

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD**



**ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO Y SU IMPACTO EN EL  
COSTO BENEFICIO DE UNA PROPUESTA DE INVERSIÓN**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**

**CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORA**

**ORDERIQUE VASQUEZ GLORIA SOLEDAD**

**BANCES VIDAURRE JUANA SIMONA**

**ASESOR**

**CP PEDRO JESÚS CUYATE REQUE**

**Chiclayo, 2018**

## **DEDICATORIA**

A mis hijos mi tesoro más grande que la vida me ha dado, porque cada día lucho por dedicarles mi amor, mi tiempo mi felicidad y sobre toda mi vida, a ellos, para que nunca dejen de luchar por sus sueños y ante la adversidad alcancen el camino hacia el éxito.

*Gloria*

A Dios quien es el que me da las fuerzas y la voluntad para continuar y quien me hace ver la vida de una manera diferente, a mis padres que aquí en la tierra es el mejor regalo y tesoro que tengo, mi motor y motivo para alcanzar todo lo que me propongo.

**Juana**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme el regalo más grande que es la vida y la oportunidad de seguir superándome día a día, a mis padres por inculcarme el amor, el respeto y sobre todo la perseverancia y no dejarme caer en los momentos difíciles.

***Gloria***

A mis docentes que formaron parte del desarrollo de mi carrera, en especial al docente Pedro Cuyate, por dedicarnos su tiempo en asesoría para poder concretar esfuerzos en una investigación coherente metodológicamente.

**Juana**

## **RESUMEN**

En la presente investigación titulada “Alternativas de financiamiento y su impacto en el costo beneficio de una propuesta de inversión”, se tuvo como objetivo principal determinar las alternativas de financiamiento y su efecto en el costo beneficio de una propuesta de inversión de una Juguería en la Ciudad de Chiclayo, por ende, su metodología contempla un diseño no experimental de tipo descriptivo, cuyo enfoque corresponde a cuantitativo, que optó por aplicar una encuesta a los estudiantes pertenecientes a la Casa de Estudios USAT, así como, se empleó una entrevista dirigida a las entidades bancarias, fuentes que permitieron establecer que la idea de emprender un negocio enmarcado en el rubro de alimentos como bebidas saludables cuyo público se oriente a estudiantes universitarios, ofreciendo jugos nutritivos y naturales, conforma un proyecto viable que basa sus decisiones en la evaluación de diferentes alternativas para elegir financiamientos que coadyuven a acrecentar sus rendimientos provechosos a futuro, asegurando su permanencia sostenida en la atmósfera de negocio inserto, por ende, su VAN muestra un valor concerniente a S/.38,511.21, con TIR de 52% y 92% acorde con los flujos financieros como económicos respectivamente, asimismo, el costo beneficio corresponde a 2.50, indicando que se recupera la inversión, en periodo considerable que permite registrar utilidades continuas.

**PALABRAS CLAVES:** Financiamiento, Proyecto de inversión, Viabilidad.

**M41, G21, G23**

## **ABSTRACT**

In the present investigation entitled "Alternatives of an investment for the benefit of an investment investment", Ciudad de Chiclayo, therefore, its methodology contemplates a non-experimental design of a descriptive type, whose approach corresponds to a quantitative one, which chooses to apply a survey of the students belonging to the House of Studies, as well as, an interview directed to the banking entities was used, sources that allowed to establish the idea of undertaking a business framed in the field of food and beverages, whose public is oriented to students university students, offering natural and natural juices, a viable project that bases its decisions on the evaluation of different alternatives to choose financing that helps to increase its probancosos yields in the future, assuring its sustained permanence in the business atmosphere, therefore, its NPV shows a value relative to S / .38,511.21, with a TIR of 52% and 92% according to the pro financial and economic cessations respectively, the cost benefit corresponds to 2.50, indicating that it can recover the investment, in a considerable period that allows the recording of continuous profits.

**KEYWORDS:** Financing, Investment project, Viability.

**M41, G21, G23**

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>vi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	15
2.2. Bases Teóricas Científicas. ....	17
2.2.1. Fuentes de Financiamiento .....	19
2.2.2. Clases de financiamiento .....	20
2.2.2.1.Financiamiento interno .....	20
2.2.2.2.Financiamiento externo .....	21
2.2.2.2.1. Proyecto de Inversión .....	22
2.2.2.2.2. Objetivos de un Proyecto de Inversión .....	23
2.2.2.2.3. Estudio de mercado.....	23
2.2.2.2.4. Tipos de mercado.....	24
2.2.2.2.5. Viabilidad Técnico o ingeniería de proyecto .....	25
2.2.2.2.6. Viabilidad organizacional y legal .....	25
2.2.2.2.7. Estudio Económico Financiero. ....	28
2.2.2.2.8. Estructura de costos .....	29
2.2.2.2.9. Estado de resultados. ....	29
2.2.2.2.10. Financiamiento mixto .....	30
2.2.2.3.Valor actual neto.....	30
2.2.2.4.Periodo de recuperación de la inversión .....	31
2.2.2.5.Relación costo beneficio .....	31

<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>33</b>
3.1. Tipo y nivel de la investigación. ....	33
3.2. Diseño de la Investigación. ....	33
3.3. Población, Muestra y Muestreo .....	33
3.3.1. Población.....	33
3.3.2. Muestra. ....	34
3.4. Criterios de Selección.....	34
<b>3.5. Operacionalización de variables</b> .....	<b>35</b>
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	36
3.6.1. La Técnica .....	36
3.7. Procesamiento y Análisis de datos.....	36
<b>3.8. Matriz de consistencia</b> .....	<b>37</b>
<b>3.9. Consideraciones éticas</b> .....	<b>38</b>
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>39</b>
4.1. RESULTADOS .....	39
4.1.1. Necesidades del mercado, demanda, aspectos técnicos y organizacionales. ....	39
4.1.2. Descripción de las alternativas de financiamiento .....	64
<b>4.2. DISCUSIÓN</b> .....	<b>96</b>
<b>4.3. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>99</b>
<b>V. LISTA DE REFERENCIAS .....</b>	<b>100</b>
<b>VI. ANEXOS .....</b>	<b>104</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Tamaño de Muestra</i> .....	34
Tabla 2. <i>Operacionalización de variables</i> .....	35
Tabla 3. <i>Matriz de consistencia</i> .....	37
Tabla 4. <i>Tipos de Mercado</i> .....	45
Tabla 5. <i>Capacidad de Planta en el local</i> .....	46
Tabla 6. <i>Proyección de la Demanda con tasa de Crecimiento</i> .....	47
Tabla 7. <i>Determinación de la Demanda</i> .....	47
Tabla 8. <i>Demanda Proyectada</i> .....	48
Tabla 9. <i>Inversión Tangible de Muebles, Enseres y Otros</i> .....	71
Tabla 10. <i>Inversión tangible inmueble</i> .....	72
Tabla 11. <i>Inversión Intangible</i> .....	72
Tabla 12. <i>Capital de trabajo</i> .....	73
Tabla 13. <i>Inversión Total</i> .....	73
Tabla 14. <i>Porcentaje de Inversión y Financiamiento</i> .....	73
Tabla 15. <i>Gastos Administrativos</i> .....	74
Tabla 16. <i>Gastos Fijos de Servicios</i> .....	74
Tabla 17. <i>Costos por Jugo de Papaya</i> .....	75
Tabla 18. <i>Costos por Jugo de Melón</i> .....	76
Tabla 19. <i>Costos por Jugo de Piña</i> .....	76
Tabla 20. <i>Costos por Jugo de Manzana</i> .....	76
Tabla 21. <i>Costos por Jugo de Fresa</i> .....	76
Tabla 22. <i>Costos por Jugo de Surtido</i> .....	77
Tabla 23. <i>Costos por Keke</i> .....	77
Tabla 24. <i>Costos por sandwish</i> .....	77
Tabla 25. <i>Depreciación de equipos diversos</i> .....	78
Tabla 26. <i>Depreciación de procesamiento de datos</i> .....	78
Tabla 27. <i>Depreciación de unidades de Transportes</i> .....	78
Tabla 28. <i>Cronograma de pagos de préstamo</i> .....	79
Tabla 29. <i>Amortización anual</i> .....	80
Tabla 30. <i>Estructura de Costos</i> . .....	81

Tabla 31. <i>Estado de Resultados con gastos financieros</i> Elaboración propia, 2016.....	84
Tabla 32. <i>Estado de Resultados sin gastos financieros</i> .....	85
Tabla 33. <i>Determinación del WACC</i> .....	86
Tabla 34. <i>Módulo del costo</i> .....	87
Tabla 35. <i>Módulo del ingreso</i> .....	87
Tabla 36. <i>Módulo del IGV</i> .....	87
Tabla 37. <i>Flujo de Caja Económico</i> .....	88
Tabla 38. <i>Flujo de Caja Financiero</i> .....	89
Tabla 39. <i>Valoración del proyecto con flujo de caja económico</i> .....	90
Tabla 40. <i>Valoración con Flujo de caja Financiero</i> .....	91
Tabla 41. <i>Punto de equilibrio</i> .....	92
Tabla 42. <i>Precios de venta para análisis de sensibilidad</i> .....	93
Tabla 43. <i>Flujo de Caja Económico con Análisis de sensibilidad</i> .....	94
Tabla 44. <i>Valoración con flujo de caja Económico bajo Análisis de Sensibilidad</i> .....	94
Tabla 45. <i>Flujo de Caja Financiero con análisis de sensibilidad</i> .....	94
Tabla 46. <i>Valoración con Flujo de Caja Financiero bajo Análisis de Sensibilidad</i> .....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Fuentes de Financiamiento.</i> .....	20
<i>Figura 2. Preferencia por la implementación de una Juguería cercana</i> .....	39
<i>Figura 3. Estoy de acuerdo en gastar por un jugo Natural.</i> .....	40
<i>Figura 4. Jugos que tomaría</i> .....	40
<i>Figura 5. Ventas esperadas según la frecuencia de consumos</i> .....	41
<i>Figura 6. Costo de un jugo Natural.</i> .....	41
<i>Figura 7. Donde estarían dispuestos a consumir los jugos</i> .....	42
<i>Figura 8. Qué características le gustaría que tenga los jugos</i> .....	42
<i>Figura 9. Donde consume jugos o derivados de jugos.</i> .....	43
<i>Figura 10. Con que le gustaría tomar el jugo natural.</i> .....	43
<i>Figura 11. Distribución de local</i> .....	49
<i>Figura 12. Organigrama</i> .....	50
<i>Figura 13. Diagrama de Flujo de atención al cliente</i> .....	52

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, el desarrollo dinámico de las Mypes Latinoamericanas se restringe por su insuficiente recurso económico para emprender nuevas tácticas innovadoras en sus operaciones comerciales, problemática exacerbada por su dificultad para acceder a diversas opciones de financiamiento rentables por las elevadas tasas de interés impuestas a los créditos solicitados por micro empresas, lo cual, imposibilita su operatividad competente en la atmósfera de negocio inserto, obstaculizando su crecimiento prolongado, como su permanencia sostenida en un contexto volátil, por ende, se amerita ampliar el presupuesto designado por los países para promover la actividad empresarial eficiente, mejorar los lazos comunicativos de los empresarios con los organismos gubernamentales, prescindir de excesivos trámites o formalidades burócratas que confinan la participación de las entidades involucradas en este sector en convocatorias organizadas por el gobierno, entre otros factores, a fin de revertir este escenario que afecta en demasía los rendimientos o utilidades registradas, reflejándose en inestabilidad como en pérdidas continuas (Saavedra & León, 2014).

En tal sentido, en diferentes países surge el enigma orientado a minimizar las barreras de financiamiento que impiden conceder determinados importes a las Mypes que presentan proyectos factibles, por medio de diseño de políticas como programas, con el propósito de proporcionar recursos monetarios suficientes que coadyuven al financiamiento e inversión redituable de las entidades recientemente instauradas, asegurando su desarrollo acelerado como ampliación de oportunidades laborales que agilicen el ritmo productivo económico, incitando a emprender negocios viables avocados a la innovación (Rojas, 2017).

Cabe mencionar, que numerosas Mypes se enmarcan en la prestación de servicios, puesto que, prefieren destinar sus inversiones en un rubro competitivo que amerita una continua instrucción en temáticas concernientes a finanzas, que coadyuve a gestionar de forma correcta sus recursos monetarios, efectuando los pagos respectivos a los proveedores, prescindiendo de conceder excesivos créditos a sus clientes, para evitar insostenibilidad financiera, que conlleve a incurrir en pérdidas constantes, que dificulte su

mantenimiento competente en un escenario asediado por variaciones turbulentas (Castillo, 2016).

La inversión en negocios avocados a la comercialización de productos saludables, conforman una ventaja por su gran demanda en la sociedad, dado que, los beneficios proporcionados por el consumo de frutas son múltiples, siendo una fuente inagotable de compuestos bio-activos como vitaminas y antioxidantes, ingerirlas también ayuda a disminuir el riesgo de enfermedades, entre otras cosas. La tendencia mundial por llevar una vida más sana ha generado un crecimiento vertiginoso de los denominados “Juice Bars” en países como Australia, España, Estados Unidos, Portugal, Inglaterra, etc., pero recién está surgiendo en países latinoamericanos como México, Perú, Chile y Ecuador. Entre las marcas más conocidas internacionalmente se encuentran Boost Juice Bar, Revive Juice, Nekter Juice bar, Smoothie King, etc. A nivel nacional, solo es conocido en la ciudad de Buenos Aires, siendo sus referentes saludable Bar de Jugos y Pura Vida Juice Bar (Palma, 2013).

En algunos países se conoce como jugoterapia el ingerir en forma sistemática jugos de frutas y verduras a fin de prevenir o curar problemas de salud. Por su puesto, el éxito de estas bebidas recae en elegir la base líquida de alguna fruta o verdura y saberla combinar con otras sin que se afecten sus sabores (Ayala, 2011).

El continuo crecimiento en el Perú de los formatos modernos, la sofisticación del comportamiento de los consumidores, el creciente interés de los peruanos en adquirir productos saludables, así como el continuo crecimiento de los formatos modernos de juguerías tanto en la ciudad de Lima como en otras provincias del Perú han sido las principales que han dado pie al desarrollo de este proyecto de inversión. (Mori & Soldevila, 2011).

Acorde con Navajas (2012), el Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para microfinanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPES. Sin embargo, amerita adoptar un postura analítica de las diferentes

opciones de financiamiento para decidir por la mejor alternativa que coadyuve a la viabilidad de la inversión de la Juguería a emprender, asegurando la efectividad de sus operaciones comerciales a desarrollar, que propicie rendimientos redituables para su desarrollo competitivo y propóspero, afrontando el constante dinamismo de los cambios suscitados en su entorno.

Posterior a la evaluación del contexto presentado, se procedió a formular el siguiente problema: ¿Qué efectos generan las alternativas de financiamiento en el costo beneficio en una propuesta de inversión?, para conceder una respuesta certera a la interrogante, se planteó como propósito principal determinar las alternativas de financiamiento y su efecto en el costo beneficio de una propuesta de inversión de una Juguería en la ciudad de Chiclayo, para concretar el objetivo general se procedió a describir las alternativas de financiamiento posibles en la inversión de una Juguería, identificando las necesidades del mercado y la demanda para la inversión, para luego realizar el aspecto técnico y organizacional de la inversión de una Juguería, con el fin de determinar su viabilidad económica financiera.

Metodológicamente, la investigación se enmarca en un diseño no experimental de tipo descriptiva propositiva, que optó por recabar un conglomerado de información por medio de una encuesta dirigida a los estudiantes pertenecientes a la Casa de Estudios USAT, asimismo se aplicó una entrevista a entidades bancarias, a fin de evaluar diferentes tasas de interés para decidir por una fuente rentable.

En ese sentido, la investigación se estructuró en 6 capítulos, con el fin de cristalizar con el objetivo general fijado. En el Capítulo I se detalla la problemática precisando sus características resaltantes, asimismo, se expone el objetivo genérico con los objetivos específicos respectivos. En el Capítulo II, se dilucida el marco teórico enfatizando los contenidos cruciales en los antecedentes como en las bases teóricas expuestas, para una comprensión completa de la dinámica de diferentes variables involucradas. En el Capítulo III, engloba aspectos metodológicos que incluye el tipo de investigación del estudio, el diseño adoptado, determinación de la población, tamaño de muestra, técnicas de recopilación de datos escogidas, así como, procesamiento de datos

efectuado para examinar la información recabada. El Capítulo IV muestra los resultados propiciados por las encuestas como las entrevistas realizadas, con el propósito de obtener un material consistente ameritado en el presente estudio, además se manifiesta la discusión o contrastación de los resultados propiciados por el estudio con otras investigaciones citadas anteriormente en el marco teórico, en concordancia con los objetivos como hipótesis planteada, que permita establecer relaciones de similitud con diversos conocimientos científicos, expone la propuesta estratégica de marketing para la empresa que oferta servicios de jugos naturales de notable calidad NAFRUVIDA, se presentan las conclusiones, que enfatizan los resultados cruciales acordes con los objetivos otorgando una solución a la problemática mostrada, se evidencia las recomendaciones dadas en relación con el estudio, para considerarse en futuras investigaciones.

## II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo, se presentan las búsquedas bibliográficas con el fin de sustentar teóricamente el presente trabajo.

### 2.1. Antecedentes de la Investigación

Vera (2017), en su investigación “Alternativas de Financiamiento de las MYPES del Centro Comercial el Virrey del Distrito de Trujillo, Año 2016”, se pretende evaluar diferentes alternativas que coadyuven al financiamiento adecuado de las Mypes, efectuando un análisis del crédito comercial como del préstamo otorgado por una entidad financiera para optar por una decisión rentable. Precizando, la conveniencia de adquirir financiamiento por medio de una entidad bancaria, puesto que, los requerimientos exigidos son asequibles, asimismo, el importe a pagar con respecto a las tasas de interés impuestas se muestran acordes con sus ingresos registrados, permitiendo culminar con cancelar cada cuota, opción beneficiosa para su crecimiento empresarial, prescindiendo de pactar préstamos con un proveedor, que establece periodos prolongados para finiquitar el monto dado, solicitando adicionalmente el 40% del valor actual del activo, lo cual, repercute en demasía en sus rendimientos como sostenibilidad en un contexto turbulento y complejo.

Santos & Soto (2017), en su estudio “Alternativas de financiamiento para una eficiente gestión financiera de las Mypes con la Cmac Huancayo S.A.”, se orientó a analizar las diferentes opciones para concretar un financiamiento, a fin de efectivizar la gestión financiera ejecutada, por ende, procedió a evaluar la situación por medio de encuestas dirigidas a las Mypes, cuya información recabada indicó que destinar los créditos adquiridos en inversiones redituables, coadyuva a acrecentar el dinamismo de los ingresos, rendimientos como utilidades, propiciando una gestión efectiva de sus recursos financieros que encamine a su sostenibilidad competente como desarrollo ventajoso.

Aguilar & Cano (2017), en su investigación “Fuentes de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las Mypes de la provincia de Huancayo”, se avoca examinar las diversas fuentes posibles para concretar un financiamiento provechoso que

se refleje en constante crecimiento de los rendimientos, que conlleve a una expansión futura. Posterior a evaluar la problemática por medio de las respuestas dadas en las encuestas, se constató la importancia de las microfinancieras para otorgar créditos apropiados a las Mypes, los cuales, se inviertan en diferentes activos que propicien el dinamismo eficiente de sus operaciones, implantar retroalimentaciones, efectuando innovaciones en determinados procedimientos, que conduzcan a registrar constantes réditos favorables para mantenerse competente.

En Chile, Ayala (2011) explica en su plan de negocios para la elaboración de jugos naturales a base de Frutas y hortalizas.

El aspecto que más atrae la atención de este tipo de productos es que son saludables (68%). El 32% restante se distribuye entre otros aspectos tales como la novedad, el precio, la necesidad de consumirlo y la exclusividad. (p.13).

En Guayaquil, Aguirre & Sánchez (2011), explican en su “Plan de negocios para la producción y comercialización de bebidas naturales saludables y nutritivas a base de frutas tropicales a implementarse en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2011”

Las bebidas naturales con base en frutas tropicales ofrecen una concentración impresionante de antioxidantes debido a su materia prima. Las frutas son la fuente más abundante que se conoce de este elemento la importancia de los antioxidantes para la salud está enfocado en su capacidad de mitigar los efectos nocivos de los radicales libres, de retardar el proceso de envejecimiento y de brindar protección contra varias enfermedades. (p. 22).

En Perú, Mory & Soldevila (2011) concluyen en su “plan de negocio de Producción y venta Directa de jugos naturales en centro comercial de provincias”.

El formato moderno de Juguería planteado en el presente proyecto, puede encajar como una estrategia de Océano Azul, ya que no existe un formato similar en la provincia de Ica. Se ha mezclado un negocio tradicional que atiende a los segmentos C y D con la

aplicación de tecnología y mejorado servicio, lo que genera un concepto de negocio que apunta a los segmentos A, B y C.

## **2.2. Bases Teóricas Científicas.**

Cuando se desea poner en marcha un negocio, es importante realizar un previo estudio de la competencia existente, directa e indirecta. Para evaluar y obtener datos como: la oferta de productos y servicios que brinda la competencia, sus productos, servicio diferencial y su rango promedio de precios, para que con ellos se pueda determinar si es posible superar las expectativas del cliente frente a la oferta de las otras empresas similares o afines al negocio; así como plantear propuestas innovadoras de productos para convertirlos en una ventaja competitiva (BIYMONS, 2009)

Asimismo, que resulte clave conocer el rubro y/o negocio en que se decide emprender un proyecto de inversión, es importante tener en cuenta dos factores que influyen al elegir un correcto negocio: definir si existe necesidad de los productos y servicios a ofrecer, definir un mercado que espere de ellos en un futuro. Es decir, es importante que la empresa podrá mantenerse en el tiempo, para lo que deberá funcionar siempre de la mano de tres aspectos: moda, tecnología e innovación para garantizar su desenvolvimiento por un periodo de tiempo (Henderson, 2009).

Existen diferentes modelos de evaluación que derivan tanto del objeto a evaluar como de la formación académica de quienes realizan esa tarea. Sin embargo, lo constante es, por un lado, de la pretensión de comparar un patrón de deseabilidad (imagen- objetivo hacia la cual se orienta la acción) con la realidad (la meda potencial en la cual esta va a ser modificada, o lo que realmente sucedió como consecuencia de la actividad desplegada) y, por otro lado, la preocupación por alcanzar eficazmente los objetivos planteados. “Evaluar es fijar el valor de una cosa; para hacerlo se requiere un procedimiento mediante el cual se compara aquello a evaluar respecto de un criterio o patrón determinado” (Cohen & Franco, 1992).

Martorell (2010), asevera la implicancia de ver como las marcas cuyo valor ha crecido más en los últimos años se diferencian en sus respectivos mercados por una combinación estratégica:

Apple: innovación + estilo de Vida

ZARA: Etilo de vida + Precio

Google: innovación + precio

Para Lubys, la estrategia de diferenciación sería las siguientes

Estrategia Lubys: modernidad+ calidad+ salud

El éxito de una marca depende mucho que la imagen que se quiere dar sea consecuente con los productos y servicios ofrecidos. Consolidar un buen posicionamiento de la marca es de gran importancia cuando se incursiona en nuevos mercados y más aun con productos nuevos (Kourdi, 2008).

