

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



**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN
MERCADO DE ABASTOS MINORISTA EN EL DISTRITO DE
PIMENTEL, CHICLAYO**

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

AUTOR

KARLA LUCÍA QUEVEDO QUIROZ

ASESOR

JORGE AUGUSTO MUNDACA GUERRA

<https://orcid.org/0000-0002-6793-3257>

Chiclayo, 2020

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se la dedico a Dios y a mi familia por apoyarme en todo momento y ser guía para mí a lo largo de mi carrera universitaria, sus palabras de aliento me dieron las fuerzas necesarias para continuar en los momentos difíciles y alegrarse en cada uno de mis triunfos.

AGRADECIMIENTO

A cada persona que hizo posible desarrollar este proyecto de inversión, a mi asesor Jorge Mundaca, sus conocimientos y su disposición guio mi investigación y motivo a siempre hacerlo mejor.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar un proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel, que detalle los procedimientos necesarios para cumplir con la necesidad de la implementación de este mercado, donde los clientes sientan seguridad al adquirir sus productos de primera necesidad. Se pretende implementar un mercado de abastos minorista que aporte al desarrollo territorial, económico, social y ambiental. La implementación de un mercado minorista para la población creciente del distrito de Pimentel contará con una distribución de los puestos adecuadas a la naturaleza de cada producto, de igual manera se implementará innovación en los procesos para generar diferenciación y un valor agregado en el servicio que se ofrece.

Cabe resaltar que contará con dos niveles, estacionamiento el cual tendrá un control de ingreso y salida de todos los vehículos autorizados por medio del sistema ANPR, el cual reconoce por medio de sus sistemas las placas vehiculares. Existirá una zona fría para la conservación de todos aquellos productos perecibles, para que estos no afecten la salud de los consumidores. De igual manera se contará con una agencia de seguridad que se encuentre disponible para los clientes, comerciante mediante un trabajo en conjunto para así disminuir los problemas delincuenciales.

A la vez, existirá señalizaciones para mejorar la movilización de los clientes para facilitar la ubicación del puesto y por consecuente facilitar las compras. También se contará con pantallas led para la publicidad visual de marcas reconocidas que estén relacionadas con los comerciantes y de ellos mismos.

Se desarrolló un estudio para conocer la viabilidad del proyecto de inversión, utilizando indicadores como el VAN, TIR, PRC, IR, Análisis de Sensibilidad. Mediante los Indicadores empleados se demostró que el Proyecto de Inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel, es viable económica y financieramente, obteniéndose un VANE de S/ S/ 4027169.66 y un VANF de S/213557.81; además las TIRs fueron 31.55% la económica y 7.12% la financiera.

Palabras clave: mercado de abastos minorista, rentabilidad, innovación, puestos de venta

ABSTRACT

In this project for the construction of a retail market in the district of Pimentel, which details the procedures necessary to meet the need for the implementation of this market, where customers feel security when purchasing their products of first need. It is intended to implement a retail supply market that contributes to territorial, economic, social and environmental development. The implementation of a retail market for the growing population of the Pimentel district will have a distribution of the appropriate positions to the nature of each product, in the same way that innovation will be implemented in the processes to generate differentiation and an added value in the service offered.

It should be noted that it will have two levels, parking which will have a control of entry and exit of all authorized vehicles through the ANPR system, which recognizes through its systems the vehicle plates. There will be a cold area for the conservation of all those perishable products, so that they do not affect the health of consumers. Likewise, there will be a security agency that is available to clients, trader through a joint work to reduce crime problems.

At the same time, there will be signs to improve the mobilization of customers to facilitate the location of the position and consequently facilitate purchases. LED screens will also be available for visual advertising of recognized brands that are related to merchants and themselves.

A study was developed to understand the feasibility of the investment project, using indicators such as VAN, TIR, PRC, IR, Sensitivity Analysis. The Indicators used demonstrated that the Investment Project for the construction of a retail stock market in the Pimentel district is economically and financially viable, obtaining a VANE of S/S/4027169.66 and a VANF of S/213557.81; IN addition, TIRs were 31.55% economic and 7.12% financial.

Keywords: retail market, profitability, innovation, sales stalls

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
I. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	10
1. Introducción	10
1.1. Formulación del problema	11
1.2. Metodología	11
1.3. Diseño de la investigación	11
1.4. Línea de investigación	12
1.5. Objetivos	12
1.6. Marco legal	12
1.7. Operacionalización de variables	14
II. CAPÍTULO MODELO DE NEGOCIO Y ARBOL DE PROBLEMAS	15
III. ANÁLISIS DEL ENTORNO	18
2. Diamante Porter del sector	20
IV. VIABILIDAD ESTRATEGIA	24
V. ESTUDIO DE MERCADO	29
2.1.1. Desarrollo	75
2.1.2. Retención del capital humano	75
2.1.3. Flujograma general de la creación	76
2.2. Estrategias para el desarrollo y dirección del capital humano y gestión de conocimiento	81
2.2.1. Sistema de retribución e incentivos al trabajador	81

2.2.2.	Estrategia de administración del personal	81
2.3.	Viabilidad estratégica	82
3.	Estudio económico y financiero	87
3.1.	Proyecciones: Producción del servicio a 5 años	87
3.2.	Costos directos, indirectos, fijos y variables	88
3.3.	Presupuesto	92
3.4.	Balance inicial	94
3.5.	Estructura de inversión	95
3.6.	Estado de ganancias y pérdidas proyectadas	96
3.7.	Balance inicial proyectado a un año	97
3.8.	Servicio de la deuda método francés	98
3.9.	Presentación del flujo de caja	100
3.10.	Viabilidad financiera y económica	101
3.11.	Matriz marco lógico	102
4.	Equilibrio del proyecto por año	104
4.1.	Evaluación económica y financiera	105
4.1.1.	Tasa de descuento económica	105
4.1.2.	Evaluación económica	105
4.1.3.	Evaluación financiera	107
4.1.4.	Análisis de sensibilidad	108
4.2.	Viabilidad económica y financiera	108
5.	Conclusiones	108
6.	Recomendaciones	110
7.	Referencias bibliográficas	111
8.	Anexos	113

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	14
Tabla 2 Modelo canvas.....	16
Tabla 3 Cadena de valor.....	18
Tabla 4 Foda del sector.....	24
Tabla 5 Matriz EFI.....	25
Tabla 6 Matriz EFE.....	26
Tabla 7 Matriz de FODA cruzado.....	27
Tabla 8 Matriz de segmentación.....	29
Tabla 9 Identificación de variables.....	31
Tabla 10 Proyección de la población futura.....	33
Tabla 11 Demanda proyectada.....	34
Tabla 12 Número de mercado de abastos.....	35
Tabla 13 Demanda insatisfecha.....	35
Tabla 14 Cuadro OMEN.....	37
Tabla 15 Costo del proyecto.....	43
Tabla 16 Factores de localización.....	44
Tabla 17 Macro localización.....	44
Tabla 18 Factores de localización 2.....	45
Tabla 19 Factores de localización 3.....	46
Tabla 20 Micro localización.....	47
Tabla 21 Factores de localización.....	48
Tabla 22 Factores de localización 2.....	49
Tabla 23 Ficha técnica del servicio.....	51
Tabla 24 Ficha técnica del estacionamiento.....	51
Tabla 25 Ficha técnica del alquiler de la publicidad.....	52
Tabla 26 Ficha técnica del alquiler de los servicios higienicos.....	52
Tabla 27 Responsabilidades y estructuras de información.....	60
Tabla 28 Requerimiento del puesto.....	72
Tabla 29 Requerimiento del puesto 2.....	73
Tabla 30 Requerimiento del puesto 3.....	74
Tabla 31 Producción del servicio a 5 años.....	87
Tabla 32 Costos directos.....	88
Tabla 33 Costos indirectos.....	89

Tabla 34 Costos de producción del bien.....	90
Tabla 35 Proyección del mantenimiento preventivo	90
Tabla 36 Proyección de los activos fijos	91
Tabla 37 Proyección de la gestión ambiental	91
Tabla 38 Inversión fija tangible.....	92
Tabla 39 Inversión activo intangible	92
Tabla 40 Balance inicial	94
Tabla 41 Depreciación de tangible	95
Tabla 42 Depreciación de intangible	95
Tabla 43 Estado de ganancias y pérdidas proyectadas	96
Tabla 44 Balance inicial proyectado a un año	97
Tabla 45 Servicio de la deuda método francés	98
Tabla 46 Presentación del flujo de caja	100
Tabla 47 Equilibrio del proyecto	104
Tabla 48 Analisis de sensibilidad económica.....	108
Tabla 49 Análisis de sensibilidad financiera	108

I. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MERCADO DE ABASTOS MINORISTA EN EL DISTRITO DE PIMENTE, CHICLAYO

1. Introducción

Los mercados de abastos sirven para atender la demanda de una población que necesita del aprovisionamiento de alimentos para su subsistir, en las cuales se ofrecen en instalaciones cerradas, ubicadas en las ciudades de desarrollo, en donde existen diversos comerciantes que suministran productos de primera necesidad a los ciudadanos.

Es por ello que estos mercados de abastos tienen un rol fundamental en el sistema de abastecimiento de productos alimenticios y de primera necesidad a los hogares peruanos, además contribuyen a la generación de ingresos y empleos a la población. Pero a la vez existe una gran ausencia de políticas sostenidas de promoción para la competitividad, en el cual se ve reflejado la ausencia de infraestructuras, seguridad, servicios básicos, entre otros. (Ministerio de la Producción, 2016).

Por otro lado, con la presente pandemia que afecta a todos los peruanos, fue evidente que el principal foco infeccioso de la COVID-19 fueron los mercados de abastos, esto se debió a la inadecuada gestión por parte de la gerencia de cada mercado, inadecuada organización de los comerciantes, y la excesiva concentración de los puestos en espacios reducidos. (Rey,2019)

Pimentel siendo uno de los distritos más representativos de la ciudad de Chiclayo, cuenta con un solo mercado de abastos de tipo minorista, el cual inicio sus actividades de comercialización en el año 1974 con 146 puestos que aún se mantienen hasta la fecha bajo la dirección de la Municipalidad de Pimentel. Y tras sus 46 años se ha convertido en la única fuente de abastecimiento para la población creciente del distrito.

Actualmente el mercado que abastece a los pimenteleños cuentan con una obsoleta infraestructura y precarias medidas sanitarias, dificultando la comercialización de los productos e incrementando los problemas de contaminación ambiental y desarrollo social.

1.1. Formulación del problema

Ante la situación se ha formulado la siguiente pregunta ¿Será viable el proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimente, Chiclayo?

1.2. Metodología

1.3. Diseño de la investigación

El presente Proyecto de Inversión privada para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel, corresponde al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, puesto que 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 privada 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 económica y financiera. 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.

1.4. Línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación

1.5. Objetivos

Objetivo general

Determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel

Objetivos específicos

Determinar el modelo del negocio del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

Determinar la viabilidad estratégica del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

Determinar la viabilidad de mercado del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

Determinar la viabilidad técnica operacional del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

Determinar la viabilidad organizacional del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

Determinar la viabilidad económica financiera del proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel.

1.6. Marco legal

En el proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos en el distrito de Pimentel, se tomó en cuenta los reglamentos y leyes que se oriente al presente estudio, con el fin de asegurar el bienestar, la salud pública y la calidad de los usuarios y clientes.

Al tratarse de una idea de negocio innovadora debe estar protegido por la ley de Propiedad

Intelectual N° 1033, a cargo de INDECOPI. A la vez, al tratarse de un mercado de abastos, debe estar protegida por la Ley N° 28687, la cual se basa de la privatización de los mercados públicos. Este mercado de abastos se enfocará en ordenamiento

territorial y desarrollo sostenible, respaldado por la Ley N° 18308 y deberá cumplir con el reglamento sanitario de mercado de abastos N° 282-2003

Así mismo se considera el reglamento involucrado en la adquisición de productos y artículos que se ofrecerán a los consumidores, salvaguardando la salud de todo el cliente, las cuales son el Decreto Supremo N° 007-98-SA, Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.

Unidad formuladora

Se queda a cargo del bachiller en administración: Karla Lucía Quevedo Quiroz

Unidad ejecutora

La unidad ejecutora según el Registro de escrituras Públicas de Constitución de Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, será denominada: Nuevo Mercado de Abastos de Pimentel S.R.L

Clasificación productiva sectorial

Según la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU) el proyecto anterior se encuentra clasificado durante su construcción:

SECCIÓN F – CONSTRUCCION

División: 42 - Obras de ingeniería civil

Grupo: 429 - Construcción de otras obras de ingeniería civil

Clase: 4290 - Construcción de otras obras de ingeniería civil

Una vez construido se pasará a alquilar los puestos comerciales del Mercado de abastos y su Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU)

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 motocicletas

Grupo: 478 - Venta al por menor en puestos de venta y mercados

Clase: 4781 - Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados

1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Viabilidad	Estudios técnicos económicos que se realizan para la evaluación de ejecutar un proyecto determinado	Mercado	Servicio de mercado
			Nivel socio económico
			Oferta del servicio de mercado
			Demanda del servicio de mercado
			Estilo de vida
			Ingresos
			Tasa de crecimiento poblacional
			Población objetivo
			Tasa de crecimiento del sector
			Factor de consumo
		Técnica	Factores cuantitativos de la localización
			Factores cualitativos de la localización
			Tipo de empresa
			Capacidad instalada
			Participación en el mercado
			Cantidad del servicio a cubrir
		Economía y Financiera	Instrumento de organización
			VANE - VANF
			TIRE - TIRF
			B/CE - B/CF
			COK
WACC			
PRCE -PRCF			
IRE- IRF			
Precio del servicio			

II. CAPÍTULO MODELO DE NEGOCIO Y ARBOL DE PROBLEMAS

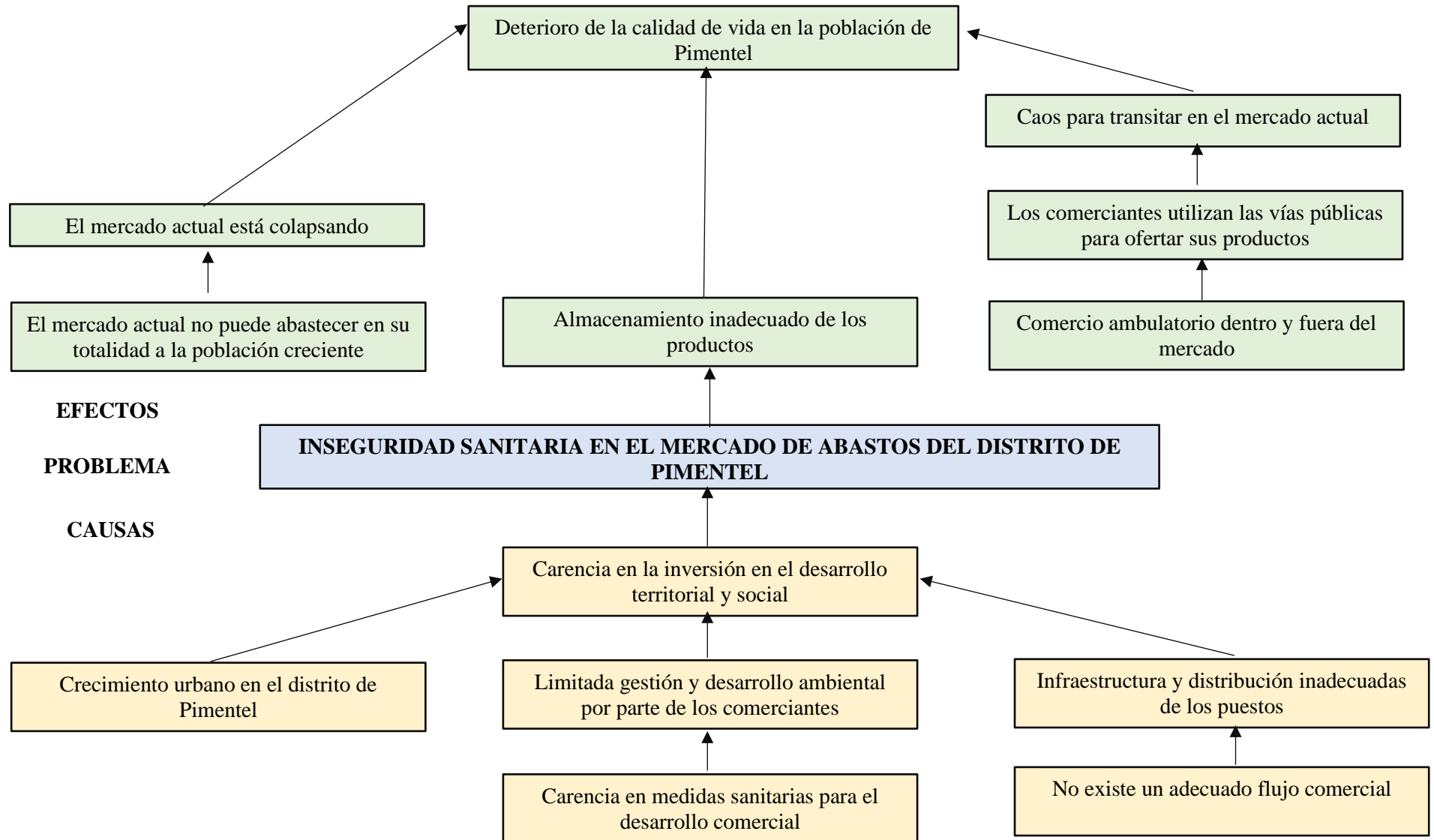


Tabla 2 Modelo canvas

Alianza Clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmentos de mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Comerciantes • DIGESA • EPSEL • Electronorte • Bancos • Municipalidad del distrito de Pimentel 	<ul style="list-style-type: none"> • Suministrar productos de primera necesidad. • Distribución correcta de los puestos, acorde a la naturaleza de los productos ofertados. • Seguir estándares de calidad en infraestructura, buenas prácticas de residuos sólidos, instalaciones, limpieza, sanidad y seguridad para asegurar las correctas condiciones de comercialización en las instalaciones del mercado de abastos. • Control sanitario en los productos ofertados. • Lugares adecuados para el almacenamiento de los productos a ofertar. • Mantenimiento constante en los puestos. • Cumplimiento de protocolos sanitarios. • Vigilancia sanitaria • Señalización en las diferentes aéreas del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de desarrollo territorial y social. • Mejorar la condición de vida de la población de Pimentel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar el tiempo de búsqueda de los productos mediante señalizaciones. • Instalaciones adecuadas para asegurar la correcta comercialización. • Espacios limpios para asegurar las condiciones higiénicas del mercado. • Plataformas digitales • Estacionamiento para clientes y comerciantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Población del distrito de Pimentel 49,183 habitantes • Dirigido a personas con poder adquisitivo que recurren a centros de abastos por variedad de productos de primera necesidad.
	Recursos Claves		Canales de distribución	

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a los comerciantes • Cumplir con las medidas sanitarias establecidas por el estado. • Contribuir con el desarrollo sostenible para mejorar la calidad de vida, presente y futura de los habitantes. • Base de datos de los comerciantes para la correcta gestión interna. 		<ul style="list-style-type: none"> • Relación directa comerciante al cliente. • Plataformas digitales • Transporte de delivery 	
Estructuras de costos			Fuentes de ingreso	
<ul style="list-style-type: none"> • Costos administrativos • Costos fijos (luz, agua y seguridad) • Inversión de infraestructura • Trámites legales • Costo por mantenimiento de todas las instalaciones • Pago de impuestos • Publicidad 			<ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de los puestos • Cobro del estacionamiento luego de exceder el tiempo permitido • Cobro mensual por la publicidad • Cobro por el uso de servicios higiénicos. 	

III. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 Análisis del micro entornó

3.1.1 Cadena de valor

Tabla 3 Cadena de valor

INFRAESTRUCTURA				
<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes del actual mercado de abastos solicitan un financiamiento de una entidad bancaria o personas prestamistas. • Limitada gestión empresarial • Entorno de informalidad de grado alto • El negocio son la caja única de las familias • Trabajadores son del mismo entorno familiar 				
GESTION DE RECURSOS HUMANOS				
<ul style="list-style-type: none"> • Comerciantes que son propietarios de los puestos. • Los vendedores son personas estables esto permite que los clientes se fidelicen de una manera rápida. • Los negocios son manejados por familias y se contrata a una persona más que no es de la familia para el apoyo de actividades, no se sigue un proceso de selección. • No existen capacitaciones para los comerciantes • No existen incentivos para la productividad 				
DESARROLLO TECNOLÓGICO				
<ul style="list-style-type: none"> • Carece del manejo de tecnología e innovación pues todos sus procesos lo realizan de manera manual. 				
APROVISIONAMIENTO				
<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento de mercado mayorista o proveedores. • Algunos alimentos perecibles como el pescado fresco y mariscos son comprados directamente en el terminal pesquero. • No existe un registro de control de inventario. • No existe una constitución de cadena de suministros. 				
LOGISTICA INTERNA	OPERACIONES	LOGISTICA EXTERNA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIOS POST VENTA
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de un criterio de almacén de los productos ofertados. • No cuenta con las condiciones necesarias para almacenar los alimentos perecibles. • No existe un registro continuo de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe un control de calidad. • Venta directa a los clientes. • Compra y venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Los comerciantes venden los productos a los consumidores finales. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe alguna estrategia de marketing y ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe una retroalimentación con los clientes luego de la venta de los productos.

