

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO MÓVIL DE ÚTILES DE  
LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**EVELYN CORALY MONDRAGON YANGUA**

**ASESOR**

**MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

<https://orcid.org/0000-0002-0533-8559>

**Chiclayo, 2020**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios por haberme dado la oportunidad de cumplir una de mis metas, también a mis padres, Aida y Milton, y a mi pequeña Angelle quienes son el principal motivo de mi desempeño como profesional y como persona.

A mi hermano James, mi hermana Milena, y familiares que confiaron siempre en mis capacidades y habilidades, para superar las adversidades de la vida.

Así mismo, a mis los profesores de la carrera por todos los sabios consejos y sus enseñanzas en cada clase.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a mi asesora la Mgtr. Milagros Gamarra quien me apoyó para lograr el desarrollo del proyecto de inversión, por sus recomendaciones y constante supervisión en el desarrollo del proyecto

Por otro lado, doy gracias a mis amigos y amigas de la universidad por brindar sus conocimientos ante cualquier dificultad, también son el mejor apoyo emocional y profesional que he tenido en todo el proceso estudiantil.

# ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....	12
I.1 Metodología .....	12
I.1.1 Tipo de Investigación .....	12
I.1.2 Área y línea de investigación.....	12
I.1.3 Situación problemática .....	13
I.1.4 Formulación del problema .....	14
I.1.5 Determinación de los objetivos.....	14
I.1.6 Título .....	14
I.2 Análisis del Entorno .....	16
I.2.1 Análisis del entorno.....	16
I.2.3 Justificación .....	18
I.2.4 Marco legal .....	18
I.2.5 Unidad formuladora y unidad ejecutora .....	19
II.6 Clasificación productiva sectorial .....	19
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....	20
II.1.- Caracterización del Producto.....	20
II.2.- Perfil del Consumidor .....	21
II.3.- Área Geográfica Del Mercado.....	21
II.4.- Análisis de la Demanda - Proyección .....	21
II.5 Análisis de la Oferta – Proyección .....	24
II.6 Balance Demanda Oferta .....	26
II.7 Plan de Marketing .....	26
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO .....	28
III.1.- Tamaño – Mercado .....	28
III.2.- Tamaño – Tecnología.....	28
III.3.- Tamaño - Disponibilidad de Materiales.....	28
III.4.- Tamaño – Financiamiento .....	29
III.5.- Tamaño – Costo unitario .....	29
III.6.- Tamaño – Rentabilidad .....	29
III.7.- Selección del Tamaño .....	29

CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	30
IV.1.- Factores de localización .....	30
IV.2 Macro localización .....	30
IV.3 Métodos para decidir la localización.....	31
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	32
V.1.- Especificaciones Técnicas .....	32
V.2.- Selección y Descripción del Proceso.....	32
V.2.2.-Diagrama de Recorrido o Flujograma: .....	34
V.2.3.-Distribución de la Planta:.....	35
V.2.4.-Diseño del Plano del Proyecto:.....	35
V.2.5.-Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software .....	36
V.3.- Requerimiento del Proyecto.....	36
V.3.1.-Terrenos y Edificaciones: .....	36
V.3.2 Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y vehículos.....	37
V.4.- Cronograma de Actividades.....	38
V.5.- Programa .....	38
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN .....	39
VI.1. Aspecto Legal .....	39
VI.1.1 Tipo de Empresa.....	39
VI.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa .....	39
VI.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL .....	42
VI.2.1 Acta de Constitución de la Empresa.....	42
VI.2.2. Minuta de Constitución .....	43
VI.2.3 Manual de Organización y Funciones .....	45
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN .....	49
VII.1.- INVERSIÓN. ....	49
VII.1.1.- Estructura de la Inversión.....	49
VII.1.2.- Programa de Inversiones .....	50
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO .....	51
VIII.1.- Fuentes de Financiamiento.....	51
VIII.2.- Evaluación del Préstamo.....	51
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS .....	55
X.1 Estado de Perdidas Y Ganancias.....	55
X.1.1. Estado de Ganancias Y Pérdidas Económico.....	55
X.I.2. Estado de Ganancias Y Pérdidas Financiero .....	55

X.2.1. Flujo De Caja Económico .....	56
X.2.2 Flujo de Caja Financiero .....	57
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO .....	57
XI.1. Punto de Equilibrio Económico.....	57
XI.2. Punto de Equilibrio Financiero.....	58
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	58
XII.1.- Tasa de Descuento Económica y Financiera.....	58
XII-1.1. Tasa de Descuento Económico.....	59
XII.2.- Evaluación Económica .....	59
XII.2.1.- Vane .....	59
XII.2.2.- Tire .....	60
XII.2.3.- B/C Económico .....	60
XII.2.4- Periodo de Recupero de Capital Económico. ....	60
XII.2.5.- Índice de Rentabilidad .....	61
XII.3.- Evaluación Financiera .....	61
XII.3.1.- Vanf.....	61
XII.3.2.- Tirf .....	61
XII.3.3.- B/C Financiero .....	62
XII.3.4.- Periodo de Recupero de Capital Financiero .....	62
XII.3.5.- Índice de Rentabilidad Financiero .....	62
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	63
XIII.1.- Análisis De Sensibilidad Económica .....	63
XIII.2.- Análisis De Sensibilidad Financiera .....	63
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES .....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66
ANEXOS .....	68

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 .....	15
Tabla 2 .....	17
Tabla 3 .....	21
Tabla 4 .....	22
Tabla 5 .....	22
Tabla 6 .....	22
Tabla 7 .....	23
Tabla 8 .....	23
Tabla 9 .....	24
Tabla 10 .....	24
Tabla 11 .....	24
Tabla 12 .....	25
Tabla 13 .....	25
Tabla 14 .....	25
Tabla 15 .....	26
Tabla 16 .....	29
Tabla 17 .....	30
Tabla 18 .....	31
Tabla 19 .....	31
Tabla 20 .....	37
Tabla 21 .....	37
Tabla 22 .....	38
Tabla 23 .....	38
Tabla 24 .....	39
Tabla 25 .....	49
Tabla 26 .....	50
Tabla 27 .....	51
Tabla 28 .....	51
Tabla 29 .....	52
Tabla 30 .....	52
Tabla 31 .....	53
Tabla 32 .....	54
Tabla 33 .....	55

Tabla 34 .....	56
Tabla 35 .....	56
Tabla 36 .....	57
Tabla 37 .....	57
Tabla 38 .....	58
Tabla 39 .....	58
Tabla 40 .....	59
Tabla 41 .....	59
Tabla 42 .....	59
Tabla 43 .....	60
Tabla 44 .....	60
Tabla 45 .....	61
Tabla 46 .....	61
Tabla 47 .....	61
Tabla 48 .....	62
Tabla 49 .....	62
Tabla 50 .....	63
Tabla 51 .....	63
Tabla 52 .....	69
Tabla 53 .....	71
Tabla 54 .....	73

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 .....	20
Ilustración 2 .....	20
Ilustración 3 .....	33
Ilustración 4 .....	35
Ilustración 5 .....	36
Ilustración 6 .....	37
Ilustración 7 .....	47
Ilustración 8 .....	68

## RESUMEN

El proyecto tiene como propósito determinar la viabilidad, rentabilidad económica y financiera de la empresa “Home Clear E.I.R.L.” está enfocado a la población Chiclayana entre hombres y mujeres de 18 a 65 años que tengan poder adquisitivo y estén en el sector A, B y C. El automóvil estará acondicionado para la comercialización de los productos de limpieza, además, contará con personal capacitado que brindará la calidad y la seguridad en las ventas. La publicidad se realizará por las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp ya que es una mejor manera de comunicar las promociones. Posteriormente, se determinó que el proyecto de inversión es viable económica y financiera, se obtuvo un VANE de \$164,908 y un VANF de \$235,305.55, de tal forma que se obtuvo una tasa de interés de retorno de 52% económica y 89.96% financiera, lo que indica que son mayores al costo promedio ponderado.

*PALABRAS CLAVES: Utilices de limpieza, Viabilidad, Comercialización*

## ABSTRACT

The project aims to determine the viability, economic and financial profitability of the company "Home Clear E.I.R.L." It is focused on the Chiclayana population between men and women from 18 to 65 years of age who have purchasing power and are in sector A, B and C. The car will be conditioned for the production of cleaning products, in addition, it will have trained personnel who will provide quality and security in sales. Advertising is done through social networks like Facebook, Instagram and WhatsApp, which is a better way to communicate promotions. Subsequently, it was determined that the investment project is economically and financially viable, it obtained a VANE of \$ 164,908 and a VANF of \$ 235,305.55, in such a way that it obtained an interest rate of return of 52% economic and 89.96% financial, which indicating that they are greater than the weighted average cost.

*KEYWORDS: Cleaning uses, Viability, Marketing*

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **I.1 Metodología**

#### **I.1.1 Tipo de Investigación**

El presente proyecto de inversión corresponde al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, porque desarrolla una propuesta técnica y económica que soluciona una necesidad de un grupo social determinado, mediante la optimización de los recursos disponibles como: humanos, materiales y tecnológicos en un horizonte de tiempo determinado

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: Exploratoria, porque se trabajaron con hechos que se dieron en la realidad; es decir en base a registros o información secundaria; descriptiva, porque refiere la situación real del proyecto justificando e identificando las necesidades de cambio para lo cual plantea objetivos; Comparativa, porque se contrasta con otros proyectos de inversión y teorías; Analítica, porque examina las teorías sobre el problema a investigar y los procesos causales de la viabilidad del mercado, tamaño, localización e ingeniería ,organización e inversión; predictiva: cuyo objetivo es determinar la viabilidad estratégica, la viabilidad de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad administrativa y la viabilidad económico y financiero. Así mismo Permite ajustar los objetivos generales y específicos ante posibles dificultades y limitaciones; Proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan los estudios de mercado, técnico y económico - financiero y se elabora el instrumento de diagnóstico; Interactiva por que aplica instrumentos y recoge datos del contexto del proyecto de inversión, relacionados con los procesos de mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; confirmatoria porque analiza y concluye con un diseño del proyecto de inversión; evaluativa porque se medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones

#### **I.1.2 Área y línea de investigación**

Gestión empresarial para la innovación

### **I.1.3 Situación problemática**

En El mundo está atravesando por momentos complicados debido a la pandemia COVID-19 pues ha cambiado la forma de llevar la vida en diferentes aspectos, puesto que la manera de realizar nuestras actividades se ha modificado de la misma forma para las empresas, es así que muchas de ellas han optado por innovar en sus procesos tanto en la manera de brindar el servicio a sus clientes, como en gestionar de una manera más eficaz sus actividades para estar a la altura y sobrevivir. La agencia peruana de noticia Andina (2020), en una publicación que realizó mencionó que las empresas para funcionar deben adoptar medidas de seguridad y respetar protocolos para el buen funcionamiento, de la misma forma para salvaguardar la salud de sus empleados y los clientes, pero muchas empresas también han dejado de funcionar debido a la coyuntura

Por otro lado, es importante mencionar que la seguridad en lo que respecta a salud es primordial en este momento porque lo que se quiere es evitar el contagio o que esta enfermedad se propague. Pero la contraparte de esto, es que debido a que las necesidades básicas se tienen que cumplir de una u otra manera. La venta de utilices de limpieza en muchos mercados y supermercados han sido el foco de contagio, ya que la gran mayoría de la población, concurre por restos lugares y muchos de ellos no toman las medidas adecuadas para realizar sus compras, hacen colas irracionales para comprar un par de cosas, o también muchas cosas sin razón alguna (Castro, 2020).

Estudios realizados por Alex Soriano, declaró que en espacios cerrados en que hay un contacto próximo y prolongado entre personas es más fácil que se transmita este virus a diferencia de los espacios abiertos. Para reforzar esta teoría se encontró que estar en espacios cerrados compartiendo el mismo aire durante periodos prolongados de tiempo aumenta la probabilidad de infectarse (Sáes, 2020).

Frente a lo mencionado anteriormente se ha considerado implementar un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo, donde la población pueda realizar compras en la puerta de su casa, sin tener la necesidad de trasladarse a grandes distancias para adquirir sus productos, además de que se cumplirá con las medidas necesarias para brindar un servicio donde se tenga como principal objetivo proteger a los clientes y colaboradores.

#### **I.1.4 Formulación del problema**

¿Es viable económica y financieramente la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo?

#### **I.1.5 Determinación de los objetivos**

##### **Objetivo General:**

Evaluar la viabilidad económica y financiera de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.

##### **Objetivos Específicos:**

- Determinar la demanda insatisfecha de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Determinar el tamaño de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Determinar la localización de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo
- Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.
- Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo.

#### **I.1.6 Título**

“PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO MÓVIL DE ÚTILES DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO”

### 1.1.1 Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

<b>VARIABLE</b>	<b>DIFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>VIABILIDAD</b>	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecuta un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico Estilos de Vida Servicio Demanda del Oferta del Servicio Ingresos Población Objetivo Tasa de crecimiento poblacional Factor de consumo Tasa de crecimiento del sector
		Técnica	Factores cualitativos de la localización Factores cuantitativos de la localización Participación del mercado Cantidad de servicio a cubrir Tipo de empresa Instrumentos de organización
		Económica Financiera	– VANE - VANF TIRE - TIRF B/C E – B/C F COK WACC PRCE – PRCF IRE - IRG PRECIO DEL SERVICIO

## **I.2 Análisis del Entorno**

### **I.2.1 Análisis del entorno**

En el presente proyecto de considero diversos aspectos del entorno económico:

#### **Política- legal**

Decreto Legislativo N° 1062, Ley de inocuidad de los alimentos norma que establece el régimen jurídico aplicable garantizando la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano con el propósito de proteger la vida y salud del individuo, reconociendo y asegurando los derechos e intereses de los consumidores y promoviendo la competitividad de los agentes económicos involucrados en toda la cadena alimenticia (SENASA, 2008).

Ley N°28015 “Ley de promoción de las pymes”, tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al PBI, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria (SUNAT, 2003).

La Norma ISO 22000 “Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria “revela los requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria. Es un estándar Internacional certificable emitido en septiembre en el año 2005 el cual integra a todos los elementos de las Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) y el sistema de análisis de peligro y Puntos de control Crítico (APPCC), este es un sistema que permite a la empresa demostrar que los productos que proporciona cumplen con los requisitos de los clientes y con los requisitos reglamentario aplicables en el campo de la seguridad alimentaria (Palú, 2005).

#### **Tecnológico**

La empresa HOME CLEAR E.I.R.L tendrá una página web, así mismo, estará en contacto con sus clientes para sus promociones y ofertas en las redes sociales como: WhatsApp, Facebook e Instagram. Además, se manejará un software designado SAP este sistema comprenderá aspectos de la administración de la organización.