Teoría del adecuado manejo de financiamiento. Según Luna (2011), un financiamiento puede ser una buena oportunidad para un negocio cuando éste requiere crecimiento. Lo adecuado es analizar cuándo es conveniente solicitarlo con base en la situación actual de la demanda del producto y las proyecciones de la empresa. Si piensas destinar el financiamiento o el crédito para pago de deudas o de salarios, pedir apoyo financiero es abrir un hoyo para tapar otro. Pero si la empresa comienza a tener mayor demanda, lo que con lleva la necesidad de lograr mayores niveles de producción, realizar inversión en equipo y herramienta y considerar un incremento importante en la compra de materia prima -o todas las anteriores-, solicitar un apoyo financiero es precisamente lo que la empresa requiere. Es el momento en que la demanda del producto o servicio es mayor que tu capacidad real y las proyecciones de ventas auguran que tu margen de utilidad continuará por dicho camino, por lo que puedes destinar una proporción a reinvertir en tu negocio. Dicha reinversión será aplicada a la amortización del crédito o financiamiento que en la actualidad estás aplicando para hacer mejoras. Es cuestión que incluyas en tu planeación mensual los pagos entre los gastos fijos.

Para Hernández (2002) toda empresa, sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero), ya sea para desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión, llámese a ello financiamiento.

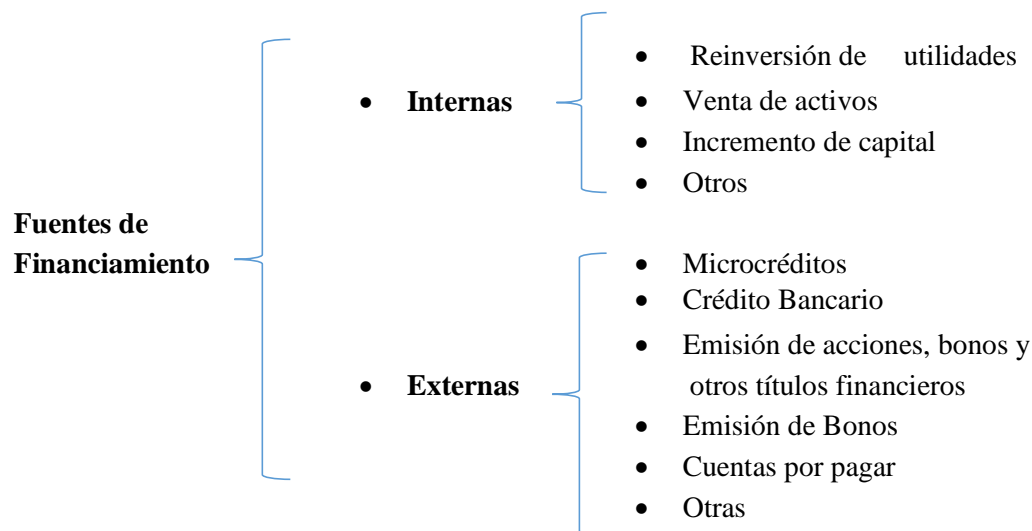
Para Lerma et al. (2007) el financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido.

En esencia, cabe destacar que el financiamiento (recursos financieros) permite a muchos micro y pequeños empresarios seguir invirtiendo en sus negocios, optando por un comportamiento más competitivo que es medido por la productividad lograda de dicha unidad económica de pequeña escala, con el fin de conseguir estabilidad económica, acceso a tecnologías, un desarrollo institucional y sobre todo participar en un ámbito más formal.

### **2.2.1. Fuentes de Financiamiento**

De acuerdo a lo planteado por Hernández (2002) cualquiera que sea el caso “los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen llegar recursos financieros en sus procesos de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo, se les conoce como fuentes de financiamiento”.

Según el estudio de Lerma et al. (2007) para la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) la obtención de financiamiento no ha sido una labor fácil, sin embargo, se puede tener accesos a diferentes fuentes de financiamiento y utilizar cada una de ellas, con base en las ventajas y desventajas de éstas como se observa.



*Figura 1. Fuentes de Financiamiento.*

Fuente: Lerma et al. (2007)

Así mismo, en el Perú las MYPES cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las que son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) como las que no son reguladas por la misma. Tal y como se presenta:

### **2.2.2. Clases de financiamiento**

Asimismo, según Briceño (2010), Las fuentes de financiamiento pueden pertenecer a distintas clases, distinguiéndose en primera instancia dos opciones:

#### **2.2.2.1. Financiamiento interno**

Se entiende el aporte de los propios dueños de las empresas, producto de sus ahorros, o de los accionistas de una sociedad anónima. La reinversión de los beneficios producidos por la propia empresa se considera una fuente de financiación interna, no tiene vencimientos a corto plazo y tampoco la empresa tendrá costo alguno en la financiación.

Las aportaciones se originan con el aporte del propietario o socios de la empresa, en efectivo o bienes que poseen las personas que buscan establecer la

empresa en el momento de constituir legalmente la sociedad es decir el capital social, sus aportaciones son con la idea de iniciar, expandir, mantener o recuperar el negocio. Existe un costo asociado con las aportaciones, referente al costo de oportunidad que tienen estos recursos, si no se invirtieran en la empresa. La principal ventaja de esta fuente, es que no es una deuda que exija el pago de cierta cantidad a determinado tiempo, y la inversión que se realiza pretende ser indefinida, por lo que no exige algún pago de intereses por su uso.

En tal sentido, auto – financiamiento, aduce a la capacidad que presenta la empresa para solventar tanto los costos como erogaciones incurridas, no optando por solicitar un crédito a fin de adquirir bienes de capital, equipos, recursos materiales, entre otros, al contado cuyas ganancias generadas constituyen su inversión redituable para agilizar diferentes operaciones, incorporar tácticas o retroalimentación, desarrollo de innovaciones o mejoras, visualizar mayor productividad, así como, acelerar sus rendimientos, entre otras situaciones beneficiosas a suscitarse por un apropiado manejo de los recursos monetarios registrados en periodos específicos.

#### **2.2.2.2. Financiamiento externo**

Sus fuentes son el más interesante puesto que con ellas se introduce el concepto de endeudamiento. Se acude a un financiamiento externo cuando las empresas no pueden afrontar una inversión mediante sus propios recursos, pero sin embargo, el proyecto parece suficientemente rendidor como para justificar el costo de la financiación (es decir, los intereses), y además generar utilidades para la organización. A una escala mayor, a veces los países afrontan dificultades en sus balanzas de pago y deciden recurrir a la financiación, que habitualmente se canaliza a través de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Banco Mundial. Los préstamos bancarios son el recurso más común de financiamiento, de hecho la función principal de los bancos es obtener ganancia a partir de los créditos que otorgan. Para obtener una financiación bancaria suele ser necesaria la explicitación del destino que se le dará al dinero, tener un plan de pagos trazado para su devolución, y en algunos casos, contar con una garantía o una serie de avales que aseguren la

concreción del pago. De forma más sencilla, también será una financiación externa la adquisición de un producto cuyo pago no se realice en efectivo, sino que a un plazo determinado. Entonces, la empresa adquiere una obligación (pasivo) que podrá ser a corto plazo si su pago se completa en menos de un año, o a largo plazo si lo hace en un período de tiempo mayor. Otro ejemplo de financiación externa es la emisión de acciones, es decir, la distribución de partes de la titularidad de la empresa en socios accionistas. Aunque más que nada se instala en el mundo de los negocios, el financiamiento también es requerido por individuos para poder concretar algunas ideas, como la compra de un inmueble o de un vehículo, realizar un viaje o una fiesta, construirse una casa, incluso costearle los estudios a un hijo. A estos se les suele llamar préstamos personales. A veces las entidades bancarias, sobre todo las de respaldo público, lanzan líneas de crédito especialmente destinadas a estos fines, sobre todo para el acceso a la vivienda, por el valor social que esta adquiere. En general las tasas de interés en estos casos no son tan altas, aunque siempre se exige algún tipo de garantía de pago. Las tarjetas de crédito que emiten los bancos también son instrumentos de financiación muy comunes.

#### **2.2.2.2.1. Proyecto de Inversión**

En general, un proyecto es la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema, tendente a resolver, entre muchas, una necesidad de la sociedad (Lezama, 2006)

En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodología con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como puede ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

Gino Foppiano (2013) Define que un proyecto es la búsqueda de respuestas inteligentes para solucionar problemas relacionados con necesidades humanas.

Ernesto Fontaine (1999) compara definiciones de proyecto dice que para un economista, un proyecto es la fuente de costos y beneficios que ocurren en distintos periodos de tiempo. El desafío que enfrenta es identificar los costos y beneficios atribuibles al proyecto y medirlos (más bien, valorarlos) con el fin de emitir un juicio sobre la conveniencia de ejecutar ese proyecto. Para un financista que está considerando prestar dinero para su ejecución, el proyecto es el origen de un flujo de fondos provenientes de ingresos y egresos de caja, que ocurren a lo largo del tiempo; el desafío es determinar si los flujos de dinero son suficientes para cancelar la deuda.

#### **2.2.2.2.2. Objetivos de un Proyecto de Inversión**

Hamilton & Pezo (2005), enfatizan que un proyecto Tiene tres objetivos básicos:

Determinar si la implementación y desarrollo de la idea del negocio es viable.

Anexar elementos que permitan tomar decisiones racionales con respecto a la asignación de los recursos disponibles.

Proyectar los resultados para determinar si el proyecto se descarta, se posterga o se ejecuta.

#### **2.2.2.2.3. Estudio de mercado**

La American Marketing Asociación (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios».

Andía (2007) opina para iniciar un negocio es importante conocer el ambiente donde se llevara a cabo nuestras operaciones. Ello permitirá identificar un conjunto de variables que tendrán influencia en el proyecto y en general informaran que tan atractivo es el sector. También se identifican las características de los consumidores y

competidores, para determinar la demanda potencial y la forma de ingreso al mercado (producto, precio, distribución y promoción).

#### **A).Oferta**

Mientras la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros (Sapag, 2007).

#### **B).Demanda**

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y demanda, se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad acordada para cada producto o servicio. (Sapag, 2007)

#### **2.2.2.2.4. Tipos de mercado**

##### **Mercado potencial**

Está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca. (Rodríguez, Santoyo & Adolfo, 2008)

### **Mercado Disponible**

Kotler (2002) El mercado disponible es el conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos y acceso a una oferta dada.

### **Mercado Efectivo**

Kotler (1996) indicó que el mercado efectivo es aquella parte de la demanda planeada (en términos reales), en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicio.

### **Mercado Objetivo**

El mercado objetivo es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para una área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos demográficos, de ingresos, actividad económica (nivel macro) y análisis del contexto (nivel mega). Un de las claves de la organización es determinar si esta tiene un plan para desarrollar su mercado objetivo, o crear uno nuevo (Bernárdez, 2007).

#### **2.2.2.2.5. Viabilidad Técnico o ingeniería de proyecto**

El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y efectivamente. (Sapag, 2007)

#### **2.2.2.2.6. Viabilidad organizacional y legal**

Según Andía (2003), lo primero, se debe decidir si la empresa estará a cargo de una sola persona o se necesitara socios. Los factores a considerar son el monto de

inversión y la capacidad administrativa; luego, en función a ello, se define si la empresa tendrá personería natural o Jurídica.

## **Viabilidad Legal**

### **A). Personería Natural.**

Lo adoptan principalmente las pymes de acuerdo a las normas legales vigentes donde las personas naturales forman empresas unipersonales. Su rapidez formal hacen que sean las más numerosas en nuestro medio (es el caso de las farmacias, restaurantes, bodegas, etc.). En estos tipos de negocios, el titular compromete su patrimonio personal a la actividad comercial a realizar.

### **B). Personería Jurídica.**

La empresa responde por sus deudas y obligaciones ante terceros. Estas empresas se diferencian por sus diversas formas de constitución en; empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Anónima (SA) que a la vez tiene dos formas especiales, Sociedad Anónima Cerrada (SAC) y Sociedad Anónima Abierta (SAA).

### **C). Etapas de la constitución.**

1. Minuta de constitución
2. Escritura Publica
3. Inscripción en Registros
4. Representantes Legales
5. Obtención del RUC
6. Licencia municipal de Funcionamiento

## **Viabilidad Organizacional**

### **A). Organigrama**

El organigrama es una representación gráfica que muestra de manera esquemática la estructura organizativa adoptada por la empresa, representada gráficamente la **estructura formal** y en ella se expone como fluye la comunicación dentro de la empresa, los órganos directivos, los departamentos las relaciones y conexiones que existen entre ellos, además de las relaciones jerárquicas entre supervisores y subordinados.

Lo realiza la dirección ha de ser claro y sencillo, y en él se debe ver nítidamente:

La jerarquía

La conexión entre los distintos niveles jerárquicos

Los puestos de trabajo.

Los departamentos

Los canales de comunicación.

Los organigramas se pueden clasificar atendiendo a distintos criterios y en funciones de las características de la empresa (Martínez, 2013).

### **B). Flujograma**

El flujograma es una herramienta útil para identificar cada una de las tareas en las cuales se puede descomponer un proceso, reflejar las secuencias que se dan entre ellas, así como el orden establecido. En el caso concreto de gestión documental que tiene lugar, es decir, el conjunto ordenado de etapas por las cuales un documento puede pasar.

Para representar un flujo grama, es necesario conocer las principales tareas del proceso y las relaciones que se dan con otros procesos, por ejemplo, cuando la finalización de un proceso es condición necesaria para el inicio de otro. A partir de ahí, la representación gráfica concreta puede variar, ya que lo interesante es utilizar la que mejor se adapte a los fines que se presenten con el diagrama de flujo (Alexandre, 2014).

#### **2.2.2.2.7. Estudio Económico Financiero.**

##### **Inversión Inicial del Proyecto.**

Alegre (2003) indica que las inversiones durante la etapa de implantación del proyecto se pueden clasificar en: Activos Fijos (inversiones Tangibles), Activos diferidos (inversiones intangibles) y Capital de Trabajo.

##### **A). Las inversiones Tangibles o Fijas**

Se efectúan en bienes físicos que se emplearan en el proceso de transformación de los insumos en productos o que sirvan de apoyo a las operaciones del proyecto.

Todos los activos fijos, con excepción de los terrenos, están sujetos a la depreciación.

##### **B). Las inversiones Intangibles**

Se caracterizan por su inmaterialidad, las mismas que se efectúan sobre activos conformados por los servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto.

Para recuperar el valor de los activos nominales se les debe consignar entre los costos de operación como “amortización de cargo diferido”.

### **C). El Capital de Trabajo**

Viene hacer el conjunto de recursos reales y financieros que forman parte del patrimonio de proyecto, que son usados como activos para la operación normal de la fábrica durante un ciclo productivo, que depende de las características del producto y de la experiencia del inversor.

#### **2.2.2.2.8. Estructura de costos**

##### **Costos Variables**

Son aquellos costos que varían en forma directa y proporcional ante cambios en el volumen de producción; es decir si el volumen de actividad aumentan un 8% el costo también aumenta en un 8% (Sinisterra, Valencia & Gonzalo, 2006).

##### **Costos Fijos**

Los costos fijos permanecen constantes en un periodo, independiente de que se presenten cambios en el nivel de producción. (Sinisterra, Valencia & Gonzalo, 2006).

#### **2.2.2.2.9. Estado de resultados.**

Mide la actividad de una empresa a lo largo de un período, que suele ser un mes, un trimestre o un año. Este informe financiero puede tener diferentes nombres: Estado de ganancias y pérdidas, estado de ingresos, estado de ingresos y gastos o, incluso, estado de operaciones. El estado de ganancias y pérdidas básicamente le indica los ingresos, los gastos, las ganancias y las pérdidas (Fargo, 2003).

##### **Flujo de Caja**

Un flujo de caja es un instrumento financiero que proyecta el presupuesto de los ingresos y egresos durante un periodo y determinar los saldos o déficits de caja;

también determina los requerimientos de financiamiento y la rentabilidad del proyecto.

### **Flujo de Caja Económico**

El flujo de caja económico evalúa la rentabilidad del proyecto, por sí mismo, sin incluir el financiamiento utilizado para llevarlo a cabo. De este flujo se mide la rentabilidad económica.

### **Flujo de Caja Financiero**

Este flujo de caja evalúa la rentabilidad del proyecto, considerando el financiamiento utilizado para llevarlo a cabo. La rentabilidad calculada en este caso es la financiera.

#### **2.2.2.2.10. Financiamiento mixto**

Conciernen a modalidad para obtener una fuente monetaria que permita el financiamiento, con el fin de cristalizar diferentes inversiones, costos como erogaciones, por medio de los aportes dados por los socios, cuyos montos corresponde al capital social, complementándose con el importe crediticio concedido por una entidad bancaria, para efectuar la ejecución de una inversión de forma apropiada, favoreciendo a su continua operatividad, permitiendo culminar determinadas deudas en el plazo exigido por la entidad oferente.

#### **2.2.2.3. Valor actual neto**

Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

#### **2.2.2.4. Periodo de recuperación de la inversión**

El periodo de la recuperación de la inversión, PRI es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

#### **2.2.2.5. Relación costo beneficio**

La relación beneficio- costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio-costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada.

Sapag (2007), Los métodos más comunes corresponden a los denominados valor actual neto, más conocido como VAN, la tasa interna de retorno o TIR, el periodo de recuperación y la relación beneficio- costo.

En ese sentido, si:

El valor actual neto es superior a

0, indica que el proyecto a implantarse originaría utilidades considerables, que ameritan su aceptación.

El valor actual neto, es igual a 0, señala que la inversión no ocasionará ni pérdidas ni utilidades con su aceptación, por ende, amerita analizarse acorde a otros criterios.

El valor actual neto, es inferior a 0, denota que la inversión producirá continuas pérdidas, con respecto a la rentabilidad definida, por ello el proyecto tiende a rechazarse por su inviabilidad.

### **Tasa interna de retorno**

La TIR tiene cada vez menos aceptación como criterio de evaluación, por tres razones principales:

- A).** Entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida en el VAN.
- B).** No sirve para comparar proyectos, por cuanto una TIR mayor no es mejor que una menor, ya que la conveniencia se mide en función de la cuantía de la inversión realizada.
- C).** Cuando hay cambios de signos en el flujo de caja, por ejemplo por una alta inversión durante la operación, puede encontrarse tantas tasas internas de retorno como cambios de signos se observen el flujo caja.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de la investigación.**

El modelo de investigación fue el de una investigación descriptiva simple, con un enfoque cuantitativo, ya que utiliza la recolección y el análisis de los datos, para contestar preguntas de investigación. Se basa en la medición numérica, el conteo y en el uso de la estadística, para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población y también está en concordancia con el objetivo general propuesto. Así mismo, tiene como referente a (Bernal, 2006, p. 112-113).

#### **3.2. Diseño de la Investigación.**

Hernández (2006), específicamente el diseño no experimental- transaccional descriptivo simple, el cual consiste en observar fenómenos, tal y como se dan en un contexto natural, para después analizarlos. En tal sentido, el tipo de diseño que plantea, y que guarda relación con la investigación, es el diseño transaccional o transversal descriptivo, puesto que estos recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único, estando acorde al objetivo de la investigación (p. 205 -213)

#### **3.3. Población, Muestra y Muestreo**

##### **3.3.1. Población**

Al tratarse de un proyecto de inversión a nivel de pre-factibilidad, fue necesario estudiar el mercado al cual se dirigió la propuesta para orientar el negocio hacia un entorno de potenciales consumidores que otorguen una positiva respuesta. Es por ello que el instrumento de recolección de datos empleado, fue aplicado a un universo de **7700** alumnos matriculados en el I semestre del año 2016 y profesores de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Asimismo, se optó por aplicar entrevistas a entidades financieras como bancarias, a fin de recabar un conglomerado de información que permita analizar las posibilidades de acceder a un crédito rentable que corrobore a la ejecución efectiva del proyecto de inversión privada de Juguería.

### 3.3.2. Muestra.

**Tabla 1.**  
*Tamaño de Muestra*

<b>Nivel de Confianza</b>	<b>94.40%</b>
<b>Vakor de Z</b>	<b>1.91</b>
<b>Proporcion</b>	<b>0.5</b>
<b>Error</b>	<b>0.05</b>
<b>Tamaño de Muestra</b>	<b>367</b>
<b>Poblacion</b>	<b>7700</b>
<b>Tamaño de Muestra</b>	<b>350</b>

*Elaboración propia*

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

Está compuesta por 7700 estudiantes matriculados en el I semestre del año 2016, nivel de confianza de 94.4% con una probabilidad de éxito de 0.5 y un máximo de error de 0.05.

### 3.4. Criterios de Selección

Tenemos dos criterios de Selección

#### 3.4.1 Estudiantes

La demanda de la propuesta de inversión está dirigida a los Estudiantes de la USAT, puesto que, conforman el público clave para la adquisición o consumo del producto a ofertarse en la Juguería.

#### 3.4.2 Entidades financieras

Se consideró analizar las entidades bancarias y las cajas financieras que hay en la ciudad de Chiclayo para optar por la mejor opción con respecto

a la tasa de interés; para ello se aplicó una entrevista, realizando un análisis de preguntas generales a las entidades financieras entre estas Bancos y Cajas.

### 3.5. Operacionalización de variables

**Tabla 2.**

*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>V. Independiente Alternativas de Financiamiento</b>	Financiamiento externo	Crédito Bancario
		Financiamiento largo plazo
	Financiamiento Interno	Autofinanciamito
	Financiamiento Mixto	Costo de los socios
		Costo de la deuda
<b>V. Dependiente Costo Beneficio</b>	RBC	RBC es < a 1 no se recupera el costo
		RBC es > a 1 se recupera el costo
	Punto de Equilibrio	Analiza el nivel de ventas
		Utilidades igual a 0
<b>Variable Interviniente Proyecto de inversion</b>	Estudio de Mercado	Producto
		Demanda
		Oferta
		Tipos de mercado
	Viabilidad Técnica	Localización
		Tamaño del proyecto
	Viabilidad Organizacional	Organigrama
		Flujo Gramas
	Viabilidad Económica Financiera	Inversión Total
		Costos
		Flujo de Caja Económico
		Flujo de Caja Financiero
		Depreciación
Estado de Resultados		

*Elaboración propia*

### **3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

La metodología utilizada para obtener los datos que constituyeron el marco teórico de la investigación, está acorde con el siguiente procedimiento:

#### **3.6.1. La Técnica**

La técnica empleada es el cuestionario y el instrumento es la guía de encuesta (Ver anexo N° 1)

### **3.7. Procesamiento y Análisis de datos.**

Para recoger los primeros datos con respecto al estudio de mercado, se aplicó la encuesta a la muestra, mediante la cual se pudo generalizar la población, según los resultados de los mercados: Disponible efectivo y objetivo los mimos que fueron base para realizar las proyecciones de la demanda en 5 años. Se utilizó el análisis documental con el fin de extraer información de fuentes de la población del I semestre 2016 (USAT).

