19jZ2uHi4+Tl5ufo6erx8vP09fb3+Pn6/8QAHwEAAwEBAQEBAQEBAQAAAAAAAAECAwQFBgcICQoL/8QAtREAAgECBAQDBAcFBAQAAQJ3AAECAxEEBSExBhJBUQdhcRMiMoEIFEKRobHBCSMzUvAVYnLRChYkNOEl8RcYGRomJygpKjU2Nzg5OkNERUZHSElKU1RVVldYWVpjZGVmZ2hpanN0dXZ3eHl6goOEhYaHiImKkpOUlZaXmJmaoqOkpaanqKmqsrO0tba3uLm6wsPExcbHyMnK0tPU1dbX2Nna4uPk5ebn6Onq8vP09fb3+Pn6/9oADAMBAAIRAxEAPwDufAPzaVPIR96XAPrwP8aoQkSa/dP1Jmcj/voj+lbHgxRD4XD4xmV2/AYH9K53Qi095JM3cbvzOa9BfEzm6GtKqvMzFVPPcUnloP4F/wC+RTs5Yn3NGcc11x2PMm/eK7pGbuMbF+4x+6PYVL5ajoi/kKj25vd392LH6/8A1qmqyLjdoBHC/lUFlxaggYLMx/WrJOBk1FbDbbRgf3QaAJcn1qCf52hU8/vc/kM1PUMnE8H+8T/46aBEozRzQKWgCJM+dLz3H8qlqKPmaY/7YH/joqWkAy44tpMf3D/KnLwi/Sors4tZP901KOlAC5qOTBuIx/sk/wAqfUec3gHpGT+tMZNjgUClNJSEQrzfP/1zH8zVjFVVOb+X2Rf5mrINA02KBUEXN1cfVf8A0EVPVeH/AI+Lg/7Y/RRSKJ8Zo6daM0nU0guQW3LXH/XY/wAhVmoLVfmn/wCup/kKsYoAQng1WtT8kn/XV/8A0I1aI4qtaj5JP+urfzpoGScmg04ikOBQLqR6183hFhjsf/QjWdoBzoNr/uY/U1o6zMq+GDGSoO0kZPX5jWboH/IEgHpu/wDQjWVHdnXiPgRbuh/oz/h/OpcYqG8OLSQj+7Ux5JroODUTFVZvlvYfdWH6A/0q1VW44urU/wC2w/8AHDTEncmpRS4pAOaAe5Eg/wBJl/4DUtRDH2qX/dX+tSZpgwPIqtZ/6ph6Ow/WrJNQWq7fOHpK1ALUmpsozE30p/0pCMgj1oErEduQ0KEf3aeahsSTZx59P/rVO1A2yC5/493PtTx0FNuBm3k/3TRG2+FW9QDTGLUNwP3YI7Mv86nxVa/k8qxlk/55rv8Ay5qxJsnz6UUpGDSGgLFa7OFiP/TVR+fFSYqLUSRZs68mMhh+BBqagGGM1t+GuZZlPPSsStTw4+NQkX1WsK6vA3w7tOxs6q0trocsGmx7ZWcrlRzz/U1xOj+H44dak0gSM91cAPdXCduASAe3HH4j1r0u2QFZFYZw2f0qjFpkVvrjTRADzoQjY6nkk8++a8qL0PVZyHiyDN7azxQMbawTMSdjjiNPqTk/lXB3Nj9lmngMjbokBmIPBH3pCPqRt/GvZPElmTp8RChhHN5jD+8cYUf59K8z1O3ZdYW0ccTRKHYdwDub8zXRRVzGpormZpNpHo2ktqEygThGmcnq0jn5V/AYqp4ja4htYrTT0J8tlLD+8xXLn65I/OuivoI5XtYJv9WsguJsc/d6A+w4rnIZ/wDieXd1fMjQSM3kpk4AyBnPvj9K6JwSVjCE22ey6OBbeCYj0PkO/wCeTXN6CdqNs5wAPyFdO4+z+Bs/3bP+a/8A165zQEC2sjerEVzQ1bZ1S0ReX7op3Y1F9kh/uk/Vj/jR9lg5/cq3+8M/zrsWx5r1dwT/AI+ZM9gBUm4eoqpHa2v2if8A0WDhgP8AVj0qYW1uOlvCP+2YqiWOldVhclgMKe/tTIXT7NF8642DHPtT47SCeQRGCLa/ythB0q8vh3TEQIkDhF4C+c+B+tRKVioxuij5qf31/wC+hUMk0f2iIeYueTjcPStceH9MH/Lufxlf/Gsm8t7G01mO2tbdI3MJkY8kkZx3oUruwcg/zowPvr+dHnxk/wCsX86fiMDlB+VJtjP8I/KrMyC3njzKxlXmQ9/TipftEX99fzqOzC/Z92PvOx/8eNTjb/dpAVb26hFsR5g5ZR+ZqQXkA6v+lJdgFEGOsifzqfPPHFMCH7bB/wA9P0NRLeQm/bDk/uh/CfX6VbzUaHddyZ7Iv8zSHoKLqI92/wC+D/hTvtUf/TT/AL9t/hUij5hTm+9zQFilBIHu5mCvghQCUI/nVrPcI35UsK4eTP8AeH8qsgCk2NIrbz/cb8qqxTFZpx5ch+fsPYe9aRWqcQ/eTf8AXQ/yoRQn2g/88ZfyH+NL5rZ/1Mn6f41Nt/zilC9qBaFG1uH/AH+YJP8AXN3Ht71Z89/+eEn5j/GobY4M/wD12apt1AXEM8na3k/76H+NVbW4l2yf6NJ/rW/iHrVsniq1qSUk/wCujfzoQyQ3Ev8Az7P/AN9LTTPL/wA+r/8Afa/41KOaKGF0VdbZj4fgZ4wpy3B5IOTVHQmm/saHbAWALc7wM8mtLxDEx8PRuv8ACc/qareGznQoSPVv51lT6nVW/hoLuS5a0lC2p+6esoqbfMBnyev+2Knu/wDj3k4/hNOQZRfpW9zisVt0/wDzwH/fYqvdC43wssC5En9/HY1q7arXI+aPH96i4kit5l3/AM+y/wDf3/61KJbv/n3Uf9tf/rVdC0u2ncW5lq9ybyTMK/6tf4/c1Jm6P/LBP+/n/wBarAAGo4P8cX8j/wDXq0FpcwGYTdf88I/+/n/1qhga7Ek+Yov9ac/Of7o9q2CvFU14ubkf7YP/AI6P8KpSKViFWuieIov++z/hRvuwf9VH/wB9n/CrUXEn504LRcRmWjXYtwBFFgM4++ezH2qYtdf88Yv++z/hU9r92Qekjfzz/WpsUriaM+Q3TRuvlx/MpH3z/hUdobgWcIKxnCAfePp9K0yKq2wxCB6Ej9apMBmbj+6n/fX/ANao7iCW4tpIiEHmKVPJ7jFXMUjHCn6VVwKMMl3JAjbIssoJ+Y+n0p2LvukX/fR/wq3bAfZ0A7DFSkA0uYNDKuVuWtpFKRYKHufT6UqG6ZFIWLJA/iPp9Kv3CboW/wB01DbLm3jP+yKfMPQg/wBLH8MX/fRrT8P+emqjztgBQ42k1AVq3YHZqdsf72R+lZVNYs0pWUkdpbj5pccfKD/OmSjbfW7A8HIp1sf3x/2o/wCtMvWCS2zZ48zH6V5C0Z67YmtJv0mX1GCPzrzDWEf/AISS2ZMZeBhg98HNeqamN2m3H+4TXmmunbfadcKNzLNs47g114d6mNTVWOTuvEMJExYlZpRsY7CcA8YpLnURDDGlve26oFVVxC3AGff3rJv9sWs3McpKlZnyqr0+Y1FNqtpHMVhtQwA53yAfpW85mcaZ7p4lf7N4JmjHUJFEPxZRWLpI2WGfU5rV8bbv7HiiVwPMuVz8vplv6VlWi3C6Ym14mBA4Kkf1rnp7GlTYufWg/WolaYD540/4C+f6UGRv+eTfmK7Eea9yGA5Mzf3pW/w/pU9VbaQi3H7pxksegPc0/wA8d1cf8Bpks0NOTN4D1wCa2AKzNIdP3rkkYAHINXzcRjq4/OsZ7msVoS1wd1qC3PxOurdTkW1kiH/ezuP8xXb+fERxIv515H4euzefEjVrk8rK8u0nuAwA/lRHc0t7rO+PSk+tHOOhprnap+lbHLbUZajFpH7jP61MOlQ2xxbRj/ZFSj60CI7jkRj/AKaCpTUM55jx/ez+lSg0MBRUcXN1L9FH86fTIP8AXy/8BoGiyv3hTn4Y0iD5hTn+9UMoSIfO/wBanUVBGcSPz/FU6ketJ7jQ49MVQhH7yb/roavbgO9Urc5aU5/5aNQgZMBilo60nbimIpQHmf8A67NSrPG0zRK2ZFAZl9Aa4++0TXJdb1K8g1UwWUjNsiVzkEADpj1rL0+TWodWuma6gkCt+8cMwJwBwOuauxsqaa3PSWlJiEZAwpznHNVbU/LJ/wBdG/nRZ3QurNJlV1DjpIu1h+FJan5ZP+urfzpGLLQoPTikBpTyKGStzK8WyO2jqqlhsjLHb3G6neFH8zw5Af8Aabr9as+KRu8PqEQHC9c45z0qr4RwfD6Y/wCejdfrWMDuq/AjUuh/o8g/2D/KiHJhU+wp1wP3L8fwn+VMgb9wmfQVqcRKDmobkfNHj+8KmDL2qG4P3Mf3hQIlFOIzTc5FOzQBRnO3Vrb/AGopAfzSrgPFVrgA3ts3pvX8wP8ACrAyaAHdjWdnGp3Cescbf+hD+laODWdL8urtkYLW6/ox/wAapATIfmBqTsahVlDL8wHPc1E06jI8xfzp2uIfbnEtwv8A00z+gqfNZyzLHcTh3A3bHGT1BWnm6j7SU7DsXTVSJtqsPRyP1NMN0O25vopqGG4yXAikPz+mO2adhJMueZzTS+eKhMrbv9U/5ik3THpF/wB9NimOzJ7Q7oFz2yP1qzVC1FzscARLhzzkn+lWlSc9ZE/Bf/r1JNh7jKn6VU045s0z1GR+RNWTFJ/z2P8A3yKo2kLeU6GeUYlccEDv/wDXoQ0i+RkdKkjO2S3f+7IP51WW1X+Jnb/eY1KIIRCDsHyuOv1qZbFQ0kjt7aRFkj3MB8p70y/lha3U7gSsgPHNMsYYkeFvLUc4HHtU164S0lOMAYNeU/iPZWxJO6zWksYV23KR8q+1eYa68o06KQQPGY5FIdiMD9a9WhbfCh7MK8z8XweZ4f1CJeoRgMfWtaO5MjgdchNjqLvexv51yfNWVXGCp9MZrBlazY/Laxlv4mYbj/P+tXY9UTVLOxTUgqrZKqkj+OPv+ORRdpbald+fpljMY5F3fZ4wP3fofbP+NbNdxI9t8csv2ewT+9K5/JCP61SixHYQbjgcdaPGbmTUrOESBwsbN0HBJUf41HOJkht1i8tjno+QBgf/AF6mn0JqbFlJYz0YfnSgoSOvWqZW5PBhtiPcn/Cqt5DKlrNIsNuGCEja7Dt7V1nn8vcu2jf6JETnlAfz5qbI/D61Sitp44VX5RtUDiRj2oMV5/A6j/gX/wBamLlLF5JcNbrBa3MlsZH5dOuPSsyXT9dk4j16WIZ4OWJI/OnzrqQuIQJIWOSQGHoPpUgfVR96O3f6MRU8ty4tpaFF9F1yVSJfEUzj0IP+NUtC8IJpOryTtciaNE2CPbjknJOc1vmXUBx5UP4MagtXvi1yTFGczE4B6fKop2HzSasXfs9v1MIH4mkeCFYXIUjAP8RqDzb0Y3Wwwe6kH+tNuZ5xZykI4+U9Y/8A7KgjlZahjjEKZDH5R/EfSpQsY6If++jVRTOEXnoP+eLH+tJLO8MRlnm8tFGSzQMAKLkcsr6EsyAyRYLD5j0b2qRkJHDsP1rBtvEWn6lqkdvYatBNJGrMwSPOB0rVMp73a/8AfsUynFrRk/luP+Wp+hUUkAfzZfn6kfw+1QiXHW8H/fsVzOqeNrDRdWmsrq6ujJw2YYYyBkD1pN2WpUYSZ2yh/wC8P++aRvM5ww6ccV5/L8T9PjhYwteyMo43RxjP86zpfi5iPMVjdsx/vhQP5VHMjT2M+x6Oscks0peQ5D444xx9al+zsOfMb8z/AI1zPhvxImp+H/7Tv7xbRnc+YhZfk9M5FZ2vfEmx0mdYbJpdQbblniICr7ZxTbQvZzvZHam2Y8+YfzP+NMslkSNwrg/vG6jPevKZvi/qHIh08j0LSZ/pWPB8T/EsczN5yMhYt5ZjAxn3xmp54l+wm0e77pscMv5H/GjdP6p+R/xrxB/irrx2lI4kPc8mrafF3UhHiWyV3x94SkD+VPmiL6vI9TInezuFUpzI/GD13GuesZZzrVxGjxsQchiOlUfDfj3TNQ0zOqXn2O73tujZiQcnPFZb+K4o9Ulube2nKsMDdJgn9K1g7k+zcT00yT7fvR/lUFq8wWT5kH7xv4ff61wMnxFZJVjFlJlgTzN/9arvh3xpa3k0kOpGS0+Ysrl8qeenSl1JdN7ndB5iOHX8qMzf31/75qlBcWdwoNveiXPTbKDmrIgX/npL/wB9GkyOVkXih3Hh9VeVIyqZGRWf4QaY6CMyrnzX6L71r67ERoO8Nuj8ojDDP61geGAG0YnzHTErcK2BWNPdnZUXuI6ORZmjYeYDkEY21StbBGs4WO3lBzt9vrUc1zaxQs0t/sGDy02K4iPxxcQReWsJkCcBhMQCK3szkjG5vy6/YReKV0Forg3LuFDbBt5Gc9c4rZn09Y1VlkfKup6D1rgYvE8EniG3v760KyLG0ayRuWf1H8j+ddJF4k0nVLfbBfTJKxUhJWKEnPQZpJMuUVbQ6fypBwZ5PzFPEbf89ZP++qossaLukuJFGOrSYFYWteKLPTNMkuLK7F3MjACBJ/mb16UNGfI2dJPERcW5LvneR94/3TU3kg/eL/8AfRrzbSPiCmsaxBZ3cMlkCSxlebgYHTmuoOvaOLjyTrKb/wDrv/WmkOUGjofsyHnaT9Saoy2luNQjYxLzERyPcVGk0TKDHesw9RPUMgjN1GTdv0Yf62qsTZo0BDCvSGMc/wBwUrNsYhAoHstUiYR0vJP+/tRlof8An7lJ9nzVWFYsCZ/tsh3dUX9M1N57/wB6sv8Adm7yJ5yCnqfX6VMUyeHuT+H+NFgsXvNPrj8KprEkl3Mzjng9cdsUhiPY3WfcgVBHHObtxiQfKOso/wAKBpFv7PFn7v6mn/Y4jCXG0ENjbk5PvUP2ef8A56sP+B//AFqabebB/fN+dK1xmLdeMLLw9qkmnXFvcFmYMpRQRgj3NdPb3i3MCyJxuGdpIyPyryH4hG9tfEYME5wYA5yB6kVy0eq6iqki+kix/cOCfyqL2NvYqSTR9FvN5alpGwPU1laZqkVxdXUJzFKkp+RiOQRweOK8EbVNRmYiW8upRn++TWhoVzeFpFWZokDZZ2cgikpB9Xstz6A3EfSmvdxC2kZ5VXb/AHjivFRq+otcvHb384jXq7zEAUw+bM2ZNTLknktK1N6oUaGtz6es5N9pC68jKsD+VXLuPfBOvXINYfhqdZ/Cti5cEm2jJIP+yK6GRk+bLLyP71eW1aR6K+ELT5rSL021xXiOHdHqMeOpauwspovskYMi8cfermdfaH7ZcqZV+YZ6+1XS+IlnzjLPPAriNsjzCCh6EBsGls/Emp2SyC3lBLN82VHp+npWbrKvD4hvY2Z9iyttweBmqSSjew3tt+tdDab1JR9L+KI2bxHGvlJxEvHHdj7e1cN8VdTutLttLW2ka3cuzbo2PzcdOMV2evXAl8YMo80bEjXHPuf615v8ZpfMvtNhZvuxs43DHUgdvpWW0VYpK71OQtvGWq2kpdbyRy3XzCxH8614viZqHlBLlIXT+NgXDMPTrj9K4gwj+8tNaJgOCuPrTU2VyRfQ9Qg+LKPI3mWRRMfLtkJOatRfFSzY/NE4/wCBD/GvJBE/1/Gl8l6v2kheygesXPxPh86F7a2aUAkODKBgH0681Zj+JdqwIktrlMdNq7/5YrxxoX44x+FSLBIOjKB9aSqSuHsYHry/EqIN+8trhF7EwNz+tcPrXiWa91m5u4Z7yBJW3BUl2Dpjoc+lcz5c4+6W/BqQG6XPMn4E0pVGwjSijci8Tapbn/R9XvkGeR5oNX28fa+1uYv7SZlIxllXP51y3nXA6tJ+JNBmm28k1PMyuSJ1g+IviArj+0iD/e8tTn9ayr7XtR1WRmvdVuJA5yUyNv5ZxWN5znqf0oMrbeg/IUOTBQS6HVeDvEdv4av57ieH7V5ke1VDCPB+tdLcfFXfEzQ6dbRHBADzMWz2NeXee4OML/3yKUSE9QPyqlNidOLdz0MfE++8vBgtA2Oux+v/AH1WXqOkeIPEOotqJ0u4/fgEFLNtpGOCCc1yURDSAbR1r6b0uGSPRbJftMgxAgxwcfKPUUNuW4mlHY8L/wCEQ10cfYZQe+6DH9KenhHXmbH2Vse8YFe7Oj5/4+GJ/wB1f8KTZIOkxH0Rf8KaRPOeJnwp4ijtZIwNkbMMphQGP0qt/wAIf4k5zZ4/BK9xnR3RAZs/Ov8AAKsbJD/y3H/fAqmJTPBT4O8Qbcm1yfQbaF8H65xvspOewUf0r3zZL/z2X/v0P8aPLl/57J/36/8Ar0h854KfBusFwotJdxGQNtJ/whWu8406c/RK90MEv9oxnzI+I2/5Ze496mKTjq8J+sX/ANencXOeEWvgvxAtwpOnzqNwz8lb58L6wOtpNj12n/CvV9s+Pvwf9+z/AI00Lcg8fZ/++CKcZNEtpnkD+GdWa7UiAkKMHJA60tv4W1RGffFgE5wXWvVYluvtE3FuenY+lTFLn+7bfkaftJBoeVr4d1BDuTZGex85Rj9albR9ZP8Ay9n/AMDB/jXpvl3P9y3/ACNIVuf+edv+v+FHtZC5UQ+XJF8O7aOdt0ixEMd27PPrXkl555mZY5Jgg6qrHB/CvZ9Z3L4YIcKDsPTp1rxbUHUXTbiBSo7s0mrpEPkNtwUl49iaWK1lMQJWX8jVdphzg8fWmW9xlRliB9a6OaxjyroXUtm+1wYEmRIP4j0ps8DeSxAkyORyeOarzT/6Kxy33lGQ3PWpJLv9yQd3Tnmi92LlLBjmkX5/OYehdjTVsB/zybPrzTlm+UfPxj1pfOx/H+tUkRbUrz2YUqfKJO4dqebMgf6kn6rUdzcNtGHAG4dGPrUoumxxJ/48aZQ+2F3bXCzWhkRl6YBx+VasPjeZrhEl0oySKDlkZxn/AArIFy39/H/AjVW6c+dFIshDMSDhj0pSfYSSe52C+NT/AB6RMPTbM3+FXIPGVmyEyWV1G3ZdxbNcD57bQDIT+JpwmYdJCMf7RqOZj9lE9AXxVphuAzrdJhDkEN1z0qx/wlWm79oS6b3CMa8xklO9fmz16nrTlm9Wx+NPmF7OJ6NN4ttFz5VleSY6Egrmqsfi63EzvJYXKkqMDcT61w/nL/eqGSZTOmD2NHMP2UTvn8aoT8umyH/emxUT+NGx8mmjd2zcVxnmLjqKaZUB6j8BRzMPZxJvEdzc67qCSyLHb7Y9m1JN2RnPes2DR0RwZpA65+6HAzUzSr5wx6elKWBORj8RUs1VkWY4VgR1t4YF39yckfjUBhAuMsY1OOcHk0iuc8/yprECVe3HpQLfclNnGW3LKq59Oc/Wj7DhwRIpHpg01SvXuKk80nqxx9KXQLWPefAoD+DbH5ScQhc7QOn1rrwyeWjHYMoM5ZfSuJ+GSR3Pg+3JVSVZ15XPeu5ht0FvHgL0/uivPn8RqtilpUqlJVJjO1yAAw/oKyvEAH27IH3ox/npW9YwKLi5UjGH7cVneI7eMXEDheChHNOHxDex81+M7W0TxFdId6uW3E8CubEdmnDB2+sgH9K7X4j2u3xRKqAqGUEYrgbiBkYbuTWslrcSaPpyeTz/ABVeuccTlB/wFQv9K8j+M1wZPFltFn/VWo/VjXrNiBLrE8pOd0sjfmxrxX4rzmX4g3a8FYkSMD6Ln+tS9Eio7nGk8UxjxTjtHJAA9qYzpn5c4qLmthRShsU0SJ3J/Kl8yI8ZP5UcwWLtnpmo6iu6ytpp1BwWRCQDV9fDfiHtp1z/AN+69Y+Ftmy+CYZIpETzZnYhk98diPSux+z3H/PWE/8AAGH/ALNXVGndXOKeI5ZWPndvDHiAKSdNn+pSsZppY2ZWJUg4Ix0NfTd7BLHYzyN5LbI2boew+tfNLgTSvIRy7FqyqR5Xoa0qqmmyHz5P75pRM+37x/Op/IX0pjxLwACeaizNroRbl1x3+tOF22fuClEAHUGni2z2NOzC6IWuMnmNTSeev/PPFK8W2YqRipFhWp1uMbFOolX930Ir3621kfYoFSO6OI1GQ4Hb/erwiO3BkX6ivZ7bi1i9kH8q3px11MajJ9V8UrpNi93PDdNGmM4dSev1rnh8WtNL4+z3g+pWl8XjzPDdwD32/wA68pitElvtjDIC55pVG4uyFFJo9Xf4o2b7dkNx8rBuWXnFSj4rWrHiGQfVlry5rKFSVWJdw9RVV1MbbWtoz7hazdRp2NVSvsetj4rW3P7huvdhSn4rwjpabvrKB/SvI4ZFG7Nsh57jpUnmD/n1T8qXtR+xZ6k3xaRbgSHT8gKV4uB6/wC7T1+L8L9dNb/wIH/xNeVcy/KlopPsKetrPHCpNkCMdduaOcn2a6nqg+Ldv3sHH0nB/pS/8LYtcf8AHnIB7SL/AIV5MSR/y6KP+AmtN9OQ2YcwBSwB4FXGTlsKUEj0SP4p2qSuwtJDvx/y0XinN8WLcf8ALnL/AN9rXASaYqpxaj8hSpo8e8CSA49sVdpEcqPU9O8az6tZm4tLP5MkYaUDp+FWx4gv+9og/wC2v/1q5rwvapZ6QY412jeT1razzWqjoQzrNTma48HRyuNrNHkgHpXiWpO4vGxGWr2q9BPgmLH/ADy/rXjt3GjXLbqzo6Nlz2MsyyHrGaaj7V2nH6/4VeeKLBOO3rTIIEckhmFaGVyrI7fZwuMqHBPB/wAKJFlKngYP1/wq/PAn2VzvfOV7+9EibY8h26d6NguUI7mSMD5envU4vnK8R4P+9VXzYxkeWpOepFKs0ePmjX8KfOwcbks11K0eDHwCDw3vUouHx/qmH4iqss8LIVEQB9akS6VVwEB+tUpBykxuXxzG35iq9xO7vDtjZVUnJJ+9TjfAdYlP0pfOjlRWC4YMOKHK+gkrCPKvQxEH2qI5P/LJ8e9WmaMt91auKEaOMkL92q5SXKxiSuAUKo2c4p4l/wCmZrQvIkCxlQoHmDpSrAh9Kzs0WnoZ4lx1jP5U6GGW8uUS3hZm5ONtaBgX2rb8IbY/E9svGHDLj/gNNCcrIxW0bUlUE27HPoM/1po0bUWPFvJn/dx/WvbRBGQPlX8qXyU7Kv5VfKc/t+54Peafd2ZElxBKqZxnbn+tVfO9Ufn/AGa9g8c2ay+GZCigGN1c4474/rXmIgXPOaiSszeE1JXM4S8/df8A75qKaUFlwj5zjpWt5KL0XP4VVnKpJCNpyZAOlTdl3RUWVgMHcPwqVHc4++B/u1prCjsMr+lWkjVWUBSefSqirkudj074QyNL4dlRZXUJOwCkdM4r0mGF/sq5lYkEr+przb4Uyhf7QhVSMSK2D7ivT4D+6kB/hkJ/MCuCrpOxvDWJVghcajMDK+CAetUvEdtmCBzJJ8rEcH2rQzs1Ln+ICo/EI/4lgIGdsgNKO5TR89fE9FtPEEMpBkDxYO45rz6aVJSCp2+xFep/Fe2El1p8mOrFfwxXmcenmeRjyqjpzXRK5nofQ2hAuwc913fmc/1rxPx1aS33jjVZVZcfaCBk+mBXuWhIEg6/dUD8hXgWu6xHJ4l1FyGO65k5H+8ahpbFR3MeXSpxGTuT86rLpk7ZB2j3JrTm1SERA7WOTVN9VUfcjJHuaUlFGqlIjGkyf89U/KlGkP8A89V/KnjV02/6ps/WmnVhn5Yj+dR7vQd5HvngHT5bXwbYL5q7dhONvqa6YwPjjyz+FU/DcXkeGdOQ8H7MhI9yM1qCvQWx4tRtyZh6+k0Ph++djGFED5wMH7teE2+kwbFyz9Oma908bzeR4L1SQnpAQPx4rwCLxAiKN6c+xrGo0nqddC7g7GzHp9qq/wCr3H3qOe3ijuINkajk9qpL4lt8fMrUxtdtJZkY7gFz2qOaBtyTNdYUP8K/lUqwoP4R+VY//CRWi/dDn8KcniSz/j3j6LRzxFyTuWHsba5vpPOJUjAGDVkaDb44lI+veucu9aU3bPAhZG6EnFEfiS6iIMa49i2an2kUzX2crHSjw625WRiVB6gZFehqu2FADnCgV5LaeLHMwEtuMsQMofevV0uB5KHY/wB0fwGtoSUnoZyjJbmV4pGdBnB9V/nXm1un/EyOP7v9a9H8UTq2gzfJIORyUI7151ac6k5yDhBU1NWVHbQ14tOhZdz5Yn1pJtJQgGJsH0NEerIo2mNsjjrTjrCY/wBUx/GsJctzaKnuUbHTAyyGR8N5h4Aq/wD2XCqjJdvpVK11YhJMQg/vD1NWP7YkPSJR+NJcpXvkh0+FVZhu4HeprbcLWLn+AdqoS6rN5T/KmMHtTbXVZFtowUU/KKpSiS4zZrSLhfmK8+opl0x/s9sYI46fWqZ1duP3I/Or07mTSg5GNwB/WtYNPYiSa3JJJ8KNzKOe9S+YHPyOhz6Go7hiqAjtjmpWcFgGANWQdFoeTYnIx8xrS71k6NKkdkRtbG8/dUmtEXS5+5J/3wa0WxDOxvf+RIi/65/1rx27/wCPthjNexXf7zwNEVBA8vuMV43cn/S3+tYU92VU2GOPlPAqOBcZ7VKWwKhiZyxww/EVuYE10qCyfJOcrj86S5jH2fk9qSVWeCTdtIUA8fWmXJlFq2Bk+lDBXuY7KcnKjr60mCf+Wf608n5mz1zSbjWVjZDWX5T8nNRg46ofxFSMeOaVTwKWpQwMh6jbU8PkbSNynkU0U8IrQvkDoDVR3IZoS28bKMLj6VcjgBgi47EVjkDPBP51o2shFumCep710XMJIdewqlspIzh1/nUEM0MkrJGclT0qa+l22pYs2FIJ496zpGjS4MkJbDHOcYrOcrDWxrKqmrekyC212xlA6TAZHvWE10Uc+W+QD19qt211i5tXdsHzkI/Mf40lPUlrQ9l+0nbxG5+mKUXEh6QkfVxUGcrQDiurlOF7lXXxLPoV2rIuDGc4bNeYAjPSvV5VEtvNH13RkV5KFkVyrEZBIPFZTWp00npYl+gqjfxlvJYHASQEiroVz/H+lV9QDfZHII456VFjZMuQKC3Tmp2XCnHHIqG3VvKVi5yRninOhKH94w/KtIozkzu/hfPIniPUoGbK+TG6fmRXrUfytIP72D/n8q8a+HjyxeLnWSVXSW244weDmvZIT+8JP90fzrzsQrTOyi7wIbhtt9Ex7jH61JrK7tHm46ANVfUZBHJbu3Tdj+v9Kuagu7TLhev7s4/KseqNmeLfEmDzLaykbgJMMmvOVAXfGuDhjXp3xEH/ABTPnYz5UgavIbi5dNQmaHkNg1230OeS1PoKwbydPuZOm1WP5A180XMqNdyvJHJuZic5HPNfR8sv2fwvfSn5QsMh/Q14N/acSJhxGwxjnmspWuax7oxwsEyKCrDnuaGigWZgUJRVz171JPJaStkIR9Kov5G7AMmKnmijZJllYbI/MWx7ZqU2ULOhji+XrkNVGMwowJWRgO3GKu/2mv8AzzI+lHPFiakeiRfFDV4YI4o7W3CxoFGQegGPWnf8LV1o/wDLC1H4H/GvOTqYP/LMn8aT+1Mf8sv/AB6q9qZexT3R22uePtV1zSZtOuI4FinwGKDnr25rhp9NeEZMOR25I/pUsWr+VcRy+SG2MGwW9Kv6h4rOowCJ7RUAbOQ2f6UpOMtWxxThokYSrHxuiYfiakhthM52JwOuTU51MdoaWLUU53IV+gzWfumvvDDZ4ODbk+++ke024xaFv+B4q2l7CxxvwfcVY+2Rwx/M0J/HJqkosV5GQ1uynJtSwPQBun600DLBVsjuJ45NXv7TUyEeX8ufvVcguI2ZWiZN+eATzS5VcfM7EB0trc27SWv71mBIyflGa9qRB5EYH90V5WHmluIzIVPzj+derp/q1x6V0wjFbHPKTe5heKkxoM31H8682tlzfS7eDtFek+LGP9gzAf3h/MV5jCJjfP5T7Txn5QaU9wg7Fs2k6fMYzg+lNMbryUI+orQWO9K/6/H/AAAUMLxVJe5GB/sCudwW51Kq0jMsrOd4S6xkgsen1qwLK5LcRH8aLK5kZCI7sINx4KD1qZruVDzeg/SMGlyxH7WRFLp1x5LkqMbT3qnCpWCP/dHatRnuHhLLdqwxyAgpLdLp4k2yqBtGP3Yp8i6C9pIoAEngEmtw