#### **Económico**

Según INEI (2020) menciona que el país, en el primer trimestre de su producción nacional del año presente 2020, ha disminuido en -3.4% como consecuencia de la pandemia y emergencia Sanitaria promulgada por el gobierno peruano que se está viviendo por el COVID-19.

Por ello, (Guerrero 2020) menciona que la mayor demanda por precaución que se está dando en los países con crecientes tasas de contagio por el covid-19 es temporal, y produciría una reducción imprevista de inventarios en tiendas mayoristas y sobre todo en los supermercados, así mismo, afirmó que las ventas en el sector retail no obtendrían un impacto negativo, debido a que han registrado una tendencia progresiva durante los últimos meses del 2020. Además, las ventas al por mayor registraron un crecimiento de 3.6% y al por menor crecieron 3.2% en diciembre 2019.

### **Demográfico**

La empresa HOME CLEAR tiene a hombres y mujeres de 18 a 65 años como público objetivo que cuenten con poder adquisitivo, y pertenecen a un nivel socioeconómico A, B y C. Por lo tanto, se les entregara productos de limpieza para el cuidado de su hogar, sobre todo su salud y la de su familia.

### **I.2.2 Análisis FODA**

**Tabla 2**

*Análisis FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Automóvil	Escasez de productos
Conocimiento de nuestro mercado	Falta de proveedores
Alimentos de calidad	Ser nuevos en el mercado
Facilidad de pagos	Poca capital
Ubicación estratégica	Inversión alta el primer año del proyecto
Precios accesibles	
Trabajadores capacitados	

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
La pandemia	Competencia
Cierre de mercados	Falta de seguridad
Los consumidores se adaptaron a un nuevo estilo de compra	Posible aglomeración de los clientes a la hora de la compra
Respaldo de la ley	Toque de queda
	Alza de Cuarentena
	Comerciantes ambulantes

### **I.2.3 Justificación**

El proyecto de inversión tiene una gran oportunidad de negocio, ya que el consumidor peruano ha tenido que cambiar la forma de la compra para cuidar su salud y la de su familia ante la pandemia, por ende, la propagación del virus en varias ciudades del Perú ha aumentado en los últimos meses, ya que, los mercados convencionales son los principales focos de contagio. Los mercados de abasto y supermercados son, y seguirán siendo por un tiempo, los primeros puntos de aglomeración en la ciudad (Grade 2020).

El proyecto innovador facilita la comercialización de utilices de limpieza para las familias de Chiclayo, de tal manera, cuidamos la salud del cliente más vulnerable en cada familia ya que no se estarán exponiendo su salud cada vez que acuden al mercado y supermercados. Sin embargo, el consumidor actual ha transformado sus hábitos y, a la misma vez, la manera de percibir la realidad de su entorno. Por ello la importancia que las empresas innoven para llegar al consumidor final sin arriesgar su salud ni la de su familia, es por ello, que es una gran oportunidad de negocio en el mercado móvil de utilices de limpieza en la localidad, teniendo en cuenta las medidas de salubridad que contara la empresa para su distribución en cada lugar que se dirija (Albarado 2020).

Finalmente, recalcar que en la ciudad de Chiclayo no existe un mercado que brinde estas facilidades para el cliente, es por eso que el proyecto es considerado innovador.

### **I.2.4 Marco legal**

Conociendo las normativas decretadas por el Gobierno Peruano, como empresa distribuidora de utilices de limpieza para el hogar, debemos considerar a los siguientes organismos gubernamentales legales vigentes:

- Ministerio de Agricultura, que tiene a cargo la vigilancia sanitaria y legalización de la Producción de alimentos de origen animal y la producción de vegetales destinados para el consumo humano.
- Las Municipalidades que regulan y vigilan la sanidad de los establecimientos de elaboración y expendio de alimentos en forma ambulatoria, así como del transporte, almacenamiento y comercialización de frutas y hortalizas.
- La Ley General de Salud 26842 (1997), establece los deberes, derechos, restricciones y compromisos relacionados con la salud del ser humano.

- Resolución Ministerial 519-97-SA/DM (1997), se creó la Certificación Sanitaria de Higiene y Alimentos de consumo Humano
- Resolución Ministerial 535-97-SA/DM (1997), establece el Código de Principios Generales de Higiene de Alimentos; acorde con el CODEES ALIMENTARIUS, dispone la aplicación Práctica de Higiene.
- El Decreto Supremo N° 001-97 SA (1997), decreta el Reglamento Higiénico Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano; dispone normas para la regulación, vigilancia y control higiénico – sanitario en todas las etapas de la cadena alimenticia.

### **I.2.5 Unidad formuladora y unidad ejecutora**

Realizada por la alumna: Mondragón Yangua Evelyn Coraly del IX Ciclo de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Unidad Ejecutora: Según la escritura pública de Constitución De Empresa Individual De Responsabilidad Limitada (EIRL).

Razón Social del proyecto: “HOME CLEAN E.I.R.L”

### **II.6 Clasificación productiva sectorial**

La Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIIU) el proyecto se encuentra clasificado en la:

**Sección G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos Automotores y motocicletas**

División 47: Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motores motocicletas.

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **II.1.- Caracterización del Producto**

El presente proyecto está enfocado a hombre y mujeres de 18 a 65 años de edad que cuenten con poder adquisitivo, así mismo el tipo de actividad hace referencia a los utilices de limpieza para el hogar, por lo que el nombre de la del emprendimiento es HOME CLEAN, concluyendo que el mercado objetivo está con la población de la provincia de Chiclayo.

El automóvil de productos de limpieza estará yendo a muchos lugares de la ciudad de Chiclayo promocionando los desinfectantes, detergentes, ambientadores, lejías y más, para el cuidado de limpieza del hogar Chiclayano y la de sus habitantes. Los productos que serán comercializados serán por empresas reconocidas en nuestro país para una mejor seguridad y confianza hacia el cliente.

#### *Ilustración 1*

*Marca y Logotipo*



#### *Ilustración 2*

*Diseño del Carrito de Utilices de Limpieza*



## II.2.- Perfil del Consumidor

Hombre y Mujeres entre 18 a 65 años de edad que cuenten con poder adquisitivo, además, de que se preocupan en mantener su hogar limpio y desinfectado que radiquen en la Provincia de Chiclayo 2020.

## II.3.- Área Geográfica Del Mercado

El centro de comercialización de HOME CLEAR, será ubicada en varios lugares de la ciudad mayormente de urbanizaciones de la Victoria, Chiclayo y Leonardo Ortiz, siempre con las medidas propuestas por el gobierno.

## II.4.- Análisis de la Demanda - Proyección

### II.4.1. Información Secundaria

El presente proyecto de factibilidad, se ha recolectado información de tesis, artículos científicos y datos del INEI para poder conocer los principales productos de limpieza en el Perú, se puede recalcar que se obtuvo información secundaria de tesis tales como: “Consumo de Productos en los Hogares de Lima Metropolitana (2019)”. “Análisis del sector de productos químicos para la fabricación de papel en Perú”, Estudio De Pre-Factibilidad Para La Elaboración Y Comercialización De Lavavajillas A Base De Saponina De Cabuya, “Diseño e implementación de una nueva línea de envasado”, “Detergente Ecológico en Laminas”, “Limpieza Ecoamigable: Clean bio”, así como la población estimada de los censos de años anteriores.

### II.4.2 Proyección de la Demanda

Para el proyecto se ha trabajado con una población total de la ciudad de Chiclayo de la cual esta información se encuentra dentro del periodo entre los siguientes años 2015-2019, de la cual esta información fue extraída de los censos realizados por INEI en los siguientes años:

**Tabla 3**

*Población de la ciudad de Chiclayo*

<b>Año</b>	<b>Población</b>
<b>2015</b>	291777
<b>2016</b>	294124
<b>2017</b>	296438
<b>2018</b>	298714
<b>2019</b>	301082

Esta tabla muestra la población en la ciudad de Chiclayo desde el año 2015 hasta el 2019.

Dentro de este periodo la información obtenida de la población se tiene una tasa de crecimiento promedio de 0.76%.

$$0.0075745$$

$$T_c = 0.76\%$$

Teniendo en cuenta el método de extrapolación exponencial, se estableció la población proyectada de Chiclayo.

**Tabla 4**

*Población proyectada de la ciudad de Chiclayo*

Proyección de la población de Chiclayo		
<b>1</b>	2021	<b>305291</b>
<b>2</b>	2022	<b>307603</b>
<b>3</b>	2023	<b>309933</b>
<b>4</b>	2024	<b>312281</b>
<b>5</b>	2025	<b>314646</b>

Con los resultados obtenidos de la población proyectada se convirtió la población en familias como se puede identificar en el siguiente cuadro:

**Tabla 5**

*Población proyectada en familias*

<b>Año</b>	<b>Familias</b>
	<b>Método 1</b>
<b>2021</b>	61058
<b>2022</b>	61521
<b>2023</b>	61987
<b>2024</b>	62456
<b>2025</b>	62929

De acuerdo a la información de la Compañía Peruana de Estudios de mercado y opinión publica manifiesta que el sector A, B, C tienen un grado de aceptación del 29 % en utilices de limpieza, además de que la población con las características son un 95%. La información brindada la extrapolación exponencial se calculó en el siguiente cuadro de la demanda proyectada, así mismo:

**Tabla 6***Demanda proyectada de "HOME CLEAR"*

<b>Año</b>	<b>Cp</b>	<b>Familia proyectada</b>	<b>Población con las características 95%</b>	<b>nivel socioeconómico (A,B,C) 58%</b>	<b>Grado de aceptación 29%</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
<b>2021</b>	<b>12.00</b>	61058	58005	33643	55105	661260
<b>2022</b>	<b>12.00</b>	61521	58445	33898	55522	666269
<b>2023</b>	<b>12.00</b>	61987	58887	34155	55943	671316
<b>2024</b>	<b>12.00</b>	62456	59333	34413	56367	676401
<b>2025</b>	<b>12.00</b>	62929	59783	34674	56794	681524

Los datos que nos ayudaron a obtener esta proyección de demanda son:

- Población con las características: 95%
- Promedio del número de habitantes por familia: 5 personas
- Consumo de una canasta de utilices de limpieza por semana: 1
- Grado de aceptación del nuevo producto: 29%

**Tabla 7***Grado de aceptación del nuevo producto*

<b>CANASTA FAMILIAR</b>	<b>Total de Hogares</b>
<b>Detergente</b>	100%
<b>Papel Higiénico</b>	100%
<b>Lava Vajilla</b>	98%
<b>Limpiador/ Desinfectante</b>	84%
<b>TOTAL</b>	<b>95%</b>

**Tabla 8***Población con las características*

	<b>DETERGENTE</b>	<b>PAPEL HIGIENICO</b>	<b>LAVA VAJILLA</b>	<b>LIMPIADOR / DESINFECTANTE</b>	
<b>A</b>	63%	62%	63%	64%	
<b>B</b>	18%	20%	19%	22%	
<b>C</b>	6%	4%	6%	5%	
<b>TOTAL</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>

## II.5 Análisis de la Oferta – Proyección

### 2.5.1. Proyección de la Oferta

En el proyecto se calculó la producción nacional de los 4 productos de limpieza conforman la canasta de cada hogar, además, para establecer la oferta histórica de considero la producción histórica de los años 2005-2010.

#### Producción de Detergente:

**Tabla 9**

*Producción de Detergente en toneladas*

<b>Año</b>	<b>Detergente (toneladas)</b>
2005	101618
2006	107678
2007	108621
2008	137184
2009	154713
2010	145919

#### Producción de Papel higiénico:

**Tabla 10**

*Producción de Papel higiénico por toneladas*

<b>Año</b>	<b>Papel Higiénico (toneladas)</b>
2005	372790
2006	382690
2007	386190
2008	389290
2009	421290
2010	414290

#### Producción de Lava vajilla:

**Tabla 11**

*Producción de Lava vajilla por toneladas*

<b>Año</b>	<b>Lava vajilla (toneladas)</b>
2005	146000
2006	146550
2007	146600
2008	292000
2009	292100
2010	292200

### Producción de Limpiador/ Desinfectante:

Tabla 12

*Producción de Limpiador por toneladas*

<u>Año</u>	<i>Limpiador (toneladas)</i>
<b>2005</b>	29733
<b>2006</b>	33514
<b>2007</b>	40000
<b>2008</b>	40000
<b>2009</b>	40000
<b>2010</b>	40000

Con los datos obtenidos de la producción de detergente, papel higiénico, lava vajilla y limpiador se logrará determinar nuestra oferta con relación a nuestro 29% de aceptación. En donde se le sacara el 29% de la producción total de los 4 productos.

**Tabla 13**

*Producción de utilices de limpieza en un 29 %*

<b>PROYECCION DE UTILICES DE LIMPIEZA EN CANASTAS</b>					
<i>Detergente</i>	<i>Papel Higiénico</i>	<i>Lava vajilla</i>	<i>Limpiador</i>	Total	Total -29%
<b>101618</b>	372790	146000	29733	650141	195042.3
<b>107678</b>	382690	146550	33514	670432	181016.6
<b>108621</b>	386190	146600	40000	681411	183981.0
<b>137184</b>	389290	292000	44000	862474	232868.0
<b>154713</b>	421290	292100	48400	916503	247455.8
<b>145919</b>	414290	292200	53240	905649	244525.2

La producción de utilices de limpieza por canasta en toneladas, se muestra en el siguiente cuadro la oferta histórica del año 2005-2010:

**Tabla 14**

*Producción de utilices por canasta*

<u>Año</u>	<b>Total -29%</b>
<b>2005</b>	195042.3
<b>2006</b>	201129.6
<b>2007</b>	204423.3
<b>2008</b>	258742.2
<b>2009</b>	274950.9
<b>2010</b>	271694.7

## II.6 Balance Demanda Oferta

Se logró identificar una demanda insatisfecha, esto quiere decir que el mercado chiclayano está preparado para adquirir los utilices de limpieza para su hogar en un singular modelo de mercado, así mismo, se considera que aún existe un mercado por cubrir, por lo que los siguientes resultados sustentan la implementación de un mercado móvil de productos de limpieza en la localidad “HOME CLEAR”. En la siguiente tabla se presentará el balance de la demanda proyectada:

**Tabla 15**

*Demanda proyectada por canasta de utilices de limpieza*

Año	MÉTODO EXTRAPOLACIÓN EXPONENCIAL	MÉTODO REGRESIÓN LINEAL	TAMAÑO DEL MERCADO			
	Demanda Proyectada (Canastas)	Oferta Proyectada (Canastas)	Demanda Insatisfecha	Tamaño de Mercado	Ventas Diarias	Ventas mensuales
2022	9700914	6513780	3187134	159357	443	5312
2022	9774393	6764845	3009549	150477	418	5016
2023	9848429	7015909	2832520	141626	393	4721
2024	9923026	7266974	2656052	132803	369	4427
2025	9998188	7518039	2480150	124007	344	4134

## II.7 Plan de Marketing

El plan de marketing es el proceso de crear y mantener una concordancia estratégica entre las metas y las capacidades de la organización, y sus oportunidades de marketing cambiantes. Esto implica adaptar tanto las oportunidades, objetivos y recursos de tal manera que permita sobrevivir en el mercado, además se tienen que ver otros horizontes que bien puede valer la pena aventurarse en explorar, cuando se dice aventurar, nos estamos refiriendo a planear salir de la zona de confort que como empresa se tiene. (Kotler y Armstrong 2004)

### **Producto:**

Según (Vicuña 2012) menciona que la función esencial de todo producto o servicio es la de satisfacer una necesidad o deseo del consumidor. Por ello, “Home Clear” brindará productos de limpieza para el cuidado del hogar en las familias con precios al alcance del consumidor, ofreciendo una atención segura y de seguridad en la hora de adquirir los productos. De esa manera, se logrará diferenciarse de los mercados convencionales y supermercados, llegando hasta la puerta de la casa de cada uno de nuestros clientes.