Posterior a la elección de la técnica encuesta se procedió a diseñar el cuestionario respectivo acorde con la muestra dirigida, prosiguiendo a su tabulación correspondiente en la herramienta Microsoft Excel, otorgando valores en relación con la escala de Likert, que coadyuve a su procesamiento en el programa estadístico SPSS versión 22, con el fin de representar la información recabada en tablas como figuras para su análisis apropiado que corrobore a emitir un diagnóstico consistente de la situación actual que circunda al mercado focal, especialmente examinar las expectativas como preferencias de la demanda clave.

### 3.8. Matriz de consistencia

**Tabla 3.**

*Matriz de consistencia*

TITULO	FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	BASES TEORICAS	METODOLOGIA
“Alternativas de Financiamiento y su Impacto en el Costo Beneficio de una Propuesta de Inversión”	¿Cuáles serían los efectos en el Costo Beneficio en una Propuesta de Inversión?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las alternativas de financiamiento y su efecto en el costo beneficio de una propuesta de inversión de una Juguería en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar las necesidades del mercado y la demanda para la inversión, así como los aspectos técnicos organizacionales.</p> <p>Describir las alternativas de financiamiento posibles en la inversión de una propuesta.</p> <p>Determinar la viabilidad económico y financiera</p>	<p>Alternativas de financiamiento</p> <p>Financiamiento de terceros.</p> <p>Financiamiento interno.</p> <p>Costo beneficio</p> <p>Proyecto de Inversión</p> <p>Viabilidad Organizacional</p> <p>Viabilidad Económica Financiera</p>	<p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Básica</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Población</p> <p>Alumnos USAT : 7700</p> <p>Entidades financieras:</p> <p>Muestra</p> <p>Alumnos de USAT: 1803</p> <p>Entidades Financieras: 15</p>

*Elaboración propia*

### **3.9. Consideraciones éticas.**

La presente investigación se rige por principios éticos, demostrándose en elaboración de constructos veraces acordes con datos reales suministrados por fuentes primarias, prosiguiendo lineamientos metodológicos válidos, asimismo, procura acatar el valor de discrecionalidad, puesto que, se prescindirá de publicar las identidades de los encuestados, manteniendo una postura neutra denotada por su ausente intervención en la emisión de respuestas dadas de forma voluntaria, con el fin de analizar el escenario actual, que permite efectuar los ajustes necesarios para ofrecer un producto requerido por la demanda, así como, examinar la viabilidad de diferentes alternativas de financiamiento. Por otro lado, se opta por respetar la autoría de terceros por medio de su citación respectiva.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

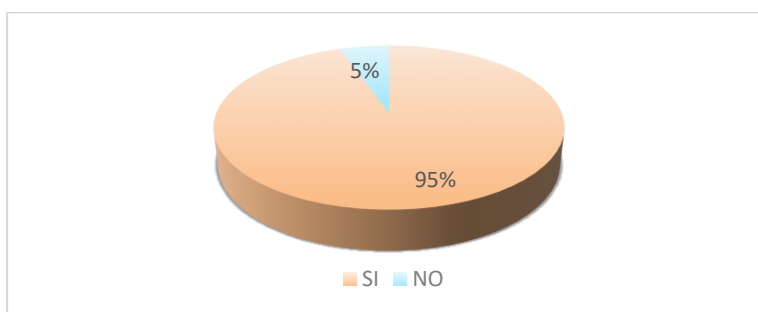
### 4.1. RESULTADOS

En este capítulo se describen y analizan los resultados del instrumento de recolección de datos, y además, se presenta el proyecto de inversión. Propiamente dicho, a nivel de pre factibilidad. Se desarrolla aquí el estudio de mercado, el estudio técnico legal, el estudio organizacional y el estudio económico financiero.

#### 4.1.1. Necesidades del mercado, demanda, aspectos técnicos y organizacionales.

##### 4.1.1.1 Resultados de la encuesta

En los resultados se presentan los datos obtenidos por la encuesta dirigida a la población Económicamente Activa (PEA) de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

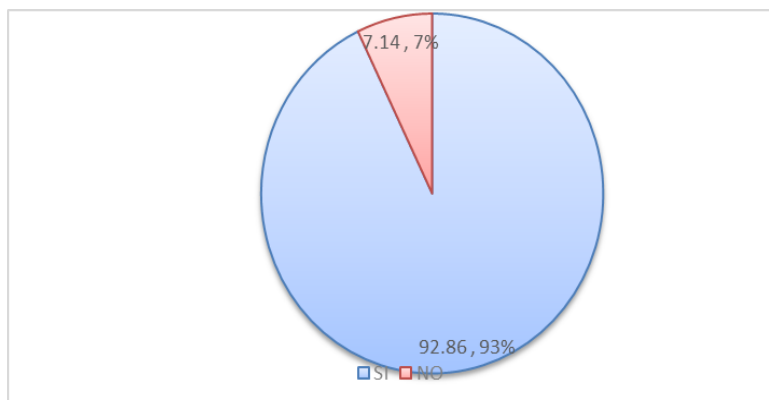


*Figura 2. Preferencia por la implementación de una Juguería cercana.*

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración propia, 2016.

El gráfico muestra que el 95% de la población encuestada está de acuerdo que se implemente una Juguería frente a la universidad Santo Toribio de Mogrovejo, mientras que el 5% le es indiferente.

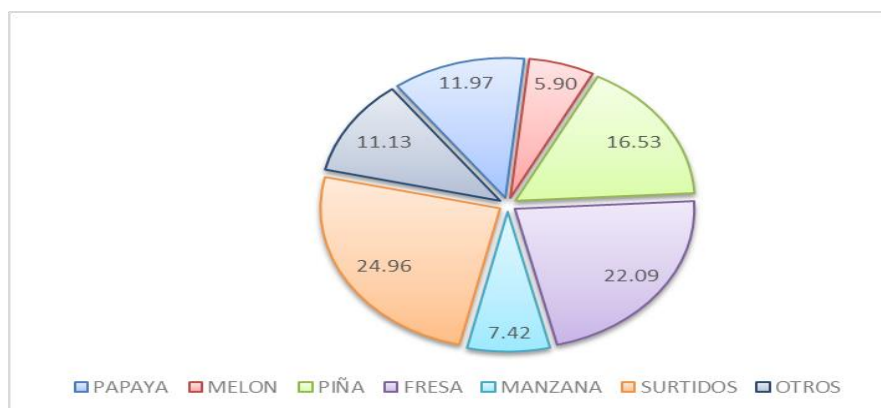


*Figura 3. Estoy de acuerdo en gastar por un jugo Natural.*

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración propia, 2016

Del 92.86% de los encuestados ha manifestado estar de acuerdo en cancelar por una bebida natural y el 7.14% sigue con los jugos artificiales.

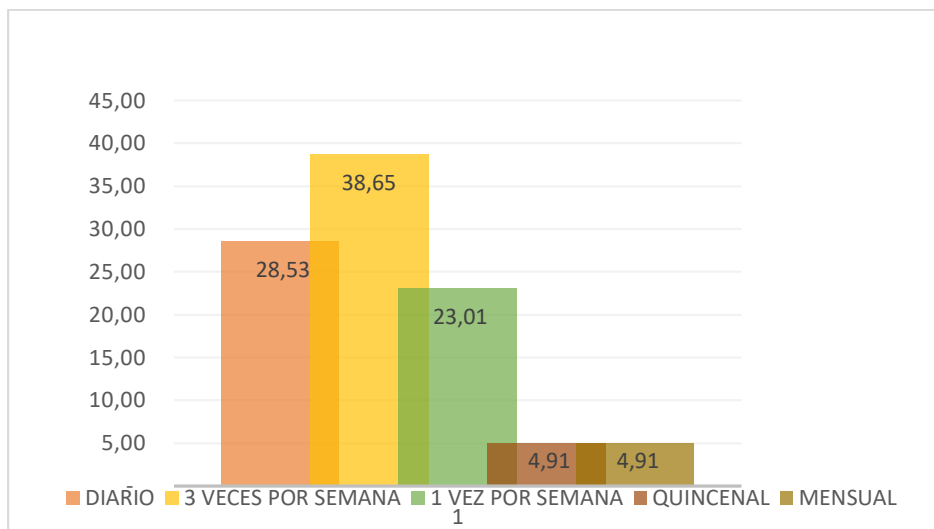


*Figura 4. Jugos que tomaría*

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración propia, 2016

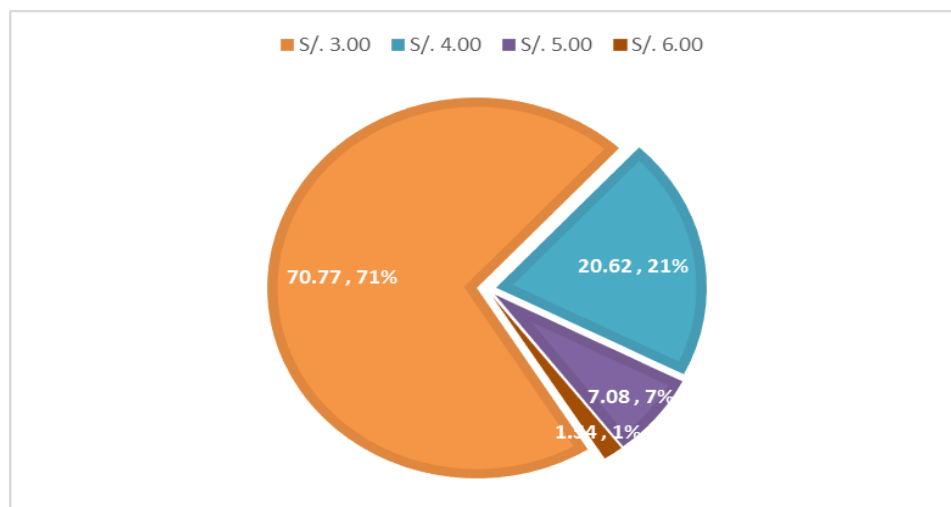
Como se observa en el grafico el 24.96 % de los jugos más solicitados es el surtido, siguiendo el jugo de fresa con el 22.09% Jugo de Piña 16.53% y la Papaya con 11.13%.



*Figura 5. Ventas esperadas según la frecuencia de consumos*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

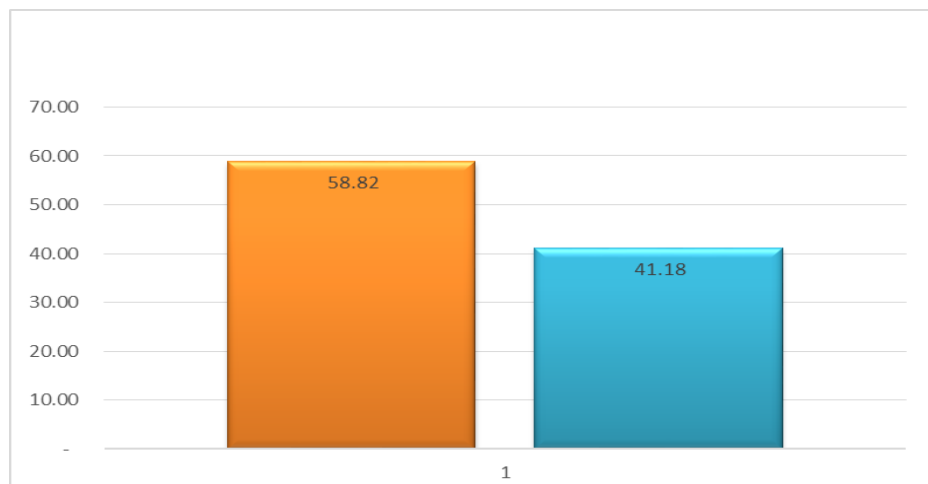
Como se observa en el gráfico el 38.65% de los encuestados consumiría jugos 3 veces por semana, 28.53% diario, 23.01% una vez por semana mientras que 4.91% mensual y quincenal.



*Figura 6. Costo de un jugo Natural.*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

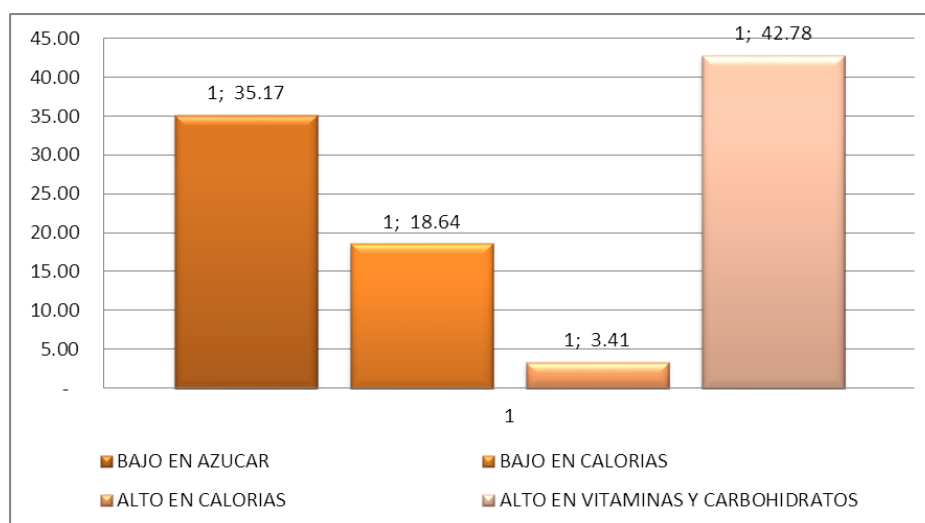
En la encuesta realizada tenemos que un 70.77 % de los encuestados, está dispuesto a cancelar por un jugo natural el valor de S/. 3.00 soles, el 20.62 % el valor de s/.4.00, el 7.08% el valor de s/.5.00 y el 1.14% el valor de s/.6.00.



*Figura 7. Donde estarían dispuestos a consumir los jugos*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

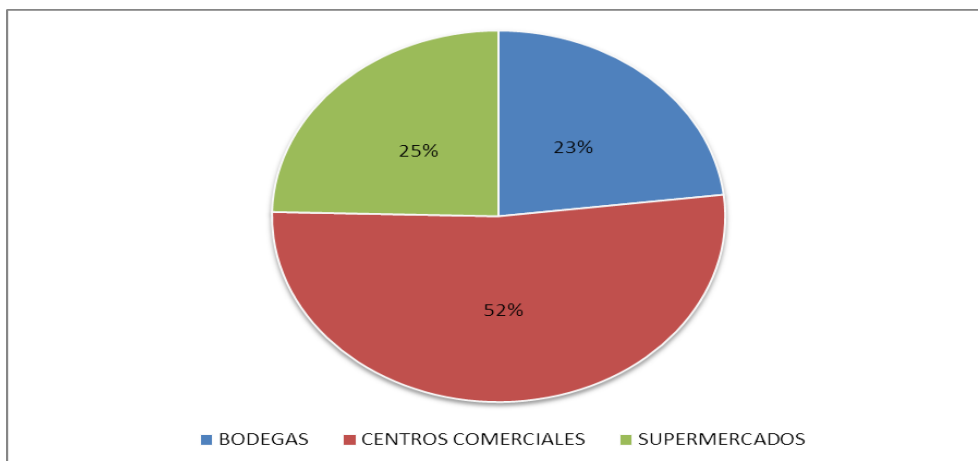
En la encuesta realizada el 58.82% estaría dispuesto a llevar los jugos, mientras que el 41.18 % lo consumiría en el local



*Figura 8. Qué características le gustaría que tenga los jugos*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

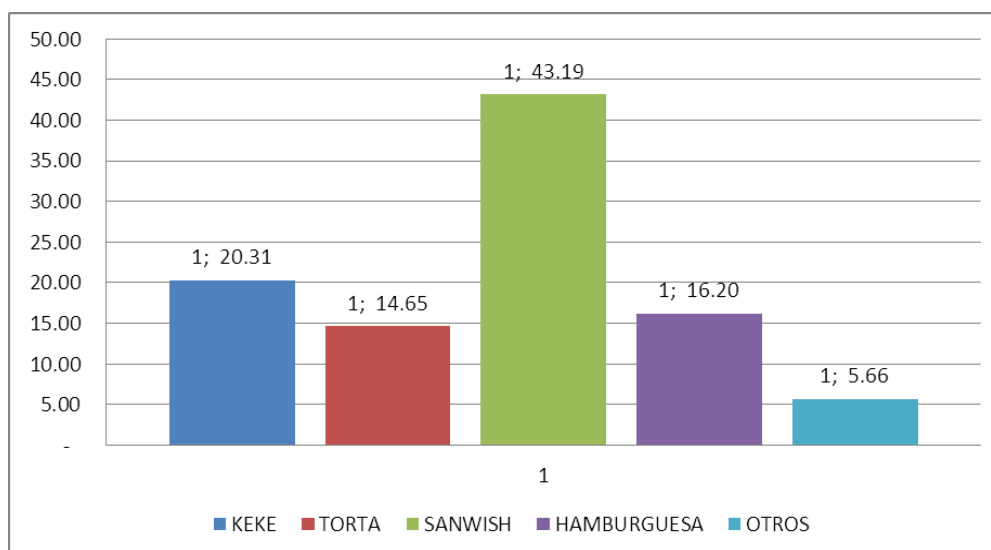
De acuerdo a los resultados de la encuesta el 42.78% prefiere que los jugos sean altos en vitaminas y carbohidratos el 35.17% bajo en azúcares, el 18.64% bajo en calorías y el 3.41% alto en azúcares.



*Figura 9. Donde consume jugos o derivados de jugos.*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

Según los resultados los alumnos consumen más productos envasados representado por el 52% que adquiere dichos productos en centros comerciales, seguido de bodegas 25% y un 23% supermercados



*Figura 10. Con que le gustaría tomar el jugo natural.*

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración propia, 2016

Según la encuesta el 43.19% le gustaría consumir además del jugo con un sándwich, el 20.31% con keke, el 16.20% con hamburguesa, el 14.65% con torta y el 5.66% con otros.

#### **4.1.1.2. Estudio de Mercado**

Para determinar el Estudio de mercado, según las bases teóricas, se han considerado los aspectos de descripción del servicio, tipos de mercado, proyección de la demanda, estudio de marketing y segmentación del mercado.

##### **Descripción del Servicio.**

Los Servicios que se prestaran en la Juguería NAFRUVIDA, están encaminadas a una mejor calidad de vida, salud, y bienestar en la alimentación de los clientes, quienes podrán disfrutar de una bebida natural y saludable para quienes desean consumirla.

##### **Tipos de Mercado.**

Una vez que se ha determinado los servicios que va a brindar la Juguería NAFRUVIDA, se ha considerado determinar los tipos de mercado para llegar al mercado objetivo, con los cuales se podrá realizar posteriormente la proyección la demanda. Para ello se utilizó como instrumento una encuesta, con preguntas que permitan determinar los tipos de mercado.

El número 1,803.70 es la proyección de personas según encuesta que consumirían jugo en NAFRUVIDA, considerando que nuestro mercado potencial son los alumnos matriculados en el primer semestre 2016-I

##### **a. Mercado Potencial.**

El mercado potencial está conformado por aquella población, que tiene necesidad de adquirir un servicio de una Juguería, y posee los medios financieros necesarios.

Por lo tanto, hemos considerado a la PEA de Universidad Santo Toribio Mogrovejo conformada por 7700 alumnos matriculados en el primer semestre 2016, como un indicador para conocer nuestro mercado potencial, ya que la PEA ocupada, considera a las personas que actualmente están estudiando y necesitan gozar de buena salud, Esta información fue proporcionada por la misma universidad por el director de Información Estadística.

### b. Mercado Disponible.

Este mercado está constituido por un porcentaje del mercado potencial que cumple con lo siguiente: Desean recibir los servicios de la Juguería y además tienen la posibilidad de hacerlo, ya que cuentan con los recursos económicos necesarios, Según la encuesta aplicada, el 94.57% de las personas encuestadas están dispuesta a recibir el servicio de la Juguería. Por lo tanto nuestro mercado dispone de 7,282 personas.

### c. Mercado Efectivo.

Es aquella parte del mercado disponible que desea hacer efectiva la compra. Es decir, tiene la posibilidad económica y la necesidad de satisfacer su salud, al acceder a los servicios de la Jugaría.

Según la encuesta aplicada, el 92.86 % de las personas encuestadas tiene la posibilidad de adquirir un jugo natural, por lo tanto, nuestro mercado efectivo estaría determinado por 6,761.86 personas.

### d. Mercado Objetivo.

Para determinar este tipo de mercado, según encuesta se obtuvo en primer lugar, el número promedio de frecuencia en el que asistirán a una Juguería durante un año, siendo el promedio frecuencia 1,555.23 veces por año, dando como resultado que la demanda de estos servicios en un año, es de 749,754.72. Teniendo en cuenta que, según la encuesta aplicada, ya se está ofreciendo en el mercado.

**Tabla 4.**  
*Tipos de Mercado*

N°	TIPOS DE MERCADO	%	N° HABITANTES /VECES
	Mercado potencial	<b>100%</b>	<b>7,700.00</b>
1	Mercado disponible	<b>94.57</b>	7,282.00
2	Mercado efectivo	<b>92.86</b>	6,761.86
4	Mercado objetivo	<b>23%</b>	1,555.23
3	Veces al año		5,206.63
5	Demanda		749,754.72
	<b>Capacidad de planta</b>		<b>57,600.00</b>
	<b>Demanda atendida</b>		<b>8%</b>

*Elaboración propia, 2016*

### e. Proyección de la Demanda

Los estudiantes de las universidades actualmente viven una vida con mucha tensión y prisa en su estilo de vida los individuos en razón de sus actividades profesionales, así como de la problemática a causa de las grandes concentraciones urbanas (contaminación, falta de tiempo, inseguridad, etc.) existe cada día más interés por Jugos o frutas naturales que ofrecen, además de gozar de una buena salud y mantenerse sanos, oportunidades de mejoría en su alimentación. Partiendo de esta idea se afirma entonces que el análisis de la demanda, tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda 749,754.72

#### e.1. Proyección con tasa de crecimiento

Para determinar nuestra capacidad de planta se tomó en cuenta las ventas diarias y la cantidad de jugos que pueden producir cada operario en este caso se consideró 100 jugos para llevar y 100 para vender en el local, considerando los días de atención de lunes a sábado ya que nuestra demanda objetivo son los estudiantes, el cual se llegaría a producir en una semana 1,200; mensual 4,800 y anual 57,600 jugos, considerando esta cantidad como base para realizar las proyecciones por 5 años. Tasa de crecimiento = 2.1%

**Tabla 5.**  
*Capacidad de Planta en el local*

Capacidad de planta en el local	
Periodo	Cant de Jugos
Diario	200
Semanal	1200
Mensual	4800
<b>Anual</b>	<b>57600</b>
Demanda base	57600

*Elaboración propia, 2016*

Con esta fórmula se ha podido proyectar por 5 años la demanda de nuestro mercado objetivo.