86KvGDgcH61B9nu+0y5/65iorpL1bchpwVyB9ytILlIqT5tDTuRvjYe1OP3uPSmwWd3IuZ5V2lcgbOcevWrB02YMo3r8xC52nPP41rzGNzovDcfnae4HBV+/0rTaFl6gVj+Hg8NrKpIwJCFYDGe2a3klDLhutWtiDorz5fBMYHH7vn9a8avPONwxgtzL64OOa9ovlz4Pjx/zzP8AOvHZ5ZILpzGFweTu7YNZU3qx1Nii3284C6ZIc+p4qo4vLZ3FxbyBkbDFFyB7Zrc+23aonyx4Klep9aRb+5a1uWxHmaXn68CruYJmKbhnsHYSMAWCMCMf56UrTyFMK0j+yoTmtDUbyVpYd0MePtCg4PoK0o9UmEcIEMaiQMg5Pv7UrsbbMSPRZLiCKW3KOzrl1lJXB9sVEdMvF62aHjJPndB+VXoJJlEcYIGHY5zx16dKVpZ8EFV7jr2oBSkULrS5obXzZY4UBwOJScZ/Cs9G/dr5ttMu0csAcH36V0M9xcNCBKiFSu3JboaZYyXC2oTCumwYBbnGKLsvmdjF8+2AHyuAfVhTlntvLcJnO3uwrdaWYKh8iKQqOMkcj8ajEjBZGFhGwZSGB25X6U1Jk89zMRoWUEBm46gircLp5QwGwGxT1tbWS1iAsVjJUYkikwRTY7QKmzzJsBvRTjitOcl6jb6RTYyYVs7SRVYmIRISJWOORt7Grghtlhm8+OaRlUj5pAADj0FNk8SRrGsbwZwu3O7tWUncFqtDKaVQHCRycYxx70jXgVVbawaMhhux2p1xqKXDh9mFxggGqV9cxTQf6tgexU5yaycrGkYt7neL8T3+zgDTssqjLb+PrUVr8Ubm6laKKwRsd93WvNRcTGIgORjjA6Yp2neZ5j7W2kjjNL6xUTsDowfQ9QHxKnCy7bWISRDlWY1z76xbTSNMWwXO4gDpWDcrOLksYgpYfNzwankvo5hGFsiSOSV6sa19s3qyfZRWxsDV7PH32P8AwGo572O7tZhbJI5CEk4AArMtLy1t3LTWkkp6YYcA+vvVz+04mI22rKqj7oTqe1X7W4uXUuwrqECxiZZJVZQQYlyBxUxab7pS43H/AKZU+y1JGtofkfhADtU1aXUowOUl/wC+TxVKehi0zofA87L4v0/dHIA0bJuZMA/LXt0Jww91Irwzw3q8R8RaZGqyLtk25K4yCCK9ztxuEWevI/SuSu7yudOHvy6lXVk3W8ZAziQf4VovmSyfd/EhqvdKDbEt2IP61agO+Bc9CtYo6meR+PIy/g67GPupn8q8IaQz3BZd4JUfKBX0N4vgMmg6jF/suMfnXg1tamVsoJPlXBwtdXQwme5CK41rwvfWduE3yI0JcNkKcc5rzdPg9qToGN5HyP7hr2qytUhtSIgFByxAGMmr62wEajA4FRLU0i7HhQ+DOoH/AJfkH/bOg/BW+/5/1J/65/8A1696WEAdP0pRGDxt/Sosiudngg+C17n/AI/1/wC/f/16kHwTu8f8hBf+/X/16948gZ6Uvkj0osg52eDf8KSu8Y/tFf8Av1/9ehfgldj71+p+kZH9a95EK9xS+Sv92lZBzs8Hk+CtwyYS8UHPUoT/AFpo+CV331Ff+/X/ANevefJX0pRAvpRZBzs8IHwQue+pAf8AbL/69O/4UhP/ANBL8ov/AK9e7CFc9KXyVPajQOdnhQ+CM2P+Qkf+/X/16P8AhSMv/QSP/fn/AOvXunkr6UvkD0FFkHOzwr/hSEn/AEEm/wC/Q/xpV+CTqQf7TkB9RGK9z8kZ5FIYV9KBczPG4vhRcWy7m1NpAhzhoh2rZMsaDYZV+Xj7wr0a4hX7NJkfwn+VebvbwF2JhjP/AAAV0UrmcjE8UuraFJtZT8w6H3rzu2G2e4YdgK9A8WRRpocm2NB8w6KB3rzuyUvPcKhxuYd6cxxJBK7clj+dKWJHJJq1Hpcvfaf+BdKRtOnXIwCPY1ytM7FKNjOtP+Pf/gR/nU4q1o2iXl+iRQKu9ixAZsVtjwHrJP3Iv+/lNRdh88DmZeIHxx8pqsl8Ioo0HJ2jJzW3rHh+90tWiuUUMUJG1s8VnaT4Q1LVs/Z/KUgA/vJAOKTUr6BzQJY7h2UFHb86fummkQF2I3rnntmuitfAk8NmqyyRGUnk+eu0j86pX1gNIaSKXhgylvmzjn1q4xfUylONtEdCPKGA3Vm2/gO1QrMzEu67TksF/QVSfVLfaTGGkIBAPTn1qrcazO6qsCLEABlj8xaui5x8rbudPpI8u22E9DnB9+a0VcAjn9a57w25u47h7k+a24YJ7cVvCCAc+Sn5Vd9B7HbTEN4Nhyf+WZ/nXmdl4buPEEtyLR0jERwdw616BeTfZ/B8CqAA0ZwS2AKyfhf+9l1TfyQVPH1NYJ2uaNJ7mP8A8IBqSsN0sZAB4wec1APh5qoBAmixv39DXsXkKf4aPs4HYVHOyeSJ4vdfDzV5tu2WIbZRJyD+VTf8IJqqmEkwsIh0yRk4r2D7MPSka3HpRzsfJE8YHgLVkZTviJDk9+BSt4E1kj5fJ79z3r2P7MpNL9mX0o52LkieMS/D7WpZo33RYQH5dx5J79Kkh+H2tRBPmh+Vdv3v/rV7KLdQOg/KnrAvoPyo52HJE8Y/4QLXF4Ah4bI+fp7dKVfBGuB3PlQkOvzfP3/KvaGt144pPs6+lHOxezR4fD4D1+K1SNoomK8Z8yh/BevRxuzQRKoO4kygAAdea9rmWK3heacpHFGpZ2bgKB3ryLxf4wk1u4a1sC0WnocAdDMfU+3oP8jkxWOjho3e/RHt5PkVbNq3JT0it5dv835HHXNoZpJo52UqzDmNic4GOtRRaVZxKAIQ2P75J/nXdeGvh/f63Gl1eMbOzblWIy8g/wBkdh7n9a76x8B6BYKMWK3DD+O4O/P4Hj9K8hRx2M95y5V939fM+4niOHcj/cwp+0mt3ZSd/NvRfI8OS3hj+5DGv0UCpkhYjMcZI9VWvoKHTLO3x9ntIYgOgSMLj8qla3UngU/7Jk/iqfh/wTH/AF4pw0pYa3/b1vyifPLW7kZeFsDuV6VF5Uec+Wuf92vo37MoHSmvZwyjEkauOnzLmn/ZDW1T8P8Agh/rzGXx4b/yb/7U+cZLW3l/1kMbfVRTRY26kFYgpXpjtX0NJ4f0qb/W6dav/vQKf6VnXfgPw/eLg2Cwt2aElCPy4/Sl/Z+Kh8FT8WhrijJ6+mIwv4Rf+R4G+lRmQujsCTk55ps9tclh5ccb8Y4fH869juvhPZSAmx1GeE9hKgkH6YrmtR+G2vWW5reOO9jHeF8Nj/dOP0zR7TMaGrXMvv8Ay1KWG4UzDSEvZyfm4/8ApXunH6ZomqSWuIbCWbBzuiZWC+3BrQXQNZ3Z/syf3BWopYb3TLrbNHPaTr0DAowrUs/GWuWeAt4ZlH8Myh8/ief1rannKWlSNjixPAlRrmwlZSXnp+Kvf8BdK0LWItYspf7PmXy51bJHbPP9a96glCyQKTyXwK8k0/4nzRMP7Q02KQf3oGKEfgc5/MV2ml+NNL1dh9hm2TKARHK4R855XHf6gmu2OOoV9IvU+bxnD+Y5euarTfL3Wq/Db52Ot1CItYzKpx8tPsFZLKIOckDk1JcruhkXplSP0qLTWLWSF+4yK26HjnE+IoUmk1C3Vhv+YbfqP/r15Db6FqESlfs5BBPt3r2bUbK1fxbf/aVyCyN17FBW1bDw7bx7V0+J/d1ya6eaSWhySkpS5WZ4Gy2OfTFXUdcD5l6etc34zYxeGXVWKszgAg46c/0r5pn1rUzqEwGoXW3ecDzW45pSN0rn1/5i45K/nShk67h+dfJKarqRUf6dc/8Af01Kmp6hzv1G5QdcmVqgrlPqqxs47GORUnll8yRpMzSbiM9h7VOXT+8Pzr5POqahn5NQuGAOMiQ1e0nUb97phNe3BXb/ABSGqSuxPQ+owynuPzpSy4+8PzFfOX2qbOBdTf8Afw037TOet3L/AN/DWvsWZ8x9Hhl9R+Ypd6f3l/OvnBbqcf8AL3L/AN/DRJqV0QsbXkpVR8o8w0exY+ZH0cXT+8PzpPMT++v5183fbbgf8vUv/fw0hvZ/+fmT/vs0exYcyPpMSJj76/nSF0H8a/nXzZ9tn/5+ZP8Avs0Pf3MxG+6kJHA+ej2Icx9JeYn99f8Avql3oR99fzr5p+1z/wDPzJ/33TTeXH/PzJ/32aPYsLn0heSILOb51+4e/tXmCzfMc1wllczPfQqZ5Dlx/Geea7ME81pCDiJ6mb4wb/iQSEf3hXnWnSrHNK75wG7V3vi6QjQJBj+IV5zaypmVXJXLdQpNRPRlw13Okj1S3Pdh+FTDULY5/eDp3Fc95yKPkLP9IzSC4R8j5gcfxIR/SsXJm3LE7HwdfWkV7A8twijDcscV3/8Ab2mD/l+g/wC/g/xrxyy0y6ayjKxqcjP3xRLp1+v/AC7bh/vrTU9CXCJ1HjzVYJb6JraVZI5ItoKjcCfTIp/gLU7EXcqX9zHbR+SNjSDGSPTIrBtft0NtADpzuYWZ2zICpyMcemKr6gLu8tYIhYY8rOfmBzScg5U9D1iK702YBZLu1BeTlhNEdi/lXn/jO9tX1i7gt51kGQFZe/T0rmFsrxfu2LL2zkUktrdqm6S2dQpyTTUw9mkam7aMAUdetUjq0HBwelNOrwD+E1pzIho7PwocJcr7g/zrozz0rkvBl7HdSXPlgjAUnNdVu4raNuUze51t6sb+DIjIoYiM4yM1h/Cdw2o6wgGAFjOPxNbV0ceEIs8/uq8jt9Uv9P1S5On3s1tv4bynK5rnjrdGj2PpFR70uPzr59TxZ4gHA1q9/wC/pqUeM/EQiEf9rXXBzu380/ZSI5ke+H60hrwMeMfEQ/5jN1/30KX/AITTxH/0Gbn8x/hU+zYcyPeQgpduK+e9Q+IXii0t18rVpss2MsFOP0qknxP8XH/mLOfrGn+FS00UfSQAxVXT1v8Azrr+0DCU80/ZxHnIT/a96+fl+Kfi4L/yEgfrCv8AhUqfFXxYel+hx6wrSHY+ituaTHFfPi/FjxaP+XyE/wDbBavaF8U/Etz4gsob66gNtJKFlAgA+XvSasCi27I3fidr082r/wBjwysttbqplVT99yM8+wGKt+BfAfmCPVdchyh+aC2cfe/2mHp6CqfgeyXxP40vNW1CMSJCxm2MMjex+UfgAfyFei+J9Qn0nwxqGoWYTzraEyLvGRx/9avFwtBYmo8TU1V9EfoOb5lLKcJDKcL7slFc8l3au0vXv20NQLj6U0gV4uvxc17+JbP/AL9H/Gnj4u63niGzY/8AXM/417nKfnp6232v+0o1VIjZ+WdzE/OH7celWcAV48fi3rQ+9bWmPXY3+NOHxe1Qdbaz/I/40coHsBFArx5vjFqaqT9ltD+B/wAavQ/FS/mhSRbW3AZQcHPX86OVsVz1TikrzIfFC+x/x52/5mk/4Wjen/lzt/zNP2bFzI9OzS5rzD/haN6OtlB/30aX/haV0F/48od2f7xxRyMOZHpM9tb3UXl3UMc6H+GRAw/I1g3vgHw7fEk6esDH+KBimPwHH6Vyo+Kd0T/x4w/99mlHxVuR/wAuEP8A32aznh41PjimdeHx2IwzvQqOPo2ifUvhLGVZtI1FlbtHcrkH/gQ6flXCav4c1XQZdupWkkS5+WUDKN9GHH9a7Q/Fe4H/ADD4s/75pf8AhaVxcqYX06Eo42sCxIwa82tlNKesPdZ9VgOMsfhnavapHz0f3r9UzF8M/ETVtDlSG7me+sfutFK2WQf7LHkfTp/OvZPDd2t3pu5TlVb5T6jtXlXjvw7Y2+mxatY262jOVDxRj5GyOoHY/Tiui8I67eWnh208qKOVWjAG7III+Xr+FZ4KNWnUlQqO9ldG3ELwWMwlLMsLHl5m4y6a2v6fPqWvG19Zad4hRrq/Fo00SnHlFs447VjL4i0nGf7bB/7dmrD+INtf+JdStrhL22sxErJh3I3Hd71yg8J6nj/kOWf/AH+ruc5p2R8xRw+FnDmnLU9U+IcvlaJEvQlmP5LXzTEYzcyFlLbmPf3r3/4qatbQQxW0k6CTy3IUnnOP8K+do5yso+XPPNdknojz4mtDJF8y5J2nnirKSRizkuU+YBTjI71iedKrsUiByc8jNWRfldMa3MDA7TlscUr6FMibWbhmJ2RE/wC6f8au6Q0+rPJuSL92O2R/WueYkNW34dvWs45tlrLPuI5jHSs6cve1CS906dIJFiVASSFwQegoWOUDkAmqP9tv/wBAy6/75pf7af8A6Bl1/wB81280Dn5WaC+ao+6v5VSubKSe9WchBt29jkYpn9tsP+Ybdf8AfNRNrL5/5B11/wB8UnKA1F9i8Uc9OD6k0COQDnFUBrTf9A+6/wC+KP7bfvYXX/fFHNBD5X2ND96Puqv4iqkNjIly0oAXdnJHWoDrZz/x43Q/4BTP7dA/5c7n/vkUuaD3YKLXQ0mR8DA+v+c00JIOwI9//wBdZ/8AwkCD/l0uf++RSf8ACQIf+Xa4/wC+RVc8B8r7HQaPE82r2sbDaGkA3KBkfzr00+H7cD/j9vPzj/8AiK8o8Maylz4lsYhbzqWlAyV4/nXtOM9aOZPZktW3OH8daVHa+GpJI7q4c71GJAmP0UV5zoWfNfPPzGvT/iQ+3wx7GYCvJrO/+w27Tqm8lyAKiWjLjsdarfKMcVBqP/IPmI+9twD39KzoNeDrHmIfMM8HpVifUIZrZ1kDoMgZAz3FRdMvlZi2QEfmKeSH5zUWsMPse3GDuq7Z4MlwcZ/eHFZXiHi4jxwNtRLSILcxzNIuQHYA9RnrTC7f3sUh5NBGa5Ls1HB2z94/nXQaYlwFhMjNsxIDz/sZFc8ByK663ASyiO9W5OQM8fuq0gSx0elTXEPmRLuQcn2pF0uQEiQAenNa2nSg2AUSKgxzubGafIwmXak0TKnOA1ejGkrXON1bSsafgHS5XuLoRyRwnaMl0LZ59iK7YaLe9ru2/wDAdv8A4uub8ASZvLof7A/ma7zOKVrKw+bm1J9SjaHwjFG7hmEZGVXaPyya8PlLHUbgL617nrWf+Eai/wCuZrwq7uYbTUpmnYKG6ZrGmzaWxMhZRz1qteecVXyzKCCc7DjNA1myz/rx+RpDrFjn/j5T9a2bi+pjZ9iZXl8tSeG28jB600SS45Jz7A0warZnpcLQNVsc5NzH+dF13HaXYgv5kSFTcl9u7HAzWT/a9mGIVXIHTir2tX1tcWQWGVXbeOAa5M8MRXJVk1LQ3gtNTffVLSRdrCQe4ArUtLaFoori3Z3EikkN25rjea7LQiDoaED5hux/SinJydmE1ZaFvyeOFq3Y2io8dwJVDKThD16VkJeXJsshZfOwcYAwa1NOLSxJJIPn25PHepxVRU6E5vsd+T4WWKzCjRT3a+5av8Ee/wDwu0JLTwbHdOP3t87Sn2UHao/TP41t+LdMSfwbrEXIL2coBz/smrHg6BoPBekIy7T9kjJHplQf61d1uLzNBvk/vW7j9DXPho8lKMV2RWa1pV8dWqSe8n+en4Hyc1uEkKDBK8cUxlZVbbwcEA+laMdo0sjLEOR1qK4tZICBKMbq9NR0uePfUwtQnjtLlYZ7sZUKxUA4PFRf2lZ44mH5Gs3xIpXVOOMoKykYmuWUmmbqKsdXAYryORobiP5OqnOaE1DUIGeO3WJkiHGQef1rG0fiSUew/nXZacudPUqqZyc5HWtqd5EyshPtdwUJVc8cfL/9emfbJ2HBA/4D/wDXq6POCEGJfwqjJ5/mkLHHjsa323Of0HC6lK9cH6VWvdRntoQ0exyWwQ1PY3HaFSe3NSxoJIszwqG6kHkZqRkFrqc8sO98K2cfKDiplvZXYjof51DiQOcWybSe3epMSbeIQDmhXGWftD8VasJT9oUEjB9RWe5kCDEIP9Kks3kFwpaLaAeopge1+O7dW+GNtcLycwk/yp/hiwltvDVpDdRmOVVIZWHI+Y1Q8YanGvwj0W3LAz3mzC9yqZJP57fzrr9nlu6443EV5FJJ4ycuyS++59DjKlSGR0KTWkpzl/4Ckv1f3HjnxkaXThp08KghnZTn8K84TXJdvMS1638crbf4RtpgP9Xdrz7FT/hXitognJXzFXAzya6bpNniU03FHefFO5tL/UHltb9p/wB4ZDGqAhWIAPzewHSuD07S7vUJNtnbSTEddi5xW9eps0yNr3MZjb94oGDgjjj3rtPhlqmq/wDCRafZWcUFvp8qNI0fljdsUE7iep6dc1oom07LY4OHw1q0tx5MWn3EkvdUTd/KrF34K8RfYnEejXzHjjyGr2HU/HZS1/tawsrGKcuyozx7m2jjJOR1JrmZ/i14sfPkvp6DsfswquVtbGPNqeYv4P8AENtLLCmlXhK8PiEnj8q3dB8Nz2mlZvY3tpJGJKzLtI/OtiX4reMopGxe2WT1Is05/Smz/FzxLLb+XdJYTrjBDWy8/hSguV6oqT5kQf2Ou0nzEx+FM/syLtMv5UzSvFEes3UyX9rFC6qDGsAwp9avNNB2h/8AHq7UoyVzmk5R0ZT/ALPiH/LQH6AVEbJM4Lcf7oq8XiI4jK/Q0sSwu2GdgfpRyInnZSXTNwyuT/wEU1tNCn5gQfcCtdLeVpCLaOZgOhKEZrU0vQ4bze+pX6WeDhcjcT+HtScYrcrmkcn/AGfu4XcfotRnTX7K/wD3zXT3WnTW87pb3MM0SniRXAB/CqzQXapkMrk9hIpxQoxDmkc61jjqWH4U37Hj+JvyrUljmViZFI96jGaOWIc8ibw1a7fEVm28nEmcfga9VQ7iAO9edeHw39t2xVdxBJwPoa9FtXZpkym3cwHJFKVktBq7OM+KGi6lHYRXUyOtiBlSD1PfI/rXj01zDJFDbWUTuzEF8nJLegr6I/aB1iC38NrpPniNtqiKIHliDyfpivmyzmFnL57Z81RuiIPRgeprz3N31OuNuWxZL3dlKouoHjRW24ZcYI7VsRN9otRyOZUH4bqxLrULvWJ2Fw4dmcyE7QOT1rasrTytKWZmIzMigY4zmriDdh9iced/11NZXiIn7Qg/2a0tMXMUm/qZSf1rN8Rf8fKjuFq5/AStzDNFFAriNBwPSuttkzYJ/vH/ANFGuQFdnbMqWSZ7Mc/9+jWkBMSwbzdI3PuyM4I6dals7diWBUtHuALDtRp0TS6eFhx5RzkN35q5BHcQQ+TEhRSQWA6HuK7KdfpY55Ye2vc6rwMoi1C42nO6IfocV3YNcD4Nl8vUZ96vkJj5ULfyrtVvos8pPgesLf4Vrzc2pCg4KzNfWzjw1F/1zNeE3dut1qUodFbAyNw96911dll8JxOuf9XxkYrxFTnVZ/Yf1rGKNZbFf+y4x/ywi/75FRtpcXX7PD+C1p570nWtlFGKkzOXSoecW8XTpgVJd6DaQ+GJtS8pGmSZY1h2jlSCS2farg9/SuX1zVTNI1vE/wC5XqAeGPqazqJRRpTbctSS+tbZtMFzaw7VLqA2McZrmX/1rfU12aKb3wvGznbtwScehrlNQtha3zxq28YDZxjqM1yVVaxtFkFdj4aw2j4bkbzx+Vcbmuz8JbG0t/NLALIScDPpVUH7xNTYv/2XaH/lgtW7KNYTtAwikDHtVkLanAWST8VqBgib9hJHHUYqsclKg493H/0pHp5FOVPHKa3Uaj+6Ej6utH32kRHAMakY+lJfjdp1wvrGw/SquhSGXQbJ+u6BD+gq1c5a2kX1U/yqOp5nQ+XRcG1u5SoBO4jn61Fd3LXZXeANvpTL35dQnHpIw/Wq5avQj8JgzlPFKhb5D6x1kmJRCjq2d3UelbHiwfvoG9VNYBYlFXPArz6nxnRHY09OYQs7HJJXgAdea6e0svtEGZDIjA4Kg9K6j4R/DjSvGOh397q9xNC0T+TbNGwGX25/Gop9Kn0jWL6xnJZopOHK43Dsa2ovUipojEOlr5ZxLL+dZE2ir5hPnT8n1rr8cVVliLNyK6HC5zqdjljpIHSe4/OhdLIz/pE449a6JoG7UzyWHWl7JD52YKacwP8Ax8TfnU66cx/5eJh+Na7R7Tg4z7UsY5o5B85lSaczIo+0zD6Glh0pg3F3P+dbeAQKs2dpNcti2t3mI67ELfyocUg5rnQ29vLrV54V0WF2l8u2SM57ZkZmJ/4Dg/hXtk1oGW5I+9HJ+leYfCe2a58bXFxIh/0W0IHH3Wyq/wAt1eviM+fc5VsNgg4614mDs51Kvdv7kfV8QNxp4bBtfw4K/rLV/oeTfGC3E/gGfdkCOaNiR6Zx/WvnmeFYLySFJMKvQtX1H8R9Hmv/AAXq1rBE8shhLRqqkliCCAPyr5yXwbq72CyHTL0XG8hlaI9Pxrqldydj5yjpGzNW20XxB4zvJpdOsWTT5ZSEaVuFA6DJ6kADmvXfBPhKy8NPLN4g1aKO9vIfsqFRhYgR0X1NSwRi2hjtbcNbRqMKkfygflVDxl4fNzFYQJevbSZErTqCzcjp1610uLii42nL3tibW/hlaC0W00zxPYl40xsncJnnPrXK3Hwt8VBdtva21yAMq0N0rbqkbSY4I4o5NavrlAeVaNRu/E5xW/oet/Y471LWRopPLEUIDfdB5Jq6ftWhVFTi/ddzyPU9Km0ydoL5bh514aOKEkIfQt3P0q5pPgLxBrkImtLPyrcnaJbk+WCfbPWvULLWb+w3hrO3uyTkGZc4+hzUWseIb3VwGu/LgihGIoYhtVfetOSTdmZc1jiLf4eLo1x9q1PxBYRtGCTFA3mt0746U5I1ddyOGXnBA60y/wBI+0b0t9TuLeOXrEeVz/PFTaZp1yjiwizcSBztboXPf8KcXyPUUoKSuSR20bR5LHNUZJYprxbbT5ArLzNcMMrH7e9dBqXgTVPLik/tC3t2kIj8pzu2knrx34qxp3w+tfsktkNVhM4OJ5kBJyecY7VjLFQva5UcPLcydMtbOdZ7oaq5EXCKWOTz1+hra8AarFDr8z31nHfeaGKxSgYz7ZFSW3w7shLKllrm2SL5ZERfu5HQ1eg8ML4Rb+1JNQhEcP7zfJ26jjPfrxQq9OStcfsZHReI9estS0qaz/sS0tw2G3oAGXH0ArzK68yaZHsLVkjdghZkLKeRk+3FZV78UmkmcQ2fmJkjLyYJH4Cqo8YXd7bm2sQILVyDJv52v/sk+oOKqFSMVZGfsp3uzYcK1zLAwwyMdpxjOKinRVO5VOw9fasdfFDef8+ll5c/OQzHA9eOtOm8eWoysWm/J679rHHrwa1deAlTkzrfDUZOtwYGOGP6Gu0nkMUZZDhlGRj1rzTwZ4ys73xNbWz28kDS7lUswIzg4q74k8VXQm1VbPzDFZSCMnG3nodvrg81DqRauNQknZjvGIXxZfaXrWrWN88UUDpdxAbTwDgrn1PpXkd/b+UFKxtGDkAMMcZrX1XxZquobY5r6coqhQn3AB+FTw3elw6ag1HT5JZkGVJlxnPt2rlfK9jdXRhaWP8ASGz/AHDzXRWzn+zUQ/d+0ofpzVB7qwdY/sdq8DupU/vMj8quWU/lWu1o0cGVBhhwM55q46IT3Had/qn/AN8/zrK1/wD4/P8AgIrV0wj7Ln/aNZWvc33H9wVpP4CY7mSIwYy/ocVDVvyzHCxJ4NVdprhaZqIOtdnb/NbxqilmMgAUcnmIjpXNWlh9ogllaVY/KXOG/i+lbmj3iCVWJPmDHP4YranC7JlKxt2/h/VrDR0mnjMMAwBOUJGT2zxzS3FpqkCAx3inGCEMY59K1tT8XDVNP0rTriN0t7NSXLdJJD/FjsMVWub6K8nlfcI0VP3aAH5j0C5/rXdTjC2qOeU5kFprV1YKXuTGjY5aNSpNH/Cc6tDEZ0huWhB4YpwapWUF9JrEckULSgEAqBu4rb8QXkkSrZ3XyhSC0fUDA4xRJ20RpySetj0uC/fUfhzZXkwIeaDcQe1eLXl79ivpn8qSXJwRGMkV7FbSKfhzYFfum3zXjV7frYao8rMVTcQcLnNcsW7lyWg6y1xb248mCNI29JFJJ/XFWprySfXfs8cawwmPfsHJHbrWbHq1oLn7QAueysnOafYXDXOvNcbSEa32qffNbdVqZWbTdjfg0+W8kWKMhDJwCxwB9TXCeINFvdF1AwXkLRhiWRj0kGcZU9xXfw3ICgHOareK5IFtorNgXufK8x2IzsGcgZ7cGnWp82wqUmmYlrJF/wAIjksy4XBx9a5jWJ47jUGeH7u1R0xyBiuqc7PCEqhV5GenvXFzf6xvrXNWvojaHcYK67wekv2W7eP5k4ByM45rkK7DwZIy2lwgOAWGRU0fjHU+E6GEso7ZPeln2x2skrDgKScewowP4asS2MraaJpAPKclCQR1I/8ArGjMHy4eUl0s/uaPT4djz5nTg/tKS++Ml+p6r8MvirZ6/NZ+HjaSQ3CQBUk3bg20d/SvUG5Qjvivlv4Wrb6R8WLGyS+jkUOV8xRgMcdOe9fU4XgYqW+qPMlHlfKz5m1RoI9Uu1ktFYiZx97H8RqohtZGwtiSfQSf/WrovEPh4p4hvy1wEU3DnkepJqWHTNO8N263V6I9TvZRm3s0Pyp/tSEdB7V381kjmtqcZe/DjxH4puI59J04raheJJnCKPxPWrdt+z34jeEzXF/pUEa8MzXQIU+5rqD4n1CWcPqEX2kyEKkWdix+yqOBW54w1L+ybTS9OSGNJCgu7mIqGUswwAR3xXPKnJyNY1EkW/h94Cm8MeG7jS7jX9Nd57oTK0NyDtwAPx6UzX9A0TWtSZ5/Eem293ExRwZBz7H3BrB0HxbbWV/JHcQwp9pdcBIRgHOPwrDEkNzqN+0zIqi6kZix55Y1caMlK1yXNNHc2fwsS+YCy8Q6dOT0EbBj+QNRah8IZ7AB7zXdPtw33TO3l5/OsbS9btbWFIbRYRN5mfNVhuH09q634/W4k8C6PqLAF47yMMcdQyHI/PFTUdSElFsmKjJXscZdeBooc7fEeiP9LxRWXN4TmTPl6npUvoUv4/6muavoYFi+0CNRswSAOoq/bNbX9qoh0+MkjjCHNdCjPuZvl6IZqGlXNgw84IykZDRSLIPzUmqS8HHerp0+5sWM1tE6BeWUrlSPpV3TZvDpQT6xPPaQzhkWSNd3kyAcjn68Gm3y7jjaWxlSXtppq7r7fI/aCP7x+vpWtpnxJ1WVRbaVb29hCg+YIMsPqeOa87kilnu7g2q3F1GJCEkCEl1zwa3dBt5bWyleeCSN2bhCp3EAccfjXnY7ETp0HKO70XzPosgwFLGY+MK3wRvKXolfXyva5qDxtqXhS4caTOkTzgeYzru7nH9a2B8W/FlvaG5F/ZzxeohIz7cGsSDwTeatIbvV3FnE5BWPGXI9Mdq0xZaLoUaiO2j354+0fvCx9lq8Jh3SoRg0c+cY+OOx9XER2b09FovwR32nfGK1Hgs3F1cxNragv9n2sI8dgTnjIqrYfHW7uUPn+F3fA4ZJTg/mtcLrN9qKaZNO3h+UWYT5pfs3lDb69K5QePdQEaxRghE4UGQ8CtOWEdzzdWeyeJNUtrDTJr2x1SGe5j2iKEA/MSwH9a1bHXPD93LHFrrtI6HpHIAAfzrwnwzHJq+oLFdtOYZPmJHzcLyf5VG1/pL39wdTe6GGO0QYGfrS57rUrl1PY73VfDcskn2Sym8tWIDG7PIH0rkNV1q0s7z7RYIqxf8ALRDLuY/nXl02qThmS2nkEOTtBPaoftVxMwR5TgnBzT9tZWQvZrc7Cf4iOJW8q2woPGX5rW0nxRHfQhr5UiG7lfM+8K5L/hH7QRI7ySndxgEDnHWsB/kkYI3AOBSVWUXdj5U9D1m68QaPbtGZoU2lhkiTpQ3iGTTLa01XSGg8y8meOBZjnaFIyxFeTxSgTKZhvUHkZxmus0qb+1U063S0Qw2CyyEE/eX7xJP4UpVXUVgjFRdzWv8A4ieKViF1NLagCUxhNgLBh1OPStPwT461K7vNQk1CSNgsDSYWMLkgdePavNJ7lp5pm87aWYnB4zRbXd7blltp2TzBtbYcbgeoNckqUHodCqvqdvp3xA8TXOqPbaX5U887/dSBSZD/AFo17xP4g8QafJY6xZSs8JyqxrtAPAO4d8Y/U1jWOm3Nt4YudWhcRGCRFV1bEm885HcDtWSdXvoomxcSB3PzPuPIrX2cUSqjJ7PSr1mZTpV1MRjOxW4/IV0T6ZaXXhSKC2sJxqrzsqwkkBFJxvbPbtzUOg+Jb/QNIurua7vhPdR7LdYZimMEZckdQOlZ0nirUZfPuJbqXz7ohA7NnCj73X3pqy3HOV9jWlu38LaBFG95a3V2kjI1oYg3ykdS3XHNcmt+t0ypcwoVDE5QBW57E9x9arzzedMXMjPKxO5m71XMToASCBjOaT1Zmro3NOlFjrUN9AFBhkDxxls1pa3fXbanJqOqwyW8kxLqiHbubGM7e31xzXJpIySK6kjacgjtV64mvdWuDO0Usr4G9juYn3Jp9LA9Xc09GWyltL1tQt1luCoaHe2D1xx2NZmpW5Wbaj+d3bbyB6DNXLrVYrrSUgEcUbgjOE+bpjg9hxTLSBEtYn81hLK4VeSNnuaErgVIoBCqXDMOSRtHateWzlTTPPgu4mHDlAeRXrmla/4EtNJtYbuxhluEiVZpBbZ3MByc49att4m+HcilGsEKnqBanmtVpoS0eKWF6sduFZGOD2FX9J0e38Sa1di4aSOG1snnOOpKivZ9DXwH4gvjaafpiBwpfLQ7RgfjWnqvhvQ9F0y4msdPWKSSPynIUDcpxkVFSo+WzHCN2fNczaabhEjSY2+Ruc9cd+KspJotjqVvcadDJeLGdzx3I+U+nHevdrzQfBFnIUvdJELD+8F/xrjvGNn4SCaemgWZFw1wDL5YG4oAScflUqN7FPQ4TVbjTAoeBZftLnc0W3aq59Birmm6HZXvhfUtVt5Zo57BFkMfYknHXFR+KpoYdVj+x7ZJFTZIzD+If5Fanhu6mk8CeKPMYA+XEBgYx81OTcdgikzkH1e5KEMufqtTWs+ozwPIJFVF55HJ+lQRvcvIFL7kz8xPQVtaXoM2p2Nxd204HkqTHAQfnA4Y/nWkZMzaVy54a8Zvozu9xHMZEGY5IMAqe4I7iob3xVY3tyzf2feSFv8AnpMDn9KwXvYrPUCwUvGy4K+hqG5v7aYHZE8foQRSav1OqOJqxjyrY93trwy/D+y8qLyU+zgqpOcV5Xe2sF5PKlxKYyQSMEDJ9K9C0+5A+HNguTj7MOteT65IdsgyR8/X8aS0RhJuTuZNrII71fMj81Q3K5Az+NdTpuraZJOsUdlPDLjaCZwQG+mK47pzu/StXw7Kqa7aStIi+XKrEydDg9KUXqVzyUeVHbBGByQaS9tDJq84djIJYY23N2yvSvoKbQrAQs0VlYyNjKr8oya5zw94cc3mo3niCwskMrDykiYMFABGAOTXQ6iZzRps8OuohDo1/aq28QqcHGMjrXDTD98wr6Gs9Isr3xN4ht7/AEaa10+8h2QSNAflIGMjjjrWDP8ABrQprh2j1qZMnABjPH/jtYVLyehrFWPEq6jwk+1Zx7ivS4f2fbe6z9n1wNjB4A4rc0D4K3GgtMYtQtpvNA4liDYx+NTT92WoSV0efiTDdMD6Vo3cUyQxkebBEVDNGxBWTPAb2Iye3c16WPh1ejkTaZn3g/8AsqoeIvDzyaNcqkUM1xHC0CBE5LjkYqMbUUqfIup1ZbUlhsTDEL7LT+48W1Gwv7LXotU0hZDIHEgMfVGHevpP4e+PV8RWSXGs31nakx5MJlUvu9cDoPrXgltOb6yO4NDKMpIvQow61c8Ki9sPFY1T7Tp7Xbtk6e0OEmjHGB2Bx07152BruS9jP4on0/EmWQp1Fj8PrSqa37N/57/ej27xD4b8F6vdXMjeIkjvJWLFDcBlyecbazdF+EGkm2RIfEplkkPmEBRyT7Zrq7eLwNdQwX76fpqSTxrLl4gCM+/6VR0y6sLbUmkgWJES6xGy/wBznge1d0qs42PkYwTRQtfhNpsPiiCGXxFNPdQYm+yso5XP8q2PEXwoXxBrc+ozamyGXACCPhQOw5rrhf6e9z56PEZsbd4HzY9M1aXU4T/y0X86v2k9yOSNrHk0nwa0xNVithrai+4lSMr8xAPXGenFMvfgFJPdXEtvrwiE7lmDQZ6nPrXpOt6xoOhQtrusSQW/kpt+0uuWUH+Ed+/Sqvh34geHvGEMg8PaklzJGMtHgq4/AgVXtaje4uSKR5vZ/s+XNleJcJr0L7SDg255Hp96tr4ypFrPhq38JaefO1iR0lhhHHyqOTntXfaPqhnglMrEfvmC7uuM8V498Qrq60742adqAB+zoiDPbByD/Olzyk7s1p01K6PM0+HfjeDdu0iV17gyKR/OrFh4b8YadcNIdMI53Yd1IH5GvZNT1kR2crSy+Umw5fdjHFePFpZLhv8AibanMhYkfvAARXfDnkjkdti2134xYFV0i344OFXj8CayBoGsOt6dU0zbaTLvZVIOxwcqQM/UfQ16J4f8F69qFuJ7WymSNhnzJnILfmaq+J9L1jwxEkmsCOGGQlVZpQcn6Cq5oydmxJcuxyeja1q9lZm1spYLOCAfd+zjt/M1e0RZtS1ifULu5SIQqZJbiUZCk8DA9fQe1ULzUUuoQkMaBSQxcA5b865+91qL7K8EUkgUtglRwTXiSl9bxqhD4aer9f6/U+7pUP7HySdaqrVcR7qXaPX8PzR1mseIFeMR6TIqyytgTzkZx6+1Yfh29FvqDXVvM9xcs21pnQSMp9sjj8KxrPw1ca00Vxcs1tabQpLcFvoK6qzFpoVuYNNDKWwWdjlmIr3oRlNnwrlGJ0t7e6vqOm3Vlq+sNHBcRbfKZFYkH1ArndN+H/g6WZk1PWriAqmQRb/eP4Eir2i6Lq/ie9EOmQPIT1f+Ffqa9b8O/BrTbS3L61I13cOOQDhVrLEKlBavUISk2eKpaXXhO3S7lg0v7LDbsI7u3jIZ224Gc+v9a8euJTNM8h/iYmvo6SwsrqyNjeiA25GCjKcHH41kN8PfDtwMx2UIUjhtzD+teN9bps6DwOp4pkj+/Cr/AFJr3KP4eeG0QeZYqzZwcO3+NSD4beGhkmybPceYan6zT7jueDF9zcZAPbPStSO90428SS6am9B80iSEFvr2r2Nvht4cmk/d2e0EcYcgj9ary/Dbw5GdqwyMR6MSKf1mHcR4jJhpSUG1c8D0ru/D+n6eNGlktdTVb+aAxC2mUBSW4PPau0Hw+8NxBd9oxP8Av1ftfCPhyNNi6eGYd2kbFVHE0kI8wh8CavDG8tzp0s4x8pgkU/8A66o3NpFp7Muo6VfwHsWwv64r3GysLPRpmNjBHFkdBnaPzPP5VP8AaDc585IY1PVWHFDxFO47nkfiG5trbwHpqWgIa7XdISwJJDHAI7Ef1rhrZt1wvnHKLyR617pqHgPRdZuDJc74uePJYKqn6f4Vjz/BzTmBa3vLqDHd9rA/TFW68JdQR5/b6gtzEYbrK/aGALcfKg6KB/ntWTfyebqD/L5SK21VP8Ir1my+FVnDGyrfv5204Zowce4561Rf4No0j7tXbPqyAbs/jQ60O40eb2VsJL3Cuu1ckbgfm9qJrhS0sb/KGbGB2r0iP4NxrGDcayFUHjCA1Xm+DoV/3WsKRnHzQnNJVodwOBt8wXMax24dmH3ZF4erLX140Ds0pt+5RSRuzxjH0rtH+FFy+P8AiZ5KnA3R8D9a0X8DeIIo0+zarb+bGAEZo9rKBwAD6VftYdxHm1jptzqklx9ii2CGPfKM8KoOK3GsdR1mfTdLeOOKRj+52AAqmDz7/jXo+heB00nQ7qOXVpRd36lLl0iDKR6c81WTwzrWl+Il1PTLq0laKMxQpLG2I1PJIH+e9Uq1PuMoQfDzW7aERxGGbnJeQAn9ac3gHxCy8w2TD1CrXTRan4thIM9vY3QzyI5ChrStta1hlzc6Pgj+7OuMVftI9GCOX0XwR4nsb6Oa2ntLXBG8qcErnkcCu98XXzReGJWn+8gH3e/IqWHUFkhUzxJA5/hL5I/WsbxUsuoaFJb2amZ5CuFjOeMjms6kk1uawscxq15qXii7a6uNDubTYoCqqn9529Kz5dAeCFL77PeRTRsy7SmCuVK7v1r0QpewwhI5N42jiQcj6EVaTVL2WLa8cDBsg7zn+lVzO2jJujw/WYbS4uoWuJyjRR7HHyjJHc+/Sr9qlpbeAdfaCUuHMSknHTPtXpE3hDw5eTmbVNNsy75+WNdg/SsbX/Cmh6Z4fuLTRomhiv5o1mCtuwN2OPzqJS7sE4njUZjkkRPORo8/dLYxXeaEtwvhOK2RoYGQmZJf43j53px6kd6s3XwKaSWRdO1pS6scJOmMjscirU/hTU/D3gyS1utPlvb2NCkEtoSy43bgSB0wc1tCRnLc8iu3KXzuUDAsSA3SqrSBmzgL9Ku3GiavGzGXT7pAOuYiKom3mRvmjcH0K1k2my+bSx7jbjy/h1pnHLWqt+leT6y2Vk7/ADV61cIyfDXSPX7ImR+FeSXrFZm/d+b833cZzWl9CXsYufWrNmf9KRRj5iOtTXrG7jjWLTxAycExqfmrR8J20dt4gtrjVbO4ktYm3siR5LY6DB4qUB00eo2IB8zV9THYfuv/ALOnLf6aFP8AxMdUfnOfIH/xdel6brPhi5UeXpwhz2m08D9QK6OCw0mdA6aXYurDg/ZlH9K0vYerPC21DTdxCXGoEnv5S5/9CqVNXs44tqyXzD3jUf1r3RdM01TuXTrVcf3YF/wqdYbPobeEL3Hkr/hT52FmeR+EPHkHh29mK211dLcAKVYqMc9a9usJYLpklVtyzIDtbnFV4I7QAeVBEn0jA/pVvyvmDrHGSOnAzWUlcaRNfafAG3tbW8iAAnA2sK8n8Q61NZwW11bFYkZ3DK3bFejXuoTRKymHczcL8w5NeW+OtPiGlRwhC+y9KqM5zkZPSuarF6G1OyucjPE41rzrY/aEulDymNcBW9PrWjZXP9n3oklt0lwCrJIvT3HoR1zUfhjRrfWPGl9pLu0MEcbmGUDcVYEYz69a7DU/AF6zNJZ3NvcNj+IlCcDpjBGfxFc2Lw0pNVqWkl+J9XkOc0qUHgMbrRl36X/T8nqWPB3joWegzabeSCJ4Z2MBkQlWRueoB7mm6jqTy2sd3bMj/wCmB2KjClRyevauHubWa0neC7iaKRThkcYIqxHqTrpn2FkBT5sNnkZGMVzLMFNJVFZnZjOEK1NupgpKcHsr6/5P1PZILixuY1kFhp824D7kif0NW0s7U8rorL7wyH+hr5vkutatOLbTrGRR0MZIP6kVDceKPFqKgt4JrbZ/zx3MD/OvWjiKMkrSX3nyVXKcdRbU6Ml8n+Z6n8WgtzHo1m0c0dikkk0sUhb5tq5xk/TH41g+GIr60WLWbHToLSWFg8Mlvwy+iyL/AHT71yej+J9Y1XWreHxGbh7flA0iHCZHU5r0HUL630+zS1spTIjRjzCCpVQOc57k8ce1dEZ02tWjieHr7cj+5nsi+JdFWzgu5pYokuUEqbsDIIqlfah4W1lDMUtbqSPo5QMR+tfLYvNZ1ySKznma2trUMsLzRPgKTnHAre0vTtZ01vOsvE2nxkg7kZZBn/x2snUpJ6yX3m0MDipr3acn8mdl8V9Shg0S2h093KPLmQ5C9Og+nP6VwOl30EV7ZT3V35kUcgeW228uAemam8SRXuo2MMVxcw3tyshLSQEqm3HAwwHNc3D4ev2lBkkWJAe5yf0q/r1CC+NfedFPI8yqtKNCXzTX4ux9Dz/Fu5aJjpNqtyojykNuCWiGOrH0ry/WNd1PxFqH2zWJjI65CRk5CZqhYGXTtPks4J5BHMQZeceZjoD6gelej+APhdL4hRdT11ntNMGCiDh5/wD4lffv29a8XEY6VeXssMrX69f+AfaYHIMLlFP65msk2to7q/8A7c/LZHIad4L8S+I9PefQNOaaPds812CrnvgnrTk8Bap4atN2uWErMz79nl5iQ+ue5r6j09dOs7OOz04QRQQLsjijIwoqyRGw5wwr0cHBYSNt31Pkc7zSrmuI9pJWitEuy/zfU+eNFtfCOp6Y0ep6hdW14eCThVT6dsVa8J/C2XXNSe4mmb+y0c7JmQq0o9h/WvZL7wb4e1G4W4utKtmlBzvCYJ/KtqCOOCJUiUIijCqOgFd7xUre6eD7NX1Kej6JYaJYra6fbpDGoxwOT7mrzYFKeelMZTXI227s0tbY+ajPJbo0sibtpC4J6fWiJ57lhITuRjt2qcYHrTfMZeqbt3UoNxJ600TkSKMKrDGQEx1+vevI5UOxfS7gsJlAcuzY9/wFMl1aS4JjEYi+bhs4JP1FVwpe1D+Tl2GBlcZ/LmlEMhUCWIKVGSSTx2pOLFZk32mMbczs7BRgD1H9acVa4YZJXPOQeKSKGCCVZ3KtsH3Vzz+NN1DVPNVmtbfIPykEdOaFBiJFEqS7d6kjIC7cj25xTftEv3fmEg6qqiqNtfKcGYSO+cABPlzStdPMxwH2g8qi8j370uRgaQ1Nok/exudwxzgkkU+zvTdPIEVgegLc5P4mq5hR4EPmMm0dMgZ9OO1Ri+SyUywEBwNrIeRk8E8c96LO40zWeGOKESzygH+JXP3fbiq8dxFGdp2jB4ZiefpVaWdpdriUHI+ZcD8wKg+0M8QilhGQd2VP3e2P61VmO5qwuhjYI6MM9FA/n1qKaXyox5sww3tn8+Kq2+lERq0QL7Rk4JO4f41HNB5UTuqISPmUrJ09sVLj2HcvRK0rbhPu74Ht7Uz7eWlCFtozhmbjP0rHS4uA42q4ZhyCOlS/Z5fMLb+cE7if8+tTuK5vyYIBGGYHGcjFQedwVljBIx3wcVnxxmOP9+QFYAGQnn69alSAMNz7tmMof7w9c0NC5i/BPtJSNWUHgck8/iTQbklstIyO3PY/hzWelzHyqsS+c7lyQB9aGnhLZzuIGAQ3H5VOorllJYHZkSN5A3LMxyR+J/lWjbTrjYskeWHAIzishpGlzlowhXo3H8qeZPsyiSLlcZwnYVS5kO5sSiMuokU7l6FVBB/OkeRIo9ykiTPBVB+XHFYhvwx35YZ/vk8flTI555n2zSAoTkbT936U+eQXNgX0gKea4OBgs59vQU9biN2bP3JDkBTj61l3E8MAyyLKzf3TkD8qjl1GNf3ka8jgnPHpiq5pbBc1me0uGKkKyrwcnOPx60YtEcOkaSMOSGzx71ko8ksbyIqjIyFB7/XrTQLk/M0W5mOQRyQPXrUc0rhdGz9vSY5MZBXOB1FKbq5YrswAB0SMcVkA3LRM2NzZ5DHp+AqN727jk2sUyccYwB+NP2k+4jVN7fIGARHGeSUBJqm0xkuM3UMAJxjMS8fpV6yu0VN1zwO4PFTSzWUq4jVS/JBGDimpVN7j3K0gS9jWOaOORB8qrtxj8sYFYUvhrSUvVuobLyJ843RuwJz+NdCWkXhdh5Pz5wKkiuWjQGVoyxXoFyK0VWfcDl5/D+nNcFgl5GT1ZZmyf1xWlb6cu4eVqN1GUXG0sMgflV+Ro5HaQsqBOg3dagllLwqbd43ZuoJAJFUqtTuIEtp7NysN9Oyud3z4+99cVajn1AkH7QzH2VcZ9OlVVedVZG8vaB93cTg1Ytxj58MG25wMkGj29RdSr2LkUt40W6WSWNs42nb/AEFWIpZcD/TW3/3dqn+lYz6ghkUYkLkgcZ6+tWYtzKZnLZQYAz1zWixU9gTZq7pZeBdKp75AFRsL2HO68d1PTao/rVSNSu6V9yoefnFQ3EjJ/q3jkz823d2p/WZD5mWib3d5rXTsSMAyIBj8jWHrPhq71uNtmpwo3mCVX/2qnj1GSbMLwsnOVJP8zSPcbMgNtKjhR3NJ4lsFJowtK+H2raLrD6nb60FnkBDgQ7lYEgkYNb+3xChy2pRtzj/j2x/WpLO+mkZudzYyfm/pVl9SWNf32VY9Ae4q1i2Tczrzw5qerYa8vLOYAYXfGVI/HOayLjwHdRlvLvLcn+FS39a6OXVo40yBvB4LelU7jVUVQI5ME+oz+tc1adOr8cT1sFnGOwKtQqNLtuvuehzk3grWIhlUglH+xOv9cVTk8NaxGcGxkP8AuEN/I11CaoxYktlejBuKel1IVLjcR2254rhdGl0ufQ0+NsfFWnCL+TX6/ocdJomqRECTT7kE9P3TGozpeoKcNY3IPvCw/pXcJqUqMCVzxnMgwKsG8W4XdMLeT2XtS+rw7s6P9eMR/wA+o/ezhE0LVJG2pYTk/wC5VhPCmtuMjT5FHq7Kv8zXaC88vBiAU+w/xoN9cmQBy2PbpVLD0utyJcb4x/DTj+P+aOJk8NatEcPajPoJUP8AWgeGNZZcrZfTdIoz+tduZfn/AHkQPGSWGf51S1S5nzE2nx7pCQNiEnP4V0U8Nh5O1n95yz4yzOW3KvRf5tmjb/DltP0LSNQtpFOpyMJZxMAyIOPlUEc8nqf0ru/iLq66ZoEEUnmMsoLSbOCQB/LOKcmg6tdWWhv9oEUkKoLyA9GXIbj3qr8S/Cuu+JfITQzEE8tklEjY4JHT8q9eNOnTjanE+fnja2NxCqYqo36/otl8jweLUr2KZ7hLl13kttDkYpV8e65aPm21O7ibdgYmOPy6V3CfB7xQLH7PK9qi5yG3ZNX/AA18GYbPVI73XLhZ0ibIgUcMff2rKKqTlqfR4jE5dSpe7Zs9F8A6lqeoeDbK71qXzbmZd2/AGV7dK6Tzvesu3WG0t0t7WNYokGFRRgCnmYjvXVynxc5c0m0aQmx3p3n471leeTQZnVQzcA9ycU1G+hNzwn/iWxFI5JFBfJ3DIAqWQ6Tb4KSrgDLFjyT7CsWTxF4WudoebUYSoO3dEpA/JqWO+8MGNfP1CdAQNgMG/A/A8V5/sJrU1cWdFHrGnwxr5IPy8ABOn51UuNYtZt2W2Mp+6Y8ZP1rOgbw9cSL9n1d5OwBtSoU+py1QtD4d3FG8RRqwPzAwvx/Oj2UiXGTNOC6twQJJ88+netaO901Ldf3O4g8nbyTXP40Uktb69ZuW6B0Yf0ojbS/LKPq9mS7ZOJGGO2ckU/ZT7Cs0as15YFgf42PACZI/KokSydvMjV1wdxKtg/jWZNaWyqDa6nYsF+7/AKQN35mkksnuAphuLViw2lRdx8/XmpdKYrM1kihmZn3iXnBKjpRNaW7lWlzCwPfJzVJdKvMjybqGMoMbUuEx/wChc1ct9FvmUNLKJnHQrMpx79an2cuwWZReykFwscU+YhyAFznI/QcVLcxSxR70jXOMjyxnP+cVfk025Admt5izKQqJIoAIHB69PaqjaRqcZkaOORpN3DZH6AVLhPsBG/8AagiR1ZsvyQQRirEFgJgxvUdi38IY8/hUiWGqbdzK7EdQCcn2zT1hv4ANiEDcCRLEWpckraoLMWTTUkBEatEu35WJweO9VWtJWUxou1egZgTkj0q28uovFt2P1/hiIx7jimsbuLbtY8Ln542JB9OlR7OXYOV2KUtpfF84LKoJB9+OtRSxTrIoMplJHQYXArRF5cRzKIw7hgxOMrgY+lNNysjeY8DbxkY6/jntVpPZi5SsyXLwM0e3ygDkFDkj88iordVCFZIy4242jjn+dX/OQxsnlSIzAjh87vY5qGNm+1KPKGP78jc/THejkSDlKclzcmNYoFWMn7r7O1HnSNEis7J83JYE/oOgqfDvOUXemV5c5AHsBSzFS6i1BkKcM4I4/SrjFMq1yh50ySYmwxdiwGQM49Ac1YglLJgRqr7SG2gn9elS21oroX+XeWOWJyePT6+lS/2dIRswuCOkeOP/ANdVyRH7MzLqFAGjiYgtgq4PQ49M80QRy2cZN1l0UcHaOcdM+hq/Np8FsFYAEL8oGMn2/lRGpyBFCx3LuZmxgj+dS4xBx7FGN7iQ+cC4QnAK8DP0+hFaSTvHxKZDgAEdN3frQt5EkiokLQ8dO3HOR6d6fJd2jbWYKZeuDztJ/n9al042uRYYblWn8xBuZl6EEHOasTaRqUVt9pkaJYpDlgJEZsH2psfkbFkHKKcncmdxPany6oEt1EUYiDHjC8ihQRSiV44/IYjY7nvxwc+1Wbd5AVMLFT/dVQMn0qub05VnkIABILdc/j0p326FwpSQASAZI9fr+dHKug7I0jfRqx8zbG5Hy7gQCe+ahlu4zAWnPmcZ2rwMVjy+Y0hWSQYT7uOd1SRSxQlWlLMccBmJGR7dB9KnlRBZAtwqukbFduQMn161atru0RpJYYkQvxtPX6/SqPkC63KJFCnr7VJDYw2gRkAAzkn096aiUTX12kcG45UgZbYvU+/rVGHUIA28FlzwN4wuP/11eaS2kdUlVef4tuPz/OqVzb2xcYjRlA/hH+NPlRL0HyvBcpuRMIemw9DVlZDDbKI5VAA46nP4GqPlCUIQrbAcABQvTsB06VbJhWExRRyRxg4AQ9fXpS9mCY77Y7wl3lYDn5Vzg49qrpHFdKZLjfGwOVYZGaZNsgJkMrfMcYwaI0WcK3mtlQP3YPBz2qeQbLLONoRp9qkcBkyT+NJH/Z6sVkcyNnqxxn/GiOwZ2Yx5VPcZH0qKW0GSjRFmXrxwaORW0FqWBs87/QW2oB8zMBj+dQSslxMguGjUg8kf4Zpkds+0Iw8tiMYYYGKjlsWkYbWU7TyVHQfXNLlFqWYgFUlBIVA6FMZqVrWNYUKHyxjk7Q1UwZ0ljywxnhcdf/r1ZSNrhWBc8HAOMcfWs5RdwuR3SQkZVl3qMDcmOans5M2+Nq9CCy/4VV/s+4WRH3bnySRnOR6ZqeO3vTsO10UEkg98ikoAWY45JNgER2KOATyfxpG015ZH8mPOD95m5FSW5udqiEqAOd5HNXWuiU8wb3dR83y9f8atRXUqxRuYFMQePehx8wPIBqKCZvLdmRSF44OSafPfXAXaYmEWfmdTjimJdm9ysKDH3ATjNXyRCxVupbiT/Vxtu/2yFH0rX8JvJbeJLS4li3JHktGeT07etZUsQG9yzQsp+b5ev41peGtRt7HUo7q4iJjjfJdScgdyaunBKQrntcV/a3coiilAmCK5T+IA9KuIVUdayNOj028m/tSyMcsskYTzozyV9DWZp/h3VdO8RPeNrktxYuWJtZQeCegBr0TZRi7u9jo7mYFMKayJPl6Vi+Mtc1/SriD+w9JGoROpMhzgqewrH0LxdrWpX7W+reH5bFNmRKSSCfTpVp2K9hNw9p0OreRh0psJmuJhHGhJPf0qqb3JAMZrWE8Gk6bJc3LiNVXfI5/hFW/I5kOvrzTvD+myXl9KFWIZZm7n0A7mvCvGXxHv9e1DFs7W1rEx8uNTj8TjvUPjjxldeKdTKQb1s42xDF1z/tH3rV8J/B/UdctDd6pIbKJgDErL8ze+OwreEYwXNPcW5hf8IDpm3CzzD8R/hTW8AWWPkuZh6cj/AArodxo8w461XIi+ZnMn4fQfwXkgHbgVVf4aRSMQb1gpPOB1rsQ7etL5h7Gj2aDmZxw+HRRdqX/HbK5pp+HsvQXin6pXYiVqDK4NHIg5mcYfhzPksLxWPYFeKryfDzUP4Z4T6cEV3nnMehxSG4foTR7NBzM88Hw+1fcSxi9jvpP+EE1wN8sij1xJ1r0X7Q/c0onYUvZoOZnnDeDPEOe/HpKKP+ET8SRkFDJkdCJsY/WvSftJHvR9qJ6gUvZoVzzOTQPFKMT/AKUfUibr+tRHS/E4+8t8f+2pP9a9RFyT1pRc46fypOmiuY8uFt4piOVbUV/3ZWH9aR5/FkIObrU19MyP/jXqRuV9P0pyyea4VIy5PQAUezj1Qc9jymPVPFkS4S91Ln1dqlXX/FUWSb+/B9Nxr2mz8P3t0oZoliX/AG/8K14PB8ZUG4kBP+yMVPJAXtDwBfGHimI5S/uCemGUEfqKlHj3xUpy86uf9q3jP9K+gx4O0r+OPcfemS+BtIf7sAB9cClywYe0PA0+I/iKPPmJasf9q0SlPxM10/KLOyOeOLIV7ZN8PbItujiiJ7ZjFVJfDAsCM2wC/wB5V4FP2cBe0Z5VbePPEM+FXQraU+1kwz+VaUHiHX5cM/hGEnpuRGT+Zr0u30xJEDKPlzgYNWV03A4C/lT9jAXtmeZpqeuyMFk8KoB/eN3j/wBm/pV1bvUXGJ9Dt1zwMXRyB9cGu+/swZ+bH4ClGlR/5FL2FN9Be1ZxaWpntislj5ZxkFZi2G7fw81PYaLp0SK1xFdGRcjeMHj8RXYDTIx/E1H9nx9wx/Gq9jTtaxPtHuc49haOgWL7UABgDK/nVOTRYWxzPjI4Yg9K7D7AmemPxpTYR56VP1en2BVWcM/h1prjcJGAPUY4P61ZTwvhArMuAeMLjiuxFigPAp32UUvq9LsL2jZyC+D/ADMymYBlGMBcfrTYdEEUhXBeQDAyQAB2rtliCRNjvVQWQdiWFT9XpN7D52cq/h+UxGNdpUncdzA8/nVaXwxcSLtG3Hsf/r12n9nx+nNN+wR+lV9Wp9iXNnFyeFLh2XbK6qOSqjv+dK/h+7WRirMFJHRG6V2RsF7ZFI1ju6Mw/Gj6rS7C5mcNJ4fvC4Z7kxp3Gxj/AEpp0+7jVI4pFZAQTuJBz+IruvsDdpWH40xtOlHSZj9aX1SmHOcTNaXKxyEKsrN/ChA/maWDR7mVTuh5k42o/SuyOnzn+P8AMZpv2GZf4YW+qCp+pwZftbHPf8I9qKnEKkKAMfMDg+3NQf2brEA3yQXDY6LtD8/57105t5V/5YoP90kf1qWJpYmy0TsMf3zUvBR6MftTk5Irs5NxBMGZcruR/vfhVRjNG6xyQsF7MIm+b68V6AupKoG63kBHcGo5r2GQbZkZlPaQbqz+pLuPnPN5LiWMt51vKpIwGVCcfpSqZ/JAtVYZOcMCPwNdneaFYaj80N/e2Tf9O90QB/wFs1z194O8SqxfSvFckqnolwdp/MZFRLBsuLiZ8c12uPMjb5M7cZwf0qRNQ1ONR5MeAxJwx4I9AD0rG1JPiFozH7Sbx4+oljAkU/iAayH8X+KkJEtxMdp/igXg/lUfU33NNDu7XUbkPi9gCljwqccYqOTUD9qiMCtvZc7CvGa4P/hNfEG7LTqfX9wv+FTDx/rceN6Wh46tbLzSeFkDsdpJqcrMYjGu5RuIIB4+gqSN9yB1VFDgbvlAwfQ1xJ+IWphizWtgWPU+QOaB8Qb7OW0/TyepPkdf1pfVJE2R3khduFVVBYfcHI/GgtCJDbFG+bIJc8ge9cN/wsi+3Atp1gfYREf1p/8AwsuTOX0e1JPcFh/Wn9VmtQ5UJc694q+HWqGfSbl306VyY1J3qB6Efj1r1r4e/Gux8VFdP1hUstQIwh/gk+h7V5LL8R0ki2NoVqwPUFmIrkdXvHvJluLJLWxWNjIiWyFSDXZGDtqLY+xrm4UkYOR65rPluAeK8N8HfFy6+xJZ68xEkYAWZ/4x7+9dzbfEO2cjyJYmP+8DWqpvoRdnaxNumUY7157488SXfifVhoGghpoEfa4j/wCWzjt9BW1P4o1bX4jpWiwIbi5G0uFx5a92z2rs/Bvgax8LWYKqs144/eTsOfoPak5cm47XMHwL8LLbRlj1DWVW4veqxnlI/wDE16SqhRgDA9KAMDApawlJy1ZR/9k=)

