

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
SERVICIO DE DELIVERY CON ENFOQUE A PRODUCTOS DE HIGIENE
PERSONAL Y LIMPIEZA**

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

AUTOR

INÉS VIOLETA SILVA CASANOVA

ASESOR

MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA

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

Chiclayo, 2020

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida.

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi hermana por las experiencias que hemos compartido.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, a la Escuela de Administración de Empresas y a mis docentes, quienes gracias a sus enseñanzas me han permitido formarme como una gran profesional. Así mismo, mi más profundo agradecimiento a mi asesora Milagros Gamarra Uceda, por brindarme sus conocimientos y guiarme durante todo el proceso de elaboración de este proyecto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de evaluar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad económica-financiera de la creación de una empresa de servicio de delivery de artículos de higiene personal y limpieza en la ciudad de Chiclayo. La recolección de datos se basó en información de fuentes secundarias, lo cual permitió cumplir con tanto el objetivo general como los específicos. Cabe señalar que nuestro proyecto está dirigido a los niveles socioeconómicos A y B de la ciudad de Chiclayo.

Con respecto a determinar la viabilidad económica y financiera, se utilizaron indicadores como el VAN, la TIR, el análisis de sensibilidad, el punto de equilibrio y los estados financieros. Los cuales demostraron que nuestro proyecto es viable económica y financieramente, logrando un VANE de \$ 2 737.88 y un VANF de \$ 15 808.64; además se obtuvo una TIRE de 17% y una TIRF de 29%, cabe resaltar que el COK fue de 15% y el WACC de 9.72%.

Palabras clave: Proyecto de inversión, viabilidad, delivery.

ABSTRACT

The present research work was carried out with the aim of evaluating the feasibility, viability and economic-financial profitability of the creation of a delivery service company for personal hygiene and cleaning items in the city of Chiclayo. Data collection was based on information from secondary sources, which enabled both the general objective and the specific objectives. It should be noted that our project is aimed at socioeconomic levels A and B of the city of Chiclayo.

With respect to determining economic and financial viability, indicators such as NPV, IRR, sensitivity analysis, break-even point and financial statements were used. Which demonstrated that our project is economically and financially viable, achieving a VANE of \$ 2 737.88 and a VANF of \$ 15 808.64; In addition, an TIRE of 17% and a TIRF of 29% were obtained. It should be noted that the COK was 15% and the WACC was 9.72%.

Keywords: Investment project, viability, delivery.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

1. Aspectos generales del proyecto de inversión	13
1.1. Metodología.....	13
1.1.1. Tipo de investigación.....	13
1.1.2. Línea de investigación	13
1.1.3. Situación problemática.....	13
1.1.4. Formulación del problema	14
1.1.5. Determinación de los objetivos.....	14
1.1.6. Título.....	15
1.2. Análisis del entorno	15
1.2.1. Análisis del entorno económico.....	15
1.2.2. Análisis FODA.....	16
1.2.3. Justificación	17
1.2.4. Marco legal	17
1.2.5. Unidad formuladora y unidad ejecutora	18
1.2.5. Clasificación productiva sectorial.....	18
2. Estudio de mercado.....	19
2.2. Caracterización comercial del servicio.....	19
2.3. Perfil del consumidor.....	20
2.4. Área geográfica del mercado	20
2.5. Análisis de la demanda - Proyección.....	21
2.5.5. Información primaria y secundaria	21
2.5.6. Proyección de la demanda.....	21

2.6.	Análisis de la oferta – Proyección	23
2.6.5.	Proyección de la oferta	23
2.7.	Balance demanda oferta.....	23
2.8.	Plan de marketing	24
2.8.5.	Marketing mix	24
3.	Tamaño del proyecto.....	25
3.2.	Tamaño – Mercado	25
3.3.	Tamaño – Tecnología	25
3.4.	Tamaño - Disponibilidad de materiales	25
3.5.	Tamaño – Financiamiento	25
3.6.	Tamaño – Costo unitario	26
3.7.	Tamaño – Rentabilidad.....	26
3.8.	Selección del Tamaño.....	26
4.	Localización del proyecto	27
4.2.	Factores de localización.....	27
4.3.	Macro localización	27
4.4.	Micro localización	28
4.5.	Métodos para decidir la localización	29
5.	Ingeniería del proyecto	29
5.2.	Especificaciones técnicas	29
5.3.	Selección y descripción del proceso	30
5.3.5.	Diagrama de operación.....	30
5.3.6.	Diagrama de recorrido o flujograma	31
5.3.7.	Distribución de la planta	32
5.3.8.	Diseño del sistema del proyecto	32
5.4.	Requerimiento del proyecto.....	34
5.4.5.	Terrenos y edificaciones.....	34