**Tabla 6.***Proyección de la Demanda con tasa de Crecimiento*

AÑO	FÓRMULA	RESULTADO
2016	$(57600(1+0.021)^0)$	57,600
2017	$(57600(1+0.021)^1)$	58,810
2018	$(57600(1+0.021)^2)$	60,045
2019	$(57600(1+0.021)^3)$	61,306
2020	$(57600(1+0.021)^4)$	62,593
2021	$(57600(1+0.021)^5)$	63,907

*Elaboración propia, 2016***e.2. Determinación de la demanda.**

Según lo estimado, se ha decidido optar por la proyección determinada mediante la tasa de crecimiento, Siendo esta la más real del mercado. Por lo que se ha calculado, mediante datos obtenidos en la encuesta aplicada, el porcentaje de personas que demandan el servicio. Así tenemos, por ejemplo, que en un año, el 2.1% del total de la demanda, requiere del servicio de jugos de frutas obteniendo así que el 593 personas demandaran jugos de frutas naturales.

**Tabla 7.***Determinación de la Demanda*

PRODUCTO	Nº PERSONAS	EN LOCAL	%	PARA LLEVAR	%
PAPAYA	71	29	41%	42	59%
MELON	35	15	43%	20	57%
PIÑA	98	44	45%	54	55%
FRESA	131	48	37%	83	63%
MANZANA	44	20	45%	24	55%
SURTIDOS	148	54	36%	94	64%
OTROS	66	30	45%	36	55%
<b>TOTAL</b>	<b>593</b>	<b>240</b>		<b>353</b>	

*Elaboración propia, 2016*

Según los resultados de la encuesta, 240 personas están dispuestos a consumir en el local y 353 personas están dispuestos a comprar el producto para llevar, los jugos con mayor demanda son: Surtido, Jugo de Fresa, Jugo de Piña, seguido de Melón, Papaya y Manzana, los que se obtuvieron de acuerdo a las proporciones de la encuesta los mismo que afectaran en el ingreso y en los costos.

**Tabla 8.**  
*Demanda Proyectada*

DEMANDA EN AÑOS PROYECTADOS SEGÚN TIPO DE JUGOS								
			0	1	2	3	4	5
PRODUCTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	57,600	58,810	60,045	61,306	62,593	63,907
<b>PAPAYA</b>	<b>71</b>	<b>12%</b>	<b>6,896.46</b>	<b>7,041.28</b>	<b>7,189.15</b>	<b>7,340.12</b>	<b>7,494.27</b>	<b>7,651.65</b>
EN EL LOCAL	29	41%	2,816.86	2,876	2,936	2,998	3,061	3,125
PARA LLEVAR	42	59%	4,080	4,165	4,253	4,342	4,433	4,526
<b>MELON</b>	<b>35</b>	<b>6%</b>	<b>3,399.66</b>	<b>3,471.06</b>	<b>3,543.95</b>	<b>3,618.37</b>	<b>3,694.36</b>	<b>3,771.94</b>
EN EL LOCAL	15	43%	1,457.00	1,487.60	1,518.83	1,550.73	1,583.30	1,616.54
PARA LLEVAR	20	57%	1,943	1,983	2,025	2,068	2,111	2,155
<b>PIÑA</b>	<b>98</b>	<b>17%</b>	<b>9,519.06</b>	<b>9,718.96</b>	<b>9,923.05</b>	<b>10,131.44</b>	<b>10,344.20</b>	<b>10,561.43</b>
EN EL LOCAL	44	45%	4,274	4,364	4,455	4,549	4,644	4,742
PARA LLEVAR	54	55%	5,245	5,355	5,468	5,583	5,700	5,820
<b>FRESA</b>	<b>131</b>	<b>22%</b>	<b>12,724.45</b>	<b>12,991.67</b>	<b>13,264.49</b>	<b>13,543.04</b>	<b>13,827.45</b>	<b>14,117.83</b>
EN EL LOCAL	48	37%	4,662.39	4,760.30	4,860.27	4,962.34	5,066.55	5,172.94
PARA LLEVAR	83	63%	8,062	8,231	8,404	8,581	8,761	8,945
		0	-	-	-	-	-	-
<b>MANZANA</b>	<b>44</b>	<b>7%</b>	<b>4,273.86</b>	<b>4,363.61</b>	<b>4,455.25</b>	<b>4,548.81</b>	<b>4,644.33</b>	<b>4,741.86</b>
EN EL LOCAL	20	45%	1,943	1,983	2,025	2,068	2,111	2,155
PARA LLEVAR	24	55%	2,331	2,380	2,430	2,481	2,533	2,586
<b>SURTIDOS</b>	<b>148</b>	<b>25%</b>	<b>14,375.72</b>	<b>14,677.61</b>	<b>14,985.84</b>	<b>15,300.54</b>	<b>15,621.85</b>	<b>15,949.91</b>
EN EL LOCAL	54	36%	5,245	5,355	5,468	5,583	5,700	5,820
PARA LLEVAR	94	64%	9,131	9,322	9,518	9,718	9,922	10,130
<b>SANDWISH</b>	<b>79</b>	<b>43.19%</b>	<b>24,876.09</b>	<b>25,398.49</b>	<b>25,931.86</b>	<b>26,476.43</b>	<b>27,032.43</b>	<b>27,600.11</b>
EN EL LOCAL	35	44%	11,021	11,252	11,489	11,730	11,976	12,228
PARA LLEVAR	44	56%	13,855	14,146	14,443	14,746	15,056	15,372
<b>KEKE</b>	<b>168</b>	<b>20.31%</b>	<b>11,697.69</b>	<b>11,943.34</b>	<b>12,194.15</b>	<b>12,450.22</b>	<b>12,711.68</b>	<b>12,978.62</b>
EN EL LOCAL	75	45%	5,222.18	5,331.85	5,443.82	5,558.14	5,674.86	5,794.03
PARA LLEVAR	93	55%	6,475.50	6,611.49	6,750.33	6,892.09	7,036.82	7,184.60

*Elaboración propia, 2016*

La proyección de la demanda ha sido hallada en base a la capacidad de planta multiplicada por el porcentaje de la frecuencia de consumo de cada jugo, así tenemos que los jugos de papaya según encuesta consumirían 41% en el local por lo que en los 5 primeros años el consumo de jugo de papaya sería 2816; 2876; 2936; 2998; 3061; 3125 y el 59% para llevar representado por la cantidad de jugos de acuerdo a los años proyectados desde el año cero serían, 4080; 4165; 4253; 4342; 4433; 4526.

## f. Segmentación de mercado

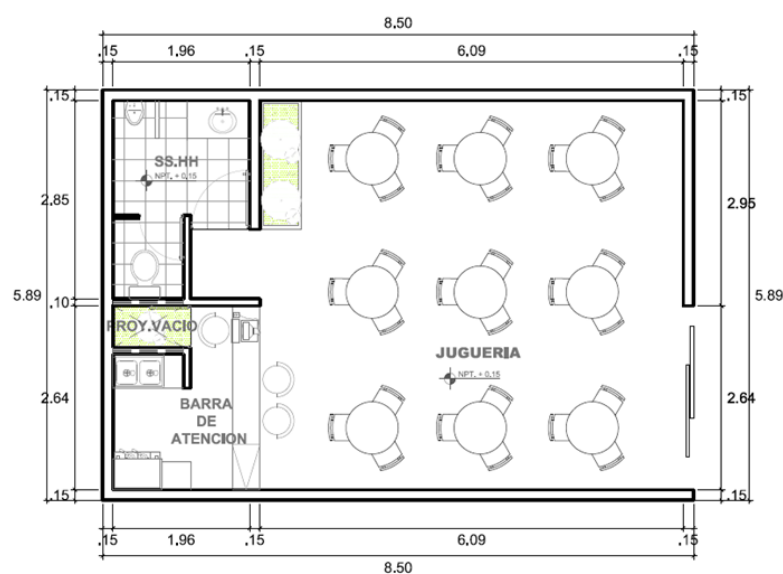
Esta división del mercado total, permitirá conocer mejor a los consumidores, optimizar las acciones de marketing que se realizará frente a este segmento del mercado. Así se debe tener en cuenta la necesidad de consumir un producto natural, el mismo que les brindara nutrición y salud para el desgaste físico e intelectual que ellos realizar diariamente.

### 4.1.1.3. Estudio Técnico

Para la instalación de esta empresa, se dispone de un espacio de 50 m<sup>2</sup>, que se encuentra localizado frente a la universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

El tamaño y capacidad de producción de esta planta responde a la demanda insatisfecha del rubro de Juguería, hallada en el estudio de mercado, en el cual acudirán alumnos, profesores y también personas que laboran alrededor de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

La distribución del local estará compuesta un lugar e preparación de los mismos incluido la barra de atención, SSHH y nueve mesas para consumir en el local que será alquilado, se dispondrá como se indica en la figura a continuación.



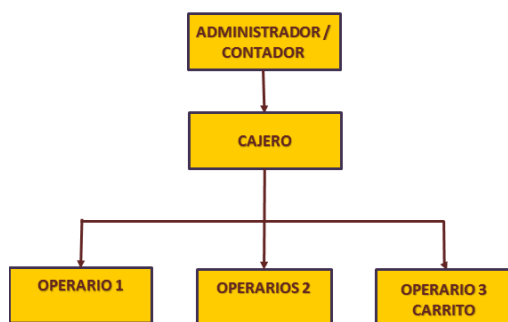
*Figura 11. Distribución de local  
Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.1.4. Estudio Organizacional y Legal

A continuación, se detalla los puestos de trabajo, y las personas necesaria para cubrirlos, esto se realiza mediante un organigrama, que permite visualizar las relaciones de supervisión y líneas de mando de la empresa. El aspecto legal, permite definir la posibilidad en leyes; y social, para que el negocio se establezca y opere.

#### Organización

La empresa está organizada de la siguiente manera



*Figura 12. Organigrama*

Elaboración propia, 2016

#### A. Diseño de Estructura Organizacional.

##### 1. Administrador / Contador

- a) Designa las posiciones laborales.
- b) Realiza evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- c) Planea y desarrolla metas a corto y largo plazo.
- d) Crea y mantiene buenas relaciones con los clientes, colaboradores y proveedores.

##### 2. Cajero

- a) Saluda a los clientes.
- b) Atiende el teléfono para pedidos
- c) Administra los insumos de oficina.
- d) Realiza tareas de apertura y cierre del turno.
- e) Realiza los pagos correspondientes a proveedores.

**3. Operario 1**

- a) Revisa los productos que se encuentren en buen estado para la preparación de los Jugos.
- b) Revisa el stock de productos que se necesita para la elaboración de los Jugos.
- c) Realiza la preparación de los jugos

**4. Operario 2**

- a) Atención de clientes
- b) Limpieza de suelos (Barrer, trapear).
- c) Limpieza de muebles.
- d) Vaciado de papeleras.
- e) Reposición de materiales en lo servicios higiénicos (Papel higiénico, jabón líquido, etc.)

**5. Operario 3 –Carrito**

- a) Atender pedidos para llevar
- b) Preparar los Jugos al Instante
- c) Cobrar Los productos vendidos
- d) Mantener operativo la herramienta de trabajo
- e) Mantener abastecido los insumos para la preparación de los Jugos.

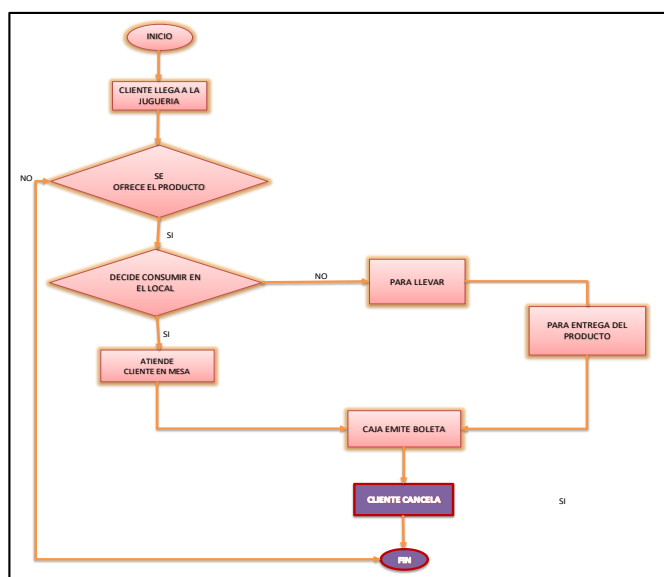
**Proceso del Servicio****Atención al cliente.****a. Para consumir en local.**

Se inicia con la llegada de los clientes al local, se le ofrece el producto que desea tomar, si el cliente decide tomar el jugo en el local se le ofrece la atención personalizada de las clases de jugo, se atiende con el producto, se emite el comprobante de pago y cliente cancela en caja.

## b. Llevar

Se inicia con la llegada de los clientes al local, el cual se le ofrece el producto que desea tomar, si el cliente decide llevar el jugo se le ofrece las clases de jugo, se atiende con el producto, se emite el comprobante de pago y cliente cancela en caja.

Figura 13. Diagrama de Flujo de atención al cliente



Elaboración propia, 2016

## Aspecto Legal

En este apartado se plasman los trámites a realizar para la constitución de la empresa, esta comprende.

### A. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos.

Es necesario acudir a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que deseamos para la empresa, la búsqueda, por no tener un código registral tiene un costo de s/. 4.00 nuevos soles. Debemos asegurarnos también, de que no haya alguno que se parezca o suene igual al que queremos utilizar, así, cada hoja de información con el nombre de las empresas tiene un costo de s/ . 6. 00 nuevos soles. Una vez realizada la búsqueda está confirmado que no existen nombres iguales o similares,

pasamos a reservar el nombre para que otra empresa no pueda inscribirse con el mismo, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

## **B. Elaboración de la minuta**

La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta, el costo de realizar una minuta junto con el registro de Mype tiene un costo de s/.500.00 nuevos soles.

Los elementos fundamentales son:

1. Los generales de ley de cada socio (Datos personales, documentos de identidad).
2. El giro de la sociedad
3. El tipo de empresa o sociedad (SRL).
4. El tiempo de duración de la sociedad (Plazo fijo o indeterminado).
5. La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
6. El lugar en donde va a funcionar la sociedad (Domicilio comercial).
7. La denominación o razón social de la sociedad.
8. El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales.
9. La persona que va a administrar o representar la sociedad.
10. Los aportes de cada socio: Dinero y sus medios sustitutos.
11. Otros acuerdos que establezcan los socios.

## **C. Elevar minuta a escritura pública (Sólo Persona Jurídica)**

Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública. Por lo general, los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

1. La constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.

2. Un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
3. Una vez elevada la minuta, esta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe que la minuta es legal, la cual debe estar firmada y sellada por el notario.

**D. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos.**

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, la cual tiene un costo de s/. 400.00 nuevos soles en la Notaría Santa Cruz de Chiclayo, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos, en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos. La persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

**E. Obtención del número de RUC.**

El Registro Única de contribuyentes (RUC), es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos. Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración. Para obtenerlo, se debe acudir a la SUNAT, llenar un formulario de justificación y esperar notificación.

**F. Elegir régimen tributario.**

En SUNAT, también se debe determinar a qué régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), O al Régimen General. Una vez que contamos con nuestro número de RUC y elegido un régimen tributario, podemos imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que vamos a utilizar.

**G. Comprar y legalizar libros contables.**

En este paso compramos los libros contables necesarios, dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y, posteriormente, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

**H. Licencia Municipal de Funcionamiento.**

Es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de actividades económicas, ya sea como persona natural o jurídica. Esta licencia es importante, porque permitirá la realización de actividades legalmente permitidas, conforme a la planificación urbana, bajo condiciones de seguridad y evitará multas o el cierre del establecimiento. La gestión para lograr obtener esta licencia tiene un costo de s/. 400.00 nuevos soles.

Permite también acreditar la formalidad del negocio ante entidades públicas y/o privadas, y garantiza el libre desarrollo de la actividad economía autorizada por la Municipalidad. Por lo general, los documentos que se deben presentar son:

1. Una fotocopia del RUC.
2. Certificado de Zonificación (Zona Industrial, comercial o residencial).
3. Un croquis de la ubicación de la empresa.
4. Una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
5. Una copia de la Escritura Pública.
6. El formulario de solicitud.

**I. Certificado de Defensa Civil.**

En el caso de que el área del establecimiento sea menor a 500 metros cuadrados (como el presente caso), se solicita el documento en la oficina de Defensa Civil de la Municipalidad de Chiclayo. Una vez solicitado, hay 4 días hábiles para que la Municipalidad designe a las personas que harán la inspección del local, quienes tienen 7 días para hacer la evaluación. Los inspectores señalarán qué cosas se deben mejorar o cambiar en el local, y si

este es apto para funcionar como negocio y recibir al público. Para recibir este certificado es necesario:

1. Tener los planos del local, hechos por un arquitecto.
2. Se tendrá que capacitar a todo el personal en primeros auxilios y en acciones para los casos de incendios.
3. Se debe establecer y señalar las salidas de emergencia en caso de un siniestro dentro del local.

#### **J. Permisos y Limitaciones.**

Debemos comprar el Libro de Actas, y elaborar el acta de Constitución, la minuta y el estatuto. Luego se hace la búsqueda negativa de nombre en la SUNARP (Registros Públicos), hacemos la reserva del mismo; con esto nos dirigimos al notario y realizamos la escritura pública. Con una copia literal de esta escritura, vamos a SUNAT y sacamos el RUC (Registro Único del Contribuyente), luego vamos al SATCH, a tramitar la licencia de funcionamiento, conjuntamente sacamos el certificado de Defensa Civil y ya hemos constituido la empresa. Entre las limitaciones podemos encontrar:

1. La persona jurídica responde con su propio patrimonio, los bienes de la persona jurídica constituyen un patrimonio independiente, separado del patrimonio de cada uno de sus miembros o representantes.
2. Si la persona jurídica no se ha inscrito en registro, los actos que se realicen en su nombre sólo serán válidos una vez que se haya logrado la inscripción, y sean ratificados por sus integrantes claro está que por la falta de inscripción de una persona jurídica, como de cualquier otro sujeto de derecho, hará que caiga en la informalidad para no cumplir con sus obligaciones, y por supuesto tampoco hará valer las leyes que la favorecieron como debería ser por estar inscrita.
3. Los derechos de la persona jurídica acaban cuando empiezan los derechos de otro.

4. El objeto, finalidad de la persona jurídica, tendrá que estar acorde al orden público y las buenas costumbres.

#### **K. Patentar la marca en INDECOPI.**

La marca es la única manera que tiene el empresario de crear una imagen, y un estilo para sus productos o servicios, lo cual es fundamental para conseguir una posición en el mercado. La marca es importante, porque brinda la facilidad de publicar un producto o servicio y hacer que los consumidores los conozcan. Es así que el registro es la única manera de proteger la marca creada, frente a las posibles copias de los demás empresarios que quieran aprovechar su prestigio. Así, el registro convierte al titular en el dueño de la marca, siendo el único autorizado para utilizarla por los siguientes diez años, por lo que el registro de una marca, es la única forma de cuidar sus derechos sobre ellas. La búsqueda de antecedentes en el sistema tiene un costo de s/. 30.00 Nuevos Soles, este sistema mostrará al usuario hasta 200 marcas como máximo por consulta, siendo visualizadas aquellas que guarden mayor similitud fonética con la que es objeto de búsqueda. Si se comprueba que no existe algún nombre similar al que se desea patentar, se realiza un pago s/. 550.00 Nuevos Soles para hacer los trámites y sea posible publicarlo en el periódico El Peruano.

#### **L. Permiso de Salubridad**

El costo varía según el tamaño del establecimiento, por lo que costaría la cantidad de s/. 400.00 nuevos soles y pertenece a la categoría

#### **4.1.1.5. Plan de Marketing**

Define un mercado meta, al que se desea satisfacer, estableciendo una misión clara en el apoyo de la consecución de objetivos y metas.

Análisis de la Situación

El análisis de la situación actual puede dividirse en dos aspectos importantes: El entorno general y en el entorno específico.

#### Análisis FODA

Utilizando la definición de Pigeon, Angélica (2004), el análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. Su nombre deriva de las iniciales de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

#### Análisis Interno.

##### Fortalezas

- Idea de negocio innovadora frente a una universidad
- Ser los primeros en ofrecer el producto frente a la universidad
- Productos 100% naturales y personalizados.
- Ubicación estratégica del local.
- Productos y servicios de calidad
- Precios competitivos
- Control de procesos para asegurar la calidad
- Moderna infraestructura.

##### DEBILIDADES.

- Desconocimiento del producto por parte de los consumidores
- Necesidad de capital para invertir.
- Pocos servicios ofrecidos.
- El producto principal no es la primera necesidad

#### Análisis externo.

El análisis externo permite determinar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización. Para ello se utilizara la información obtenida en los análisis de las 5 fuerzas de Porter y PEST.

#### Oportunidades

Tendencia hacia un estilo de vida más saludable

Inexistencia de competencia directa

Tiempos cortos para comer y regresar a clases, lo que aumenta la demanda de productos de comida rápida y saludable.

#### Amenazas

Ingreso de nuevos competidores

Pérdida de poder adquisitivo de los consumidores

Continuo aumento de costos (salarios, materia prima, servicios, etc.)

Cambio constante en los gustos y exigencia de los consumidores.

#### Descripción de la Empresa

NAFRUVIDA es una empresa Chiclayana que se dedica a brindar servicios de Jugos Naturales brindando una mejor calidad de salud para las personas que consumen el producto ayudándolos a mantenerse sanos y activos ya que la fruta natural contiene muchos beneficios para los que la consume.

#### Nombre de la Empresa

NAFRUVIDA

#### La Sociedad

La sociedad consto de un contrato entre dos personas: Gloria Orderique Vasquez y Juana Bances Vidaurre, quienes se unieron para constituir un negocio y aportaron un porcentaje de dinero, siendo éste parte del capital. El tipo de sociedad es Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), ya que las socias no están interesadas en poner en riesgo su patrimonio personal, es administrado por ambas, por común acuerdo y las decisiones son tomadas por unanimidad.

## Visión

“Ser la marca de jugos más querida y reconocida por el Consumidor”.

## Misión

“Brindar a los alumnos de la universidad Santo Toribio de Mogrovejo la mejor experiencia de consumo de jugos de frutas frescas con ingredientes de alta calidad promocionando el mantener hábitos alimenticios más saludables”.

## Entorno General.

### **A). Tendencias económicas actuales**

Valor agregado bruto, asciende a s/. 5.5 millones de soles. El Perú en el Informe Global de Competitividad 2015-2016 del Foro Económico Mundial (WEF), se mantiene en el puesto 69 de 140 economías que fueron evaluadas y comparadas por su desempeño, y manteniendo el 6to lugar a nivel de Latinoamérica. El Foro económico Mundial precisó, que en este ranking. Perú mejoró en los pilares del entorno macroeconómico eficiencia, del mercado de bienes, desarrollo del mercado financiero y tamaño de mercado.

La economía de Perú creció un 3.3% al termino del año 2015, y el aumento salarial coloca al Perú como el país en América Latina, que van a tener el mayor aumento del poder adquisitivo de su población durante el presente año (Mayor capacidad de gasto).

Por otro lado, el consumidor actual es más informado, ya que posee la información directa de internet, también es más exigente, escogerá productos de mayor calidad. También tendrá en cuenta la relación precio/calidad y el trato justo que le pueda brindar una firma.

### **B). Tendencias ecológicas.**

El interés por parte de la población hacia el tema ambiental. Ha ido en aumento en los últimos años, la tendencia de cómo cuidar el medio ambiente, de temas como alimentos orgánicos, ropa orgánica, ecoturismo y muchos temas más, que busca ayudar a tener un estilo de vida, y consumo más sostenible a la sociedad. Esta

tendencia la aplican las empresas usando marketing ecológico, para que así se pueda educar a la población a inclinarse por productos orgánicos y preservar el medio ambiente, como también esto les resulta ahorros significativos en los gastos operativos, reduciendo el impacto ambiental de la empresa, y mejorando su imagen como empresa ambientalmente responsable.

Hoy en día, hay certificaciones que tienen como iniciativa aumentar la sostenibilidad, y reducir el impacto ambiental de las empresas peruanas, mediante la mejora de la eficiencia en el uso de los recursos naturales.

Se necesita contar con buena información y educación, para lograr un consumidor verde, como también el precio y estilo de la comunicación.

### **C). Tendencias Tecnológicas**

Uno de los factores que influye de manera importante en la evolución y progreso del país, es el estado de desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

El Perú se encuentra en el puesto 15, en el Ranking de ciencia y tecnología en Latinoamérica en el Informe Global sobre Tecnología, realizado por el Foro Económico Mundial. El nivel de acceso de los hogares peruanos a las nuevas tecnologías de la información y comunicación tiene tendencia de incremento con el paso de los años.

#### Entorno Específico

##### **A). Competidores.**

Al incursionar en este rubro de salud, se encontrarán distintas barreras, entre las que es posible mencionar a los establecimientos que serán competencia directa para el presente proyecto. Algunos de ellos son:

1. Bodegas
2. Juguerias al paso.
3. Cafetería de la misma Universidad

Estos establecimientos son considerados como competencia, porque ofrecen los mismos servicios que el proyecto propuesto, con precios similares y se ubican en la misma universidad.

**B). Proveedores**

1. Makro
2. Moshoqueque

**C). Consumidores**

Se considera que este establecimiento si tendrá un público fidelizado, ya que estará ubicado frente a la universidad Santo Toribio de Mogrovejo y tiene mucha aceptación.

Los precios serán competitivos, las instalaciones serán acogedoras ara que puedan disfrutar de un producto saludable y sobre todo, se desea marcar la diferencia con el servicio que se brindará, el cual será totalmente diferente a otras juguerías.

Nuestros compradores serán jóvenes universitarios y personas que elaboran en dicha universidad, así como transeúntes que deseen consumir una bebida natural y sobre todo que están llevando salud y nutrición a su cuerpo.

Establecimiento de Objetivos

Posicionar a “NAFRUVIDA” en el segmento corporativo.

Fidelizar al cliente que ya poseemos.

Estimular la repetición de consumo.

Conseguir alianzas estratégicas con empresas del medio.

Promocionar la Juguería en puntos clave de la ciudad.

Abrir sucursales de la Juguería en el futuro.

Definición de la Estrategia

Se dieron estrategias de productos, precios, comunicación, marca y promoción con el fin de lograr planes de acción según objetivos propuestos:

**A). Productos**

1. Modificar los existentes o lanzar otros nuevos
2. Eliminar los servicios de baja rotación o bajo margen de ganancia

**B). Precios**

La estrategia se realizara por medio de precios de referencia

**Comunicación**

**A).**Se ha trasladado a los distribuidores, clientes y grupos de interés, los cuales se comunican en cadena, interrelacionándose en un proceso interactivo.

**B).**La publicidad que se utilizará será de tipo informativa, teniendo en cuenta que con esto se busca que los clientes se informen y conozcan los servicios que se ofrecen.

**Promoción**

**A).**Se repartirán volantes informativos, indicando el día de apertura y los diferentes servicios que se ofrecerán en el lugar.

**B).**Se manejarán grupos en Facebook, buscando de esta manera una divulgación masiva.

**C).**Se emitirán anuncios publicitarios en medios radiales y televisivos.

**Marca**

Una marca poderosa genera lealtad y preferencia, creando una relación sólida y rentable.



#### **4.1.2. Descripción de las alternativas de financiamiento**

El estudio económico financiero es el más amplio de todos dentro del proyecto de inversión ya que concreta en él, la esencia de la investigación, empezando con la inversión inicial de la propuesta del negocio; continuando con los costos fijos y variables que suponen el proyecto y sus productos siguiendo con las proyecciones de venta, la estructura de costo y demás fases que permitieron terminar definiendo el flujo de caja económico y financiero del proyecto en base a los próximos 5 años donde se determinó la rentabilidad del negocio propuesto.

### 4.1.2.1. Entrevistas Financieras

#### ENTREVISTA A FUNCIONARIO DE UNA ENTIDAD BANCARIA –CMAC SULLANA

Preguntas	Respuestas	Valoración
<p>1. ¿Qué aspectos se toman en cuenta para determinar si una empresa o persona es sujeto a crédito?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de pago (ingresos).</li> <li>- Moral de Pago (Referencias, centrales de Riesgo).</li> <li>- Destino del crédito.</li> </ul>	<p>La empresa como principal procedimiento en la evaluación de otorgamiento de créditos, toma en cuenta tres requisitos, basada en ingresos, centrales de riesgo y a qué se destina el crédito. Siendo una forma adecuada de evaluar el otorgamiento de crédito.</p>
<p>2. ¿Cuáles son las principales dificultades o riesgos para que el banco no otorgue un financiamiento a una persona natural o empresa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que no tenga domicilio estable o vivienda propia.</li> <li>- Sobreendeudamiento en el sistema financiero.</li> <li>- Ingresos insuficientes para asumir deudas.</li> <li>- Actividades económicas de alto riesgo (bares, cantinas, cambistas, etc.)</li> </ul>	<p>La empresa, de manera adecuada toma en cuenta las dificultades para el no otorgamiento de créditos, tomando en cuenta que sea su domicilio propio, exista un sobreendeudamiento, pocos ingresos, y realice actividades de alto riesgo de pérdida económica.</p>
<p>3. ¿Cuáles son los requisitos esenciales o primordiales que se necesitan para otorgar un financiamiento a una persona natural o empresa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos sustentatorios de ingresos.</li> <li>- Documento de vivienda propia.</li> <li>- Negocio estable.</li> <li>- Contar con experiencia en el negocio mínimo de 6 meses.</li> <li>- DNI o RUC</li> <li>- Vigencia Poder para Persona Jurídica.</li> </ul>	<p>La empresa adquiere como principales requisitos, los documentos de sustento, al título de vivienda propia, negocio estable con más de 6 meses, documentos de</p>

	- Recibo de luz.	identidad (DNI, RUC), siendo los datos principales y más significantes, es por ello que se considera adecuado este procedimiento.
<b>4. ¿Qué líneas se manejan en los bancos para otorgar un financiamiento a una persona natural o una empresa?</b>	- Capital de trabajo - Activo fijo - Inversión - Consumo. - Otros.	La empresa puede ofrecer financiamiento a persona natural o una empresa bajo las siguientes líneas; capital de trabajo, activo fijo, inversión, consumo y otros. Siendo considerada adecuadas las líneas que se manejan.
<b>5. ¿A Qué rubros se les otorgan más créditos financieros?</b>	Rubro de la Microempresa y Pequeña.	La empresa, ha considerado como principales clientes a quienes se les otorga más créditos financieros a los rubros de la Microempresa y pequeña.
<b>6. ¿Qué tiempo de antigüedad deben tener un negocio para que se le pueda otorgar un crédito financiero?</b>	Mínimo de 6 meses.	La empresa toma como prioridad para considerar a un negocio donde le pueda otorgar un crédito financiero a aquellas que tengan como mínimo 6 meses, lo cual es considerado como adecuado ya que en ese tiempo se podrá tener una rentabilidad

<p>7. ¿Por qué es importante para las entidades financieras la experiencia crediticia de los clientes?</p>	<p>Porque se puede verificar como ha sido su historial crediticio como va pagando o como pago. Es la que nos permite ver el endeudamiento y como se viene patrimoniando.</p>	<p>La empresa de manera adecuada maneja la importancia el hecho que las entidades financieras, hayan tenido una buena experiencia crediticia.</p>
<p>8. ¿Cómo manejan la sostenibilidad a las empresas que les otorgan préstamos?</p>	<p>Seguimiento a los planes de Inversión o destino del crédito.</p>	<p>La empresa maneja de manera adecuada la sostenibilidad, cuando las empresas realizan un seguimiento o destino del crédito.</p>
<p>9. ¿Cuál es el monto máximo de crédito financiero que le otorgan a una persona natural?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona natural con negocio 300.00 a 300,000. Soles</li> <li>- Persona natural sin negociación (consumo) hasta su capacidad de pago.</li> <li>- Hasta 10 veces su sueldo si es nuevo</li> <li>- 15 veces su sueldo los recurrentes.</li> </ul>	<p>La empresa maneja de manera adecuada el rango en el que se brinda un monto máximo de crédito financiero a una persona natural, tomando en cuenta si es persona natural, con o sin negociación, y dependiendo de su sueldo.</p>

#### 4.1.2.2. Análisis de la comparación

Se realizó una comparación de las tasas anuales de todas las cajas municipales vs los bancos, donde la mejor opción fue la del Banco Scotiabank, dado que este presenta una menor tasa de interés, siendo la que mejor se adecua al negocio.

**COMPARACION TASA ANUAL BCOS VS CAJAS MUNICIPALES**

**Cuadro de Intereses por entidades financieras**

<b>Tasa Anual (%)</b>	<b>Continental</b>	<b>Crédito</b>	<b>Financiero</b>	<b>BIF</b>	<b>Scotiabank</b>	<b>Interbank</b>	<b>Mibanco</b>	<b>GNB</b>	<b>Promedio</b>
<b>Medianas Empresas</b>	10.51	9.59	8.25	8.30	10.97	10.03	16.22	10.04	9.87
Préstamos hasta 30 días	9.99	11.69	8.19	9.70	9.74	5.54	-	13.00	10.52
Préstamos de 31 a 90 días	10.37	9.79	8.24	9.60	10.00	9.35	-	10.82	9.77
Préstamos de 91 a 180 días	10.93	11.68	8.10	9.22	10.41	9.87	18.26	8.54	10.77
Préstamos de 181 a 360 días	11.21	10.26	10.28	10.56	10.44	11.85	18.02	19.00	10.91
Préstamos a más de 360 días	8.68	9.64	8.34	7.14	12.68	13.73	15.33	15.74	9.70
<b>Pequeñas Empresas</b>	13.82	16.53	21.07	12.41	18.07	16.78	23.28	15.42	19.36
Préstamos hasta 30 días	14.93	9.93	40.00	-	17.78	18.27	36.53	-	13.21
Préstamos de 31 a 90 días	15.20	11.49	23.38	12.30	16.63	15.34	32.16	10.00	15.88
Préstamos de 91 a 180 días	15.73	22.23	18.96	11.15	14.57	19.01	30.66	20.00	21.06
Préstamos de 181 a 360 días	16.63	21.02	22.82	-	17.35	12.39	25.93	-	23.85
Préstamos a más de 360 días	11.97	14.80	21.27	12.50	18.48	16.87	22.11	15.49	18.74
<b>Microempresas</b>	25.54	23.30	33.50	13.00	19.01	18.45	38.41	13.88	35.44
Préstamos Revolventes	15.35	-	-	-	-	19.87	-	-	18.66
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	24.00	-	-	-	15.30	-	57.54	-	19.46
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	17.00	7.14	35.27	-	13.38	20.00	57.50	-	35.36
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	11.96	20.51	36.97	-	10.46	22.95	54.76	-	47.29
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	17.09	13.68	41.55	-	-	-	45.71	-	45.24
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	11.99	16.59	32.48	13.00	15.14	16.36	31.27	13.88	30.20

**Cuadro de Intereses por cajas municipales**

<b>Tasa Anual (%)</b>	<b>CMAC Arequipa</b>	<b>CMAC Huancayo</b>	<b>CMAC Paita</b>	<b>CMAC Piura</b>	<b>CMAC Sullana</b>	<b>CMAC Trujillo</b>	<b>Promedio</b>
<b>Medianas Empresas</b>	15.93	13.31	-	18.51	19.46	18.71	18.26
Préstamos hasta 30 días	-	-	-	48.08	88.65	-	58.44
Préstamos de 31 a 90 días	20.78	34.49	-	-	-	16.50	24.66
Préstamos de 91 a 180 días	-	44.25	-	52.04	22.84	-	22.32
Préstamos de 181 a 360 días	22.97	51.11	-	25.24	21.73	17.34	23.70
Préstamos a más de 360 días	15.61	12.91	-	17.55	17.94	19.19	17.12
<b>Pequeñas Empresas</b>	25.94	22.69	30.58	33.82	26.12	22.38	26.77
Préstamos hasta 30 días	23.25	40.25	-	46.90	28.32	25.13	45.50
Préstamos de 31 a 90 días	22.97	32.96	34.38	-	44.13	23.15	32.63
Préstamos de 91 a 180 días	26.77	33.12	32.09	58.86	27.64	22.68	27.62
Préstamos de 181 a 360 días	26.26	28.53	31.05	39.88	30.69	24.22	32.03
Préstamos a más de 360 días	25.97	21.99	29.00	32.11	24.16	21.53	25.69
<b>Microempresas</b>	33.79	28.20	43.38	53.00	46.53	34.34	37.61
Préstamos Revolventes	25.35	-	-	-	-	24.82	25.33
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	34.58	42.91	91.82	69.78	145.09	45.43	67.21
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	35.30	40.24	42.57	-	126.05	36.58	76.87
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	36.08	41.90	42.26	81.09	43.35	39.01	42.20
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	40.01	38.59	51.46	59.13	44.30	39.91	43.02
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	33.67	27.27	42.94	51.76	38.62	27.30	35.64

### **4.1.3. Viabilidad Económica y Financiera**

#### **4.1.3.1. Inversión tangible**

##### **a) Inversión de Muebles, Enseres y Otros**

Siendo este un proyecto para implementar una juguería la inversión mueble incluye artefactos de cocina, herramientas de repostería. Además, se incluye aquí los muebles de la oficina de atención y otros para el área de almacén y producción como mesas, sillas, estantes y organizadores varios.

En la tabla que se presenta a continuación se detallan todas las adquisiciones que supondrían la inversión tangible de muebles, dividida en conceptos diferentes, indicando la marca, el costo unitario, el costo total.

**Tabla 9.**  
*Inversión Tangible de Muebles, Enseres y Otros*

DETALLE	DESCRIPCION	UBICACIÓN	Precio Unitario (Soles)	Cantidad	Precio total
SORBETES	25 paquetes de 50 unidades, largos.	Mercado Modelo	20.80	1	20.80
SERVILLETAS	servilletas paquete grande	Mercado Modelo	1.50	15	22.50
VASOS DE VIDRIO	Vaso tamaño para jugos	Rey	1.00	50	50.00
MOTO			15000.00	1	15,000.00
MOTOR			500.00	1	500.00
JARRA	MEDIO LITRO	Metro	5.00	6	30.00
TABLA CORTADORA	50x30x2 cm.	Makro	6.00	6	36.00
EXPRIMIDOR	Acero inoxidable	Makro	20.30	1	20.30
COLADOR	grande metal	Metro	10.50	2	21.00
	mediano metal	Metro	6.40	2	12.80
	pequeño metal	Metro	4.90	2	9.80
SERVILLETERO	Madera	Makro	7.35	6	44.10
PAPEL TOALLA	Megarollo, 12 unidades por paquete.	Makro	24.10	2	48.20
LICUADORA	BLSTBC4129-053 1,5 lt	EFE	369.00	4	1,476.00
Cuchara grande	acero inoxidable	Taberna	6.00	4	24.00
CUCHILLO	Antiaderente clásica	Makro	6.00	4	24.00
REPOSTERO PARA AZUCAR	700 ml.	Sodimac	3.5	4	14.00
ESPONJA	6 unidades por paquete	Makro	6.00	1	6.00
PAÑOS ABSORVENTES	3 unidades por paquete	Makro	6.60	1	6.60
CUBIERTOS	Tenedor, 12 unidades por paquete	Makro	9.50	3	28.50
	Cuchara, 12 unidades por paquete	Makro	9.50	1	9.50
	Cuchillo, 12 unidades por paquete	Makro	9.50	3	28.50
	Cucharita, 12 unidades por paquete	Makro	6.90	1	6.90
LAVAVAJILLAS	5 lt.	Makro	25.12	2	50.24
MOSTRADOR	4 lt.	Makro	280.00	3	840.00
REFRIGERADORA	425 lt. Color: ploma	Plaza Vea	879	1	879.00
MICROHONDAS		EFE	319.00	1	319.00
COCINA	Cocina de mesa para hervir agua	Saga Fallabela	150.00	1	150.00
OLLAS	Cacerola Vitalia 20CM C/Tapa Gris Magefes	Ripley	50	2	100.00
CONGELADORA	EFCW152NSKG 150 lt	EFE	649.00	2	1,298.00
Ventiladores	Oxygen, 18000 btu	Promart	130	2	260.00
TELEVISOR	LED 40" UN40H5303	Saga Fallabela	1500.00	1	1,500.00
MESAS	Just hc Garden juego cannes 03 piezas	Sodimac	80.00	6	480.00
SILLAS	Forradas en cuero (marrón oscuro) con respaldar (40 ancho * 60 profundidad)	Sodimac	30.00	24	720.00
ESPEJOS	93 X 87 CM		25	4	100.00
COMPUTADORA	ALL IN ONE CELERON J1800 18,5" HD 18-4121LA COMPAQ	EFE	950	1	950.00
IMPRESORA	Advantage 1515		200.00	1	200.00
CAJA FUERTE	, 4.2lt electrónica	Sodimac	60	1	60.00
BOTIQUÍN	Surtido	Glovesa	23	1	23.00
BASURERO	Circular 80, tapa con hueco.	Makro	12.00	3	36.00
LIMPIATODO	Limpiatodo, 5 lt.	Makro	10.00	2	20.00
BOLSA DE BASURA	114 lt., 50 unidades por paquete	Makro	29.20	1	29.20
LIMPIAVIDRIOS	Gatillo, 650 ml.	Makro	6.20	2	12.40
LIMPIAGRASA	Cocina, 450 ml.	Makro	3.50	2	7.00
LIMPIASARRO	Baño, 450 ml.	Makro	6.00	2	12.00
RECOGEDOR	Con palo	Makro	17.40	1	17.40
ISOPO DE BAÑO	Con soporte	Makro	10.20	1	10.20
DESATORADOR		Makro	7.80	1	7.80
ROLLO DE PAPEL	4 rollos de 500 m. (econ), dispensador	Makro	43.50	1	43.50
TRAPERO	Microperf, 54x45	Makro	7.70	1	7.70
<b>TOTAL DE INSTRUMENTOS</b>					<b>25,571.94</b>

*Elaboración propia, 2016*

### b) Inversión inmueble.

Esta inversión incluye la remodelación del local de la empresa, así como el alquiler de la misma, ya que no se cuenta con espacio propio ni se procederá a la compra de un terreno sino solo al alquiler del espacio necesario.

**Tabla 10.**

ALQUILER (EN MESES)	900	3	2,700.00
TOTAL DE REMODELACIÓN			8,220.00
TOTAL ADAPTACION			2,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE			38,491.94

*Inversión tangible inmueble*

*Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.3.2. Inversión Intangible

En el presente cuadro, se aprecia en el lado izquierdo, la cantidad de productos con su costo unitario, pudiendo observar que, de toda la materia prima, el costo más alto se encuentra en:

**Tabla 11.**

*Inversión Intangible*

INVERSIÓN INTANGIBLE			
Requisitos	Descripción	Tiempo	Costo (soles)
Constitución de la Empresa	Búsqueda de nombre	ese día	S/. 5.00
	Reserva de nombre	2 días hábiles	S/. 18.00
	Constitución	7 días hábiles	
	Notario		S/. 150.00
Licencia de funcionamiento			S/. 108.00
Licencia de Defensa Civil			S/. -
Licencia de remodelación	Verificación administrativa	5 días hábiles	S/. 66.00
	verificación técnica		S/. 53.00
Certificado de Salubridad			S/. 38.00
INDECOPI	Búsqueda figurativa	15 días hábiles	S/. 38.46
	Búsqueda nombre	1 día hábil	S/. 30.99
	Registro de marca	15 días hábiles (constancia) + 30 días hábiles (publicación en "El Peruano")	S/. 534.99
Anuncios y publicidad exterior			S/. 68.00
Publicación en diario "La República"			S/. 200.00
TOTAL			S/. 1,310.44

*Elaboración propia, 2016*

### a. Capital de trabajo.

Para obtener los importes del primer mes del capital de trabajo se ha calculado de la estructura de costos, costos de productos directos e indirectos y gastos administrativos dividido entre 12 meses teniendo como resultado que el primer mes necesitaríamos un capital de S/. 16,954.15 más una caja mínima para cubrir cualquier eventualidad de S/. 700.00 siendo nuestro capital de trabajo el importe de S/. 17,654.15

**Tabla 12.**

*Capital de trabajo*

INSUMOS Y SERVICIOS DEL PRIMER MES	S/. 16,954.15
CAJA MÍNIMA	S/. 700.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 17,654.15</b>

*Elaboración propia, 2016*

### b. Inversión Total

Está compuesta por el capital de trabajo tabla N°10, y la inversión tangible tabla N° 7 y 8 e Intangible tabla N°9

**Tabla 13.**

*Inversión Total*

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
(K) Capital de trabajo	S/. 17,654.15
INVERSIÓN INTANGIBLE	S/. 1,310.44
INVERSIÓN TANGIBLE	S/. 38,491.94
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 57,456.53</b>

*Elaboración propia, 2016*

Para realizar el proyecto de inversión de la Juguería se necesitan un total de S/. 57,456.53 el cual hemos considerado que el 55% será financiado por el banco y el 45% será aportado los socios.

**Tabla 14.**

*Porcentaje de Inversión y Financiamiento*

<b>Préstamo Bancario</b>	<b>55%</b>	S/. 31,601.09
<b>Inversión de Socios</b>	<b>45%</b>	S/. 25,855.44

*Elaboración propia, 2016*

### 4.1.3.3. Costos

Una vez determinada la inversión inicial, se procedió a hallar los costos del proyecto fijos y variables; para que con ello más adelante, se defina la estructura de los costos a lo largo de los próximos 5 años.

Los costos fijos del proyecto incluyen los servicios generales necesarios para que se mantenga el establecimiento de la empresa, incluye también las remuneraciones y los artículos de oficina y limpieza como se detalla en la tabla siguiente.

#### Gastos fijos administrativos

Están considerados los gastos de personal calculado a un año incluyendo gratificaciones.

**Tabla 15.**  
*Gastos Administrativos*

PERSONAL	COSTO POR MES	CANTIDAD DE MESES	COSTO ANUAL
Administrador/ Contador	1,500.00	14	S/. 21,000.00
Cajero	1,100.00	14	S/. 15,400.00
<b>Operario 1</b>	950.00	14	S/. 13,300.00
<b>Operario 2</b>	950.00	14	S/. 13,300.00
<b>Operario 3 CARRITO</b>	1,000.00	14	S/. 14,000.00
			S/. -
<b>TOTAL</b>	<b>5,500.00</b>	<b>12</b>	<b>77,000.00</b>

*Elaboración propia, 2016*

#### Gastos fijos de servicio

Compuesto por todos los gastos de servicios básicos, alquileres, combustible y fumigación.

