

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



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO MÓVIL DE FRUTAS Y
VERDURAS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

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

**AUTOR
NATHALY ROSMERI CORDOVA TRIGOSO**

**ASESOR
MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

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

Chiclayo, 2020

DEDICATORIA

A mis padres Edinson Cordova Flores y Dainis Trigoso Ramos, por haber vivido junto a mi esta etapa de crecimiento personal y profesional. Agradezco su apoyo incondicional, su ejemplo de perseverancia y dedicación, así como también por su paciencia y amor a lo largo del tiempo.

AGRADECIMIENTO

Expreso la muestra de gratitud y aprecio a la Mg. Milagros Carmen Gamarra Uceda, por su apoyo y guía en todo el proceso de la construcción del presente trabajo. También a mis amigas Sheila Zumaeta Rivera y Marcia Ramírez Ocaña por apoyarme en todo momento.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	12
1.1. METODOLOGÍA.....	12
1.1.1. Tipo de Investigación.....	12
1.1.2. Área y línea de investigación.....	12
1.1.3. Situación problemática	12
1.1.4. Formulación del problema	13
1.1.5. Determinación de los objetivos	14
1.1.6. Título	14
1.1.7. Operacionalización de variables.....	15
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	16
1.2.1. Análisis del entorno	16
1.2.2. Foda.....	17
1.2.3. Justificación	17
1.2.4. MARCO LEGAL	18
1.2.5. UNIDAD FORMULADORA Y UNIDAD EJECUTORA.....	19
1.2.6. CLASIFICACIÓN PRODUCTIVA SECTORIAL.....	19
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	20
2.1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO.....	20
2.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR	20
2.3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO	20
2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA- POYECCIÓN.....	20
2.4.1. Información Secundaria.....	20
2.4.2. Proyección de la Demanda.....	21
2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA-PROYECCIÓN	23
2.5.1. Proyección de la oferta	23
2.6. BALANCE DEMANDA DE LA OFERTA.....	25
2.7. PLAN DE MARKETING	25
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO	26
3.1. Tamaño-Mercado.....	26

3.2.	Tamaño-tecnología.....	26
3.3.	Tamaño-disponibilidad de materiales	26
3.4.	Tamaño-Financiamiento.....	27
3.5.	Tamaño-Costo unitario	27
3.6.	Tamaño-Rentabilidad	27
3.7.	Selección del tamaño	28
CAPÍTULO IV.....		28
4.1.	Factores de Localización	28
4.2.	Macro localización.....	29
4.2.1.	Método para decidir la localización	29
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO.....		30
5.1.	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	30
5.2.	SELECCIÓN Y DESCRIPCION DEL PROCESO.....	31
5.2.1.	Diagrama de operación.....	31
5.2.2.	Diagrama de recorrido o flujograma	32
5.2.3.	Distribución de planta	33
5.2.4.	Diseño del plano del proyecto.....	34
5.2.5.	Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software	34
5.3.	REQUERIMIENTO DEL PROYECTO.....	34
5.3.1.	Terrenos y Edificaciones	34
5.3.2.	Maquinaria y Equipos, Muebles, Enseres y Vehículos	35
5.4.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	36
5.5.	PROGRAMA.....	36
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN		37
6.1.	ASPECTO LEGAL	37
6.1.1.	Tipo de Empresa	37
6.1.2.	Proceso de Construcción de la Empresa	37
1.2.	ASPECTO ORGANIZACIONAL	38
1.2.1.	Acta de Constitución de la empresa	38
1.2.2.	Minuta de Constitución	39
1.2.3.	Manual de Organización y funciones	43
1.2.4.	Organigrama.....	45
1.2.5.	Requerimiento de Personal.....	45
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN		49
7.1.	Inversión	49

7.1.1.	Estructura de la Inversión	49
7.1.2.	Programa de inversiones	50
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO		51
8.1.	Fuentes de Financiamiento.....	51
8.2.	Evaluación del Préstamo	52
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS		52
9.1.	PRESUPUESTOS DE INGRESOS	52
9.2.	PRESUPUESTO DE EGRESOS	53
9.2.1.	Presupuesto económico	53
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS		54
10.1.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	54
10.2.	FLUJO DE CAJA.....	56
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO		58
CAPÍTULO XII: EVALUACION ECONÓMICA Y FINANCIERA		59
12.1.	TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA	60
12.2.	EVALUACION ECONÓMICA.....	60
12.3.	VANE	60
12.4.	TIRE	61
12.5.	B/C Económico.....	61
12.6.	Periodo de recupero de capital Económico	61
12.7.	Índice de rentabilidad.....	62
12.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	62
12.3.1	VANF	62
12.3.2	TIRF	63
12.3.3	B/C Financiero.....	63
12.3.4	Periodo de recupero del capital financiero	63
12.3.5	Índice de Rentabilidad Financiero	64
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD		64
13.1.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA.....	64
13.2.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA.....	65
CONCLUSIONES		66
RECOMENDACIONES		68
ANEXO		72

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	15
Tabla 2	17
Tabla 3	21
Tabla 4	22
Tabla 5	23
Tabla 6	23
Tabla 7	24
Tabla 8	24
Tabla 9	24
Tabla 10	25
Tabla 11	27
Tabla 12	28
Tabla 13	29
Tabla 14	29
Tabla 15	36
Tabla 16	36
Tabla 17	50
Tabla 18	51
Tabla 19	51
Tabla 20	52
Tabla 21	52
Tabla 22	53
Tabla 23	53
Tabla 24	54
Tabla 25	55
Tabla 26	56
Tabla 27	57
Tabla 28	58
Tabla 29	58
Tabla 30	59
Tabla 31	59
Tabla 32	59
Tabla 33	60

Tabla 34.....	60
Tabla 35.....	61
Tabla 36.....	61
Tabla 37.....	61
Tabla 38.....	62
Tabla 39.....	62
Tabla 40.....	62
Tabla 41.....	63
Tabla 42.....	63
Tabla 43.....	63
Tabla 44.....	64
Tabla 45.....	65
Tabla 46.....	65
Tabla 47.....	74
Tabla 48.....	76
Tabla 49.....	79

LISTA DE ILUSTACIONES

<i>Ilustración 1</i>	31
<i>Ilustración 2</i>	33
<i>Ilustración 3</i>	33
<i>Ilustración 4</i>	33
<i>Ilustración 5</i>	34
<i>Ilustración 6</i>	45
<i>Ilustración 7</i>	72
<i>Ilustración 8</i>	72
<i>Ilustración 9</i>	73

RESUMEN

El proyecto tiene como propósito determinar la viabilidad, rentabilidad económica y financiera del mercado móvil–Chamesa S.R.L. Esta nueva forma de llevar frutas y verduras a personas de 18 a 65 años del sector A y B a la puerta de su casa con seguridad en la adquisición de los productos hace que el proyecto sea innovador. También, reconocer que en estas épocas de pandemia las personas buscan realizar sus compras de manera segura para evitar el contagio. Por otro lado, se determinó la viabilidad del proyecto de inversión, en la que se utilizaron indicadores como el VAN, TIR, Análisis de Sensibilidad, Punto de Equilibrio y estados financieros. Finalmente, se determinó que el proyecto de inversión es viable económica y financiera, se obtuvo un VANE de \$142,990.51 y un VANF de \$159,588.86, de tal forma que se obtuvo una tasa de interés de retorno de 46% económica y 89.73% financiera.

PALABRAS CLAVES: *mercado móvil, frutas y verduras, viabilidad.*

ABSTRACT

The project aims to determine the viability, economic and financial profitability of the mobile market - Chamesa S.R.L. This new way of bringing fruits and vegetables to people from 18 to 65 years of age in sector A and B at the door of their house with security in the acquisition of products makes the project innovative. Also, recognize that in these times of pandemic people seek to make their purchases safely to avoid contact. On the other hand, the viability of the investment project was determined, in which indicators such as VAN, TIR, Sensitivity analysis, Break-even point and financial statements will be used. Finally, it determined the investment project is economically and financially viable, obtained a VANE of \$ 142,990.51 and a VANF of \$ 159,588.86, in such a way that it obtained an interest rate of return of 46% economic and 89.73% financial.

KEYWORDS: *mobile market, fruits and vegetables, feasibility.*

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1.1. METODOLOGÍA

1.1.1. Tipo de Investigación

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

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: Exploratoria, porque se trabajaron con hechos que se dieron cuenta de 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 objetivos es determinar la viabilidad estratégica, la viabilidad de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad administrativa y la viabilidad económico y financiero. Así mismo Permite ajustar los objetivos generales y específicos ante posibles dificultades y limitaciones; Proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan los estudios de mercado, técnico y económico-financiero y se elabora el instrumento de diagnóstico; Interactiva porque 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 medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones.

1.1.2. Área y línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación

1.1.3. Situación problemática

El mundo está atravesando por momentos complicados debido a la pandemia COVID-19 pues ha cambiado la forma de llevar la vida en diferentes aspectos, puesto que la manera de realizar nuestras actividades se ha modificado de la misma forma para las empresas, es así que muchas de ellas han optado por innovar en sus procesos tanto en la manera de brindar el servicio a sus clientes, como en gestionar de una manera más eficaz sus actividades para estar

a la altura y sobrevivir. La agencia peruana de noticia Andina (2020), en una publicación que realizó, mencionó que las empresas para funcionar deben adoptar medidas de seguridad y respetar protocolos para el buen funcionamiento, de la misma forma para salvaguardar la salud de sus empleados y los clientes, pero muchas empresas también han dejado de funcionar debido a la coyuntura.

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

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

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

1.1.4. Formulación del problema

¿Es viable económicamente y financieramente la implementación de un mercado móvil de frutas y verduras en la ciudad de Chiclayo?

1.1.5. Determinación de los objetivos

OBJETIVO GENERAL

- Evaluar la viabilidad económica y financiera de la implementación de un mercado móvil de frutas y verdura en la ciudad de Chiclayo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

1.1.6. Título

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO MÓVIL DE FRUTAS Y VERDURAS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO.

1.1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

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

1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.2.1. Análisis del entorno

Para el presente proyecto se consideró diversos tipos de análisis siendo los más relevantes:

Política- legal

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

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

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

Tecnológico

La empresa MERCADO MÓVIL- CHAMESA S.R.L contará con redes sociales como WhatsApp para mensajería rápida, Instagram y Facebook para que de esta manera la empresa pueda tener contacto constante con sus clientes, asimismo para que pueda resolver todas las dudas y también brindar una información más detallada de las frutas y verduras a ofrecer.

Económico

Según INEI (2020), en el Perú, la producción nacional en el primer trimestre del año 2020, ha disminuido en -3.4% debido a la emergencia Sanitaria que se vive por el COVID19. Asimismo, se realizó la Encuesta Nacional de Hogares sobre el gasto de alimentos en el hogar evidenciándose un aumentó en el primer trimestre del año 2020, aquellos alimentos que

mostraron mayor consumo son: alimentos preparados y consumidos un 14,1%, pescado (8,0%), carne (6,9%), pan y cereales (5,6%), y legumbres y hortalizas (6,4%), aumentando sus compras de estos en los supermercados y tiendas tradicionales.

Demográfico

La empresa “MERCADO MÓVIL- CHAMESA” tiene como público objetivo a personas entre 18 y 65 años de la ciudad de Chiclayo, teniendo como puntos específicos como ruta que son CHICLAYO (la primavera, los parques, remigio silva, patasca, santa victoria, entre otras urbanizaciones). Asimismo, cuenta con proveedores de confianza, un correcto funcionamiento de la planta móvil y también una buena infraestructura que servirá como almacenaje para las frutas y verduras, cabe mencionar que ambas plantas están implementadas para la conservación de los productos.

1.2.2. Foda

Tabla 2

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Movilidad	Pandemia
Diferenciación con otros mercados, ya que, es un mercado especialmente para la venta de frutas y verduras	Cierre de mercados
Ofrecerá productos frescos, higiénicos y de calidad	Respaldo de la ley
Brindará facilidades de pago a los consumidores	Frente a la pandemia las personas han optado por alimentarse mejor, consumiendo más frutas y verduras
Ubicación estratégica	
Precios accesibles	
Trabajadores capacitados	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Productos perecibles	Competencia
Escasez de productos	Falta de seguridad
Nuevos en el mercado	Posible aglomeración de las personas al momento de comprar
Inversión alta el primer año del proyecto	Toque de queda
	Alza de cuarentena
	Comerciantes ambulantes

1.2.3. Justificación

El mundo está atravesando por momentos difíciles, ya que, está enfrentando una pandemia Covid – 19, esto ha provocado que muchas empresas pongan un alto a sus labores, pero también ha sido una oportunidad para otras, para innovar y seguir brindando sus servicios.

La justificación o importancia del proyecto reside en poder abastecer productos de primera necesidad como frutas y verduras de manera segura, previniendo la aglomeración de personas, fortaleciendo las medidas de prevención y control del contagio para reducir la presencia del virus en los mercados minoristas a través de los comerciantes que acuden a diario a su centro de abasto (Fort & Espinoza, 2020).