**5.2 Determinación del tamaño del almacén y de la capacidad instalada.**

**5.2.1 Análisis de los factores para determinar el tamaño del almacén.**

El negocio no necesita tener una planta puesto que la actividad del negocio se centrará en la recepción y despacho de materiales para la evaluación genética mediante inteligencia artificial, por lo que un almacén es lo más ideal para este modelo de negocio, el cual será manejado por el encargado del almacén.

El local para alquilar será en San Miguel con un espacio de 98 m2 y se utilizará el 70% del espacio para área administrativa y 30% del espacio para almacén cumpliendo así con el artículo 23 de la ordenanza 139 de la municipalidad distrital de San Miguel y artículo 8º del decreto de Ley 28976.

**5.2.1.1 Análisis de las alternativas de tecnología, maquinaria, equipos,**

**equipamiento para el local, etc.**

Para la óptima implementación de nuestro almacén requeriremos de los siguientes requerimientos tecnológicos:

* Equipo de cómputo.
  + - Un módulo de ERP desde el cual gestionar la información, el Kardex los envíos y demás datos necesarios para la logística del servicio.
    - Servicio de internet que pueda cubrir las necesidades del proceso logístico.
    - Una línea móvil corporativa.
    - Un equipo celular con características que le permitan compartir contenido multimedia.

Con respecto a equipamiento, al contener algunas muestras de tejido, debe contener un sistema de aire acondicionado, la zona donde se requiere el control de temperatura cuenta con un área de 10m2 por lo que se utilizará un BTU (unidad de calor) de 12000.

Para poder dividir las zonas y los espacios de trabajo, también se requerirán 5 racks de 2 niveles de carga donde se almacenará las existencias.

En la zona de trabajo del encargado logístico se colocará un escritorio.

**5.2.1.2 Análisis de las limitaciones legales del tamaño de la empresa.**

No tenemos limitaciones legales para el tamaño de la empresa, solo debemos cumplir con la ordenanza 139 de la municipalidad distrital de San Miguel y artículo 8º del decreto de Ley 28976 la cual menciona que un espacio menor o igual a 100m2 no debemos exceder un 30% de espacio para almacén

Además se debe cumplir con la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo, Ley N° 29783 acerca de la Política de Seguridad y Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo aprobado con RSNAAI N' 103-2013-SUNAT/400000 la cual se encarga de velar la seguridad de los trabajadores mediante el cumplimiento de la cultura de prevención de riesgos laborales y el DECRETO SUPREMO Nº 043-2016-SA la Ley Nº 26790 sobre el El Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) la cual otorga prestaciones de salud y económicas por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales a los trabajadores, (empleados dependientes o independientes y obrero)

En ambos casos los individuos que ingresen al almacén deberán utilizar cascos y en las cámaras temperadas una casaca para evitar riesgos por el cambio de temperatura y el local deberá cumplir con los requerimientos necesarios de Defensa Civil para poder pasar su evaluación previa a la solicitud de permiso para almacén.

**5.2.1.3 Análisis de las limitaciones de la localización-espacio físico.**

Contamos con 2 divisiones dentro del almacén, el general de 20m2 y el espacio temperado de 10m2, el aforo para ambos es de 2 personas, ya que solo ingresara al almacén el encargado del almacén, el motorizado cuando se realicen despachos o el administrador cuando se necesite gestionar inventarios.

**5.2.1.4 Descripción del Proceso de producción y/o almacenamiento de los bienes y**

**servicios, incluido el diagrama de proceso.**

Dentro del servicio que brindamos tenemos dos canales de atención; uno virtual y otro presencial, en el cual los procedimientos se desarrollan de la siguiente manera:

Proceso para obtener el servicio de forma presencial:

-Recepción del cliente.

-Se brinda información.

-El cliente decide si tomar o no el servicio.

-Se registran los datos.

-Se realiza el pago del servicio.

-Se imprime ficha adhesiva con los datos.

-Se adhiere la ficha al sobre que contiene el kit para muestras.

-Se entrega el sobre al cliente.

-Recepción del sobre con la muestra.

-Se realiza el registro.

-Se almacena el sobre.

**Diagrama

Descripción generada automáticamente**

Proceso para obtener el servicio de forma digital:

-Ingresar a la web.

-Registrar datos para crear un usuario.

-Optar por uno de los métodos de pago.

-Entrega del sobre con kit para muestras a domicilio.

-Selección de la fecha para recojo del sobre.

-Recojo del sobre.

-Almacenamiento del sobre.

Diagrama

Descripción generada automáticamente

En el caso del servicio de Importación excepcional se gestiona de la siguiente manera:

Se recibe la solicitud del paciente ya sea de manera virtual en la que el especialista de importaciones la recibe directamente.

También se puede recibir si el cliente se acerca a la oficina, en ese caso la recepcionista le brinda información general y si el paciente desea ingresar una solicitud se le deriva al especialista de importaciones.

El especialista busca proveedores internacionales para cotizar el medicamento solicitado.

Luego con las dimensiones del empaque y condiciones de temperatura para el transporte internacional cotiza con agencia de carga el envío.

Prepara una cotización al cliente con los costos involucrados

Cuando el paciente acepta la cotización, a continuación, nos confirma su pago.

El especialista de importaciones confirma la compra al proveedor.

Organiza, coordina y programa el envío al Perú.

Gestiona ante DIGEMID la solicitud de importación excepcional.

Al tercer día recoge el permiso en la entidad, prepara la documentación para presentar a aduanas.

Gestiona la nacionalización, al obtener el levante de la aduana, programa el retiro y traslado hacia la oficina.

Programa el envío o recojo para el cliente.

Diagrama

Descripción generada automáticamente

**5.2.1.5 Selección de la materia prima o producto terminado**

Los productos que necesitaremos para almacenar y que son indispensables para el servicio son:

* + sobres   S/ 0.25 X unidad
  + cortaúñas   S/ 1.00 X unidad
  + stickers      S/ 0.10 x sticker (a partir de 500 / 0.05 x un)
  + Frasco pequeño con tapa (para envío de muestras) S/2.50 unidad

El costo total mensual será determinado por la variable “X” que representa la cantidad de pedidos mensuales por el costo de los insumos (s/.3.80)

**5.2.1.6. Selección del Personal de Producción.**

El administrador se encarga de este proceso, consta de la búsqueda, reclutamiento, selección y contratación de la persona elegida.

El primer paso para la selección será definiendo el perfil en caso no existiese, junto con la valorización correspondiente del puesto y la justificación de la contratación en el legajo de la persona elegida.

El segundo pasó es el reclutamiento, utilizando los portales laborales más conocidos, de modalidad gratuita y LinkedIn. Los Currículos para evaluar, será en con la particularidad de “CV CIEGO” Es decir, como empresa para este proceso no requerimos saber edad, sexo, estado civil. cantidad de hijos u orientación sexual, sin embargo, al momento de la contratación y con carácter obligatorio, el nuevo ingreso deberá presentar los documentos de sus derechohabientes.

Como tercer paso, el administrador solicitará los documentos pertinentes de todos los postulantes (CV Documentado, antecedentes, aptitud médica-previa coordinación con el postulante-, etc). Determinará tres candidatos finales para que pasen una entrevista con el jefe del área logística.

Como cuarto paso, el jefe de logística para determinar su aptitud final para el puesto, lo que vendría siendo un doble filtro, con una evaluación de ponderación numérica. Finalmente, dicho resultado debe ser transmitido al administrador, para ejecutar la contratación e iniciar las inducciones correspondientes.

**5.2.1.7 Requerimientos de servicios básicos de producción.**

**Consumo total de servicios:**

**Tabla

Descripción generada automáticamente**

**Tabla

Descripción generada automáticamente**

**Almacén consumo**

**Tabla

Descripción generada automáticamente**

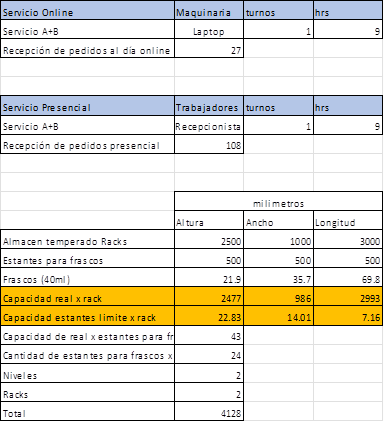
**Tabla

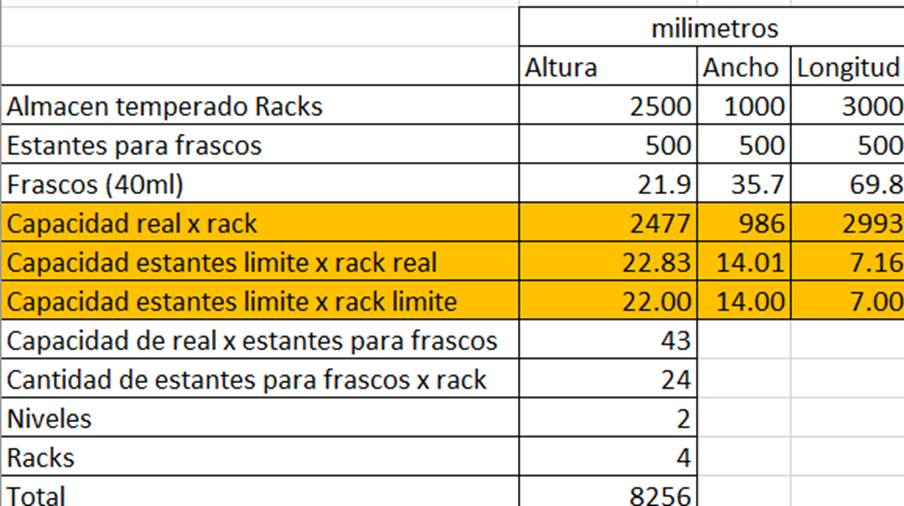
Descripción generada automáticamente**

**5.2.2. Capacidad instalada:**

**Capacidad instalada,** En 1 solo turno contamos con la capacidad para realizar recepciones de pedidos online de un máximo de 27 y de manera presencial de 108, para un total de 135 pedidos diarios.

**Capacidad real,** Podemos almacenar 4128 frascos para identidad genética en el almacén.

****



**5.3 Layout de la idea de negocio: para la oficina administrativa /almacén.**

**5.3.1. Diseño front**

El ingreso cuenta con 1 puerta de vidrio y una enorme ventana que tendrá vidrio pavonado en el centro con el nombre del laboratorio (LAES) por seguridad y estética.

Imagen que contiene interior, edificio, pequeño, ventana

Descripción generada automáticamente

Por motivos de seguridad, también se instalará un circuito de vigilancia con finalidad disuasiva.

Una puerta blanca

Descripción generada automáticamente con confianza media

**5.3.2 Diseño back**

Nuestro diseño del interior se encuentra distribuido de la siguiente manera:

****

****

**Diagrama, Dibujo de ingeniería

Descripción generada automáticamente**

****

****



**Recepción y sala de espera (1)**

Al ingresar se apreciará la recepción que cuenta con un módulo de atención equipado para la recepcionista que atenderá, además de un pequeño espacio confortable de espera con un televisor en el cual se colocará un video corporativo de reproducción constante.

Una sala de estar

Descripción generada automáticamente con confianza media

Imagen que contiene interior, coche, tabla, horno

Descripción generada automáticamente

**Servicios higiénicos (2)**

Además de la recepción que es nuestra primera impresión al cliente, contamos también con 2 1/2 baños señalizados en su ingreso para hombre y mujer.

Un bano con un inodoro blanco

Descripción generada automáticamente

**Oficina co-work (3)**

Contamos con un espacio compartido que servirá mitad del día para el especialista de importaciones y la otra mitad para la programación de citas presenciales a los clientes que deseen recibir de manera presencial la lectura de sus resultados por el médico especialista que le corresponde.

Imagen que contiene interior, cuarto, cama, pequeño

Descripción generada automáticamente

**Almacén temperado (4)**

Es el espacio de almacenamiento para las muestras que conservaremos antes de su envío al laboratorio, las cuales deben contar con un espacio salubre y adecuado.

Silla de madera

Descripción generada automáticamente con confianza baja

**Almacén general (5)**

Es el espacio de almacenamiento donde se mantendrán los insumos generales de la empresa**.**

**Imagen que contiene cama

Descripción generada automáticamente**

**Oficina del administrador (6)**

En este espacio privado, el administrador atenderá a los proveedores, clientes y personal que requiera tratar algún tema competente a sus funciones.

**Imagen que contiene interior, cuarto, computadora, tabla

Descripción generada automáticamente**

**Oficina del jefe logístico (7)**

Es un espacio privado donde el encargado del área logística desarrollará sus funciones y coordinará los despachos con el motorizado.

Una sala de estar

Descripción generada automáticamente con confianza media

Adicionalmente las oficinas cuentan con un pasillo que colinda con el almacén general al que sólo tiene acceso el jefe logístico.

**Imagen en blanco y negro

Descripción generada automáticamente con confianza baja**

1. **ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO**

**6.1 Organización de la empresa:**

**6.1.1. Organigrama.**

La conformación de nuestro organigrama está liderado por un jefe administrativo (administrador) quien es jefe directo del área de recepción, limpieza y logística quién a su vez supervisa al transporte (mensajería) las áreas de contabilidad, marketing y asesoría legal son tercerizadas con proveedores de servicios locales.

Diagrama

Descripción generada automáticamente

**6.1.2. Dimensionamiento del personal.**

Contaremos con el siguiente personal en planilla:

**Jefe administrativo:** Responsable del registro, procesamiento y análisis de datos en el área administrativa. Realiza indicadores y evaluaciones del personal y proveedores. Vela por la difusión y el cumplimiento de las metas de la empresa, misión y visión.

**Recepcionista:** Atender y brindar información sobre el servicio ofrecido a nuestros clientes incentivando a la venta, realizar los cobros que sean necesarios, apoyar en procesos administrativos y coordinar la recepción y envío de muestras a domicilio.

**Auxiliar de limpieza (Part-time):** Persona encargada de efectuar el aseo en todo el local y procesos de desinfección diario según las disposiciones del gobierno por el estado de emergencia vigente.

**Jefe logístico:** Responsable de la coordinación de entrega de muestras, aprobación y ejecución de órdenes de compra según los requerimientos del personal, compra de materiales de oficina, insumos, conservación y entrega de estos.

**Analista de importaciones:** Es el encargado de tramitar, coordinar y gestionar toda la operación del servicio de importación excepcional para los clientes, tiene contacto con proveedores internacionales y locales, así como se traslada físicamente para obtener la documentación y permisos en las entidades involucradas.

**Almacenero:** Encargado de registrar el flujo de entradas y salidas del almacén, alimentación del Kardex, orden y control de archivo de requerimientos.

**Motorizado:** Encargado de entregar y recepcionar las muestras de los clientes para los exámenes correspondientes, previa coordinación con el área logística.