**Tabla 16.**  
*Gastos Fijos de Servicios*

GASTO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR AÑO	COSTO ANUAL
ALQUILER CASA	S/. 900.00	12	S/. 10,800.00
LUZ	S/. 100.00	12	S/. 1,200.00
AGUA	S/. 50.00	12	S/. 600.00
TRIO MOVISTAR (70 CANALES + 2MB INTERNET + LÍNEA TELEFÓNICA BÁSICA)	S/. 80.00	12	S/. 960.00
FUMIGACIÓN	S/. 40.00	12	S/. 480.00
GAS	S/. 36.00	6	S/. 216.00
COMBUSTIBLE			S/. 100.00
COMBUSTIBLES ELECTROGENO	S/. 800.00	12	S/. 9,600.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 23,956.00</b>

*Elaboración propia, 2016*

### Costos Variables

Los costos variables estarán determinados por los servicios que se ofrecerán. Por lo que se ha hallado el costo variable unitario de cada servicio, como la suma de los costos unitarios de los elementos que se utilizan según el servicio que se requiera.

Así por ejemplo, para hallar el costo unitario de la utilización de la fruta Papaya, se ha determinado primero el costo de la fruta, efectuando la multiplicación la cantidad del gramo por el valor del precio unitario, teniendo como resultado final, el costo del jugo de fruta en el servicio de jugo de Papaya

De esta manera se ha hallado los costos variables unitarios de cada producto.

### Tabla 17.

*Costos por Jugo de Papaya*

JUGO DE PAPAYA	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Papaya	250	0.00	0.49
Azucar	10	0.00	0.03
Algarrobina	5	0.02	0.09
			<b>0.61</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 18.**  
*Costos por Jugo de Melón*

JUGO DE MELON	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Melon	250	0.00	0.18
Azucar	10	0.00	0.03
			<b>0.20</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 19.**  
*Costos por Jugo de Piña*

JUGO DE PIÑA	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Piña	150	0.00	0.12
Azucar	10	0.00	0.03
			<b>0.15</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 20.**  
*Costos por Jugo de Manzana*

JUGO DE MANZANA	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Manzana	100	0.00	0.20
Azucar	30	0.00	0.08
			<b>0.28</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 21.**  
*Costos por Jugo de Fresa*

JUGO DE FRESA	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
FRESA	250	0.01	2.00
Azucar	10	0.01	0.08
			<b>2.08</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 22.**  
*Costos por Jugo de Surtido*

JUGO SURTIDO	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Papaya	100	0.00	0.20
Piña	40	0.00	0.03
Platano	45	0.00	0.07
Manzana	75	0.00	0.15
Beterraga	10	0.00	0.02
Zanahoria	20	0.00	0.04
Azucar	10	0.00	0.03
Miel de Aveja	5	0.02	0.12
Algarrobina	5	0.02	0.09
			<b>0.73</b>

Elaboración propia, 2016

### Costos variables de Productos Secundarios

**Tabla 23.**  
*Costos por Keke*

KEKE	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
KEKE	1	0.40	0.4
			<b>0.40</b>

Elaboración propia, 2016

**Tabla 24.**  
*Costos por sandwish*

KEKE	CANTIDAD/ gr	C.V.U /gr	TOTAL
Lechuga	10	0.005	0.05
Pan Hamburguesa	1	0.15	0.15
Papitas al hilo x 250 gr	10	0.016	0.16
Pechuga de pollo	1	0.0092	0.0092
Mayonesa	10	0.015	0.15
			<b>0.52</b>

Elaboración propia, 2016

## Depreciación.

Se ha calculado en base a los porcentajes establecidos de acuerdo con el artículo 22° del Reglamento de la Ley de Impuesto a la Renta D.S. N° 122-94-EF.

**Tabla 25.**

### Depreciación de equipos diversos

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL	%	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR RESIDUAL
TELEVISOR	1	1,500.00	1,500.00	10%	150	150	150	150	150	750	750.00
REFRIGERADORA	1	879.00	879.00	10%	87.9	87.9	87.9	87.9	87.9	439.5	439.50
CONGELADORA	1	649.00	649.00	10%	64.9	64.9	64.9	64.9	64.9	324.5	324.50
MOSTRADOR	2	280.00	560.00	10%	56	56	56	56	56	280	280.00
MESAS	6	80.00	480.00	10%	48	48	48	48	48	240	240.00
SILLAS	24	30.00	720.00	10%	72	72	72	72	72	360	360.00
<b>DEPRECIACION POR AÑO</b>					<b>478.80</b>	<b>478.80</b>	<b>478.80</b>	<b>478.80</b>	<b>478.80</b>	<b>2,394.00</b>	<b>2,394.00</b>

Elaboración propia, 2016

**Tabla 26.**

### Depreciación de procesamiento de datos

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL	%	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR RESIDUAL
COMPUTADORA	1	950.00	950.00	25%	237.5	237.5	237.5	237.5		950	-
IMPRESORA	1	200.00	200.00	25%	50	50	50	50		200	-
<b>DEPRECIACION POR AÑO</b>					<b>287.50</b>	<b>287.50</b>	<b>287.50</b>	<b>287.50</b>	<b>-</b>	<b>1,150.00</b>	<b>-</b>

Elaboración propia, 2016

**Tabla 27.**

### Depreciación de unidades de Transportes

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL	%	1	2	3	4	5	TOTAL	VALOR RESIDUAL
MOTOCARD	1	15,000.00	15,000.00	20%	3000	3000	3000	3000		12000	3,000.00
<b>DEPRECIACION POR AÑO</b>					<b>3,000.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>-</b>	<b>12,000.00</b>	<b>3,000.00</b>

Elaboración propia, 2016

#### 4.1.3.4. Financiamiento

En el financiamiento se optó por el Banco SCOTIABANK, el cual ofrece la tasa más cómoda, siendo esta del 25% efectiva anual. La amortización se realiza mensualmente, la misma que se presenta en el siguiente cuadro; pero posteriormente se hizo un consolidado anual para efectos de la proyección en los 5 años.

Ver tabla en la siguiente página.

**Tabla 28.**  
*Cronograma de pagos de préstamo*

CUADRO DE AMORTIZACIÓN						
PERIODO	PRINCIPAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	COMISIÓN	CUOTA	ESCUDO FISCAL
0	S/. 31,601.09					
1	S/. 31,601.09	S/. 289.08	S/. 593.13	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 166.08
2	S/. 31,312.01	S/. 294.51	S/. 587.70	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 164.56
3	S/. 31,017.50	S/. 300.04	S/. 582.18	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 163.01
4	S/. 30,717.46	S/. 305.67	S/. 576.54	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 161.43
5	S/. 30,411.79	S/. 311.41	S/. 570.81	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 159.83
6	S/. 30,100.39	S/. 317.25	S/. 564.96	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 158.19
7	S/. 29,783.14	S/. 323.21	S/. 559.01	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 156.52
8	S/. 29,459.93	S/. 329.27	S/. 552.94	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 154.82
9	S/. 29,130.66	S/. 335.45	S/. 546.76	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 153.09
10	S/. 28,795.21	S/. 341.75	S/. 540.46	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 151.33
11	S/. 28,453.46	S/. 348.16	S/. 534.05	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 149.53
12	S/. 28,105.30	S/. 354.70	S/. 527.52	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 147.70
13	S/. 27,750.60	S/. 361.35	S/. 520.86	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 145.84
14	S/. 27,389.25	S/. 368.14	S/. 514.08	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 143.94
15	S/. 27,021.11	S/. 375.05	S/. 507.17	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 142.01
16	S/. 26,646.06	S/. 382.09	S/. 500.13	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 140.04
17	S/. 26,263.98	S/. 389.26	S/. 492.96	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 138.03
18	S/. 25,874.72	S/. 396.56	S/. 485.65	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 135.98
19	S/. 25,478.16	S/. 404.01	S/. 478.21	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 133.90
20	S/. 25,074.15	S/. 411.59	S/. 470.62	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 131.77
21	S/. 24,662.56	S/. 419.31	S/. 462.90	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 129.61
22	S/. 24,243.25	S/. 427.18	S/. 455.03	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 127.41
23	S/. 23,816.06	S/. 435.20	S/. 447.01	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 125.16
24	S/. 23,380.86	S/. 443.37	S/. 438.84	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 122.88
25	S/. 22,937.49	S/. 451.69	S/. 430.52	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 120.55
26	S/. 22,485.80	S/. 460.17	S/. 422.04	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 118.17
27	S/. 22,025.62	S/. 468.81	S/. 413.40	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 115.75
28	S/. 21,556.82	S/. 477.61	S/. 404.61	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 113.29
29	S/. 21,079.21	S/. 486.57	S/. 395.64	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 110.78
30	S/. 20,592.64	S/. 495.70	S/. 386.51	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 108.22
31	S/. 20,096.93	S/. 505.01	S/. 377.20	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 105.62
32	S/. 19,591.93	S/. 514.49	S/. 367.73	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 102.96
33	S/. 19,077.44	S/. 524.14	S/. 358.07	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 100.26
34	S/. 18,553.30	S/. 533.98	S/. 348.23	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 97.50
35	S/. 18,019.32	S/. 544.00	S/. 338.21	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 94.70
36	S/. 17,475.31	S/. 554.21	S/. 328.00	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 91.84
37	S/. 16,921.10	S/. 564.62	S/. 317.60	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 88.93
38	S/. 16,356.48	S/. 575.21	S/. 307.00	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 85.96
39	S/. 15,781.27	S/. 586.01	S/. 296.20	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 82.94
40	S/. 15,195.26	S/. 597.01	S/. 285.20	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 79.86
41	S/. 14,598.25	S/. 608.21	S/. 274.00	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 76.72
42	S/. 13,990.03	S/. 619.63	S/. 262.58	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 73.52
43	S/. 13,370.40	S/. 631.26	S/. 250.95	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 70.27
44	S/. 12,739.14	S/. 643.11	S/. 239.10	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 66.95
45	S/. 12,096.04	S/. 655.18	S/. 227.03	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 63.57
46	S/. 11,440.86	S/. 667.48	S/. 214.74	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 60.13
47	S/. 10,773.38	S/. 680.00	S/. 202.21	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 56.62
48	S/. 10,093.38	S/. 692.77	S/. 189.45	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 53.04
49	S/. 9,400.61	S/. 705.77	S/. 176.44	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 49.40
50	S/. 8,694.84	S/. 719.02	S/. 163.20	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 45.69
51	S/. 7,975.82	S/. 732.51	S/. 149.70	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 41.92
52	S/. 7,243.31	S/. 746.26	S/. 135.95	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 38.07
53	S/. 6,497.05	S/. 760.27	S/. 121.94	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 34.14
54	S/. 5,736.78	S/. 774.54	S/. 107.68	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 30.15
55	S/. 4,962.24	S/. 789.08	S/. 93.14	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 26.08
56	S/. 4,173.17	S/. 803.89	S/. 78.33	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 21.93
57	S/. 3,369.28	S/. 818.97	S/. 63.24	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 17.71
58	S/. 2,550.31	S/. 834.35	S/. 47.87	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 13.40
59	S/. 1,715.96	S/. 850.01	S/. 32.21	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 9.02
60	S/. 865.96	S/. 865.96	S/. 16.25	S/. 38.00	S/. 920.21	S/. 4.55
		<b>S/. 31,601.09</b>	<b>S/. 21,331.67</b>	<b>S/. 2,280.00</b>	<b>S/. 55,212.76</b>	<b>S/. 5,972.87</b>

*Elaboración propia, 2016*

Luego de ser hallados los intereses mensuales del préstamo se elaboró una tabla de resumen de pagos donde se determinan los montos a pagar anualmente por concepto de intereses, cuota y escudo fiscal, como se muestra en la siguiente tabla. Los datos de intereses de la tabla a continuación, sirvieron para completar el concepto anual de gastos financieros en la estructura de costos, que se halló previamente en la tabla N° 27. A continuación se observa el resumen completo anual del programa de pago del préstamo.

**Tabla 29.**  
*Amortización anual*

AMORTIZACIÓN ANUAL						
AÑO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	COMISIÓN	CUOTA	ESCUDO FISCAL	
1	S/. 3,850.49	S/. 6,736.06	S/. 456.00	S/. 11,042.55	S/. 1,886.10	
2	S/. 4,813.11	S/. 5,773.44	S/. 456.00	S/. 11,042.55	S/. 1,616.56	
3	S/. 6,016.39	S/. 4,570.16	S/. 456.00	S/. 11,042.55	S/. 1,279.65	
4	S/. 7,520.49	S/. 3,066.06	S/. 456.00	S/. 11,042.55	S/. 858.50	
5	S/. 9,400.61	S/. 1,185.94	S/. 456.00	S/. 11,042.55	S/. 332.06	
	<b>S/. 31,601.09</b>	<b>S/. 21,331.67</b>	<b>S/. 2,280.00</b>	<b>S/. 55,212.76</b>	<b>S/. 5,972.87</b>	

*Elaboración propia, 2016*

El tipo de programa de amortización considerado es de cuotas iguales al vencimiento, de donde se puede observar que el total de interés a pagar es S/.21,331.67 soles y el crédito fiscal ganado es S/. 5,972.87 Soles.

Este cuadro expresa en resumen el pago de intereses, amortización del principal, portes y escudo fiscal en el año.

#### **4.1.3.5. Estructura de costos**

En este proyecto, se determina todos los costos asumir anualmente del 2017 al 2021, es decir durante los primeros 5 años de funcionamiento del negocio. En esta estructura se observa que el costo variable unitario según tipo de jugo se adecua al número de ventas proyectadas por año, los que fueron definidos anteriormente en la determinación de la demanda, dentro del estudio de mercado, donde las proyecciones fueron halladas con la tasa de crecimiento. A continuación, se detalla toda la estructura de costos.

**Tabla 30.**  
*Estructura de Costos.*

ESTRUCTURA DE COSTOS CON LA TASA DE CRECIMIENTO							
JUGOS		AÑOS					
CONSUMO DE PRODUCTOS EN LOCAL	COSTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PAPAYA	S/. 0.61	S/. 1,708.63	S/. 1,744.51	S/. 1,781.15	S/. 1,818.55	S/. 1,856.74	S/. 1,895.73
MELON	S/. 0.20	S/. 296.60	S/. 302.83	S/. 309.19	S/. 315.68	S/. 322.31	S/. 329.08
PIÑA	S/. 0.15	S/. 619.71	S/. 632.72	S/. 646.01	S/. 659.58	S/. 673.43	S/. 687.57
FRESA	S/. 2.08	S/. 9,697.78	S/. 9,901.43	S/. 10,109.36	S/. 10,321.66	S/. 10,538.42	S/. 10,759.72
MANZANA	S/. 0.28	S/. 534.23	S/. 545.45	S/. 556.91	S/. 568.60	S/. 580.54	S/. 592.73
SURTIDOS	S/. 0.73	S/. 3,834.91	S/. 3,915.45	S/. 3,997.67	S/. 4,081.62	S/. 4,167.34	S/. 4,254.85
OTROS							
SANDWISH	S/. 0.40	S/. 4,408.42	S/. 4,501.00	S/. 4,595.52	S/. 4,692.03	S/. 4,790.56	S/. 4,891.16
KEKE	S/. 0.52	S/. 2,711.36	S/. 2,768.30	S/. 2,826.43	S/. 2,885.78	S/. 2,946.39	S/. 3,008.26
<b>CONSUMO DE PRODUCTOS PARA LLEVAR</b>							
PAPAYA	S/. 1.91	S/. 7,778.05	S/. 7,941.39	S/. 8,108.15	S/. 8,278.43	S/. 8,452.27	S/. 8,629.77
MELON	S/. 1.50	S/. 2,920.93	S/. 2,982.27	S/. 3,044.90	S/. 3,108.85	S/. 3,174.13	S/. 3,240.79
PIÑA	S/. 1.45	S/. 7,579.31	S/. 7,738.47	S/. 7,900.98	S/. 8,066.90	S/. 8,236.30	S/. 8,409.27
FRESA	S/. 3.38	S/. 27,249.75	S/. 27,822.00	S/. 28,406.26	S/. 29,002.79	S/. 29,611.85	S/. 30,233.70
MANZANA	S/. 1.58	S/. 3,671.64	S/. 3,748.74	S/. 3,827.46	S/. 3,907.84	S/. 3,989.91	S/. 4,073.69
SURTIDOS	S/. 2.03	S/. 18,545.27	S/. 18,934.72	S/. 19,332.35	S/. 19,738.33	S/. 20,152.84	S/. 20,576.05
OTROS							
SANDWISH	S/. 0.50	S/. 6,927.52	S/. 7,073.00	S/. 7,221.53	S/. 7,373.18	S/. 7,528.02	S/. 7,686.11
KEKE	S/. 0.62	S/. 4,009.63	S/. 4,093.83	S/. 4,179.81	S/. 4,267.58	S/. 4,357.20	S/. 4,448.70
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		<b>S/. 102,493.75</b>	<b>S/. 104,646.12</b>	<b>S/. 106,843.69</b>	<b>S/. 109,087.41</b>	<b>S/. 111,378.24</b>	<b>S/. 113,717.19</b>
Operario 1		S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00
Operario 2		S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00	S/. 13,300.00
Operario 3 CARRITO		S/. 14,000.00	S/. 14,000.00	S/. 14,000.00	S/. 14,000.00	S/. 14,000.00	S/. 14,000.00
0 MOZO		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>S/. 40,600.00</b>	<b>S/. 40,600.00</b>	<b>S/. 40,600.00</b>	<b>S/. 40,600.00</b>	<b>S/. 40,600.00</b>	<b>S/. 40,600.00</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>S/. 143,093.75</b>	<b>S/. 145,246.12</b>	<b>S/. 147,443.69</b>	<b>S/. 149,687.41</b>	<b>S/. 151,978.24</b>	<b>S/. 154,317.19</b>
Administrador/ Contador		S/. 21,000.00	S/. 21,000.00	S/. 21,000.00	S/. 21,000.00	S/. 21,000.00	S/. 21,000.00
Cajero		S/. 15,400.00	S/. 15,400.00	S/. 15,400.00	S/. 15,400.00	S/. 15,400.00	S/. 15,400.00
SERVICIOS		S/. 23,956.00	S/. 23,956.00	S/. 23,956.00	S/. 23,956.00	S/. 23,956.00	S/. 23,956.00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>S/. 60,356.00</b>	<b>S/. 60,356.00</b>	<b>S/. 60,356.00</b>	<b>S/. 60,356.00</b>	<b>S/. 60,356.00</b>	<b>S/. 60,356.00</b>
Muebles y Enseres			S/. 478.80	S/. 478.80	S/. 478.80	S/. 478.80	S/. 478.80
Equipo de Cómputo			S/. 287.50	S/. 287.50	S/. 287.50	S/. 287.50	S/. -
<b>DEPRECIACIÓN</b>		<b>S/. -</b>	<b>S/. 766.30</b>	<b>S/. 766.30</b>	<b>S/. 766.30</b>	<b>S/. 766.30</b>	<b>S/. 478.80</b>
Gastos Financieros		S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>S/. 214,492.30</b>	<b>S/. 217,410.97</b>	<b>S/. 219,608.54</b>	<b>S/. 221,852.26</b>	<b>S/. 224,143.09</b>	<b>S/. 226,194.54</b>

*Elaboración propia, 2016*

Para diseñar la estructura de costos, se empezó por determinar los costos de producción del negocio, empezando por los costos directos, que fueron hallados con el costo variable de cada servicio multiplicado por el número de ventas anuales proyectadas; y luego de ello se continúa hallando los costos indirectos, incluyendo aquí las remuneraciones.

Seguidamente se hallaron los gastos administrativos de la empresa, que incluyen remuneración y también costos fijos del negocio. Se continúa hallando la depreciación de muebles y enseres así como de equipos de cómputo y unidades de transporte adquiridos en la inversión inicial, para lo que se asignó una depreciación del 10 %, 25% y 20 % respectivamente.

Cabe resaltar que siendo 10 años el tiempo de vida de los muebles y enseres, se halló un monto de vida útil a favor por los 5 años que resultó un total de S/. 2,394. Dato que será utilizado más adelante en el flujo de caja, como concepto del valor residual.

Finalmente, para cerrar con la estructura de costos, se colocaron los gastos financieros del préstamo solicitado al banco, que supone solo los intereses anuales del mismo. Para determinar el monto del crédito a solicitar al banco, se tuvo que hallar el monto de la inversión total del proyecto, para así definir el porcentaje que sería sostenido por el crédito. El detalle de estos datos se muestra en la página siguiente con el concepto de inversión total.

#### **4.1.3.6. Estado de Resultados**

Habiendo determinado los precios de venta y las proyecciones de venta de cada uno de los jugos durante los próximos 5 años del proyecto, se procedió a armar el estado de Resultados, donde se colocaron los ingresos proyectados, a los que se les restó los costos de ventas (costo de Producción), los gastos administrativos, las depreciaciones de artículos de la inversión inicial, y finalmente los gastos financieros. A todo ello, se le redujo el impuesto a la renta, obteniendo así la utilidad neta de cada año.

Se debe mencionar, que se elaboraron dos estados de resultados uno que sirvió para plantear más adelante el flujo de caja financiero; y otro, que sirvió para el flujo de caja económico, donde este último, no se restaron los gastos financieros, si no que se redujo este

concepto a cero, proyectando un escenario en el que no se realizaría ningún préstamo para el financiamiento.

Los resultados de las utilidades netas fueron positivos, en todos los años proyectados, tanto en estado de resultados para el flujo de caja financiero como para el flujo de caja económico, lo que significa que los ingresos brutos, son suficientes para cubrir con los costos de producción, los gastos administrativos, y la depreciación anual y los gastos financieros de la empresa, incluyendo además el pago del impuesto a la renta.

A continuación, se presentan los estados de resultados de la empresa, financiero y económico proyectado a los próximos 5 años de funcionamiento de la misma, pudiendo observar en ellos los resultados de utilidades netas positivas en ambos y en cada año. Ver tabla en la página siguiente.