Por otro lado, es también importante mencionar que antes de la pandemia el tiempo máximo de compra eran dos minutos en las bodegas (Larios, 2020). Sin embargo, hoy en día es más arduo realizar compras, ya que, toma mucho más tiempo hacer colas para ingresar al establecimiento, adquirir los productos y pagar. Además, en ocasiones el stock es limitado para la gran demanda que existe, esto ocasiona que muchos productos ya no estén disponibles (Beker, 2020).

Asimismo, el grado de importancia igualmente se centra en que es posible crear un mercado que llegue a la puerta de la casa de cada consumidor, brindando un buen servicio, en el cual los clientes se sientan seguros al momento de comprar, así como también, de brindar facilidades de pago, porque como se sabe la economía de las personas y del país en general se ha visto afectada. El Instituto Peruano de Economía indica que el distanciamiento social es importante para detener la propagación del coronavirus, pero ha impactado en el aspecto económico, y se evidencia en la pérdida de los ingresos de los trabajadores (Macera et al., 2020)

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

1.2.4. MARCO LEGAL

El Ministerio de Agricultura es responsable de la supervisión del saneamiento y la legalización de la producción de alimentos de origen vegetal para el consumo humano.

Las autoridades municipales que supervisan la sanidad de las instalaciones de elaboración y venta de alimentos en forma ambulatoria, así como el transporte, almacenamiento y comercialización de frutas y verduras.

La Ley General de Salud 26842 (1997) establece responsabilidades, derechos, restricciones y compromisos relacionados con la salud humana. Ya que es importante conservar la salud de los clientes, y más aún en este tiempo de pandemia.

Resolución Ministerial 519-97-SA/DM (1997), donde se creó y estableció la Certificación Sanitaria de Higiene y Alimentos de consumo Humano. Los productos tienen que estar en un buen estado y conservado y mucho más si se trata de frutas y verduras, ya que son alimentos perecibles.

Resolución Ministerial 535-97-SA/DM (1997), se formuló los Principios Generales de Higiene de los Alimentos, de acuerdo con el CODEES ALIMENTARIUS, tiene una aplicación de “Práctica de Higiene”. Es importante porque se trata de salvaguardar la salud de ambas partes tanto trabajadores como clientes.

Resolución Ministerial N° 448-2020, establece lineamientos para la vigilancia, Prevención y control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a COVID-19. La empresa debe cumplir con lineamientos para prevenir el contagio del virus, es así que esta debe cumplir con protocolos de bioseguridad.

Informe de Adjuntía N° 01-2020-DP/AMASPPI.MA de la Defensoría del Pueblo que determina las condiciones de Salubridad en mercados de abastos, supermercados y bodegas para prevenir la enfermedad de COVID-19.

1.2.5. UNIDAD FORMULADORA Y UNIDAD EJECUTORA

Se encuentra realizado por la alumna Nathaly Rosmeri Cordova Trigo del noveno ciclo de la Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, será DENOMINADA: “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L.

1.2.6. CLASIFICACIÓN PRODUCTIVA SECTORIAL

Grupo 4799: otras actividades de venta realizadas al por menor no realizadas en comercio, puesto de venta o mercados.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO

El MERCADO MÓVIL- CHAMESA S.R.L. está enfocado al sector A y B de la comunidad chiclayana, se dedicará a ofrecer frutas y verduras de diferentes variedades.

El mercado móvil tiene una estructura que fue adecuada con el fin de brindar un buen servicio para poder conservar los alimentos, porque estos son perecibles y tienden a descomponerse rápido, es por ello que contiene congeladoras y espacios para cada grupo de productos. Asimismo, la implementación de este mercado tiene el objetivo de disminuir la conglomeración de personas al momento de adquirir los productos por los consumidores, además ofrecerá facilidades de pago ya sea con tarjeta o depósito o efectivo, así como también pagos a plazos determinados.

Está inspirada en los productos que el mercado ofrecerá las frutas y verduras los colores representan la variedad de productos y los diferentes componentes que tiene cada una, pues aportan diferentes nutrientes al cuerpo, el nombre CHAMESA significa de la chacra a tu mesa, ya que cada uno de ellos procede de la tierra y están cultivados en chacras.

2.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Personas entre 18 y 65 años de edad con el nivel socioeconómico A y B que se preocupen por contribuir a la disminución de contagios de coronavirus y que estén dispuestos a respetar el orden y las normas establecidas por la empresa y el estado peruano.

2.3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO

El mercado móvil no tiene un establecimiento fijo, pues estará en constante movimiento por los lugares establecidos como CHICLAYO (la primavera, los parques, remigio silva, patasca, santa victoria, entre otras urbanizaciones).

2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA- POYECCIÓN

2.4.1. Información Secundaria

El presente proyecto en el cual se ha trabajado con una idea innovadora frente al problema de pandemia que atraviesa el Perú conocida como COVID-19 ha trabajado con información secundaria.

Se trabajó con una población de personas entre 18 y 65 años que tengan familia y que vivan en la ciudad de Chiclayo, la información referencial se obtuvo de censos realizados por el INEI de años anteriores.

Para la elaboración de la demanda insatisfecha y la viabilidad comercial del mercado móvil, se tuvo como fuentes secundarias a los repositorios de las tesis “Proyecto de Inversión Minimarket Mi Bodega” (Quispe & Chihuan, 2014), “Plan de Negocio para la Creación de un Minimarket” (Parra & Suárez, 2018), así como también el documento web “Consumo de Alimentos y Bebidas” (2009) y “Consumo de Productos en los Hogares de Lima Metropolitana (2019)”, “Estudio De Pre-Factibilidad Para La Elaboración De Pastas Secas No Rellenas A Base De Quinoa, Kiwicha y Cañihua” (Villamar & Gálvez, 2013).

2.4.2. Proyección de la Demanda

La presente investigación ha considerado la población en el periodo de los años 2015-2019 de Chiclayo y la información se obtuvo de los censos realizados años anteriores por el INEI:

Tabla 3

Población de Chiclayo

POBLACIÓN DE CHICLAYO	
Año	población
2015	291777
2016	294124
2017	296438
2018	298714
2019	301082

Fuente: INEI (2015-2019)

La información obtenida se utilizó en la extrapolación exponencial, con el cual se ha calculado la tasa de crecimiento considerando el primer al último año.

Dentro de este periodo la información obtenida de la población se tiene una tasa de crecimiento promedio de 0.76%, así como se evidencia en la fórmula:

$$\text{Población año 2019/Población año 2015} \wedge (1/(\text{año 2019} - \text{año 2015})) - 1$$

$$Tc = 0.0075747 = 0.76\%$$

Teniendo en cuenta la población anterior se obtiene la proyección de la población.

Tabla 4*Cálculo de la proyección de la población de Chiclayo*

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	
Año	Población
2021	305291
2022	307603
2023	309933
2024	312281
2025	314646

Después de una investigación y revisión de fuentes secundarias se obtuvieron datos que se consideraron para calcular la demanda proyectada de la canasta de frutas y verduras.

- Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI) el peruano solo consume 250 gramos entre frutas y verduras al día. Este dato ayudó al cálculo de consumo de frutas y verduras por familia, se realizó un cálculo de 250gramos de frutas y verduras por 7 días a la semana que serían un total de 1kg,750gr a la semana considerando que son 5 integrantes por familia. Teniendo en cuenta la información brindada se llegó a la conclusión que por semana una familia consume 9 kilos entre frutas y verduras.
- Para calcular la población con las características se tuvo en cuenta una investigación en el año 2019 de Innovación y Conocimientos: Consumidor & Cliente (IPSOS) el 49% de personas consume verduras y el 34% consume frutas, calculamos el promedio entre ambos datos, llegando a la conclusión que un 41.50% de personas consumen estos productos.
- Se consideró el promedio de número de habitantes por familia es de 5 personas.
- Según la Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C el nivel socioeconómico A y B que Chiclayo presenta es 8% de la población (CPI, 2019).
- De acuerdo con las encuestas realizadas se obtuvo que el 48% de las personas compran productos como frutas y verduras en supermercados (Jácome, Antonio, Castro, Beatriz, & Canales, 2020). Este dato se tomó en cuenta para el nivel de aceptación del nuevo producto.

Para reforzar lo mencionado se presenta la siguiente tabla:

Tabla 5*Demanda proyectada*

DEMANDA PROYECTADA						
	Cp= 9	Consumo de frutas y verduras kg/semana				
	Cp= 468	Consumo de frutas y verduras /año				
Año	Cp	Familia proyectada	Población con las características 41.50%	nivel socioeconómico (A,B) 8%	Grado de aceptación 48%	Demanda Proyectada (canastas)
2021	468	61058	25339	2052	12163	5692188
2022	468	61521	25531	2068	12255	5735304
2023	468	61987	25724	2084	12348	5778746
2024	468	62456	25919	2099	12441	5822517
2025	468	62929	26116	2115	12536	5866619

2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA-PROYECCIÓN

2.5.1. Proyección de la oferta

El presente proyecto calculó la oferta histórica del año 2007-2012 de adquisición de frutas y verduras según fuentes de (MINAGRI, 2017), (Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2014) y (Lambayeque, 2015).

Se ha calculado la producción de frutas y verduras, pero teniendo en cuenta la investigación de Nogueira, Montoya, & Peñaloza, (2009) en el cual menciona que el 30% de las personas encuestadas prefieren comprar en supermercados, se tomó en cuenta este dato ya que, estos establecimientos son la competencia directa del mercado móvil. Dicho esto, para realizar la oferta histórica se ha considerado la producción histórica en toneladas de productos seleccionados que

Tabla 6*Producción de frutas y verduras*

PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS EN TONELADAS					
Naranja	Mango	Manzana	Uva	Plátano	Pepinillo
344267	13 730	136744	1966	1834511	30092
379977	1689427	135209	2234	1792928	31760
377598	2111538	137208	2644	1866588	31640
394573	2689532	143861	2805	2007284	31248
418631	2983819	149621	2969	1968051	29460
428753	2824848	146774	3619	2082089	31370

Fuente: Minagri

Tabla 7*Producción de frutas y verduras*

PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS EN TONELADAS					
Lechuga	Tomate	Cebolla	TOTAL	TOTAL * EL	30%
34164	5092	18849	2405685		793876.05
44838	5980	18112	4100465		1353153.5
48920	5978	17930	4600044		1518014.5
50443	6039	21566	5347351		1764625.8
49014	5133	19773	5626471		1856735.4
53130	26140	125558	5722281		1888352.7

Fuente: Minagri

Para ello se tomó en cuenta el resultado final de la producción*el 30% en 5 años consecutivos desde el 2007 hasta el 2012.

Tabla 8*Oferta histórica de la producción de frutas y verduras*

OFERTA HISTÓRICA		
	<u>Año</u>	producción de frutas y verduras en toneladas
		Lambayeque
1	2007	793876
2	2008	1353153
3	2009	1518015
4	2010	1764626
5	2011	1856735
6	2012	1888353

Con los datos obtenidos y mediante la regresión lineal se logró obtener la oferta proyectada y se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 9*Oferta proyectada*

OFERTA PROYECTADA	
Año	Oferta Proyectada
2021	3904613
2022	4111177
2023	4317741
2024	4524305
2025	4730869

2.6. BALANCE DEMANDA DE LA OFERTA

Se ha estimado una demanda insatisfecha en un mercado de personas de 18 a 65 años que deseen comprar en el mercado móvil, los resultados que reflejan que aún hay un mercado por cubrir, y es el sustento de la propuesta de la implementación del MERCADO MÓVIL-CHAMESA

Tabla 10

Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
	MÉTODO EXTRAPOLACIÓN EXPONENCIAL	MÉTODO REGRESIÓN LINEAL	
Año	Demanda Proyectada (Canastas)	Oferta Proyectada (Canastas)	Demanda Insatisfecha (canastas)
2021	5692188	3904613	1787576
2022	5735304	4111177	1624127
2023	5778746	4317741	1461005
2024	5822517	4524305	1298212
2025	5866619	4730869	1135751

2.7. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing es considerado como una estrategia de gestión muy importante dentro del proceso de planificación que puede asegurar el éxito empresarial. Pues es considerada una herramienta principal cuando se definen claramente las áreas de responsabilidades, funciones, así como también la optimización en el uso de los recursos para poder controlar la gestión comercial y de marketing (Castrillon, 2016).

Producto

El mercado móvil ofrece frutas y verduras es buen estado de conservación y pre-seleccionadas para luego venderlas, permitiendo ahorrar tiempo, brindando facilidades de pago, y evitando la conglomeración de personas manteniendo el orden, así como también salvaguardar la seguridad de sus empleados y clientes.

Precio

Las frutas y verduras se ofrecerán a un precio de \$13,32 por canasta, además teniendo en cuenta las fuertes competencias como lo son los mercados convencionales y los supermercados.

Plaza

Para hacer llegar el servicio a los clientes los productos serán distribuidos por medio del Mercado Móvil, en cual serán trasladados a los puntos de ventas indicados anteriormente, además, también podrán encontrar información en los medios sociales.

Promoción

La comunicación con el cliente es fundamental es por ellos que se utiliza una variedad de tácticas como: la publicidad por canal tradicional (televisión) redes sociales (Facebook e Instagram) y mensajería rápida (WhatsApp) a través de ellos podrán ver los beneficios que el mercado móvil brinda. Asimismo, hacer promociones en cuanto a facilidades de pago en tiempos establecidos, pagos con tarjetas y efectivo.

CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1. Tamaño-Mercado

El público al cual va a dirigido el servicio realizan sus compras en 30% en supermercados en la provincia de Chiclayo, donde en especial las amas de casa podrían adquirir el producto de forma rápida y sencilla. Tomando como referencia este indicador será este porcentaje la participación del mercado.

3.2. Tamaño-tecnología

Los clientes podrán realizar sus compras de frutas y verduras de forma presencial, además, podrán separar sus pedidos mediante los medios sociales de la empresa, así como también el móvil de las frutas y verduras está debidamente equipado con congeladoras industriales para la conservación de éstos.

En lo que respecta las transacciones de pago se realizaran de dos formas en (efectivo y tarjeta). Se utilizará la máquina POS visa portátil, debido a que se acepta todas las tarjetas, y los envíos de Boucher se harán por mensaje o en físico.

3.3. Tamaño-disponibilidad de materiales

Los materiales necesarios para que el proyecto se lleve a cabo son los siguientes:

- Un móvil para el traslado de los productos hacia los puntos de venta.
- Congeladoras industriales.
- Estantes de madera.
- Artículos de oficina.
- Boletas.

- Laptop.
- Impresora.
- Máquina POS.
- Artículos de limpieza.
- Equipo de seguridad para los trabajadores.
- Señales de seguridad.
- Mueblería.

3.4. Tamaño-Financiamiento

En cuanto al tamaño de mercado, se ha determinado las unidades vendidas desde el año 2021 al 2025, lo cual se necesita de una inversión total de \$155,154.83 siendo el financiamiento del 55%, detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 11

Tamaño de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Aporte	%	Dólares
Propio	45 %	\$69,819.52
Financiamiento	55%	\$ 85,334.97
TOTAL	100%	\$ 155,154,49

3.5.Tamaño-Costo unitario

Sabiendo que “MERCADO MÓVIL- CHAMESA” S.R.L. es un proyecto de inversión innovador y que tiene como presentación un mercado móvil de frutas y verduras, se considera que, de acuerdo a estudios de mercado se podrá adquirir dicho producto a un promedio \$ 11.13 por canasta.

3.6. Tamaño-Rentabilidad

De acuerdo a la programación de ventas anuales del mercado móvil de frutas y verduras, se obtuvo como tasa interna de retorno económica del 46% con un VANE de \$142,990.51, por la parte financiera la TIR es de 89.73 % con un VANF de \$ 69,819. 86 lo cual se concluye que el proyecto es rentable tanto económica como financieramente, ya que ambos indicadores son mayores que cero.

3.7. Selección del tamaño

El presente proyecto de implementación de un mercado móvil de frutas y verduras, presenta la siguiente programación.

Tabla 12

Selección de tamaño

SELECCIÓN DE TAMAÑO				
Año	Demanda Insatisfecha del Segmento Familiar (canastas)	Participación de Mercado	Tamaño de Mercado	Comercialización diaria (canastas)
2021	1787576	4.00%	71,503.02	198.62
2022	1624127	4.00%	64,965.08	180.46
2023	1461005	4.00%	58,440.20	162.33
2024	1298212	4.00%	51,928.49	144.25
2025	1135751	4.00%	45,430.03	126.19
		4.00%		
	Promedio		58,453.37	162.37

En el plazo del programa de ventas se abarca desde el año 2021 al 2025, teniendo como un promedio de ventas de \$ 58,453.37.

Para la consolidación de la empresa, se determinó una inversión total de \$155,154.83, con un financiamiento del 55% y de aporte propio un 45%, de igual forma para la programación de la venta de canastas de frutas y verduras del mercado móvil se tomó como referencia la tasa de descuento económica que representa el 14.41% y la tasa de descuento financiera con 15.58%.

CAPÍTULO IV

4.1. Factores de Localización

Para el análisis de la localización se tomó en cuenta factores cualitativos y cuantitativos, de tal manera que se tomó en cuenta los siguientes requisitos principales para llevar a cabo el funcionamiento del mercado móvil de frutas y verduras.

Los factores para la localización que se consideraron son los siguientes:

- Proveedores.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Inversión.

- Financiamiento.
- Tecnología.
- Competencia.
- Clientes.
- Energía.

4.2. Macro localización

El presente proyecto evaluó dos lugares (Chiclayo y Lambayeque) teniendo en cuenta los siguientes factores:

Tabla 13

Factores de localización

MÉTODO MULTICRITERIO DE COMPARACIÓN DE LOCALIZACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MERCADO MÓVIL DE FRUTAS Y VERDURAS			
FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACION	CHICLAYO	LAMBAYEQUE
1. PROVEEDORES	5	75	75
2. DISPONIBILIDAD DE INSUMOS	5	75	100
3. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	5	75	50
4. INVERSIÓN	4	60	20
5. COMPETENCIA	2	40	10
6. TECNOLOGÍA	5	100	25
7. CLIENTES	4	60	20
8. ENERGÍA	2	10	20
TOTAL		410	245

Obteniendo como resultado el distrito de Chiclayo con un puntaje de 410.

4.2.1. Método para decidir la localización

Se trabajó con el método multicriterio para la localización de la empresa en el cual se hizo una ponderación del 1 al 5 con una escala de 0 al 20.

Tabla 14

Método de multicriterio

MÉTODO PARA ELEGIR LA LOCALIZACIÓN	
SE ELIGE LA CIUDAD A	
Factor de Ponderación	ESTADO ESCALA
	Pésimo 0
	Mediocre 5
	Regular 10
	Bueno 15
	Muy Bueno 20
	1 al 5

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El mercado móvil de futas y verduras tendrá las siguientes características:

Tipo de vehículo:

Motor: 491Q-ME

Inyección: MPFI

Cilindrada: 2.237 cc

N° de válvulas: 8

Transmisión/ N° de velocidades Mecánica/5

Potencia (HP/R.P.M): 193/2.000-2600

Tipo de combustible: Bencina

Dimensiones y capacidad

Largo (mm): 6.070

Ancho(mm): 3.690

Alta (mm): 2.225

Distancia entre ejes (mm): 2.590

Peso bruto vehicular (kg): 2.800

Estanque de combustible: 70

Equipamiento:

Aire acondicionado.

Alza vidrios eléctricos.

Congeladoras.

Estantes de madera (mostradores).

5.2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

5.2.1. Diagrama de operación

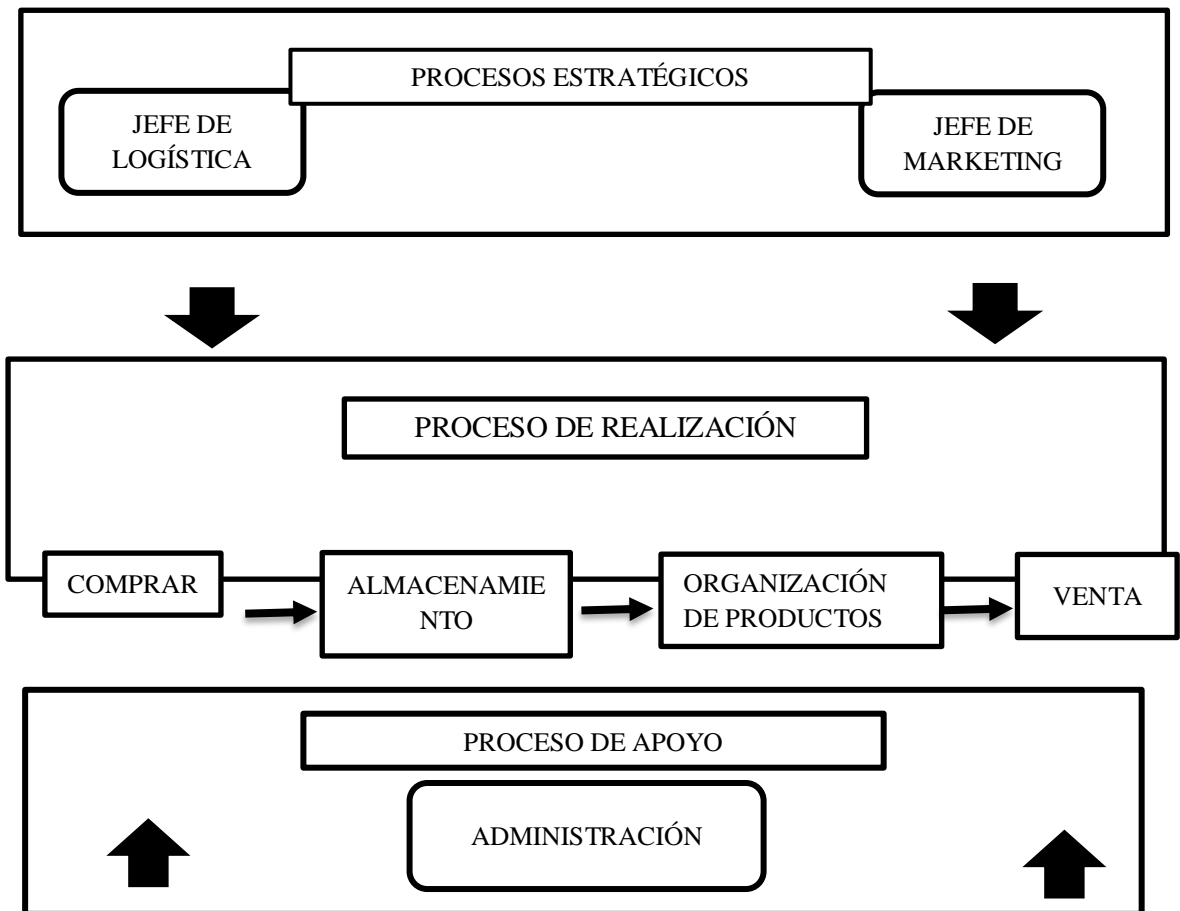


Ilustración 1

Diagrama de operación

5.2.2. Diagrama de recorrido o flujograma

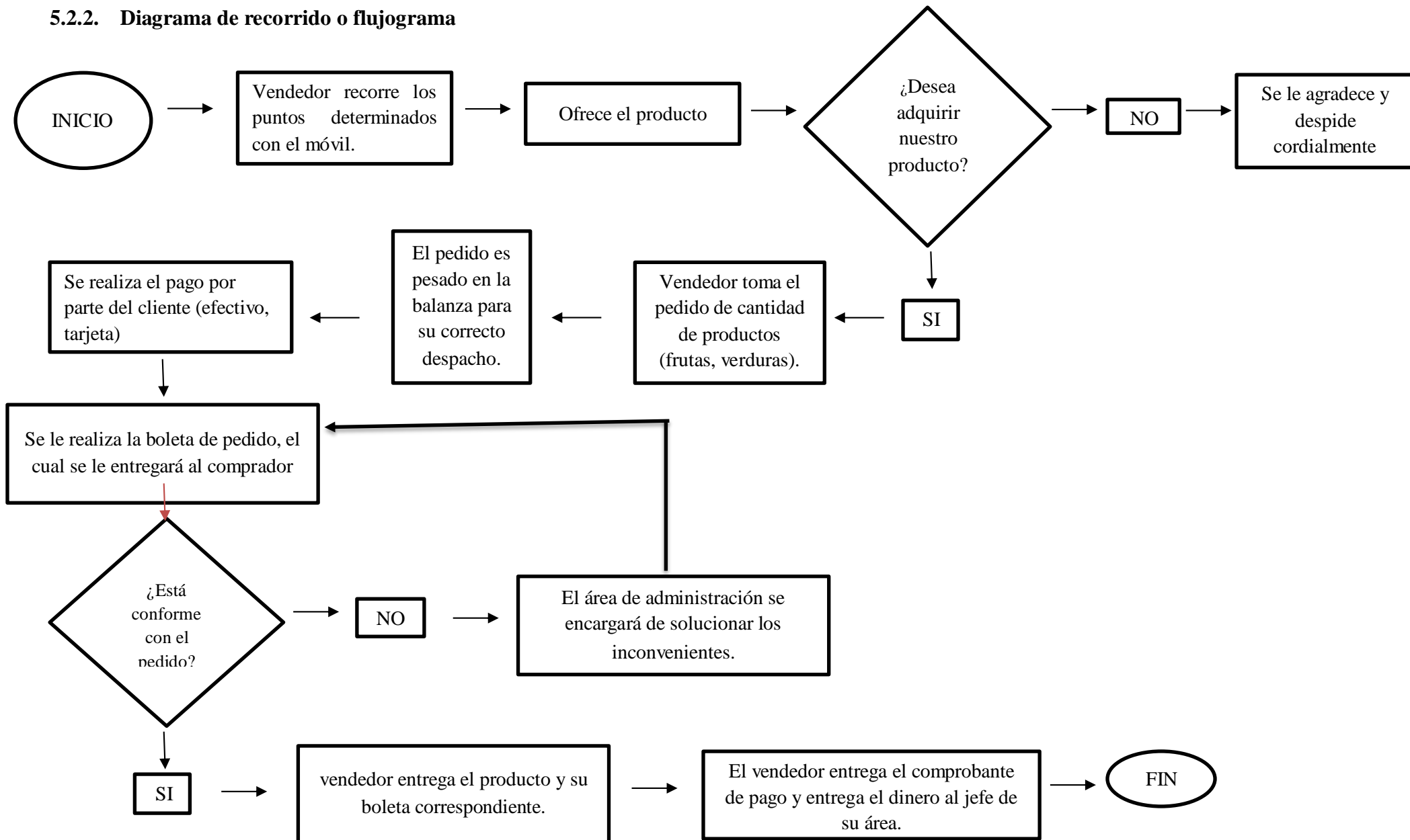
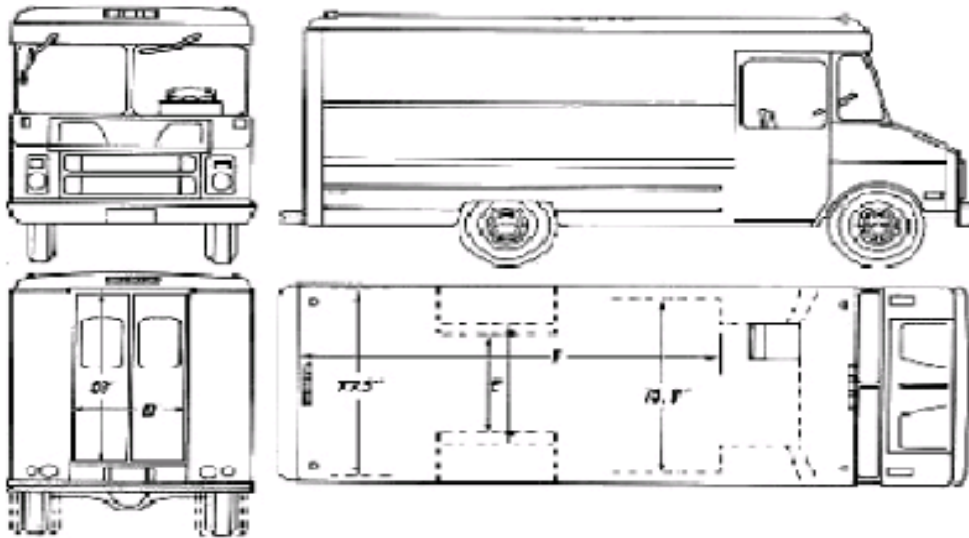