5.4.6.	Maquinaria y equipos, muebles, enseres y vehículos.....	34
5.5.	Cronograma de actividades	35
5.6.	Programa.....	36
6.	Organización	36
6.2.	Aspecto legal	36
6.2.5.	Tipo de empresa	36
6.2.6.	Proceso de constitución de la empresa.....	36
6.2.	Aspecto organizacional.....	38
6.2.1.	Acta de constitución de la empresa	38
6.2.3.	Manual de organización y funciones.....	46
6.2.4.	Organigrama.....	51
6.2.5.	Requerimiento del personal.....	52
7.	Inversión	54
7.2.5.	Estructura de la inversión	55
7.2.6.	Programa de inversiones	55
8.	Financiamiento.....	56
8.2.	Fuentes de financiamiento	56
8.3.	Evaluación del préstamo.....	56
9.	Presupuesto de ingresos y egresos	57
9.2.	Presupuesto de ingresos.....	57
9.3.	Presupuesto de egresos	58
9.3.5.	Presupuesto económico	58
9.3.6.	Presupuesto financiero	58
10.	Estados financieros.....	59
10.2.	Estado de ganancias y pérdidas.....	59
10.3.	Flujo de caja.....	60
11.	Equilibrio del proyecto año por año	62

12.	Evaluación económica y financiera.....	62
12.2.	Tasa de descuento económica y financiera	62
12.3.	Evaluación económica	63
12.3.5.	VANE.....	63
12.3.6.	TIRE	63
12.3.7.	B/C económico	63
12.3.8.	Periodo de recupero de capital económico.....	63
12.3.9.	Índice de rentabilidad	63
12.4.	Evaluación financiera.....	63
12.4.5.	VANF	63
12.4.6.	TIRF	63
12.4.7.	B/C Financiero	64
12.4.8.	Periodo de recupero de capital financiero	64
12.4.9.	Índice de rentabilidad	64
13.	Análisis de sensibilidad	64
13.2.	Análisis de sensibilidad económica	64
13.3.	Análisis de sensibilidad financiera.....	64

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Anexo 1.	Árbol de problemas	71
Anexo 2.	Canvas	72
Anexo 3.	Operacionalización de variables	74

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de operación	30
Figura 2. Flujograma	31
Figura 3. Organigrama	51

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Página principal.....	19
Ilustración 2 Registro del cliente.....	19
Ilustración 3 Carrito de compras	20
Ilustración 4 Datos de envío y selección de medio de pago.....	20
Ilustración 5 Distribución oficina Mi Familia.....	32

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis FODA.....	16
Tabla 2. Cálculo de la tasa de crecimiento.....	21
Tabla 3. Proyección de la población.....	22
Tabla 4. Población en familias.....	22
Tabla 5. Proyección de la demanda.....	23
Tabla 6. Demanda insatisfecha.....	24
Tabla 7. Tamaño del financiamiento.....	26
Tabla 8. Selección del tamaño.....	26
Tabla 9. Escala de calificación.....	27
Tabla 10. Macro localización.....	28
Tabla 11. Micro localización.....	28
Tabla 12. Diseño del sistema del proyecto.....	32
Tabla 13. Equipos, muebles, enseres y vehículos.....	34
Tabla 14. Cronograma de actividades.....	35
Tabla 15. Programa.....	36
Tabla 16. Manual de funciones del gerente general.....	46
Tabla 17. Manual de funciones del gerente de marketing y ventas.....	47
Tabla 18. Manual de funciones del gerente de operaciones y logística.....	48
Tabla 19. Manual de funcionista del recepcionista.....	49
Tabla 20. Manual de funciones del técnico de la información.....	50
Tabla 21. Manual de funciones del agente de servicio.....	50
Tabla 22. Manual de funciones del repartidor.....	51
Tabla 23. Requerimiento del gerente general.....	52
Tabla 24. Requerimiento del gerente de operaciones y logística.....	52
Tabla 25. Requerimiento del recepcionista.....	53
Tabla 26. Requerimiento del técnico de información.....	53
Tabla 27. Requerimiento del agente de servicios.....	54
Tabla 28. Requerimiento del repartidor.....	54
Tabla 29. Estructura de la inversión.....	55
Tabla 30. Programa de inversiones.....	55
Tabla 31. Fuentes de financiamiento.....	56
Tabla 32. Evolución financiera.....	56
Tabla 33. Periodo de saldo financiado.....	57

Tabla 34. Presupuesto de ingresos	57
Tabla 35. Presupuesto económico.....	58
Tabla 36. Presupuesto financiero	59
Tabla 37. Estado de ganancias y pérdidas.....	60
Tabla 38. Flujo de caja económico.....	61
Tabla 39. Flujo de caja financiero	61
Tabla 40. Equilibrio de proyecto año por año	62
Tabla 41. Tasa de descuento económica y financiera	62
Tabla 42. Análisis de sensibilidad económica	64
Tabla 43. Análisis de sensibilidad financiera.....	65

1. 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 tiempo determinado.