**Tabla 31.***Estado de Resultados con gastos financieros Elaboración propia, 2016*

<b>ESTADO DE GANANCIAS y PÉRDIDAS</b>					
<b>JUGOS EN LOCAL</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
PAPAYA	S/. 8,628.05	S/. 8,809.24	S/. 8,994.24	S/. 9,183.11	S/. 9,375.96
MELON	S/. 4,462.79	S/. 4,556.50	S/. 4,652.19	S/. 4,749.89	S/. 4,849.63
PIÑA	S/. 13,090.84	S/. 13,365.75	S/. 13,646.43	S/. 13,933.00	S/. 14,225.59
FRESA	S/. 14,280.91	S/. 14,580.81	S/. 14,887.01	S/. 15,199.64	S/. 15,518.83
MANZANA	S/. 5,950.38	S/. 6,075.34	S/. 6,202.92	S/. 6,333.18	S/. 6,466.18
SURTIDOS	S/. 18,743.70	S/. 19,137.32	S/. 19,539.20	S/. 19,949.53	S/. 20,368.47
OTROS					
SANDWISH	S/. 22,504.99	S/. 22,977.60	S/. 23,460.13	S/. 23,952.79	S/. 24,455.80
KEKE	S/. 5,331.85	S/. 5,443.82	S/. 5,558.14	S/. 5,674.86	S/. 5,794.03
<b>JUGOS PARA LLEVAR</b>					
PAPAYA	S/. 14,578.43	S/. 14,884.58	S/. 15,197.16	S/. 15,516.30	S/. 15,842.14
MELON	S/. 6,942.11	S/. 7,087.90	S/. 7,236.74	S/. 7,388.71	S/. 7,543.88
PIÑA	S/. 18,743.70	S/. 19,137.32	S/. 19,539.20	S/. 19,949.53	S/. 20,368.47
FRESA	S/. 28,809.76	S/. 29,414.77	S/. 30,032.48	S/. 30,663.16	S/. 31,307.09
MANZANA	S/. 6,942.11	S/. 7,087.90	S/. 7,236.74	S/. 7,388.71	S/. 7,543.88
SURTIDOS	S/. 37,289.05	S/. 38,072.13	S/. 38,871.64	S/. 39,687.94	S/. 40,521.39
OTROS					
SANDWISH	S/. 28,291.99	S/. 28,886.12	S/. 29,492.73	S/. 30,112.08	S/. 30,744.43
KEKE	S/. 6,611.49	S/. 6,750.33	S/. 6,892.09	S/. 7,036.82	S/. 7,184.60
<b>TOTAL INGRESOS BRUT</b>	<b>S/. 241,202.17</b>	<b>S/. 246,267.41</b>	<b>S/. 251,439.03</b>	<b>S/. 256,719.25</b>	<b>S/. 262,110.35</b>
COSTOS DE VENTAS	S/. 145,246.12	S/. 147,443.69	S/. 149,687.41	S/. 151,978.24	S/. 154,317.19
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. 95,956.04</b>	<b>S/. 98,823.72</b>	<b>S/. 101,751.62</b>	<b>S/. 104,741.00</b>	<b>S/. 107,793.16</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 35,600.04</b>	<b>S/. 38,467.72</b>	<b>S/. 41,395.62</b>	<b>S/. 44,385.00</b>	<b>S/. 47,437.16</b>
<b>Otros Ingresos (gastos)</b>					
Ingresos Financieros					
Gastos Financieros	S/. 7,192.06	S/. 6,229.44	S/. 5,026.16	S/. 3,522.06	S/. 1,641.94
Otros Ingresos					
Otros Gastos (depreciación)	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 478.80
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>S/. 24,641.68</b>	<b>S/. 28,471.98</b>	<b>S/. 32,603.16</b>	<b>S/. 37,096.64</b>	<b>S/. 45,316.42</b>
Impuesto a la Renta (28%)	S/. 6,899.67	S/. 7,972.15	S/. 9,128.88	S/. 10,387.06	S/. 12,688.60
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 17,742.01</b>	<b>S/. 20,499.83</b>	<b>S/. 23,474.27</b>	<b>S/. 26,709.58</b>	<b>S/. 32,627.82</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 32.***Estado de Resultados sin gastos financieros*

<b>ESTADO DE GANANCIAS y PÉRDIDAS</b>					
<b>JUGOS EN LOCAL</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
PAPAYA	S/. 8,628.05	S/. 8,809.24	S/. 8,994.24	S/. 9,183.11	S/. 9,375.96
MELON	S/. 4,462.79	S/. 4,556.50	S/. 4,652.19	S/. 4,749.89	S/. 4,849.63
PIÑA	S/. 13,090.84	S/. 13,365.75	S/. 13,646.43	S/. 13,933.00	S/. 14,225.59
FRESA	S/. 14,280.91	S/. 14,580.81	S/. 14,887.01	S/. 15,199.64	S/. 15,518.83
MANZANA	S/. 5,950.38	S/. 6,075.34	S/. 6,202.92	S/. 6,333.18	S/. 6,466.18
SURTIDOS	S/. 18,743.70	S/. 19,137.32	S/. 19,539.20	S/. 19,949.53	S/. 20,368.47
OTROS					
SANDWISH	S/. 22,504.99	S/. 22,977.60	S/. 23,460.13	S/. 23,952.79	S/. 24,455.80
KEKE	S/. 5,331.85	S/. 5,443.82	S/. 5,558.14	S/. 5,674.86	S/. 5,794.03
<b>JUGOS PARA LLEVAR</b>					
PAPAYA	S/. 14,578.43	S/. 14,884.58	S/. 15,197.16	S/. 15,516.30	S/. 15,842.14
MELON	S/. 6,942.11	S/. 7,087.90	S/. 7,236.74	S/. 7,388.71	S/. 7,543.88
PIÑA	S/. 18,743.70	S/. 19,137.32	S/. 19,539.20	S/. 19,949.53	S/. 20,368.47
FRESA	S/. 28,809.76	S/. 29,414.77	S/. 30,032.48	S/. 30,663.16	S/. 31,307.09
MANZANA	S/. 6,942.11	S/. 7,087.90	S/. 7,236.74	S/. 7,388.71	S/. 7,543.88
SURTIDOS	S/. 37,289.05	S/. 38,072.13	S/. 38,871.64	S/. 39,687.94	S/. 40,521.39
OTROS					
SANDWISH	S/. 28,291.99	S/. 28,886.12	S/. 29,492.73	S/. 30,112.08	S/. 30,744.43
KEKE	S/. 6,611.49	S/. 6,750.33	S/. 6,892.09	S/. 7,036.82	S/. 7,184.60
<b>TOTAL INGRESOS BRUT</b>	<b>S/. 241,202.17</b>	<b>S/. 246,267.41</b>	<b>S/. 251,439.03</b>	<b>S/. 256,719.25</b>	<b>S/. 262,110.35</b>
COSTOS DE VENTAS	S/. 145,246.12	S/. 147,443.69	S/. 149,687.41	S/. 151,978.24	S/. 154,317.19
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. 95,956.04</b>	<b>S/. 98,823.72</b>	<b>S/. 101,751.62</b>	<b>S/. 104,741.00</b>	<b>S/. 107,793.16</b>
GASTOS ADMINISTRATIV	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00	S/. 60,356.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 35,600.04</b>	<b>S/. 38,467.72</b>	<b>S/. 41,395.62</b>	<b>S/. 44,385.00</b>	<b>S/. 47,437.16</b>
<b>Otros Ingresos (gastos)</b>					
Gastos Financieros	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Otros Ingresos					
Otros Gastos (depreciación)	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 3,766.30	S/. 478.80
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>S/. 31,833.74</b>	<b>S/. 34,701.42</b>	<b>S/. 37,629.32</b>	<b>S/. 40,618.70</b>	<b>S/. 46,958.36</b>
Impuesto a la Renta (28%)	S/. 8,913.45	S/. 9,716.40	S/. 10,536.21	S/. 11,373.24	S/. 13,148.34
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 22,920.30</b>	<b>S/. 24,985.02</b>	<b>S/. 27,093.11</b>	<b>S/. 29,245.47</b>	<b>S/. 33,810.02</b>

*Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.3.7. Costo de Oportunidad del Proyecto

Continuando con el estudio del proyecto, se debe analizar el costo de oportunidad del negocio en conjunto, así como el costo de oportunidad de capital invertido por los socios en el mismo, antes de llegar a los estados de resultados y los flujos de cajas.

En esta fase se asigna un costo de oportunidad, al capital aportado por los socios (o la inversión propia), en este caso corresponde 45% de inversión total del proyecto. Del mismo modo en que el banco como inversionista del 55% proyecto en inversión necesita un rendimiento de su dinero en un 25% anual (T.E.A) que es cobrado a través de sus intereses; así también los socios o el ejecutor del proyecto que aporta el 45% necesita un rendimiento de su dinero como “premio al riesgo por lo que se asignó un COK (costo de oportunidad de capital) de un punto más que el banco, igual a 26% anual, siendo la inversión, menor a la del banco.

Como se observa la tabla siguiente cada inversión tiene un porcentaje de aportación y un COK asignado, para con ello poder hallar el WACC (Weighted Average Costo Of Capital) del proyecto, que es el costo medio ponderado del capital donde básicamente lo que se halla es un promedio de los costos de oportunidad del capital de las fuentes inversoras del proyecto, con una suma de ponderaciones, halladas en base al porcentaje de aportación y al COK, de cada uno de los inversores. A continuación, se muestra la tabla donde se halló el WACC del proyecto.

**Tabla 33.**  
*Determinación del WACC*

DETALLE	%	C.O.K	WACC
<b>SOCIOS</b>	45%	0.26	0.12
<b>BANCO</b>	55%	0.25	0.04
	<b>100%</b>		<b>0.16</b>

*Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.3.8. Módulos del IGV.

Para obtener los flujos de caja, que son el siguiente paso, se elaboraron los módulos de costos y de ingresos del IGV (Impuesto General a las Ventas) así determinar el monto correspondiente al concepto del IGV a colocar en los flujos de caja.

A continuación, se presenta los módulos que permitieron hallar el IGV en las compras (módulo de costos) y ventas (módulo de ingresos) de la empresa, para finalmente hallar en el tercer módulo del IGV a pagar anualmente.

**Tabla 34.**

*Módulo del costo*

MÓDULO DE COSTO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
SIN IGV						
INVERSIÓN TANGIBLE	S/. 38,241.94					
MATERIA PRIMA		S/. 102,493.75	S/. 104,646.12	S/. 106,843.69	S/. 109,087.41	S/. 111,378.24
CON IGV						
INVERSIÓN TANGIBLE	S/. 45,125.49					
MATERIA PRIMA		S/. 120,942.63	S/. 123,482.42	S/. 126,075.55	S/. 128,723.14	S/. 131,426.33

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 35.**

*Módulo del ingreso*

MÓDULO DEL INGRESO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
SIN IGV		S/. 241,202.17	S/. 246,267.41	S/. 251,439.03	S/. 256,719.25	S/. 262,110.35
CON IGV		S/. 284,618.56	S/. 290,595.55	S/. 296,698.05	S/. 302,928.71	S/. 309,290.21

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 36.**

*Módulo del IGV*

MÓDULO DE IGV						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		S/. -43,416.39	S/. -44,328.13	S/. -45,259.02	S/. -46,209.46	S/. -47,179.86
EGRESOS						
INVERSIÓN	S/. 6,883.55					
MATERIA PRIMA		S/. 18,448.88	S/. 18,836.30	S/. 19,231.86	S/. 19,635.73	S/. 20,048.08
DIFERENCIA		S/. -24,967.51	S/. -25,491.83	S/. -26,027.16	S/. -26,573.73	S/. -27,131.78
CRÉDITO A FAVOR	S/. 6,883.55	S/. -18,083.97	S/. -25,491.83	S/. -26,027.16	S/. -26,573.73	S/. -27,131.78

*Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.3.9. Evaluación Económica Financiera

##### A). Flujo de Caja

Una vez determinado el IGV a pagar anualmente, se procede a armar los flujos de caja, tanto el económico como el financiero. Para ello, se empezó por indicar los ingresos brutos anuales con IGV, hallados previamente en el módulo de

Ingresos. Seguidamente se colocó el valor residual a favor o “vida útil”, que quedo en las depreciaciones de algunos artículos, dato que se halló en el acápite de estructura de costos.

A continuación, se restaron los gastos de producción, correspondiente a la materia prima adquirida para elaborar los productos, incluyendo el IGV de esas compras como se halló en el módulo de costos. Luego, se restaron los gastos operativos, correspondientes a los costos indirectos anuales (salarios de colaboradores) y a los gastos administrativos reflejados anteriormente también en la estructura de costos.

Finalmente, se restaron los impuestos correspondientes al impuesto a la renta y el IGV, para con ello hallar los montos anuales correspondientes, en este caso, a los resultados del flujo de caja económico. Se debe mencionar, que en este flujo no se restan los gastos financieros, ya que se plantea un contexto en el que no se realizaría un préstamo a alguna entidad bancaria, asumiendo la inversión total como propia al 100%, sin financiamiento alguno de terceros. En el caso del flujo de caja financiero, se realizó el mismo procedimiento pero se restaron al final los gastos financieros, correspondiente al total de cuotas anuales. A continuación, se presentan ambos flujos de caja.

**Tabla 37.**  
*Flujo de Caja Económico*

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/. 284,618.56	S/. 290,595.55	S/. 296,698.05	S/. 302,928.71	S/. 309,290.21
VR						S/. 5,394.00
INVERSIÓN (-)	S/. -57,456.53					
GASTOS DE PRODUCCIÓN (-)		S/. 120,942.63	S/. 123,482.42	S/. 126,075.55	S/. 128,723.14	S/. 131,426.33
GASTOS OPERATIVOS (-)		S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00
IMPUESTOS (-)		S/. 8,913.45	S/. 9,716.40	S/. 10,536.21	S/. 11,373.24	S/. 13,148.34
IGV		S/. -18,038.97	S/. -25,491.83	S/. -26,027.16	S/. -26,573.73	S/. -27,131.78
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>S/. -57,456.53</b>	<b>S/. 35,767.51</b>	<b>S/. 30,948.89</b>	<b>S/. 33,103.13</b>	<b>S/. 35,302.60</b>	<b>S/. 36,627.77</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 38.**  
*Flujo de Caja Financiero*

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/. 284,618.56	S/. 290,595.55	S/. 296,698.05	S/. 302,928.71	S/. 309,290.21
VR						S/. 5,394.00
INVERSIÓN (-)	S/. -57,456.53					
GASTOS DE PRODUCCIÓN (-)		S/. 120,942.63	S/. 123,482.42	S/. 126,075.55	S/. 128,723.14	S/. 131,426.33
GASTOS OPERATIVOS (-)		S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00	S/. 100,956.00
IMPUESTOS A LA RENTA (-)		S/. 6,899.67	S/. 7,972.15	S/. 9,128.88	S/. 10,387.06	S/. 12,688.60
IGV PAGAR		S/. -18,038.97	S/. -25,491.83	S/. -26,027.16	S/. -26,573.73	S/. -27,131.78
PRESTAMO	S/. 31,601.09					
CUOTA		S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55	S/. 11,042.55
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>S/. -25,855.44</b>	<b>S/. 26,738.74</b>	<b>S/. 21,650.58</b>	<b>S/. 23,467.90</b>	<b>S/. 25,246.23</b>	<b>S/. 26,044.96</b>

*Elaboración propia, 2016*

Factibilidad del Proyecto.

Hallados los flujos de caja económicos y financiero, se observó que se obtuvieron resultados positivos en todos los años, en ambos flujos. Para determinar la factibilidad o rentabilidad del proyecto, se utilizó el “Método de valoración por flujos de caja descontados” o método DCF por sus siglas en inglés (“Discounted Cash Flow”). Que es ampliamente utilizado para valorizar proyectos, empresas o activos, habiendo demostrado uno de los más valiosos y confiables en tema de valorización.

Para emplear este método, se tomaron los resultados proyectados en los flujos de caja, para luego “actualizarlos” o traerlos al valor presente, hallando el VAN (Valor Actual Neto) a través de una tasa de descuento o coste de capital, donde se debe tener en cuenta que la tasa de descuento a utilizar corresponde al coste promedio de financiamiento de capital (WACC), y en el caso de no existir un financiamiento externo, el costo de capital debe corresponder a la tasa de costo de oportunidad de los dueños del proyecto (Kapla & Ruback, 1995)

Para explicar lo previamente mencionado, el método de valorización por flujo de caja descontado básicamente busca actualizar los resultados del flujo de caja, utilizando en la actualización como tasa de descuento al WACC o al COK, es decir el costo de oportunidad del capital de acuerdo al panorama en el que se realiza el análisis; de modo tal que, se emplee el WACC, en el caso de flujo de caja financiero, ya que en la tasa que promedia el costo de oportunidad de capital tanto de la inversión propia como del financiamiento externo; y se

emplee el COK, en el caso del flujo de caja económico, ya que es la tasa de descuento o coste de capital correspondiente a los dueños del proyecto.

Se debe recordar que en el flujo de caja financiero se restaron los gastos financieros generados por el financiamiento de terceros que se solicitó, y en el flujo de caja económico, los gastos financieros se redujeron a cero, ya que en ese contexto toda la inversión fue considerada propia, o de los dueños de la empresa; es por ello que; para el caso del flujo de caja financiero se utilizó el WACC, y para el caso del flujo económico se utilizó el COK, al momento de actualizar los resultados.

**Tabla 39.**

*Valoración del proyecto con flujo de caja económico.*

<b>COK</b>		26.0%
<b>ACTUAL</b>	S/.	64,807.81
<b>VAN</b>		38,952.37
<b>TIR</b>		<b>92%</b>
<b>RBC</b>		2.51

*Elaboración propia, 2016*

Entonces bien, se trajeron al presente los resultados del flujo de caja económico, utilizando en este cálculo, la tasa del COK igual al 26%. Obteniendo así una actualización de 64,807.81, de los cuales se restó la inversión total de que figura en el año 0 del flujo de caja, obteniendo como valor actual neto un total de s/. 38,952.37, indicador positivo que refleja la recuperación de la inversión del proyecto, además de la generación de utilidades, demostrando la factibilidad del mismo.

Por otro lado, se halló la tasa interna de retorno, que es otro indicador para la valoración de proyectos, y que refleja la tasa interna de rendimiento de proyecto, hallada con los resultados del flujo de caja. La TIR es simplemente la tasa de descuento que hace que el valor actual neto de una serie del flujo de dinero sea cero. Y en este caso, corresponde al 92% lo que significa que si se hubiese hallado la actualización con esa tasa el VAN se habría reducido a cero, logrando solo recuperar la inversión inicial, pero sin generar utilidad alguna; pero eso no sucede ya que existe una distancia de 66% entre el COK – empleado como tasa

de descuento en la actualización- y la TIR, lo que es un indicador positivo y demuestra nuevamente la factibilidad del proyecto.

Finalmente, otro indicador de factibilidad es la Relación beneficio costo (RBC), que se halló dividiendo el VAN con el resultado del flujo de caja del año cero obteniendo así una RBC igual 2.51, lo que quiere decir que por cada 1 soles invertidos en el proyecto retorna 2.50

#### A). Valoración del proyecto con el Flujo de caja Financiero

**Tabla 40.**

*Valoración con Flujo de caja Financiero*

<b>WACC</b>		16%
<b>Actualizac</b>	S/.	113,174.22
<b>VAN</b>		55,717.69
<b>TIR</b>		<b>52%</b>
<b>RBC</b>		1.97

*Elaboración propia, 2016*

En este caso, se trajeron al presente los resultados del flujo de caja financiero, utilizando en este cálculo la tasa del WACC igual al 16%, obteniendo así una actualización de S/. 113,174.22, de los cuales se restó el resultado que figura en el año cero del flujo de caja, obteniendo como valor actual neto S/. 55,717.69, indicador positivo q refleja al igual que el flujo anterior, que se logró la recuperación de la inversión del proyecto, y además se generaron utilidades, demostrando la factibilidad del negocio.

Seguidamente, se halló la Tasa Interés de Retorno, como otro indicador para la valoración del proyecto, y en este caso resulto un 52%, lo que significa que si se hubiese hallado la actualización con esta tasa el VAN se hubiera reducido a cero; pero eso no sucedió y por el contrario existe una distancia del 36% entre el WACC – empleado como tasa de descuento en la actualización- y la TIR, lo que es un óptimo indicador y demuestra nuevamente la factibilidad del Proyecto.

Finalmente, se analizó el indicador de Relación Beneficio Costo (RBC), que se halló dividiendo el VAN con el resultado del flujo de caja del año cero, obteniendo así una RBC igual a 1.97, lo que significa que por cada S/.1 invertido en el proyecto retorna S/.1.97.

Habiéndose analizado ambos flujos de caja se observó que, en todos los indicadores de rentabilidad, el proyecto es positivo y factible para ponerse en marcha, tanto en un escenario con inversión propia del total del proyecto como en un escenario con financiamiento de tercero.

#### 4.1.3.10. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se determinó en base al método multivariado el cual permitió conocer que es necesario vender aproximadamente 2365 Unidades de jugos de papaya, 1223 jugos de melón, 3588 jugos de piña, 3833 jugos de fresa, 1631 jugos de manzana, 4403 jugos surtidos, 4384 kekes y 9251 sandwich en el local para recuperar la inversión.

**Tabla 41.**  
*Punto de equilibrio*

Servicio	productos	cvu	costos fijos	PV	Demanda	proporcion	MC	MC Ponderado	UNIDADES	INGRESO	CV	MARG CON
			100,956.00									
local	PAPAYA	0.61		S/. 3.00	2,876	0.0321	2.39	0.08	2365	S/. 7,095.00	1,434.55	5,660.45
	MELON	0.20		S/. 3.00	1,488	0.0166	2.80	0.05	1223	S/. 3,669.00	248.97	3,420.03
	PIÑA	0.15		S/. 3.00	4,364	0.0488	2.86	0.14	3588	S/. 10,764.00	520.26	10,243.74
	FRESA	2.08		S/. 3.00	4,662	0.0521	0.92	0.05	3833	S/. 11,499.00	7,972.64	3,526.36
	MANZANA	0.28		S/. 3.00	1,983	0.0222	2.73	0.06	1631	S/. 4,893.00	448.53	4,444.48
	SURTIDOS	0.73		S/. 3.50	5,355	0.0598	2.77	0.17	4403	S/. 15,410.50	3,219.16	12,191.34
	KEKE	0.40		S/. 2.00	5,332	0.0596	1.60	0.10	4384	S/. 8,768.00	1,753.60	7,014.40
	SANWISH	0.52		S/. 1.00	11,252	0.1257	0.48	0.06	9251	S/. 9,251.00	4,803.12	4,447.88
para llevar	PAPAYA	1.91		S/. 3.50	4,165	0.0465	1.59	0.07	3424	S/. 11,984.00	6,528.11	5,455.89
	MELON	1.50		S/. 3.50	1,983	0.0222	2.00	0.04	1631	S/. 5,708.50	2,452.33	3,256.18
	PIÑA	1.45		S/. 3.50	5,355	0.0598	2.06	0.12	4403	S/. 15,410.50	6,362.34	9,048.17
	FRESA	3.38		S/. 3.50	8,231	0.0920	0.12	0.01	6767	S/. 23,684.50	22,872.46	812.04
	MANZANA	1.58		S/. 3.50	2,380	0.0266	1.93	0.05	1957	S/. 6,849.50	3,082.28	3,767.23
	SURTIDOS	2.03		S/. 4.00	9,322	0.1041	1.97	0.21	7664	S/. 30,656.00	15,566.57	15,089.43
	KEKE	0.50		S/. 2.00	6,611	0.0739	1.50	0.11	5436	S/. 10,872.00	2,718.00	8,154.00
	SANWISH	0.62		S/. 1.00	14,146	0.1580	0.38	0.06	11630	S/. 11,630.00	7,201.30	4,428.70
					89,508	1.0000	28.0791	1.37	73,590.00			100,960.31

*Elaboración propia, 2016*

#### 4.1.3.11. Análisis de Sensibilidad.

Por ultimo habiendo demostrado la factibilidad del proyecto, se procedió a un breve análisis de sensibilidad de los resultados, a través de los precios de venta, para que antes de dar por finalizado el proyecto, se pueda visualizar un supuesto panorama, no prospero, donde se necesita reducir los precios, aunque se debe recordar los precios de venta presentados en el proyecto son razonables y menores a los de la competencia, pensados para una empresa que quiere entrar en el mercado.