Ilustración 2

diagrama de recorrido o flujograma



5.2.3. Distribución de planta

Ilustración 3

Distribución de planta

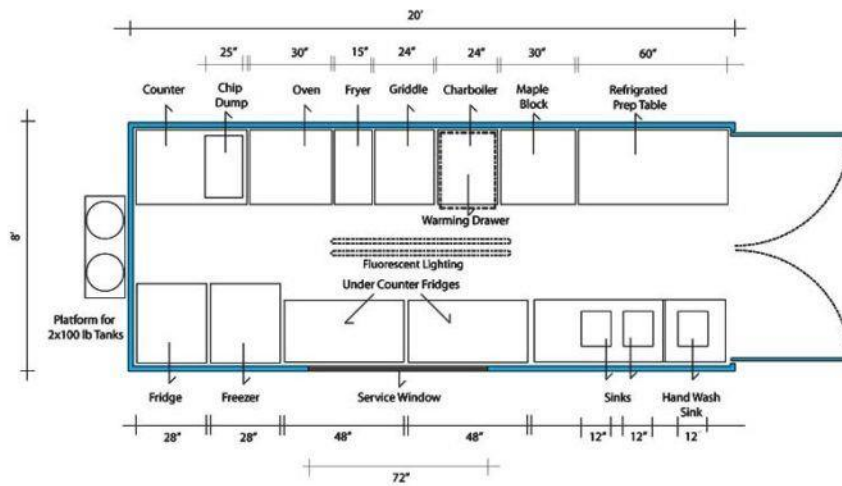


Ilustración 4

Diseño del plano del proyecto

5.2.4. Diseño del plano del proyecto

5.2.5. Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Para el presente proyecto de la empresa “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L. se contará con un software denominado SAP que procede de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en los procesamientos de datos. Este sistema abarca todos los aspectos de la administración de la empresa.

La composición total de los módulos brinda real compatibilidad a lo largo de los cargos de una organización, ayudando entre todas las áreas que se haya implementado, teniendo acceso a ella. Además, se contará con una pistola Picking que leerá los códigos de barra del producto, enviándola información al sistema SAP esto permitirá saber dónde se encuentra ubicado los productos en tiempo real y también la duración que lleva los distintos procesos en el ciclo del almacén

5.3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

5.3.1. Terrenos y Edificaciones

El “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L. contará con una pequeña planta de 12x24 metros cuadrados ubicados en la Urbanización la Primavera calle Wilfredo Valdivieso #339, la planta servirá para almacenamiento de los productos, así como también para el estacionamiento del vehículo y también para que los colaboradores puedan realizar sus actividades.

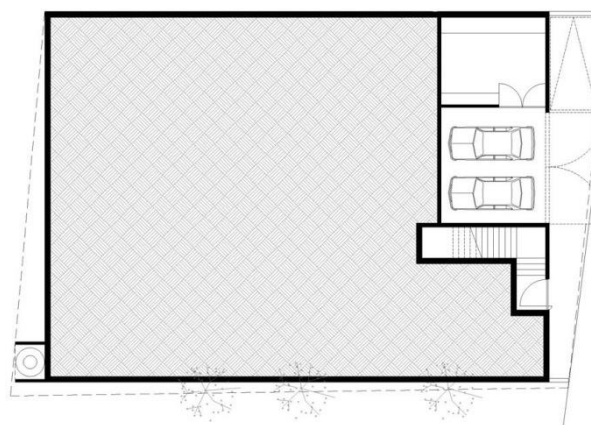


Ilustración 5

terrenos y edificaciones

5.3.2. Maquinaria y Equipos, Muebles, Enseres y Vehículos

Maquinaria y equipos

- 1 vehículo.
- Estantes con divisiones para las frutas y verduras.
- Congeladoras.

Congeladoras industriales, así como también los estantes de madera para colocar productos, cabe resaltar que todos los implementos para el móvil serán adaptados.

Estos tipos de estantes ayudarán a la división de los frutas y verduras, para que se puedan diferenciar y se vea mucho más ordenado, también será de gran ayuda para mantener los productos en su lugar y que estos no puedan caerse.

- 2 balanzas electrónicas.
- Dispositivo para pagos con tarjeta.

Este dispositivo facilitará los pagos de los clientes, puesto que es un sistema de pago seguro.

Muebles

- 2 sillas de oficina.
- 2 estantes o mostradores.
- Escritorio.
- Extinguidor indexa.
- Estante de Almacén.
- Reloj de Pared.

5.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 15

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2020									
ETAPAS	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1. ESTUDIOS									
Evaluación de comisión	X								
Revisión del proyecto		X							
Contacto finales con los proveedores			X	X					
Adecuación del proyecto				X	X				
2. NEGOCIACIÓN Y TRAMITACIÓN									
Adquisición de maquinaria					X	X	X		
3. EJECUCIÓN									
Habilitación del local						X	X		
Adquisición de equipo							X		
Montaje de la maquinaria							X	X	
Capacitación de personal							X	X	
Suministro de materiales e insumos								X	
Compra de materia prima e insumos									X
4. OPERACIÓN									
Pruebas							X	X	
Puesta en marcha									X

5.5. PROGRAMA

Para el presente proyecto, la empresa MERCADO MÓVIL- CHAMESA para los años 2021-2025, se ha considerado el tamaño de mercado con una participación de mercado del 4% de canastas de frutas y verduras.

Tabla 16

Programa

PROGRAMA				
Año	Demanda Insatisfecha del Segmento Familiar (canastas)	Participación de Mercado	Tamaño de Mercado	Comercialización diaria (canasta)
2021	1787576	4.00%	71,503.02	198.62
2022	1624127	4.00%	64,965.08	180.46
2023	1461005	4.00%	58,440.20	162.33
2024	1298212	4.00%	51,928.49	144.25
2025	1135751	4.00%	45,430.03	126.19
		4.00%		
Promedio			58,453.37	162.37

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

6.1.ASPECTO LEGAL

6.1.1. Tipo de Empresa

Empresa “MERCADO MÓVIL- CHAMESA” S.R.L

6.1.2. Proceso de Construcción de la Empresa

Para el proyecto de implementación de un mercado móvil de frutas y verduras en el país está a cargo la constitución de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), esta entidad presenta los siguientes pasos:

1. Búsqueda y reserva de nombre. La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.

2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad. A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.

3. Aporte de capital. Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.

4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario. Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP. Ya sea en el Registro de Sociedades, para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de responsabilidad limitada; o en el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la SUNARP obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. El plazo de calificación es de 24 horas desde la presentación del título. Recuerda que la Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas y es emitido por la SUNAT.

1.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

1.2.1. Acta de Constitución de la empresa

ACTA CONSTITUTIVA DE “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L

En la localidad de Chiclayo a los seis días del mes de agosto de dos mil veinte siendo las diez horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1º) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas: Nathaly Cordova Trigoso y al apoderado: Dainis Trigoso Ramos, **para suscribir la presente**

2º) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa Sociedad de Responsabilidad Limitada denominada **“MERCADO MÓVIL- CHAMESA” S.R.L.** con sede en la ciudad de Chiclayo con calle Wilfredo Valdivieso N° 339 del distrito de Chiclayo, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

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

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

CARGO	APELLIDO Y NOMBRE	FIRMA
--------------	--------------------------	--------------

PRESIDENTE

Nathaly Rosmeri Cordova Trigoso


APODERADO

Dainis Trigoso Ramos



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

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de s/. 9.974.22. y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

6°) Se autoriza al presidente y apoderado de la Comisión Directiva electa a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de Personería Jurídica y para aceptar las observaciones al Estatuto que pudieran efectuarse por la Dirección Provincial de Personas Jurídicas. Las decisiones precedentes han sido tomadas por unanimidad. No siendo para más, previa lectura y ratificación se firma la presente en el lugar y fecha indicados arriba.

PRESIDENTE

SECRETARIO



1.2.2. Minuta de Constitución

**CONSTITUCIÓN PARA UNA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD
LIMITADA S.R.L.
CON APORTE DE BIENES DINERARIO**

SEÑOR NOTARIO

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de sociedad comercial de responsabilidad limitada, que otorgan:

- A. Nathaly Cordova Trigoso, de nacionalidad: peruana ocupación: administradora, con documento de identidad: 72352412, estado civil: soltera.**
- B. Dainis Trigoso Ramos de nacionalidad: peruana ocupación: abogada con documento de identidad: 33408392, estado civil: soltera.**

Señalando como domicilio común para efectos de este instrumento en Chiclayo, Lambayeque. En los términos siguientes:

PRIMERO. – Por el presente pacto social, los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad comercial de responsabilidad limitada, bajo la denominación de: **“MERCADO MÓVIL- CHAMESA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”**

La sociedad puede utilizar la abreviatura **“MERC. MOVIL- CHAMESA.”**

Los socios se obligan a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

SEGUNDO. - El capital de la sociedad es de **S/. 19,948.43 (diecinueve mil novecientos cuarenta y ocho 43/100 nuevos soles)**, dividido en dos participaciones sociales cuyo valor nominal es de **S/.9.974.22 cada una, suscritas y pagadas de la siguiente manera:**

- 1. Nathaly Cordova Trigo, suscribe una participación sociales y paga s/. 9.974.22 mediante aportes en bienes dinerarios.**
- 2. Dainis Trigo Ramos, suscribe una participación sociales y paga s/ 9.974.22 mediante aportes en bienes dinerarios.**

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado

TERCERO. - La sociedad se regirá por el estatuto siguiente y en todo lo no previsto por este, se estará a lo dispuesto por la ley general de sociedades -ley 26887 - que en adelante se le denominará la “ley”.

ESTATUTO

ARTICULO 1°: Denominación - duración - domicilio: la sociedad se denomina: **“MERCADO MÓVIL- CHAMESA sociedad comercial de responsabilidad limitada”**

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: **“MERC. MÓVIL-CHAMESA.”**.

La sociedad tiene una duración indeterminada; inicia sus operaciones en la fecha de este pacto social y adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro de personas jurídicas. **Su domicilio es en la Urbanización la Primavera, calle Wilfredo Valdivieso #339 provincia de Chiclayo y departamento de Lambayeque.**

ARTICULO 2°. - **OBJETO SOCIAL.** - La sociedad tiene por objeto dedicarse la venta de frutas y verduras. Se entienden incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de sus fines. para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

ARTICULO 3°: Capital social: el monto del capital social es de **s/. 9.974.22 (nueve mil novecientos setenta y cuatro y 22/100 nuevos soles)**, representado por dos

participaciones sociales cuyo valor nominal es de/ 9.974.22 cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

ARTICULO 4°.- PARTICIPACIÓN SOCIAL: La participación social confiere a su titular la calidad de socio y le atribuye los derechos y obligaciones que señala la “ley”. la transmisión, adquisición, usufructo, prenda y medidas cautelares sobre las participaciones se sujetan a lo dispuesto por los artículos 290°, 291° y 292° de la “ley”.

ARTICULO 5°.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: La sociedad tiene los siguientes órganos:

- a. La junta general de socios; y
- b. La gerencia.