**Precio:**

El precio es uno de los pilares del marketing mix, dado que de las cuatro variables es la única que define los ingresos, y, por lo tanto, la supervivencia de la organización. Incorpora atributos psicológicos y sociológicos y los consumidores suelen atribuir personalidades a los productos. Por lo tanto, al conocer a nuestra competencia directa y a nuestro público se buscará proveedores que comercialicen productos de calidad a un precio cómodo para los clientes, de esa manera se logrará vender los útiles de limpieza a precios accesibles ante la competencia.

**Plaza:**

Implica colocar su producto, de la manera más eficiente posible, al alcance de su consumidor o usuario, incluyendo los servicios postventa. Por ende, el mercado móvil de útiles de limpieza está dirigido a los niveles socioeconómicos a, b y c, de tal manera llegaremos a cada hogar para brindarles productos para el cuidado de su hogar y la de su familia.

**Promoción:**

Las estrategias de promoción son esenciales para generar mayor demanda e ingresos para el emprendimiento, de tal forma que se consideró realizar sorteos de vales o canastas de productos de limpieza, además, de innovar con el pago a través de Yape y otros aplicativos.

**Páginas Web:**

El “Home Clear” ofrecerá sus productos por redes sociales, así mismo, se la marca se hará más conocida, llegando así a integrante de cada familia para incentivar la compra de los útiles de limpieza, de esa forma serán intermediario para seguir mejorando conociendo las opiniones de nuestros clientes. Por estos medios se mostrarán los productos que se ofrecen y sus determinados precios, las redes utilizadas serán:

Facebook

Instagram

WhatsApp

## **CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO**

### **III.1.- Tamaño – Mercado**

El público al cual va a dirigido el servicio realizan sus compras en 29% en supermercados en la provincia de Chiclayo, donde en especial las amas de casa podrían adquirir el producto de forma rápida y sencilla. Tomando como referencia este indicador será este porcentaje la participación del mercado.

### **III.2.- Tamaño – Tecnología**

La tecnología es importante en nuestro proyecto tanto en la empresa como en nuestros clientes, por los siguientes motivos:

Los clientes podrán ver nuestra variedad de productos, así mismo, ponerse en contacto de forma inmediata, ya que brindaremos nuestras redes sociales como el número de la empresa por WhatsApp, Facebook o Instagram , además se implementara una página web de la empresa, para de esa manera arreglar sus canastas de utilices de limpieza con los productos que requieran para el cuidado de su hogar, de igual manera nuestros clientes tendrán una mejor experiencia ya que se podrán promocionar productos y canastas.

Para realizar el pago de los clientes será por medio del dispositivo SOS, debido a que permitirá pagar con su tarjeta de manera fácil, segura y rápida. El carrito móvil será de mucha utilidad, ya que será nuestra herramienta principal, porque, nos servirá para ofrecer los productos de limpieza por la ciudad de Chiclayo, el móvil está acondicionado con un sistema de gestión para perfeccionar la seguridad de los clientes a la hora de cada compra y mejorar su experiencia.

### **III.3.- Tamaño - Disponibilidad de Materiales**

A nivel nacional se tienen industrias y fabricas que producirían los materiales a un menor costo. Por lo tanto, tenemos como principales productos para la canasta de utilices de Limpieza para el hogar:

- Detergente
- Papel higiénico
- Lava Vajilla
- Limpiador/ Desinfectante

### III.4.- Tamaño – Financiamiento

El tamaño de mercado, se obtuvo de la programación de unidades vendidas desde los siguientes años 2021-2005, se pudo determinar que el proyecto requiere de una inversión total de \$.146 580 en el cual el financiamiento es del 48% del total; a continuación, se mostrará en la siguiente tabla:

**Tabla 16**

*Estructura de Financiamiento*

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>			
<b>FINANCIADO</b>	48%	\$	70,360
<b>PROPIO</b>	52%	\$	76,224
<b>TOTAL</b>	100%	\$	146,580

### III.5.- Tamaño – Costo unitario

El proyecto de inversión innovador contara con una particular presentación a la hora de su comercialización en la localidad, la canasta de productos de limpieza para el hogar: contiene detergente, lava vajilla, papel higiénico y limpiador/desinfectante, se considera que de acuerdo al estudio de mercado costo unitario debería estar en un promedio de 11.83 soles, teniendo un costo de 20.00 soles por una canasta que contara con un detergente, papel higiénico, lava vajilla y limpiador/ desinfectante, lo cual permite comercializar y presentar los índices de rentabilidad de este proyecto.

### III.6.- Tamaño – Rentabilidad

De acuerdo a la programación de comercialización se tiene una rentabilidad del proyecto a nivel económico con una TIR financiera del 80.55%, asimismo se tiene un VAN económico de \$. 169 908 y un VAN financiero de \$ 235 305. Concluyendo que es proyecto es rentable.

### III.7.- Selección del Tamaño

El proyecto de un mercado móvil de utilices de limpieza, presenta la siguiente programación:

**Tabla 17**  
*Tamaño de Mercado*

<b>Año</b>	<b>Tamaño de Mercado</b>	<b>Comercialización diaria</b>
<b>2021</b>	159357	443
<b>2022</b>	165525	460
<b>2023</b>	164286	456
<b>2024</b>	159363	443
<b>2025</b>	153769	427

En el plazo del programa de ventas se abarca desde el año 2021 al 2025, teniendo como un promedio de ventas de \$ 777,046.

Para el inicio de la empresa, se determinó una inversión total de \$146,584, con un financiamiento del 48% y de aporte propio un 52%, de igual forma para la programación de la venta de canastas de productos de limpieza en un carro móvil se tomó como referencia el Tasa de descuento económico que representa el 14.41% y en cuanto a la tasa de descuento financiero con 7.99%.

## **CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **IV.1.- Factores de localización**

En el análisis de la localización se tomó en consideración factores cualitativos y cuantitativos. Factores para la localización del mercado de utilices de Limpieza para el cuidado del hogar:

- Proveedores
- Disponibilidad de mano de obra.
- Inversión
- Financiamiento
- Tecnología.
- Competencia.
- Clientes.
- Energía.

### **IV.2 Macro localización**

Para el proyecto se evaluó dos provincias como: Chiclayo y Bagua Grande, teniendo en cuenta los siguientes factores que se muestran en la tabla:

**Tabla 18**  
*Macro Localización*

<b>MÉTODO MULTICRITERIO DE COMPARACIÓN DE LOCALIZACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MERCADO MÓVIL DE UTILICES DE LIMPIEZA</b>			
<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CHICLAYO</b>	<b>PIURA</b>
PROVEEDORES	5	75	75
DISPONIBILIDAD DE INSUMOS	5	75	100
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	5	75	50
INVERSION	4	60	20
COMPETENCIA	2	40	10
TECNOLOGIA	5	100	25
CLIENTES	4	60	20
ENERGIA	2	10	20
<b>TOTAL</b>		<b>495</b>	<b>320</b>

La ciudad de Chiclayo se considera que es la localización más importante para el mercado móvil de productos de limpieza, por ende, será desplazado dentro de la ciudad, además de José Leonardo Ortiz y La Victoria.

### **IV.3 Métodos para decidir la localización**

En el presente proyecto se trabajó con el método multicriterio para la localización de la empresa HOME CLEAR, en la que se consideró una ponderación del 1 al 5 y con una escala del 0 al 20.

**Tabla 19**  
*Localización*

<b>MÉTODO MULTICRITERIO DE COMPARACIÓN DE LOCALIZACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MERCADO MÓVIL DE UTILICES DE LIMPIEZA</b>			
<b>Factores de localización</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CHICLAYO</b>	<b>PIURA</b>
<b>Proveedores</b>	5	75	70
<b>Disponibilidad de insumos</b>	6	75	80
<b>Disponibilidad de mano de obra</b>	5	80	75
<b>Inversión</b>	4	60	50
<b>Competencia</b>	2	45	30
<b>Tecnología</b>	5	100	25
<b>Clientes</b>	4	65	55
<b>Energía</b>	2	10	20
<b>Total</b>		<b>510</b>	<b>405</b>

La elaboración de la tabla 15 ayudo a determinar que la provincia de Chiclayo tiene una mayor ponderación para la ejecución del presente proyecto. Con un puntaje de 495.

## **CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO**

### **V.1.- Especificaciones Técnicas**

En “HOME CLEAR SAC” carrito móvil de productos de limpieza tendrá las siguientes características:

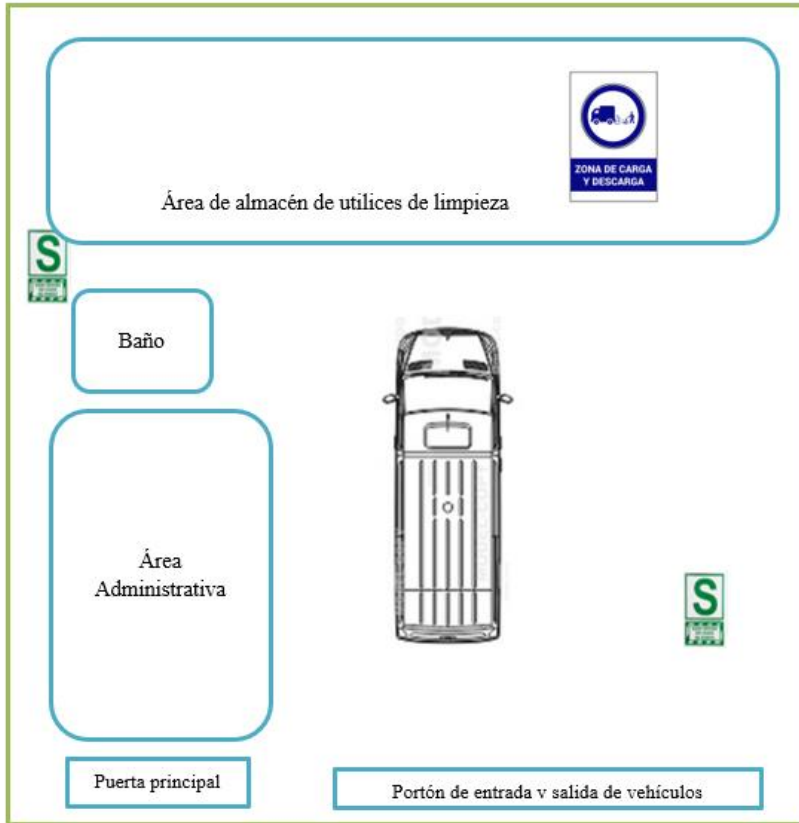
- Tipo de vehículo: Minivan Master Renault  
Motor: 491Q-ME  
Inyección: Directa – turbo- intercooler- Common Rail  
Cilindrada: 2.299  
Potencia (HP/R.P.M): 128/3.500  
Transmisión: Mecánica 6 velocidades más reversa  
Tipo de Combustible: Diesel  
Capacidad de tanques: 80
  
- Dimensiones y capacidad  
Largo (total): 6198  
Distancia entre ejes (mm): 4332  
Peso bruto vehicular (kg): 2070
  
- Equipamiento:  
Aire acondicionado  
Estantes  
Repisas de madera y aluminio  
Caja registradora
  
- Seguridad:  
Frenos ABS +EBO  
Cinturón de seguridad y bolsa de seguridad para el conductor.  
Parabrisas laminado

### **V.2.- Selección y Descripción del Proceso**

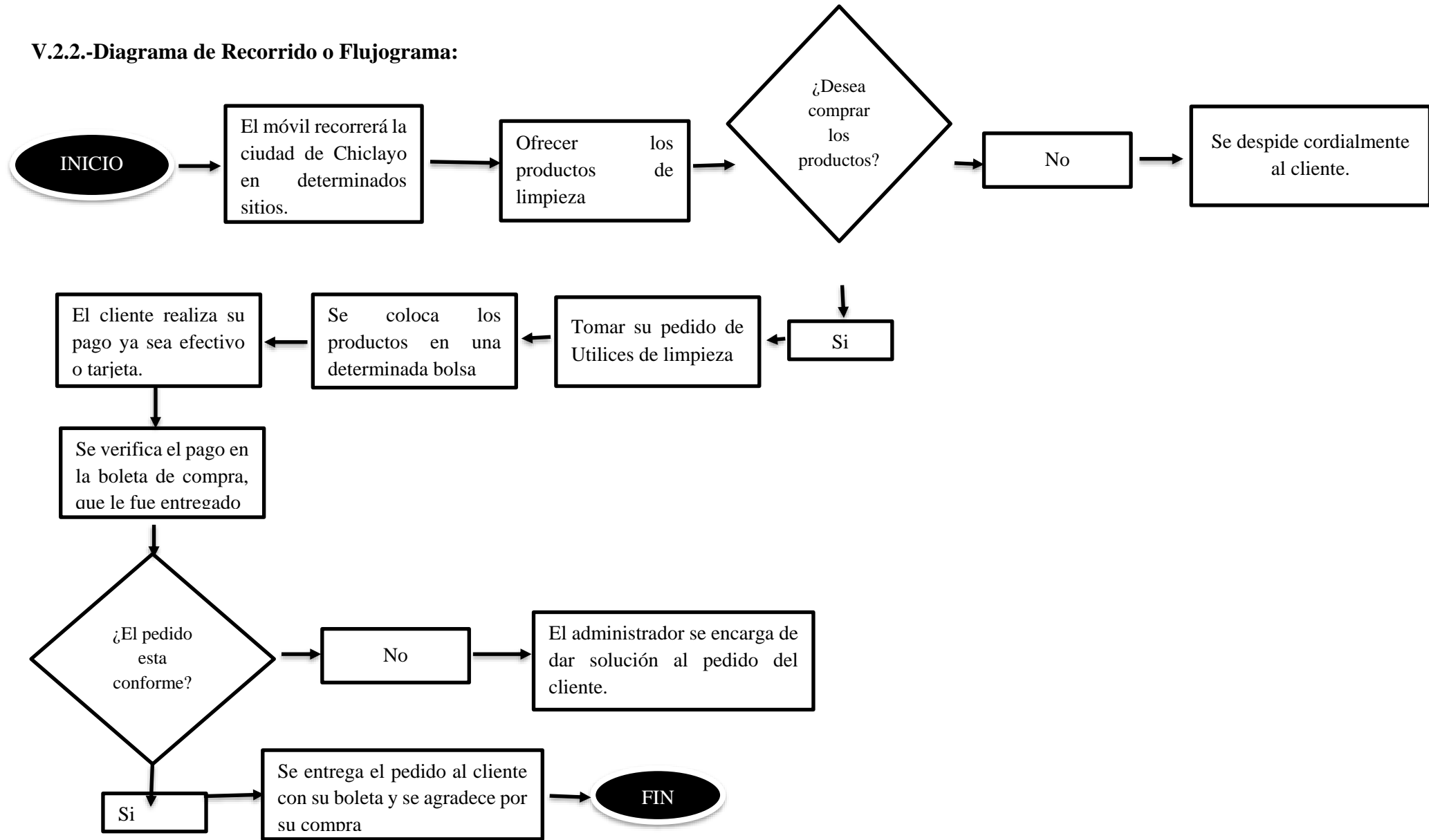
**V.2.1.-Diagrama de Operación** El proceso inicia cuando el automóvil sale abastecido de la planta con los productos de limpieza, comienza hacer su recorrido por toda la ciudad de Chiclayo, luego por los demás puntos estratégicos.