**6.1.3. Perfil de cada puesto:**

|  |  |
| --- | --- |
| **ADMINISTRADOR** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 3 a más años. |
| **Grado Académico** | Licenciado o Bachiller |
| **Profesión:** | Administración de Empresas, Ingeniería Administrativa, Ingeniería industrial |
| **Especialización:** | No requiere |
| **Otros:** | MS EXCEL: Avanzado, Inglés Intermedio  Habilidades de negociación y persuasión |
| **Competencias organizacionales:** | Liderazgo, Responsabilidad, Orientación a Resultados, Orientación a desarrollo, Comunicación efectiva, Empatía. |
| **Competencias específicas:** | Alta capacidad analítica, dominio de Tablas dinámicas, power bi. |
| **Licencia de conducir:** | No requiere |
| **Salario:** | S/2500.00 |

|  |  |
| --- | --- |
| **RECEPCIONISTA:** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 1 a más años |
| **Grado Académico** | Bachiller Técnico |
| **Profesión:** | Administrador(a), Secretariado y/o carrera afines. |
| **Especialización:** | No requiere |
| **Otros:** | Nivel de Inglés Intermedio |
| **Competencias organizacionales:** | Responsabilidad, Orientación a Resultados, Trabajo en Equipo, Comunicación Efectiva, Orientación al Cliente, Confidencialidad. |
| **Competencias específicas:** | Manejo de MS Windows Nivel Usuario, Nivel Intermedio de MS Office, Dominio de MS Outlook (Correo corporativo) agenda de citas electrónicas, Manejo de Caja y POS, Manejo de equipo de oficina. Habilidades de redacción, conocimientos en atención y servicio al cliente. |
| **Licencia de conducir:** | No requiere |
| **Salario:** | S/1200 |

|  |  |
| --- | --- |
| **AUXILIAR DE LIMPIEZA:** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 1 a más años |
| **Grado Académico** | Secundaria completa |
| **Profesión:** | No requiere |
| **Especialización:** | No requiere |
| **Otros:** | No requiere |
| **Competencias organizacionales:** | Responsabilidad, Comunicación efectiva, Confidencialidad, Proactividad. |
| **Competencias específicas:** | Deseable conocimiento operativo de máquinas de desinfección. Deseable conocimientos de servicios generales |
| **Licencia de conducir:** | No requiere |
| **Salario:** | S/500 |

|  |  |
| --- | --- |
| **JEFE LOGÍSTICO** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 2 a más años |
| **Grado Académico** | Bachiller |
| **Profesión:** | Ingeniería Industrial, Economía, Administración |
| **Especialización: (Deseable)** | Gestión Logística, Post grado en Supply Chain Management |
| **Otros:** | Nivel de Inglés Intermedio |
| **Competencias organizacionales:** | Responsabilidad, Orientación a Resultados, Trabajo en Equipo, Comunicación Efectiva, Confidencialidad, Resolución de conflictos. |
| **Competencias específicas:** | MS Excel nivel ava,,nzado, Manejo de tablas dinámicas, gestión de importaciones, dominio de KPI’S (en gestión comercial). |
| **Licencia de conducir:** | A1 |
| **Salario:** | S/ 2100 |

|  |  |
| --- | --- |
| **ANALISTA DE IMPORTACIONES** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 2 a más años |
| **Grado Académico** | Bachiller |
| **Profesión:** | Comercio Exterior, Negocios Internacionales  y/o carreras afines. |
| **Especialización: (Deseable)** | Gestión de importaciones |
| **Otros:** | Nivel avanzado de Inglés, Diplomados en logística |
| **Competencias organizacionales:** | Responsabilidad, Orientación a Resultados, Trabajo en Equipo, Comunicación Efectiva, Confidencialidad, Resolución de conflictos. |
| **Competencias específicas:** | Alta capacidad analítica, dominio de Tablas dinámicas, conocimientos en procesos logísticos, importaciones y compras. |
| **Licencia de conducir:** | No requiere |
| **Salario:** | S/ 1900 |

|  |  |
| --- | --- |
| **ALMACENERO** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 1 a más años |
| **Grado Académico** | Egresado o Bachiller Técnico |
| **Profesión:** | Administración , Logística   y/o carreras afines. |
| **Especialización: (Deseable)** | Gestión logística integral |
| **Otros:** | Inglés Básico |
| **Competencias organizacionales:** | Responsabilidad, Orientación a Resultados, Trabajo en Equipo, Comunicación Efectiva, Confidencialidad |
| **Competencias específicas:** | Alta capacidad analítica, dominio de tablas dinámicas. Nivel de MS Excel Intermedio, Picking, Packing, Kardex Deseable conocimientos de servicios generales |
| **Licencia de conducir:** | No requiere |
| **Salario:** | S/ 1200 |

|  |  |
| --- | --- |
| **MOTORIZADO** | |
| **Formación en posiciones y/o funciones similares:** | 1 a más años |
| **Grado Académico** | Educación secundaria completa |
| **Profesión:** | - |
| **Especialización:** | - |
| **Otros:** | Conocimientos en trámites documentarios |
| **Competencias organizacionales:** | Orden, Responsabilidad, Puntualidad, Comunicación efectiva, Tolerancia, capacidad de gestionar conflictos, Trato cordial. |
| **Competencias específicas:** | Manejo de POS, Dominio en uso de vehículos de transporte: motocicletas y/o carros. |
| **Licencia de conducir:** | Sí - B2B |
| **Salario:** | S/930 |

* + 1. **Manual de organización y funciones de cada puesto.**

**Administrador:**

* Administrar los datos maestros de la empresa, documentos legales, procesos y procedimientos de puestos y documentación del personal
* Mantenimiento de actualización en entradas y salidas del área operativa
* Elaborar y supervisar el cumplimiento del plan de ventas anual.
* Control de mano de obra directa, mediante la revisión diaria del registro de asistencia, el registro de horas hombre por etapa, y/la elaboración del reporte del tareo
* Envía tareo al área contable para elaboración de planillas
* Actualización de los indicadores (ventas, ingresos y egresos)
* Control de los inventarios validando eficiencias de proceso.
* Soporte del proceso productivo, aplicando metodologías de mejora continua, control estadístico de  procesos y trabajo colaborativo; elaboración y actualización de procedimientos, formatos y manuales
* Comunicación directa de problemas legales al Asesor Legal, brindando soporte en las coordinaciones necesarias; asistencia en documentos administrativos del área y control documentario.
* Consolidado de los procesos en entrega de las muestras al proveedor clínico
* Manejo, distribución y adquisición de los materiales de oficina
* Entrega de facturas de materiales adquiridos a Contabilidad
* Identificar procesos de mejora de manera oportunida optimizando resultados
* Realizar evaluaciones la gestión de desempeño del personal en la empresa
* Responsable de la contratación de nuevo personal (Entrevistas e inducción)
* Evaluación semestral de proveedores
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio

**Recepcionista:**

* Recibir a los clientes y brindar la información requerida
* Brindar asesoría telefónica a los clientes sobre los productos
* Registrar atención del cliente y hacer seguimiento para concretar la venta
* Recepcionar las muestras completamente cerradas
* Realizar cobros con efectivo y tarjeta
* Realizar apertura, cierre y cuadre de caja diario
* Entregar muestras selladas al almacenero
* Reportar cualquier incidencia de los productos al administrador
* Recibir y entregar correspondencia al Administrador.
* Mantener el aforo según las disposiciones del gobierno por COVID-19 y variantes
* Revisar que los visitantes al local cuenten con mascarilla y carnet de vacunación con mínimo de dos dosis
* Realizar protocolos de desinfección a los clientes
* Informar a los clientes los resultados previa coordinación con logística
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su Jefe Inmediato.
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio.

**Auxiliar de limpieza:**

* Mantener limpios y ordenados los espacios de trabajo.
* Limpiar a profundidad los espacios más utilizados por los clientes (servicios higiénicos, sala de espera, y sala de recolección de muestras) y almacenes.
* Realizar proceso de desinfección en todo el local al cierre del mismo, con amonio cuaternario (a gas para los muebles y en líquido para los pisos)
* Eliminación de residuos según lineamientos de la empresa
* Limpieza y mantenimiento de áreas externas.
* Realización de requerimientos de materiales de limpieza al área logística.
* Inventario y control de insumos de limpieza y desinfección.
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su Jefe Inmediato.
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio

**Jefe de Logística:**

* Definir e implementar planes de acción relacionados con el proceso logístico de la empresa.
* Selección y evaluación de proveedores.
* Reportar mensualmente a administración gestión de sus subordinados.
* Medir, controlar y regularizar los objetivos e indicadores alcanzado las metas propuestas.
* Asegurar la disponibilidad de productos, control de stock y pedidos.
* Supervisión de los pedidos.
* Gestionar y monitorizar la distribución y el transporte.
* Optimizar los tiempos y costos de la operación.
* Realizar las compras de los productos necesarios para  la empresa, abasteciendo a todas las áreas.
* Control de caja chica
* Entrega mensual de facturas al área contable de las compras realizadas para las declaraciones
* Realizar cambios o devoluciones con los proveedores.
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su Jefe Inmediato.
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio

**Analista de importaciones**

* Búsqueda y evaluación de proveedores nacionales e internacionales.
* Cotizar los costos de la importación.
* Responsable de organizar el envío de los medicamentos.
* Realizar la operación de importación en forma óptima y utilizando de la manera más eficiente los recursos involucrados.
* Evaluar constantemente a los proveedores y registrar las incidencias presentadas en cada operación.
* Realizar los trámites para la importación ante las entidades competentes.
* Gestionar y monitorizar la nacionalización del medicamento.
* Optimizar los tiempos y costos de la operación.
* Apoyo en las solicitudes de los pacientes de manera virtual y/o presencial.
* Solucionar problemas relacionados a su área.
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su Jefe Inmediato.
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio

**Almacenero:**

* Recepción de los requerimientos de salidas de los kits muestras
* Codificación e inventariado de cada producto en almacén
* Preparación de kit por cliente para entregar al motorizado
* Control de cargos por cada producto entregado.
* Mantener los anaqueles ordenados y los pasillos despejados
* Recepcionar y revisar las órdenes de entregas.
* Colocación de productos en su respectivo lugar.
* Separar mermas y reportar al jefe inmediato. en el caso de equipos entregar al jefe inmediato para la gestión de cambio y/o devolución del producto.
* Alimentación del Kardex de entradas y salidas de kits, insumos y materiales de oficina
* Realizar requerimientos mensuales para mantener el stock de kits de muestras y materiales
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su Jefe Inmediato.
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio.

**Motorizados:**

* Entregar a domicilio los kits para la toma de muestras de los clientes
* Entregar los documentos de entrega, consentimiento y acta de confidencialidad al cliente
* Realizar el cobro de servicio vía POS
* Recojo de la muestra a domicilio
* Realizar diligencias solicitadas por el administrador
* Entregar documentación confidencial del cliente al encargado de logística para envío de muestras.
* Brindar apoyo en el servicio de Courier al área de recepción y asesoría legal
* Reportar única e inmediatamente a administración de cualquier incidente con los clientes
* Apoyar en las actividades de compra menores que se requieran con urgencia previa coordinación con el área logística
* Plantear ideas de mejora para la optimización de sus funciones
* Mantener su unidad de entregas (Motocicleta) limpia
* Realizar requerimiento semanal de EPP necesarias para el desarrollo de sus funciones
* Otras funciones afines a su cargo que le sean asignadas por su jefe inmediato
* Cumplir con las capacitaciones asignadas por la empresa.
* Cumplir con los requisitos sanitarios de calidad, seguridad y salud ocupacional, ambientales, de responsabilidad social y legales aplicables, así como las políticas y procedimientos establecidos por la empresa y que son aplicables al puesto, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio.
  + 1. **Descripción de los principales procesos administrativos:**

**Jefe administrativo:**

* I**dentificar procesos de mejora de manera oportuna, optimizando resultados:**

Mapeo de los distintos procesos que se llevan a cabo en la empresa, para trabajar en la mejora continua de los mismos, tratando de ahorrar costes de recursos y tiempo invertido, Ello para estandarizar estos nuevos lineamientos y aplicarlos en el futuro.

* **Responsable de la contratación de nuevo personal (Entrevistas e inducción):** Evaluará la parte técnica, las competencias y el perfil del evaluado para saber si encaja con los propósitos de la empresa.

**Recepcionista:**

* **Recibir a los clientes y brindar la información requerida:** Atenderá a las personas que se apersone al local, absolviendo cualquier duda, que estos puedan tener. Debe cumplir con las normas de salubridad impartidas por el gobierno, Asimismo, impulsar la venta siempre con un trato cordial.

* **Informar a los clientes los resultados previa coordinación con logística:** Una vez listos los resultados, puede comunicarnos por teléfono si el cliente así lo desea.

**Auxiliar de limpieza:**

* **Mantener limpios y ordenados los espacios de trabajo**: Al iniciar su jornada debe mantener lo más limpio posible todos los ambientes de la organización

* **Realizar proceso de desinfección en todo el local al cierre del mismo, con amonio cuaternario (a gas para los muebles y en líquido para los pisos):** Una hora antes del término de sus funciones, debe realizar la desinfección de todos los espacios utilizados por el personal y los clientes, evitando la propagación de la COVID-19 y sus variantes.

**Jefe Logistico:**

* **Asegurar la disponibilidad de productos**, control de stock y pedidos: Deberá mantener el stock necesario de todos los materiales utilizados en oficina, así como la proyección mensual de los kit’s consumidos por los clientes

* **Medir, controlar y regularizar los objetivos e indicadores alcanzado las metas propuestas:** Realizar los KPI’s del área para asegurarse que se llega al objetivo, de tal m manera que pueda realizar un plan estratégico para la mejora de los procesos, caso contrario un plan de cómo mejorar aquello en lo que se está fallado, encontrando la oportunidad de mejora de manera rápida.

.

**Analista de importaciones:**

* **Realizar la operación de importación en forma óptima y utilizando de la manera más eficiente los recursos involucrados:** Deberá hacer uso de todos los recursos que faciliten su gestión

* **Evaluar constantemente a los proveedores y registrar las incidencias presentadas en cada operación:** Debe registrar la gestión correspondiente a los proveedores, indicando con una puntuación numérica calidad de productos, tiempo de entrega, calidad del servicio, compromiso, rango de precios y variaciones. Otros aspectos que debe tomar en cuenta: reputación, localización y certificaciones con las que cuente el proveedor.

**Almacenero:**

* **Preparación de kit por cliente para entregar al motorizado:** Deberá armar la presentación del Kit para la muestra de uñas de cada paciente, colocando los materiales y un pequeño instructivo.

* **Alimentación del kardex de entradas y salidas de kits, insumos y materiales de oficina**: Deberá mantener un orden sobre los movimientos de materiales de almacén para que pueda generar sus reportes, requerimientos, entre otros, a su jefe directo.

**Motorizados:**

* **Entregar a domicilio los kit's para la toma de muestras de los clientes:** Encargado de hacer llegar el producto al cliente, cobrar y remitir el cargo de entrega y boucher de pago al área logística

* **Realizar requerimiento semanal de EPP necesarias para el desarrollo de sus funciones:** En caso requiera renovación de EPP antes del tiempo previsto, deberá solicitar al área logística lo necesario para el cumplimiento de sus funciones
  1. **Requerimientos de administración.**

**6.2.1 Requerimientos de mano de obra administrativa.**

Para el desarrollo de las funciones administrativas, contaremos con la siguiente mano de obra en planilla según sus costos laborales:

**Área Administrativa:**

Tabla

Descripción generada automáticamenteTabla

Descripción generada automáticamente

**Gerencia de Logística:**

Tabla

Descripción generada automáticamenteTabla

Descripción generada automáticamente

Tabla

Descripción generada automáticamenteTabla

Descripción generada automáticamente

**6.2.2. Selección, determinación y cuantificación de las máquinas, equipos, mobiliario, equipos de cómputo y otros activos fijos.**

La recepcionista contará con un mostrador (S/2000), escritorio (S/470), silla (120) equipo de cómputo (S/1600), impresora (S/1400) y equipo móvil (S/480) con línea corporativa (S/65) y hará uso del internet de le empresa para el desarrollo de sus funciones.

El jefe administrativo contará con un escritorio (S/470), silla (120), laptop (S/2900), equipo móvil (S/480) con línea corporativa (S/65)y hará uso del internet de la empresa.

**6.2.3 Determinación de materiales directos e indirectos.**

En el ejercicio diario, se estima el siguiente requerimiento mensual de materiales directos:

Papel bond (millar de hojas)

Lapiceros (6 unidades)

Tinta para impresora color negro (1 cartucho)

En el caso de materiales indirectos, se requerirán mensualmente:

Alcohol en gel (2 frascos de 1 litro)

Mascarillas (1 paquete de 100 unidades)

Papel higiénico (paquete de 6 unidades)

Jabón líquido (1 frasco de 1 litro)

Limpiador de piso (1 frasco de medio litro)

Paños de limpieza (paquete de 6 unidades)

Líquido limpiador para el baño (frasco de 1 litro)

* + 1. **Requerimiento de servicios básicos.**

Los servicios básicos para el área administrativa son el agua, electricidad e internet.

Por otro lado, para complementar las funciones administrativas claves, se tercerizarán los siguientes servicios:

SERVICIO CONTABLE y LEGAL: Para a gestión contable y el asesoramiento legal se evaluaron tres proveedores, quedando una propuesta de S/ 1800.00

MARKETING DIGITAL: Para la gestión de redes y soporte a la web, se evaluaron 5 proveedores, elegimos la propuesta que nos ofreció un servicio completo con un monto de S/1800.00 mensuales.

CONSULTA MÉDICA: El servicio de atención al paciente mediante un Dr. especialista según el caso para la lectura de sus resultados y recomendaciones, que se acerque a demanda con una programación específica adaptada a su tiempo, si se trata de una programación virtual el costo será de S/50.00 por consulta y si tiene que acercarse personalmente será de S/70.00.

1. **ASPECTOS LEGALES**

**7.1 Personería jurídica**

Somos 7 socios que vamos a invertir en este proyecto para constituir una MYPE, nuestra conformación cumple los requisitos para ser una Sociedad Anónima Cerrada, tendremos una junta general de accionistas, así como una gerencia establecida.

El capital estará definido por los aportes de cada socio y las acciones serán registradas en el Registro de Matrícula de Acciones tal como lo requiere el Art. 92 de la Ley General de Sociedades.

**7.2. Trámites de reserva de nombre ante SUNARP.**

Ante la coyuntura de la pandemia las entidades públicas habilitaron medios digitales para disminuir la cantidad de trámites presenciales y agilizar los tiempos de respuesta en los diferentes procedimientos administrativos.

Con base en ello, realizamos el procedimiento de la siguiente manera: 

* Ingresamos a la web <https://pagalo.pe/>
* Creamos nuestro usuario llenando el formulario en ingresamos
* En el buscador de trámites seleccionamos a la entidad  **SUNARP**
* Seleccionamos el código ***04053- Reserva de denominación social***
* Llenamos el formulario con nuestros datos y agregamos el trámite al carrito de compras.
* Seleccionamos la opción pagar, elegimos el medio de pago, en nuestro caso pago con tarjeta VISA, ingresamos los datos de la tarjeta.
* Seleccionamos el botón **PAGAR S/22**

Luego de este procedimiento virtual procedimos con la reserva de nombre per sé, siguiendo el siguiente flujo:

* Ingresar a la web de SUNARP <https://enlinea.sunarp.gob.pe/>
* Acceder a la publicidad registral en linea con un usuario previamente creado <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces>
* Ingresar al link  ***Reserva de nombre***
* Llenar el 1er formulario con las cinco opciones de Razón social, nuestras opciones fueron:

LAES S.A.C.

LAES PERÚ S.A.C.

DNA DIAGNÓSTICOS ESPECIALIZADOS S.A.C.

DIAGNOSTICOS ESPECIALIZADOS S.A.C.

DNA LAB PERU S.A.C.

* Luego ingresamos en otro formulario los datos de cada socio.
* Ingresamos también los datos del solicitante y del pago realizado virtualmente.
* Hacemos clic en Continuar, la entidad valida el pago y nos envía una confirmación de nuestra reserva.

**7.3. Constitución de la empresa**

Para desarrollar nuestra minuta consultamos con la empresa de asesoría legal y contable que cotizamos (CEPEFODES) la cual nos orientó de la siguiente manera:

Trámite de reserva de nombre On line ……S/22.00

Elaboración de la minuta…………………..S/50.00

Registro en Notaria……………………….S/250.00

Envío de la escritura pública a SUNARP para su registro oficial.

Asesoramiento para la creación del RUC

En adjunto se encuentra la minuta de constitución que creamos.

**7.4. Marco y normatividad legales de la empresa. - PYMES**

**7.4.1 Elección de regímenes laborales**

En cuanto al aspecto laboral, considerando que estamos en una MYPE, existen dos lineamientos en cuanto a beneficios para los colaboradores, según el tipo de empresa, si se trata de una micro – empresa (ventas brutas anuales no mayores de 150 UIT) o de una pequeña empresa (ventas brutas anuales no mayores de 1700 UIT).

**7.4.2 Elección de regímenes tributarios**

De los regímenes tributarios vigentes, nos conviene estar aún en el RMT ya que debido a la naturaleza de operaciones de un laboratorio clínico, se necesita equipamiento y personal suficiente por lo que contar con limitantes en los activos fijos y en el número de trabajadores, nos causaría complicación estar en el RER, por otro lado al iniciar nuestras operaciones nuestros primeros años serán de crecimiento por lo que es mejor tener la opción de poder manejar una menor tasa de porcentaje en el pago de nuestra declaración anual.

1. **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO: PRESUPUESTO DE CAPITAL**
   1. **Inversión en Activos Fijos Tangibles.**

Hemos seleccionado los siguientes activos fijos tangibles dando mucha importancia tanto a la experiencia como a la seguridad que tendrán nuestros clientes en nuestro local.

Para un mejor desarrollo del personal, colocamos equipos como laptops y computadoras de escritorio para optimizar su desempeño, además de equipos celulares destinados a algunos miembros de la empresa para una mejor coordinación de labores.

La adecuación del local incluye las separaciones que se harán para crear espacios de trabajo, consulta y coworking.

Otros gastos preoperativos son: archivadores de documentos, paquetes de papel bond, aromatizantes en aerosol, dispensador de papel, dispensador de jabón, extintores y focos.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ACTIVO FIJO TANGIBLE | Soles | Dólares | Euros | Toda la inversión convertida a Soles | TASA DE DEPRECIACION ANUAL | DEP ANUAL | DEP MENSUAL |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Laptops | **6,750.00** |  |  | **6,750.00** | **25%** | **1,687.50** | **140.63** |
| PC | **7,600.00** |  |  | **7,600.00** | **25%** | **1,900.00** | **158.33** |
| Impresora | **2,116.00** |  |  | **2,116.00** | **25%** | **529.00** | **44.08** |
| Cartuchos de impresora | **909.60** |  |  | **909.60** | **10%** | **90.96** | **7.58** |
| Aire acondicionado | **3,182.00** |  |  | **3,182.00** | **10%** | **318.20** | **26.52** |
| TV recepción | **2,499.00** |  |  | **2,499.00** | **25%** | **624.75** | **52.06** |
| Butacas de recepción | **598.00** |  |  | **598.00** | **10%** | **59.80** | **4.98** |
| Banco de recepción | **509.00** |  |  | **509.00** | **10%** | **50.90** | **4.24** |
| Escritorios | **1,497.00** |  |  | **1,497.00** | **10%** | **149.70** | **12.48** |
| Sillas de oficina | **897.00** |  |  | **897.00** | **10%** | **89.70** | **7.48** |
| Sillas invitadas | **995.00** |  |  | **995.00** | **10%** | **99.50** | **8.29** |
| Estante | **249.00** |  |  | **249.00** | **10%** | **24.90** | **2.08** |
| Mostrador de recepción | **2,332.00** |  |  | **2,332.00** | **10%** | **233.20** | **19.43** |
| Racks de almacén | **15,900.00** |  |  | **15,900.00** | **10%** | **1,590.00** | **132.50** |
| Equipos Celulares | **1,440.00** |  |  | **1,440.00** | **25%** | **360.00** | **30.00** |
| Cámaras de seguridad | **570.00** |  |  | **570.00** | **10%** | **57.00** | **4.75** |
| Adecuación del local | **10,000.00** |  |  | **10,000.00** | **5%** | **500.00** | **41.67** |
| Otros equipos de cómputo | **485.12** |  |  | **485.12** | **10%** | **48.51** | **4.04** |
| Otros Gastos Pre Operativos | **4,355.00** |  |  | **4,355.00** | **10%** | **435.50** | **36.29** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **TOTAL A.F.T.** |  | **62,883.72** | **TOTAL, DEPRECIACIÓN** | **8,849.12** | **737.43** |

* 1. **Inversión en Activos Fijos Intangibles**

Hemos considerado adquirir una patente de marca para nuestra idea de negocio ya que la consideramos innovadora para el mercado peruano.

Además, la constitución de la empresa, el diseño gráfico y de una página web es de suma importancia para nosotros debido a la llegada que queremos tener y la información que queremos compartir con nuestros clientes y potenciales clientes.

Para ello, haremos una campaña de lanzamiento para enseñar y explicar a detalle nuestra idea de negocio a nuestro público objetivo.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ACTIVO FIJO INTANGIBLE |  |  |  |  | TASA DE AMORTIZACIÓN | AMORTIZACIÓN ANUAL | AMORTIZACIÓN MENSUAL |
|  | **Soles** | **Dólares** | **Euros** | **Toda la inversión convertida a Soles** |  |  |  |
| Patente de marca | **535.00** |  |  | **535.00** | **10%** | **53.50** | **4.46** |
| Constitución de la empresa | **336.50** |  |  | **336.50** | **10%** | **33.65** | **2.80** |
| Diseño gráfico | **800.00** |  |  | **800.00** | **10%** |  |  |
| Diseño página web | **1,400.00** |  |  | **1,400.00** | **10%** | **140.00** | **11.67** |
| Campaña de lanzamiento | **3,150.00** |  |  | **3,150.00** | **10%** | **315.00** | **26.25** |
|  |  | **TOTAL A.F.I.** |  | **6,221.50** | **TOTAL, AMORTIZACIÓN** | **542.15** | **45.18** |

* 1. **Inversión en Capital de trabajo**

En este proyecto el capital de trabajo inicial se calculó como un porcentaje del activo fijo tangible más el activo fijo intangible.

Este es un cálculo preliminar porque después lo ajustaremos a los tres primeros meses de gastos operativos más los gastos administrativos del primer año de funcionamiento (2023).

* + 1. **Determinación del capital de trabajo inicial para comenzar el negocio**

Se calculó el 15 % del total del Activo Fijo Tangible + Activo Fijo Intangible. Luego ajustamos este monto utilizando el método de déficit acumulado para determinar la inversión en capital de trabajo inicial.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 15% | TOTAL C.T.I. | 8.3 DEL ÍNDICE | 10,365.78 |

* 1. **Resumen de Inversiones**

|  |  |
| --- | --- |
| RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE CAPITAL | SOLES |
| ACTIVO FIJO TANGIBLE | **62,883.72** |
| ACTIVO FIJO INTANGIBLE | **6,221.50** |
| CAPITAL DE TRABAJO INICIAL | **10,365.78** |
| TOTAL | **79,471.00** |

* 1. **Elección del financiamiento o de las fuentes de fondos que financiarán el proyecto**

El proyecto será financiado en un 60% por los socios y en un 40% por COFIDE. El monto que le corresponde del total del financiamiento a los socios es de S/.47,682.60 y a COFIDE le corresponde S/.31,788.40 lo que genera una inversión total de S/.79,471.00. La tasa de interés que otorga COFIDE a las pequeñas empresas como nosotros, teniendo en cuenta el monto que solicitamos, es de 17.20% anual que nos generaría cuotas mensuales de S/.772.64

* 1. **Estructura de financiamiento**

Los 7 socios tienen una tasa de rendimiento esperada de % 26.3929, la cual se obtuvo al calcular el promedio ponderado del COK de cada socio según la mejor rentabilidad que obtenían del origen de su inversión lo que dio como resultado % 8.28571.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A | B | | C | D | E | F |
| SOCIO | **CONTRIBUCIÓN INDIVIDUAL** | | **PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN** | **ORIGEN DE INVERSIÓN** | **COK INDIVIDUAL** | **COK PROMEDIO PONDERADO** |
| HEROS PACIFICO, MARTHA |  | **6,811.80** | **14.286%** | **ACCIONES** | **10.0000%** | **1.429%** |
| MANRIQUE CANALES, SANDRA |  | **6,811.80** | **14.286%** | **BONOS** | **8.0000%** | **1.143%** |
| MARTOS TORRES, SARAH |  | **6,811.80** | **14.286%** | **NEGOCIO FAMILIAR** | **7.0000%** | **1.000%** |
| MENDIOLA SOTOMAYOR, MARTHA |  | **6,811.80** | **14.286%** | **ACCIONES** | **10.0000%** | **1.429%** |
| RIOS SANTILLÁN, CARLOS |  | **6,811.80** | **14.286%** | **NEGOCIO FAMILIAR** | **7.0000%** | **1.000%** |
| RODRIGUEZ OSCANOA, CARLOS |  | **6,811.80** | **14.286%** | **STARTUP** | **10.0000%** | **1.429%** |
| SANCHEZ RIVERA, LUIS |  | **6,811.80** | **14.286%** | **FONDO MUTUO** | **6.0000%** | **0.857%** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| CAPITAL BUDGET | **47,682.60** | | **100.000%** |  |  | **8.28571%** |

El sector de salud especializada presenta en promedio un crecimiento del 44.50% para el 2021, al restarlo con la tasa COK promedio obtenemos % 36.2143, pero tomando una posición conservadora, sólo consideraremos el 50% de ello para obtener la TREMA esperada por los socios.

|  |  |
| --- | --- |
| PROMEDIO DE COSTO OPORTUNIDAD | 8.2857% |
| PRIMA DE RIESGO ESTIMADA | **18.1071%** |
| TREMA DEL PROYECTO | **26.3929%** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| APORTE DE SOCIOS | 60% | 47,682.60 |
| DEUDA (COFIDE) | **40%** | **31,788.40** |
| TOTAL | **100%** | **79,471.00** |

* 1. **Datos principales del financiamiento con la institución financiera elegida. Preparación del Cronograma de Pagos y cálculo de la Anualidad.**

COFIDE brinda una TEA del 30.10% la cual convertida a una tasa efectiva mensual es del 2.2170%, dicha conversión es hecha debido a que la frecuencia de pago de la entidad es mensual con un total de 60 cuotas. Con dichos datos se pueda calcular el valor de cada anualidad la cuál es de S/. 808.57.