ARTICULO 6°.- JUNTA GENERAL DE SOCIOS: La junta general de socios representa a todos los socios que debidamente convocados y con el quórum correspondiente deciden por la mayoría que establece la “ley” los asuntos propios de su competencia. los acuerdos que legítimamente adopten obligan a todos inclusive a los disidentes y a los que no hayan participado en la reunión. el régimen de la junta general de socios, facultades, oportunidad de la convocatoria, solemnidades y condiciones para sus reuniones, quórum y validez de sus acuerdos se sujetan a lo dispuesto por los artículos 112°, al 138° de la “ley”, de conformidad con lo dispuesto en el tercer párrafo del artículo 294° de la “ley”.

La convocatoria a junta general la hará el gerente general mediante esquelas bajo cargo, dirigidas al domicilio o a la dirección designada por el socio a este efecto.

ARTICULO 7°.- GERENCIA: La administración de la sociedad está a cargo de la gerencia que podrá ser representada por un gerente general y uno o más gerentes designados por la junta general de socios. sus facultades, remoción y responsabilidades se sujetan a lo dispuesto por los artículos 287° al 289° de la “ley” y tendrán las facultades y remuneración que señale la junta general de socios.

El gerente general está facultado para la ejecución de todo acto y/o contrato correspondiente al objeto de la sociedad, pudiendo asimismo realizar los siguientes actos:

- A) Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- B) Representar a la sociedad ante toda clase de autoridades. en lo judicial gozará de las facultades señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil, así como la facultad de representación prevista en el artículo 10° de la ley n° 26636 y demás normas conexas y complementarias; teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución,

además podrá celebrar judicial, pudiendo suscribir el acta conciliatoria gozando de las facultades señaladas en las disposiciones legales que lo regulan. podrá constituir y representar a las asociaciones que crea conveniente y demás normas conexas y complementarias.

C) Abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y re-aceptar cheques, letras de cambio, vales, pagares, giros, certificados, conocimientos, pólizas, cartas fianzas y cualquier clase de títulos valores, documentos mercantiles y civiles; otorgar recibos cancelaciones, sobregirarse en cuenta corriente con garantía o sin ella, solicitar toda clase de préstamos con garantía hipotecaria, prendaria y de cualquier forma.

D) Adquirir y transferir bajo cualquier título; comprar, vender, arrendar, donar, dar en comodato, adjudicar y gravar los bienes de la sociedad sean muebles o inmuebles, suscribiendo los respectivos documentos ya sean privados o públicos. en general podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de leasing o arrendamiento financiero, lease back, factoring y/o underwriting, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados con el objeto social. Además, podrá someter las controversias a arbitraje y suscribir los respectivos convenios arbitrales.

E) Solicitar, adquirir, disponer, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales, conforme a ley suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o intelectual.

F) Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del, objeto social.

El gerente general podrá realizar todos los actos necesarios para la administración de la sociedad, salvo las facultades reservadas a la junta general de socios.

ARTICULO 8°.-MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: Las modificaciones del estatuto, el aumento y reducción de capital social se sujetan a lo dispuesto por los artículos 198° al 220° de la “ley”.

ARTICULO 9°. EXCLUSIÓN Y SEPARACIÓN DE LOS SOCIOS: Se sujeta a lo dispuesto por el artículo 293° de la “ley”.

ARTICULO 10°.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: Se rige por lo dispuesto en los artículos 40°, 221° al 233° de la "ley".

ARTICULO 11°.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: En cuanto a la disolución, liquidación y extinción de la sociedad, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 407°, 409°, 410°, 412°, 413° a 422° de la "ley".

CUARTO. Queda designado como gerente general: **Nathaly Cordova Trigoso con documento de identidad 72352412, con domicilio en: La Victoria, Urbanización Santa Margarita lote 30.**

Así mismo, se designa como sub gerente de la sociedad a **Dainis Trigoso Ramos, identificado con documento de identidad DNI, con numero: 33408392 quien tendrá las siguientes facultades:**

- Reemplazar al gerente en caso de ausencia.
- Intervenir en forma conjunta con el gerente general, en los casos previstos en los incisos c, d, e y f del artículo 7º del estatuto.

06 DE AGOSTO DEL 2020.

1.2.3. Manual de Organización y funciones

GERENTE GENERAL

FUNCIONES:

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

ADMINISTRADOR

FUNCIONES:

Gestión administrativa de personal

- Asegurar el cumplimiento de los reglamentos (administrativo, fiscal, legal).
- Garantizar el funcionamiento administrativo y social de la empresa.
- Asegurarse de que la empresa disponga de recursos financieros para operar.
- Registrar notas de venta, facturas y boletas.

JEFE DE LOGÍSTICA

FUNCIONES:

- Gestionar de forma óptima el aprovisionamiento y la planificación, es decir, la logística interna.
- Controlar las funciones en la cadena de suministro.
- Gestionar y planificar las actividades de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución.

- Conservar y proteger los productos que serán vendidos.
- Encontrar proveedores más eficientes.
- Tener un plan B ante cualquier imprevisto.
- Revisar la decisión de aceptar o rechazar y evaluar los productos.
- Realizar seguimiento de los productos para tener en cuenta si cumplen con los requisitos de calidad.

COMPRAS

FUNCIONES:

- Realizar compras de los materiales y productos que necesita la empresa.
- Evaluar los precios antes de cualquier adquisición.
- Velar por el cumplimiento de las normas y políticas de compras de la empresa.
- Saber las necesidades de stock en cuanto a productos.
- Tener la documentación de todas las compras realizadas.

JEFE DE MARKETING

FUNCIONES:

- Realizar los estudios del mercado.
- Desarrollar objetivos y estrategias de marketing.
- Gestionar la relación con los clientes.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio.
- Desarrollar la promoción de la marca.

VENTAS

FUNCIONES:

- Realizar un plan de ventas para el mercado.
- Informar a los clientes acerca de los beneficios que tiene cada producto.
- Realizar las ventas y cobro de los productos.
- Limpiar y organizar los estantes en los que estarán ubicado los productos.
- Realizar informes en tiempo determinado acerca de los productos más vendidos.

MANTENIMIENTO

FUNCIONES:

- Formular planes anuales de mantenimiento preventivo y correctivo para las instalaciones.

- Realizaran supervisiones a las instalaciones para descubrir las necesidades de mantenimiento preventivo, correctivo o adaptativo.
- Ordena coordinadas, guía y apoya las actividades de los empleados.

CONDUCTOR

FUNCIONES:

- Se encarga de manejar el vehículo por los puntos de ventas establecidos.
- Cumple con las leyes de tránsito.
- Velar por la seguridad de todo el personal abordo.

1.2.4. Organigrama

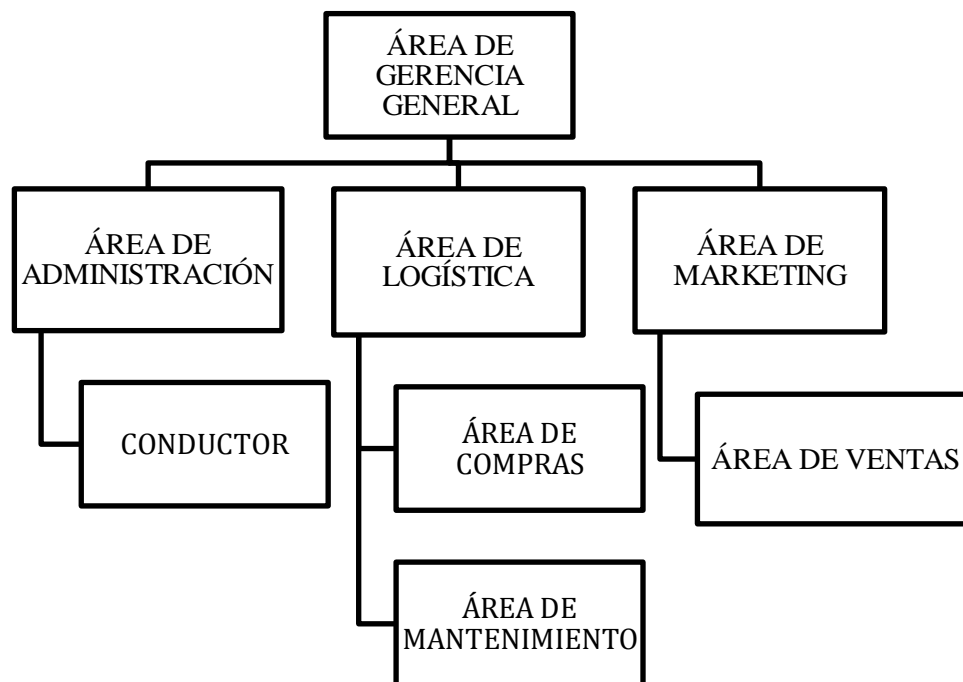


Ilustración 6

Organigrama

1.2.5. Requerimiento de Personal

GERENCIA GENERAL

Competencias:

Objetivo: organizar los recursos empresariales, definir a donde se va a dirigir la empresa en tiempos determinados ya sea a corto, mediano o largo plazo. así como también ser líder y guiar a todos los colaboradores para trabajar en equipo.

Grado de Instrucción: Título Profesional.

Educación Superior: Administrador de Empresas.

Experiencia: Mínimo 4 años.

Otros: conocimientos de sistemas de gestión y finanzas, dominio del idioma inglés.

Habilidades: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 3,000.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual.

ADMINISTRACIÓN

Competencias:

Objetivo: ser visionario, capaz de planear, organizar, direccionar y controlar.

Grado de Instrucción: Título Profesional.

Educación Superior: Administrador de Empresas.

Experiencia: Mínimo 4 años.

Otros: conocimientos de sistemas de gestión y dominio del idioma inglés.

Habilidades: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 2,000.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual

CONDUCTOR

Competencias:

Objetivo: conducir el mercado móvil de frutas y verduras hacia los puntos de venta en la ciudad de Chiclayo.

Grado de Instrucción: primaria y secundaria completa.

Experiencia: Mínimo 2 años.

Otros: conocimientos acerca de manejo de vehículos.

Habilidades: trabajo en equipo y comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 930.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual

LOGÍSTICA

Competencias:

Objetivo: supervisar que las frutas y verduras lleguen en el tiempo establecido y en las condiciones deseadas.

Grado de Instrucción: Título Profesional.

Educación Superior: Logística

Experiencia: Mínimo 3 años.

Otros: conocimientos de sistemas de gestión y finanzas, dominio del idioma inglés.

Habilidades: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 1,200.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual.

COMPRAS

Competencias:

Objetivo: realizar búsqueda de fuentes de abastecimiento confiables y con un registro de salubridad y controlar el proceso de compra.

Grado de Instrucción: primaria y secundaria completa.

Experiencia: Mínimo 3 años.

Otros: conocimientos de sistemas de logística y finanzas, dominio del idioma inglés.

Habilidades: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 930.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual.

MANTENIMIENTO

Competencias:

Objetivo: prevenir fallos de los equipos o realizar cambios en caso sea necesario.

Grado de Instrucción: primaria y secundaria completa.

Experiencia: Mínimo 3 años.

Otros: conocimientos de sistemas de vehículos, y sistema de equipos.

Habilidades: trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 930.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

MARKETING

Competencias:

Objetivo: realizar investigaciones de mercado y llevar un control de las redes sociales de la empresa, de la misma forma de la publicidad.

Grado de Instrucción: Título Profesional.

Educación Superior: administración y marketing

Experiencia: Mínimo 3 años.

Otros: conocimientos de sistemas de gestión y finanzas, dominio del idioma inglés.

Habilidades: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 1,200.00

Ubicación Fijación: Administrativa.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual

VENTAS

Competencias:

Objetivo: atención al cliente con amabilidad y respeto.

Grado de Instrucción: Primaria y secundaria completa.

Educación Superior: Ninguna.

Experiencia: -

Otros: conocimiento básico en atención al cliente.

Condiciones de Puesto

Tipo de contrato: contrato Independiente.

Remuneración: S/ 930.00

Ubicación Fijación: Comercialización.

Beneficios sociales: Sí.

Jornada: Diurna.

Horario: 8:00 – 17 Horas (lunes- viernes).

Tipo de sueldo: Pago fijo mensual.