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

1.1.2. Línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación

1.1.3. Situación problemática

En el Perú, así como en muchos países, la actual tendencia es adquirir productos o servicios mediante redes sociales e internet, esto ha permitido generar ventajas tanto para las empresas como para los clientes, debido a que gracias al comercio electrónico según González

(2018) se reducen costos, se optimizan tiempos, permite a las empresas ofrecer variedades de productos y al comprador conocer con mayor detalle sobre lo que se está ofreciendo.

En 2018, según InfoMarketing (2018) hubo un crecimiento del 30% en las ventas de empresas de delivery de comida, esto debido principalmente al Mundial de Fútbol Rusia 2018, donde las personas se reunían con la familia y los amigos para ver los partidos y compartir momentos acompañados de distintas comidas como estamos acostumbrados los peruanos. Cabe señalar que en el país las empresas que ofertan en el mercado son Uber Eats, Glovo, Domicilios.com, Rappi y Dilloo.

Por otro lado, en el 2020 debido al aislamiento social obligatorio provocado por la pandemia del COVID-19, las ventas de las empresas que ya poseen un sistema de este tipo han logrado incrementarse en un 10%. Asimismo, esto ha permitido a que empresas pequeñas empiecen a operar mediante las redes sociales, como crear fan pages en Facebook e Instagram para promocionar y vender sus productos, e incluso a través de WhatsApp (Chicoma, 2020).

Si bien es cierto el mercado de delivery engloba principalmente al sector de comida rápida, sin embargo, el diario oficial El Peruano (2020) señala que el uso de servicio de despacho a domicilio ha permitido que muchos supermercados e incluso hasta bodegas a implementar este servicio con el objetivo de vender alimentos de primera necesidad a las familias peruanas. Dando la oportunidad, a este proyecto de inversión crear una empresa de servicio de delivery de productos de higiene personal y limpieza en la ciudad de Chiclayo, contribuyendo a evitar las aglomeraciones en los centros de abastecimiento y permitiendo que las personas puedan adquirir sus productos desde la comodidad de sus hogares.

1.1.4. Formulación del problema

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza en la ciudad de Chiclayo?

1.1.5. Determinación de los objetivos

Objetivo general

Evaluar la viabilidad económica-financiera de la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza en la ciudad de Chiclayo.

Objetivos específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha del servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
2. Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
3. Determinar la localización de la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
4. Determinar el proceso de servicio adecuado para la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
5. Determina el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
6. Estimar lo requerimientos de inversión y financiamiento para la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
7. Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.
8. Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.

1.1.6. Título

Proyecto de inversión privada para la implementación de un servicio de delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza.

1.2. Análisis del entorno

1.2.1. Análisis del entorno económico

Según el diario Gestión (2020) el Banco Mundial manifiesta que debido a la pandemia del COVID-19 es probable que en 2020 exista una recesión económica en el Perú, esto trayendo como consecuencias el incremento de la pobreza. Asimismo, este organismo internacional indica que el PBI del Perú caerá en un 12% con respecto al 2020. Sin embargo, para el 2021 se espera que la económica del Perú incremente en un 7%, siendo una de las regiones con mayor recuperación.

Con respecto a la tasa de inflación anual según Andina (2020) fue de 1.8% cifra calculada hasta el quinto mes del presente año, mientras que la tasa de inflación mensual que se registró en el mes de mayo de 2020 fue de 0.20%, debido principalmente a incremento en los precios de algunos alimentos.

La emisora de radio RPP (2020) señala que debido a la pandemia COVID-19 la pobreza se ha incrementado en un 30%. Asimismo, aproximadamente 3 millones personas se volverían pobres, es decir personas que trabajan principalmente en el sector de turismo, hotelería y restaurantes.