**Cálculo de la anualidad:**

|  |  |
| --- | --- |
| MONTO DEL PRÉSTAMO (VP) | 31,788.40 |
| TEA | **17.2000%** |
| TEM | **1.3314%** |
| FRECUENCIA DE PAGO | **MENSUAL** |
| NÚMERO DE CUOTAS | **60** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| A= | 31,788.40 | 31,788.40 | 772.64 | ANUALIDAD |
|  | **1.211251082** | **41.14274814** |  |  |
|  | **0.029440208** |  |  |  |

**Cronograma de pagos:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NÚMERO DE CUOTAS | SALDO DEL PRÉSTAMO | PAGO DE CAPITAL/AMORTIZACIÓN | PAGO DE INTERESES | ANUALIDAD |
| 1 | **31,788.40** | **349.41** | **423.23** | **772.64** |
| 2 | **31,438.99** | **354.06** | **418.57** | **772.64** |
| 3 | **31,084.93** | **358.78** | **413.86** | **772.64** |
| 4 | **30,726.15** | **363.55** | **409.08** | **772.64** |
| 5 | **30,362.59** | **368.39** | **404.24** | **772.64** |
| 6 | **29,994.20** | **373.30** | **399.34** | **772.64** |
| 7 | **29,620.90** | **378.27** | **394.37** | **772.64** |
| 8 | **29,242.63** | **383.31** | **389.33** | **772.64** |
| 9 | **28,859.33** | **388.41** | **384.23** | **772.64** |
| 10 | **28,470.92** | **393.58** | **379.06** | **772.64** |
| 11 | **28,077.34** | **398.82** | **373.82** | **772.64** |
| 12 | **27,678.52** | **404.13** | **368.51** | **772.64** |
| 13 | **27,274.39** | **409.51** | **363.13** | **772.64** |
| 14 | **26,864.88** | **414.96** | **357.67** | **772.64** |
| 15 | **26,449.91** | **420.49** | **352.15** | **772.64** |
| 16 | **26,029.43** | **426.09** | **346.55** | **772.64** |
| 17 | **25,603.34** | **431.76** | **340.88** | **772.64** |
| 18 | **25,171.58** | **437.51** | **335.13** | **772.64** |
| 19 | **24,734.08** | **443.33** | **329.31** | **772.64** |
| 20 | **24,290.74** | **449.23** | **323.40** | **772.64** |
| 21 | **23,841.51** | **455.22** | **317.42** | **772.64** |
| 22 | **23,386.29** | **461.28** | **311.36** | **772.64** |
| 23 | **22,925.02** | **467.42** | **305.22** | **772.64** |
| 24 | **22,457.60** | **473.64** | **299.00** | **772.64** |
| 25 | **21,983.96** | **479.95** | **292.69** | **772.64** |
| 26 | **21,504.02** | **486.34** | **286.30** | **772.64** |
| 27 | **21,017.68** | **492.81** | **279.83** | **772.64** |
| 28 | **20,524.87** | **499.37** | **273.26** | **772.64** |
| 29 | **20,025.50** | **506.02** | **266.62** | **772.64** |
| 30 | **19,519.48** | **512.76** | **259.88** | **772.64** |
| 31 | **19,006.72** | **519.58** | **253.05** | **772.64** |
| 32 | **18,487.13** | **526.50** | **246.13** | **772.64** |
| 33 | **17,960.63** | **533.51** | **239.12** | **772.64** |
| 34 | **17,427.12** | **540.62** | **232.02** | **772.64** |
| 35 | **16,886.50** | **547.81** | **224.82** | **772.64** |
| 36 | **16,338.69** | **555.11** | **217.53** | **772.64** |
| 37 | **15,783.58** | **562.50** | **210.14** | **772.64** |
| 38 | **15,221.09** | **569.99** | **202.65** | **772.64** |
| 39 | **14,651.10** | **577.57** | **195.06** | **772.64** |
| 40 | **14,073.53** | **585.26** | **187.37** | **772.64** |
| 41 | **13,488.26** | **593.06** | **179.58** | **772.64** |
| 42 | **12,895.21** | **600.95** | **171.68** | **772.64** |
| 43 | **12,294.25** | **608.95** | **163.68** | **772.64** |
| 44 | **11,685.30** | **617.06** | **155.58** | **772.64** |
| 45 | **11,068.24** | **625.28** | **147.36** | **772.64** |
| 46 | **10,442.96** | **633.60** | **139.04** | **772.64** |
| 47 | **9,809.36** | **642.04** | **130.60** | **772.64** |
| 48 | **9,167.32** | **650.58** | **122.05** | **772.64** |
| 49 | **8,516.74** | **659.25** | **113.39** | **772.64** |
| 50 | **7,857.49** | **668.02** | **104.61** | **772.64** |
| 51 | **7,189.47** | **676.92** | **95.72** | **772.64** |
| 52 | **6,512.55** | **685.93** | **86.71** | **772.64** |
| 53 | **5,826.62** | **695.06** | **77.57** | **772.64** |
| 54 | **5,131.56** | **704.32** | **68.32** | **772.64** |
| 55 | **4,427.24** | **713.69** | **58.94** | **772.64** |
| 56 | **3,713.55** | **723.20** | **49.44** | **772.64** |
| 57 | **2,990.36** | **732.82** | **39.81** | **772.64** |
| 58 | **2,257.53** | **742.58** | **30.06** | **772.64** |
| 59 | **1,514.95** | **752.47** | **20.17** | **772.64** |
| 60 | **762.49** | **762.49** | **10.15** | **772.64** |

1. **INGRESOS Y GASTOS.**

**9.1. Supuestos macroeconómicos y consideraciones generales para ingresos y gastos.**

Para hallar los supuestos macroeconómicos hemos tenido en cuenta el análisis económico al inicio del proyecto para calcular en cuánto podría incrementar el PBI del país en el año 2, 3, 4 y 5 de funcionamiento de la empresa, además de cuánto variará la inflación en dichos años teniendo como base de cálculo las variaciones de la canasta básica familiar en los últimos años y con ello tener en cuenta en cuanto podrían subir nuestros precios.

Con respecto al Market share, consideramos que nuestra idea de negocio tiene muy buenas barreras de entrada las cuáles nos permitirán año tras año obtener una mayor participación de mercado.

**9.2. Presupuestos de ingresos a 1 año y proyectado a 4 años más.**

**9.2.1. Ingresos por ventas**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Presupuesto de Ventas en Unidades | | Enero | febrero | marzo | abril | mayo |
| S. ONCOLÓGICO | **CANTIDAD** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** |
| S. ENDOCRINO | **CANTIDAD** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** |
| S. IMPORTACIÓN | **CANTIDAD** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PRECIO VENTA S. ONCOLÓGICO | | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** |
| PRECIO VENTA S. ENDOCRINO | | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** |
| PRECIO VENTA S. IMPORTACIÓN | | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Presupuesto de Ventas en ingresos | | **SOLES** |  |  |  |  |
| S. ONCOLÓGICO | | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** |
| S. ENDOCRINO | | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** |
| S. IMPORTACIÓN | | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| junio | julio | agosto | setiembre | octubre | noviembre | diciembre | TOTAL |
| 24.00 | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **288** |
| 32.00 | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **384** |
| 15.00 | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **180** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2,048.50 | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** | **2,048.50** |
| 1,311.00 | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** | **1,311.00** |
| 783.33 | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** | **783.33** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 49,159.90 | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **49,159.90** | **589,918.84** |
| 41,951.61 | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **41,951.61** | **503,419.28** |
| 11,751.80 | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **11,751.80** | **141,021.62** |
|  |  |  |  |  |  |  | **1,234,359.74** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Presupuesto de Ventas en Unidades | | TOTAL VENTAS AL MES | TOTAL VENTAS ANUALES PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO |
| S. ONCOLÓGICO | **UNIDADES** | **24.00** | **288** |
| S. ENDOCRINO | **UNIDADES** | **32.00** | **384** |
| S. IMPORTACIÓN | **UNIDADES** | **15.00** | **180** |
|  |  |  |  |
| Presupuesto de Ventas en ingresos | | **SOLES AL MES** | **SOLES AL AÑO** |
| S. ONCOLÓGICO | **Soles** | **49,159.90** | **589,918.84** |
| S. ENDOCRINO | **Soles** | **41,951.61** | **503,419.28** |
| S. IMPORTACIÓN | **Soles** | **11,751.80** | **141,021.62** |
|  | **TOTAL** | **102,863.31** | **1,234,359.74** |

**9.3. Presupuestos de egresos a 1 año y proyectado a 4 años más.**

**9.3.1. Presupuesto de Costos de Producción o Presupuesto de Costo de Ventas**

Para realizar el servicio de análisis genético endocrino y oncológico, se utilizarán los insumos mostrados a continuación para obtener la muestra de uñas, almacenarlas e identificarlas con claridad.

A ello se le añade los costos generados por el especialista endocrino u oncológico para la interpretación de los resultados a nuestros clientes obtenidos con el laboratorio aliado el cual también genera un costo según el análisis genético solicitado.

Con respecto al servicio de importación, este no genera costos variables de venta debido a que es tramitado por una persona en específico en la empresa que vendría a ser el Analista de Importaciones que está dentro de nuestra planilla cuyo gasto administrativo esta detallo en el Presupuesto de Gastos Administrativos para el primer año de funcionamiento.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Costos | Cantidad | Unidad de medida | Precio en soles | | Total, en soles |
|  |  |  | **SOLES** | **UNIDADES** |  |
| Sobres | **1** | **unidad** | **25** | **por cada 100 sobres** | **0.25** |
| Cortauñas | **1** | **unidad** | **100** | **por cada 100 cortauñas** | **1.00** |
| Stickers | **1** | **unidad** | **25** | **por cada 500 stickers** | **0.05** |
| Frascos de muestra | **1** | **unidad** | **2.5** | **por cada frasco** | **2.50** |
| Interpretación de resultados | **1** | **servicio** | **100** | **por interpretación** | **100.00** |
| Laboratorio | **1** | **muestra** | **700** | **por cada muestra** | **700.00** |
|  |  |  |  | **S/.** | **803.80** |
|  | **Costo por brindar el servicio endocrino** |  | **servicio endocrino en soles** |  |  |
|  | **803.80** |  | **803.80** |  |  |
| Brindar el servicio oncológico es un poco más caro, solo varía el costo por la muestra en laboratorio | **Costo de brindar el servicio oncológico** |  | **Costo de brindar el servicio oncológico** |  |  |
| Costos | **Costo laboratorio** |  |  |  |  |
| 103.80 | **1,200.00** |  | **1,303.80** |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Presupuesto de Costos de Ventas (Unidades a vender según Presupuesto de Ventas en Unidades) | | Enero | febrero | marzo | abril | mayo | | junio | |
| S. ONCOLÓGICO | **UNIDADES** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | |
| S. ENDOCRINO | **UNIDADES** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | |
| S. IMPORTACIÓN | **UNIDADES** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  | |
| COSTO DE VENTAS DEL S. ONCOLOGICO | | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | | **1,303.80** | |
| COSTO DE VENTAS DEL S. ENDOCRINO | | **803.80** | **803.80** | **803.80** | **803.80** | **803.80** | | **803.80** | |
| COSTO DE VENTAS S. IMPORTACIÓN | | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | | **0.00** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  | |
| Presupuesto de Egresos por Costos de Producción | |  |  |  |  |  | |  | |
| S. ONCOLÓGICO |  | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | |
| S. ENDOCRINO |  | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | |
| S. IMPORTACIÓN |  | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| julio | agosto | setiembre | octubre | noviembre | diciembre | TOTAL |
| 24.00 | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **24.00** | **287.98** |
| 32.00 | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **32.00** | **384.00** |
| 15.00 | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **15.00** | **180.03** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 1,303.80 | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** | **1,303.80** |
| 803.80 | **803.80** | **803.80** | **803.80** | **803.80** | **803.80** | **803.80** |
| 0.00 | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | **0** |
| 31,288.59 | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **31,288.59** | **375,463.11** |
| 25,721.36 | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **25,721.36** | **308,656.31** |
| 0.00 | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** | **0.00** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Presupuesto de Costos de Venta en Unidades | | TOTAL, SERVICIOS A BRINDAR EL PRIMER MES DE FUNCIONAMIENTO | TOTAL, SERVICIOS A BRINDAR EL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO |
| S. ONCOLÓGICO | **UNIDADES** | **24.00** | **288** | |
| S. ENDOCRINO | **UNIDADES** | **32.00** | **384** | |
| S. IMPORTACIÓN | **UNIDADES** | **15.00** | **180** | |
|  |  |  |  | |
| Presupuesto de Costos de Venta en soles | | **TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN PRIMER MES DE FUNCIONAMIENTO** | **TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO** |
| S. ONCOLÓGICO | **Soles** | **31,288.59** | **375,463.11** | |
| S. ENDOCRINO | **Soles** | **25,721.36** | **308,656.31** | |
| S. IMPORTACIÓN | **Soles** | **0.00** | **0.00** | |
|  | **TOTAL** | **57,009.95** | **684,119.42** | |

**9.3.2. Presupuestos de Gastos Operativos y Gastos Administrativos a 1 año y proyectado a 4 años**

Nuestros gastos operativos están contemplados en la planilla de la empresa, generando el siguiente resultado:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS PARA EL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO (2023) | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **soles** | **dólares** | **EQUIV.SOLES** |  |  |  |  |
|  |  |  | **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** |
| Luz | **1,008.17** |  | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** |
| Útiles de oficina | **200.00** |  | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **200.00** |
| Seguridad Privada | **1,000.00** |  | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** |
| Agua | **82.25** |  | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **82.25** |
| Cable, telefonía fija e internet | **157.90** |  | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **157.90** |
| Mantenimiento de equipos | **83.33** |  | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **83.33** |
| Asesoría Contable | **1,800.00** |  | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** |
| Alquiler de oficina | **10,100.00** |  | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** |
| Combustible | **942.00** |  | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **942.00** |
| Asesoría legal | **1,200.00** |  | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** |
| Marketing digital | **1,500.00** |  | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** |
| Servicio de limpieza | **500.00** |  | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** |
| Gastos operativos varios | **500.00** |  | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** |
| TOTAL, GASTOS OPERATIVOS (COSTOS FIJOS) SIN DEPRECIACIÓN NI AMORTIZACIÓN | | | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** |
|  |  |  |  | **-** |  |  |  |
| DEPRECIACIÓN |  |  | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **737.43** |
| AMORTIZACIÓN |  |  | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **45.18** |
|  |  |  |  | **-** |  |  |  |
| TOTAL GASTOS OPERATIVOS (COSTOS FIJOS) CON DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS FIJOS PARA PUNTO DE EQUILIBRIO | | | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | ANUAL |
| 1,008.17 | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **1,008.17** | **12,097.99** |
| 200.00 | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **200.00** | **2,400.00** |
| 1,000.00 | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **1,000.00** | **12,000.00** |
| 82.25 | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **82.25** | **987.00** |
| 157.90 | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **157.90** | **1,894.80** |
| 83.33 | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **83.33** | **1,000.00** |
| 1,800.00 | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **1,800.00** | **21,600.00** |
| 10,100.00 | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **10,100.00** | **121,200.00** |
| 942.00 | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **942.00** | **11,304.00** |
| 1,200.00 | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **14,400.00** |
| 1,500.00 | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **1,500.00** | **18,000.00** |
| 500.00 | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **6,000.00** |
| 500.00 | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **500.00** | **6,000.00** |
| 19,073.65 | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **19,073.65** | **228,883.79** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 737.43 | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **737.43** | **8,849.12** |
| 45.18 | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **45.18** | **542.15** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19,856.25 | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **19,856.25** | **238,275.06** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Cargo Funcional | Cantidad | Sueldo Fijo | Sueldo Fijo Mensual |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **ENERO** | **FEBRERO** | **MARZO** | **ABRIL** | **MAYO** | **JUNIO** |
| Jefe Administrativo | **1.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** |
| Jefe de Logística | **1.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** |
| Recepcionista | **1.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** |
| Motorizado | **1.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** |
| Analista de importaciones | **1.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** |
| Almacenero | **1.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** |
| SUB-TOTAL | **6.00** |  | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** |
|  |  |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Gratificación julio |  | **SEGÚN LEGISLACIÓN PYME** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** |
| Gratifica. diciembre |  | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** |
| CTS |  | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** |
| ESSALUD/SIS | **60.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** |
| Vacaciones |  | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** |
|  |  |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL Y PRIMER AÑO | | | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | TOTAL ANUAL |
| 2,500.00 | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **2,500.00** | **30,000.00** |
| 2,100.00 | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **2,100.00** | **25,200.00** |
| 1,200.00 | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **14,400.00** |
| 930.00 | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **930.00** | **11,160.00** |
| 1,900.00 | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **1,900.00** | **22,800.00** |
| 1,200.00 | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **1,200.00** | **14,400.00** |
| 9,830.00 | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **9,830.00** | **117,960.00** |
| - | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 409.58 | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **4,915.00** |
| 409.58 | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **4,915.00** |
| 409.58 | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **4,915.00** |
| 180.00 | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **180.00** | **2,160.00** |
| 409.58 | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **409.58** | **4,915.00** |
| - | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 11,648.33 | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **11,648.33** | **139,780.00** |

**9.3.3. Cálculo del Punto de Equilibrio.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | AÑOS DEL PROYECTO | | | | | | | | |
| MATRIZ DE SUPUESTOS MACROECONÓMICOS O MATRIZ DE VARIACIÓN DE FACTORES PARA CADA ESCENARIO: EN ESTE CASO SE TRATA DEL ESCENARIO REAL. AFECTA A LOS INGRESOS Y A LOS COSTOS DE VENTAS Y/O PRODUCCIÓN | | | | **EL AÑO 2023 ES EL 1er AÑO DE FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO. NO HAY VARIACIÓN. SE MANTIENE IGUAL TODO EL AÑO.** | **2** | | **3** | | **4** | | **5** |
| SUPUESTOS EN LOS QUE SE BASA CADA ESCENARIO | | | | **2023** | **2024** | | **2025** | | **2026** | | **2027** |
| Tasa de crecimiento de las unidades a vender según el ……….PBI | | | | **NO HAY CAMBIO** | **2.45%** | | **2.45%** | | **2.45%** | | **2.45%** |
| Factor de crecimiento de las unidades a vender según PBI | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.0245** | | **1.0245** | | **1.0245** | | **1.0245** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecicimiento de participación de mercado (MARKET SHARE) | | | | **NO HAY CAMBIO** | **0.70%** | | **0.80%** | | **0.90%** | | **1.00%** |
| Factor de crecimiento de participación de mercado (Market Share) | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.007** | | **1.008** | | **1.009** | | **1.010** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecimiento según encuestas del ……………...PRECIO DE VENTA | | | | **NO HAY CAMBIO** | **3.00%** | | **3.50%** | | **3.50%** | | **3.25%** |
| Factor de crecimiento del Precio de Venta | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.03** | | **1.035** | | **1.035** | | **1.0325** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecimiento de los costos de producción según la INFLACIÒN | | | | **NO HAY CAMBIO** | **3.20%** | | **3.25%** | | **3.20%** | | **3.10%** |
| Factor de crecimiento de los Costos de Producción | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.0320** | | **1.0325** | | **1.0320** | | **1.0310** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRESUPUESTO DE INGRESOS EN SOLES POR VENTAS AÑO 2023 Y PROYECTADO AL 2027 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| SERVICIO ONCOLÓGICO | **589,918.84** | **626,860.52** | **670,013.83** | **716,848.28** | **765,862.21** |
| SERVICIO ENDOCRINO | **503,419.28** | **534,944.22** | **571,769.98** | **611,737.11** | **653,564.15** |
| SERVICIO DE IMPORTACIÓN | **141,021.62** | **149,852.63** | **160,168.53** | **171,364.43** | **183,081.34** |
| TOTAL, INGRESOS POR VENTAS | **1,234,359.74** | **1,311,657.37** | **1,401,952.34** | **1,499,949.81** | **1,602,507.70** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN EN SOLES AÑO 2022 Y PROYECTADO AL 2026 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| TOTAL, COSTO VENTAS SERVICIO ONCOLÓGICO | **375,463.11** | **399,749.94** | **426,236.81** | **454,709.24** | **485,093.87** |
| TOTAL, COSTO VENTAS SERVICIO ENDOCRINO | **308,656.31** | **328,621.74** | **350,395.76** | **373,802.04** | **398,780.27** |
| TOTAL, COSTO DE VENTAS SERVICIO DE IMPORTACIÓN | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| TOTAL, GENERAL COSTO DE PRODUCCIÓN | **684,119.42** | **728,371.67** | **776,632.57** | **828,511.28** | **883,874.14** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS AÑO 2023 PROYECTADO AL 2027 | | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Luz |  |  | **12,097.99** | **12,515.37** | **12,947.15** | **13,393.82** | **13,855.91** |
| Útiles de oficina |  |  | **2,400.00** | **2,424.00** | **2,448.24** | **2,472.72** | **2,497.45** |
| Seguridad Privada |  |  | **12,000.00** | **12,000.00** | **12,480.00** | **12,979.20** | **13,498.37** |
| Agua |  |  | **987.00** | **987.00** | **1,010.69** | **1,034.94** | **1,059.78** |
| Cable, telefonía fija e internet |  |  | **1,894.80** | **1,961.12** | **2,029.76** | **2,100.80** | **2,174.33** |
| Mantenimiento de equipos |  |  | **1,000.00** | **1,050.00** | **1,102.50** | **1,157.63** | **1,215.51** |
| Asesoría Contable |  |  | **21,600.00** | **21,600.00** | **22,464.00** | **23,362.56** | **24,297.06** |
| Alquiler de oficina |  |  | **121,200.00** | **124,230.00** | **127,335.75** | **130,519.14** | **133,782.12** |
| Combustible |  |  | **11,304.00** | **11,937.02** | **12,605.50** | **12,605.50** | **13,311.41** |
| Asesoría legal |  |  | **14,400.00** | **14,400.00** | **14,832.00** | **15,276.96** | **15,735.27** |
| Marketing digital |  |  | **18,000.00** | **18,900.00** | **19,845.00** | **20,837.25** | **21,879.11** |
| Servicio de limpieza |  |  | **6,000.00** | **6,000.00** | **6,180.00** | **6,365.40** | **6,556.36** |
| Gastos operativos varios |  |  | **6,000.00** | **6,090.00** | **6,181.35** | **6,274.07** | **6,368.18** |
| TOTAL, GASTOS OPERATIVOS SIN DEPRECIACIÓN NI AMORTIZACIÓN | | | **228,883.79** | **234,094.51** | **241,461.93** | **248,380.00** | **256,230.86** |
|  |  |  | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| DEPRECIACIÓN |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| AMORTIZACIÓN |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| TOTAL, GASTOS OPERATIVOS CON D Y A | | | **238,275.06** | **243,485.78** | **250,853.20** | **257,771.27** | **265,622.13** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 2023 PROYECTADO AL 2027 | | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Jefe Administrativo |  |  | **30,000.00** | **30,000.00** | **31,800.00** | **31,800.00** | **33,708.00** |
| Jefe de Logística |  |  | **25,200.00** | **25,200.00** | **26,712.00** | **26,712.00** | **28,314.72** |
| Recepcionista |  |  | **14,400.00** | **14,400.00** | **14,976.00** | **14,976.00** | **15,575.04** |
| Motorizado |  |  | **11,160.00** | **11,160.00** | **11,383.20** | **11,383.20** | **11,610.86** |
| Analista de importaciones |  |  | **22,800.00** | **22,800.00** | **24,168.00** | **24,168.00** | **25,618.08** |
| SUB-TOTAL | | | **103,560.00** | **103,560.00** | **109,039.20** | **109,039.20** | **114,826.70** |
| Gratificación julio |  | **RÉGIMEN PYME** | **4,315.00** | **4,315.00** | **4,543.30** | **4,543.30** | **4,784.45** |
| Gratifica. diciembre |  | **4,315.00** | **4,315.00** | **4,543.30** | **4,543.30** | **4,784.45** |
| CTS |  | **4,315.00** | **4,315.00** | **4,543.30** | **4,543.30** | **4,784.45** |
| ESSALUD/SIS | **60.00** | **2,160.00** | **2,160.00** | **2,160.00** | **2,160.00** | **2,160.00** |
| Vacaciones |  | **4,315.00** | **4,315.00** | **4,543.30** | **4,543.30** | **4,784.45** |
| TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | **122,980.00** | **122,980.00** | **129,372.40** | **129,372.40** | **136,124.49** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Dado que la empresa vende 3 productos, esta es la mejor combinación que permite a la empresa llegar al Punto de Equilibrio. | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Precio de venta unitario** | **Costo variable unitario** | **Margen de Contribución** | **P.E. Mensual en unidades** | **P.E. anual en unidades** | **Costos Fijos** |
|  |  |  |  |  |  | **12** |  |
| SERVICIO ONCOLÓGICO | | **2,048.50** | **1,303.80** | **744.70** | **17.00** | **204.00** | **151,918.80** |
|  |  | **-** | **-** | **-** |  |  | **-** |
| SERVICIO ENDOCRINO | | **1,311.00** | **803.80** | **507.20** | **22.00** | **264.00** | **133,900.80** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| SERVICIO DE IMPORTACIÓN | | **783.33** | **-** | **783.33** | **10.00** | **120.00** | **94,000.00** |
|  |  | **-** | **-** | **-** |  |  | **-** |
|  |  |  |  | **TOTAL** | **49.00** | **588.00** | **379,819.60** |
|  |  |  |  |  |  | **TOTAL COSTOS FIJOS** | **375,574.31** |
|  |  |  |  |  |  |  | **4,245.29** |

1. **ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS Y SU ANÁLISIS PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN Y PROYECTADO A 5 AÑOS. EVALUACIÓN DEL ESCENARIO REAL: ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | AÑOS DEL PROYECTO | | | | | | | | |
| MATRIZ DE SUPUESTOS MACROECONÓMICOS O MATRIZ DE VARIACIÓN DE FACTORES PARA CADA ESCENARIO: EN ESTE CASO SE TRATA DEL ESCENARIO REAL. AFECTA A LOS INGRESOS Y A LOS COSTOS DE VENTAS Y/O PRODUCCIÓN | | | | **EL AÑO 2023 ES EL 1er AÑO DE FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO. NO HAY VARIACIÓN. SE MANTIENE IGUAL TODO EL AÑO.** | **2** | | **3** | | **4** | | **5** |
| SUPUESTOS EN LOS QUE SE BASA CADA ESCENARIO | | | | **2023** | **2024** | | **2025** | | **2026** | | **2027** |
| Tasa de crecimiento de las unidades a vender según el ……….PBI | | | | **NO HAY CAMBIO** | **2.45%** | | **2.45%** | | **2.45%** | | **2.45%** |
| Factor de crecimiento de las unidades a vender según PBI | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.0245** | | **1.0245** | | **1.0245** | | **1.0245** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecicimiento de participación de mercado (MARKET SHARE) | | | | **NO HAY CAMBIO** | **0.70%** | | **0.80%** | | **0.90%** | | **1.00%** |
| Factor de crecimiento de participación de mercado (Market Share) | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.007** | | **1.008** | | **1.009** | | **1.010** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecimiento según encuestas del ……………...PRECIO DE VENTA | | | | **NO HAY CAMBIO** | **3.00%** | | **3.50%** | | **3.50%** | | **3.25%** |
| Factor de crecimiento del Precio de Venta | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.03** | | **1.035** | | **1.035** | | **1.0325** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | | **2024** | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Tasa de crecimiento de los costos de producción según la INFLACIÒN | | | | **NO HAY CAMBIO** | **3.20%** | | **3.25%** | | **3.20%** | | **3.10%** |
| Factor de crecimiento de los Costos de Producción | | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.0320** | | **1.0325** | | **1.0320** | | **1.0310** |

**10.1. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado, correspondiente al Escenario Real - Análisis Económico, considerando solo el patrimonio de la empresa y la tasa TREMA considerada para el proyecto.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10.1 |  |  | Estado de Ganancias y Pérdidas en SOLES años 1 al 5 | | | | |  |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA - ESCENARIO REAL | | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |  |
| Año |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |  |
| Ingreso por Ventas |  |  | **1,234,359.74** | **1,311,657.37** | **1,401,952.34** | **1,499,949.81** | **1,602,507.70** |  |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | **728,371.67** | **776,632.57** | **828,511.28** | **883,874.14** |  |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | | **(OPERATIVOS + ADM)** | **351,863.79** | **357,074.51** | **370,834.33** | **377,752.40** | **392,355.35** |  |
| Depreciación | **ACTIVOS FIJOS TANGIBLES** | | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |  |
| Amortización | **ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES** | | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |  |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | **216,819.92** | **245,094.16** | **284,294.86** | **316,886.94** |  |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **0** |  |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **0** |  |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **188,985.26** | **216,819.92** | **245,094.16** | **284,294.86** | **316,886.94** |  |
| Impuesto a la renta |  | **1.000%** | **12,343.60** | **13,116.57** | **14,019.52** | **14,999.50** | **16,025.08** |  |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % o 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS/INGRESOS** | **176,641.66** | **203,703.35** | **231,074.64** | **269,295.36** | **300,861.86** |  |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |  |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |  |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |  |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |  |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **2022** | **186,032.94** | **213,094.62** | **240,465.91** | **278,686.64** | **310,253.13** |  |
| Inversión | | **- 79,471.00** |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |  |
| Flujo de Caja Económico Libre para el Accionista | | **- 79,471.00** | **186,032.94** | **213,094.62** | **240,465.91** | **278,686.64** | **310,253.13** | **1,228,533.24** |

**10.2.  Análisis de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable para el proyecto. (TREMA).**

Tal como vimos anteriormente, la tasa TREMA se obtuvo de la suma entre el promedio de costo y oportunidad de los socios y el 50% de la prima de riesgo calculada con el crecimiento del sector.

|  |  |
| --- | --- |
| Tasa TREMA | 26.3929% |

**10.3.  Determinación del flujo de caja descontado considerando la TREMA.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Flujos Descontados | | | | |
| 147,186.22 | **133,391.18** | **119,092.79** | **109,200.70** | **96,183.99** |

**10.4.  Cálculo, análisis e interpretación de las diferentes herramientas para valorizar proyectos: VAN, TIR, B/C (Relación beneficio-Costo) y el PRI (Período de recuperación de la inversión) – Evaluación Económica.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tasa TREMA | 26.3929% |  |  |  |  |  |  | |  | |
| VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO en soles S/ | **VANE** | **525,583.89** |  |  |  |  |  | |  | |
| TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA % | **TIRE** | **247.3935%** |  |  |  |  |  | |  | |
| RELACIÓN BENEFICIO - COSTO ECONÓMICO FACTOR | **B/CE** | **7.61** | **El accionista recupera cada sol invertido pero además el proyecto le rinde** | | | | | **6.61** | |  |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ECONÓMICO TIEMPO | **PRIE** |  | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** | |  | |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **Flujos Descontados** | | | | | | |  |
| 0 |  | **79,471.00** | **147,186.22** | **133,391.18** | **119,092.79** | **109,200.70** | **96,183.99** | | **605,054.89** | |
| 1 | **147,186.22** | **- 67,715.22** |  |  |  |  |  | | **- 79,471.00** | |
| 2 | **133,391.18** | **- 201,106.40** |  |  |  |  | **VAN** | | **525,583.89** | |
| 3 | **119,092.79** | **- 320,199.20** | **años** | **meses** | **días** |  |  | |  | |
| 4 | **109,200.70** | **- 429,399.90** | **0** | **6** | **14** |  |  | |  | |
| 5 | **96,183.99** | **- 525,583.89** |  | **6.479220752** | **14.37662257** |  |  | |  | |

**10.5.  Comentarios a la Evaluación Económica, (sin deuda).**

Si el proyecto es financiado exclusivamente por los socios se obtendrá un periodo de recuperación de la inversión de 6 meses y 14 días lo cual es un periodo corto de recuperación. El VANE es de S/525,583.89 lo cual es muy superior a 0 y cataloga al proyecto como rentable y satisfactorio para los accionistas.