**Ilustración 3**

*Distribución de Operación*



V.2.2.-Diagrama de Recorrido o Flujograma:



### V.2.3.-Distribución de la Planta:

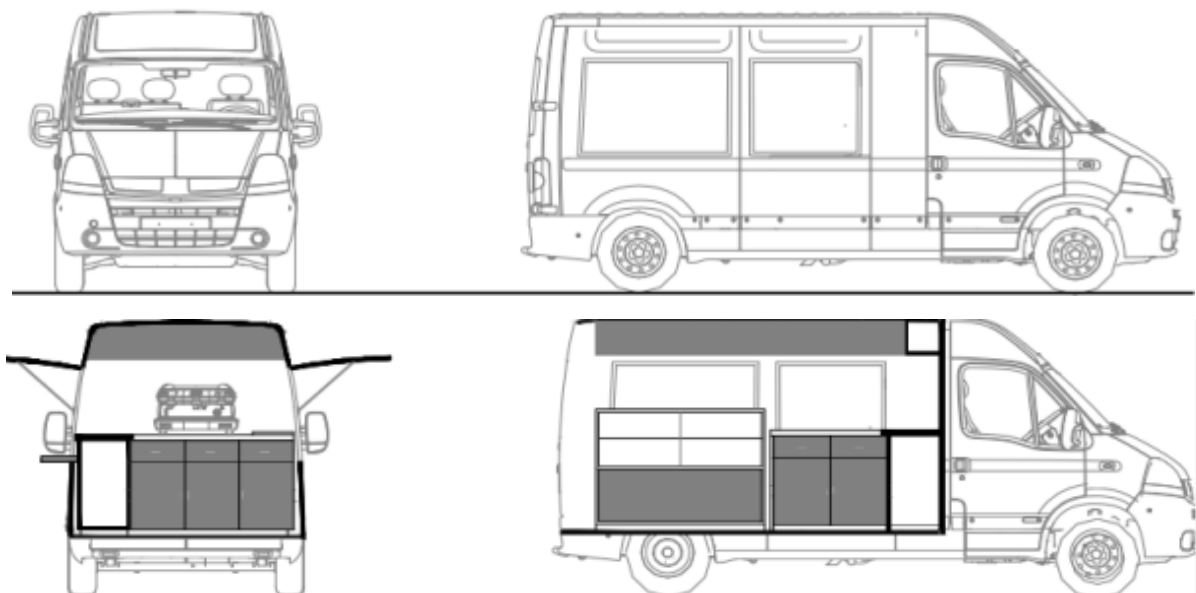
HOME CLEAR contara con un local propio, ubicado en AV. El Progreso, como referencia a 5 cuadras de emergencia del regional en Chiclayo.

La planta estará conformada por el área Administrativa donde se podrá recibir a los proveedores y a nuestros principales clientes, además de tener un contacto directo con nuestro cliente interno, el área de Almacén estará adecuado para los productos de limpieza teniendo como principal los detergentes, el papel higiénico, lava vajillas y limpiador o desinfectante, así mismo, contará con un área donde se guardará la unidad móvil.

### V.2.4.-Diseño del Plano del Proyecto:

#### *Ilustración 4*

*Plano del carro móvil "Home Clear"*



### V.2.5.-Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Al administrar el negocio se utilizará computadoras, el cual tendrán incluido el programa Excel, el cual será usado como base de datos de los productos que estarán en el área de almacén, además, que contará con información y del personal.

Así mismo, la empresa “HOME CLEAR” manejará un software nombrado ERP Nexus, que se utilizará como una herramienta de gestión con los proveedores directos, los clientes, con la gestión de productos de limpieza en venta dentro del automóvil, con el área de almacén y la gestión contable. Este software se utilizará desde la oficina principal en AV. Progreso, desde el carrito móvil quedarán conectados mediante una VPN.

Para las ventas se seleccionó el software TPV (terminal punto de venta) que ayudará a perfeccionar el proceso de las ventas, obteniendo los datos requeridos en tiempo real, además ayudará al momento de emitir el ticket del código de barras que se formará gracias a las etiquetadoras. Igualmente, el software TPV ayudara a comunicarse con el servidor Nexus en muchos momentos para de esa forma actualizar la información.

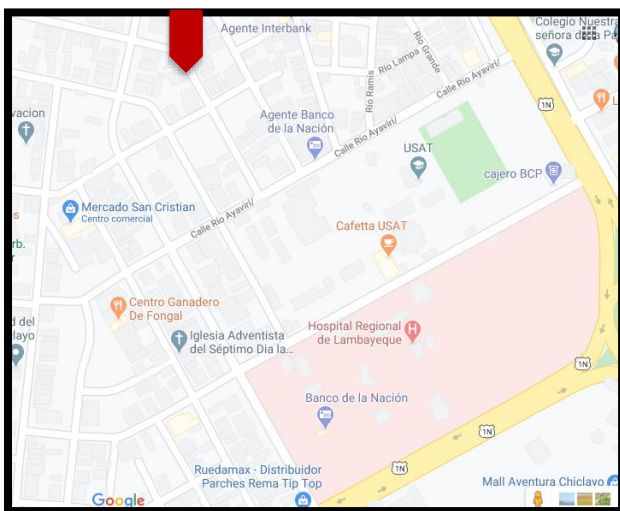
### V.3.- Requerimiento del Proyecto

#### V.3.1.-Terrenos y Edificaciones:

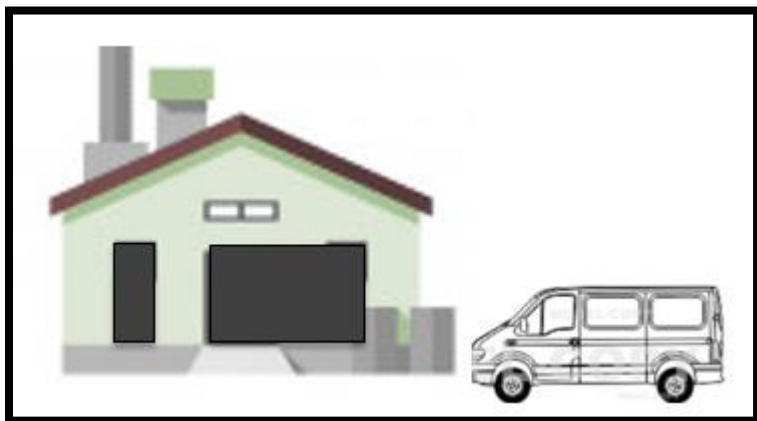
El emprendimiento “Home Clear” tendrá una oficina y almacén en la ciudad de Chiclayo, ubicado en AV. Progreso, referencia a cinco cuadras de Emergencia del Regional. Esta pequeña área servirá para abastecer y guardar nuestra unidad móvil con los productos de limpieza, además, de atender a nuestros proveedores y a nuestros clientes.

#### *Ilustración 5*

*Ubicación de la empresa*



**Ilustración 6**  
Planta de la empresa



### V.3.2 Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y vehículos.

**Tabla 20**  
Equipos de la empresa "Home Clear"

<b>EQUIPOS</b>	<b>Unidad</b>
Ventilador de Pared	1
Aire acondicionado	1
Impresoras	1
Computadoras	3
Estantes	3
Maquina POS VISA	1
<b>TOTAL</b>	

**Tabla 21**  
Muebles y Enseres de la empresa "Home Clear"

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>Unidad</b>
Escritorios	2
Sillas de oficina	4
Mesa para Planificación	1
Reloj de Pared	1
Sillones	2
Estantes	4
Extinguidores	2
<b>TOTAL</b>	

Tabla 22

Maquinaria e Infraestructura de la empresa "Home Clear"

MAQUINARIA e INFRAESTRUCTURA	Unidad
COMBI PARA EL NEGOCIO	1
CAJA RESGRISTRADORA	1
INFRAESTRUCTURA	1
<b>TOTAL</b>	

#### V.4.- Cronograma de Actividades

Tabla 23

Cronograma de Actividades de "Home Clear"

Actividades	Meses 2020																
	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>Estudio de mercado, Negociación y Tramites</b>																	
Nace el emprendimiento	■																
Se Realiza un estudio de Mercado		■	■	■													
Se Realiza un estudio Económico Financiero				■	■												
Revisión del Proyecto					■	■											
<b>Negociación y Tramites del proyecto</b>																	
Trámites para iniciar con el Proyecto de "Home Clear"				■	■	■	■										
Adquirir un local para el Proyecto					■	■	■										
Compra de Maquinaria							■	■									
<b>Ejecución del proyecto</b>																	
Habilitar el Local para el almacenamiento									■	■							
Montaje de Maquinaria									■	■							
Capacitar a todo el personal									■	■							
Abastecer al Carrito Móvil									■	■	■						
Realizar publicidad									■	■	■	■					
<b>Operación del proyecto</b>																	
Inicio y distribución de la empresa en Chiclayo												■	■				
Prueba de maquinaria y equipo de trabajo													■	■	■		
Mantenimiento de Maquinaria y Equipos														■	■	■	
Ajustes del Proyecto "Home Clear"															■	■	■

#### V.5.- Programa

Para el presente proyecto, la empresa HOME CLEAR E.I.R.L para los años 2021-2025, se ha considerado el tamaño de mercado con una participación de mercado del 5.70% de canastas de productos de limpieza para el hogar.

**Tabla 24**  
*Programa*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha del Segmento Familiar</b>	<b>Participación de Mercado</b>	<b>Tamaño de Mercado</b>	<b>Comercialización diaria</b>
2021	3,187,134	5.00%	<b>159,357</b>	<b>443</b>
2022	3,009,549	5.50%	<b>165,525</b>	<b>460</b>
2023	2,832,520	5.80%	<b>164,286</b>	<b>456</b>
2024	2,656,052	6.00%	<b>159,363</b>	<b>443</b>
2025	2,480,150	6.20%	<b>153,769</b>	<b>427</b>
		5.70%		
	<b>Promedio</b>		<b>160,460.08</b>	<b>446</b>

## **CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN**

### **VI.1. Aspecto Legal**

#### **VI.1.1 Tipo de Empresa**

Se consideró en el siguiente proyecto el de constituir una organización de tipo de “Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada” (Home Clear E.I.R.L.)

#### **VI.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa**

Para la constitución del proyecto el “Home Clear” se trabajará bajo los procesos dados por la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), esta entidad presenta los siguientes procesos:

#### **PASO 1: Reunión del titular y los interesados**

1.1. Discutir y presentar los aspectos generales y ventajas sobre la decisión de constituir una E.I.R.L.

#### **PASO 2: Identificación de la razón social**

- 1) Seleccionar el nombre
- 2) Identificar el nombre propuesto
- 2.1. Tramitar identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago.

2.2. Recibir constancia de búsqueda (CERTIFICADO DE BÚSQUEDA MERCANTIL), que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.

2.3. Resultado:

Negativo: Nombre procede; Positivo: Escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

### **PASO 3: Elaboración de la minuta**

3.1. Datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social.

3.2. Discutir el contenido del estatuto, para esto contar con asesoría legal.

3.3. Un abogado redacta la minuta con el fin de entender cada uno de los términos del compromiso.

3.4. Aprobar la minuta.

3.5. Suscribir la minuta, con la firma del abogado.

### **PASO 4: Escritura Pública**

4.1. Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.

4.2. Pagar al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta del Colegio de Abogados.

4.3. Llevar a la notaria la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores para que el notario elabore el testimonio de constitución.

4.4. El titular irá a la notaria para firmar y poner su huella digital.

### **PASO 5: Inscripción SUNAT (RUC)**

5.1. Presentar documento de identidad del titular o representante legal.

5.2. Reunir documentos con respecto a la sociedad:

- Recibo de agua, luz, teléfono, televisión por cable o declaración jurada de predios.
- Contrato de alquiler o cesión de uso de predio con firmas legalizadas notarialmente.
- Acta probatoria levantada por el fedatario fiscalizador de la Sunat donde se señale el domicilio.

- Testimonio de constitución de la empresa, donde conste la inscripción ante la Sunarp.
- Constancia de numeración emitida por la municipalidad.

### **PASO 6: Autorización de impresión de comprobantes de pago Formulario 806**

- 6.1. Régimen Especial
- 6.2. Régimen General del Impuesto a la Renta.

### **PASO 7: Licencia de funcionamiento municipal**

- 7.1. Formato de solicitud
- 7.2. Registro Único del Contribuyente (RUC)
- 7.3. Certificado de compatibilidad de uso.
- 7.4. Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.
- 7.5. Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa.
- 7.6. Recibo de pago por los derechos correspondientes.