1.2.2. Análisis FODA

Tabla 1

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado. • Contacto constante con el cliente durante las compras (Revisión de estado de producto y recorrido de servicio). • Modificación de lista de compras durante el servicio. • Uso de tecnología para la difusión de la información (Redes sociales). 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente no se cuenta con un plan de publicidad, solo con el llamado marketing boca a boca. • Capacidad operativa limitada para atender al mercado potencial, ya que nos enfocamos en pocos distritos de Chiclayo. • Bajo poder de negociación con proveedores. • Bajo posicionamiento.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Baja lealtad de los consumidores hacia las empresas existentes. • El servicio está orientado a cubrir una necesidad básica. • Existen pocos competidores en el mercado. • Aumento del uso de delivery por parte de las personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores con alto nivel de financiamiento. • Ingresos de nuevos competidores, por coyuntura. • Horarios de toque de queda. • Incremento de costo de combustible.

Nota: Elaboración propia

1.2.3. Justificación

Cada vez son más las personas que recurren a internet para realizar compras, siendo los aplicativos de delivery el servicio más utilizado, sobre todo por los millennials (Barranzuela, 2019), ya que están más familiarizados con el uso de las tecnologías. Sin embargo, según un estudio elaborado por Kantar, las amas de casa han empezado a usar distintas apps que ofrecen el servicio de delivery, representado por un 19%, el cual se espera que se incremente en los próximos años, debido a que la modalidad del servicio permite la comodidad de las personas, realizando sus compras desde sus hogares (Trigoso, 2019).

Por ende, debido a la nueva tendencia y a la coyuntura actual surge la idea de implementar una empresa de servicio de delivery en la ciudad de Chiclayo, el cual beneficiará a todas las personas que hagan uso de este sistema. Por una parte, los usuarios podrán ahorrar tiempo, una ventaja muy valorada por ellos, ya que evitan trasladarse de manera física al lugar, e incluso evitan las largas filas en los establecimientos.

Asimismo, este sistema permite que los clientes una vez realizado su pedido puedan consultar la ubicación de este en tiempo real, de esta manera podrán planificar mejor el momento de recibir sus compras. Del mismo modo, según Agenda Tecnológica (2018) garantiza que los clientes confíen en este sistema y se sientan cómodos con su uso, reduciendo la incertidumbre que el usuario ha estado acostumbrado a sentir.

Por otro lado, contribuirá con un problema real y actual, en este caso a través de su uso se evitará que las personas circulen por las calles en búsqueda de productos, logrando que más personas cumplan con la cuarentena, y a su vez la disminución de personas contagiadas en el país (PerúRetail, 2020).

1.2.4. Marco legal

Para el proyecto se tomó en consideración ciertas leyes y reglamentos necesarios e involucrados en el servicio de compra de delivery. Según Quintana (2017) citando a Erick Iriarte de la Agencia de Derecho “Iriarte & Asociados” las leyes aplicables en el Perú con respecto a la tecnología son las siguientes:

- Al tratarse de una idea de negocio innovadora debe estar protegido por la ley de Propiedad Intelectual, a cargo de INDECOPI.

- Nuestra empresa solicita al cliente una firma electrónica, es decir un usuario y una contraseña. Por ende, como empresa debemos cumplir con la Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales.
- Asimismo, la Resolución de Superintendencia 0188-2010-SUNAT, exige que como empresa e-commerce debemos emitir facturas electrónicas y documentos vinculados a esta.
- Nuestra página exige a los clientes que desean realizar su compra con tarjeta de crédito o débito ingresar información personal. Por ende, debemos cumplir con la Ley N° 27309 - Ley que incorpora los Delitos Informáticos al Código Penal.
- Para que el cliente pueda registrarse como nuevo usuario la página web le solicita ingresar un correo electrónico, asimismo, le da la opción al cliente si quiere o no recibir ofertas o promociones a través de ese medio. Por tanto, nuestra empresa debe cumplir con la Ley N° 28493 - Ley que regula el uso del correo electrónico comercial no solicitado (SPAM) al igual con la Ley N° 27419 – Ley sobre Notificación por Correo Electrónico.
- Ley 27291: Ley que modifica el Código Civil permitiendo la Utilización de los medios Electrónicos para la Comunicación de la Manifestación de Voluntad y la Utilización de la Firma Electrónica.

1.2.5. Unidad formuladora y unidad ejecutora

El presente proyecto se queda a cargo del bachiller en administración: Silva Casanova, Inés Violeta.

La unidad ejecutora según el Registro de Escrituras Públicas de Constitución de Sociedad Anónima Cerrada, será denominada: “Mi Familia” S.R.L.

1.2.5. Clasificación productiva sectorial

Según la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010) la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU) del proyecto se encuentra clasificado en:

Clase G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Grupo: 479 - Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados.

Clase: 4791 - Venta al por menor por correo y por Internet.