Se puede observar que los accionistas generarían una ganancia de 6.61 centavos por cada sol que ellos coloquen en el proyecto. Por último, el TIRE es de 247.3935% y la TREMA es del 26.3929%, por lo tanto, el proyecto supera por mucho las expectativas de los accionistas.

Dicho diferencial entre la TREMA y el TIRE está representado en los S/525,583.89 soles del VANE.

**10.6.  Análisis de la deuda con el banco, calculando la anualidad y preparando el cronograma de pagos respectivo.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | Tasa anual | Anualidad = | 1.2112511 | 41.14274814 | | 772.64 |
| Tasa de interés efectiva del período |  | **1.3314%** |  | **1.33%** |  | **0.029440208** |  | | **VALOR DE CUOTA O ANUALIDAD** |
| Número de Cuotas: |  | **60** | **anuales** |  |  |  |  |  | |
| Importe del Préstamo: |  | **31,788.40** |  |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NÚMERO DE PAGOS | SALDO DE DEUDA | AMORTIZACIÓN DE CAPITAL | PAGO DE INTERESES | MÉTODO FRANCES - CUOTAS CONSTANTES (ANUALIDADES) |
|  |  |  |  |  |
| PERIODO | **DEUDA** | **AMORTIZACION DE CAPITAL** | **INTERES** | **CUOTA** |
|  |  |  |  |  |
| 1.00 | **31,788.40** | **349.41** | **423.23** | **772.64** |
| 2.00 | **31,438.99** | **354.06** | **418.57** | **772.64** |
| 3.00 | **31,084.93** | **358.78** | **413.86** | **772.64** |
| 4.00 | **30,726.15** | **363.55** | **409.08** | **772.64** |
| 5.00 | **30,362.59** | **368.39** | **404.24** | **772.64** |
| 6.00 | **29,994.20** | **373.30** | **399.34** | **772.64** |
| 7.00 | **29,620.90** | **378.27** | **394.37** | **772.64** |
| 8.00 | **29,242.63** | **383.31** | **389.33** | **772.64** |
| 9.00 | **28,859.33** | **388.41** | **384.23** | **772.64** |
| 10.00 | **28,470.92** | **393.58** | **379.06** | **772.64** |
| 11.00 | **28,077.34** | **398.82** | **373.82** | **772.64** |
| 12.00 | **27,678.52** | **404.13** | **368.51** | **772.64** |
| 13.00 | **27,274.39** | **409.51** | **363.13** | **772.64** |
| 14.00 | **26,864.88** | **414.96** | **357.67** | **772.64** |
| 15.00 | **26,449.91** | **420.49** | **352.15** | **772.64** |
| 16.00 | **26,029.43** | **426.09** | **346.55** | **772.64** |
| 17.00 | **25,603.34** | **431.76** | **340.88** | **772.64** |
| 18.00 | **25,171.58** | **437.51** | **335.13** | **772.64** |
| 19.00 | **24,734.08** | **443.33** | **329.31** | **772.64** |
| 20.00 | **24,290.74** | **449.23** | **323.40** | **772.64** |
| 21.00 | **23,841.51** | **455.22** | **317.42** | **772.64** |
| 22.00 | **23,386.29** | **461.28** | **311.36** | **772.64** |
| 23.00 | **22,925.02** | **467.42** | **305.22** | **772.64** |
| 24.00 | **22,457.60** | **473.64** | **299.00** | **772.64** |
| 25.00 | **21,983.96** | **479.95** | **292.69** | **772.64** |
| 26.00 | **21,504.02** | **486.34** | **286.30** | **772.64** |
| 27.00 | **21,017.68** | **492.81** | **279.83** | **772.64** |
| 28.00 | **20,524.87** | **499.37** | **273.26** | **772.64** |
| 29.00 | **20,025.50** | **506.02** | **266.62** | **772.64** |
| 30.00 | **19,519.48** | **512.76** | **259.88** | **772.64** |
| 31.00 | **19,006.72** | **519.58** | **253.05** | **772.64** |
| 32.00 | **18,487.13** | **526.50** | **246.13** | **772.64** |
| 33.00 | **17,960.63** | **533.51** | **239.12** | **772.64** |
| 34.00 | **17,427.12** | **540.62** | **232.02** | **772.64** |
| 35.00 | **16,886.50** | **547.81** | **224.82** | **772.64** |
| 36.00 | **16,338.69** | **555.11** | **217.53** | **772.64** |
| 37.00 | **15,783.58** | **562.50** | **210.14** | **772.64** |
| 38.00 | **15,221.09** | **569.99** | **202.65** | **772.64** |
| 39.00 | **14,651.10** | **577.57** | **195.06** | **772.64** |
| 40.00 | **14,073.53** | **585.26** | **187.37** | **772.64** |
| 41.00 | **13,488.26** | **593.06** | **179.58** | **772.64** |
| 42.00 | **12,895.21** | **600.95** | **171.68** | **772.64** |
| 43.00 | **12,294.25** | **608.95** | **163.68** | **772.64** |
| 44.00 | **11,685.30** | **617.06** | **155.58** | **772.64** |
| 45.00 | **11,068.24** | **625.28** | **147.36** | **772.64** |
| 46.00 | **10,442.96** | **633.60** | **139.04** | **772.64** |
| 47.00 | **9,809.36** | **642.04** | **130.60** | **772.64** |
| 48.00 | **9,167.32** | **650.58** | **122.05** | **772.64** |
| 49.00 | **8,516.74** | **659.25** | **113.39** | **772.64** |
| 50.00 | **7,857.49** | **668.02** | **104.61** | **772.64** |
| 51.00 | **7,189.47** | **676.92** | **95.72** | **772.64** |
| 52.00 | **6,512.55** | **685.93** | **86.71** | **772.64** |
| 53.00 | **5,826.62** | **695.06** | **77.57** | **772.64** |
| 54.00 | **5,131.56** | **704.32** | **68.32** | **772.64** |
| 55.00 | **4,427.24** | **713.69** | **58.94** | **772.64** |
| 56.00 | **3,713.55** | **723.20** | **49.44** | **772.64** |
| 57.00 | **2,990.36** | **732.82** | **39.81** | **772.64** |
| 58.00 | **2,257.53** | **742.58** | **30.06** | **772.64** |
| 59.00 | **1,514.95** | **752.47** | **20.17** | **772.64** |
| 60.00 | **762.49** | **762.49** | **10.15** | **772.64** |

**10.7.  Análisis y cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) o WACC y análisis del Escudo Fiscal.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CÁLCULO DEL WACC | | Monto del Aporte | Tasa de interés Anual | Costo Ponderado | Escudo Fiscal | Costo Neto | Costo Total |
| Aporte de Socios | **60.000%** | **47,682.60** | **26.39%** | **15.836%** | **No tiene** | **N/A** | **15.8357%** |
| Préstamo COFIDE | **40.000%** | **31,788.40** | **17.20%** | **6.880%** | **No tiene** | **N/A** | **6.8800%** |
|  |  |  |  | **0.000%** |  |  | **0.0000%** |
| TOTAL | **100.000%** | **79,471.00** |  | **22.716%** |  |  | **22.7157%** |
|  |  |  |  |  |  |  | **WACC** |

**10.8.  Presentación del Balance Inicial de la empresa.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| BALANCE INICIAL | | | |
|  |  |  |  |
| ACTIVO | | **PASIVO** | |
| Activo Corriente | **10,365.78** | **Pasivo Corriente** | **6,357.68** |
| Activo No Corriente |  | **Pasivo No Corriente** | **25,430.72** |
| Activo Fijo (Tang. +Intang. ) | **69,105.22** | **Total, Pasivos** | **31,788.40** |
|  |  | **EQUITY o PATRIMONIO** |  |
|  |  | **Capital Social** | **47,682.60** |
| Total, Activos | **79,471.00** | **Total Pasivos+Patrim.** | **79,471.00** |

**10.9.  Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado, correspondiente al Escenario Real – Análisis Financiero considerando el Capital Social aportado por el accionista y la deuda financiada por el banco utilizando la tasa WACC calculada para el proyecto.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10.9 |  |  | Estado de ganancias y Pérdidas años 1 al 5 | | | | |
| EVALUACIÓN FINANCIERA - ESCENARIO REAL | | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Año |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Ventas |  |  | **1,234,359.74** | **1,311,657.37** | **1,401,952.34** | **1,499,949.81** | **1,602,507.70** |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | **728,371.67** | **776,632.57** | **828,511.28** | **883,874.14** |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | |  | **351,863.79** | **357,074.51** | **370,834.33** | **377,752.40** | **392,355.35** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | **216,819.92** | **245,094.16** | **284,294.86** | **316,886.94** |
| Gastos Financieros 1 | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **184,227.64** | **212,838.70** | **242,022.90** | **282,290.06** | **316,132.04** |
| Impuesto a la renta | | **1.000%** | **12,343.60** | **13,116.57** | **14,019.52** | **14,999.50** | **16,025.08** |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % u 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS** | **171,884.04** | **199,722.13** | **228,003.38** | **267,290.56** | **300,106.96** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **INVERSIÓN** | **186,032.94** | **213,094.62** | **240,465.91** | **278,686.64** | **310,253.13** |
| Inversión |  | **- 79,471.00** |  |  |  |  |  |
| Desembolso del Préstamo de COFIDE | | **31,788.40** |  |  |  |  |  |
| Pago de Capital a COFIDE/BANCO | |  | **4,514.01** | **5,290.43** | **6,200.38** | **7,266.84** | **8,516.74** |
| Pago de intereses a COFIDE/BANCO | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Flujo de Caja Financiero Libre para el Accionista | | **- 47,682.60** | **176,761.30** | **203,822.98** | **231,194.27** | **269,414.99** | **300,981.49** |
| TASA WACC | **22.715740%** |  |  |  |  |  |  |

**10.10.           Determinación del Flujo de Caja Neto utilizando la tasa WACC.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Flujos Descontados | | | | |
| 144,041.26 | **135,348.24** | **125,105.46** | **118,801.16** | **108,152.97** |

**10.11.           Cálculo, análisis e interpretación de las herramientas para valorizar proyectos, como el: VAN, TIR, B/C y PRI., aplicados al Escenario Real – Evaluación Financiera.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10.11 | VANF | 583,766.48 |  |  |  |  |  |  | |
| **TIRF** | **385.4177%** |  |  |  |  |  |  | |
| **B/C** | **13.24** | **El accionista recupera cada sol invertido y además el proyecto le rinde** | | | | **12.24** | **soles** | |
| **PRIF** |  |  |  |  |  |  |  | |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **Flujos Descontados** | | | | | |  |
| 0 |  | **47,682.60** | **144,041.26** | **135,348.24** | **125,105.46** | **118,801.16** | **108,152.97** | **631,449.08** | |
| 1 | **144,041.26** | **- 96,358.66** |  |  |  |  |  | **- 47,682.60** | |
| 2 | **135,348.24** | **- 231,706.89** |  |  |  |  |  | **583,766.48** | |
| 3 | **125,105.46** | **- 356,812.35** | **años** | **meses** | **días** |  |  | **VAN MANUAL** | |
| 4 | **118,801.16** | **- 475,613.51** | **0** | **3** | **29** |  |  |  | |
| 5 | **108,152.97** | **- 583,766.48** |  | **3.972412011** | **29.17236032** |  |  |  | |

**10.12.           Comentarios a la Evaluación Financiera, (con deuda).**

Si el proyecto es financiado por los socios y una entidad financiera se obtendrá un periodo de recuperación de la inversión de 3 meses y 29 días lo cual es un periodo más corto de recuperación.

El VANF es de S/583,766.48 lo cual es muy superior a 0 y cataloga al proyecto como rentable y muy satisfactorio para los accionistas.

Se puede observar que los accionistas generarían una ganancia de 12.24 por cada sol que ellos coloquen en el proyecto.

Por último, el TIRF es de 385.4177% y el WACC de 22.715740%, por lo tanto, el proyecto supera por mucho las expectativas de los accionistas.

Dicho diferencial entre el WACC y el TIRF está representado en los 583,766.48 soles del VANF.

Según los resultados de la evaluación económica y financiera, se puede determinar que el proyecto financiado por los accionistas y por una entidad financiera puede generar mayor rentabilidad al proyecto y que los accionistas puedan recuperar su inversión en un periodo mucho más corto de tiempo.

1. **EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO, ESCENARIOS OPTIMISTA Y PESIMISTA.**

**11.1. Análisis Económico y Financiero del escenario Optimista. Estado de Ganancias y Pérdidas Económico y Financiero del Escenario Optimista.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | AÑOS DEL PROYECTO | | | | |
| SUPUESTOS O MATRIZ DE VARIACIÓN DE FACTORES PARA CADA ESCENARIO: OPTIMISTA | | | **EL AÑO 2023 ES EL 1er AÑO DE FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO. NO HAY VARIACIÓN. SE MANTIENE IGUAL TODO EL AÑO.** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| SUPUESTOS EN LOS QUE SE BASA CADA ESCENARIO | | | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento de las unidades a vender según el ……….PBI | | | **NO HAY CAMBIO** | **5.00%** | **6.00%** | **7.00%** | **8.00%** |
| Factor de crecimiento de las unidades a vender según PBI | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.05** | **1.06** | **1.07** | **1.08** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecicimiento de participación de mercado (MARKET SHARE) | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.00%** | **1.50%** | **2.00%** | **2.50%** |
| Factor de crecimiento de participación de mercado (Market Share) | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.01** | **1.015** | **1.02** | **1.025** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento según encuestas del ……………...PRECIO DE VENTA | | | **NO HAY CAMBIO** | **5.00%** | **7.00%** | **9.00%** | **11.00%** |
| Factor de crecimiento del Precio de Venta | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.05** | **1.07** | **1.09** | **1.11** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento de los costos de producción según la INFLACIÒN | | | **NO HAY CAMBIO** | **2.00%** | **2.00%** | **2.00%** | **2.00%** |
| Factor de crecimiento de los Costos de Producción | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.0200** | **1.02** | **1.0200** | **1.0200** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Estado de Ganancias y Pérdidas en SOLES años 1 al 5 | | | | | | | | | | | | |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA - ESCENARIO OPTIMISTA | | **2022** | **2023** | | **2024** | | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Año |  | **0** | **1** | | **2** | | **3** | | **4** | | **5** | |
| Ingreso por Ventas |  |  | **1,234,359.74** | | **1,337,126.45** | | **1,477,504.29** | | **1,664,785.86** | | **1,912,118.02** | |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | | **719,902.23** | | **758,308.96** | | **799,557.11** | | **843,884.47** | |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | | **(OPERATIVOS + ADM)** | **351,863.79** | | **357,074.51** | | **370,834.33** | | **377,752.40** | | **392,355.35** | |
| Depreciación | **ACTIVOS FIJOS TANGIBLES** | | | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** |
| Amortización | **ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES** | | | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | | **250,758.43** | | **338,969.73** | | **478,085.09** | | **666,486.93** | |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | | **0** | |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | | **0** | |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **188,985.26** | | **250,758.43** | | **338,969.73** | | **478,085.09** | | **666,486.93** | |
| Impuesto a la renta |  | **1.000%** | **12,343.60** | | **13,371.26** | | **14,775.04** | | **16,647.86** | | **19,121.18** | |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % o 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS/INGRESOS** | **176,641.66** | | **237,387.17** | | **324,194.69** | | **461,437.23** | | **647,365.75** | |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** | | **8,849.12** | |
| Amortización |  |  | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** | | **542.15** | |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | | **-** | |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **2022** | **186,032.94** | | **246,778.44** | | **333,585.96** | | **470,828.50** | | **656,757.02** | |
| Inversión | | **- 79,471.00** |  | |  | |  | |  | |  | |
|  |  | **2022** | **2023** | | **2024** | | **2025** | | **2026** | | **2027** | |
| Flujo de Caja Económico Libre para el Accionista | | **- 79,471.00** | **186,032.94** | | **246,778.44** | | **333,585.96** | | **470,828.50** | | **656,757.02** | |
| Tasa TREMA | **26.3929%** |  |  | |  | |  | |  | |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Estado de ganancias y Pérdidas años 1 al 5 | | | | | | | |
| EVALUACIÓN FINANCIERA - ESCENARIO OPTIMISTA | | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Año |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Ventas |  |  | **1,234,359.74** | **1,337,126.45** | **1,477,504.29** | **1,664,785.86** | **1,912,118.02** |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | **719,902.23** | **758,308.96** | **799,557.11** | **843,884.47** |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | |  | **351,863.79** | **357,074.51** | **370,834.33** | **377,752.40** | **392,355.35** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | **250,758.43** | **338,969.73** | **478,085.09** | **666,486.93** |
| Gastos Financieros 1 | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **184,227.64** | **246,777.22** | **335,898.47** | **476,080.29** | **665,732.02** |
| Impuesto a la renta | | **1.000%** | **12,343.60** | **13,371.26** | **14,775.04** | **16,647.86** | **19,121.18** |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % u 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS** | **171,884.04** | **233,405.95** | **321,123.43** | **459,432.43** | **646,610.84** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **INVERSIÓN** | **186,032.94** | **246,778.44** | **333,585.96** | **470,828.50** | **656,757.02** |
| Inversión | | **- 79,471.00** |  |  |  |  |  |
| Desembolso del Préstamo de COFIDE | | **31,788.40** |  |  |  |  |  |
| Pago de Capital a COFIDE/BANCO | |  | **4,514.01** | **5,290.43** | **6,200.38** | **7,266.84** | **8,516.74** |
| Pago de intereses a COFIDE/BANCO | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Flujo de Caja Financiero Libre para el Accionista | | **- 47,682.60** | **176,761.30** | **237,506.80** | **324,314.32** | **461,556.86** | **647,485.38** |
| TASA WACC | **22.715740%** |  |  |  |  |  |  |

**11.2. Cálculo del VAN, TIR, B/C y PRI aplicados al Escenario Optimista: Análisis Económico y Financiero.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tasa TREMA | 26.3929% |  |  |  |  |  |  |  | |
| VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO en soles S/ | **VANE** | **775,498.83** |  |  |  |  |  |  | |
| TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA % | **TIRE** | **266.6172%** |  |  |  |  |  |  | |
| RELACIÓN BENEFICIO - COSTO ECONÓMICO FACTOR | **B/CE** | **10.76** | **El accionista recupera cada sol invertido pero además el proyecto le rinde** | | | | **9.76** | **soles** | |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ECONÓMICO TIEMPO | **PRIE** |  | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |  | |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **10.3 del índice** | **Flujos Descontados** | | | | |  | |
| 0 |  | **79,471.00** | **147,186.22** | **154,476.30** | **165,211.29** | **184,489.66** | **203,606.36** | **854,969.83** | |
| 1 | **147,186.22** | **- 67,715.22** |  |  |  |  |  | **- 79,471.00** | |
| 2 | **154,476.30** | **- 222,191.52** |  |  |  |  | **VAN** | **775,498.83** | |
| 3 | **165,211.29** | **- 387,402.81** | **años** | **meses** | **días** |  |  |  | |
| 4 | **184,489.66** | **- 571,892.47** | **0** | **6** | **14** |  |  |  | |
| 5 | **203,606.36** | **- 775,498.83** |  | **6.479220752** | **14.37662257** |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TASA WACC | 22.715740% |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **VANF** | **865,761.47** |  |  |  |  |  |  |
| **TIRF** | **405.4491%** |  |  |  |  |  |  |
| **B/C** | **19.16** | **El accionista recupera cada sol invertido y además el proyecto le rinde** | | | | **18.16** | **soles** |
| **PRIF** |  |  |  |  |  |  |  |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **Flujos Descontados** | | | | |  |
| 0 |  | **47,682.60** | **144,041.26** | **157,715.91** | **175,495.23** | **203,527.98** | **232,663.69** | **913,444.07** |
| 1 | **144,041.26** | **- 96,358.66** |  |  |  |  |  | **- 47,682.60** |
| 2 | **157,715.91** | **- 254,074.57** |  |  |  |  |  | **865,761.47** |
| 3 | **175,495.23** | **- 429,569.79** | **años** | **meses** | **días** |  |  | **VAN MANUAL** |
| 4 | **203,527.98** | **- 633,097.78** | **0** | **3** | **29** |  |  |  |
| 5 | **232,663.69** | **- 865,761.47** |  | **3.972412011** | **29.17236032** |  |  |  |

**11.3. Análisis Económico y Financiero del Escenario Pesimista. Estado de Ganancias y Pérdidas Económico y Financiero del Escenario Pesimista.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SUPUESTOS O MATRIZ DE VARIACIÓN DE FACTORES PARA CADA ESCENARIO: PESIMISTA | | | EL AÑO 2023 ES EL 1er AÑO DE FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO. NO HAY VARIACIÓN. SE MANTIENE IGUAL TODO EL AÑO. | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SUPUESTOS EN LOS QUE SE BASA CADA ESCENARIO | | | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento de las unidades a vender según el ……….PBI | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.00%** | **1.00%** | **1.00%** | **1.00%** |
| Factor de crecimiento de las unidades a vender según PBI | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.01** | **1.01** | **1.01** | **1.01** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecicimiento de participación de mercado (MARKET SHARE) | | | **NO HAY CAMBIO** | **0.50%** | **0.50%** | **0.50%** | **0.50%** |
| Factor de crecimiento de participación de mercado(Market Share) | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.005** | **1.005** | **1.005** | **1.005** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento según encuestas del ……………...PRECIO DE VENTA | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.00%** | **1.00%** | **1.00%** | **1.00%** |
| Factor de crecimiento del Precio de Venta | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.01** | **1.01** | **1.01** | **1.01** |
|  |  |  | **AÑOS DEL PROYECTO** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Tasa de crecimiento de los costos de producción según la INFLACIÒN | | | **NO HAY CAMBIO** | **5.00%** | **6.00%** | **7.00%** | **8.00%** |
| Factor de crecimiento de los Costos de Producción | | | **NO HAY CAMBIO** | **1.05** | **1.06** | **1.07** | **1.08** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Estado de Ganancias y Pérdidas en SOLES años 1 al 5 | | | | | | | |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA - ESCENARIO PESIMISTA | | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Año |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Ingreso por Ventas |  |  | **1,234,359.74** | **1,286,188.30** | **1,341,523.93** | **1,400,628.39** | **1,463,786.16** |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | **741,075.83** | **811,224.41** | **897,279.85** | **1,002,732.31** |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | | **(OPERATIVOS + ADM)** | **351,863.79** | **357,074.51** | **370,834.33** | **377,752.40** | **392,355.35** |
| Depreciación | **ACTIVOS FIJOS TANGIBLES** | | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización | **ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES** | | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | **178,646.69** | **150,073.92** | **116,204.87** | **59,307.23** |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **0** |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **0** |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **188,985.26** | **178,646.69** | **150,073.92** | **116,204.87** | **59,307.23** |
| Impuesto a la renta |  | **1.000%** | **12,343.60** | **12,861.88** | **13,415.24** | **14,006.28** | **14,637.86** |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % o 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS/INGRESOS** | **176,641.66** | **165,784.81** | **136,658.68** | **102,198.59** | **44,669.37** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **2022** | **186,032.94** | **175,176.08** | **146,049.95** | **111,589.86** | **54,060.64** |
| Inversión | | **- 79,471.00** |  |  |  |  |  |
|  |  | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Flujo de Caja Económico Libre para el Accionista | | **- 79,471.00** | **186,032.94** | **175,176.08** | **146,049.95** | **111,589.86** | **54,060.64** |
| Tasa TREMA | **26.3929%** |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Estado de ganancias y Pérdidas años 1 al 5 | | | | | | | |
| EVALUACIÓN FINANCIERA - ESCENARIO PESIMISTA | | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| Año |  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Ventas |  |  | **1,234,359.74** | **1,286,188.30** | **1,341,523.93** | **1,400,628.39** | **1,463,786.16** |
| Costos y gastos variables | |  | **684,119.42** | **741,075.83** | **811,224.41** | **897,279.85** | **1,002,732.31** |
| Costos y gastos fijos sin Dep. ni Amort. | |  | **351,863.79** | **357,074.51** | **370,834.33** | **377,752.40** | **392,355.35** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Utilidad Operativa (EBIT) | |  | **188,985.26** | **178,646.69** | **150,073.92** | **116,204.87** | **59,307.23** |
| Gastos Financieros 1 | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 | |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Utilidad antes impuestos (EBT) | |  | **184,227.64** | **174,665.47** | **147,002.65** | **114,200.07** | **58,552.33** |
| Impuesto a la renta | | **1.000%** | **12,343.60** | **12,861.88** | **13,415.24** | **14,006.28** | **14,637.86** |
| Utilidad después impuestos | | **OJO : MYPE / PYME PAGA 1 % u 1.5 % IMP RENTA Y SE CALCULA SOBRE LAS VENTAS** | **171,884.04** | **161,803.59** | **133,587.41** | **100,193.79** | **43,914.47** |
| Depreciación |  |  | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** | **8,849.12** |
| Amortización |  |  | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** | **542.15** |
| Gastos Financieros 1 |  |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Gastos Financieros 2 |  |  | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Flujo de Caja Operativo Libre para el accionista | | **INVERSIÓN** | **186,032.94** | **175,176.08** | **146,049.95** | **111,589.86** | **54,060.64** |
| Inversión | | **- 79,471.00** |  |  |  |  |  |
| Desembolso del Préstamo de COFIDE | | **31,788.40** |  |  |  |  |  |
| Pago de Capital a COFIDE/BANCO | |  | **4,514.01** | **5,290.43** | **6,200.38** | **7,266.84** | **8,516.74** |
| Pago de intereses a COFIDE/BANCO | |  | **4,757.63** | **3,981.22** | **3,071.26** | **2,004.80** | **754.90** |
| Flujo de Caja Financiero Libre para el Accionista | | **- 47,682.60** | **176,761.30** | **165,904.44** | **136,778.31** | **102,318.22** | **44,789.00** |
| TASA WACC | **22.715740%** |  |  |  |  |  |  |