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

7.1. Inversión

7.1.1. Estructura de la Inversión

La empresa “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L. su inversión total es de \$155,154.49 de los cuales corresponde a la inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo, siendo las cantidades monetarias como de detalla en siguiente tabla:

Tabla 17

Estructura de inversión

ESTRUCTURA DE INVERSION			
CONCEPTO	FINANCIAMIENTO	APORTE	INVERSIÓN
INVERSIÓN TOTAL	(BANCO)	PROPIO	TOTAL
I.INVERSIÓN FIJA	\$ 52,717.52	\$ 43,132.52	\$95,850.03
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$ 49,560.52	\$ 40,549.52	\$90,110.03
I.1.1 EQUIPOS	\$ 1,065.11	\$ 871.46	\$1,936.57
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,041.54	\$ 852.17	\$1,893.71
I.1.3. MAQUINARIA	\$ 47,142.86	\$71.43	\$85,714.29
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	\$ 195.80	\$ 160.20	\$356.00
I.1.5.MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL	\$ 25.93	\$ 21.21	\$47.14
I.1.6.MATERIAL DE SEGURIDAD DELPERSONAL	\$ 89.28	\$ 73.04	\$162.32
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$ 3,157.00	\$ 2,583.00	\$5,740.00
II. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 32,617.45	\$ 26,687.01	\$59,304.46
TOTAL INVERSIÓN	\$ 85,334.97	\$ 69,819.52	\$155,154.49
PORCENTAJE	55.00%	45.00%	100.00%

7.1.2. Programa de inversiones

El proyecto, cuenta con el siguiente programa de inversión que abarca todo el mes de agosto a diciembre, detallado a continuación:

Tabla 18*Programa de inversiones*

PROGRAMA DE INVERSIONES							
CONCEPTO	MESES					TOTAL	%
	1	2	3	4	5		
INVERSIÓN TOTAL							
I. INVERSION FIJA						\$95,850.03	61.78
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE						\$90,110.03	
I.1.1 EQUIPOS			\$ 968.29	\$968.29		\$1,936.57	
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES				\$1,893.71		\$1,893.71	
I.1.3. MAQUINARIA	\$17,142.86	\$17,142.86	\$17,142.86	\$17,142.86	\$17,142.86	\$85,714.29	
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL					\$356.00	\$356.00	
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL					\$47.14	\$47.14	
I.1.6. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL					\$162.32	\$162.32	
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE	\$1,148.00	\$1,148.00	\$ 1,148.00	\$ 1,148.00	\$1,148.00	\$5,740.00	
II. CAPITAL DE TRABAJO					\$59,304.46	\$59,304.46	38.22
TOTAL INVERSIÓN	\$18,290.86	\$18,290.86	\$19,259.14	\$21,152.86	\$78,160.78	\$155,154.49	100.00

CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

8.1. Fuentes de Financiamiento

Tras la evaluación de las diferentes fuentes de financiamiento se obtuvo como mejor opción la tasa activa ofrecida por Scotiabank para medianas empresas con préstamos a plazo mayor a 360 días.

Tabla 19*Fuentes de financiamiento*

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Aporte	%	Dólares
Propio	45 %	\$69,819.52
Financiamiento	55%	\$ 85,334.97
TOTAL	100%	\$ 155,154,49

De esta manera se muestra el cuadro de cronograma de pago por el financiamiento en dólares, el cual se realizará en cuotas durante 5 años, donde las amortizaciones van aumentando cada año.

Tabla 20

Cronograma de pago

CRONOGRAMA DE PAGO					
Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$ 85,334.97
1	\$ 85,334.97	\$ 16,076.45	\$ 2,551.52	\$ 18,627.96	\$ 69,258.53
2	\$ 69,258.53	\$ 16,557.13	\$ 2,070.83	\$ 18,627.96	\$ 52,701.39
3	\$ 52,701.39	\$ 17,052.19	\$ 1,575.77	\$ 18,627.96	\$ 35,649.20
4	\$ 35,649.20	\$ 17,562.05	\$ 1,065.91	\$ 18,627.96	\$ 18,087.16
5	\$ 18,087.16	\$ 18,087.16	\$ 540.81	\$ 18,627.96	\$ -

8.2. Evaluación del Préstamo

Para hacer la evaluación del préstamo, se ha tomado de referencia a la data establecida por la SBS en el mes de Julio del año 2020, donde muestra a una variedad de entidades bancarias, para poder identificar la tasa más conveniente. Después de evaluar la data, se optó por la TEA de 2.99% que brinda el banco Scotiabank en moneda extranjera, en este caso para pagar por cuotas durante 5 años, lo que equivale a \$18, 627.96 al año.

Tabla 21

Evaluación del financiamiento

EVALUACIÓN DEL FINANCIAMIENTO		
TEA	2.99%	
n=	5	SCOTIABANK
Préstamo	\$85,334.97	
Cuota	\$18,627.96	

CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

9.1. PRESUPUESTOS DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos se considera las unidades del programa de ventas anuales desde el año 2021-2025. La fuente de ingresos del presente proyecto será la venta de canastas a base de frutas y verduras en un 4% de la demanda estimada a un precio de \$13.32 la unidad, proyectando la venta de \$58,453,37 unidades al año y las ventas de \$ 778,334.66.

Tabla 22

Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Precio de venta	\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32
Cantidad por año	58,453.37	58,453.37	58,453.37	58,453.37	58,453.37
INGRESOS					
ventas	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66

9.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

9.2.1. Presupuesto económico

Este presupuesto económico de la implementación de “MERCADO MÓVIL- CHAMESA”, contiene las ventas esperadas, asimismo, contiene los costos directos e indirectos de comercialización, los gastos de operación e impuestos, como se detalla a continuación:

Tabla 23

Presupuesto económico

PRESUPUESTO ECONÓMICO					
INGRESOS					
ventas	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66
Egresos					
I.-Costos de Comercialización	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50
I.1 Existencias	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50
II.-Gastos de Operación	\$56,393.26	\$56,393.26	\$56,393.26	\$ 56,393.26	\$56,393.26
II,1.-Gastos de Administración	\$47,045.61	\$47,045.61	\$47,045.61	\$47,045.61	\$47,045.61
-Gastos administrativos	\$21,021.38	\$21,021.38	\$21,021.38	\$ 21,021.38	\$21,021.38
-Sueldos administrativos	\$26,024.23	\$26,024.23	\$26,024.23	\$26,024.23	\$26,024.23
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$9,347.66	\$9,347.66	\$9,347.66	\$ 9,347.66	\$9,347.66
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
-Depreciación	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,472.33
-Amortización por Cargas diferidas	\$972.94	\$972.94	\$972.94	\$ 972.94	\$ 972.94
IV.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	-\$2,178.94	\$22,263.53	\$22,263.53	\$22,263.53	\$ 22,263.53
-MANTENIMIENTO,SEGUROS	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$ 34.29	\$ 34.29
Y COMISIONES					
-Impuesto a la renta	\$16,918.76	\$17,424.63	\$17,945.62	\$18,482.20	\$19,034.82
TOTAL EGRESOS	\$713,824.42	\$738,772.76	\$739,293.76	\$739,830.33	\$739,972.66
SALDO	\$64,610.24	\$39,661.90	\$39,140.90	\$38,604.33	\$ 38,462.00

9.2.2. PRESUPUESTO FINANCIERO

El presupuesto financiero está contemplando por los gastos financieros que están constituidos por los intereses derivados del financiamiento de la inversión.

Tabla 24

Presupuesto financiero

PRESUPUESTO FINANCIERO					
INGRESOS					
ventas	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66
Egresos					
I.-Costos de Comercialización	\$ 633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.5	\$633,801.50	\$633,801.50
I.1 Existencias	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50	\$633,801.50
II.-Gastos de Operación	\$56,393.26	\$ 56,393.26	\$56,393.26	\$56,393.26	\$56,393.26
II,1.-Gastos de Administración	\$47,045.61	\$ 47,045.61	\$47,045.61	\$47,045.61	\$47,045.61
-Gastos administrativos	\$21,021.38	\$21,021.38	\$21,021.38	\$21,021.38	\$21,021.38
-Sueldos administrativos	\$26,024.23	\$ 26,024.23	\$26,024.23	\$26,024.23	\$26,024.23
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$9,347.66	\$ 9,347.66	\$9,347.66	\$ 9,347.66	\$ 9,347.66
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
.-Depreciación	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,882.62	\$7,472.33
.-Amortización por Cargas diferidas	\$972.94	\$972.94	\$972.94	\$972.94	\$972.94
IV .-Gastos Financieros	\$2,719.49	\$2,213.62	\$1,692.62	\$1,156.04	\$603.43
-INTERÈS PRESTAMO	\$2,685.20	\$2,179.33	\$1,658.33	\$1,121.76	\$569.14
-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29
COMISIONES					
V .-Amortización de la Deuda (CK)	\$16,918.76	\$17,424.63	\$17,945.62	\$18,482.20	\$19,034.82
VI.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	\$-2,178.94	\$22,263.53	\$22,263.53	\$22,263.53	\$22,263.53
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$8,432.69	\$8,432.69	\$8,432.69	\$8,432.69	\$8,465.51
-Impuesto a la renta	\$28,123.01	\$28,123.01	\$28,123.01	\$28,123.01	\$28,232.47
TOTAL EGRESOS	\$753,065.31	\$777,507.78	\$777,507.78	\$777,507.78	\$777,239.78
SALDO	\$25,369.35	\$926.88	\$926.88	\$926.88	\$1,194.88

CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

10.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El presente proyecto cuenta con dos estados de ganancias y pérdidas: un económico y un financiero. En lo que respecta al estado de ganancias y pérdidas económico, se identifica los ingresos que originan a la empresa cuando el segmento de clientes realiza su compra, sin considerar el gasto financiero de apalancamiento, de tal modo, que de acuerdo a la

programación de ventas en 5 años se puede observar en la tabla el incremento año a año, lo cual implica un beneficio.

Tabla 25

Estado de ganancias y pérdidas económicos

CONCEPTO	ESTADO DE GYP ECONÓMICO				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802
UTILIDAD BRUTA	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369
Gastos de Ventas	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348
Gastos Administrativos	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,445
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,819
- GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,819
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,466
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 96,976	\$ 96,976	\$ 96,976	\$ 96,976	\$ 97,353
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 28,123	\$ 28,123	\$ 28,123	\$ 28,123	\$ 28,232
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 68,853	\$ 68,853	\$ 68,853	\$ 68,853	\$ 69,121

Así como también, se muestra el estado de ganancias y pérdidas financiero donde se ve reflejada la necesidad de adquisición proyectado en 5 años con la finalidad de verificar la utilidad neta por año, considerando el gasto financiero del apalancamiento, donde igualmente se refleja un aumento año tras año, lo que hace atractivo el proyecto.

Tabla 26

Estado de ganancias y pérdidas financiero

ESTADO DE GYP FINANCIERO					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435	\$ 778,435
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802	\$ 633,802
UTILIDAD BRUTA	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633	\$ 144,633
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369	\$ 30,369
Gastos de Ventas	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348	\$ 9,348
Gastos Administrativos	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021	\$ 21,021
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,856	\$ 8,445
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,409	\$ 105,819
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,719	\$ 2,214	\$ 1,693	\$ 1,156	\$ 603
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$ 102,689	\$ 103,195	\$ 103,716	\$ 104,253	\$ 105,215
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 8,215	\$ 8,256	\$ 8,297	\$ 8,340	\$ 8,417
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 94,474	\$ 94,939	\$ 95,419	\$ 95,912	\$ 96,798
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 27,397	\$ 27,532	\$ 27,671	\$ 27,815	\$ 28,071
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 67,077	\$ 67,407	\$ 67,747	\$ 68,098	\$ 68,727

10.2. FLUJO DE CAJA

Se presentan los movimientos de entradas y salidas de dinero en efectivo a determinar la liquidez de la empresa “MERCADO MÓVIL- CHAMESA”, a través de los flujos de caja financiero y económico.

Tabla 27
Flujo de caja financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO

AÑO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$85,334.97	\$ 778,434.66	\$ 778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$866,519.57
I.1 Ingresos por ventas		\$778,434.66	\$ 778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$ 778,434.66
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 50,723.28
I.3 Préstamo	\$85,334.97					\$ -
I.4 Valor Residual						\$ 37,361.64
II. EGRESOS	\$155,154.83	\$ 705,354.47	\$728,556.90	\$728,556.90	\$ 728,556.90	\$728,699.19
II.1. Inversión Total	\$155,154.83					
II.2. Costos de Comercialización		\$551,131.74	\$ 551,131.74	\$551,131.74	\$ 551,131.74	\$ 551,131.74
II.3. Gastos de Operación		\$56,393.26	\$ 56,393.26	\$ 56,393.26	\$56,393.26	\$ 56,393.26
II.4 Participación Laboral		\$15,046.27	\$ 15,046.27	\$ 15,046.27	\$15,046.27	\$ 15,079.09
II.5. IGV a pagar		\$13,941.66	\$37,144.08	\$ 37,144.08	\$ 37,144.08	\$ 37,144.08
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 50,179.30	\$50,179.30	\$ 50,179.30	\$ 50,179.30	\$ 50,288.76
II.7 Servicio de deuda		\$ 18,662.25	\$ 18,662.25	\$ 18,662.25	\$18,662.25	\$18,662.25
Amortización		\$ 16,076.45	\$16,557.13	\$ 17,052.19	\$17,562.05	\$18,087.16
Gastos financieros		\$ 2,585.80	\$ 2,105.12	\$ 1,610.06	\$ 1,100.20	\$ 575.09
SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO		\$73,080.19	\$ 49,877.76	\$ 49,877.76	\$49,877.76	\$ 137,820.39
ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO		\$ 775.74	\$631.53	\$ 483.02	\$330.06	\$172.53
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$69,819.86	\$ 73,855.93	\$ 50,509.30	\$ 50,360.78	\$ 50,207.82	\$137,992.92
APORTE DE CAPITAL	\$69,819.86					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 73,855.93	\$ 50,509.30	\$50,360.78	\$50,207.82	\$ 137,992.92
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 73,855.93	\$ 124,365.23	\$174,726.01	\$224,933.83	\$362,926.75