Para realizar el análisis de sensibilidad con los precios de venta del proyecto, se van reduciendo proporcionalmente los precios de venta de cada jugo, para determinar en qué porcentaje los precios pueden reducir, manteniendo un VAN y TIR positivo que permita mantener al proyecto en pie, no con utilidades muy altas, pero cubran sus gastos y retorne la inversión total del proyecto, observando todo en el peor de los panoramas, pero para saber de antemano hasta cuanto podrían reducir los precios.

De este modo, se fueron reduciendo los precios de venta, poco a poco, hasta lograr determinar el precio de venta mínimo por jugo observando finalmente que puedan bajar hasta un 14% de jugos para llevar que fueron usados para elaborar los flujos de caja, hallados para el análisis de sensibilidad.

**Tabla 42.**

*Precios de venta para análisis de sensibilidad*

<b>PRECIO DE VENTA JUGOS PARA LLEVAR</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
PAPAYA	1.91	S/. 3.50
MELON	1.50	S/. 3.50
PIÑA	1.45	S/. 3.50
FRESA	3.38	S/. 3.50
MANZANA	1.58	S/. 3.50
SURTIDOS	2.03	S/. 4.00
OTROS		S/. -
SANDWISH	0.62	2.00
KEKE	0.50	1.00

*Elaboración propia, 2016*

A continuación, se muestran los flujos de caja económico y financiero aplicando el análisis de sensibilidad ya que considerando los precios de venta reducido.

**Tabla 43.**  
*Flujo de Caja Económico con Análisis de sensibilidad*

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/. 271,160.78	S/. 276,855.15	S/. 282,669.11	S/. 288,605.16	S/. 294,665.87
VR						S/. 5,394.00
INVERSIÓN (-)	S/. -57,031.53					
GASTOS DE PRODUCCIÓN (-)		S/. 120,942.63	S/. 123,482.42	S/. 126,075.55	S/. 128,723.14	S/. 131,426.33
GASTOS OPERATIVOS (-)		S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00
IMPUESTOS (-)		S/. 6,308.08	S/. 7,043.97	S/. 7,795.31	S/. 8,562.43	S/. 10,266.16
IGV		S/. -16,031.08	S/. -23,395.84	S/. -23,887.15	S/. -24,388.78	S/. -24,900.95
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>S/. -57,031.53</b>	<b>S/. 29,022.99</b>	<b>S/. 24,076.92</b>	<b>S/. 26,055.10</b>	<b>S/. 28,074.81</b>	<b>S/. 29,216.44</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 44.**  
*Valoración con flujo de caja Económico bajo Análisis de Sensibilidad*

<b>WACC</b>	16%
<b>Actualizac</b>	S/. 89,969.88
<b>VAN</b>	32,938.35
<b>TIR</b>	38%
<b>RBC</b>	1.58

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 45.**  
*Flujo de Caja Financiero con análisis de sensibilidad*

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		S/. 271,160.78	S/. 276,855.15	S/. 282,669.11	S/. 288,605.16	S/. 294,665.87
VR						S/. 5,394.00
INVERSIÓN (-)	S/. -57,031.53					
GASTOS DE PRODUCCIÓN (-)		S/. 120,942.63	S/. 123,482.42	S/. 126,075.55	S/. 128,723.14	S/. 131,426.33
GASTOS OPERATIVOS (-)		S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00	S/. 98,856.00
IMPUESTOS A LA RENTA (-)		S/. 4,308.25	S/. 5,311.68	S/. 6,397.45	S/. 7,582.60	S/. 9,808.87
IGV PAGAR		S/. -16,031.08	S/. -23,395.84	S/. -23,887.15	S/. -24,388.78	S/. -24,900.95
PRESTAMO	S/. 31,367.34					
CUOTA		S/. 10,964.24	S/. 10,964.24	S/. 10,964.24	S/. 10,964.24	S/. 10,964.24
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>S/. -25,664.19</b>	<b>S/. 20,058.57</b>	<b>S/. 14,844.97</b>	<b>S/. 16,488.71</b>	<b>S/. 18,090.39</b>	<b>S/. 18,709.48</b>

*Elaboración propia, 2016*

**Tabla 46.***Valoración con Flujo de Caja Financiero bajo Análisis de Sensibilidad*

<b>COK</b>	26.0%
<b>ACTUAL</b>	S/. 46,581.53
<b>VAN</b>	20,917.34
<b>TIR</b>	<b>64%</b>
<b>RBC</b>	1.82

*Elaboración propia, 2016*

Finalmente, habiendo mostrado los flujos de caja tanto económico como financiero con sus respectivos datos de valoración, se demostró con precios reducidos de s/. 0.50 de jugos para llevar, que aun el proyecto se mantiene en pie, aunque con un panorama menos prospero. Este último análisis se realizó con el objetivo de poder observar los resultados dentro de un panorama complicado, y aun seguir manteniendo rentable el proyecto siendo este el último filtro para demostrar la factibilidad del negocio.

## 4.2. DISCUSIÓN

Con respecto al primer objetivo, Andía (2007), puntualizó que para llevar a cabo las operaciones lo principal es conocer el ambiente donde se realizarán estas, dado que es necesario conocer específicamente cuáles son las características de los consumidores y competidores, además de conocer cuáles son las formas de ingreso al mercado. Para el cumplimiento de este objetivo se aplicó una encuesta a la Población Económicamente Activa de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, la cual arrojó los siguientes resultados: el 95% de los encuestados se encuentra de acuerdo con la implementación de una juguería frente a la universidad, el 70.7% está dispuesto a pagar por un jugo natural S/. 3.00, según la encuesta se tuvo que la proyección de personas que consumirían los jugos de NAFRUVIDA es 1,803.70, el mercado potencial está conformado por 7700 alumnos de la universidad pertenecientes a la PEA. El mercado disponible está conformado por 7,282 personas. El mercado efectivo está constituido por 7,842.15 personas. Así se tiene que la demanda es 869,538.02, la juguería cubrirá el 7% de esta demanda por lo que se tiene que la capacidad de planta es 57,600. En cuanto a la forma de consumo se encuentra que el 58.82% se encuentra dispuesto a llevar el jugo, mientras que el 41.18% prefiere consumirlos en el local. En cuanto al producto se tuvo que 24.96 % de los jugos más solicitados es el surtido, siguiendo el jugo de fresa con el 22.09% Jugo de Piña 16.53% y la Papaya con 11.13%. De los competidores se tuvo que generalmente los estudiantes consumen productos envasados, el 52% los adquiere en centros comerciales, seguido de bodegas 25% y un 23% supermercados. La competencia de la empresa son las bodegas, juguerías al paso y la cafetería de la misma universidad. Con respecto al estudio técnico, para la instalación de la empresa se cuenta con un espacio de 50 m<sup>2</sup>, el cual se encuentra frente a la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. En el estudio organizacional y legal se estableció que la empresa contará con administración/contador, cajero y tres operarios. Los resultados obtenidos son consecuencia de una investigación profunda del mercado para lograr caracterizarlo, esto concuerda con lo desarrollado por Mory & Soldevila (2011), en su “plan de negocio de Producción y venta Directa de jugos naturales en centro comercial de provincias”, en el que en primer término identificó los hábitos de consumo de los encuestados, determinó la demanda, analizó el precio. De esto afirma que las necesidades de la demanda en la ciudad se ha realizado una mezcla de negocios tradicionales lo que genera que se produzcan mejoras en el servicio, destinado a segmentos A, B y C.

Con respecto al segundo objetivo, Briceño (2010), afirma que una de las mejores instancias para el financiamiento de las Mypes, son el ahorro y aportaciones por parte de los accionistas, ya que esta sería la forma más ventajosa de financiar, sin pagar intereses en entidades bancarias.

De acuerdo al segundo objetivo, Vera (2017), en su investigación “Alternativas de Financiamiento de las MYPES del Centro Comercial el Virrey del Distrito de Trujillo, Año 2016”, evalúa cuáles son las alternativas de financiamiento que aportan a un financiamiento adecuado de las Mypes, donde considera que la mejor opción es por medio de una entidad bancaria, dado que la tasa de interés es acorde a sus ingresos, que según lo afirma un funcionario de la entidad bancaria CMAC Sullana, afirma que se direccionan al rubro de la Microempresa y pequeña. Para el cumplimiento de este objetivo se aplicaron entrevistas en las agencias financieras y se recolectó la información de diferentes cajas municipales y bancos de la ciudad de Chiclayo. Se analizaron la tasa de intereses de los siguientes bancos: Continental, Crédito, Financiero, BIF, Scotiabank, Interbank, Mibanco, GNB; y también se consideraron la tasa de intereses de las siguientes cajas municipales: CMAC Arequipa, CMAC Huancayo, CMAC Paita, CMAC Sullana y CMAC Trujillo. De esta comparación se determinó que la mejor opción es el Banco Scotiabank, debido a su menor tasa de interés. Los resultados concuerdan con los obtenidos por Vera (2017), en su investigación “Alternativas de Financiamiento de las MYPES del Centro Comercial el Virrey del Distrito de Trujillo, Año 2016”, quien precisa la conveniencia de adquirir financiamiento por medio de una entidad bancaria, puesto que, los requerimientos exigidos son asequibles, asimismo, el importe a pagar con respecto a las tasas de interés impuestas se muestran acordes con sus ingresos registrados, permitiendo culminar con cancelar cada cuota, opción beneficiosa para su crecimiento empresarial, prescindiendo de pactar préstamos con un proveedor, que establece periodos prolongados para finiquitar el monto dado, solicitando adicionalmente el 40% del valor actual del activo, lo cual, repercute en demasía en sus rendimientos como sostenibilidad en un contexto turbulento y complejo.

Con respecto al tercer objetivo, Sapag (2007), considera que es necesario realizar un estudio financiero que determine, la viabilidad y rentabilidad que tendrá el negocio en el mercado, por medio de métodos más comunes, como los son el VAN (valor actual neto) donde al realizarse la fórmula y el resultado sea mayor a cero indicará que se obtendrán grandes utilidades por lo que debería considerarse su aceptación, y el TIR (tasa interna de

retorno), donde su resultado conduce a similar decisión que la implantada por el VAN. Para el cumplimiento de este objetivo se construyeron flujos de caja proyectados. Según la valoración con flujo de caja económico se tuvo que VAN igual a 38,952.37, TIR 92% y RBC 2.51. En cuanto a la valoración con flujo de caja financiero se tuvo VAN igual a 55,717.69, TIR 52% y RBC 1.97. Con respecto al punto de equilibrio se determinó en base al método multivariado el cual permitió conocer que es necesario vender aproximadamente 2365 Unidades de jugos de papaya, 1223 jugos de melón, 3588 jugos de piña, 3833 jugos de fresa, 1631 jugos de manzana, 4403 jugos surtidos, 4384 kekes y 9251 sandwich en el local para recuperar la inversión. Los resultados obtenidos son similares a los presentados por En Chile, Ayala (2011) en su plan de negocios para la elaboración de jugos naturales a base de Frutas y hortalizas, se hizo necesario realizar un análisis de rentabilidad económica en el que se obtuvo TIR de 57%, lo que significa que el proyecto se acepta.

## **CONCLUSIONES**

Se logró identificar las necesidades del mercado y la demanda para la inversión, así como los aspectos técnicos organizacionales. De lo que resulta que el mercado potencial está conformado por 7700 alumnos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo pertenecientes a la PEA. Teniendo una demanda de servicios al año de 869,538.02, donde la juguería cubrirá el 7% de esta demanda por lo que se tiene que la capacidad de planta es 57,600 jugos al año.

La opción que mejor se acopla para el financiamiento del negocio es la del Banco Scotiabank, dado que al realizarse una comparación ha sido el banco quien menor tasa de interés ha tenido con una de 25% efectiva anual.

Se determinó la viabilidad económico financiera, obteniendo que, según la valoración con flujo de caja económico se tuvo que VAN igual a 38,952.37, TIR 92% y RBC 2.51. En cuanto a la valoración con flujo de caja financiero se tuvo VAN igual a 55,717.69, TIR 52% y RBC 1.97. Por lo que se tiene VAN superior a 0 lo que indica que el proyecto a implantarse originaría utilidades considerables, que ameritan su aceptación. De tal manera que se acepta el proyecto de inversión.

Finalmente se tuvo que el punto de equilibrio, determinado en base al método multivariado, se consideró que es necesario vender aproximadamente 2365 unidades de jugos de papaya, 1223 jugos de melón, 3588 jugos de piña, 3833 jugos de fresa, 1631 jugos de manzana, 4403 jugos surtidos, 4384 kekes y 9251 sandwich en el local para recuperar la inversión. Además se realizó un análisis de sensibilidad por lo que se tuvo mediante la valoración con flujo de caja económico un VAN igual 32,938.35 y TIR 38%, y mediante la valoración con flujo de caja financiero un VAN igual a 20,917.34. y TIR de 64%. De esta manera se logró demostrar que con precios reducidos de s/. 0.50 de jugos para llevar, que aun el proyecto se mantiene en pie, aunque con un panorama menos próspero.

### **4.3. RECOMENDACIONES**

A los emprendedores de negocios de juguerías, cumplir con las exigencias del público, con el fin de ganar posicionamiento en el mercado. Mediante la innovación en su productos y considerando las preferencias del mercado.

A los dueños de juguerías, mantener a los clientes en un ambiente agradable, con la intención de captar más clientes y puedan disfrutar de un ambiente agradable. Esto mediante la equipación y ambientación adecuada en su local.

Además también se les recomienda a los propietarios de estos negocios emplear el uso de las redes sociales, con el fin de publicitar en negocio. Debido a la gran era tecnológica y la relevancia de las redes sociales en la vida cotidiana.

Así mismo se deben colocar buzones de sugerencias y reclamos para que el cliente sienta confianza, también para conocer sus preferencias e inquietudes.

A los inversionistas de este proyecto, financiar el proyecto por el banco Scotiabank, ya que es quien cumple las condiciones como mejor alternativa, y quien tiene una menor tasa de interés.

Finalmente se les recomienda a los emprendedores de la juguería NAFRUVIDA ejecutar el proyecto, ya que el estudio afirma que será rentable.

## V. LISTA DE REFERENCIAS

- Aguilar, K., & Cano, N. (2017). *Fuentes de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las Mypes de la provincia de Huancayo*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3876/Aguilar%20Soriano-Cano%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguirre, E., & Sánchez, L. (2011). *Plan de negocios para la producción y comercialización de bebidas naturales saludables y nutritivas a base de frutas tropicales a implementarse en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2011*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <http://docplayer.es/4348707-Universidad-politecnica-salesiana-sede-guayaquil-carrera-administracion-de-empresas.html>
- Alegre, J. (2003). *Formulación y evaluación de Proyectos de Inversión* (5ta Ed.). Lima. Peru: Ediciones e impresiones graficas América SRL.
- Ayala, A. (2011) *Plan De Negocios Para La Elaboración De Jugos Naturales A Base De Frutas Y Hortalizas*. Santiago de Chile. Universidad De Chile Facultad De Ciencias Físicas y Matemáticas Departamento De Ingeniería Industrial. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/102540>
- Briceño, A. (2010). *Formas y Fuentes de Financiamiento a Corto y Largo Plazo*. Consultado el 01/12/2015. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.hotmail>
- Castillo, N. (15 de Febrero de 2016). Mypes, un mercado con potencial para más productos financieros. *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercado-potencial-productos-financieros-272696>
- Cohen, E., & Franco, R. (1992). *Evaluación de proyectos sociales*. México: Siglo XXI. Obtenido de <http://www2.df.gob.mx/virtual/evaluadf/docs/gral/taller2015/S0102EPS.pdf>
- Fargo, W. (2003). *El estado de ganancias y pérdidas*. Extraído de técnicas financieras para toda la vida.

- Fontaine, E. (1999) *Evaluación social de Proyectos*. (12ª Ed.). Bogotá. Colombia: Editorial alfa omega Grupo Editor, S.A. de C.V.
- Foppiano G. (2013) *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. (1era Ed.)Lima. Perú: Tarea Asociación Grafica Educativa.
- Hamilton, W., & Pezo, P. (2005). *Instrumentos de gestión de la ciencia, la tecnología y la innovación. Serie de gestores tecnológicos. CAB, Ciencia y Tecnología*, 144.
- Hernández, A. (2002). *Matemáticas financieras. Teoría y práctica*. México: COPYRIGHT. Disponible en: <http://books.google.com.pe/books?id=l9GtihVxDzIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Hernández S., R; Fernández C., C. & Baptista L., M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª Ed.). México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. (8ava Ed.). Perú: Editorial Prentice Hall
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing conceptos esenciales*: México: Marisa de Anta.
- Kourdi, J. (2008). *Estrategia*. Buenos Aires: Cuatro Media.
- Lerma, A.; Martín, A.; Castro, A.; Flores, E.; Martínez, H.; Mercado, C.; Morales, A.; Olivares, A.; Rangel, M.; Raya, A & Valdés, L. (2007). *Liderazgo emprendedor. Cómo se un emprendedor de éxito y no morir en el intento*. México: Cengage Learning Editores, S.A. Disponible en: <http://books.google.com.pe/books?id=9XCUjcSKhAgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Martínez, E. (2013) *Viabilidad del negocio o microempresa ADGD0210*: Antequera – Málaga: IC Editorial.

- Martorell, G. (16 de Abril de 2010). *Tres estrategias de diferenciación*. Obtenido de Marketing democrático: <https://marketingdemocratico.com/blogs/marketing-democratico/10470257-tres-estrategias-de-diferenciacion>
- Mori, A., & Soldevila, L. (2011) *Plan De Negocios Producción y venta directa de Jugos Naturales en Centro Comercial de Provincias*. Lima. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas Escuela de Postgrado.
- Navajas, S. (2 de Octubre de 2012). Microscopio Global 2012: Las microfinanzas responden al llamado de las finanzas responsables. *BID*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2012-10-02/peru-y-bolivia-lideran-el-microscopio-global-de-2012%2C10142.html>
- Palma, J. (2003). *Plan de Negocios: Empresa de Jugos Naturales (Bar de Jugos)*. Mendoza. Universidad Nacional De Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas. Obtenido de [http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5615/tesis-cs-ec-palma.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5615/tesis-cs-ec-palma.pdf)
- Rodríguez, Santoyo, Adolfo R. (2008). *Mercadotecnia la tecnología para la competencia*. México: Ediciones Facultad de Ciencias Administrativas Universidad de Guanajuato.
- Rojas, L. (2017). *Situación del financiamiento a Pymes y empresas nuevas en América Latina*. Santiago de Chile: Cieplan. Obtenido de <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1076/FINANCIAMIENTO%20A%20PYMES%20y%20EMPRESAS%20NUEVAS%20EN%20AL-300617.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saavedra, M., & León, E. (2014). *Alternativas de financiamiento para la MIPyME Latinoamericana*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiv/ponencias/4.06.pdf>
- Sapag, C (2007) *Proyecto De Inversión Formulación y Evaluación* (1RA Ed.). México: Pearson Educación de México
- Santos, E., & Soto, I. (2017). *Alternativas de financiamiento para una eficiente gestión financiera de las Mypes con la Cmac Huancayo S.A*. Huancayo: Universidad Nacional del

Centro del Perú. Obtenido de  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3881/Santos%20Yauricaza-Soto%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sinisterra, Valencia & Gonzalo. (2006) *Contabilidad de costos*: Bogotá – Colombia: Editorial Ecoe Ediciones.

Vera, K. (2017). *Alternativas de Financiamiento de las MYPES del Centro Comercial el Virrey del Distrito de Trujillo, Año 2016*. Lima: Universidad César Vallejos. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9981/vera\\_ik.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9981/vera_ik.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## VI. ANEXOS



### Encuesta

#### OBJETIVO:

Determinar la viabilidad de una juguería, a través de preguntas a clientes asiduos y potenciales pertenecientes a este rubro de negocio en la ciudad de Chiclayo.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada pregunta. Marque con una cruz (+) o un aspa (X), la alternativa que consideres correcta. Responda las interrogantes planteadas; y llene los espacios en blanco.

#### DATOS:

Sexo: M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

Nivel de estudios: \_\_\_\_\_

Ingreso mensual (aproximado): \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Le gustaría que se implementara un sitio donde vendan jugos naturales cerca de la universidad?  
SI ( ) NO ( )
  
2. ¿Estaría dispuesto a gastar por consumir un jugo natural?  
SI ( ) NO ( )
  
3. ¿De los siguientes jugos cual es el que usted más prefiere?  
PAPAYA ( )  
MELON ( )

- PIÑA ( )  
 FRESA ( )  
 MANZANA ( )  
 SURTIDOS ( )  
 OTROS ( ) Mencione .....

4. ¿Con que frecuencia usted consumiría jugos naturales cerca de la universidad?

- Diario ( )  
 3 veces por semana ( )  
 1 vez por semana ( )  
 Quincenal ( )  
 Mensual ( )

5. ¿Cuánto pagaría por consumir un jugo natural?

- S/. 3.00 ( )  
  
 S/. 4.00 ( )  
 S/. 5.00 ( )  
 S/. 6.00 ( )

6. ¿Cómo le gustaría consumir los jugos naturales?

- En el local ( )  
 Empaques especiales para llevar ( )

7. ¿De qué material le gustaría que fuera los envases para llevar este producto?

- Vidrio ( )  
 Plástico ( )  
 Tetrapak ( )

8. ¿Qué características le gustaría que tenga este producto?

- Bajo en Azúcar ( )  
 Bajo en Calorías ( )  
 Alto en Calorías ( )  
 Alto en Vitaminas y Carbohidratos ( )

9. ¿A qué lugares acude a comprar jugos naturales de fruta?

Bodegas ( )

Centros Comerciales ( )

Supermercados ( )

10. ¿Conque le gustaría combinar su jugo natural?

Keke

Torta ( )

Sándwich ( )

Hamburguesa ( )

Otros ( ) Mencione .....

## ENTREVISTA A FUNCIONARIO DE UNA ENTIDAD BANCARIA

1. ¿Qué aspectos se toman en cuenta para determinar si una empresa o persona es sujeto a crédito?
2. ¿Cuáles son las principales dificultades o riesgos para que el banco no otorgue un financiamiento a una persona natural o empresa?
3. ¿Cuáles son los requisitos esenciales o primordiales que se necesitan para otorgar un financiamiento a una persona natural o empresa?
4. ¿Qué líneas se manejan en los bancos para otorgar un financiamiento a una persona natural o una empresa?
  - capital de trabajo
  - activo fijo
  - inversión
  - otros.
5. ¿A Qué rubros se les otorgan más créditos financieros?
6. ¿Qué tiempo de antigüedad deben tener un negocio para que se le pueda otorgar un crédito financiero?
7. ¿Por qué es importante para las entidades financieras la experiencia crediticia de los clientes?
8. ¿Cómo manejan la sostenibilidad a las empresas que les otorgan préstamos?
9. ¿Cuál es el monto máximo de crédito financiero que le otorgan a una persona natural?