**11.4. Cálculo del VAN, TIR, B/C y PRI aplicados al Escenario Pesimista: Análisis Económico y Financiero.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tasa TREMA | 26.3929% |  |  |  |  |  |  |
| VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO en soles S/ | **VANE** | **310,188.14** |  |  |  |  |  |
| TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA % | **TIRE** | **224.2748%** |  |  |  |  |  |
| RELACIÓN BENEFICIO - COSTO ECONÓMICO FACTOR | **B/CE** | **4.90** | **El accionista recupera cada sol invertido pero además el proyecto le rinde** | | | | **3.90** |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ECONÓMICO TIEMPO | **PRIE** |  | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **10.3 del índice** | **Flujos Descontados** | | | |
| 0 |  | **79,471.00** | **147,186.22** | **109,655.25** | **72,332.48** | **43,725.42** | **16,759.76** |
| 1 | **147,186.22** | **- 67,715.22** |  |  |  |  |  |
| 2 | **109,655.25** | **- 177,370.47** |  |  |  |  | **VAN** |
| 3 | **72,332.48** | **- 249,702.96** | **años** | **meses** | **días** |  |  |
| 4 | **43,725.42** | **- 293,428.38** | **0** | **6** | **14** |  |  |
| 5 | **16,759.76** | **- 310,188.14** |  | **6.479220752** | **14.37662257** |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TASA WACC | 22.715740% |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **VANF** | **341,754.03** |  |  |  |  |  |  |
| **TIRF** | **361.8674%** |  |  |  |  |  |  |
| **B/C** | **8.17** | **El accionista recupera cada sol invertido y además el proyecto le rinde** | | | | **7.17** | **soles** |
| **PRIF** |  |  |  |  |  |  |  |
| AÑOS | **FLUJOS DESCONTADOS** | **SALDOS POR RECUPERAR** | **10.10** | **Flujos Descontados** | | | |  |
| 0 |  | **47,682.60** | **144,041.26** | **110,168.51** | **74,014.43** | **45,118.21** | **16,094.22** | **389,436.63** |
| 1 | **144,041.26** | **- 96,358.66** |  |  |  |  |  | **- 47,682.60** |
| 2 | **110,168.51** | **- 206,527.16** |  |  |  |  |  | **341,754.03** |
| 3 | **74,014.43** | **- 280,541.59** | **años** | **meses** | **días** |  |  | **VAN MANUAL** |
| 4 | **45,118.21** | **- 325,659.81** | **0** | **3** | **29** |  |  |  |
| 5 | **16,094.22** | **- 341,754.03** |  | **3.972412011** | **29.17236032** |  |  |  |

**11.5. Resumen de los tres escenarios y sus comentarios.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ESCENARIO REAL | | ESCENARIO OPTIMISTA | | ESCENARIO PESIMISTA | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **EVALUACIÓN ECONÓMICA** | **EVALUACIÓN FINANCIERA** | **EVALUACIÓN ECONÓMICA** | **EVALUACIÓN FINANCIERA** | **EVALUACIÓN ECONÓMICA** | **EVALUACIÓN FINANCIERA** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| VAN | **525,583.89** | **583,766.48** | **775,498.83** | **865,761.47** | **310,188.14** | **341,754.03** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| TIR | **247.3935%** | **385.4177%** | **266.6172%** | **405.4491%** | **224.2748%** | **361.8674%** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| R/C | **7.6** | **13.2** | **10.8** | **19.2** | **4.9** | **8.2** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| PRI | **0,6,14** | **0,3,29** | **0,6,14** | **0,3,29** | **0,6,14** | **0,3,29** |

Como se puede observar en este análisis de sensibilidad, en estos momentos el proyecto es tan rentable que aún considerando un escenario pesimista se consigue obtener una ganancia de por lo menos 4.90 soles por cada sol invertido en el cálculo que considera solamente la inversión propia con un retorno en 6 meses y 14 días y en el caso de que agreguemos un préstamo financiero, obtenemos 8.20 de ganancia en 3 meses y 29 días.

En el mejor de los escenarios podríamos obtener una ganancia de 10.80 por cada sol invertido al tratarse de inversión propia en un plazo de 6 meses y 14 días y en caso accedamos a un financiamiento podemos obtener una ganancia de 19.20 en un plazo de 3 meses y 29 días.

Siendo conservadores y considerando los factores económicos a la fecha, obtenemos un retorno de la inversión de 7.60 por cada sol invertido en 6 meses y 14 días sin acceder a préstamo, pero en el caso de que optemos por uno, la ganancia sería de 13.20 soles por cada sol invertido en un plazo de 3meses y 29 días.

1. **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En estos momentos la demanda por servicios de salud que fomenten la prevención y mejoren el acceso al tratamiento para pacientes tanto de cáncer como diabetes se encuentra en un auge de crecimiento favorable para el proyecto.

Tal como tenemos planteado la estructura de nuestros servicios, no se encuentra una oferta similar en el mercado actual lo que sumado a la demanda insatisfecha representa una oportunidad de negocio bastante atractiva y viable.

En el caso de los factores económicos podemos observar que el proyecto es de baja sensibilidad ya que los escenarios pesimistas y optimista mantienen el mismo tiempo de retorno para la inversión que el escenario actual, sin embargo, incrementan o disminuyen la ganancia según el caso, sin que en ninguno de los escenarios se genere pérdida.

Tal lo presentado podemos observar que el acceder a un préstamo financiero en cualquiera de los escenarios no sólo hace que el tiempo de retorno sea más corto, si no también incrementa la ganancia obtenida por cada sol invertido.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

* Diario EL COMERCIO (2022). Noticia “Se registró la inflación más alta de los últimos 13 años con 6,43% en 2021”. Publicado el día 01 de enero del 2022, del enlace: <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-se-registro-la-inflacion-mas-alta-de-los-ultimos-13-anos-con-643-en-2021-noticia/>
* Diario EL PERUANO (2021). Noticia “BCR: Tasa máxima de interés para el periodo mayo- octubre 2021 será de 83.4% anual”. Publicado el día 29 de abril del 2021, del enlace: <https://elperuano.pe/noticia/119765-bcr-tasa-maxima-de-interes-para-el-periodo-mayo-octubre-2021-sera-de-834-anual>
* Diario GESTIÓN (2021). Noticia “Déficit en cuenta corriente es de 1.4% del PBI al tercer trimestre del 2021, según BCR”. Publicado el día 19 de noviembre del 2021, del enlace: <https://gestion.pe/economia/deficit-en-cuenta-corriente-es-de-14-del-pbi-al-tercer-trimestre-segun-bcr-noticia/?ref=gesr>
* Diario GESTIÓN (2022). Noticia “El tipo de cambio tuvo en Perú un alza de 10.28% durante el 2021”. Publicado el día 31 de diciembre del 2021, del enlace: <https://gestion.pe/economia/el-tipo-de-cambio-tuvo-en-peru-un-alza-de-1028-durante-el-2021-noticia/>
* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA (2021). Informe técnico PRODUCTO BRUTO INTERNO TRIMESTRAL. Publicado en mayo del 2021, del enlace: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-pbi-i-trim-2021.pdf>
* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA (2021). Informe técnico PRODUCTO BRUTO INTERNO TRIMESTRAL. Publicado en agosto del 2021, del enlace: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-pbi-ii-trim-2021.pdf>
* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA (2021). Informe técnico PRODUCTO BRUTO INTERNO TRIMESTRAL. Publicado en noviembre del 2021, del enlace: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-pbi-iii-trim-2021.pdf>
* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA (2021). Principales indicadores macroeconómicos. Publicado en noviembre del 2021, del enlace: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
* Observatorio de Nutrición y Estudio del Sobrepeso y Obesidad (2013). Artículo MÁS PERUANOS CON SOBREPESO Y OBESIDAD CADA AÑO. No especifica fecha de publicación, del enlace: <https://observateperu.ins.gob.pe/noticias/219-mas-peruanos-con-sobrepeso-y-obesidad-cada-ano#:~:text=8%20de%20cada%2010%20peruanos,alto%2021%25%20sufren%20de%20obesidad>.
* MANUAL MSD – Versión para público general (2020). Artículo CARENCIA DE HIERRO. Ultima revisión en Junio 2020, del enlace: <https://www.msdmanuals.com/es-pe/hogar/trastornos-nutricionales/minerales/carencia-de-hierro>
* EQUILIBRIUM CENTRO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO (CenDE) – Publicado en la página oficial de la ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD (2020). Publicación MIGRANTES FRENTE AL COVID-19 EN PERÚ. Publicado en abril del 2020, del enlace: <https://healthandmigration.paho.org/bitstream/handle/123456789/500/Migrantes-frente-al-COVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
* ANDINA Agencia peruana de noticias (2021). Noticia “Jorge Yamamoto: la mayoría de los peruanos tiene un serio problema de comportamiento” Publicado en agosto del 2021, del enlace: <https://andina.pe/agencia/noticia-jorge-yamamoto-mayoria-de-peruanos-tiene-un-serio-problema-comportamiento-810857.aspx>
* GOBIERNO DEL PERÚ (2020). Nota de prensa “85.5% de pacientes fallecidos con comorbilidades por Covid-19 padecían obesidad” Publicado el día 3 de agosto del 2020, del enlace: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/286005-el-85-5-de-pacientes-fallecidos-con-comorbilidades-por-covid-19-padecian-obesidad>
* Diario EL PERUANO (2022). Noticia “Avanza ecosistema de tecnología educativa en el Perú”. Publicado el día 05 de enero del 2022, del enlace: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-conexiones-de-internet-fijo-han-aumentado-un-247-entre-el-cuarto-trimestre-de-2019-y-el-segundo-trimestre-de-2021>
* ANDINA Agencia peruana de noticias (2021). Noticia “Estudio revela aumento del uso de tecnologías en la educación en Perú y América Latina” Publicado el día 01 de diciembre del 2021, del enlace: <https://andina.pe/agencia/noticia-estudio-revela-aumento-del-uso-tecnologias-la-educacion-peru-y-america-latina-871739.aspx>
* GOBIERNO DEL PERÚ (2020). Nota de prensa “Sector telecomunicaciones registró un crecimiento de 172% en las últimas dos décadas” Publicado el día 11 de setiembre del 2020, del enlace: <https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/302163-sector-telecomunicaciones-registro-un-crecimiento-de-172-en-las-ultimas-dos-decadas>
* Igp Perú (2020). Artículo “ISO 14001 – Gestión ambiental” no especifica fecha de publicación, del enlace: <https://igpperu.com/course/iso-14001-sistema-de-gestion-ambiental/>
* ESCUELA EUROPEA DE EXCELENCIA (2016). Artículo “7 pasos en el manejo de los residuos según la norma ISO 14001” Publicado el día 21 de noviembre del 2016, del enlace:

<https://www.nueva-iso-14001.com/2016/11/7-pasos-manejo-residuos-iso-14001/>

* AGENCIA INTERNACIONAL DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Artículo “Objetivo 13: Acción climática” No indica fecha de publicación, del enlace: <https://www1.undp.org/content/oslo-governance-centre/en/home/sustainable-development-goals/goal-13-climate-action.html>
* INSTITUTO NACIONAL DE SALUD (2021) . Relación de laboratorios autorizados. No indica fecha de publicación, del enlace: https://web.ins.gob.pe/es/control-de-calidad-de-medicamentos/acerca-del-cncc/autorizacion-de-laboratorios/relacion-de-laboratorios-autorizados

**ANEXOS**

* *Análisis de las encuestas.*
* *Minuta de constitución- elaboración propia.*
* *Trámite de Reserva de nombre.*

**ANÁLISIS DE ENCUESTAS REALIZADAS**

1. **Universo encuestado:**

Para nuestro estudio contamos con una muestra de 304 personas ubicadas en la ciudad de Lima, mediante esta herramienta de investigación de mercados, buscamos identificar el interés en un servicio de Identidad genética mediante el cual las personas podrán conocer datos precisos y relevantes acerca de su salud realizándose un sencillo análisis de ADN.

Para identificar el perfil de nuestra población encuestada, tomamos de referencia los siguientes datos relevantes para nuestra investigación:

1. **Aspecto generacional. -** Para segmentar la generación a la que pertenecen nuestro público encuestado, utilizamos la identificación generacional de Philip Kotler, dividido según el rango de edad de las personas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **IDENTIFICACIÓN GENERACIONAL POR EDAD** | | | |
| *Baby boomer* | Generación X | Generación Y | Generación Z |
| 75 - 57 | 56 - 41 | 40 - 25 | 24 - 15 |

En nuestros resultados encontramos que un 47.37% de encuestados pertenecen a la generación Y, seguido de un 34.87% que pertenecen a la generación Z, otro 14.80% pertenecientes a la generación X y finalmente un 2.96% de la generación *Baby boomer.*

1. **Género. -** Otro factor relevante es el género de los participantes ya que nos permite segmentar intereses para el desarrollo de estrategias de presentación del servicio diferenciada según la necesidad de nuestros potenciales clientes.

Por ello consideramos los géneros masculino y femenino e incluimos una alternativa de no especificado, respetando la identificación personal de los encuestados y su derecho a no sentirse excluido si considera no encontrarse en alguna de las opciones mencionadas.

De esta manera, nuestros resultados nos mostraron que un 48.40% eran de género femenino, un 47.70% de género masculino y un 3.90% de género no especificado.

1. **Nacionalidad. -** Considerando que la ciudad de Lima está conformada en parte también por personas de nacionalidad extranjera, incluimos un segmento para identificar qué porcentaje interesado en el servicio pertenecen a otro país.

Es así como obtuvimos un resultado de 92.76% de peruanos, un 5.26% de venezolanos, un 0.66% de argentinos y un 0.33% respectivamente de mexicanos, chilenos, colombianos y franceses.

1. **Nivel socioeconómico. -** Otro factor que es de nuestro interés conocer es el poder adquisitivo de nuestra muestra ya que el servicio está enfocado en un público que puede designar un presupuesto de sus ingresos para prevención de su salud.

Para referencia nos guiamos del estudio de distribución zonal por NSE de Lima metropolitana, elaborado por APEIM, en el cual tomando los datos del porcentaje mayor de habitantes de determinado NSE en las zonas de Lima metropolitana designamos este criterio de la siguiente manera:

|  |  |
| --- | --- |
| **NIVEL SOCIO ECONÓMICO ZONAL** | |
| A-B | C-D |
| ***Zona 7***(Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)  ***Zona 6*** (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel) | ***Zona 1*** (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)  ***Zona 2*** (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)  ***Zona 3*** (San Juan de Lurigancho)  ***Zona 4*** (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)  ***Zona 5*** (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)  ***Zona 8*** (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)  ***Zona 9*** (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)  ***Zona 10*** (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi Perú) |

1. **Población Masculina**

En esta población encontramos una mayoría de participantes de la generación Y, con un NSE C-D mayoritario (62%), el tipo de seguro con el que cuentan es privado (51%) y su grado de instrucción predominante es el universitario (37%).

Un 83% se ha realizado algún análisis clínico y el 61% tiene un familiar que padece de alguna ENT, un 53% consideran muy importante conocer la posibilidad de que ellos puedan padecer una también y en su mayoría consultarían con un médico (43%), piensan que la utilidad de este servicio es principalmente para llevar un control oportuno (43%).

Con respecto a su deseo de paternidad, el 40% no desea tener hijos y sólo un 24% tiene hijos actualmente, de este universo se obtiene que un 81% si le parece necesario conocer si sus hijos tuvieran esa probabilidad de padecer alguna ENT como método de prevención (59%).

1. **Población Femenina**

En este segmento de la población la generación predominante es la Y con un 49%, el NSE de la mayoría es C-D con un 55%, no tan lejos de los niveles A-B con un 45%, los grados de instrucción mayoritarios son universitario (39%) y técnico superior (32%) y cuentan con seguro privado (48%).

En cuanto a su interés por la salud, al menos el 90% se ha realizado un análisis clínico y el 59% tiene un familiar que padece una ENT, es probable que por este motivo un 69% opina que es muy importante conocer la posibilidad de padecer una enfermedad crónica, siendo su primera opción la consulta a un médico (47%) y la segunda el realizarse un análisis clínico (35%) a su vez consideran que esto serviría para llevar un control oportuno (40%).

Acerca de su deseo de tener hijos más adelante un 38% está de acuerdo, complementado por un 35% que ya tiene hijos, de estos segmentos el 88% opina que es necesario conocer si sus hijos padecerán una ENT para fines preventivos (56%).

1. **Población de género no especificado**

En este sector de la población está conformado por 3 generaciones: X, Y y Z siendo este último el predominante (67%) identificamos que su NSE está centrado en los sectores C-D (84%) y que su grado de instrucción mayoritario es técnico superior y su seguro médico es público en su mayoría (67%)

Con respecto a su interés por la salud, la mayoría se ha realizado algún análisis clínico alguna vez en su vida (67%) además la mitad tiene un familiar que padece de una ENT (enfermedad no transmisible) y consideran importante que se conozca la posibilidad de padecer una enfermedad crónica en el futuro sin embargo al pensar en el método que utilizarían para conocer esta posibilidad, optan por preguntar a un conocido que trabaje en el sector salud, consultar a un médico o incluso buscar información en Google, sin embargo consideran que un análisis genético serviría para llevar un control oportuno (42%) y para disminuir el riesgo(33%).

Con respecto a la paternidad el 67% no desea tener hijos frente a un 17% que sí desea y otro 17% que tiene actualmente hijos y en estos dos últimos sectores para el 67% si consideran necesario saber si sus hijos podrían padecer una ENT por un tema de prevención (50%).

1. **Conclusiones**

De los datos obtenidos podemos concluir que la población femenina y masculina muestran mayor interés por este tipo de servicio, teniendo como necesidad específica la prevención.

Por otro lado, son los sectores que contarían con un mayor poder adquisitivo, cuentan con un presupuesto asignado para la salud y un grado de instrucción que les permite generarse mejores ingresos.

Sin embargo, en cuanto a potencial escalabilidad de servicios, la población femenina representa una mayor oportunidad por su interés en la maternidad y en la protección y responsabilidad que ella deriva.

Mientras que, en el sector masculino, se puede afianzar en el interés personal de cuidar su salud y mantener una mejor calidad de vida.

Por otro lado, en la generación entre los 25 y 40 años es que se evidencia una mayor preocupación por la salud y la prevención a comparación de las otras generaciones.

**CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA– S.A.C.**

**SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA, QUE OTORGAN:

1. MARTHA ANGELA HEROS PACIFICO CON DNI N° 70747083, PERUANA, SOLTERA, ESPECIALISTA EN DESARROLLO DE RRHH.
2. SANDRA MANRIQUE CANALES CON DNI° 70123338, PERUANA, SOLTERA ADMINISTRADORA.
3. SARAH CATALINA MARTOS TORRES CON DNI° 46532245, PERUANA, SOLTERA, FACILITADORA COMERCIAL.
4. MARTHA YOLANDA MENDIOLA SOTOMAYOR CON DNI N° 45737148, PERUANA, SOLTERA, EMPRESARIA.
5. CARLOS ALFONSO RÍOS SANTILLÁN CON DNI° 45922739, PERUANO, SOLTERO, JEFE DE LOGISTICA.
6. CARLOS ENRIQUE RODRÍGUEZ OSCANOA CON DNI° 71016554, PERUANO, SOLTERO, ADMINISTRADOR.
7. LUIS ENRIQUE SANCHEZ RIVERA CON DNI N° 70254011, PERUANO, SOLTERO, TRADE HOLDER.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV PARQUE DE LAS LEYENDAS NRO 222, SAN MIGUEL, LIMA, LIMA. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO**.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE **“** **LAES** **SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA”.**

LA SOCIEDAD PUEDE USAR LA ABREVIATURA DE **“ LAES S.A.C.”**;

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/.47,682.60 ([CUARENTA MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y DOS Y 60/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN [ 4029 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1.00 CADA UNA SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. MARTHA ANGELA HEROS PACIFICO SUSCRIBE 6811 NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 1 EN EFECTIVO.

2. SANDRA MANRIQUE CANALES SUSCRIBE 6811 NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 2 EN EFECTIVO.

3. SARAH CATALINA MARTOS TORRES SUSCRIBE 6811NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 3 EN EFECTIVO.

4. MARTHA YOLANDA MENDIOLA SOTOMAYOR SUSCRIBE 6811 NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 4 EN EFECTIVO.

5. CARLOS ALFONSO RÍOS SANTILLÁN SUSCRIBE 6811NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 5 EN EFECTIVO.

6. CARLOS ENRIQUE RODRÍGUEZ OSCANOA SUSCRIBE 6811 NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 6 EN EFECTIVO.

7. LUIS ENRIQUE SANCHEZ RIVERA SUSCRIBE 6811 NÚMERO DE ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/6811.80 QUE PAGA EL SOCIO 7 EN EFECTIVO.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

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

ESTATUTO

**ARTICULO 1°.- *DENOMINACIÓN - DURACIÓN - DOMICILIO***: LA SOCIEDAD SE

DENOMINA: **“LAES SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA”**,

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: **“LAES S.A.C.”.**

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA; INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN LA CIUDAD DE LIMA, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, ADEMÁS LA SOCIEDAD PODRÁ ABRIR SUCURSALES DENTRO DEL TERRITORIO DE LA REPÚBLICA O EN EL EXTERIOR.

ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL : LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A LA TERCERIZACION ADMINISTRATIVA DE SERVICIOS RELACIONADOS A LA SALUD, RECOJO DE MUESTRAS, ALMACENAMIENTO, LOGÍSTICA Y ATENCIÓN OMNICANAL, SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

**ARTICULO 3º.- CAPITAL SOCIAL**:EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/.4029.25 ([CUARENTA MIL VEINTINUEVE Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN [ 4029 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1.00

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4°.- ACCIONES**: LA CREACIÓN, EMISIÓN, REPRESENTACIÓN, PROPIEDAD, MATRICULA, CLASES DE ACCIONES, TRANSMISIÓN, ADQUISICIÓN, DERECHOS Y GRAVÁMENES SOBRE ACCIONES, SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 82° A 110° DE LA “LEY”.

**ARTICULO 5°.- RÉGIMEN DE LOS ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD**:

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA “LEY” LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS

INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA

REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

**ARTICULO 6º.- JUNTA OBLIGATORIA ANUAL**: LA JUNTA GENERAL SE REÚNE OBLIGATORIAMENTE CUANDO MENOS UNA VEZ AL AÑO DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES A LA TERMINACIÓN DEL EJERCICIO ECONÓMICO, TIENE COMO OBJETO TRATAR LOS ASUNTOS CONTEMPLADOS EN EL ARTICULO 114° DE LA “LEY”. OTRAS JUNTAS GENERALES: COMPETE, ASIMISMO A LA JUNTA GENERAL LAS ACCIONES PREVISTAS EN EL ARTICULO 115° DE LA “LEY”.

LOS REQUISITOS Y FORMA DE LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 116° A 119° DE LA LEY.

EL QUÓRUM Y LA ADOPCIÓN DE ACUERDOS SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 125°, 126° Y 127° DE LA LEY.

**LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

**ARTICULO 7°.- LA GERENCIA**: LA SOCIEDAD CUENTA CON UNO O MAS GERENTES. EL GERENTE PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO POR LA JUNTA GENERAL, CUALQUIERA QUE SEA EL ÓRGANO DEL QUE HAYA EMANADO SU NOMBRAMIENTO.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO

ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD,

PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B) ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DEL DIRECTORIO, SALVO QUE ESTE ACUERDE SESIONAR DE MANERA RESERVADA.

C) ASISTIR CON VOZ PERO SIN VOTO A LAS SESIONES DE JUNTA GENERAL, SALVO QUE ESTA DECIDA LO CONTRARIO.

D) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY Nº 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES

E) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE

TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR,

ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS,

CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON

GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

F) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTIRING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

G) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

H) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS O AL DIRECTORIO.

INICIO DE LAS OPERACIONES SOCIALES: LA FECHA DE INICIO DE OPERACIONES SERÁ 02 DE ENERO DEL 2023.

**DURACIÓN**: INDEFINIDA

**DOMICILIO:** CIUDAD DE LIMA, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, ADEMÁS LA SOCIEDAD PODRÁ ABRIR SUCURSALES DENTRO DEL TERRITORIO DE LA REPÚBLICA O EN EL EXTERIOR.

**ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES:** SEGÚN LOS ARTS 221° Y SIGUIENTES DE LA L.G.S.

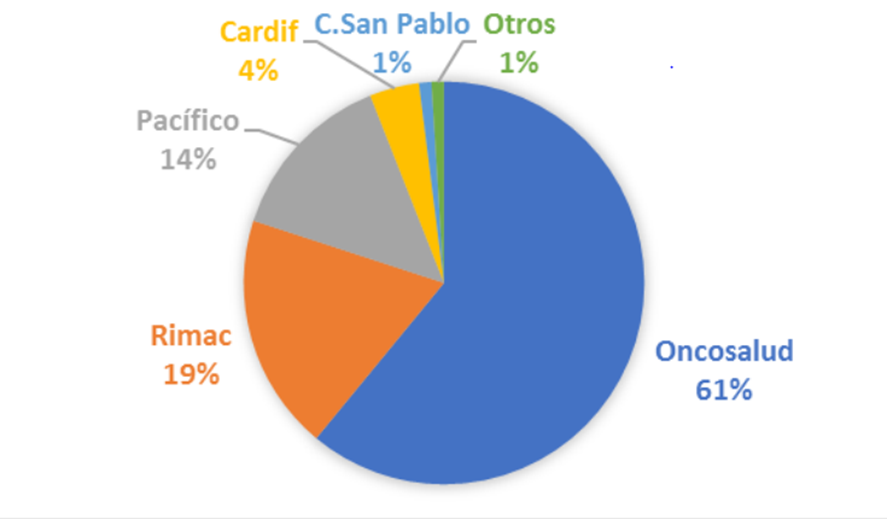
**RÉGIMEN PARA LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD:** SEGÚN LOS ARTS. 407 AL 420 DE LA L.G.S.

LIMA, TREINTA Y UNO DE ENERO DEL DOS MIL VEINTIDÓS.

**TRÁMITE DE RESERVA DE NOMBRE**

**Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Correo electrónico

Descripción generada automáticamente**



**Fuente:** F. Zeballos, comunicación personal **Elaboración:** Acosta, P. y Maquín, N. (2019)

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Correo electrónico

Descripción generada automáticamente