### **PASO 8: Autorización del libro de planillas ante el MTPS**

- 8.1. Solicitud según formato debidamente llenada.
- 8.2. Comprar el libro de planillas.
- 8.3. El mismo libro u hojas sueltas.
- 8.4. Copia del RUC
- 8.5. Pago del derecho del trámite

### **PASO 9: Legalización de libros contables ante notario**

- 9.1. Solicitud requiriendo la legalización respectiva
- 9.2. Copia del RUC
- 9.3. Copia del DNI del representante legal de la empresa
- 9.4. Pago por el derecho de trámite

## VI.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

### VI.2.1 Acta de Constitución de la Empresa

#### ACTA CONSTITUTIVA DE HOME CLEAR


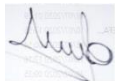
En la localidad de Chiclayo a los 20 días del mes de Agosto de 2020 siendo las 3pm horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Asociación Civil cerrada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1°) Designar Presidente y secretario de la Asamblea a las siguientes personas: Evelyn Mondragón Yangua y a los asambleístas: Nathaly Córdova Trigos, Mirella Coronado Dávila y Sheila Zumaeta Rivera, para suscribir la presente ACTA:

2°) Las personas reunidas dejan constituida la Asociación Civil denominada “HOME CLEAR E.I.R.L.” con sede en la ciudad de Chiclayo AV. Progreso de la localidad de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

3°) Se adopta en todo lo fundamental el ESTATUTO modelo de la Dirección Provincial de Personas Jurídicas adoptado por Disposición 29/95.

4°) Acto seguido se procede a elegir a los miembros de la Comisión Directiva y Revisora de Cuentas, que regirán la entidad en el próximo período previsto en los Estatutos aprobados, designándose a las siguientes personas para los cargos citados:

CARGO	APELLIDO Y NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	MONDRAGON YANGUA EVELYN	
SECRETARIO	ULLAURE MONDRAGON NAYELY	

Los designados aceptan el desempeño de los cargos que respectivamente les han sido conferidos:

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de \$18, 931.75 y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

6°) Se autoriza al Presidente y Secretario de la Comisión Directiva electa a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de Personería Jurídica y para aceptar las observaciones al Estatuto que pudieran efectuarse por la Dirección Provincial de Personas

Jurídicas. Las decisiones precedentes han sido tomadas por unanimidad. No siendo para más, previa lectura y ratificación se firma la presente en el lugar y fecha indicados arriba.



PRESIDENTE



SECRETARIO

### VI.2.2. Minuta de Constitución

Minuta de Constitución para una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) con Aportes de Bienes Dinerarios

*Señor Notario*

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de empresa individual de responsabilidad limitada, que otorga: EVELYN CORALY MONDRAGON YANGUA, de nacionalidad peruana, con documento de identidad número 74982706, ocupación: estudiante, estado civil: soltero, señalando domicilio para efectos de este instrumento en CHICLAYO, en los términos siguientes:

**Primera.** - Por el presente, EVELYN CORALY MONDRAGON YANGUA: constituye una empresa individual de responsabilidad limitada bajo la denominación de: “HOME CLEAR E.I.R.L.”, con domicilio en CHICLAYO, provincia de CHICLAYO, departamento de LAMBAYEQUE, que inicia sus operaciones a partir de su inscripción en el registro mercantil con una duración indeterminada, pudiendo establecer sucursales en todo el territorio nacional.

**Segunda.** - El objeto de la empresa es: LA COMERCIALIZACIÓN DE CANASTA DE UTILICES DE LIMPIEZA se entienden incluidos en el objeto, los actos relacionados con el mismo, que coadyuven a la realización de sus fines empresariales. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

**Tercera.** - El capital de la empresa es de \$. 75727. Setenta y cinco mil setecientos veintisiete y 00/100 dólares, constituido por el aporte en efectivo del titular.

**Cuarta.** - Son órganos de la empresa, el titular y la gerencia. El régimen que le corresponda está señalado en el decreto ley N 21621, artículos 39 y 50 respectivamente y demás normas modificatorias y complementarias.

**Quinta.** - La gerencia es el órgano que tiene a su cargo la administración y representación de la empresa. Será desempeñada por una o más personas naturales. El cargo de gerente es indelegable. En caso de que el cargo de gerente recaiga en el titular, éste se denominará titular gerente.

**Sexta.** - La designación del gerente será efectuada por el titular, la duración del cargo es indefinida, aunque puede ser revocado en cualquier momento.

**Séptima.** - Corresponde al gerente:

1. Organizar el régimen interno de la empresa.
2. Celebrar contratos inherentes al objeto de la empresa, fijando sus condiciones; supervisar y fiscalizar el desarrollo de las actividades de la empresa.
3. Representar a la empresa ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozará de las facultades generales y especiales, señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil. En lo administrativo gozará de la facultad de representación prevista en el artículo 115° de la ley N° 27444 y demás normas conexas y complementarias. Teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además, podrá constituir personas jurídicas en nombre de la empresa y representar a la empresa ante las personas jurídicas que crea conveniente y demás normas complementarias. Además, podrá someter las controversias a arbitraje, conciliaciones extrajudiciales y demás medios adecuados de solución de conflicto, pudiendo suscribir los documentos que sean pertinentes
4. Cuidar los activos de la empresa.
5. Abrir y cerrar cuentas corrientes, bancarias, mercantiles y girar contra las mismas, cobrar y endosar cheques de la empresa, así como endosar y descontar documentos de crédito. Solicitar sobregiros, préstamos, créditos o financiaciones para desarrollar el objeto de la empresa celebrando los contratos respectivos.
6. Solicitar toda clase de préstamos con garantías hipotecaria, prendaria y, de cualquier forma, además conocimiento de embarque, carta de poder, carta fianza, póliza, letras de cambio, pagares, facturas conformadas y cualquier otro título valor.
7. Suscribir contratos de arrendamiento y subarrendamiento.
8. Comprar y vender los bienes sean muebles o inmuebles de la empresa, suscribiendo los respectivos contratos.
9. Celebrar, suscribir contratos de leasing o arrendamiento financiero, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados al objeto de la empresa.

10. Autorizar a sola firma, la adquisición de bienes, contratación de obras y prestación de servicios personales.
11. Nombrar, promover, suspender y despedir a los empleados y servidores de la empresa.
12. Conceder licencia al personal de la empresa.
13. Cuidar de la contabilidad y formular el estado de pérdidas y ganancias, el balance general de la empresa y los demás estados y análisis contables que solicite el titular.
14. Solicitar, adquirir, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.
15. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.

**Octava.** - para todo lo no previsto rigen las disposiciones contenidas en el D.L. N° 21621 y aquellas que las modifiquen o complementen.

Disposición transitoria. – EVELYN CORALY MONDRAGON YANGUA, identificado con DNI N° 74982706, ejercerá el cargo de titular gerente de la empresa, peruano, con domicilio señalado en la introducción de la presente.

Así mismo, se nombra como apoderado a EVELYN CORALY MONDRAGON YANGUA identificado con documento de identidad número: 74982706, quien tendrá las mismas facultades que el gerente.

Chiclayo, Siete de Julio del Dos Mil Veinte.

### **VI.2.3 Manual de Organización y Funciones**

#### **PUESTO: GERENTE GENERAL**

#### **PRINCIPALES FUNCIONES**

- Supervisar la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, en conformidad con las disposiciones legales.
- Además, revisar que se cumplan con los principios en cada área de la empresa.
- Tomar decisiones en la empresa.
- Crea alianzas con los proveedores de Utilices de Limpieza.

**PUESTO: ADMINISTRADOR EN RECURSOS HUMANOS****PRINCIPALES FUNCIONES**

- Es el encargado de que los colaboradores estén debidamente capacitados y con los implementos de seguridad dependiendo del área donde se desempeñen.
- Describir las diversas políticas de personal para que el capital humano de la organización sea el adecuado.
- Esta encargada de diseñar políticas que se deben seguir para un mejor reclutamiento, selección, formación y desarrollo personal.
- Supervisa la administración de personal en la empresa

**PUESTO: GERENTE COMERCIAL****PRINCIPALES FUNCIONES**

- Es el encargado de resolver problemas comerciales o marketing.
- Investigar el mercado.
- Establecer políticas de precios.
- Establecer canales de ventas.
- Diseñar promociones.
- Lanzamiento de nuevos productos.

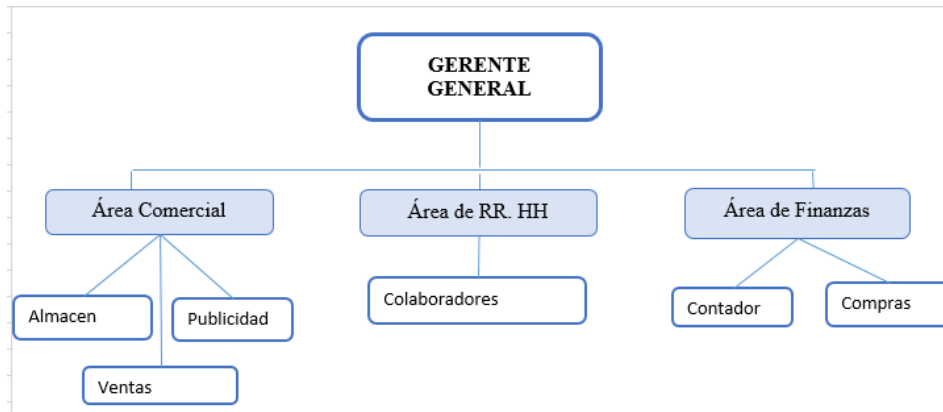
**PUESTO: GERENTE FINANZAS****PRINCIPALES FUNCIONES**

- Manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar y evaluar el desempeño de la organización.
- Revisar políticas para la regulación financiera de la empresa.
- Evaluar procedimientos financieros y dar recomendaciones para posibles mejoras.
- Idear métodos para maximizar las ganancias.

## VI.2.4 Organigrama:

### Ilustración 7

#### Organigrama



## VI.2.5 Requerimiento del Personal

El requerimiento del personal es lo principal para el reclutamiento y selección, ya que se buscará a la persona con el perfil adecuado que se requiere para el puesto de trabajo, y de esa manera tener una productividad e imagen en la empresa.

### 1. Gerente de Recursos Humanos

- Requisitos:
  - Licenciado en administración
  - Experiencia mínima de 2 años
  - Disponibilidad de lunes a sábado
  - Experiencia en manejo de personal
  - Buena presencia
- Funciones:
  - Responsable del área de Recursos humanos

### 2. Gerente Finanzas

- Requisitos:
  - Licenciado en administración
  - Experiencia mínima de 3 años
  - Disponibilidad de lunes a sábado
  - Experiencia en Finanzas
  - Buena presencia
- Funciones:
  - Responsable del área de Finanzas

### **3. Gerente Comercial**

- Requisitos:  
Licenciado en administración  
Experiencia mínima de 3 años  
Disponibilidad de lunes a sábado  
Experiencia Publicidad digital  
Buena presencia
- Funciones:  
Responsable del área Comercial

### **4. Recepcionista o Vendedora**

- Requisitos:  
Buena presencia  
Habilidades de comunicación  
Responsable  
Disponibilidad de lunes a sábado
- Funciones:  
Recibir y registrar a los clientes a la hora de la compra  
Cumplir con la compra del cliente  
Dejar el pedido del cliente

### **5. Operarios**

- Requisitos:  
Responsable  
Actitud a la hora del trabajar  
Nivel secundario completa  
Con o sin Experiencia  
Disponibilidad de lunes a sábado
- Funciones:  
Realizar limpieza del Local  
Descargar los productos  
Organizar los productos

## **CAPÍTULO VII: INVERSIÓN**

### **VII.1.- INVERSIÓN.**

#### **VII.1.1.- Estructura de la Inversión**

La inversión de la empresa mercado móvil de utilices de limpieza “HOME CLEAR” asciende a \$ 146 548, teniendo como indicadores a la inversión fija, inversión intangible y capital de trabajo, las cantidades monetarias de cada una de ellas se detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 25**

*Estructura de Inversión*

<b>CONCEPTO</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>APORTE</b>	<b>INVERSIÓN</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>(BANCO)</b>	<b>PROPIO</b>	<b>TOTAL</b>
I.INVERSIÓN FIJA	\$ 34,011	\$ 36,846	\$ 70,857
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$ 31,901	\$ 34,560	\$ 66,461
I.1.1 EQUIPOS	\$ 1,557	\$ 1,687	\$ 3,244
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES	\$ 342	\$ 371	\$ 713
I.1.3. MAQUINARIA	\$ 28,825	\$ 31,227	\$ 60,051
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	\$ 681	\$ 738	\$ 1,419
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL	\$ 35	\$ 38	\$ 73
I.1.6. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL	\$ 461	\$ 500	\$ 961
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$ 2,110	\$ 2,286	\$ 4,396
II. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 36,349	\$ 39,378	\$ 75,727
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 70,360</b>	<b>\$ 76,224</b>	<b>\$ 146,584</b>
<b>PORCENTAJE</b>	48.00%	52.00%	100.00%

### VII.1.2.- Programa de Inversiones

El presente proyecto, tiene el siguiente programa de inversión que incluye todo el año 2021 desde el mes de setiembre y octubre, tiempo en donde se llevaran a cabo el desembolso del dinero para la obtención del total de activos fijos, como se muestra a continuación:

**Tabla 26**

*Programa de Inversiones*

CONCEPTO	MESES					TOTAL	%
	1	2	3	4	5		
INVERSIÓN TOTAL							
I.INVERSION FIJA						\$ 70,857	48
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE						\$ 66,461	
I.1.1 EQUIPOS			\$ 1,081	\$ 1,081	\$ 1,081	\$ 3,244	
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES				\$ 356	\$ 356	\$ 713	
I.1.3. MAQUINARIA	\$12,010	\$12,010	\$ 12,010	\$ 12,010	\$ 12,010	\$ 60,051	
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL				\$ 709	\$ 709	\$ 1,419	
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL					\$ 73	\$ 73	
I.1.6. MATERIAL DE SEGURIDAD DELPERSONAL					\$ 961	\$ 961	
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE		\$ 1,099	\$ 1,099	\$ 1,099	\$ 1,099	\$ 4,396	
II. CAPITAL DE TRABAJO					\$ 75,727	\$ 75,727	52
TOTAL INVERSIÒN	\$12,010	\$13,109	\$ 14,191	\$ 15,256	\$ 92,017	\$ 146,584	100

## **CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO**

### **VIII.1.- Fuentes de Financiamiento**

El banco Scotiabank es la mejor opción para solicitar el crédito para invertir en el negocio HOME CLEAR, con una tasa de 2.99 por más de 360 días. Así mismo, el proyecto de inversión contara con dos fuentes de financiamiento, el aporte propio de \$76,224 con un 52%, y por último con un financiamiento por el banco de un monto de \$70,360 con el 48%.