Actividades primarias:**Logística interna:**

Los comerciantes del mercado actual de abastos del distrito de Pimentel no cuentan con un criterio de almacén de sus productos, puesto que estos son puestos a disposición de los clientes para su venta, un claro ejemplo es el criterio que tiene el cliente al momento de seleccionar que pescado o la fruta que desea comprar.

A la vez no cuentan con las condiciones necesarias para almacenar los alimentos perecibles, esto puede reflejarse en la falta de un ambiente de frío para las carnes, pescados y mariscos. Por último no existe un registro continuo de salida y entrada de los productos.

Operaciones:

Los comerciantes venden de forma directa a los clientes, que de manera constante adquieren sus productos con la forma de pago tradicional la cual es compra y venta, también se tiene que indicar que no existe un control de calidad en los productos ofertados.

Logística externa:

Los comerciantes tienen la posibilidad vender los productos a los consumidores finales, es por ello que no existe una tercerización de servicio como el transporte para poder llegar al consumidor.

Marketing y ventas:

En el único mercado de abastos del distrito de Pimentel no existe ninguna estrategia de marketing y ventas, pues solo existe la publicidad de boca a boca entre los clientes.

Servicio post venta:

No existe un seguimiento a los clientes luego de haber concluido con la venta, es por ellos que no existe una retroalimentación que ayude a mejorar el negocio.

Actividades de soporte:**Infraestructura:**

Los comerciantes del actual mercado de abastos del distrito de Pimentel, consiguen un financiamiento por medio de entidades bancarias o por personas prestamistas que cobran a diario al finalizar la jornada de trabajo. Así mismo, existe una limitada gestión empresarial es decir los comerciantes no realizan estrategias para garantizar un buen servicio y mejorar la oferta, también cabe resaltar que existe un entorno informal de grado alto, pues dentro y fuera de las instalaciones del mercado se encuentra un gran número de vendedores informales, acaparando algunos clientes.

Por otro lado, los negocios son la caja familiar puesto que los comerciantes trabajan con los miembros de su familia y el negocio es muchas veces el sustento de estas.

Gestión de los recursos humanos:

La gran mayoría de comerciantes son los propios dueños de los puestos, es por eso que sus trabajadores son otros miembros de su familia y la contratación de más personal es muy escaso es por eso que si necesitan de una persona que ayude en el negocio, que no sea miembro de su familia pueden seleccionarlo por amistades, sin pasar un proceso de selección. Cabe resaltar que el beneficio que traen los comerciantes siendo dueños y vendedores a la vez, es la fidelización de los clientes, pues se acostumbran a comprar determinados productos a la persona que los atienden constantemente.

Por otro lado, no existen capacitaciones para los comerciantes para mejorar sus funciones de venta, y tampoco incentivo por parte de ellos hacia sus trabajadores.

Desarrollo tecnológico:

El mercado de abastos actual carece del uso de tecnología e innovación puesto que sus procesos lo realizan de manera manual, esto trae como consecuencia un proceso más lento que repercute de manera directa al cliente.

Aprovisionamiento:

Los comerciantes consiguen los productos mediante la compra directa en los mercados mayoristas de la ciudad de Chiclayo o por medio de sus proveedores, pero algunos alimentos como los pescados y mariscos son adquiridos en el terminal pesquero del distrito de Santa Rosa. Así mismo no existe un control de inventario de los productos comprados y vendidos por consiguiente no existe una constitución de una cadena de suministro.

Diamante Porter del sector**Proveedores:**

El actual mercado de abastos del distrito de Pimentel cuenta con una diversidad alta de proveedores que abastece a los diferentes comerciantes, entre ellos tenemos proveedores de: fruta, verduras, carnes, embutidos, pescados, abarrotes, etc. Es por ello que el nivel de negociación es bajo gracias a la amplia gama de proveedores en la ciudad de Chiclayo.

Poder de negociación con los clientes:

Los clientes del actual mercado de abastos del distrito de Pimentel son los comerciantes que son propietarios de los 146 puestos actuales que ofertan sus productos a los pimenteleños. Los propietarios no han tenido que seguir una rigurosa evaluación para adquirir un puesto, ya que es el único mercado de abastos, por eso el nivel de negociación es bajo.

Amenaza de nuevos competidores:

El ingreso de nuevos competidores dependerá de la inversión pública o privada por parte de inversionistas que apuesten por nuevos mercados de abastos, debido a que existe un único mercado y la población creciente, haciendo de esto un mayor atractivo comercial, es por ello que el nivel de nuevos competidores es alto.

Producto sustituto:

En la actualidad el mercado informal que se encuentra alrededor del mercado de abastos es el principal sustituto ya que ofrecen los mismos productos a un precio menor esto se debe a que no siguen procesos fiscales y permisos que las autoridades solicitan para la correcta comercialización. Es por eso que el nivel del producto sustituto es alto ya que se encuentra accesible a los clientes.

Rivalidad entre los competidores existentes:

En el distrito de Pimentel existe un único mercado de abasto es por esto que no existe competencia en el sector.

3.2 Análisis del macro entornó

3.2.1 Matriz PESTEL del sector

Políticos

Según la resolución ministerial establece “Lineamientos generales de política nacional para la competitividad de mercados de abastos” con ello busca fomentar la competitividad de los mercados de abastecimiento debido al rol dominante en el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de primera necesidad a la población. Además, se enfoca en la revaloración tradicional de los mercados de abastecimiento, la oferta de calidad y biodiversa, el valor cultural y turístico, mejora en la seguridad alimentaria para fortalecer la gastronomía peruana y fortalecer el desarrollo y formalización de las micro y pequeñas empresas. (Ministerio de la Producción, 2016).

Se estima que dicha resolución favorece notablemente al sector de mercado de abastecimiento.

Económico

Para el plan de desarrollo urbano presentado en el 2019, muestra que los sectores con mayor potencial y dinamismo en la economía de la ciudad de Chiclayo son la agroindustria, el comercio y la construcción, a la vez presento que el sector turismo tiene un potencial de desarrollo. También se pudo determinar que la ciudad de Chiclayo es una zona de confluencia de agentes económico de las regiones de la costa,

sierra y selva, por la existencia de la intensa actividad comercial catalogando como Chiclayo a una de las ciudades más comerciales del Perú.(Municipalidad Provincial de Chiclayo, 2019)

Con dicha evaluación se puede apreciar que el comercio en la ciudad de Chiclayo es un sector creciente que será importante para el desarrollo del sector de mercado de abastecimiento tanto para minoristas como mayoristas.

Socio cultural

Para el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la población proyectada para el distrito de Pimentel del 2020 es de 52,505 habitantes. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Los pimenteleños acuden a un solo mercado minorista de abastos ubicado en la Calle Ricardo Palma, administrado por la Municipalidad de Pimentel por 46 años.

Ante el creciente número de habitantes del distrito de Pimentel es necesario un nuevo mercado de abasto para poder satisfacer de manera responsable a la población actual y futura.

Tecnológico

El actual mercado de abastecimiento en el distrito de Pimentel carece del uso de tecnología, debido a que las autoridades del distrito no han invertido en el uso de las tecnologías para optimizar los procesos de comercialización.

Es importante el uso de tecnología ante una nueva era de innovación, es por ello que el sector de mercado de abasto debería ser competitivo con ayuda del uso de tecnología que facilite los procesos de compra.

Ecológico

Pimentel es un distrito altamente turístico el cual cuenta con una ciudadanía activa y organizada la cual participa en la planificación y desarrollo del distrito para lograr servicios básicos de calidad, por otro lado, es el principal eje del su oeste metropolitano de la ciudad de Chiclayo el cual contribuye con la ejecución de actividades productivas y comerciales sostenibles en la base del turismo preservando el medio ambiente y patrimonio. Pero la realidad se demuestra en la carencia de inversión en las instalaciones del actual mercado de abastos, el cual presenta una serie de problemas notables que repercuten en el desarrollo ambiental, y aumenta en la contaminación del distrito. (Municipalidad Provincial de Chiclayo, 2019)

Pimentel siendo un distrito turístico, deberá enfocarse en cuidar sus tierras y playa para mejorar el estilo de vida y preservar su naturaleza.

Legal

El único mercado de abastos del distrito de Pimentel viene operando desde hace 46 años, el cual cumple con la ley N° 28976 “Ley Marco de Licencia de funcionamiento” para la operatividad del comercio minorista de abastecimientos. Igualmente cumple con el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos aprobado por Resolución Ministerial N° 282-2003-SA/DM que se establece en el artículo 49 que los puestos inspeccionados son calificados por la Autoridad de Salud Municipal de acuerdo a los puntajes y colores establecidos. Además, cumple con la Resolución Directoral N 004-2018- EF/ 50.01 el cual establece en cumplimiento y verificación de las certificaciones de puestos de venta saludables de alimentos agropecuarios, primarios y piensos en mercado de abastos, siendo solo tres puestos certificados. (Municipalidad de Pimentel,2019)

El actual mercado de abastos debe incentivar la certificación de todos los puestos que operan, para lograr la confianza de salubridad ante los clientes.

3.2.2 Megatendencias

Internet:

Con la ayuda del internet se ha podido evolucionar la interacción de las comunicaciones en los diferentes niveles de las organizaciones es por ello que el uso de ellos se ha vuelto una pieza clave ya que permite la comunicación en tiempo real, trabajar de manera eficiente, compartir mensajes de suma importancia e intercambiar información.

Gracias a la evolución digital y tecnológica a nivel mundial experimentado en las últimas décadas, la presencia de los productos de las empresas en el internet es de vital importancia ya que facilita el negocio y a la vez esto ha producido el incremento en la competencia. También el fenómeno el Internet ha conseguido el crecimiento de las Pymes y emprendedores para alcanzar un mayor potencial de clientes. (García, 2019)

Envejecimiento demográfico:

El Estado Peruano analiza los cambios y dinámica de la población afectan el desarrollo y buscan encontrar soluciones hacia los problemas que afectan directamente a la población ya que en las últimas décadas se ha venido percibiendo un cambio poblacional significativo que tiene implicancias económicas, culturales y sociales. Esto se ve reflejado en el Censo del año 2017, el 11.7% de la población peruana es adulta mayor, esto representa que más de tres millones seiscientos mil peruanos y peruanas ascienden los 60 años de edad, esto implica un gran desafío para el Estado y la sociedad ya que esta demanda debe ser atendida ante necesidades diferentes. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Migraciones

Entre los años 1990 al 2017 el número de peruanos en el extranjero, adquirió la cifra de 3 millones 89 mil 123 de personas en el cual se registra una salida hacia los países de Norteamérica, Europa, Asia y países vecinos de Sudamérica, sin retorno al país, esta cifra representa el 10% del total de habitantes en el territorio peruano ((Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

Por otro lado, en los últimos años el Perú ha sufrido diversos cambios por el tema de migraciones, que tomo relevancia en el aumentado notablemente la población. Según la ONU los inmigrantes en Perú proceden principalmente del país de Venezuela con un 77.04%, en segundo lugar, se encuentra inmigrantes de Estados Unidos con un 3,37% y por ultimo inmigrantes de China con un 2.61 %. (Expansión, 2019)

IV. VIABILIDAD ESTRATEGIA

4.1 Foda del sector

Tabla 4 Foda del sector

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación geográfica • Cuenta con las licencias requeridas para su funcionamiento • Buen trato con los comerciantes • Certificación en algunos puestos • Los vendedores son personas estables esto permite que los clientes se fidelicen de una manera rápida. • Contribución a la economía de Pimentel 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de inversión en la infraestructura en el mercado actual • Carencia en las medidas sanitarias • Limitada gestión en el mercado de abastos • Mercado limitado • Insuficiente equipamiento de los puestos • Comercialización ambulante dentro y fuera del mercado • Inadecuado almacenamiento para productos perecibles • Precios elevados • Carencia del uso de tecnología • Población afectada por la contaminación que produce el mercado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de la creación de un mercado de abastos. • Gran cantidad de comerciantes • Alta demanda • Crecimiento poblacional en el distrito de Pimentel 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos supermercados • Cambios de estilo de vida de los ciudadanos • Informalidad • Cuestiones climatológicas que afecten la ubicación del mercado

4.2 Evaluación de los factores internos – Matriz EFI

Tabla 5 Matriz EFI

MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
Buena ubicación geográfica	0.1	4	0.4
Licencias requeridas para su funcionamiento	0.1	4	0.4
Certificación de algunos puestos	0.1	4	0.4
Buen trato a los comerciantes	0.05	4	0.2
Los vendedores son personas estables esto permite que los clientes se fidelicen de una manera rápida.	0.01	4	0.04
Contribución a la economía de Pimentel	0.02	4	0.08
Debilidades			
Carencia de inversión en la infraestructura del mercado actual	0.1	1	0.1
Carencia en las medidas sanitarias	0.05	2	0.1
Limitada gestión en los mercados de abastos	0.1	2	0.2
Mercado limitado	0.2	2	0.4
Insuficiente equipamiento de los puestos	0.01	2	0.02
Comercialización ambulante dentro y fuera del mercado	0.02	2	0.04
Inadecuado almacenamiento para productos perecibles	0.1	2	0.2
Precios elevados	0.01	2	0.02
Carencia del uso tecnológico	0.01	2	0.02
Falta de estacionamiento	0.01	2	0.02
Población afectada por la contaminación que produce el mercado	0.02	2	0.04
TOTAL	1.00		2.66

Interpretación: La ponderación obtenida por medio de la matriz de evaluación de factores internos es de 2.66 lo cual refleja que el actual sector de mercado de abastos minorista del distrito de Pimentel, conformado por un solo mercado es competitivo.

4.3 Evaluación de los factores externos – Matriz EFE

Tabla 6 Matriz EFE

MATRIZ EFE– Evaluación de Factores Externos			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
Necesidad de la creación de un mercado de abastos	0.2	4	0.8
Gran cantidad de comerciantes	0.1	4	0.4
Alta demanda de consumidores	0.06	3	0.18
Crecimiento poblacional en el distrito de Pimentel	0.2	4	0.8
Amenazas			
Entrada de nuevos supermercados	0.1	1	0.1
Cambios de estilo de vida de los ciudadanos	0.04	2	0.08
Informalidad	0.2	1	0.2
Cuestiones climatológicas que afecten la ubicación del mercado	0.1	2	0.2
TOTAL	1.00		2.76

Interpretación: La ponderación obtenida por medio de la matriz de evaluación de factores externos es de 2.76 lo cual refleja que el sector es favorable para la continuidad de actividades del mercado de abasto del distrito de Pimentel y para nuevos mercados que puedan entrar al sector.

4.4 Matriz del Foda cruzado

Tabla 7 Matriz de FODA cruzado

<p>MATRIZ DE FODA CRUZADO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • F1 Buena ubicación geográfica • F2 Cuenta con las licencias requeridas para su funcionamiento • F3 Buen trato con los comerciantes • F4 Certificación en algunos puestos • F5 Los vendedores son personas estables esto permite que los clientes se fidelicen de una manera rápida. • F6 Contribución a la economía de Pimentel 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • D1 Carencia de inversión en la infraestructura en el mercado actual • D2 Carencia en las medidas sanitarias • D3 Limitada gestión en los mercados de abastos • D4 Mercado limitado • D5 Insuficiente equipamiento de los puestos • D6 Comercialización ambulante dentro y fuera del mercado • D7 Inadecuado almacenamiento para productos perecibles • D8 Precios elevados • D9 Carencia del uso de tecnología • D10 Población afectada por la contaminación que produce el mercado
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • O1 Necesidad de la creación de un mercado de abastos. • O2 Gran cantidad de comerciantes • O3 Alta demanda de consumidores • O4 Crecimiento poblacional en el distrito de Pimentel 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (F+O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • FO1 Plantear un nuevo mercado de abastos en el distrito de Pimentel con una ubicación céntrica. • FO2 Ofrecer nuevas oportunidades de trabajo para el crecimiento económico. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (D+O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • DO1 Invertir en la infraestructura del mercado de abastos por parte de las autoridades municipales. • DO2 Ofrecer un mercado con la adecuada distribución de puestos por naturaleza de

	<ul style="list-style-type: none"> • FO3 Mejorar de la calidad de vida de los ciudadanos. • FO4 Satisfacer la necesidades presentes y futuras, asegurando el crecimiento económico, social y ambiental de las generaciones. 	<p>los productos y con las medidas sanitarias necesarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> • DO3 Establecer un diseño de gestión adecuado para el desarrollo del mercado de abastos. • DO4 Proponer la construcción de un nuevo mercado de abastos ante la creciente población.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • A1 Entrada de nuevos supermercados • A2 Cambios de estilo de vida de los ciudadanos • A3 Informalidad • A4 Cuestiones climatológicas que afecten la ubicación del mercado 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (F+A)</p> <ul style="list-style-type: none"> • FA1 Crear un plan de adaptación ante las necesidades cambiantes. • FA2 Disminuir la informalidad comercial ofreciendo un lugar de trabajo formal de manera accesible. • FA3 Establecer un plan de protección ante los problemas climatológicos que se puedan presentar en el presente y futuro para el desarrollo del mercado de abastos 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (D+A)</p> <ul style="list-style-type: none"> • DA1 Capacitación constante hacia los comerciantes para ofrecer una correcta comercialización cumpliendo los lineamientos sanitarios y alternativas para la adaptación de tendencias nuevas. • DA2 Establecer un correcto plan financiero que acredite los beneficios que obtendrán si los comerciantes informales cambian a la formalidad. • DA4 Crear alianzas con especialistas en infraestructuras para la creación del mercado de abastos.

V. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Segmentación

5.1.1 Matriz de segmentación

Tabla 8 Matriz de segmentación

NOMBRE DEL PROYECTO: Proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abasto en el distrito de Pimentel.

PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO:

- El mercado de abasto ofrecerá una oportunidad de desarrollo territorial y social en el distrito de Pimentel.
- Con el mercado de abastos se logrará mejorar la calidad de vida de la población del distrito de Pimentel.

SEGMENTO SEGÚN EL MODELO DE NEGOCIO: Personas con poder adquisitivo del distrito de Pimentel (49,183 habitantes) que recurren a centros de abastos por variedad de productos de primera necesidad.

BASES PARA SEGMENTAR		
Nivel Socio Económico	Ubicación / Segmentación Geográfica	Valor de uso o valor agregado o utilidad buscada

DESCRIPTORES		
Población del distrito de Pimentel	Distrito de Pimentel	<ul style="list-style-type: none"> - Suministrar productos de primera necesidad - Instalaciones adecuadas para asegurar la correcta comercialización

5.2 Identificación de mercado

El servicio de abastecimiento a la población creciente del distrito de Pimentel en un nuevo mercado de abastos minorista, lograra satisfacer la demanda creciente, siguiendo los protocolos y leyes de salubridad para la correcta comercialización.

Este nuevo mercado de abastos minorista es un proyecto social, ya que existe una población afectada y debe dar solución a ese problema que presenta. Además, se debe evaluar los beneficios y costos para la sociedad, el bienestar colectivo, precios sociales, aporte del ingreso nacional y el ingreso nacional sacrificado.

El proyecto traerá beneficios sociales los cuales deberán incrementar el beneficio de los usuarios por atender, por la unidad productora invertida, en las que se derivan en el beneficio directo, el cual se refiere a un beneficio inmediato, esto se evaluara dependiendo al mayor consumo del servicio y el ahorro de los recursos, luego el beneficio indirecto, se deriva a los beneficios de otros mercados relacionados con el proyecto, también la externalidades positivas que se generan sobre terceros que no tienen vínculo con el mercado directo o indirecto y por ultimo beneficio intangible los cuales son los efectos que se aprecia en la población (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

5.3 Identificación de variables

Tabla 9 Identificación de variables

	VARIABLES	INDICADORES
MERCADO CONSUMIDOR	V. Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de compra • Frecuencia de compra • Cantidad de compra • Motivo de compra • Costumbres • Formas de pago
	V. Personales	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida • Gustos y preferencia
	V. Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación • Percepción • Actitudes
	V. Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de preferencia • Familia
	V. Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Edad y sexo • Estado civil • Ubicación • Clase socioeconómica • Nivel de ingreso • Capacidad de pago de los clientes y consumidores
MERCADO COMPETIDOR	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Marca • Entretenimiento
	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Relación precio – calidad
	Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de la ubicación de la competencia
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones especiales de venta y publicidad que realizan las tiendas

5.4 Análisis de la demanda – proyección

Información primaria y secundaria

Para el análisis de la muestra se tomó en cuenta el censo del 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), de los cuales el distrito de Pimentel cuenta con 45,724 habitantes.