Tabla 28

Flujo de caja económico

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO							
AÑO		0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$ -	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$866,519.57	
I.1 Ingresos por ventas		\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	\$778,434.66	
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$50,723.28	
I.3 Valor Residual						\$ 37,361.64	
II. EGRESOS	\$155,154.83	\$686,692.23	\$709,894.65	\$709,894.65	\$709,894.65	\$710,036.94	
II.1. Inversión Total	\$155,154.83						
II.2. Costos de Comercialización		\$551,131.74	\$551,131.74	\$551,131.74	\$551,131.74	\$551,131.74	
II.3. Gastos de Operación		\$56,393.26	\$ 56,393.26	\$56,393.26	\$ 56,393.26	\$ 56,393.26	
II.4 Participación Laboral		\$15,046.27	\$15,046.27	\$15,046.27	\$ 15,046.27	\$15,079.09	
II.5. IGV a pagar		\$ 13,941.66	\$37,144.08	\$37,144.08	\$37,144.08	\$ 37,144.08	
II.6. Impuesto a la Renta		\$50,179.30	\$ 50,179.30	\$ 50,179.30	\$ 50,179.30	\$ 50,288.76	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-\$155,154.83	\$91,742.43	\$ 68,540.01	\$ 68,540.01	\$68,540.01	\$156,482.64	
APORTE DE CAPITAL	\$155,154.83						
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$91,742.43	\$ 68,540.01	\$68,540.01	\$68,540.01	\$156,482.64	
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$-	\$91,742.43	\$160,282.44	\$228,822.45	\$297,362.46	\$453,845.10	

CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

Para que la implementación de un mercado móvil pueda abastecer a su porcentaje de mercado que es el 4 % de la demanda insatisfecha, deberá mantener un equilibrio entre la venta de unidades de canastas de frutas y verduras y la variable precio en dólares, es decir, lo mínimo que debe generar por sus ventas para no obtener pérdidas, pero tampoco ganancias, y todo esto, desde los puntos de vista financiero y económico, como se detalla a continuación:

Tabla 29

Costo de adquisición y precio de venta

Costo de adquisición	de\$ 11.13
Precio de venta	\$ 13.32

Tabla 30*Punto de equilibrio económico*

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO					
PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
punto de equilibrio en unidades	19335.88	21974.25	22037.1	22102.21	22030.27
punto de equilibrio en dólares	\$257,499.65	\$292,635.23	\$293,472.29	\$294,339.40	\$293,381.32

Tabla 31*Punto de equilibrio financiero*

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO					
PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
punto de equilibrio en unidades	24,866.27	28,259.25	28,340.08	28,423.81	28,371.17
punto de equilibrio en dólares	\$331,148.83	\$376,333.77	\$377,410.24	\$378,525.35	\$377,824.24

CAPÍTULO XII: EVALUACION ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para el presente proyecto la tasa de descuento, se estableció a través del costo de oportunidad de capital COK tanto para el económico y financiero. El cual se estimó un 12% considerando la coyuntura económica actual de inestabilidad en la mayoría de los sectores económicos, sin embargo, se espera que cada país se reactive de acuerdo a su programa de políticas y, es por ello que se consideró esta tasa como un porcentaje conservador para calcular los indicadores económicos y financieros.

Tabla 32*Evaluación económica y financiera*

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

12.1.TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para calcular la tasa de descuento tanto económicas, como financieras, se ha tomado en cuenta los siguientes criterios:

Tabla 33

Tasa de descuento económica

TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA				
dE =	Kp	*	(COK +R)	
dE =	0.1441	----->	dE	14.41%

El proyecto del mercado móvil de frutas y verduras presenta una tasa de descuento financiera de 15.58%, considerando la tasa de interés del préstamo del 2.99 % y el impuesto a la renta del 29%.

Tabla 34

Tasa de descuento financiera

TASA DE DESCUENTO FINANCIERA								
dF =	Kp	*	(COK+R)+	Ka	*	ra	*	(1-t)
dF =	0.155776	---->	dE	15.58%				

12.2.EVALUACION ECONÓMICA

12.3. VANE

Para el presente proyecto el valor actual neto económico (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$142,990.51, el cual involucra generar dicha ganancia descontando los egresos y la inversión del total de ingresos, es así que, se entiende que el proyecto de implementación de “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L es económicamente viable. El VAN se ha obtenido mediante la sustracción de los ingresos con los gastos, tanto comerciales, operativos, financieros e impuestos, desde el año 2021 al 2025, y la tasa de descuento económica que es del 14.41%.

Tabla 35*VANE*

<i>VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO</i>	
VANE	\$142,990.51

12.4. TIRE

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que hace el VAN igual a cero. Lo que significa que el proyecto de inversión de implementación del “MERCADO MÓVIL-CHAMESA” S.R.L, cuenta con una tasa interna de retorno económico del 46%, es decir que el proyecto es rentable ya que es mayor que la tasa de descuento económica, determinándose su viabilidad.

Tabla 36*TIRE*

<i>TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO</i>	
TIRE	46%

12.5. B/C Económico

El beneficio costo corresponde a la actualización de ingresos, que se divide entre la actualización de los egresos, nos dio como resultado \$1.06 la cual al ser mayor que 1 dice por lo que se considera el proyecto es viable.

Tabla 37*Beneficio costo económico*

<i>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO</i>	
B/CE	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CE	\$2,691,239.41
	-\$2,548,248.90
B/CE	1.06

12.6. Periodo de recupero de capital Económico

Teniendo en cuenta el dinero invertido el proyecto como del 45%, de inversión propia, se recuperará el capital en 1 años 11 meses 7 días.

Tabla 38*Periodo de recupero de capital económico*

PERIODO DE RECUPERO DE CAPITAL ECONÓMICO				
Años		Proyecto		Recuperación
	\$	-155,154.83	\$	-155,154.83
1	\$	80,187.43	\$	-74,967.40
2	\$	52,362.00	\$	-22,605.41
3	\$	45,766.98	\$	23,161.57
4	\$	40,002.60	\$	63,164.17
5	\$	79,826.34	\$	142,990.51

12.7. Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad, al igual que el B/C devuelve la ganancia obtenida del proyecto, en este caso, la empresa obtiene \$1.92 de retorno por cada dólar propio invertido.

Tabla 39*Índice de rentabilidad*

INDICE DE RENTABILIDAD	
IR =	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
IR =	\$298,145.34 \$155,154.83
IR =	1.92

12.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**12.3.1 VANF**

Para el presente proyecto el valor actual neto financiero (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$159,558.86, desde el año 2021 al 2025, siendo la tasa de descuento financiera de 15.58%.

Tabla 40*VANF*

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	
VANF	\$159,558.86

12.3.2 TIRF

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual (55% financiamiento y 45 % aporte propio), el proyecto puede soportar hasta una tasa del 88% para que luego su VANF pueda resultar negativo. El resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto.

Tabla 41

TIRF

<i>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</i>	
TIRF	89.73%

12.3.3 B/C Financiero

La evaluación de la relación beneficio costo financiera nos da como resultado mayor que 1 por lo que el proyecto resulta viable.

Tabla 42

Beneficio costo financiero

<i>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</i>	
B/CF	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CF	\$2,702,187.67
	-\$2,544,354.24
B/CF	1.06

12.3.4 Periodo de recuperó del capital financiero

En comparación al período de recuperó del capital con el flujo de caja financiero, con la opción de un porcentaje de la inversión financiada con deuda se proyecta recuperó el capital en 1 año 1 mes 3 días.

Tabla 43

Periodo de recuperó del capital financiero

<i>PERIODO DE RECUPERO DEL CAPITAL FINANCIERO</i>			
Años		Proyecto	Recuperación
0	\$	-69,819.86	\$ -69,819.86
1	\$	63,901.60	\$ -5,918.26
2	\$	37,811.51	\$ 31,893.25
3	\$	32,619.06	\$ 64,512.31
4	\$	28,136.93	\$ 92,649.25
5	\$	66,909.61	\$ 159,558.86

12.3.5 Índice de Rentabilidad Financiero

Teniendo en cuenta el flujo de caja financiero se obtendrá \$3.29 por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 44

Índice de rentabilidad financiero

<i>INDICE DE RENTABILIDAD</i>	
IR =	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
IR =	\$229,378.72
IR =	\$69,819.86
IR =	3.29

CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

13.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

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

- **La participación de mercado.**
- **Costo de la canasta de frutas y verduras.**
- **Variación significativa en el precio de la divisa (dólar).**

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

De tal manera que se eligió como factor más relevante el aumento del costo de la adquisición de frutas y verduras, se consideró el aumento en el costo de un 10%, con ello el proyecto sigue siendo rentable ya que la TIRE sigue siendo mayor que la tasa de descuento (14.41%). De modo que los indicadores siguen siendo factibles. Es importante señalar que ese aumento de 10% en el precio es el límite para la rentabilidad del proyecto.

Tabla 45*Sensibilidad económica*

SENSIBILIDAD ECONOMICA						
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	10%	\$51,978.54	26%	1.02	1.32	14.41%

13.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Para el análisis de sensibilidad financiera, se tomó en consideración el aumento en el precio de frutas y verduras, soportando un aumento del 10%, sin embargo se sigue conservando la rentabilidad del proyecto.

Tabla 46*Sensibilidad financiera*

SENSIBILIDAD FINANCIERA						
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	10%	\$71, 729.40	47.61%	1.03	1.99	15.58%

CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno Económica de 46% por encima de la tasa de descuento económica de 14.41% y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 89.73% por encima de la tasa de descuento financiera de 15.58%. Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró la tasa de descuento económica y financiera como tasas de actualización, respectivamente resultando un VANE \$142,990.51 de VANF de \$159,558.86 TIRE de 46% y TIRF de 89.73%.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 4% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de un mercado móvil de frutas y verduras dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de implementación de un mercado móvil de frutas y verduras en la ciudad de Chiclayo, tendrá una capacidad efectiva de 162 canastas diarias.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en la ciudad de Chiclayo ya que es un lugar con mayor comercialización y fluidez de actividad económica, este se determinó utilizando el método multicriterio que permitió la localización de la empresa.

El proceso de implementación del mercado móvil de frutas y verduras se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.

El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de una sociedad de responsabilidad limitada, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.

El proyecto tiene una inversión total de \$155,154.49 siendo su capital de trabajo de \$59,304.46 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$85,334.97 representando el 55%.

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en los precios de adquisición de frutas y verduras cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varia en \$51,978.54 aprox. y la TIRE en 26%, VANF en \$71, 729.40 y el TIRF en 47.61% por un aumento en la obtención de frutas y verduras en un 10%.

RECOMENDACIONES

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

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

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

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

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del mercado móvil de frutas y verduras

Proyectos de producción, considerar permanentemente la documentación de todos los proveedores para evitar cualquier inconveniente en materia de insumos.

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias en las metodologías de producción de esta manera se va a lograr una correcta utilización de los costos.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDINA. (2020, May 6). *Covid 19: ¿qué medidas deben adoptar las empresas para proteger a trabajadores?* Retrieved from <https://andina.pe/Agencia/noticia-covid-19-medidas-deben-adoptar-las-empresas-para-proteger-a-trabajadores-796056.aspx>
- Beker, M. (2020, May 13). “El shopper irá a lugares más cercanos de su hogar.” *La Cámara*. Retrieved from <https://lacamara.pe/marinela-beke-el-shopper-ira-a-lugares-mas-cercanos-de-su-hogar/>
- Castrillon, D. (2016). Key factors in marketing focused services businesses. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-Journal of Human Sciences*, 34, 42–58.
- Castro, J. (2020, March 12). Colas en los supermercados se debe al miedo irracional por coronavirus. *CATIVALU*. Retrieved from <https://www.radiocutivalu.org/colas-en-los-supermercados-se-debe-al-miedo-irracional-por-coronavirus/>
- CPI. (2019). *Perú 2019: Población según segmentos de edad*. 12. Retrieved from http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Fort, R., & Espinoza, A. (2020, May 5). ¿Qué hacemos con los mercados? *El Comercio*. Retrieved from <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/que-hacemos-con-los-mercados-por-ricardo-fort-y-alvaro-espinoza-investigadores-del-grupo-de-analisis-para-el-desarrollo-grade-noticia/>
- INEI. (2020, April 18). IPE INSTITUTO PERUANO DE ECONOMÍA. *Informe IPE V: Impacto Del COVID-19 En La Economía Peruana*. Retrieved from <https://www.ipe.org.pe/portal/informe-ipe-v-impacto-del-covid-19-en-la-economia-peruana/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2014). 12. Agrario. *Compendio Estadístico 2014*, 83. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Jácome, A., Antonio, L., Castro, S. D. De, Beatriz, C., & Canales, V. (2020). *Trabajo de investigación para la comercialización de fruta picada envasada por delivery en el distrito de San Isidro - Lima*.