**Tabla 27**

*Fuentes de Financiamiento*

<b>Aporte</b>	<b>%</b>	<b>\$</b>
<b>Propio</b>	52%	\$ 76,224
<b>Financiado</b>	48%	\$ 70,360
<b>TOTAL</b>	100%	\$ 146,584

### **VIII.2.- Evaluación del Préstamo**

Para evaluar e identificar la tasa más conveniente a la hora del financiamiento se tomó en cuenta la data establecida por la SBS en el mes de Julio del año 2020, donde se da a conocer la variedad de entidades bancarias con sus respectivas tasas. Posteriormente de evaluar la data, se eligió por el banco Scotiabank debido a que ofrece una TEA 2,99% moneda extranjera, en este caso para pagar por cuotas durante 5 años, lo que equivale a \$15,350.10 al año.

**Tabla 28**

*Fuente de Financiamiento*

<b>TEA</b>	<b>2.99%</b>
<b>n=</b>	<b>5</b>
<b>Préstamo</b>	<b>\$ 70,360</b>

En definitiva, se mostrará el cuadro de cronograma de pago por el financiamiento en dólares, es decir las cuotas constantes durante 5 años, en donde las amortizaciones van aumentando cada año:

**Tabla 29**  
*Cronogramas de pagos*

<b>Periodo</b>	<b>Saldo inicial</b>	<b>Abono capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo Final</b>
<b>0</b>					\$ 70,360.26
<b>1</b>	\$ 70,360.26	\$ 13,255.33	\$ 2,103.77	\$ 15,359.10	\$ 57,104.93
<b>2</b>	\$ 57,104.93	\$ 13,651.66	\$ 1,707.44	\$ 15,359.10	\$ 43,453.27
<b>3</b>	\$ 43,453.27	\$ 14,059.85	\$ 1,299.25	\$ 15,359.10	\$ 29,393.43
<b>4</b>	\$ 29,393.43	\$ 14,480.23	\$ 878.86	\$ 15,359.10	\$ 14,913.19
<b>5</b>	\$ 14,913.19	\$ 14,913.19	\$ 445.90	\$ 15,359.10	\$ -
<b>Cuota</b>	<b>\$ 15,359.10</b>				

El pago del préstamo de inversión para “HOME CLEAR” se ejecutará de manera mensual por periodo de 5 años, el financiamiento se realizará en dólares, el importe del préstamo que es de \$ 70,360.26 abarca el total de inversión financiado por el banco.

## **CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

### **IX.1 Presupuesto De Ingresos**

En el presupuesto de ingresos se considera las unidades del programa de comercialización de ventas anuales desde el año 2021-2025, como se detalla en el cuadro siguiente, por lo que respondería al precio de venta de \$4.84 para la ciudad de Chiclayo lo cual su público objetivo está dirigido a hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos A y B de las cuales realizan sus compras diarias o semanales. Por tanto, de acuerdo a nuestra programación de ventas el cuadro de ingresos es el siguiente:

**Tabla 30**  
*Presupuesto de Ingresos*

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Precio de</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>venta</b>	4.84	4.84	4.84	4.84	4.84
<b>Cantidad por</b>	160,460.08	160,460.08	160,460.08	160,460.08	160,460.08
<b>año (kg)</b>					

### **IX.2 Presupuesto De Egresos**

#### **IX. 2.1. Presupuesto Económico**

El presente proyecto cuenta con ventas esperadas de periodos de 5 años cuyos inicios son desde el 2021-2025, lo cual está compuesto por costos y gastos esperados de la empresa HOME CLEAR EIRL, como se evidencia en el siguiente cuadro:

Tabla 31

Presupuesto económico

<b>PRESUPUESTO ECONOMICO</b>					
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046
<b>Egresos</b>					
<b>I.-Costos de Comercialización</b>	<b>\$ 542,508</b>	<b>\$ 542,508</b>	<b>\$ 542,508</b>	<b>\$ 542,508</b>	<b>\$ 542,508</b>
<b>I.1 Existencias</b>	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508
<b>II.-Gastos de Operación</b>	<b>\$ 67,607</b>	<b>\$ 67,607</b>	<b>\$ 67,607</b>	<b>\$ 67,607</b>	<b>\$ 67,607</b>
<b>II,1.-Gastos de Administración</b>	\$ 50,053	\$ 50,053	\$ 50,053	\$ 50,053	\$ 50,053
-Gastos administrativos	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081
-Sueldos administrativos	\$ 10,971	\$ 10,971	\$ 10,971	\$ 10,971	\$ 10,971
<b>II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución</b>	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>					
.-Depreciación	\$ 6,045	\$ 6,045	\$ 6,045	\$ 6,045	\$ 5,357
.-Amortización por Cargas diferidas	\$ 745	\$ 745	\$ 745	\$ 745	\$ 745
<b>IV.- Impuestos</b>					
-IGV A PAGAR	\$ 14,037	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196
-MANTENIMIENTO, SEGUROS Y COMISIONES	\$ 34	\$ 34	\$ 34	\$ 34	\$ 34
-Impuesto a la renta	<b>\$ 13,255</b>	<b>\$ 13,652</b>	<b>\$ 14,060</b>	<b>\$ 14,480</b>	<b>\$ 14,913</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 644,231	\$ 665,786	\$ 666,194	\$ 666,615	\$ 666,360
<b>SALDO</b>	<b>\$ 132,816</b>	<b>\$ 111,260</b>	<b>\$ 110,852</b>	<b>\$ 110,432</b>	<b>\$ 110,686</b>

## IX. 2.2. Presupuesto Financiero

En el Proyecto se cuenta con el presupuesto financiero positivo, lo que quiere decir que, se tiene el dinero suficiente para iniciar el proyecto. Continuando se mostrará el presupuesto económico del proyecto “HOME CLEAR” y los aspectos que intervienen.

**Tabla 32**

*Presupuesto Financiero*

<b>PRESUPUESTO FINANCIERO</b>											
<b>INGRESOS</b>											
Ventas	\$	777,046	\$	777,046	\$	777,046	\$	777,046	\$	777,046	
<b>Egresos</b>											
<b>I.-Costos de Comercialización</b>	\$	<b>542,508</b>	\$	<b>542,508</b>	\$	<b>542,508</b>	\$	<b>542,508</b>	\$	<b>542,508</b>	
I.1 Existencias	\$	542,508	\$	542,508	\$	542,508	\$	542,508	\$	542,508	
<b>II.-Gastos de Operación</b>	\$	<b>67,607</b>	\$	<b>67,607</b>	\$	<b>67,607</b>	\$	<b>67,607</b>	\$	<b>67,607</b>	
II,1.-Gastos de Administración	\$	50,053	\$	50,053	\$	50,053	\$	50,053	\$	50,053	
-Gastos administrativos	\$	39,081	\$	39,081	\$	39,081	\$	39,081	\$	39,081	
-Sueldos administrativos	\$	10,971	\$	10,971	\$	10,971	\$	10,971	\$	10,971	
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$	17,554	\$	17,554	\$	17,554	\$	17,554	\$	17,554	
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>											
.-Depreciación	\$	6,045	\$	6,045	\$	6,045	\$	6,045	\$	5,357	
.-Amortización por Cargas diferidas	\$	745	\$	745	\$	745	\$	745	\$	745	
<b>IV .-Gastos Financieros</b>	\$	<b>2,138</b>	\$	<b>1,742</b>	\$	<b>1,334</b>	\$	<b>913</b>	\$	<b>480</b>	
-INTERÈS PRESTAMO	\$	2,104	\$	1,707	\$	1,299	\$	879	\$	446	
-MANTENIMIENTO, SEGUROS Y COMISIONES	\$	34	\$	34	\$	34	\$	34	\$	34	
<b>V .-Amortización de la Deuda (CK)</b>	\$	<b>13,255</b>	\$	<b>13,652</b>	\$	<b>14,060</b>	\$	<b>14,480</b>	\$	<b>14,913</b>	
<b>VI.- Impuestos</b>											
-IGV A PAGAR	\$	14,037	\$	35,196	\$	35,196	\$	35,196	\$	35,196	
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$	13,689	\$	13,689	\$	13,689	\$	13,689	\$	13,744	
-Impuesto a la renta	\$	45,653	\$	45,653	\$	45,653	\$	45,653	\$	45,836	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$	<b>705,677</b>	\$	<b>726,836</b>	\$	<b>726,836</b>	\$	<b>726,836</b>	\$	<b>726,387</b>	
<b>SALDO</b>	\$	<b>71,370</b>	\$	<b>50,211</b>	\$	<b>50,211</b>	\$	<b>50,211</b>	\$	<b>50,660</b>	

## **CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS**

### **X.1 Estado de Perdidas Y Ganancias.**

El presente proyecto cuenta con dos estados de ganancias y pérdida en dólares:

#### **X.1.1. Estado de Ganancias Y Pérdidas Económico**

**Tabla 33**

*Estado de Ganancias y Pérdidas Económico*

<b>Estado de Ganancias Y Perdidas Económico</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046
<b>- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>
<b>- GASTOS DE OPERACIÓN</b>	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635
<b>Gastos de Ventas</b>	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081
<b>- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS</b>	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,102
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,801</b>
<b>- GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,801</b>
<b>PARTICIPACION LABORAL (8%)</b>	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,744
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 157,424	\$ 157,424	\$ 157,424	\$ 157,424	\$ 158,057
<b>- IMPUESTO A LA RENTA (29%)</b>	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,836
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 111,771</b>	<b>\$ 111,771</b>	<b>\$ 111,771</b>	<b>\$ 111,771</b>	<b>\$ 112,220</b>

#### **X.I.2. Estado de Ganancias Y Pérdidas Financiero**

El estado de ganancias y pérdidas financiero, manifiesta la necesidad de adquisición de utilices de limpieza proyectada en 5 años, con el propósito de comprobar la utilidad neta por año, considerando el gasto financiero del apalancamiento, donde se refleja un aumento año tras año, lo que hace atractivo y rentable el proyecto de HOME CLEAR.

**Tabla 34**  
*Estado de Ganancias y Pérdidas Financiero*

<b>Estado de Ganancias Y Perdidas Financiero</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046
<b>- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>	<b>\$ 234,539</b>
<b>- GASTOS DE OPERACIÓN</b>	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635	\$ 56,635
<b>Gastos de Ventas</b>	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554	\$ 17,554
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081	\$ 39,081
<b>- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS</b>	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,790	\$ 6,102
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,113</b>	<b>\$ 171,801</b>
<b>- GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 2,138	\$ 1,742	\$ 1,334	\$ 913	\$ 480
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>\$ 168,975</b>	<b>\$ 169,372</b>	<b>\$ 169,780</b>	<b>\$ 170,200</b>	<b>\$ 171,321</b>
<b>PARTICIPACION LABORAL (8%)</b>	\$ 13,518	\$ 13,550	\$ 13,582	\$ 13,616	\$ 13,706
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 155,457	\$ 155,822	\$ 156,197	\$ 156,584	\$ 157,615
<b>- IMPUESTO A LA RENTA (29%)</b>	\$ 45,083	\$ 45,188	\$ 45,297	\$ 45,409	\$ 45,708
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 110,375</b>	<b>\$ 110,634</b>	<b>\$ 110,900</b>	<b>\$ 111,175</b>	<b>\$ 111,907</b>

## **X.2 Flujo De Caja**

El flujo de caja presenta los movimientos de entradas y salidas en efectivo, con el fin de determinar la liquidez de la empresa, a través de ambos flujos de caja tanto económico como financiero, esto se detalla a continuación:

### **X.2.1. Flujo De Caja Económico**

**Tabla 35**  
*Flujo de Caja Económico*

<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>I. INGRESOS</b>	\$ -	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 869,210
<b>I.1 Ingresos por ventas</b>		\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$ 777,046
<b>I.2 Recupero de Capital de Trabajo</b>						\$ 65,377
<b>I.3 Valor Residual</b>						\$ 26,787
<b>II. EGRESOS</b>	\$ 146,584	\$ 683,494	\$ 704,653	\$ 704,653	\$ 704,653	\$ 704,891
<b>II.1. Inversión Total</b>	\$ 146,584					
<b>II.2. Costos de Comercialización</b>		\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$ 542,508
<b>II.3. Gastos de Operación</b>		\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607
<b>II.4 Participación Laboral</b>		\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,744
<b>II.5. IGV a pagar</b>		\$ 14,037	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196
<b>II.6. Impuesto a la Renta</b>		\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,836
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>\$ 146,584</b>	<b>\$ 93,553</b>	<b>\$ 72,394</b>	<b>\$ 72,394</b>	<b>\$ 72,394</b>	<b>\$ 164,319</b>
<b>APORTE DE CAPITAL</b>	\$ 146,584					
<b>SALDO DE CAJA RESIDUAL</b>	\$ -	\$ 93,553	\$ 72,394	\$ 72,394	\$ 72,394	\$ 164,319
<b>SALDO DE CAJA ACUMULADA</b>	\$ -	\$ 93,553	\$ 165,947	\$ 238,340	\$ 310,734	\$ 475,053

## X.2.2 Flujo de Caja Financiero

Tabla 36

*Flujo de Caja de Financiamiento*

AÑO	FLUJO DE CAJA FINANCIERO					
	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>\$ 70,360</b>	<b>\$777,046</b>	<b>\$ 777,046</b>	<b>\$ 777,046</b>	<b>\$777,046</b>	<b>\$ 869,210</b>
I.1 Ingresos por ventas		\$777,046	\$ 777,046	\$ 777,046	\$777,046	\$ 777,046
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 65,377
I.3 Préstamo	\$ 70,360					\$ -
I.4 Valor Residual						\$ 26,787
<b>II. EGRESOS</b>	<b>\$ 146,584</b>	<b>\$698,887</b>	<b>\$ 720,046</b>	<b>\$ 720,046</b>	<b>\$720,046</b>	<b>\$ 720,284</b>
II.1. Inversión Total	\$146,584					
II.2. Costos de Comercialización		\$542,508	\$ 542,508	\$ 542,508	\$542,508	\$ 542,508
II.3. Gastos de Operación		\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607	\$ 67,607
II.4 Participación Laboral		\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,689	\$ 13,744
II.5. IGV a pagar		\$ 14,037	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196	\$ 35,196
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,653	\$ 45,836
II.7 Servicio de deuda		\$ 15,393	\$ 15,393	\$ 15,393	\$ 15,393	\$ 15,393
Amortización		\$ 13,255	\$ 13,652	\$ 14,060	\$ 14,480	\$ 14,913
Gastos financieros		\$ 2,138	\$ 1,742	\$ 1,334	\$ 913	\$ 480
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>\$ 78,159</b>	<b>\$ 57,000</b>	<b>\$ 57,000</b>	<b>\$ 57,000</b>	<b>\$ 148,926</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>\$ 641</b>	<b>\$ 523</b>	<b>\$ 400</b>	<b>\$ 274</b>	<b>\$ 144</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>\$ 76,224</b>	<b>\$ 78,801</b>	<b>\$ 57,523</b>	<b>\$ 57,401</b>	<b>\$ 57,274</b>	<b>\$ 149,070</b>
<b>APORTE DE CAPITAL</b>	\$ 76,224					
<b>SALDO DE CAJA RESIDUAL</b>	\$ -	\$ 78,801	\$ 57,523	\$ 57,401	\$ 57,274	\$ 149,070
<b>SALDO DE CAJA ACUMULADA</b>	\$ -	\$ 78,801	\$ 136,324	\$ 193,724	\$ 250,999	\$ 400,068

## CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

El análisis de punto de equilibrio es particularmente útil en tiempos de incertidumbre económica o de mercado. Nos permite dimensionar el nivel de seguridad operativa o ventas en el que estamos o planeamos estar para no caer en pérdidas.