- Tamaño de la población: 45,724
- Nivel de confianza 95%
- Margen de error: 5%
- Intervalo de confianza 5
- N= 381

Demanda de la Población Chiclayo

Años	2013	2014	2015	2016	2017
Pimentel	41,487	42,870	44,285	44,641	45,724

Fuente: INEI – Elaboración propia

Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó el método de extrapolación exponencial y como primer paso se calculó la tasa de crecimiento teniendo en cuenta la población extraídos de INEI, desde el año 2013 hasta el año 2017.

Población proyectada

Año	Población	Tasa de crecimiento
2013	41,487	
2014	42,870	0.97
2015	44,285	1.0
2016	44,641	0.992025268
2017	45,724	0.976314408

Fuente: INEI: Elaboración propia

Fórmula	$\text{POBLACIÓN 2017/POBLACIÓN 2013}^{\wedge} \frac{1}{(\text{Año2017} - \text{Año2013}) - 1}$
Tc	0.02460872
Tc%	2.5%

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvo como resultado 0.02460872 el cual es equivalente a un 2.5% del crecimiento de la población.

Asimismo, como segundo paso está el cálculo la proyección de la población para años posteriores al 2020, se tomó como referencia el último año de dato que es el 2017:

Tabla 10 Proyección de la población futura

Proyección de la población futura	
Año	Población proyectada del distrito de Pimentel
2018	46,849
2019	48,002
2020	49,183
2021	50,393
2022	51,633
2023	52,904
2024	54,206
2025	55,540
2026	56,907
2027	58,308
2028	59,742
2029	61,213
2030	62,719

Fuente: Elaboración propia

Para obtener la demanda proyectada se ha obtenido como dato que la zonificación comercial para un mercado es de 2500 a 7500 habitantes lo que permite calcular la demanda proyectada de mercados.

Tabla 11 Demanda proyectada

Demanda Proyectada			
Año	Factor de consumo	Población proyectada	Demanda Proyectada
2021	7500	1,250,814	167
2022	7500	1,264,573	169
2023	7500	1,278,483	170
2024	7500	1,292,546	172
2025	7500	1,306,763	174
2026	7500	1,321,138	176
2027	7500	1,335,670	178
2028	7500	1,350,362	180
2029	7500	1,365,216	182
2030	7500	1,380,233	184

Fuente: Elaboración propia

5.5 Análisis de la oferta – proyección

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta el censo nacional de mercado de abastos en el 2016 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), donde se encontró la siguiente información:

Número de mercado de abastos departamento de Lambayeque

AÑOS	MERCADO DE ABASTOS
1996	24
2008	27
2016	63

Con esta información se proyecta la oferta de mercados para el departamento de Lambayeque

Tabla 12 Número de mercado de abastos

AÑO	NÚMERO DE MERCADO DE ABASTOS
2021	80
2022	84
2023	88
2024	93
2025	97
2026	102
2027	107
2028	112
2029	118
2030	124

Fuente: Elaboración propia

Balance demanda oferta

La demanda insatisfecha se obtuvo de la siguiente manera:

Demanda insatisfecha

Tabla 13 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA N° DE MERCADO DE ABASTOS	OFERTA PROYECTADA N° DE MERCADO DE ABASTOS	DEMANDA INSATISFECHA DE MERCADO DE ABASTOS
2021	167	80	87
2022	169	84	84
2023	170	88	82
2024	172	93	80
2025	174	97	77
2026	176	102	74
2027	178	107	71
2028	180	112	68
2029	182	118	64
2030	184	124	60

Fuente: Elaboración propia

5.6 Viabilidad de mercado

Luego de haber obtenido la demanda y oferta proyectada, se puede apreciar la existencia de viabilidad de mercado, puesto que hay una brecha de la demanda insatisfecha para la actual y futura población, es por ello que el proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista ayudará a disminuir este problema actual.

5.7 Tamaño de mercado objetivo

Según la brecha de la demanda insatisfecha se puede determinar que el nuevo mercado de abastos minorista estará dirigido para toda la población del distrito de Pimentel de 49,183 habitantes ya que se encuentra una demanda creciente, la cual necesita ser atendida. Siendo el mercado objetivo los comerciantes actuales del mercado de abastos y los comerciantes informales que estén dispuestos a dirigirse a un nuevo mercado para ofrecer sus productos.

5.8 Otros mercados

Mercado de proveedores:

Los principales proveedores del mercado de abastos son las empresas de venta de productos para la limpieza del mercado, empresa de fumigación y los técnicos en reparación de los puestos de comercialización.

Mercado de distribuidores:

No contará con un mercado de distribuidores ya que el cliente final llega directamente a las instalaciones.

Mercado externo:

No contará con un mercado externo ya que no se dedicará al comercio internacional.

5.9 Cuadro OMEN

Tabla 14 Cuadro OMEN

PROBLEMA CENTRAL					
Inseguridad sanitaria en el mercado de abastos en el distrito de Pimentel					
PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO					
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado de abasto ofrecerá una oportunidad de desarrollo territorial y social en el distrito de Pimentel. • Con el mercado de abastos se logrará mejorar la calidad de vida de la población del distrito de Pimentel. 					
NOMBRE DEL PROYECTO					
Proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel					
Estrategia competitiva:	PLAN MK	OBJETIVO TACTICO	META U OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA MKT (4 PS)	MEDICIÓN CUMPLIMIENTO DE LA META: Indicadores de Control/Medición
Establecer un plan que permita ser competitivo ante los mercados de abastos tradicionales, junto con la innovación y	Corto plazo	Posicionarnos en la mente de los pobladores como su primera opción al momento de comprar alimentos y	Reducir la informalidad comercial en un 30%.	Producto Los puestos deberán estar distribuidos de acuerdo a los rubros de los productos a ofertar.	

<p>los estándares de salubridad para conseguir la adecuada comercialización.</p> <p>Ventaja competitiva:</p> <p>Diferenciación del servicio de abastecimiento mediante los estándares de calidad de los alimentos ofertados, y conseguir ser el referente de comercialización y</p>		<p>productos de primera necesidad, debido a la comodidad al momento de comprar y a los precios accesibles.</p>		<p>Precio</p> <p>Establecer un precio fijo para los puestos a alquilar y los servicios en conjunto del mercado de abastos.</p> <p>Plaza:</p> <p>La administración del mercado se encargará y evaluará correcto desempeño de los puestos.</p> <p>Promoción:</p> <p>Incentivos para los nuevos comerciantes, como descuento en el primer mes de operatividad.</p>	<p>Analizar los ingresos de las ventas de los comerciantes.</p> $\frac{(Ventas - Costos)}{ventas\ totales} \times 100$
--	--	--	--	--	--

renovación en la ciudad de Chiclayo.	Mediano plazo		Ser percibidos por la población como un mercado de abastos confiable por la calidad de los productos y sus instalaciones, por ello lograr captar el 60% de la población .	<p>Producto: Lograr que los productos sean certificados con estándares de calidad.</p> <p>Precio: Incluir limpiezas sanitarias con empresas terciarizadas a los puestos de manera trimestral a un precio accesible, sin perjudicar la rentabilidad de los comerciantes.</p> <p>Plaza: La administración evaluara el cumplimiento constante de los estándares de calidad de los puestos.</p> <p>Promoción: Incentivos de descuento a los comerciantes adelanten los pagos de alquiler.</p>	<p>Analizar el incremento de ventas de los comerciantes.</p> $\frac{Vts\ del\ presente\ mes - Vts\ del\ mes\ anter.}{Ventas\ presentes} \times 100$
--------------------------------------	----------------------	--	---	---	---

	<p>Largo plazo</p>		<p>Mejorar la calidad de vida de los pobladores del distrito de Pimentel.</p>	<p>Producto: Lograr que los puestos sean certificados con estándares de salubridad, para poder asegurar una correcta comercialización.</p> <p>Precio: Incluir el costo adicional para el cambio de los instrumentos necesarios para la correcta comercialización.</p> <p>Plaza: La administración evaluara el tiempo de vida útil de los instrumentos que se necesitan para la comercialización de calidad.</p> <p>Promoción: Incentivo de descuento para los comerciantes que logren alcanzar todos los estándares de salubridad y calidad.</p>	<p>Analizar el consumo directo de los pobladores en el mercado de abastos.</p> $\frac{\text{Promed de ingreso} - \text{Promed. de consumo}}{\text{Poblacion}} \times 100$
--	---------------------------	--	---	--	---

VI. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Tamaño del proyecto

6.1.1 Tamaño mercado

El nuevo mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel tendrá una infraestructura de edificación de dos niveles, cuya área será de 2,500 m², en el primer nivel contará con un nivel de descarga, estacionamiento, servicios higiénicos, zona fría con 02 frigorífico para carnes blancas, 03 frigoríficos para carnes rojas 02 frigorífico de marisco y pescado, 01 frigorífico para lácteos y embutidos, y con 146 puestos de venta. Mientras que en el segundo nivel se encontrara 30 puestos de venta, en los cuales se encuentran principalmente los que están dirigidos al consumo de comida, 01 sala de reuniones para las capacitaciones a los comerciantes, las 03 oficinas administrativas y los servicios higiénico para hombres y mujeres.

Existirán 14 puestos para carne de res , 13 puestos de carne de porcino, 16 puestos de pescado y mariscos, 18 puestos para lácteos y embutidos, 16 puestos de pollo, 16 puestos de frutas, 14 puestos de verduras y legumbres, 13 puestos de abarrotos de tipo 1, 12 puestos de abarrotos de tipo 2, 12 puestos de abarrotos tipo 3, 10 puestos de comida típica del distrito, 06 puestos de jugueria, 05 puestos de venta de periódico y revista , 06 puestos de venta de productos de plástico, 06 puestos de florería , 06 puestos de venta de plantas medicinales , 08 puestos de puestos de venta de limpieza, , 02 servicios higiénicos , 01 sala de reuniones , 03 oficinas .

Se debe precisar que los puestos están agrupados de acuerdo a la naturaleza de los productos a ofrecer ya que no debe existir una contaminación de olores ni de cualquier alteración en cada producto. Por otro lado, dentro de las instalaciones existirá señalizaciones para poder facilitar el encuentro de los puestos a los clientes, ya que también se busca la mayor rapidez y pronta localización de las salidas de emergencia.

Cabe mencionar que el mercado de abastos contara con las correctas:

- Instalaciones sanitarias de agua y desagüe
- Instalaciones eléctricas
- Instalaciones de agua contraincendios
- Desagüe fluvial

6.1.2 Tamaño - tecnología

Se implementará un estacionamiento para los vehículos de los comerciantes y clientes, los cuales se encontrarán dividido para evitar la congestión vehicular y accidentes de tránsito, este estacionamiento llevara un control de los vehículos que ingresen y salen del establecimiento mediante el sistema ANPR, el cual es un sistema de control que reconoce las placas vehiculares. También se formará una alianza con

una agencia de seguridad que esté disponible para los comerciantes y clientes para así disminuir los problemas de delincuencia que puedan surgir.

De igual manera, se pondrá un funcionamiento de pantalla led en la entrada de las instalaciones, en las cuales el público podrá visualizar la distribución del puesto de venta y pueda facilitar la ubicación de los productos que necesiten adquirir.

Para poder ejecutar el proyecto mencionado, se contará con un local de infraestructura moderna y capacidad de intercambio comercial adecuadas a las condiciones de salubridad y seguridad, es por ello que será gestionado por profesionales que cuenten con las capacidades de ejecutar los planes y estrategias establecidos en el proyecto.

Por otro lado cabe resaltar que los clientes que acudan al mercado de abastos, tendrán dos métodos de pago, el cual escogerá el que prefiera, estos son efectivo y tarjeta, se contara con la máquina POS portátil de izipay, puesto que acepta todas las tarjetas, envía los comprobantes de pago por mensaje de texto, envía una copia del comprobante de pago por correo electrónico, no necesita el uso de un celular, permite firmar en la pantalla digital e incluye chip con internet ilimitado de manera gratuita.

6.1.3 Tamaño – disponibilidad del mercado

Los materiales que son necesarios para llevar a cabo el presente proyecto serán todos aquellos productos que cumplan con las características de un mercado de abastos minorista: abarrotes, frutas, verduras y legumbres, pescados y mariscos, carnes rojas y blancas, aves, artículos de limpieza, etc.

6.1.4 Tamaño – financiamiento

El presente proyecto de inversión privada se ejecutará mediante dos fuentes de financiamiento tanto interno y externo. El 50% de la inversión será financiado mediante una entidad bancaria, la cual se decidió acudir al Banco de Crédito del Perú, con una TEA del 12% anual. Mientras que el otro 50% será financiado bajo aporte propio.

6.1.5 Tamaño – costo unitario

“Nuevo mercado de abastos minorista de Pimentel” S.R.L es un proyecto de inversión enfocado en abastecer los productos básicos de una población creciente en el distrito de Pimentel. De acuerdo con el estudio de mercado, se alquilará 176 puestos en dos niveles diferentes.

Ítem	Descripción	Costo Unitario
1	Alquiler de stands (1)	\$ 222
2	Alquiler de stands (2)	\$195
3	Alquiler de estacionamiento	S/2.00 por hora
4	Alquiler de SS.HH.	S/ 1.00 por uso

Fuente: Elaboración propia

Cabe señalar que las costumbres y las condiciones ambientales, corresponden a que existe una necesidad en el público actual, respecto al requerimiento de mercado. Este proceso corresponde a que en la ciudad de Chiclayo se cuentan con mercados en lugares que no se acercan a la totalidad de la población, en donde se ha previsto una necesidad, de más de 50 mercados a nivel local y uno de los distritos con una población crecientes es Pimentel. El servicio de alquileres, limpieza y mantenimiento de este establecimiento, deberá de ir acorde con detalles de calidad altos, en donde el buen servicio al cliente, deberá de ser un aspecto principal del diseño del servicio en general.

Con respecto a los insumos o requerimientos, corresponde a la contratación de personal y el contar con vendedores que puedan alquilar los stands que se ofrecen en el establecimiento.

El tipo de servicio que se espera ofrecer en el mercado de abastos, se diferenciará del resto de establecimientos, debido a que se espera contar con un sistema bien señalado, que cumpla con la normativa de seguridad. Además de ello, se mantendrá la limpieza y el orden respectivo dentro de las instalaciones del establecimiento, muy a diferencia del resto de establecimientos de su mismo rubro.

6.2 Costo del proyecto

Tabla 15 Costo del proyecto

Ítem	Descripción	Costo Unitario
1	Alquiler de stands	S/ 850.00
2	Alquiler de estacionamiento	S/2.00 por hora
3	Alquiler de publicidad	S/ 1000.00 por mes
4	Alquiler de SS.HH.	S/ 1.00 por uso

Fuente: Elaboración propia

6.3 Localización

Con la finalidad de definir la ubicación del establecimiento, mercado de abastos minoristas, será basado en los siguientes factores:

Tabla 16 Factores de localización

FACTORES	GRADO DE IMPORTANCIA	INDICADORES
Factores Cuantitativos (soles)	10%	Costo de lote (m2)
Factores Cualitativos (puntos)	80%	Costo de Transporte
		Seguridad de la zona
		Cercanía a clientes
		Pavimentación de la zona
		Servicio de energía eléctrica
		Servicio de agua
		Permisos Municipales
		Facilidad de acceso
		Competencia

Fuente: Elaboración propia

Estos factores fueron empleados tanto para la micro localización, como para la macro localización.

6.3.1 Macro localización

Se han establecido las siguientes ponderaciones, con la finalidad de seleccionar el lugar adecuado, para poder ubicar el establecimiento final:

Tabla 17 Macro localización

ESTADO	ESCALA
Pésimo	0
Mediocre	5
Regular	10
Bueno	15
Muy Bueno	20

Fuente: Elaboración propia

De manera siguiente, se procede a establecer el distrito en el que se ubicará el nuevo mercado de abastos minorista.

Tabla 18 Factores de localización 2

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	Distrito de Chiclayo		Distrito de Pimentel		Distrito de La Victoria	
		E.V.	P.	E.V.	P.	E.V.	P.
Costo de Transporte	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Costo de lote (m2)	0.1	1	0.1	5	0.5	3	0.3
Seguridad de la zona	0.1	1	0.1	5	0.5	5	0.5
Cercanía a clientes	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Pavimentación de la zona	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Servicio de energía eléctrica	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Servicio de agua	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Permisos Municipales	0.1	1	0.1	5	0.5	5	0.5
Facilidad de acceso	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Competencia	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
TOTAL	1		3.60		4.80		4.60

Fuente: Elaboración propia

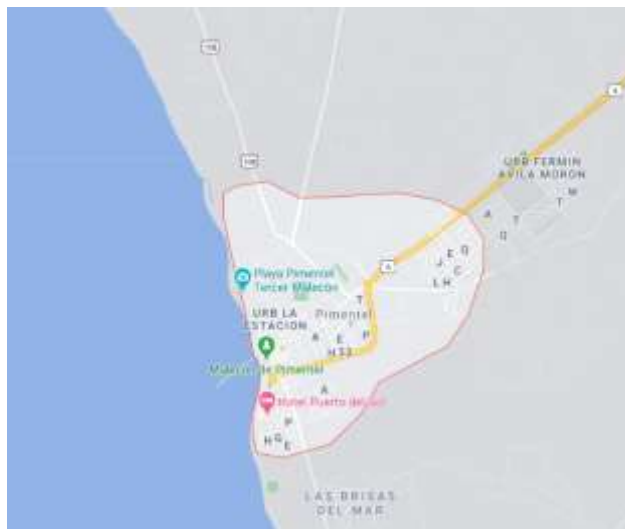
Se ha procedido a seleccionar al distrito de Pimentel, como zona en donde se ubicará el centro de recreación, debido a los motivos que serán explicados en la tabla posterior:

Tabla 19 Factores de localización 3

FACTORES	Distrito de Chiclayo	Distrito de Pimentel	Distrito de La Victoria
Costo de Transporte	Alejado de la zona urbana, por falta de espacio	Cerca a zona urbana	Alejado de la zona urbana, por falta de espacio
Costo de lote (m2)	S/ 550.00	S/250.00	S/ 400.00
Seguridad de la zona	Al encontrarse con gran acumulación de viviendas en la zona urbana, se recurrirá a asistir a zonas fuera del casco urbano, con menos seguridad	Se cuenta con seguridad en la zona	Se cuenta con seguridad en la zona
Cercanía a clientes	Se cuenta con cercanía a los clientes de la zona	Se cuenta con cercanía a los clientes de la zona	Se cuenta con cercanía a los clientes de la zona
Pavimentación de la zona	Se cuenta con zonas pavimentadas	Se cuenta con zonas pavimentadas	Se cuenta con zonas pavimentadas
Servicio de energía eléctrica	Se cuenta con disposición de servicio de energía eléctrica	Se cuenta con disposición de servicio de energía eléctrica	Se cuenta con disposición de servicio de energía eléctrica
Servicio de agua	Se cuenta con disposición de servicios de agua	Se cuenta con disposición de servicios de agua	Se cuenta con disposición de servicios de agua
Permisos Municipales	Suelen haber limitaciones por la alta competencia y poco ordenamiento catastral	Se cuenta con la posibilidad de adquirir permisos municipales	Se cuenta con la posibilidad de adquirir permisos municipales
Facilidad de acceso	Se cuenta con facilidad para acceder con vehículos	Se cuenta con facilidad para acceder con vehículos	Se cuenta con facilidad para acceder con vehículos
Competencia	Alta competencia	Competencia baja	Alta competencia

Fuente: Elaboración propia

Se ha procedido a seleccionar al distrito de Pimentel, como zona en donde se ubicará el mercado de abastecimiento minorista.



Recuperado de Google Maps

6.3.2 Micro localización

Para poder realizar el proceso de ponderaciones, se han tomado como referencia a zonas de Pimentel, siendo las siguientes: Calle Alfonso Ugarte, Calle Girón Chiclayo y Avenida Miguel Grau.