- Lambayeque, G. R. (2015). *Esquema de Contenido 1. INTRODUCCIÓN 2. RESUMEN DEL PROCESO DE FORMULACIÓN DEL PERSA DE LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS GENERALES DEL PERSA CON LA POLÍTICA NACIONAL AGRARIA 11. INDICADORES POR OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL Y OBJETIVO ESPECÍFICO. 12. CARTERA DE .*
- Larios, G. (2020, May 4). Enteder para reinventarse en el canal tradicional. *Perú Retail*. Retrieved from <https://www.peru-retail.com/especialista/enteder-para-reinventarse-en-el-canal-tradicional/>
- Macera, D., Churango, V., Eyzaguirre, R., Gonzales, F., Valdivia, Y., & Valencia, M. (2020). Informe ipe. *INFORME IPE - Segundo Informe: Análisis Del Impacto Económico Del Covid-19 En El Perú- MARZO 2020 27*, pp. 1–25. Retrieved from https://estudiantesavp.ucontinental.edu.pe/pluginfile.php/2186309/mod_resource/content/0/INFORME-IPE-X-Impacto-del-covid19-en-la-economla-peruana.pdf
- MINAGRI. (2017). Uva Fresca. *Ministerio de Agricultura y Riego - PERÚ*, 6. <https://doi.org/10.1021/ac1006987>
- Nogueira, M., Montoya, F., & Peñaloza, E. (2009). *Plan de Negocios para Producir y Comercializar Productos Vegetales Organicos*. 155. Retrieved from http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1674/DE_SOUZA_MONTROYA_PEÑALOZA_VEGETALES_ORGANICOS.pdf?sequence=1
- Palú, E. (2005, November 17). *ISO 2200 Nuevo estándar mundial de seguridad alimentaria*. Retrieved from <http://gestion-calidad.com/wp-content/uploads/2016/09/Resumen-22000.pdf>
- Parra, P., & Suárez, B. (2018). *Plan de Negocio para la Creación de un Minimarket*.
- Quispe, A., & Chihuan, K. (2014). *PROYECTO DE INVERSIÓN MINIMARKET MI BODEGA*.
- Sáes, C. (2020, May 16). *La clave anti-Covid en espacios cerrados: poco aforo, exposición corta y ventilación*. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/ciencia/20200516/481153124947/transmision-coronavirus-espacios-cerrados.html>

SENASA. (2008). *LEGISLACIÓN ALIMENTARIA*. Retrieved from <https://www.senasa.gob.pe/senasa/legislacion-9/>

SUNAT. (2003, July 3). *LEY DE PROMOCIÓN DE LAS PYMES N°28015*. Retrieved from [//www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf](http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf)

Villamar, S., & Gálvez, R. (2013). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE PASTAS SECAS NO RELLENAS A BASE DE QUINUA, KIWICHA Y CAÑIHUA*.

ANEXO:

ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS

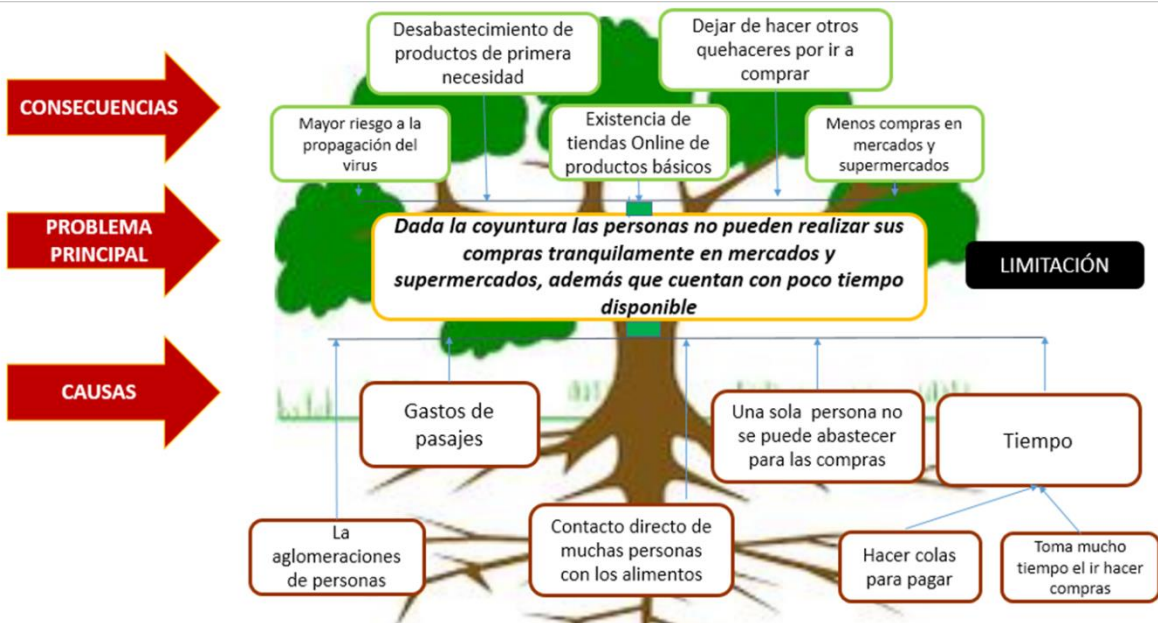


Ilustración 7

Árbol de problemas



Ilustración 8

Logotipo de la empresa



Ilustración 9

Especificaciones del móvil

ANEXO 2: CANVAS**Tabla 47***canva*

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente
Proveedores de alimentos de primera necesidad (mayoristas). Agricultores: Cooperativa agraria y servicios múltiples la esperanza. Empresa agrícola San Juan S.A. Maisara Fruits Peru S.A.C. Negocios Alarcon Diaz E.I.R.L. Negocios Agricola Jayanca S.A.	Prueba piloto: comprobar si el sistema funciona. Si es útil y beneficio para los clientes. Iniciar términos de negociación con proveedores y clientes. Realizar la instalación del automóvil teniendo asistencia técnica. Proveernos de los productos de primera necesidad a tiempo	Fácil acceso. Facilidad de pago (efectivo y tarjeta). Menor riesgo de contagio. Productos frescos e higiénicos Compras en menor tiempo. Precios accesibles Productos de calidad y seguridad en la entrega Conservación de los alimentos, a través de la congeladora Pagos en plazos	Contratar personal altamente positivo, colaboradores responsables, puntualidad y con espíritu proactivo. Capacitación continua en atención, ventas y servicio. Realizar un estudio de mercado que permita conocer las necesidades de los clientes. Con ello se consiguen dos cosas más retorno y menos agotamiento de ambas partes.

Recursos Clave

Estudiantes y profesionales de mercadeo y logística.
 Ingenieros Industriales y sistemas.
 Administradores con capacidad de negociación
 Movilidad para transportar los productos
 Productos de gran consumo.

Canales

¿A través de qué canales llegamos a nuestros clientes?

Nuestro primer canal para llevar y ofrecer a nuestros clientes el mercado móvil, serán las visitas comerciales que se realizará a los supermercados y mercados para que así conozcan nuestro servicio y tomen la decisión de implantarlo.

Otros canales:

Creación de una página web

Creación de redes sociales (Facebook e Instagram)

Mediante medios publicitarios como:

Radio

Televisión (América

televisión-Chiclayo

Estructura de Costes

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

Estructura de Ingresos

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

ANEXO 3: INVERSION TANGIBLE**Tabla 48***inversión tangible*

INVERSION TANGIBLE						
EQUIPOS		Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
laptop LENOVO 15.6 IdeadPad 5		1	\$ 699.43	\$592.74	\$106.69	\$ 699.43
impresora EPSON multifuncional Dcp-1710W		1	\$ 114.29	\$ 96.85	\$17.43	\$ 114.29
balanza		2	\$ 57.14	\$96.85	\$17.43	\$ 114.29
congeladoras		2	\$454.29	\$769.98	\$138.60	\$ 908.57
maquina POS visa		1	\$ 100.00	\$84.75	\$15.25	\$ 100.00
TOTAL			\$1,425.14	\$ 1,641.16	\$295.41	\$1,936.57
MUEBLES Y ENSERES		Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Escritorios		1	\$ 51.43	\$43.58	\$7.85	\$ 51.43
Sillas Giratorias		2	\$28.57	\$48.43	\$8.72	\$ 57.14
Bancos de plástico		2	\$5.71	\$9.69	\$1.74	\$ 11.43
cuadros informativos		3	\$ 171.43	\$435.84	\$78.45	\$ 514.29
mostrador para ventas		3	\$ 194.29	\$493.95	\$ 88.91	\$582.86
mueble para computador		1	\$ 19.43	\$ 16.46	\$2.96	\$ 19.43
estantes de madera		2	\$ 114.29	\$193.70	\$34.87	\$ 228.57
Parihuelas		10	\$42.86	\$363.20	\$65.38	\$ 428.57
TOTAL			\$ 628.00	\$1,604.84	\$ 288.87	\$ 1,893.71
MAQUINARIA		Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Unidad Móvil		1	\$ 42,857.14	\$36,319.61	\$6,537.53	\$42,857.14
planta de estacionamiento y oficina		1	\$ 42,857.14	\$36,319.61	\$6,537.53	\$42,857.14

TOTAL \$ 85,714.29 \$ 72,639.23 \$13,075.06 \$85,714.29

ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL		Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Focos		8	\$3.43	\$23.24	\$4.18	\$ 27.43
Lámparas		4	\$28.57	\$96.85	\$17.43	\$114.29
Reloj de pared		2	\$7.14	\$12.11	\$2.18	\$14.29
Letras Corpóreas		1	\$200.00	\$169.49	\$30.51	\$ 200.00
TOTAL			\$ 239.14	\$ 301.69	\$54.31	\$356.00

MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL		Unidad	Precio	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Botiquín		1	\$ 10.00	\$ 8.47	\$ 1.53	\$ 10.00
Extintor ABC (4 Kg - PQS)		1	\$ 17.14	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Lámparas de Emergencia		2	\$ 8.57	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Señalización		5	\$ 0.57	\$ 2.42	\$ 0.44	\$ 2.86
TOTAL			\$ 36.29	\$ 39.95	\$7.19	\$ 47.14

MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL		Unidad	Precio	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
lentes		6	\$7.26	\$36.93	\$6.65	\$ 43.58
Botas		2	\$19.37	\$32.83	\$5.91	\$38.74
guantes		2	\$ 14.29	\$24.21	\$4.36	\$ 28.57
cube bocas		2	\$25.71	\$43.58	\$7.85	\$ 51.43
TOTAL			\$ 66.63	\$ 137.56	\$ 24.76	\$ 162.32

		Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE	\$76,364.44	\$13,745.60		\$90,110.03

ANEXO 4: INVERSION INTANGIBLE**Tabla 49***inversión intangible*

INVERSION INTANGIBLE					
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA					
Descripción	Precio sin IGV		IGV		Precio con IGV
Búsqueda Comercial (SUNARP)	\$	0.97	\$	0.17	\$ 1.14
Estatutos	\$	48.43	\$	8.72	\$ 57.14
ROF	\$	48.43	\$	8.72	\$ 57.14
MOF	\$	48.43	\$	8.72	\$ 57.14
Mínuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$	33.90	\$	6.10	\$ 40.00
Escritura Pública	\$	43.58	\$	7.85	\$ 51.43
Inscripción en la SUNARP	\$	102.80	\$	18.50	\$ 121.31
Legalizar Libro Mayor	\$	3.63	\$	0.65	\$ 4.29
Legalizar Libro Caja	\$	3.63	\$	0.65	\$ 4.29
Licencia de Funcionamiento	\$	58.63	\$	10.55	\$ 69.18
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	\$	54.00	\$	9.72	\$ 63.71
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$	24.70	\$	4.45	\$ 29.14
Fumigación	\$	19.37	\$	3.45	\$ 22.86
Imprenta para elaborar comprobantes de pago	\$	9.69	\$	1.74	\$ 11.43
Diseño del programa informático	\$	36.32	\$	6.54	\$ 42.86

\$ 536.49 \$ 96.57 \$ 633.06

LICENCIAS Y PATENTES

Descripción	Precio Sin IGV	IGV	Precio Con IGV
Certificado de Salubridad	\$ 5.81	\$ 1.05	\$ 6.86
Licencia Municipal de Funcionamiento - Lima	\$ 205.20	\$ 36.94	\$ 242.13
Registro de marca en Indecopi	\$ 200.00	\$ 36.00	\$ 236.00
Tasa de solicitud de patente	\$ 174.33	\$ 31.38	\$ 205.71
Patente de invención	\$ 133.17	\$ 23.97	\$ 157.14
Publicación de la patente en Diario El Peruano	\$ 33.90	\$ 6.10	\$ 40.00
Declaración Jurada de Actividad Comercial	\$ 12.11	\$ 2.18	\$ 14.29
Software de Ofimática	\$ 286.68	\$ 51.60	\$ 338.29
Total	\$ 1,051.20	\$ 189.22	\$ 1,240.42

GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de servicios telefónicos - Movistar Total	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Pruebas preliminares de las diferentes instalaciones	\$ 121.07	\$ 21.79	\$ 142.86
Gastos de Inauguración	\$ 121.07	\$ 21.79	\$ 142.86
Total	\$ 256.66	\$ 46.20	\$ 302.86

OTROS GASTOS

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Capacitación del Personal	\$ 1,026.63	\$ 184.79	\$ 1,211.43

Asistencia técnica	\$	242.13	\$	43.58	\$	285.71
Plataforma web de la empresa	\$	1,025.98	\$	184.68	\$	1,210.65
Exámenes médicos	\$	251.82	\$	45.33	\$	297.14
Limpieza y Desinfección del Local	\$	242.13	\$	43.58	\$	285.71
Total	\$	2,788.69	\$	501.96	\$	3,290.65
 SUB TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$	4,633.04	\$	833.95	\$	5,466.99
 otras inversiones intangibles (5%)	\$	231.65	\$	41.70	\$	273.35
		Precio sin IGV		IGV		Precio con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$	4,864.69	\$	875.64	\$	5,740.34