Para que la implementación de un mercado móvil pueda abastecer a su porcentaje de mercado que es el 5.7% de la demanda insatisfecha, deberá mantener un equilibrio entre la venta de unidades de canasta de utilices de limpieza y la variable precio en dólares, es decir, lo mínimo que debe generar por sus ventas para no obtener pérdidas, pero tampoco ganancias, y todo esto, desde los puntos de vista financiero y económico, como se detalla a continuación:

### XI.1. Punto de Equilibrio Económico

Tabla 37

*Punto de Equilibrio Económico*

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	57610.93	64299.71	64441.39	64587.96	64141.48
Punto de equilibrio en dólares	\$ 278,987.54	\$ 311,378.73	\$ 312,064.83	\$ 312,774.62	\$310,612.51

**Interpretación:** El punto de equilibrio en unidades es de 57610.93 y en dólares es \$278,987.54 anualmente.

## XI.2. Punto de Equilibrio Financiero

**Tabla 38**

*Punto de Equilibrio Financiero*

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	\$ 69,531	\$ 77,604	\$ 77,775	\$ 77,952	\$ 77,537
Punto de equilibrio en dólares	\$ 336,713	\$ 375,806	\$ 376,634	\$ 377,491	\$ 375,481

**Interpretación:** El punto de equilibrio en unidades es de 69531 y en dólares es \$336,713 anualmente.

## CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.

### XII.1.- Tasa de Descuento Económica y Financiera

Para el presente proyecto la tasa de descuento, se estableció a través del costo de oportunidad de capital (COK) para el económico y financiero. La cuál se estimó en un 12% considerando la coyuntura económica actual de inestabilidad en la mayoría de los sectores económicos; sin embargo, se espera que cada país se reactive de acuerdo a sus programas políticos y económicos, es por ello que consideramos esta tasa como un porcentaje conservador para calcular los indicadores económicos y financieros.

**Tabla 39**

*Datos para la Tasa de Descuento*

COK	Costo de oportunidad del capital COK	12.00%	0.1200
ra	Se elige la tasa de interés anual activa del Banco más conveniente según la SBS	2.99%	0.0299
R	Tasa de Riesgo (Se elige la tasa de riesgo país para las inversiones)	2.41%	0.0241
t	Impuesto a la renta	29.00%	0.2900

### XII-1.1. Tasa de Descuento Económico

**Tabla 40**

*Tasa de Descuento Económica*

Tasa de Descuento Económico						
<b>dE =</b>	Kp	*	(COK +R)	+	Ka	* ra
<b>dE =</b>	0.1441	----->	<b>dE</b>		14.4100%	

### XII-1.2. Tasa de Descuento Financiera

El presente proyecto del mercado móvil de utilices de limpieza presenta una tasa de descuento financiera de 7.99%, considerando la tasa de interés del préstamo 2.99% y el impuesto a la renta de 29%, sobre la inversión total y el préstamo bancario.

**Tabla 41**

*Tasa de Descuento Financiera*

Tasa de Descuento Financiera						
<b>dF =</b>	Kp	*	(COK +R)	+	Ka	* ra * (1 - t)
<b>dF =</b>	0.08	----->	<b>dE</b>		7.99%	

## XII.2.- Evaluación Económica

### XII.2.1.- Vane

Para el presente proyecto el valor actual neto económico (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$164,908, lo que implica generar ganancias descontando los egresos y la inversión del total de ingresos, en ese sentido, se entiende que el proyecto de implementación de un mercado móvil de comercialización de utilices de limpieza “HOME CLEAR” es económicamente viable.

El VAN se ha obtenido mediante la sustracción de los ingresos con los gastos, tanto comerciales, operativos, financieros e impuestos, desde el año 2021 al 2025, y la Tasa de descuento económica es del 14.41 %.

**Tabla 42**

*VANE económico*

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	
VANE	\$164,908

### XII.2.2.- TIRE

El proyecto de implementación de un mercado móvil de productos de limpieza “HOME CLEAR”, cuenta con una tasa interna de retorno económico del 52%, es decir que el proyecto es rentable económicamente, ya que es mayor que Tasa de descuento económica, determinándose su viabilidad.

**Tabla 43**

*TIRE*

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
TIRE	52%

### XII.2.3.- B/C Económico

El B/C corresponde a la actualización de los ingresos que se divide entre la actualización de los egresos, y nos dio como resultado 1.07 el cual es mayor que 1 por lo que se considera el proyecto es viable.

**Tabla 44**

*Relación Beneficio Costo Económico*

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO	
B/CE	<u>VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS</u> VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CE	<u>\$2,688,600.59</u>
	<u>-\$2,523,692.47</u>
B/CE	1.07

### XII.2.4- Periodo de Recupero de Capital Económico.

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de: 1 años, 9 meses, 15 días.

**Tabla 45**

*Periodo de Recupero*

Años	Proyecto	Recuperación	PRC
	\$ -146,583.88	\$ -146,583.88	<b>1.793</b>
1	\$ 81,769.75	\$ -64,814.13	
2	\$ 55,306.18	\$ -9,507.95	
3	\$ 48,340.34	\$ 38,832.40	
4	\$ 42,251.85	\$ 81,084.25	
5	\$ 83,823.87	\$ 164,908.12	

### XII.2.5.- Índice de Rentabilidad

El índice de rentabilidad, al igual que el B/C devuelve la ganancia obtenida del proyecto, en este caso, la empresa obtiene \$2.13 de retorno por cada dólar propio invertido.

**Tabla 46**  
*Índice de Rentabilidad*

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	<b><u>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO</u></b>
	<b>INVERSIÓN TOTAL</b>
<b>IR =</b>	<b><u>\$311,492.00</u></b>
	<b>\$146,583.88</b>
<b>IR =</b>	<b>2.13</b>

### XII.3.- Evaluación Financiera

#### XII.3.1.- Vanf

Para el presente proyecto el valor actual neto financiero (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$235,305.55, desde el año 2021 al 2025, siendo la tasa de descuento Financiera el 7.99%. Entonces, el proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

**Tabla 47**  
*VANF*

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
<b>VANF</b>	<b>\$235,305.55</b>

#### XII.3.2.- TIRf

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual (48% deuda y 52% aporte propio), el proyecto puede soportar hasta una tasa del 89.96% para que luego su VANF pueda resultar negativo. El resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto.

**Tabla 48**  
*TIRF*

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
<b>TIRF</b>	<b>89.96%</b>
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	<b>7.99%</b>

### XII.3.3.- B/C Financiero

La evaluación de la relación beneficio costo financiera nos da como resultado que por cada sol invertido se obtiene \$1.08 de beneficio.

**Tabla 49**

*Relación Beneficio Costo Financiero*

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</b>	
B/CF	<u>VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS</u>
	VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CF	<u>\$3,236,811.57</u>
	<u>-\$3,003,165.38</u>
B/CF	1.08

### XII.3.4.- Periodo de Recupero de Capital Financiero

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 1 año 16 días.

**Tabla 50**

*Periodo de Recupero Financiero*

<b>Años</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Recuperación</b>
0	\$ -76,224	\$ -76,224
1	\$ 72,973	\$ -3,250
2	\$ 49,330	\$ 46,079
3	\$ 45,584	\$ 91,664
4	\$ 42,121	\$ 133,784
5	\$ 101,521	\$ 235,306

### XII.3.5.- Índice de Rentabilidad Financiero

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno significa que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad, en cuenta el flujo de caja financiero se obtendrá \$4.09 por cada dólar invertido en el proyecto.

**Tabla 51**

*Índice de Rentabilidad*

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	<u>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</u>
	<u>ACUMULADO</u>
	INVERSIÓN TOTAL
<b>IR =</b>	<u>\$311,529.17</u>
	<u>\$76,223.62</u>
<b>IR =</b>	<b>4.09</b>

### **CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Los aspectos principales cuyas variaciones pueden afectar positiva o negativamente serán:

- La participación de mercado.
- Costo de adquisición de utilices de Limpieza
- Y variación significativa en el precio de la divisa (dólar)

La empresa HOME CLEAR se ve expuesta a cambios en la legislación tributaria no previstos en el presente análisis y que con la actual situación del país se pueden dar. También la disminución de las ventas proyectadas esto afectaría la rentabilidad de la empresa, puesto que no se obtendrían los fondos necesarios para cumplir los compromisos que se asumen y obligaría a la empresa a disminuir su capacidad instalada, como también se puede enfrentar a un costo elevado en la adquisición de los productos.

De tal manera que se eligió como factor más relevante el aumento del costo de la adquisición de los utilices de limpieza, se consideró el aumento en el costo de un 13%, con ello el proyecto sigue siendo rentable ya que la TIRE es de 25% sigue siendo mayor que la tasa de descuento (14.41%). De modo que los indicadores siguen siendo factibles. Es importante señalar que ese aumento de 18% en el costo es el límite para la rentabilidad del proyecto

#### **XIII.1.- Análisis De Sensibilidad Económica**

**Tabla 52**

*Sensibilidad Económica*

	SENSIBILIDAD ECONÓMICA					
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	13%	\$ 47,841	25%	1.02	1.31	14.41%

#### **XIII.2.- Análisis De Sensibilidad Financiera**

Para el análisis de sensibilidad financiera, se tomó en consideración el aumento en el precio de los productos de limpieza de la empresa HOME CLEAR, soportando un aumento del 13%, sin embargo se sigue conservando la rentabilidad del proyecto.

**Tabla 53**

*Sensibilidad Financiera*

	SENSIBILIDAD FINANCIERA					
	PORCENTAJE	VANF	TIRF	B/C	IR	COK
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	13%	\$ 100,41.46	40.78%	1.03	2.25	7.95%

## CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 52 % por encima de la tasa de descuento económica de 14.41% y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 89.96% por encima de la tasa de descuento financiera 7.99%. Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró la tasa de descuento económica y la tasa de descuento financiera, como tasas de actualización de 14.41% y 7.99% respectivamente resultando un VANE de \$ 164 908, VANF de \$ 235, 305.55.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 5.70% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo, tendrá una capacidad efectiva de 446 canastas diarios de utilices de limpieza para el hogar.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en urbanizaciones de la Victoria, Chiclayo y José Leonardo Ortiz, debido que son lugares más comerciales en la ciudad.

El proceso de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.

El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.

El proyecto tiene una inversión total de \$146,584 siendo su capital de trabajo \$ 75,727 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco SCOTIABANK, por un monto de \$70,360 representando el 48 % de la inversión total,

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en los precios de adquisición de utilices de limpieza, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varia en \$47,841 aprox. y la TIRE en 25%, VANF en \$100, 419.46 y el TIRF en 40.78 % por un incremento en la adquisición de productos de limpieza 13 %.

## **RECOMENDACIONES**

Ejecutar el presente proyecto en el más breve plazo ya que se evidencia un mercado en crecimiento dándose las condiciones favorables para su implementación creando valor para los clientes, trabajadores e inversionistas; así mismo generando impacto social y económico al país, dentro del cumplimiento del marco legal vigente.

Considerar permanentemente protocolos de seguridad que se activen y enfrente a situaciones de actuales de salubridad.

Evaluar alianzas estratégicas con instituciones privadas y del estado y con empresas de servicios complementarios que generen una mayor participación de mercado

Mantener un enfoque continuo en su plan de marketing a fin de garantizar el cumplimiento de las proyecciones realizadas y considerar permanentemente la documentación de los clientes

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado de un mercado móvil de utilices de limpieza en la ciudad de Chiclayo

## BIBLIOGRAFÍA

- Lee Boluarte , Cynthia , y Jorge Rosado. *Análisis del sector de productos químicos para la fabricación de papel en Perú*. Noviembre de 2019.  
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4375/MDE\\_1956.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4375/MDE_1956.pdf?sequence=2&isAllowed=y).
- Albarado, Liliana. 23 de Mayo de 2020. <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/covid-19-como-sera-el-nuevo-consumidor-despues-de-la-pandemia/>.
- Beke, Marinela. «¿Cuál es el perfil del nuevo shopper en tiempos de Covid-19?» *PerúRetail*, 28 de Abril de 2020.
- CCACCYA, ROSABEL ANTAY. *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAVAVAJILLAS A BASE DE SAPONINA DE CABUYA (AGAVE AMERICANO L.)*. 2019.  
[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9327/1/2019\\_Antay-Ccaccya.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9327/1/2019_Antay-Ccaccya.pdf).
- Flores, Patricia. «“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE ENVASADO”.» 2015.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/593589/Tesis+Proyecto+Dise%C3%B1o+e+Implementacion+de+una+Nueva+Linea+de+Envasado.pdf?sequence=1>.
- Fort, Ricardo, y Alvaro Espinoza . «Propuesta de medidas para reducir aglomeraciones y contagios en los mercados de abastos.» *GRADE*, 29 de Abril de 2020.
- GRADE. *Potenciales focos de contagio del COVID-19: mercados y supermercados*. 5 de Abril de 2020. <https://www.grade.org.pe/novedades/potenciales-focos-de-contagio-del-covid-19-mercados-y-supermercados/>.
- Guerrero, Mario. *Peru Retail*. 13 de 03 de 2020. <https://www.peru-retail.com/peru-como-impactara-el-coronavirus-al-comercio-minorista-y-a-otros-sectores/>.
- Kotler, P, y G Armstrong . *Fundamentos de marketing*. México: Pearson, 2004.
- Larios, Giancarlo. «Entender para reinventarse en el canal tradicional.» *PerúRetail*, 4 de Mayo de 2020.
- Macera Poli, Diego, Valeria Churango Zarate , Rodrigo Eyzaguirre Miraglia, y Fernando Gonzales Tinoco. «INFORME IPE VII – IMPACTO DEL COVID-19 EN LA ECONOMÍA PERUANA.» *Instituto Peruano de Economía*, s.f.
- Polo Rosello, Carlos, y Jorge Pacherras Tapia. *LIMPIEZA ECOAMIGABLE: CLEAN BIO*. 27 de Septiembre de 2019.