Tabla 20 Micro localización

ESTADO	ESCALA
Pésimo	0
Mediocre	5
Regular	10
Bueno	15
Muy Bueno	20

Fuente: Elaboración propia

Posterior a tal determinación, se ha procedido a completar la tabla posterior, con la finalidad de seleccionar a la localidad más pertinente, en cuanto a la ubicación del mercado de abastos minorista, correspondiendo a los siguientes valores:

Tabla 21 Factores de localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	Calle Alfonso Ugarte		Calle Girón Chiclayo		Av. Miguel Grau	
		E.V.	P.	E.V.	P.	E.V.	P.
Costo de Transporte	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Costo de lote (m2)	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Seguridad de la zona	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Cercanía a clientes	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Pavimentación de la zona	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Servicio de energía eléctrica	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Servicio de agua	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Permisos Municipales	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Facilidad de acceso	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
Competencia	0.1	4	0.4	4	0.4	5	0.5
TOTAL	1		4.00		4.00		5.00

Fuente: Elaboración propia

Se ha procedido a seleccionar a la Av. Miguel Grau, como zona en donde se ubicará el mercado de abastos minorista, debido a los motivos que serán explicados en la tabla posterior:

Tabla 22 Factores de localización 2

FACTORES	Calle Alfonso Ugarte	Calle Girón Chiclayo	Av. Miguel Grau
Costo de Transporte	Ubicado dentro de la zona urbana	Ubicado dentro de la zona urbana	Ubicado dentro de la zona urbana
Costo de lote (m2)	S/250.00	S/250.00	S/250.00
Seguridad de la zona	Seguridad por estar dentro de la zona urbana	Seguridad por estar dentro de la zona urbana	Seguridad por estar dentro de la zona urbana
Cercanía a clientes	Ubicado dentro de la zona urbana	Ubicado dentro de la zona urbana	Ubicado dentro de la zona urbana
Pavimentación de la zona	Zona pavimentada	Zona pavimentada	Zona pavimentada
Servicio de energía eléctrica	Cuenta con servicio de energía eléctrica	Cuenta con servicio de energía eléctrica	Cuenta con servicio de energía eléctrica
Servicio de agua	Cuenta con servicio de agua	Cuenta con servicio de agua	Cuenta con servicio de agua
Permisos Municipales	Se cuenta con facilidad de permisos municipales	Se cuenta con facilidad de permisos municipales	Se cuenta con facilidad de permisos municipales
Facilidad de acceso	Se cuenta con facilidad de acceso	Se cuenta con facilidad de acceso	Se cuenta con facilidad de acceso
Competencia	Competencia media	Competencia media	Competencia media

Fuente: Elaboración propia



Obtenido de Google Maps

Método para seleccionar la localización

Se empleó el método multicriterio de comparación de localizaciones y de acuerdo con los resultados obtenidos en la matriz de ponderación, la construcción del mercado de abastos minorista se realizará en el distrito de Pimentel debido a la existente necesidad de la creación de un nuevo centro de abastecimiento para una población creciente. En cuanto a la micro localización la dirección es en la Av. Miguel Grau, debido a que es una calle muy concurrida y fácil de localizar para los pimenteños.

6.4 Desarrollo de las 5P de las operaciones

6.4.1 Productos

Producto benefactor. El presente proyecto, gozará del ofrecimiento de alquiler de stands, en donde los comerciantes podrán ofrecer los bienes que comercian, manteniendo un ambiente de alta seguridad, limpieza y calidad constante, en la atención al cliente.

Características psicosociales. Se ha evidenciado que el contar con un establecimiento de venta de productos, tipo un mercado de abastos, que ofrezca un servicio diferenciado al resto de la competencia, tal como seguridad y limpieza en sus ambientes, corresponderá a recibir la aceptación del público en general

Diseño QDF. Respecto al diseño mencionado, se puede decir que el establecimiento a desarrollar, corresponde a solventar las necesidades de la población, quienes suelen asistir a mercados que están poco ordenados, que no cuentan con las condiciones mínimas de salubridad o que no tienen las condiciones mínimas de seguridad. En base a ello, es que la gerencia del presente, buscará realizar una mejora

continua, en cuanto al servicio que se ofrece dentro de las instalaciones del establecimiento. Es de esta forma, mediante la cual se podrán tomar decisiones con las que se piense en dos aspectos principales, los comerciantes, quienes requieren de ambientes limpios y seguros para ofrecer sus productos, mediante lo cual se podrá alcanzar la confianza del público objetivo.

Ficha técnica del servicio

Tabla 23 Ficha técnica del servicio

Ficha Técnica	
Nombre	Alquiler de stand para comerciantes
Descripción	El alquiler de los ambientes con los que contará el mercado, corresponde a ofrecer dichos stands, a comerciantes de cualquier tipo, que ofrezcan productos de abastecimiento diario. Así mismo, el alquiler vendrá incluido con el servicio que ofrece gerencia, respecto a la limpieza, seguridad y calidad de los ambientes que se esperan ofrecer.
Tiempo de servicio	Permanente hasta término del contrato

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica del estacionamiento

Tabla 24 Ficha técnica del estacionamiento

Ficha Técnica	
Nombre	Alquiler de estacionamiento
Descripción	El alquiler del estacionamiento, contará con la zona de aparcado y cuidado por la vigilancia del bien.
Tiempo de servicio	Por horas

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica del alquiler de publicidad

Tabla 25 Ficha técnica del alquiler de la publicidad

Ficha Técnica	
Nombre	Alquiler de publicidad
Descripción	El alquiler de la publicidad, corresponderá a ofrecer a diferentes entidades o personas naturales, la posibilidad de publicitar en las instalaciones del establecimiento.
Tiempo de servicio	Permanente hasta término del contrato

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica del alquiler de los servicios higiénicos

Tabla 26 Ficha técnica del alquiler de los servicios higienicos

Ficha Técnica	
Nombre	Alquiler de servicios higiénicos
Descripción	El alquiler de los servicios higiénicos, corresponden a ofrecer la posibilidad de usar estos servicios, correctamente acondicionados y limpios en todo momento, con disposición de los servicios mínimos necesarios.
Tiempo de servicio	Por uso

Fuente: Elaboración propia

6.4.2 Procesos

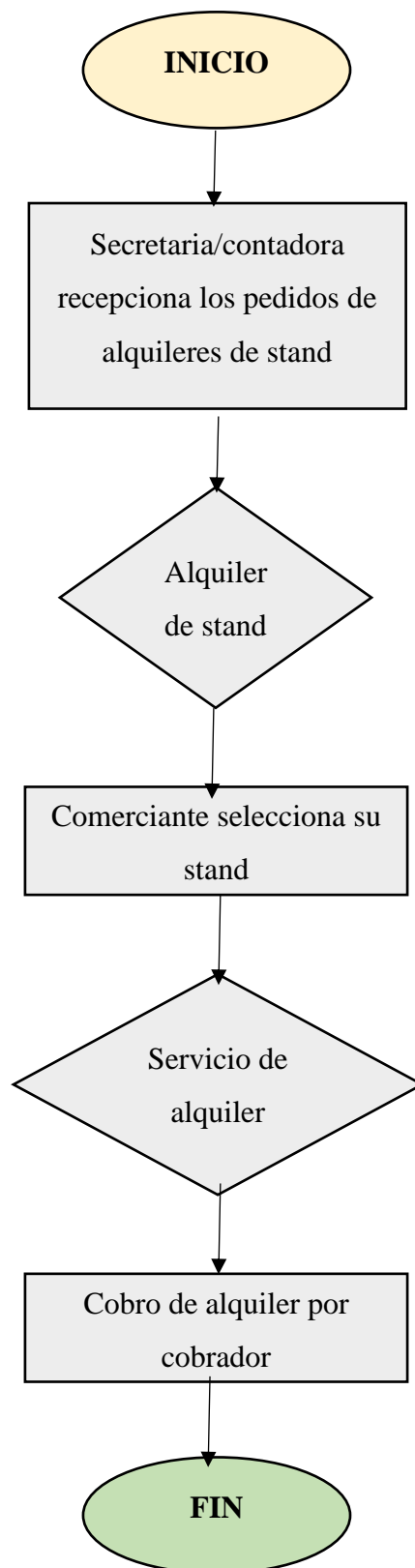


Ilustración 1 Diagrama de flujo de alquiler

Fuente: Elaboración propia

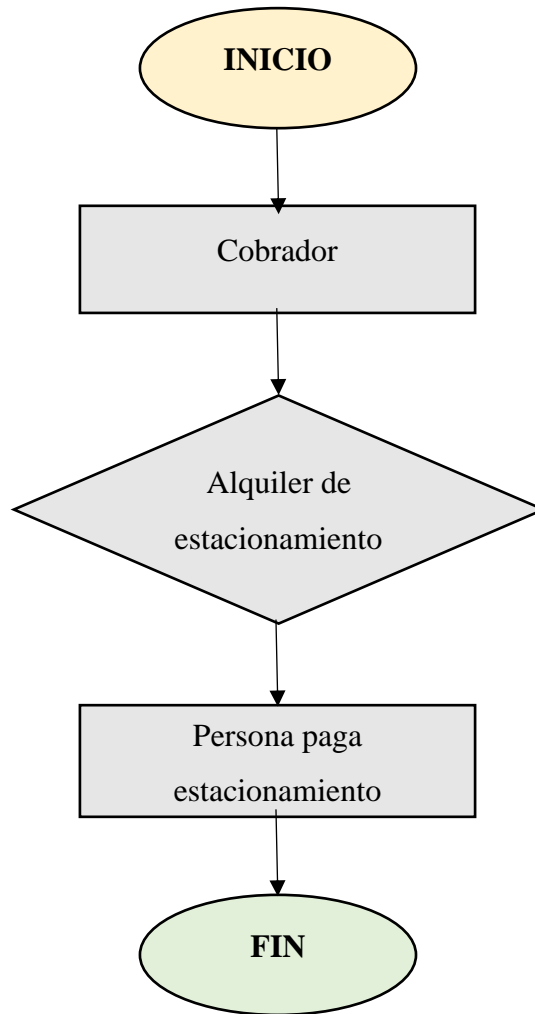


Ilustración 2 Diagrama de flujo de alquiler de estacionamiento

Fuente: Elaboración propia

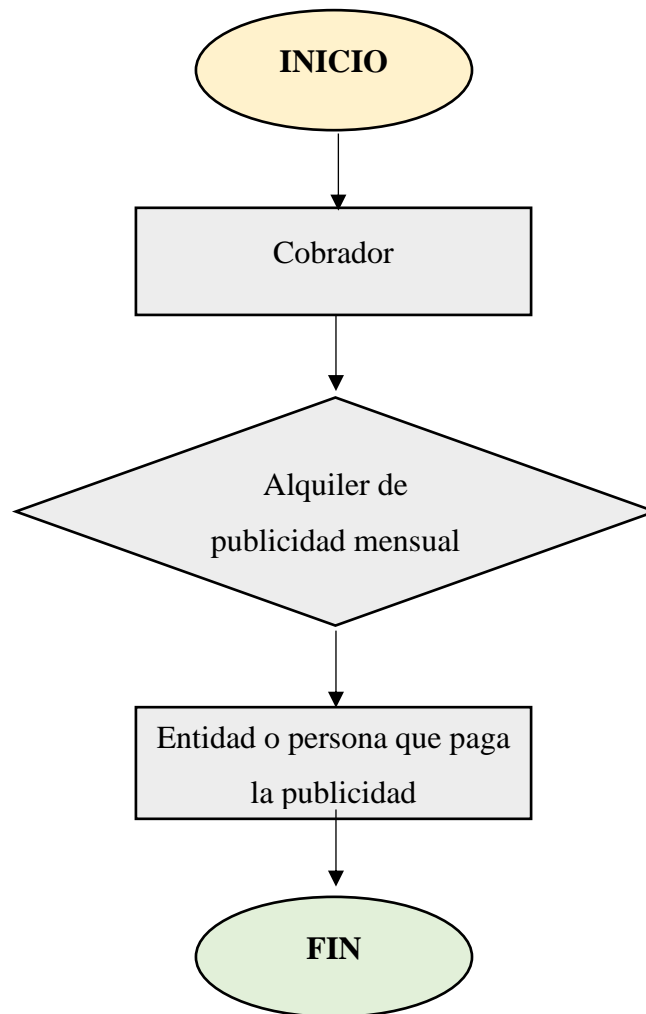


Ilustración 3 Diagrama de flujo de alquiler de publicidad

Fuente: Elaboración propia

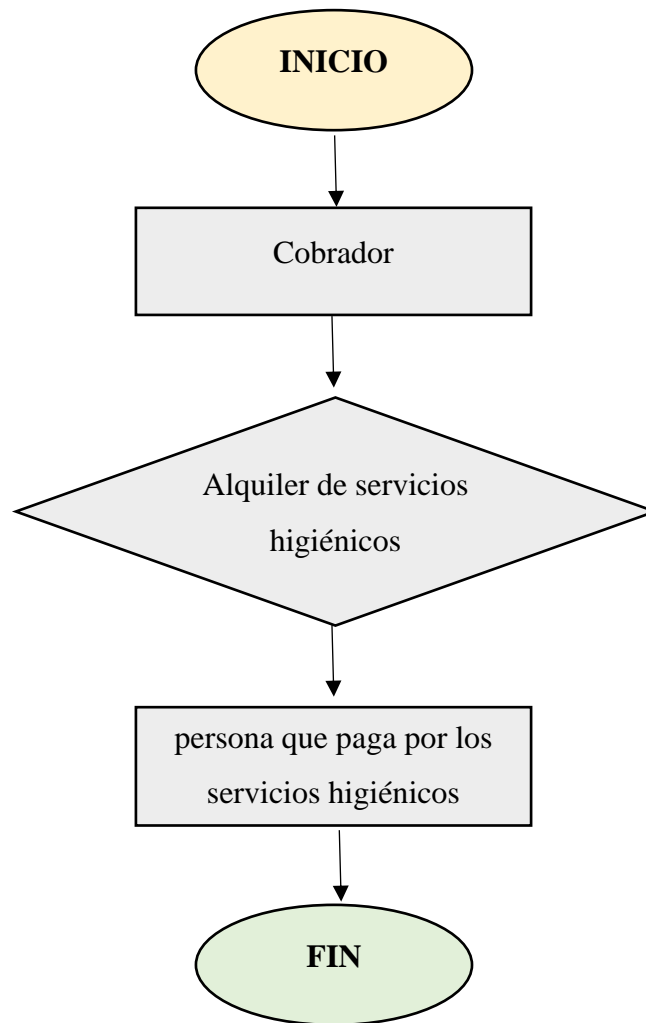


Ilustración 4 Diagrama de flujo de alquiler de servicios higiénicos

Fuente: Elaboración propia

6.5 Producción

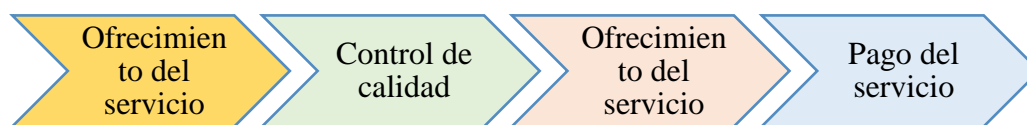


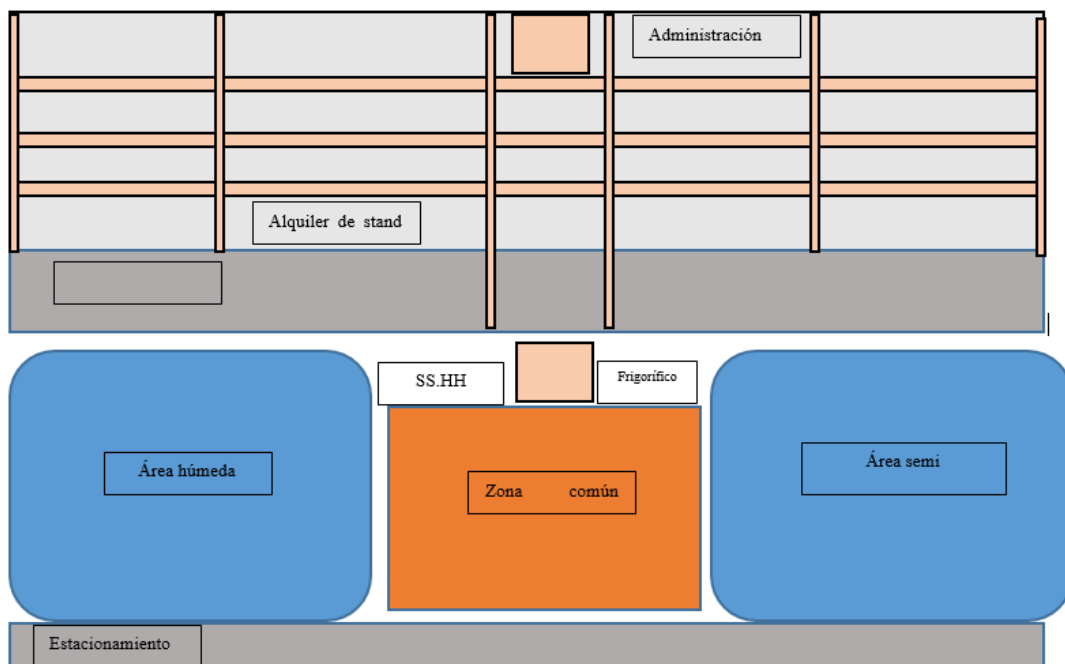
Ilustración 5 Diagrama de flujo de producción – Servicios

Fuente: Elaboración propia

Todos los servicios que serán ofrecidos en el establecimiento, por la gerencia, gozarán de un control de calidad mínimo, en relación a lo ofrecido y el alcance que desea tener el contratante. En relación al alquiler de estacionamiento, se buscará contar con mínimas condiciones de seguridad, en relación al alquiler de puestos, se mantendrá la limpieza y seguridad dentro del mercado. En relación a la publicidad, se buscará ofrecer seguridad de la publicidad empleada; así como, la limpieza de la misma. Mientras que, el cobro de los SS.HH. gozará de privacidad, y limpieza.

Los indicadores que serán empleados para la medición de la productividad, corresponderán al índice de ventas, los indicadores de productividad y los indicadores de capacidad. Así mismo, el índice de KPI de todos los servicios, corresponden a ser medidos en campo, cuando se empiece con la aplicación de estos mismos, en donde se hará empleo de un cuestionario con la finalidad de que se pueda salvaguardar la satisfacción de los clientes y la calidad de los servicios ofrecidos.

6.6 Planta



Los recursos humanos, con los que se contará, serán los siguientes:

Gerente titular

Requisitos: Estudios de administración y gerencia (Exp. 3 años)

Salario: S/ 3500.00

Labores: Dirigir las diferentes áreas que conforman a la empresa

Sub director del mercado

Requisitos: Estudios de administración y gerencia (Exp. 1.5 años)

Salario: S/ 2500.00

Labores: Desarrollar labores de reclutamiento de personal, verificación de la calidad de servicio y apoyo de las actividades del gerente titular.

Secretaria / Contadora

Requisitos: Administración, carreras técnicas o afines (Exp. 1 años)

Salario: S/ 1500.00

Labores: Encargada del cobro y/o ofrecimiento de información hacia el público en general.

Personal de limpieza (21)

Requisitos: Conocimiento de limpieza (Exp. 1 años)

Salario: S/ 1000.00

Labores: Limpieza de los diferentes ambientes del establecimiento.

Cobradores (2)

Requisitos: Administración, carreras técnicas o afines (Exp. 1 años)

Salario: S/ 1000.00

Labores: Cobrar a los comensales de establecimientos y/o entidades o personas naturales que requieren el servicio de alquiler de estacionamiento, servicios higiénicos o servicios de publicidad.

Cobradores (2)

Requisitos: Conocimiento de vigilancia (Exp. 1 años)

Salario: S/ 1000.00

Labores: Cuidar la seguridad del establecimiento, tanto interno como externo.

6.7 Personas

La selección del talento humano, corresponde a ser desarrollado por la secretaria/ contadora, en donde los requerimientos del personal deberán de ser establecidos por el sub director del mercado y el director del mercado. Para ello, se emplearán los medios de marketing del establecimiento, tales como los estacionamientos para los anuncios o los anuncios internos. Así mismo, el contratar personal para el mercado, generará un impacto social positivo, en cuanto a las personas que laboran en la zona. Como parte del reclutamiento, corresponde a establecer medidas de capacitación y evaluación del desenvolvimiento dentro del trabajo.

Como proceso de inducción, este será realizado por el personal que cuente con más tiempo dentro de la organización, con la finalidad de que se realice un recorrido por el mercado, que dure un promedio de 30 minutos. Así mismo, se procederá con realizar una charla de inducción, para poder informar acerca de las labores que tendrán que ser realizadas por el nuevo personal contratado. Como medida final, estos serán escogidos por el sub director del mercado.

En relación a los incentivos, corresponderá a ofrecer aumentos de sueldo, cuando se hayan realizado horas extra dentro del establecimiento o cuando se haya requerido trabajar en días festivos. Así mismo, una de las estrategias de marketing interno que se pretenden emplear, es el hecho de reconocer el esfuerzo del mejor colaborador del mes, mediante un día libre, el cual podrá ser escogido por el colaborador y podrán ser acumulativos, aparte de sus vacaciones correspondientes. De igual forma, esto se verá complementado con un regalo que será ofrecido por la secretaria, al colaborador y el reconocimiento de colocar su imagen a la entrada del establecimiento.

Tabla 27 Responsabilidades y estructuras de información

Ítem	Colaborador	Responsabilidades	Depende de	Responsable de
1	Director del mercado	Dirigir las diferentes áreas que conforman a la empresa		Sub Director del Mercado
2	Sub Director del Mercado	Desarrollar labores de reclutamiento de personal, verificación de la calidad de servicio y apoyo de las actividades del gerente titular	Director del mercado	Secretaria/contadora
3	Secretaria/contadora	Encargada del cobro y/o ofrecimiento de información hacia el público en general.	Sub Director del Mercado	Cobradores(2)
4	Cobradores(2)	Limpieza de los diferentes ambientes del establecimiento	Secretaria/contadora	
5	Limpieza(21)	Cobrar a los comensales de establecimientos y/o entidades o personas naturales que requieren el servicio de alquiler de estacionamiento, servicios higiénicos o servicios de publicidad.	Secretaria/contadora	
6	Guardianes(2)	Cuidar la seguridad del establecimiento, tanto interno como externo	Secretaria/contadora	

Fuente: Elaboración propia

Si es que se hace referencia a la teoría de la autonomía, expuesta por Jean Piaget, es que este fundamenta el hecho que cada persona es libre de poder realizar diferentes acciones, conforme haya sido su voluntad. Además de ello, la responsabilidad de la que goza cada individuo, respecto a cada una de las acciones que ha realizado, forma parte del libre albedrío y de la autonomía con la que este ha gozado (Galindo, 2019).

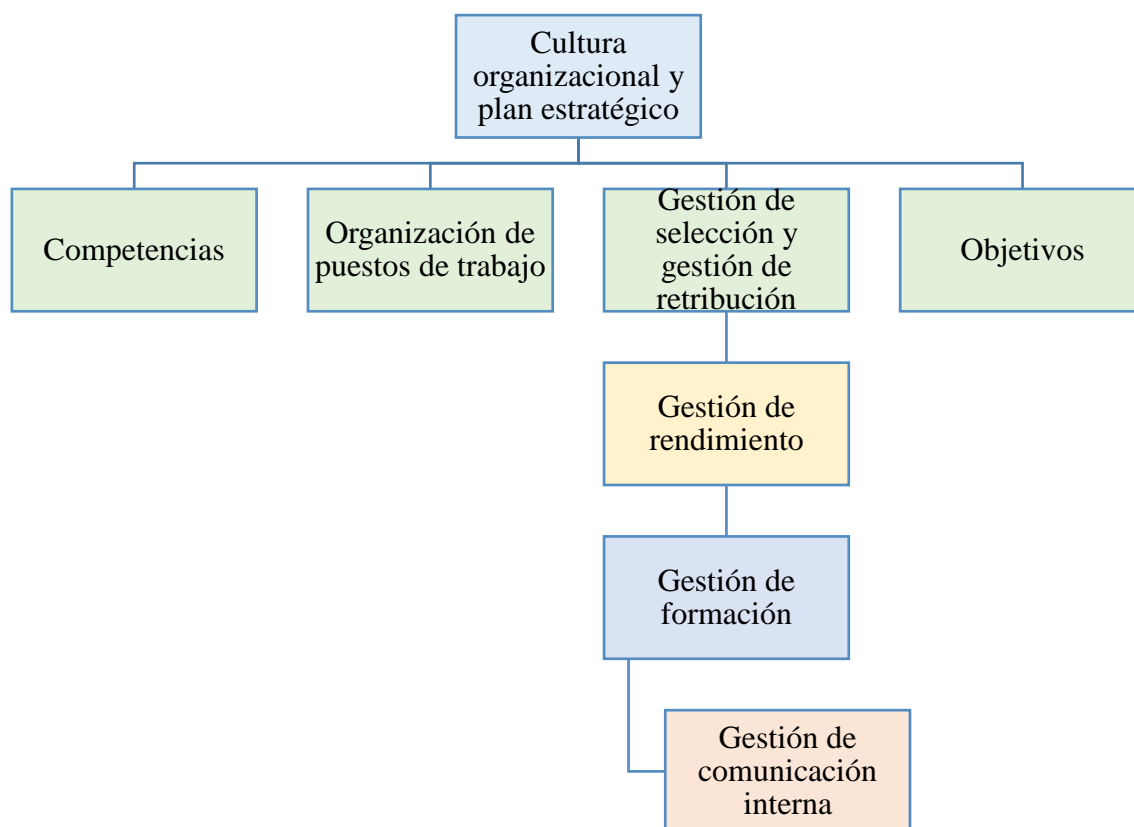


Ilustración 6 Sistema de dirección de personal y administración de personas

Fuente: Elaboración propia

Se ha expuesto de forma anterior que la dirección del personal y la administración de personas, corresponde a un hecho, mediante el cual se deberá de analizar la cultura organizacional y el plan estratégico de una organización, en miras de que se pueda desarrollar las competencias, la organización de puestos de trabajo, los objetivos y la gestión de selección del personal. Para continuar con el complemento de ello, se señala que deberá de existir una gestión de retribución que vaya acorde con las acciones realizadas, evaluándola en base al rendimiento, a la formación y la comunicación interna que puede desarrollarse dentro del marco organizativo de la organización.

6.8 Mantenimiento

Respecto al mantenimiento que se espera ofrecer dentro del establecimiento, es que se puede dividir en dos instancias, la primera de ellas, estará relacionada con la posibilidad que se tiene, de que los colaboradores de limpieza que laboran en la organización, se encarguen de desarrollar trabajos de limpieza de forma constante, manteniendo de esta forma, la idea de limpieza y reducción de la depreciación de los bienes intangibles. Así mismo, cabe señalar que se realizará de forma constante, aproximadamente dos veces al año, el mantenimiento de todo el establecimiento, tal y como, la pintura o reparaciones mínimas en la estructura. Así mismo, las reparaciones de la red eléctrica y los equipos, serán desarrolladas de forma mensual.

6.9 Gestión ambiental

El presente proyecto de inversión, contará con el ofrecimiento de servicios que deberán de guardar relación con el cuidado del medio ambiente, con la finalidad de que se pueda alcanzar un mínimo impacto ambiental dentro del área de incidencia. Además de ello, se contará con un aporte social y económico, a los colaboradores que formen parte de la empresa, siempre cumpliendo con la normativa nacional, respecto al cuidado del ambiente.

Ley general del ambiente (ley 28611)

La Ley expuesta, se encuentra relacionada con el corresponde desenvolvimiento de las actividades naturales, dentro del estado peruano. Además de ello, los recursos que sean empleados en dichas actividades, deberán de ser garantizados y protegidos, por quienes la realizan, con la finalidad de que no se pueda afectar al ambiente y se desarrolle de forma adecuada, equilibrada y mejorando en todo momento, la calidad de vida.

D.L. para el crecimiento de la inversión privada n° 757

La política peruana, expone la idea de que el estado peruano se encarga de exponer estímulos que conlleven a la conversación del ambiente, dentro del orden jurídico. En base a ello, es que se intenta promover el desarrollo de la inversión privada, siempre en el orden del respeto del ambiente.

Código penal n° 635

La normativa peruana, expone el hecho de que se respeten las normas mínimas, acorde con la protección del medio ambiente, con la finalidad de que los organismos públicos y privados, alcancen la asunción de responsabilidades legales, ante el no cumplimiento de lo señalado, todo ello, dentro del marco legal y penal.

Ley general de los residuos sólidos n° 27314

Los residuos sólidos, son aquellos elementos que llegan a ser generados en cada acción o labor que se desarrolla en alguna actividad, tanto pública como privada, desde el mero hecho de llegar a emplear un bien o materia prima. Así mismo, es que, al ser

generados estos elementos, se pretende ofrecer una adecuada disposición final, con el objetivo de que se no se genere una elevada contaminación, por acumulación de residuos no tratados.

Ley general de salud (n° 26842)

La ley general de salud, señala que toda organización, deberá de contar con un conjunto de medidas, con el objetivo de salvaguardar la calidad de vida de los colaboradores, en el desarrollo de sus actividades diarias.

Ley del sistema nacional de gestión ambiental (n° 28245)

Respecto al marco legal, se tiene que la finalidad de esta ley, corresponde a que se pueda coordinar, orientar, integrar, supervisar y garantizar, el desarrollo de las actividades, propias de la organización, respecto a la conservación y aprovechamiento de los recursos naturales, de forma sostenible.

6.10 Mano de obra

En relación a la mano de obra, se puede decir que, dentro de las instalaciones, tanto el personal de seguridad, como el personal administrativo, contará con los EPP's correspondientes, en miras de que se pueda realizar un proceso adecuado de evacuación, ante la ocurrencia de desastres.

Plan de capacitación

Con respecto al plan de capacitación, se puede señalar que este será desarrollado en un promedio de tres veces anuales, en donde no sólo se verán involucrados al personal administrativo, sino a los comerciantes que laboran dentro de las instalaciones. Así mismo, es pertinente señalar el hecho que esta charla será ofrecida por un ingeniero de seguridad, con la finalidad de que no sólo se encargue de brindar capacitación a todo el personal de planta, sino que pueda detectar las deficiencias, en cuanto a medidas de seguridad, con respecto a las instalaciones con las que cuenta el mercado de abastos. El costo de cada capacitación, será de S/1000.00 nuevos soles.

Retención y desarrollo del trabajador

No solo se piensan desarrollar capacitaciones de seguridad, sino contar con un adecuado programa de incentivos, en base a días feriados y/o reconocimiento del buen rendimiento laboral. Esto se verá complementado, con un adecuado clima organizacional y desarrollo organizativo. En base a ello, es que se podrá alcanzar el desarrollo del personal de trabajo, mediante las adecuadas capacitaciones laborales, generando su desarrollo personal y, por ende, la proyección a quedarse laborando dentro de la empresa.

Plan de gestión de conocimiento y gestión del conocimiento

Corresponde a la realización de charlas de capacitación, las cuales serán desarrolladas en tres oportunidades, con la finalidad de ahondar en temas de seguridad y/o uso correcto de técnicas de control de masa, ante riesgo de desastres. Además de ello, se verá complementado con charlas de confraternidad, en donde las reuniones podrán verse reemplazadas por la contratación de algún capacitador, en miras del desarrollo profesional de los colaboradores. Este tipo de reuniones, serán realizadas en doce oportunidades anuales, desarrollando de esta forma, la mejoría de los lazos entre los colaboradores y la mejora en la comunicación transversal y longitudinal.

6.11 Viabilidad técnica

El proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel es viable porque contara con todas las medidas sanitarias, instalaciones adecuadas para asegurar la correcta comercialización, equipos tecnológicos e innovador que permitirán prestar el servicio de abastecimiento a la población creciente de Pimentel. Cabe resaltar que brinda un desarrollo territorial y social que aportara a mejorar la calidad de vida de los pimenteleños.

Cuadro OMEM Técnico						
ESTUDIO TÉCNICO						
OBJETIVO – META – ESTRATEGIA Y MEDICIÓN DE LA META (OMEM)						
VENTAJA ESTRATÉGICA DE INNOVACIÓN	ESTRATEGIAS DEL ESTUDIO TÉCNICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO (META)	ESTRATEGIA MKT 5 P DE OPERACIONES)	INDICADORES	MEDICIÓN DEL INDICADOR PARA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO
	Corto plazo	Aumentar el alquiler de stands	Alcanzar el alquiler del 50% de los stands	<p>Producto: el servicio deberá de garantizar los estándares mínimos de calidad y limpieza</p> <p>Proceso: Se deberá de ofrecer bonos de descuento en la etapa de contrato, por los dos primeros meses.</p> <p>Producción: Se deberá de ofrecer un servicio de calidad</p> <p>Planta: Se tendrá que contar con la construcción de más del 50% del mercado</p> <p>Personas: Se deberá de capacitar al personal administrativo, para brindar facilidades de contrato a los comerciantes</p>	Cantidad de stands ocupados	Conteo de contratos cerrados y stands ocupados de forma diaria.

	Mediano plazo	Mejorar el rendimiento de los servicios ofrecidos	Alcanzar el alquiler del 100% de los stands Alcanzar el contrato para publicar más de 50 anuncios, dentro y/o fuera del mercado	Producto: se deberá de contar con ambientes limpios, tanto de forma interna y externa Proceso: se deberá de garantizar el pago oportuno de las mensualidades y ofrecer bonos de descuento para las empresas que desean publicar Producción: ofrecer un servicio de calidad Planta: Se tendrá que contar con la construcción del 100% del mercado Personas: Se deberán de desarrollar reuniones mensuales de confraternidad y capacitaciones de SST	Cantidad de stands ocupados Cantidad de contratos cerrados para publicar en el mercado Cantidad de reuniones anuales	Conteo de contratos cerrados y stands ocupados de forma diaria. Conteo de las reuniones y tipos de estas, desarrolladas de forma anual
	Largo plazo	Aumentar la capacidad del mercado	Alcanzar 164 anunciantes en las instalaciones del mercado Construir el segundo piso del mercado	Producto: se deberá de caracterizarse el servicio, por mantener la limpieza y la seguridad dentro de los ambientes Proceso: se deberá de iniciar con la preventa de los stands del segundo piso Producción: ofrecer un servicio de calidad	Cantidad de stands ocupados Cantidad de contratos cerrados para publicar en el mercado Cantidad de reuniones anuales	Conteo de contratos cerrados y stands ocupados de forma diaria. Conteo de las reuniones y tipos de estas, desarrolladas de forma anual

				<p>Planta: se deberá de empezar con el diseño para el segundo nivel del mercado</p> <p>Personas: Se deberán de desarrollar reuniones mensuales de confraternidad y capacitaciones de SST</p>	<p>Estado del proyecto de diseño del segundo nivel del mercado</p>	<p>% de avance en el diseño del segundo nivel del mercado</p>
--	--	--	--	--	--	---

VII. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

7.1 Misión

Somos un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel, encargados de brindar los mejores productos de primera necesidad dentro de nuestras modernas instalaciones, las cuales se encuentran con una adecuada infraestructura tecnológica y física, respondiendo a los estándares de salubridad, correcta comercialización, sostenibilidad y responsabilidad ambiental y social, reflejando nuestro compromiso del desarrollo de nuestro distrito.

7.2 Visión

Para el año 2025 ser el mercado de abastos minoristas más importante de la región, representados por el liderazgo de una correcta comercialización de los productos de primera necesidad a los ciudadanos, bajo los estándares de calidad, modernización tecnológica, sostenibilidad ambiental, responsabilidad social y mejora continua.

7.3 Valores

Integridad: Ejercemos nuestras actividades de abastecimiento basándonos en acciones transparentes, justas y veraces, para cumplir con los principios éticos de la función pública.

Sostenibilidad: Desarrollamos una gestión sostenible, que posee la capacidad de adaptarse a los cambios y afrontar los desafíos que se puedan presentar.

Responsabilidad: Comprometidos en disponer un alto grado de responsabilidad cumpliendo con satisfacer las necesidades de los clientes.

Calidad: Garantizar seguridad y excelencia en los productos ofertados cumpliendo con los estándares que respondan a un alto grado de satisfacción a los requerimientos de nuestros clientes, por esta razón estamos enfocados en brindar un excelente servicio.

7.4 Modelo y estructura organizacional

El tipo de estructura, que ha conformado a la presente organización, ha correspondido a ser lineal, debido a que se ha basado en un proceso de jerarquías, la cual promueve el desarrollo de una comunicación transversal y longitudinal, por parte de los colaboradores.

7.5 Modelo de organización

Organigrama

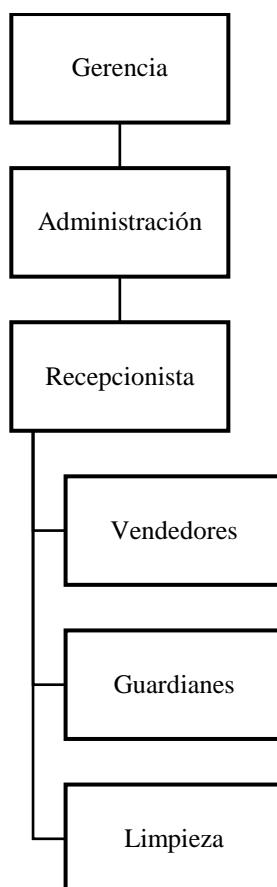


Ilustración 7 Organigrama de la futura empresa

Fuente: Elaboración propia

Administrador:

Objetivo del Puesto:

Planificar la rentabilidad y crecimiento de la empresa.

Desarrollar la estrategia adecuadas y liderar la realización de los objetivos de la organización.

Funciones:

Conseguir oportunidades de negocio e incrementar los ingresos.

Monitorear el correcto desempeño de las diferentes gerencias.

Analizar todos los reportes de los resultados de la empresa.

Garantizar el crecimiento y rentabilidad de la empresa.

Participar de comités comerciales.

Perfil y competencias:**Formación:**

Egresado de Administración de Empresas

Experiencia mínima de 5 años desempeñando el puesto.

Maestría de preferencia.

Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.

Competencias:

Liderazgo.

Pensamiento crítico y estratégico.

Innovación y creatividad.

Construcción de relaciones de negocios.

Franqueza, confiabilidad e integridad.

Recepcionista**Objetivo del Puesto:**

Encargado de atender la central telefónica y a clientes, en forma presencial o virtual.

Funciones:

Manejo de central telefónica.

Recibir y organizar documentos.

Coordinación de reuniones.

Atención de quejas y reclamos de los usuarios.

Perfil y Competencias**Formación:**

Egresado de la Carrera de Secretariado, Administración o Marketing.

Experiencia mínima de un año desempeñando el puesto.

Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.

Competencias:

Proactividad.

Capacidad de trabajo en equipo.

Colaboración.

Aprendizaje continuo.

Búsqueda de información.

Manejo de relaciones de negocio.

Orientación al servicio.

Orientación al cliente.

Vendedores

Objetivo del Puesto:

Encargado de colocar los puestos comerciales

Funciones:

Confirmar la venta del puesto comercial generados por las órdenes de clientes.

Coordinación permanente con los agentes de servicio.

Cobrar los alquileres a los comerciantes.

Perfil y Competencias:

Formación:

Estudios técnicos y superiores de preferencia.

Experiencia mínima de un año desempeñando puestos similares.

Competencias

Trato amable.

Proactividad.

Comunicación.

Colaboración.

Trabajo en equipo.

Orientación de servicio.

7.6 Requerimiento del personal

Tabla 28 Requerimiento del puesto

REQUERIMIENTO DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Gerente Administrativo
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa, desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Administrador de empresas
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros.	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/.
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Si
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Tabla 29 Requerimiento del puesto 2

REQUERIMIENTO DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Recepcionista
Administrativo Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Encargado de atender la central telefónica y a clientes, en forma presencial o virtual.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Técnico – Egresado de la Carrera de Secretariado, Administración o Marketing
Experiencia	Mínimo 1 año
Otros.	Conocimiento MS Office nivel intermedio
Habilidades	Capacidad de negociación. Proactividad. Búsqueda de información. Capacidad de trabajo en equipo. Tolerancia a la presión. Manejo o de relaciones de negocio. Orientación al servicio. Orientación al cliente
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/.
Ubicación Fijación	Atención al cliente
Beneficios sociales	No
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Tabla 30 Requerimiento del puesto 3

REQUERIMIENTO DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Vendedor
Administrativo Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Encargado de colocar los puestos comerciales
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Técnico – Egresado de la Carrera de cocina
Experiencia	Mínimo 1 año
Habilidades	Proactividad, trato amable, comunicación, colaboración, orientación de servicio y trabajo en equipo.
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/.
Ubicación Fijación	cocina
Beneficios sociales	Si
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

7.7 Estrategias de reclutamiento

7.7.1 Selección

La selección del talento humano, corresponde a ser desarrollado por la secretaria/ contadora, en donde los requerimientos del personal deberán de ser establecidos por el sub director del mercado y el director del mercado. Para ello, se emplearán los medios de marketing del establecimiento, tales como los estacionamientos para los anuncios o los anuncios internos. Así mismo, el contratar

personal para el mercado, generará un impacto social positivo, en cuanto a las personas que laboran en la zona. Como parte del reclutamiento, corresponde a establecer medidas de capacitación y evaluación del desenvolvimiento dentro del trabajo.

Inducción

Como proceso de inducción, este será realizado por el personal que cuente con más tiempo dentro de la organización, con la finalidad de que se realice un recorrido por el mercado, que dure un promedio de 30 minutos. Así mismo, se procederá con realizar una charla de inducción, para poder informar acerca de las labores que tendrán que ser realizadas por el nuevo personal contratado. Como medida final, estos serán escogidos por el sub director del mercado.