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626536/PoloR\\_C.pdf?sequence=3](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626536/PoloR_C.pdf?sequence=3).

Vicuña, J Sainz de. *El plan de marketing en la práctica (8va. ed.)*. Madrid: ESIC, 2012.

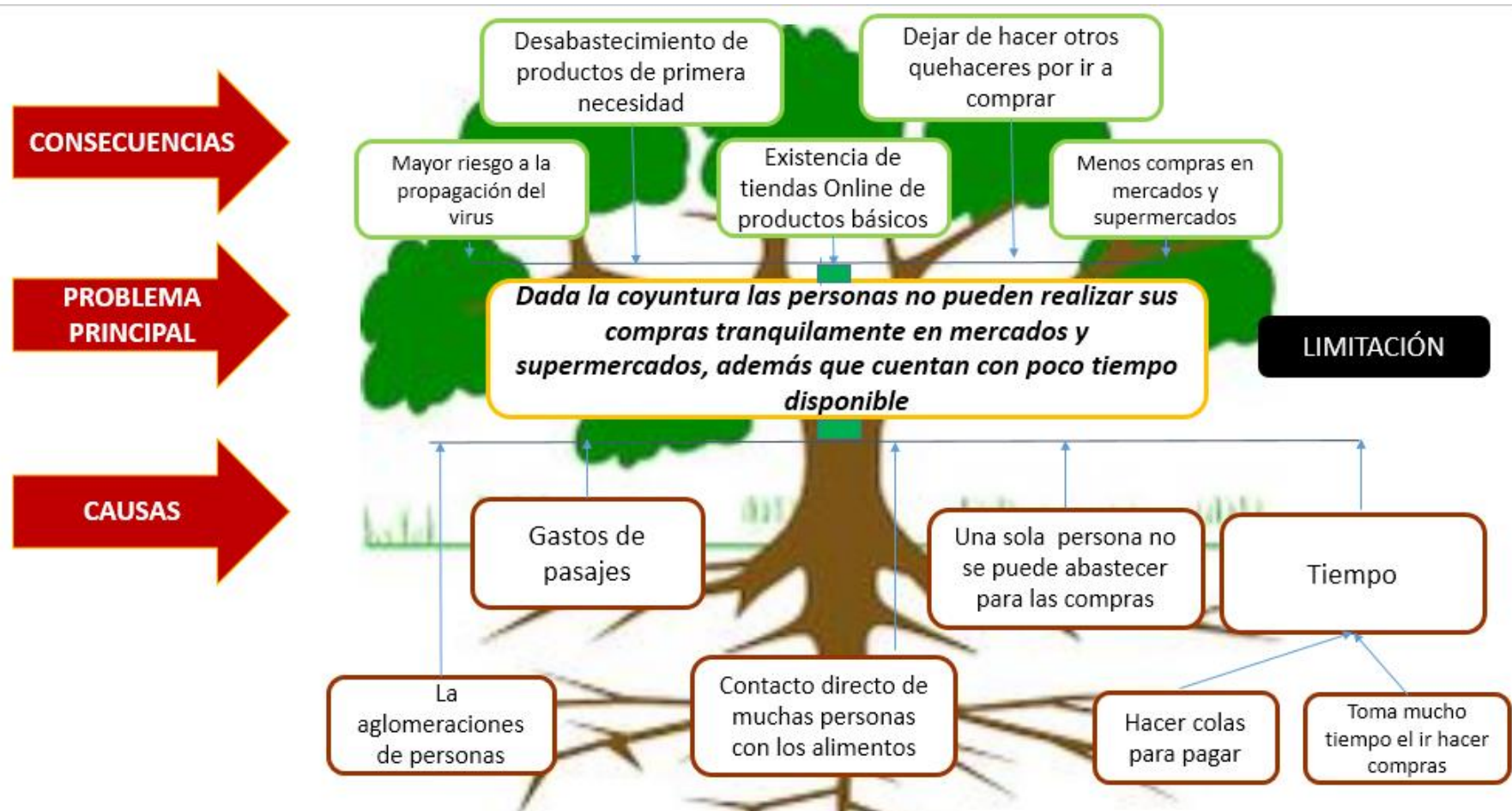
WORD PRESS. 2014. <https://disehoplantasquimicas.files.wordpress.com/2014/06/tabla-1-deter.jpg>.

ANEXOS

ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS

Ilustración 8

Árbol de problemas



## ANEXO 2: CANVAS

**Tabla 54**

### MODELO CANVAS

<b>Aliados Clave</b>	<b>Actividades Clave</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Relación con el Cliente</b>	<b>Segmentos de Clientes</b>
Proveedores de alimentos de primera necesidad (mayoristas). Agricultores: Cooperativa agraria y servicios múltiples la esperanza. Empresa agrícola San Juan S.A. Maisara Fruits Peru S.A.C. Negocios Alarcon Diaz E.I.R.L. Negocios Agrícola Jayanca S.A.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prueba piloto: comprobar si el sistema funciona. Si es útil y beneficio para clientes y consumidores.</li> <li>2. Iniciar términos de negociación con proveedores y clientes.</li> <li>3. Realizar la instalación de los automóviles teniendo asistencia técnica.</li> <li>4. Proveernos de los productos de primera necesidad a tiempo</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil acceso.</li> <li>• Facilidad de pago (efectivo y tarjeta).</li> <li>• Menor riesgo de contagio.</li> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Compras en menor tiempo.</li> <li>• Precios accesibles</li> <li>• Productos de calidad y seguridad en la entrega</li> <li>• Conservación de los alimentos, a través de la congeladora</li> <li>• Pagos por medio de tarjetas de crédito de la misma empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar personal altamente positivo, colaboradores responsables, puntualidad y con espíritu proactivo.</li> <li>• Capacitación continua en atención, ventas y servicio.</li> <li>• Realizar un estudio de mercado que permita conocer las necesidades de los clientes. Con ello se consiguen dos cosas más retorno y menos agotamiento por parte de ambas partes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombres y mujeres de 18 a 65 años, con la necesidad de comprar productos de primera necesidad de manera segura.</li> </ul>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes y profesionales de mercadeo y logística.</li> <li>• Ingenieros Industriales y sistemas.</li> <li>• Administradores con capacidad de negociación</li> <li>• Movilidad para transportar nuestro productos</li> <li>• Productos de gran consumo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagos en plazos</li> </ul>	<p><b>Canales</b></p> <p>¿Atraves de qué canales llegamos a nuestros clientes?</p> <p>Nuestro primer canal para llevar y ofrecer a nuestros clientes el mercado móvil, serán las visitas comerciales que se realizara a los supermercados y mercados para que asa conozcan nuestro servicio y tomen la decisión de implantarlo.</p> <p>Otros canales:</p>	

---

**Estructura de Costes**

- Costo fijo del personal.
- Costos administrativos.
  - Pago a proveedores.
- Costos por mantenimiento.
  - Trámites legales

- Creación de una página web
- Creación de redes sociales (Facebook e Instagram)
- Pensamos llegar a nuestros clientes
- mediante medios publicitarios como:
  - ✓ radio
  - ✓ televisión

**Estructura de Ingresos**

- Venta de los productos.
    - Servicio post-venta
  - Pago de nuestros clientes: tarjeta de crédito o débito y en efectivo.
    - Ventas a crédito (Plazos no mayores a 60 días)
-

**ANEXO 3: INVERSIÓN TANGIBLE****Tabla 55***Inversión Fija Tangible*

<b>INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>					
<b>EQUIPOS Y MUEBLES PARA EL NEGOCIO</b>					
<b>EQUIPOS</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Ventilador de Pared	1	\$ 40	\$ 34	\$ 6	\$ 40
Aire acondicionado	1	\$ 343	\$ 291	\$ 52	\$ 343
Impresoras	1	\$ 37	\$ 31	\$ 6	\$ 37
Computadoras	3	\$ 857	\$ 2,178	\$ 392	\$ 2,571
Estantes	3	\$ 51	\$ 131	\$ 24	\$ 154
Maquina POS VISA	1	\$ 100	\$ 85	\$ 15	\$ 100
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,428</b>	<b>\$ 2,749</b>	<b>\$ 495</b>	<b>\$ 3,244</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Escritorios	2	\$ 51	\$ 87	\$ 16	\$ 103
Sillas de oficina	4	\$ 30	\$ 102	\$ 18	\$ 120
Mesa para Planificación	1	\$ 34	\$ 29	\$ 5	\$ 34
Reloj de Pared	1	\$ 4	\$ 4	\$ 1	\$ 4
Sillones	2	\$ 57	\$ 97	\$ 17	\$ 114
Estantes	4	\$ 63	\$ 213	\$ 38	\$ 251
Extinguidores	2	\$ 43	\$ 73	\$ 13	\$ 86
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 283</b>	<b>\$ 604</b>	<b>\$ 109</b>	<b>\$ 713</b>
<b>MAQUINARIA e INFRAESTRUCTURA</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
COMBI PARA EL NEGOCIO	1	\$ 40,000	\$ 33,898	\$ 6,102	\$ 40,000

CAJA RESGRISTRADORA	1	\$ 51	\$ 44	\$ 8	\$ 51
INFRAESTRUCTURA	1	\$ 20,000	\$ 16,949	\$ 3,051	\$ 20,000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 60,051</b>	<b>\$ 50,891</b>	<b>\$ 9,160</b>	<b>\$ 60,051</b>

<b>ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Estantes Let	2	\$ 314.29	\$ 532.69	\$ 95.88	\$ 628.57
Estantes Esquinero	3	\$ 194.29	\$ 493.95	\$ 88.91	\$ 582.86
Reloj de pared	1	\$ 7.14	\$ 6.05	\$ 1.09	\$ 7.14
Letras Corpóreas	1	\$ 200.00	\$ 169.49	\$ 30.51	\$ 200.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 715.71</b>	<b>\$ 1,202.18</b>	<b>\$ 216.39</b>	<b>\$ 1,418.57</b>

<b>MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Botiquín	1	\$ 10.00	\$ 8.47	\$ 1.53	\$ 10.00
Extintor ABC (4 Kg - PQS)	2	\$ 17.14	\$ 29.06	\$ 5.23	\$ 34.29
Lámparas de Emergencia	3	\$ 8.57	\$ 21.79	\$ 3.92	\$ 25.71
Señalización	5	\$ 0.57	\$ 2.42	\$ 0.44	\$ 2.86
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36.29</b>	<b>\$ 61.74</b>	<b>\$ 11.11</b>	<b>\$ 72.86</b>

<b>MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL</b>	<b>Unidad/ caja</b>	<b>Precio</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Traje de bioseguridad	4	\$ 40.10	\$ 135.93	\$ 24.47	\$ 160.40
Botas	4	\$ 38.34	\$ 129.98	\$ 23.40	\$ 153.37
Guantes	25	\$ 23.14	\$ 490.31	\$ 88.26	\$ 578.57
Lentes	2	\$ 20.00	\$ 33.90	\$ 6.10	\$ 40.00
Cubrebocas	2	\$ 14.29	\$ 24.21	\$ 4.36	\$ 28.57
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 135.87</b>	<b>\$ 814.33</b>	<b>\$ 146.58</b>	<b>\$ 960.91</b>

**ANEXO 4: INVERSIÓN INTANGIBLE****Tabla 56***Inversión Intangible*

<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>				
				18%
<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b>				
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	
Búsqueda Comercial (SUNARP)	\$ 0.97	\$ 0.17	\$	1.14
Estatutos	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
ROF	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
MOF	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
Minuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$ 33.90	\$ 6.10	\$	40.00
Escritura Pública	\$ 43.58	\$ 7.85	\$	51.43
Inscripción en la SUNARP	\$ 102.80	\$ 18.50	\$	121.31
Legalizar Libro Mayor	\$ 3.63	\$ 0.65	\$	4.29
Legalizar Libro Caja	\$ 3.63	\$ 0.65	\$	4.29
Licencia de Funcionamiento	\$ 58.63	\$ 10.55	\$	69.18
Trámites en Defensa Civil, ES Salud, Sunat	\$ 54.00	\$ 9.72	\$	63.71
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$ 24.70	\$ 4.45	\$	29.14
Fumigación	\$ 24.21	\$ 4.36	\$	28.57
Imprenta para elaborar comprobantes de pago	\$ 9.69	\$ 1.74	\$	11.43
Diseño del programa informático	\$ 36.32	\$ 6.54	\$	42.86

<b>Total</b>	\$	<b>541.33</b>	\$	<b>97.44</b>	\$	<b>638.77</b>
--------------	----	---------------	----	--------------	----	---------------

#### LICENCIAS Y PATENTES

Descripción	Precio Sin IGV	IGV	Precio Con IGV
Certificado de Salubridad	\$ 5.81	\$ 1.05	\$ 6.86
Licencia Municipal de Funcionamiento - Lima	\$ 205.20	\$ 36.94	\$ 242.13
Registro de marca en Indecopi	\$ 200.00	\$ 36.00	\$ 236.00
Tasa de solicitud de patente	\$ 174.33	\$ 31.38	\$ 205.71
Patente de invención	\$ 133.17	\$ 23.97	\$ 157.14
Publicación de la patente en Diario El Peruano	\$ 33.90	\$ 6.10	\$ 40.00
Declaración Jurada de Actividad Comercial	\$ 12.11	\$ 2.18	\$ 14.29
<b>Total</b>	\$ <b>764.52</b>	\$ <b>137.61</b>	\$ <b>902.13</b>

#### GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de servicios telefónicos - Movistar Total	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Pruebas preliminares de las diferentes instalaciones	\$ 96.85	\$ 17.43	\$ 114.29
Gastos de Inauguración	\$ 314.77	\$ 56.66	\$ 371.43
<b>Total</b>	\$ <b>426.15</b>	\$ <b>76.71</b>	\$ <b>502.86</b>

#### OTROS GASTOS

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
-------------	----------------	-----	----------------

Capacitación del Personal	\$	871.67	\$	156.90	\$	1,028.57
Asistencia técnica del automóvil	\$	290.56	\$	52.30	\$	342.86
Plataforma web de la empresa	\$	145.28	\$	26.15	\$	171.43
Exámenes médicos	\$	290.56	\$	52.30	\$	342.86
Limpieza y Desinfección del automóvil	\$	217.92	\$	39.23	\$	257.14
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>1,815.98</b>	<b>\$</b>	<b>326.88</b>	<b>\$</b>	<b>2,142.86</b>