7.7.2 Integración

En relación a la integración, se puede decir que serán realizados 12 reuniones de confraternidad, en el transcurso de un periodo anual, con la finalidad de que se puedan desarrollar mejores lazos y mejorar de esta forma, la comunicación transversal y longitudinal.

2.1.1. Desarrollo

Con respecto al plan de capacitación, se puede señalar que este será desarrollado en un promedio de tres veces anuales, en donde no sólo se verán involucrados al personal administrativo, sino a los comerciantes que laboran dentro de las instalaciones. Así mismo, es pertinente señalar el hecho que esta charla será ofrecida por un ingeniero de seguridad, con la finalidad de que no sólo se encargue de brindar capacitación a todo el personal de planta, sino que pueda detectar las deficiencias, en cuanto a medidas de seguridad, con respecto a las instalaciones con las que cuenta el mercado de abastos. El costo de cada capacitación, será de S/1000.00 nuevos soles.

2.1.2. Retención del capital humano

En relación a los incentivos, corresponderá a ofrecer aumentos de sueldo, cuando se hayan realizado horas extra dentro del establecimiento o cuando se haya requerido trabajar en días festivos. Así mismo, una de las estrategias de marketing interno que se pretenden emplear, es el hecho de reconocer el esfuerzo del mejor colaborador del mes, mediante un día libre, el cual podrá ser escogido por el colaborador y podrán ser acumulativos, aparte de sus vacaciones correspondientes. De igual forma, esto se verá complementado con un regalo que será ofrecido por la secretaria, al colaborador y el reconocimiento de colocar su imagen a la entrada del establecimiento.

2.1.3. Flujograma general de la creación

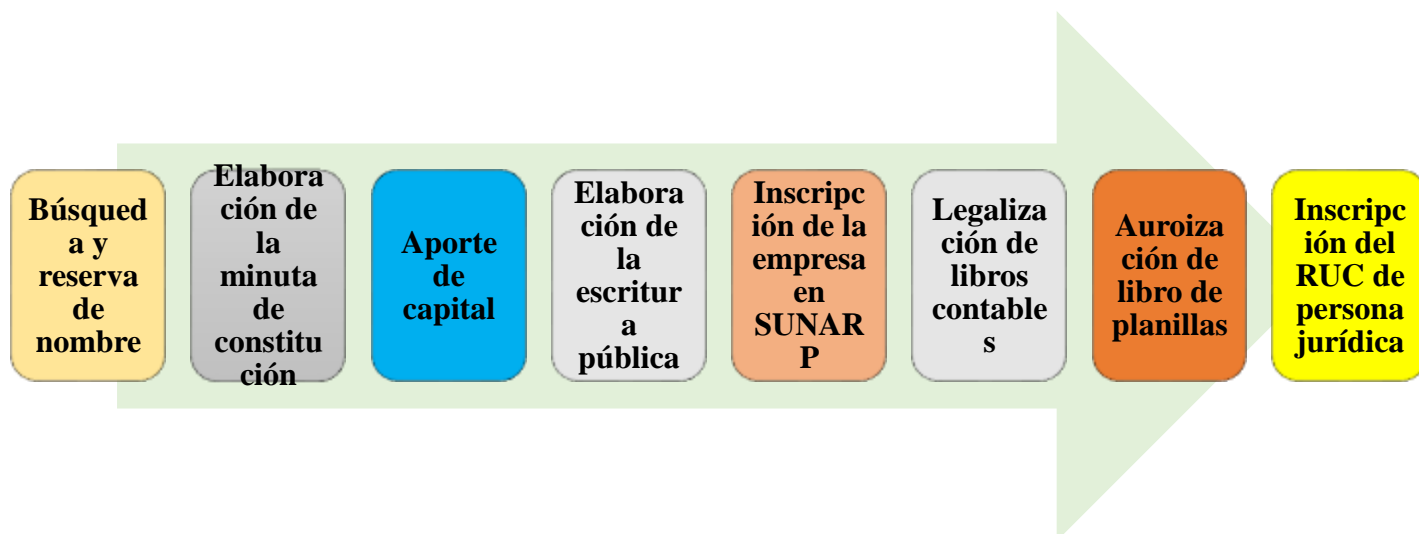


Ilustración 8 Verificación y registro de la futura empresa

Verificación y registro de la futura empresa:

El nombre de la empresa, deberá de ser reservado, con la finalidad de que se pueda evitar algún inconveniente, en cuanto al registro del nombre de la misma. Además de ello, este trámite no resulta ser obligatorio; sin embargo, es recomendable. Esta verificación es desarrollada por el registrador público, y tendrá la finalidad de detectar semejanzas, en cuanto al nombre.

Minuta:

Señor notario

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de empresa individual de responsabilidad limitada, que otorga: **Karla Lucía Quevedo Quiroz**, de nacionalidad **Peruana**, con documento de identidad número **73960218**, ocupación: **Licenciado en administración de empresas**, estado civil: **Soltera**, señalando domicilio para efectos de este instrumento en **Avenida Unión #091 Urbanización Quiñonez**, en los términos siguientes:

Primera. - por el presente, **Karla Lucía Quevedo Quiroz**: constituye una empresa individual de responsabilidad limitada bajo la denominación de: **Nuevo mercado de abastos del distrito de Pimentel S.R.L**, con domicilio en **Av. Miguel Grau**, provincia

de *Pimentel*, 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: **Venta de productos comestibles y no comestibles**, 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 **s/. 100,000.00 s/. (Cincuenta mil y 00/100 nuevos soles)**, 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. –*Karla Lucía Quevedo Quiroz* identificada con DNI n° **73960218** 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 *Isis Aynett Quiroz Guevara*, identificado con documento de identidad **DNI**, con número: **73960218** quien tendrá las mismas facultades que el gerente.

Pimentel, 13/ 11 /2020

Estructura de Constitución

Mediante esta, se tiene la posibilidad de poder seleccionar a los socios de la empresa, con respecto a un documento legalizado y acreditado, con la finalidad de que se puedan enmendar, mediante una escritura pública, siendo complementada con un informe detallado y valorizado.

Escritura

Corresponde a ser desarrollada, después de que se ha procedido con la constitución de la empresa. Así mismo, se procederá a asistir a un notario, con la finalidad de que esta sea verificada. De esta manera, es como se podrá conformar la escritura pública de constitución, mediante la cual, el documento deberá de estar firmado y sellado por un notario.

Registro de SUNARP

Con el apoyo de este organismo, es que se podrá registrar a una empresa, con un asiento registral de inscripción de la misma. En un plazo no mayor a las 24 horas, es que se procederá a contar con la inscripción de la empresa, como persona jurídica.


Legalización de los libros contables

Antes de proceder con la legalización de los libros contables, es que se tendrá que contar con un RUC, lo que llega a identificar a una persona jurídica, como aquella que desarrollar alguna actividad económica. Este es emitido por la SUNAT.

Autorización del libro de planillas

Después de la legalización de los libros contables de planillas, se procederá a asistir a la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, con las hojas enumeradas, con la constancia de pago por tasa y con una copia de la inscripción del RUC.

Licencia de funcionamiento:

	FORMATO 003	SOLICITUD LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL	SELLO Y FIRMA DE RECEPCIÓN	
A. MODALIDAD DE TRÁMITE QUE SOLICITA				
1	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO INDETERMINADA	3	MODIFICACION LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	
2	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO TEMPORAL	4	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS	
5	OTROS ESPECIFICAR			
B. DATOS DEL SOLICITANTE				
B.1. DEL TITULAR				
APELLIDOS Y NOMBRES / RAZON SOCIAL		RUC	TELEFONO / FAX	
URBANIZAC./A.H. UNIDAD VECINAL / A.P.V./ETC		AV./R.CA.PSJE,ETC	Nº , KM, MZ	INT.DPTO.
B.2. DEL REPRESENTANTE LEGAL				
APELLIDOS Y NOMBRES / RAZON SOCIAL		RUC	TELEFONO / FAX	
URBANIZAC./A.H. UNIDAD VECINAL / A.P.V./ETC		AV./R.CA.PSJE,ETC	Nº , KM, MZ	INT.DPTO.
C. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO				
NOMBRE COMERCIAL				
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO				
URBANIZACIÓN / A.H. UNIDAD VECINAL/ APV/ ETC		AV., JR., CA., PSJE., ETC	Nº , KM, MZ	INT.DPTO.
TIPO DE ACTIVIDAD			HORARIO DE ATENCIÓN	
COMERCIAL	OTRO	DESDE:	HASTA:	
SERVICIOS	Especificar:	GIRO DEL NEGOCIO		AREA
INDUSTRIAL				
D. DOCUMENTOS PRESENTADOS (ANEXOS)				
1	COPIA LEGIBLE DEL DNI o CARNÉ DE EXTRANJERÍA	2	VIGENCIA DE PODER DEL REPRESENTANTE LEGAL, SI ES PERSONA JURIDICA DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD O INSPECCIÓN TECNICA DE DETALLE O MULTIDISCIPLINARIA SEGÚN CORRESPONDA	
3	CARTA PODER CON FIRMA LEGALIZADAS SI ES PERSONA NATURAL	4	COPIA SIMPLE DEL TITULO PROFESIONAL EN EL CASO DE SERVICIOS RELACIONADOS CON LA SALUD	
5	AUTORIZACIÓN SECTORIAL DE SER EL CASO. Especificar:	6	OTROS Especificar:	
7	TASA DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO S/.			
E. OBSERVACIONES A DOCUMENTACIÓN PRESENTADA (ART.125 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMISNITRATIVO GENERAL)				
1		2		
3		4		
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EXPRESAN LA VERDAD				
PIÑEYRO DE _____ DEL 20 _____		NOTA: En caso de no cumplir con presentar la documentación observada en el plazo de dos (02) días hábiles, se tendrá como no presentada su petición (Art. 125º Ley 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General) IMPORTANTE - La Municipalidad tiene la facultad de exigir al contribuyente mayor información y efectuar la fiscalización posterior de conformidad con el Art. 32º de la Ley de Procedimiento Administrativo General Ley 27444 - La presente solicitud tiene efectos solo para trámites realizados en la Municipalidad Distrital de Piñeyro. - La entrega de la Licencia de Funcionamiento esta sujeta al resultado de la Inspección Conjunta. (El presente formato tiene carácter de declaración jurada)		
FIRMA				
NOMBRES Y APELLIDOS				
DNI				

2.2. Estrategias para el desarrollo y dirección del capital humano y gestión de conocimiento

Para poder desarrollar las estrategias de desarrollo y dirección del capital humano, se ha procedido a analizar de forma inicial a la organización, con la finalidad de que se pueda ofrecer una mejora en el clima organizacional, es de esta forma, en la que, al evaluar las competencias de los colaboradores, se analizará la selección que se ha tenido de los mismos y será contrastado con la gestión de las retribuciones salariales de estos. En base a ello, es que se procederá a evaluar el rendimiento mensual que han tenido estos, con la finalidad de proceder con una selección de ascensos y descensos dentro de la organización, de forma anual y en base al rendimiento de los mismos. Posterior a ello, se procederá a formar a todos los colaboradores, dentro de las reuniones de confraternidad que serán desarrolladas cada mes y en las capacitaciones de seguridad, en la que cada uno recibirá su certificado de charla o capacitación. Esto se verá complementado con el mantenimiento de la comunicación interna, tanto transversal como longitudinal.

2.2.1. Sistema de retribución e incentivos al trabajador

Plan de reconocimientos e incentivos. Dentro de los reconocimientos que se esperan ofrecer, se encuentra el hecho de que los colaboradores con mejor rendimiento, recibirán un día libre, un regalo sorpresa y una imagen enmarcada, que será colgada a la entrada del mercado.

Plan de escala salarial. Al contar con una estructura de tipo transversal, la escala salarial, depende del puesto en el que se encuentre el colaborador, dependiendo del cronograma de la empresa. Sin embargo, existe la posibilidad, dentro de los puestos administrativos, que se pueda alcanzar un ascenso, siendo evaluado ello, de forma anual.

2.2.2. Estrategia de administración del personal

Plan de capacitaciones y motivaciones. Corresponde a la realización de charlas de capacitación, las cuales serán desarrolladas en tres oportunidades, con la finalidad de ahondar en temas de seguridad y/o uso correcto de técnicas de control de masa, ante riesgo de desastres. Además de ello, se verá complementado con charlas de confraternidad, en donde las reuniones podrán verse reemplazadas por la contratación de algún capacitador, en miras del desarrollo profesional de los colaboradores. Este tipo de reuniones, serán realizadas en doce oportunidades anuales, desarrollando de esta forma, la mejoría de los lazos entre los colaboradores y la mejora en la comunicación transversal y longitudinal.

Plan de protección de la vida y la salud. Las charlas de seguridad serán recibidas en tres oportunidades, el tiempo de duración será de una hora y serán emitidas a todos los colaboradores y comerciantes dentro de la empresa. Es de esta forma, en donde un ingeniero de seguridad, será el encargado de proceder con la realización de temas que tienen que ver con EEP's, seguridad en el trabajo, control de masas, señalización entre otros temas relacionados.

2.3. Viabilidad estratégica

El presente proyecto, contará con viabilidad organizacional, debido a que se alcanzará a desarrollar charlas de capacitación, tanto para el personal organizacional, como para los comerciantes, con la finalidad de que se pueda ahondar en desarrollar las habilidades que les permitirá ofrecer un mejor rendimiento laboral. Así mismo, se contará con la aplicación de técnicas de administración interna, en donde se mejorará la calidad de la comunicación interna.

Cuadro OMEM organizacional
ESTUDIO ORGANIZACIONAL
OBJETIVO – META – ESTRATEGIA Y MEDICIÓN DE LA META (OMEM)

VENTAJA ESTRATÉGICA DE INNOVACIÓN	ESTRATEGIA DEL ESTUDIO TÉCNICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO (META)	ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES	INDICADORES	MEDICIÓN DEL INDICADOR PARA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO
Este centro recreativo contara con un invernadero donde se muestran diversas especies de flores y plantas de todos los tipos de colores y aromas esto hará que los visitantes experimenten diferentes sensaciones, como este proyecto estará ubicado en la sierra podrán escuchar el sonido de la cascada, el viento y oler	Corto plazo	Reclutar trabajadores comprometidos	Reclutar a la totalidad de trabajadores del medio local	<p>Estrategias de administración de personas: reclutar a personal de la zona, mediante anuncios publicitarios dentro de la misma localidad</p> <p>Estrategias de dirección de personas: establecer estrategias para manejo de personal</p> <p>Responsabilidad social de la organización: El personal contratado local,</p>	<p>Estrategias de administración de personas: contar como preguntar más primordial, el hecho de que sean de la zona local</p> <p>Estrategias de dirección de personas: Desarrollar programas de capacitación</p> <p>Responsabilidad social de la organización:</p>	<p>Cantidad de trabajadores foráneos</p> <p>Cantidad de capacitaciones anuales</p> <p>Matriz de impacto socio económico</p>

<p>flores de la vegetación y al mismo tiempo podrán hacer uso de las canchas deportiva donde podrán realizar distintas actividades físicas en medio de la naturaleza que rodea el lugar .</p>				<p>corresponde a un aporte económico positivo</p> <p>Gestión por procesos: ofrecer charlas de capacitación social y destacar la importancia de la valoración de contratar personal local</p>	<p>Alcanzar que la totalidad del personal, deba de ser del área local</p> <p>Gestión por procesos: al menos dos a tres charlas, deberán de ser realizadas respecto al aporte social de la empresa</p>	<p>Cantidad de charlas técnicas</p>
	<p>Mediano plazo</p>	<p>Mejorar la capacidad técnica de los colaboradores</p>	<p>Desarrollar charlas técnicas y organizacionales</p>	<p>Estrategias de administración de personas: recolectar información acerca de los temas que se esperan tratar en las reuniones de confraternidad</p> <p>Estrategias de dirección de personas: Mejorar la comunicación interna y externa</p>	<p>Estrategias de administración de personas: aplicar las recomendaciones del personal, respecto a las reuniones de confraternidad</p> <p>Estrategias de dirección de personas: Desarrollar charlas para la capacitación interna</p>	<p>Cantidad de charlas desarrolladas en cuestión de temas expuestos por los colaboradores }</p> <p>Medir el nivel de comunicación interna, por medio de encuesta</p>

				<p>Responsabilidad social de la organización: Responsabilidad en ahorro de energía, autorregulación de residuos y reciclaje</p> <p>Gestión por procesos: las charlas deberán de contar con asistencia de la totalidad del personal</p>	<p>Responsabilidad social de la organización: incorporar tres charlas anuales sobre temas ambientales</p> <p>Gestión por procesos: todo el personal deberá de dejar sus funciones en los días programados para asistir a las charlas realizadas por la organización</p>	<p>Contabilizar mensualmente las charlas realizadas y el tema tratado</p> <p>Contabilizar a la cantidad de trabajadores que han asistido a las charlas</p>
	Largo plazo	Mejorar la capacidad técnica de los alquilantes	Desarrollar charlas técnicas y organizacionales	<p>Estrategias de administración de personas: recolectar información acerca de los temas que se esperan tratar en las reuniones de confraternidad</p>	<p>Estrategias de administración de personas: aplicar las recomendaciones del personal, respecto a las reuniones de confraternidad</p>	Cantidad de charlas desarrolladas en cuestión de temas expuestos por los colaboradores

				<p>Estrategias de dirección de personas: Mejorar la comunicación interna y externa</p> <p>Responsabilidad social de la organización: Responsabilidad en ahorro de energía, autorregulación de residuos y reciclaje</p> <p>Gestión por procesos: las charlas deberán de contar con asistencia de la totalidad del personal</p>	<p>Estrategias de dirección de personas: Desarrollar charlas para la capacitación interna</p> <p>Responsabilidad social de la organización: incorporar tres charlas anuales sobre temas ambientales</p> <p>Gestión por procesos: todo el personal deberá de dejar sus funciones en los días programados para asistir a las charlas realizadas por la organización</p>	<p>Medir el nivel de comunicación interna, por medio de encuesta</p> <p>Contabilizar mensualmente las charlas realizadas y el tema tratado</p> <p>Contabilizar a la cantidad de trabajadores que han asistido a las charlas</p>
--	--	--	--	--	--	---

Estudio económico y financiero

El proyecto de inversión para la construcción de un nuevo mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel va dirigido a la población 49,183 habitantes de dicho distrito, por medio de comerciantes que deseen adquirir por medio del alquiler los 176 puestos disponibles.

3.1. Proyecciones: Producción del servicio a 5 años

Tabla 31 Producción del servicio a 5 años

PROYECCIÓN DE VENTAS					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Alquiler de stand	S/ 2040000.0 0	S/ 2040000.0 0	S/ 2040000.0 0	S/ 2040000.0 0	S/ 2040000.0 0
Alquiler de estacionamiento	S/ 2336000.0 0	S/ 2803200.0 0	S/ 3118560.0 0	S/ 3118560.0 0	S/ 3118560.0 0
Alquiler de SS.H..	S/ 584000.00	S/ 700800.00	S/ 876000.00	S/ 876000.00	S/ 876000.00
Alquiler de anuncios publicitarios	S/ 360000.00	S/ 480000.00	S/ 600000.00	S/ 600000.00	S/ 600000.00
	S/ 3280000.0 0	S/ 3984000.0 0	S/ 4594560.0 0	S/ 4594560.0 0	S/ 4594560.0 0

Fuente: Elaboración propia

3.2. Costos directos, indirectos, fijos y variables

Tabla 32 Costos directos

COSTOS DIRECTOS					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
SRV. DE ALQUILER DE STAND	S/ 612000. 00	S/ 612000. 00	S/ 612000. 00	S/ 612000. 00	S/ 612000. 00
SRV. DE ALQUILER DE ESTACIONAMIENTO	S/ 233600. 00	S/ 280320. 00	S/ 311856. 00	S/ 311856. 00	S/ 311856. 00
SRV. DE ALQUILER DE SS.HH.	S/ 175200. 00	S/ 210240. 00	S/ 262800. 00	S/ 262800. 00	S/ 262800. 00
SRV. DE ALQUILER DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	S/ 36000.0 0	S/ 48000.0 0	S/ 60000.0 0	S/ 60000.0 0	S/ 60000.0 0
Personal	S/ 390000. 00	S/ 390000. 00	S/ 390000. 00	S/ 390000. 00	S/ 390000. 00
	S/ 1446800 .00	S/ 1540560 .00	S/ 1636656 .00	S/ 1636656 .00	S/ 1636656 .00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Gasto de ventas					
Publicidad	S/ 24000.00	S/ 24000.00	S/ 24000.00	S/ 24000.00	S/ 24000.00
Afiches	S/ 1500.00	S/ 1500.00	S/ 1500.00	S/ 1500.00	S/ 1500.00
Volantes	S/ 1980.00	S/ 1980.00	S/ 1980.00	S/ 1980.00	S/ 1980.00
Otros servicios					
Gestión ambiental (SST)	S/ 12000.00	S/ 12000.00	S/ 12000.00	S/ 12000.00	S/ 12000.00
Charlas de capacitación	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00
Reuniones de confraternidad	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00
Mantenimiento					
Energía de servicios generales	S/ 60000.00	S/ 60000.00	S/ 60000.00	S/ 60000.00	S/ 60000.00
Reparaciones	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Mantenimiento de equipos	S/ 1800.00	S/ 1800.00	S/ 1800.00	S/ 1800.00	S/ 1800.00
Servicios básicos					
Compra de bienes administrativos	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00
	S/ 112080.00	S/ 112080.00	S/ 112080.00	S/ 112080.00	S/ 112080.00
	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Costos de producción del bien

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL BIEN	
SERVICIOS	ANO 1
SRV. DE ALQUILER DE STAND	S/ 850.00
SERVICIOS (20%)	S/ 170.00
LIMPIEZA (10%)	S/ 85.00
GANANCIA (70%)	S/ 595.00
SRV. DE ALQUILER DE ESTACIONAMIENTO	S/ 2.00
LIMPIEZA (10%)	S/ 0.20
GANANCIA (90%)	S/ 1.80
SRV. DE ALQUILER DE SS.HH.	S/ 1.00
SERVICIOS (20%)	S/ 0.20
LIMPIEZA (10%)	S/ 0.10
GANANCIA (70%)	S/ 0.70
SRV. DE ALQUILER DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	S/ 1000.00
LIMPIEZA (10%)	S/ 100.00
GANANCIA (90%)	S/ 900.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Proyección del mantenimiento preventivo

PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
SRV. DE ALQUILER DE STAND	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0
SRV. DE ALQUILER DE ESTACIONAMIENTO	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0
SRV. DE ALQUILER DE SS.HH.	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0
SRV. DE ALQUILER DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0	S/ 1200.0 0
	S/ 3600.0 0	S/ 3600.0 0	S/ 3600.0 0	S/ 3600.0 0	S/ 3600.0 0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Proyección de los activos fijos

PROYECCIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
SRV. DE ALQUILER DE STAND	S/ 23900. 00	S/ 25100. 00	S/ 25100. 00	S/ 25100. 00	S/ 25100. 00
SRV. DE ALQUILER DE ESTACIONAMIENTO	S/ 11200. 00	S/ 12400. 00	S/ 12400. 00	S/ 12400. 00	S/ 12400. 00
SRV. DE ALQUILER DE SS.HH.	S/ 11160. 00	S/ 12360. 00	S/ 12360. 00	S/ 12360. 00	S/ 12360. 00
SRV. DE ALQUILER DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	S/ 11140. 00	S/ 12340. 00	S/ 12340. 00	S/ 12340. 00	S/ 12340. 00
	S/ 33500. 00	S/ 37100. 00	S/ 37100. 00	S/ 37100. 00	S/ 37100. 00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Proyección de la gestión ambiental

PROYECCIÓN DE LA GESTIÓN AMBIENTAL					
SERVICIOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
GESTIÓN AMBIENTAL					
COMRA DE EPP	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00
COMPRA DE SEÑALIZACIÓN	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00	S/ 1200.00
DISPOSICIÓN FINAL DE RESIDUOS	S/ 9600.00	S/ 9600.00	S/ 9600.00	S/ 9600.00	S/ 9600.00
	S/ 12000.0 0	S/ 12000.0 0	S/ 12000.0 0	S/ 12000.0 0	S/ 12000.0 0

Fuente: Elaboración propia

3.3. Presupuesto

Tabla 38 Inversión fija tangible

Inversión Fija Tangible	Cantidad	P.U.	Monto	Total
Terreno				S/ 3823000.00
Estudio de suelos	1	S/ 10000.00	S/ 10000.00	
Demolición	2500	S/ 45.00	S/ 112500.00	
Trazo y nivelación	2500	S/ 30.00	S/ 75000.00	
Nueva construcción	5000	S/ 200.00	S/ 1000000.00	
Construcción de losa de entepiso	2500	S/ 300.00	S/ 750000.00	
Instalación de drenajes	1	S/ 30000.00	S/ 30000.00	
Instalación agua potable	1	S/ 65000.00	S/ 65000.00	
Instalación eléctrica	1	S/ 30500.00	S/ 30500.00	
Acabados	5000	S/ 350.00	S/ 1750000.00	
Maquinaria				S/ 80000.00
Congeladora industrial	8	S/ 10000.00	S/ 80000.00	
Otros				S/ 65000.00
Herramientas y equipos	1	S/ 20000.00	S/ 20000.00	
Mobiliario	1	S/ 30000.00	S/ 30000.00	
Equipo de cómputo	3	S/ 5000.00	S/ 15000.00	
				S/ 3968000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39 Inversión activo intangible

Inversión Activo Intangible	Cantidad	P.U.	Monto	Total
Asesoría de abogado	1	360	S/ 360.00	
Elaboración de la minuta	1	S/ 48.00	S/ 48.00	
Escritura publica	1	S/ 250.00	S/ 250.00	
Ingresos a registros públicos	1	S/ 50.00	S/ 50.00	
Registro de marca	1	S/ 1200.00	S/ 1200.00	
Inscripción en registros públicos	1	S/ 80.00	S/ 80.00	
licencia de funcionamiento	1	S/ 602.50	S/ 602.50	
legalización de libro contable	1	S/ 34.80	S/ 34.80	
Sistema informático y pagina web	1	S/ 2400.00	S/ 2400.00	
				S/ 5025.30

Fuente: Elaboración propia

FLUJO NETO ANTES DE IMPTO.	-3973025.3	960014.94	1573854.94	2088318.94	2088318.94	2088318.94
IMPTO. (28%)	1112447.084	268804.1832	440679.3832	584729.3032	584729.3032	584729.3032

PRESTAMO	1072957.9					
AMORTIZACION PRESTAMO		312696.4237	350219.9946	392246.3939	439315.9612	492033.8765
INTERESES		210210.0243	172686.4534	130660.0541	83590.48679	30872.57144
ESCUDO FISCAL POR INTERESES		58858.80679	48352.20696	36584.81514	23405.3363	8644.320005

3.4. Balance inicial

Tabla 40 Balance inicial

PERIODO	0
INGRESOS	0
VENTAS	
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS	
VALOR RESIDUAL CAPITAL DE TRABAJO	
EGRESOS	3973025.3
INVERSION:	3973025.3
TANGIBLES	3968000
INTANGIBLES	5025.3
CAPITAL DE TRABAJO	0
DEPRECIACION TANGIBLES	
AMORTIZACION INTANGIBLE	
COSTOS DIRECTOS	
COSTOS INDIRECTOS	
GASTOS OPERATIVOS	0
FLUJO NETO ANTES DE IMPTO.	-3973025
IMPTO. (28%)	1112447.1
FLUJO ECONOMICO	-5085472
DEPRECIACION	0
AMORTIZACION	0
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-5085472
PRESTAMO	1072957.9
AMORTIZACION PRESTAMO	
INTERESES	
ESCUDO FISCAL POR INTERESES	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	
ACUMULADO	-4012514

3.5. Estructura de inversión

Tabla 41 Depreciación de tangible

DEPRECIACIÓN DE TANGIBLE					
BIEN	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Terreno					
Estudio de suelos	S/ 2000.00	S/ 2000.00	S/ 2000.00	S/ 2000.00	S/ 2000.00
Demolición	S/ 22500.00	S/ 22500.00	S/ 22500.00	S/ 22500.00	S/ 22500.00
Trazo y nivelación	S/ 15000.00	S/ 15000.00	S/ 15000.00	S/ 15000.00	S/ 15000.00
Nueva construcción	S/ 200000.00	S/ 200000.00	S/ 200000.00	S/ 200000.00	S/ 200000.00
Construcción de losa de entepiso	S/ 150000.00	S/ 150000.00	S/ 150000.00	S/ 150000.00	S/ 150000.00
Instalación de drenajes	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00
Instalación agua potable	S/ 13000.00	S/ 13000.00	S/ 13000.00	S/ 13000.00	S/ 13000.00
Instalación eléctrica	S/ 6100.00	S/ 6100.00	S/ 6100.00	S/ 6100.00	S/ 6100.00
Acabados	S/ 350000.00	S/ 350000.00	S/ 350000.00	S/ 350000.00	S/ 350000.00
Maquinaria					
Congeladora industrial	S/ 16000.00	S/ 16000.00	S/ 16000.00	S/ 16000.00	S/ 16000.00
Otros					
Herramientas y equipos	S/ 4000.00	S/ 4000.00	S/ 4000.00	S/ 4000.00	S/ 4000.00
Mobiliario	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00	S/ 6000.00
Equipo de cómputo	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00	S/ 3000.00
	S/ 793600.00	S/ 793600.00	S/ 793600.00	S/ 793600.00	S/ 793600.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42 Depreciación de intangible

DEPRECIACIÓN DE INTANGIBLE					
BIEN	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Asesoría de abogado	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 72.00
Elaboración de la minuta	S/ 9.60	S/ 9.60	S/ 9.60	S/ 9.60	S/ 9.60
Escritura publica	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00
Ingresos a registros públicos	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Registro de marca	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00
Inscripción en registros públicos	S/ 16.00	S/ 16.00	S/ 16.00	S/ 16.00	S/ 16.00
licencia de funcionamiento	S/ 120.50	S/ 120.50	S/ 120.50	S/ 120.50	S/ 120.50
legalización de libro contable	S/ 6.96	S/ 6.96	S/ 6.96	S/ 6.96	S/ 6.96
Sistema informático y pagina web	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00	S/ 480.00
	S/ 1005.06	S/ 1005.06	S/ 1005.06	S/ 1005.06	S/ 1005.06

Fuente: Elaboración propia

3.6. Estado de ganancias y pérdidas proyectadas

Tabla 43 Estado de ganancias y pérdidas proyectadas

PERIODO	0	1	2	3	4	5
ACUMULADO	-4012514.484	-4858309.268	-3735640.311	-2243818.066	-753407.9085	735420.712

Fuente: Elaboración propia

El estado de ganancias y pérdidas, especifica que hasta el año 4 de operación, se estará contando con pérdida por parte del establecimiento, en el que para el año 5, se estaría recuperando la totalidad de la inversión, pagando el préstamo en su totalidad, y alcanzado una ganancia total de S/ 735 420.71

3.7. Balance inicial proyectado a un año

Tabla 44 Balance inicial proyectado a un año

PERIODO	0	1
INGRESOS	0	3313500
VENTAS		3280000
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS		33500
VALOR RESIDUAL CAPITAL DE TRABAJO		
EGRESOS	3973025.3	2353485.1
INVERSION:	3973025.3	0
TANGIBLES	3968000	
INTANGIBLES	5025.3	
CAPITAL DE TRABAJO	0	
DEPRECIACION TANGIBLES		793600
AMORTIZACION INTANGIBLE		1005.06
COSTOS DIRECTOS		1446800
COSTOS INDIRECTOS		112080
GASTOS OPERATIVOS	0	1558880
FLUJO NETO ANTES DE IMPTO.	-3973025	960014.94
IMPTO. (28%)	1112447.1	268804.18
FLUJO ECONOMICO	-5085472	691210.76
DEPRECIACION	0	793600
AMORTIZACION	0	1005.06
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-5085472	691210.76
PRESTAMO	1072957.9	
AMORTIZACION PRESTAMO		312696.42
INTERESES		210210.02
ESCUDO FISCAL POR INTERESES		58858.807
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		464047.64
ACUMULADO	-4012514	-4858309

Fuente: Elaboración propia

Al analizar la realidad expuesta, al periodo de un año, se alcanzará a contar con una deuda total de S/6 098 639.19 nuevos soles.

3.8. Servicio de la deuda método francés

TEA	12.00%	BCP
NPER	5 años	
NPER ACTUAL	60 meses	

IM	0.95%	TEM
-----------	-------	-----

AÑO	AMORTIZACION	INTERES
1	S/382,507.99	S/257,140.82
2	S/428,408.95	S/211,239.86
3	S/479,818.03	S/159,830.79
4	S/537,396.19	S/102,252.62
5	S/601,883.73	S/37,765.08

Tabla 45 Servicio de la deuda método francés

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				S/1,986,512.65
1	S/43,575.54	S/18,849.61	S/24,725.93	S/1,961,786.72
2	S/43,575.54	S/18,614.99	S/24,960.55	S/1,936,826.17
3	S/43,575.54	S/18,378.14	S/25,197.39	S/1,911,628.78
4	S/43,575.54	S/18,139.05	S/25,436.49	S/1,886,192.29
5	S/43,575.54	S/17,897.69	S/25,677.85	S/1,860,514.44
6	S/43,575.54	S/17,654.04	S/25,921.50	S/1,834,592.94
7	S/43,575.54	S/17,408.07	S/26,167.46	S/1,808,425.47
8	S/43,575.54	S/17,159.77	S/26,415.76	S/1,782,009.71
9	S/43,575.54	S/16,909.12	S/26,666.42	S/1,755,343.29
10	S/43,575.54	S/16,656.09	S/26,919.45	S/1,728,423.85
11	S/43,575.54	S/16,400.66	S/27,174.88	S/1,701,248.96
12	S/43,575.54	S/16,142.80	S/27,432.74	S/1,673,816.23
13	S/43,575.54	S/15,882.50	S/27,693.04	S/1,646,123.18
14	S/43,575.54	S/15,619.72	S/27,955.82	S/1,618,167.37
15	S/43,575.54	S/15,354.46	S/28,221.08	S/1,589,946.29
16	S/43,575.54	S/15,086.67	S/28,488.87	S/1,561,457.42
17	S/43,575.54	S/14,816.35	S/28,759.19	S/1,532,698.23
18	S/43,575.54	S/14,543.46	S/29,032.08	S/1,503,666.15
19	S/43,575.54	S/14,267.98	S/29,307.56	S/1,474,358.59
20	S/43,575.54	S/13,989.88	S/29,585.65	S/1,444,772.93
21	S/43,575.54	S/13,709.15	S/29,866.39	S/1,414,906.55

22	S/43,575.54	S/13,425.76	S/30,149.78	S/1,384,756.77
23	S/43,575.54	S/13,139.67	S/30,435.87	S/1,354,320.90
24	S/43,575.54	S/12,850.87	S/30,724.67	S/1,323,596.23
25	S/43,575.54	S/12,559.33	S/31,016.21	S/1,292,580.02
26	S/43,575.54	S/12,265.02	S/31,310.51	S/1,261,269.51
27	S/43,575.54	S/11,967.93	S/31,607.61	S/1,229,661.90
28	S/43,575.54	S/11,668.01	S/31,907.53	S/1,197,754.37
29	S/43,575.54	S/11,365.24	S/32,210.29	S/1,165,544.08
30	S/43,575.54	S/11,059.61	S/32,515.93	S/1,133,028.14
31	S/43,575.54	S/10,751.07	S/32,824.47	S/1,100,203.68
32	S/43,575.54	S/10,439.60	S/33,135.93	S/1,067,067.74
33	S/43,575.54	S/10,125.18	S/33,450.35	S/1,033,617.39
34	S/43,575.54	S/9,807.78	S/33,767.76	S/999,849.64
35	S/43,575.54	S/9,487.37	S/34,088.17	S/965,761.46
36	S/43,575.54	S/9,163.91	S/34,411.63	S/931,349.84
37	S/43,575.54	S/8,837.39	S/34,738.15	S/896,611.69
38	S/43,575.54	S/8,507.76	S/35,067.77	S/861,543.91
39	S/43,575.54	S/8,175.01	S/35,400.53	S/826,143.39
40	S/43,575.54	S/7,839.10	S/35,736.43	S/790,406.95
41	S/43,575.54	S/7,500.01	S/36,075.53	S/754,331.42
42	S/43,575.54	S/7,157.69	S/36,417.84	S/717,913.58
43	S/43,575.54	S/6,812.13	S/36,763.40	S/681,150.18
44	S/43,575.54	S/6,463.29	S/37,112.24	S/644,037.93
45	S/43,575.54	S/6,111.14	S/37,464.39	S/606,573.54
46	S/43,575.54	S/5,755.65	S/37,819.89	S/568,753.65
47	S/43,575.54	S/5,396.79	S/38,178.75	S/530,574.90
48	S/43,575.54	S/5,034.52	S/38,541.02	S/492,033.88
49	S/43,575.54	S/4,668.81	S/38,906.73	S/453,127.15
50	S/43,575.54	S/4,299.63	S/39,275.91	S/413,851.24
51	S/43,575.54	S/3,926.95	S/39,648.59	S/374,202.65
52	S/43,575.54	S/3,550.73	S/40,024.81	S/334,177.84
53	S/43,575.54	S/3,170.94	S/40,404.59	S/293,773.25
54	S/43,575.54	S/2,787.55	S/40,787.98	S/252,985.27
55	S/43,575.54	S/2,400.52	S/41,175.01	S/211,810.26
56	S/43,575.54	S/2,009.82	S/41,565.71	S/170,244.54
57	S/43,575.54	S/1,615.42	S/41,960.12	S/128,284.42
58	S/43,575.54	S/1,217.26	S/42,358.27	S/85,926.15
59	S/43,575.54	S/815.34	S/42,760.20	S/43,165.94
60	S/43,575.54	S/409.59	S/43,165.94	S/0.00

Fuente: Elaboración propia

3.9. Presentación del flujo de caja

Tabla 46 Presentación del flujo de caja

PERIODO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	0	3313500	4021100	4631660	4631660	4631660
VENTAS		3280000	3984000	4594560	4594560	4594560
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS		33500	37100	37100	37100	37100
VALOR RESIDUAL CAPITAL DE TRABAJO						
EGRESOS	3973025.3	2353485.1	2447245.1	2543341.1	2543341.1	2543341.1
INVERSION:	3973025.3	0	0	0	0	0
TANGIBLES	3968000					
INTANGIBLES	5025.3					
CAPITAL DE TRABAJO	0					
DEPRECIACION TANGIBLES		793600	793600	793600	793600	793600
AMORTIZACION INTANGIBLE		1005.06	1005.06	1005.06	1005.06	1005.06
COSTOS DIRECTOS		1446800	1540560	1636656	1636656	1636656
COSTOS INDIRECTOS		112080	112080	112080	112080	112080
GASTOS OPERATIVOS	0	1558880	1652640	1748736	1748736	1748736
FLUJO NETO ANTES DE IMPTO.	-3973025	960014.94	1573854.9	2088318.9	2088318.9	2088318.9
IMPTO. (28%)	1112447.1	268804.18	440679.38	584729.3	584729.3	584729.3
FLUJO ECONOMICO	-5085472	691210.76	1133175.6	1503589.6	1503589.6	1503589.6
DEPRECIACION	0	793600	793600	793600	793600	793600
AMORTIZACION	0	1005.06	1005.06	1005.06	1005.06	1005.06
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-5085472	691210.76	1133175.6	1503589.6	1503589.6	1503589.6
PRESTAMO	1072957.9					
AMORTIZACION PRESTAMO		312696.42	350219.99	392246.39	439315.96	492033.88

INTERESES		210210.02	172686.45	130660.05	83590.487	30872.571
ESCUDO FISCAL POR INTERESES		58858.807	48352.207	36584.815	23405.336	8644.32
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		464047.64	474554.24	486321.63	499501.11	514262.13
ACUMULADO		-4012514	-4858309	-3735640	-2243818	-753407.9
						735420.71

Fuente: Elaboración propia

Como sea podido apreciar, para el año 5, se estaría llegando a recuperar la inversión realizada, alcanzando una ganancia para el año 5, de S/7335 420.71 nuevos soles.

3.10. Viabilidad financiera y económica

La viabilidad financiera y económica, ha sido demostrada al alcanzar una ganancia aproximada al año 5, de S/ 735 420.71, después de haber pagado la totalidad de la deuda, del 50% con una TEA del 12%.

3.11. Matriz marco lógico

	OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	Mejora de la calidad de vida de las personas, en cuanto a nivel socio económico de Pimentel	Mejora del entorno urbano Mejora de la percepción del orden y desarrollo social de los ciudadanos	Estadística de los establecimientos de venta de productos Encuesta socio económica del sector	Canales de venta en mejor estado
PROPÓSITO	Adecuación de los servicios de comercialización de los productos de primera necesidad	Reducción de más del 90% de salubridad en la población usuaria del mercado Reducción de la merma de productos Reducción del comercio ambulatorio de la zona	Registro de ventas Registro de los comerciantes en el mercado	Interés de las autoridades para poder mejorar las condiciones socio económicas del área local
COMPONENTES	Componente Suficiencia en infraestructura para la atención al público Componente Equipamiento y mobiliario en buen estado, para ofrecer un mejor servicio Componente Organización y conocimiento sobre la atención, buenas prácticas de salubridad y seguridad	1. El 100% de los comerciantes deberá de disponer de una infraestructura de calidad 2. El 100% de los equipos y mobiliario estará instalado de forma adecuada, y ofreciendo un servicio continuo 3. El 100% de los comerciantes se organiza para poder mejorar sus capacidades de gestión	Informes de funcionamiento Informes de calidad de servicio Informes de mantenimiento	Disposición de una adecuada infraestructura que podrá gozar de equipos y mobiliario adecuado, usado de forma eficiente por las habilidades técnicas de los comerciantes, con la implementación de un nuevo mercado de abasto y una adecuada administración y gestión, del área de gerencia

ACTIVIDADES	Acción 1.1 Construcción adecuada del mercado de abasto Acción 1.2. Adquisición de mobiliario y equipo Acción 1.3. Capacitación de los comerciantes	Elaboración del expediente técnico Ficha de inventario de mobiliario Ficha registro de capacitaciones	del Informe de supervisión y monitoreo de la unidad ejecutora	de Voluntario y aceptación de los comerciantes y ambulantes, en la reubicación de los puestos Gestión eficiente de los recursos humanos y financieros para la construcción del nuevo mercado
-------------	--	---	---	---

Equilibrio del proyecto por año

Tabla 47 Equilibrio del proyecto

DATOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
C.U.	Alquiler de stand	850	850	850	850	850
	Alquiler de estacionamiento	2	2	2	2	2
	Alquiler de SS.H..	1	1	1	1	1
	Alquiler de anuncios publicitarios	1000	1000	1000	1000	1000
PRODUCCIÓN	Alquiler de stand	2400	2400	2400	2400	2400
	Alquiler de estacionamiento	1168000	1401600	1559280	1559280	1559280
	Alquiler de SS.H..	584000	700800	876000	876000	876000
	Alquiler de anuncios publicitarios	360	480	600	600	600
COSTOS FIJOS		112080	112080	112080	112080	112080
	Alquiler de stand	28020	28020	28020	28020	28020
	Alquiler de estacionamiento	28020	28020	28020	28020	28020
	Alquiler de SS.H..	28020	28020	28020	28020	28020
	Alquiler de anuncios publicitarios	28020	28020	28020	28020	28020
COSTOS VARIABLES (TOTAL)		2005235.289	2410844.11	2917855.14	3551618.92	4343823.65
	Alquiler de stand	519.65	514.36	539.81	657.05	803.61
	Alquiler de estacionamiento	1.22	1.21	1.27	1.55	1.89
	Alquiler de SS.H..	0.61	0.61	0.64	0.77	0.95
	Alquiler de anuncios publicitarios	611.35	605.13	635.07	773.01	945.43
P.E. EN UNIDADES						
	Alquiler de stand	85	83	90	145	604
	Alquiler de estacionamiento	36048	35480	38391	61719	256723
	Alquiler de SS.H..	72096	70960	76781	123439	513446
	Alquiler de anuncios publicitarios	72	71	77	123	513
P.E. EN SOLES		72096.12817	70960.3421	76781.2954	123438.969	513445.99

Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido evidenciar, el punto de equilibrio en unidades, ha señalado el hecho de que se está vendiendo mucho más de lo que se tiene que producir de forma anual, demostrando de esta forma, que se pueda alcanzar la posibilidad de rentabilizar el negocio.

4.1. Evaluación económica y financiera

4.1.1. Tasa de descuento económica

COK	Costo de oportunidad del capital COK (tasa de interés pasiva) Se elige la mejor Tasa anual pasiva del banco según la SBS	1.12%	0.0112
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)	2.41 %	0.0241
Ka	Representa la proporción de la inversión financiada por terceros	0.5	
Kp	Representa la proporción de la inversión financiada con aporte propio	0.5	
T	Impuesto a la renta	29 %	0.29

Así mismo, la tasa de descuento económico es:

dF	0.028414	Tasa de descuento económico
dF	2.84%	

De igual forma, la tasa de descuento financiero es:

dE	0.0326	Tasa de descuento financiero
dE	3.26%	

4.1.2. Evaluación económica

VANE

VANE S/ 4027169.66 nuevos soles

Debido a que el VANE ha superado el valor de 0, es conveniente invertir en el proyecto.

El proyecto es rentable y está dado para generar rentabilidad

TIRE

TIRE

31.55%

Df = 2.84%

Debido a que el TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente.

El proyecto tiene un rendimiento porcentual de 15.76% por un periodo de 5 años.

El VANE resulta cero, cuando la TIRE es 15.76%.

BENEFICIO / COSTO ECONÓMICO

B/CE

2.32

El B/CE es mayor que uno, por lo que el proyecto es rentable económicamente.

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos

Por cada dólar que se invierte, se gana 1.32 soles

PERIODO DE RECUPERO DE CAPITAL ECONÓMICO

AÑO	UNIDAD	PROYECTO	RECUPERACIÓN	PRC	AÑOS	MESES	DÍAS
	Nuevo sol	-S/ 3973025.30	-S/ 3973025.30				
1	Nuevo sol	S/ 1234954.76	-S/ 2738070.54				
2	Nuevo sol	S/ 1706353.16	-S/ 1031717.39	2.49	2.00	5.00	26.00
3	Nuevo sol	S/ 2120917.64	S/ 1089200.25				
4	Nuevo sol	S/ 1900165.64	S/ 2989365.89				
5	Nuevo sol	S/ 1900165.64	S/ 4889531.52				

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 2 años, 5 meses y 26 días.

ÍNDICE DE RENTABILIDAD ECONÓMICO

IR

1.12

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno, significa que, por cada nuevo sol invertido, se está generando al proyecto una mayor rentabilidad de 1.12 nuevos soles.

4.1.3. Evaluación financiera

VANF

VANF S/ 2213557.81 nuevos soles

Como el VANF es mayor que cero, entonces es conveniente invertir en el proyecto.

El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo

TIRF

TIRF 7.12%

TASA DE DESCUENTO FINANCIERO = 3.26%

Como la TIRF es mayor que la tasa de descuento financiera, el proyecto es rentable financieramente.

El proyecto tiene un rendimiento porcentual del 7.12% por un periodo de 5 años.

El VANF resulta cero, cuando el TIRF es 7.12%

BENEFICIO/COSTO FINANCIERO

B/CF 2.88

El B/CF es mayor que uno, por lo que el proyecto es rentable financieramente

El valor presente de los ingresos supera el valor presente de los egresos

Por cada sol invertido, se recupera 1.88 nuevos soles

PERIODO DE RECUPERO DE CAPITAL FINANCIERO

AÑO	UNIDAD	PROYECTO	RECUPERACIÓN	PRC	AÑOS	MESES	DÍAS
	Nuevo sol	-S/ 1986512.65	-S/ 1986512.65				
1	Nuevo sol	S/ 464047.64	-S/ 1522465.01				
2	Nuevo sol	S/ 474554.24	-S/ 1047910.77				
3	Nuevo sol	S/ 486321.63	-S/ 561589.13				
4	Nuevo sol	S/ 499501.11	-S/ 62088.02	4.12	4.00	1.00	14.00
5	Nuevo sol	S/ 514262.13	S/ 452174.10				

El tiempo requerido para recuperar el capital es de 4 años, 1 mes con 14 días

ÍNDICE DE RENTABILIDAD FINANCIERO

2.23

El índice de rentabilidad es mayor que uno, significa que, por cada sol invertido, se está generando al proyecto una mayor rentabilidad de 2.23.

4.1.4. Análisis de sensibilidad

Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Tabla 48 Analisis de sensibilidad económica

	Porcentaje	VAN	TIR	B/C	IR	PRE
DISMINUCIÓN DE VENTAS	-5%	S/ 3682004.49	26.94%	2.21	0.97	2.68
SIN VARIABILIDAD	0%	S/ 4027169.66	31.55%	2.32	1.12	2.49
AUMENTO DE VENTAS	5%	S/ 4743622.33	36.03%	2.44	1.32	2.32

Tabla 49 Análisis de sensibilidad financiera

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

	Porcentaje	VAN	TIR	B/C	IR	PRE
DISMINUCIÓN DE VENTAS	-5%	S/ 1160948.33	7.12%	2.88	3.89	4.12
SIN VARIABILIDAD	0%	S/ 2213557.81	7.12%	2.88	2.23	4.12
AUMENTO DE VENTAS	5%	S/ 2313316.26	7.12%	2.88	2.50	4.12

4.2. Viabilidad económica y financiera

En base a los resultados que se han alcanzado a tener, se ha llegado a demostrar que el negocio ha resultado ser rentable económica y financieramente, llegando a recuperar la inversión en dos años y cuatro años, respectivamente, con todos los indicadores económicos y financieros que lo han demostrado.

Conclusiones

- Se ha llegado a la conclusión que el proyecto de inversión para la construcción de un mercado de abastos minorista en el distrito de Pimentel, ha demostrado contar con viabilidad técnica, debido a que se ha contado con la presencia de un nivel de

tecnología que va acorde con las exigencias del mercado alquilante, en cuanto a servicio que se ofrecerá, para mantener las existencias de los mercaderes. Así mismo, se contará con un tamaño de planta que satisface la demanda actual del mercado. Mientras que, se implementarán medidas preventivas de control covid, para poder mejorar el servicio ofrecido, en cuanto a bioseguridad.

- Se ha concluido que el presente proyecto de inversión contará con viabilidad organizacional, debido a que se alcanzará a desarrollar charlas de capacitación, tanto para el personal, como para los alquilantes, con la finalidad de que se pueda ahondar en desarrollar las habilidades que les permitirá ofrecer un mejor rendimiento laboral. Así mismo, se contará con la aplicación de técnicas de administración interna, en donde se mejorará la calidad de la comunicación interna.
- Se ha concluido que se contará con viabilidad económica financiera, ha sido demostrada al alcanzar una ganancia aproximada al año 5, de S/ 735 420.71, después de haber pagado la totalidad de la deuda, del 50% con una TEA del 12%.
- Se ha concluido que se han alcanzado a tener, se ha llegado a demostrar que el negocio ha resultado ser rentable económica y financieramente, llegando a recuperar la inversión en dos años y cuatro años, respectivamente, con todos los indicadores económicos y financieros que lo han demostrado.

Recomendaciones

- Se recomienda invertir en la ampliación oportuna del área de stands, con la finalidad de incrementar el área local de beneficiarios y contribuir con el reordenamiento de Pimentel.
- Se recomienda invertir en la capacitación técnica continua de los comerciantes, para desarrollar emprendimientos locales.
- Se recomienda procurar diversificar los servicios ofrecidos, en donde se pueden establecer áreas de restauración dentro del establecimiento.
- Se recomienda incrementar las ventas proyectadas, en base al desarrollo de estrategias de marketing que empiecen 5 meses antes del inicio de operaciones, con la finalidad de mejorar los indicadores financieros.

Referencias bibliográficas

Defensoría del Pueblo (2019) Condiciones de salubridad en mercados de abastos, supermercados y bodegas para prevenir la enfermedad de covid-19. Obtenido de: https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2020/04/IA-N%C2%BA-01_Mercados-Supermercados-y-Bodegas.pdf

Expansión (2019) Datos *Macro Perú Inmigración*. Obtenido de: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/peru>

García, Gaby (2019) *La importancia del internet en las marcas*. Obtenido de : <https://www.revistaneo.com/index.php/articles/2019/05/22/la-importancia-de-internet-en-las-marcas>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) *Censos Nacionales*. Obtenido de: <http://censo2017.inei.gob.pe/resultados-definitivos-de-los-censos-nacionales-2017/>

Crespy, M y Dominguez, M (2015) *Los mercados de abastos y las ciudades turísticas*. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88145251007/index.html>

Ministerio de Economía y Finanzas (2019) *Guía General para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Obtenido de : https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/Metodologias_Generales_PI/GUIA_EX_ANTE_InviertePe.pdf

Ministerio de la Producción (2016) *Resolución Ministerial 196- 2016- Produce*. Obtenido de: <http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/rm196-2016-produce.pdf>

Municipalidad Distrital de Pimentel (2018) *Resolución de Alcaldía*. Obtenido de: http://munipimentel.gob.pe/documentos_gestion/normasmunicipales/resolucionalcaldia/ResolucionAlcaldia%20N%20110%202018.pdf

Municipalidad Provincial de Chiclayo (2019) *Diagnostico Urbano*. Obtenido de:
https://www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/PDF_PDUA/PDUA_CAP_III

Joaquín Rey – Gestión (2020) Aglomeraciones en tiempo de COVID. Obtenido de :
<https://gestion.pe/blog/evidencia-para-la-gestion/2020/06/aglomeraciones-en-tiempos-de-covid-19.html/?ref=gesr>

Anexos

ENTREVISTA AL ACTUAL DIRECTOR DEL MERCADO DE ABASTOS DEL DISTRITO DE PIMENTEL

Nombre: Roberto Carlos Garan Espinoza

Fecha: 15/10/2020

1. ¿Cuántos puestos existen en el actual mercado de abastos?

El actual mercado cuenta de 168 puestos, dentro de ellos existen puestos de venta de mariscos, carnes, verduras, frutas, abarrotes, jugueria, puesto de comida, venta de cosmético y ropa.

2. ¿Cuál es el horario de funcionamiento del mercado de abastos?

Los comerciantes y los clientes pueden entrar desde las 6 am hasta la 1 pm en estos tiempos de pandemia, pero lo ordinario era de 6 am a 3 pm.

3. ¿Cuántos comerciantes son propietarios de los actuales puestos?

81 comerciantes son dueños de sus propios puestos.

4. ¿A raíz de la pandemia existió nuevas medidas sanitarias, como lo lograron?

Si, lo primero que se realizo fue la reubicación a tres mercados temporales que duro del mes de marzo a septiembre, luego de eso hubo una reingeniería, ya que algunos comerciantes eran dueños de dos a más puestos, existía un comercio ambulatorio dentro de las instalaciones, es por eso que con la reversión de puestos pudimos ingresar a 25 comerciantes ambulantes del exterior para que inicien su comercio legal dentro del mercado. De igual manera durante ese tiempo acomodamos las instalaciones del mercado para poder cumplir la Meta 1 que fue de mayo a junio, el mercado quedo en el segundo puesto a nivel regional, esta meta trata de la regulación del funcionamiento de los mercados de abastos para la prevención y contención del COVID-19.

5. ¿Cómo fue la interacción con los nuevos comerciantes?

Los nuevos comerciantes que antes vendían en los exteriores, se mostraron muy dispuestos a seguir las nuevas órdenes y comprometidos a cumplir con el nuevo estilo de comercialización que tendrán, los cuales ya estamos gestionando todos los contratos.

6. ¿Cómo logro retirar el comercio ambulatorio que existía dentro del mercado?

Se logró retirarlos debido a la existencia de la ordenanza 089 – 2017 la cual dicta que no debe ocuparse los espacios en los que se transita, deber existir un orden, no existir la contaminación.

7. ¿Cómo lograron que los comerciantes antiguos mejoren la comercialización?

Exigiéndoles el uso de implementos que se requiere por la pandemia, también por las capacitaciones semanales que aún seguimos dándoles, 30 comerciantes por día y la revisión diaria de los puestos.

8. ¿En la página web de la Municipalidad de Pimentel se puede visualizar 3 puestos certificados como buen comercio en el 2018, como lograron esto?

Claro, eso se realizó mediante un concurso en el año 2018 dirigido por la municipalidad, fue un incentivo para que lograran la certificación.

9. ¿Desde cuándo es director del mercado de abastos?

Desde el 6 de enero del presente año, luego de mi entrada empezamos a realizar un plan de mejora del mercado, y para el mes de marzo con las restricciones del estado en cuanto adaptarnos a las nuevas medidas sanitaria, ayudo definitivamente para lograr esta impactante mejora.

10. ¿Cree usted que sería apropiado un nuevo mercado de abastos en el distrito de Pimentel?

Por supuesto que sí, ya que este año se analizó construir un segundo piso para expandir el mercado, pero no es factible ya que los ingenieros y arquitectos que analizaron las instalaciones determinaron que solo 1 o 2 años resistiría la construcción. Debo decir que Pimentel está avanzando de una manera notoria y la población es creciente por eso que se debería proponer la creación de un nuevo mercado, por otro lado, también debería ser en una zona céntrica ya que los pobladores están acostumbrados a venir a este mercado.



**ANEXO N° 04: AUTORIZACIÓN PARA
PUBLICACIÓN DE LA VERSIÓN ELECTRÓNICA
DE OBRAS INTELECTUALES EN EL REPOSITORIO
USAT**



**AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE LA VERSIÓN
ELECTRÓNICA DE OBRAS INTELECTUALES EN EL
REPOSITORIO USAT**

El objetivo del Repositorio USAT es preservar y difundir en modo de acceso abierto la producción intelectual de la actividad investigadora de la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”.

Para que el Repositorio de la USAT pueda almacenar y distribuir la obra, es necesario que Ud. lea y acepte las condiciones establecidas en esta autorización.

1. DATOS PERSONALES

AUTOR 1	
Apellidos y Nombres : Quevedo Quiroz Karla Lucía	
D.N.I.: 73960218	Correo electrónico: lucia_quevedo_17@outlook.com
Domicilio: Avenida Unión 091 Urbanización Quiñonez	
Teléfono fijo: 074-600364	Celular: 997054853

2. DATOS ACADÉMICOS

Facultad: Ciencias Empresariales
Escuela Profesional: Administración de Empresas
Título profesional o grado académico al que opta(n): Egresado en administración de empresas



**REGLAMENTO DE ELABORACIÓN DE TRABAJOS DE
INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER Y TÍTULO PROFESIONAL**

**Código: VRI-REPRG
Versión: 1
Página: 24**

3. DATOS DE LA OBRA INTELECTUAL

Título: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MERCADO DE ABASTOS MINORISTA EN EL DISTRITO DE PIMENTEL, 2020			
Asesor: JORGE AUGUSTO MUNDACA GUERRA			
Año en que se registrará al repositorio: 2020			
<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación		Tesis
	Trabajo de suficiencia profesional		Trabajo académico

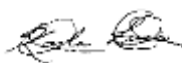
Elaborado por: Vicerrectorado de Investigación Dirección de Gestión de la Calidad Universitaria Fecha:	Revisado por: Rectorado Fecha:	Aprobado por: Asamblea General de Asociados Decreto N° 055-2019-ASOC Fecha:
---	---	--

4 . TIPO DE ACCESO QUE AUTORIZA DE LA OBRA INTELECTUAL ELECTRÓNICA

MARCAR CON UNA X	TIPO DE ACCESO	CARACTERÍSTICA	PERIODO DE RETRICCIÓN	SE REQUIERE JUSTIFICACIÓN:
X	PÚBLICO	Autorizo a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo publicar, por plazo indefinido, la versión electrónica del texto completo de mi obra y sus anexos en el repositorio de la universidad. Acepto que se conserve más de una copia para garantizar la seguridad y preservación del archivo.	Ninguna	Ninguna
	RESTRINGIDO	En concordancia con el numeral 6.7 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC autorizo que se publique el texto completo después del tiempo establecido en la directiva indicada. En este periodo de postergación solo se mostrará la información básica de la tesis más no el texto completo.	Hasta 24 meses	Declaración jurada simple

	CONFIDENCIAL	En concordancia con el numeral 5.2 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC solo se visualizará el registro de la tesis. Autorizo que se permita visualizar la carátula y el resumen.	Total	Carta notarial del organismo público
--	---------------------	---	--------------	---

Firma de autor:



Fecha: 16/12/2020

¹ El numeral 6.7 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC establece que:

- Los artículos divulgados en otra publicación, pueden restringirse hasta 24 meses.
- La patente de invención, modelo de utilidad o diseño industrial, pueden restringirse hasta 12 meses y podrá ampliarse hasta 18 meses si el autor lo solicita.

² El numeral 5.2 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC establece que son confidenciales los siguientes casos:

- La información expresamente clasificada como secreta, confidencial o reservada, que se sustente en razones de seguridad nacional, en concordancia con la Constitución Política del Perú y que tenga como base fundamental garantizar la seguridad de las personas y cuya revelación originaría riesgo para la integridad territorial o subsistencia del sistema democrático.

La información respecto a las actividades de inteligencia y contrainteligencia, en concordancia con lo establecido en la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública

Elaborado por: Vicerrectorado de Investigación Dirección de Gestión de la Calidad Universitaria Fecha: 09 / 05 / 2019	Revisado por: Rectorado Fecha: 10 / 07 / 2019	Aprobado por: Asamblea General de Asociados Decreto N° 055-2019-ASOC Fecha: 10 / 07 / 2019
--	--	---