2. Estudio de mercado

2.2. Caracterización comercial del servicio

“Mi Familia” ofrece servicio de delivery de artículos de aseo personal y limpieza, el cual implica la entrega de los productos hasta el domicilio del comprador. Esto quiere decir que las personas pueden realizar sus compras desde sus hogares sin necesidad de dirigirse a los establecimientos, permitiéndoles ahorrar tiempo. Ofrecer entrega a domicilio va a permitir comodidad para los clientes, llegar a mayor número de personas, generar mayor número de ventas y crecer las ganancias.

Este servicio surge pensando en el cuidado personal de los integrantes de la familia, por lo cual se desarrolló un kit compuesto por diversos productos de marcas reconocidas, los cuales son indispensables en cada hogar.



Ilustración 1. Página principal

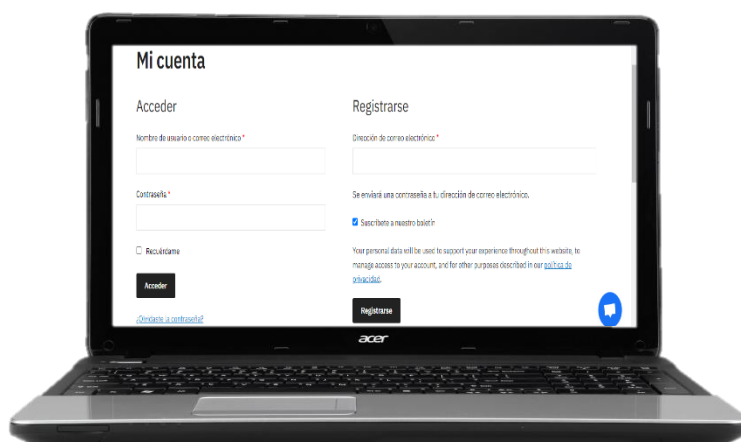


Ilustración 2. Registro del cliente

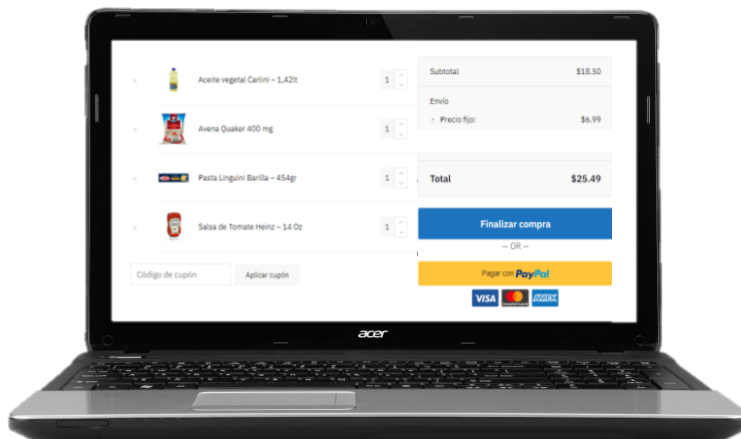


Ilustración 3. Carrito de compras

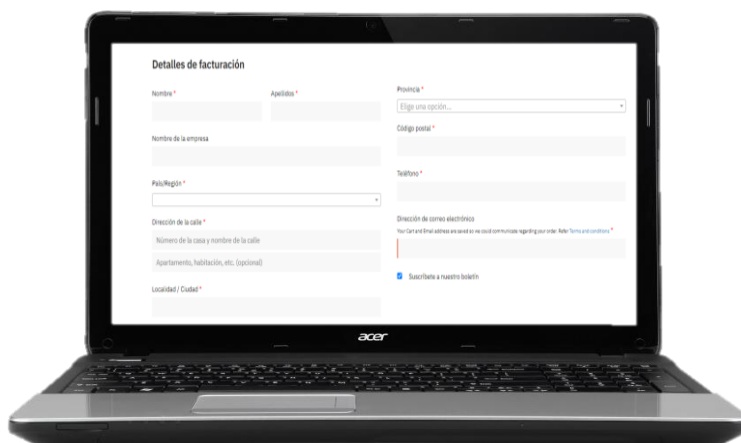


Ilustración 4. Datos de envío y selección de medio de pago

2.3. Perfil del consumidor

El consumidor potencial de “Mi Familia” está representado por familias cuyos hogares se ubican en la ciudad de Chiclayo y pertenecen al nivel socio económico A y B, a su vez son familias que viven en urbanizaciones o condominios, y que usen aparatos electrónicos con conexión a internet.

2.4. Área geográfica del mercado

Nuestro proyecto de inversión está ubicado en la ciudad de Chiclayo, comprendida por principalmente urbanizaciones y condominios.

2.5. Análisis de la demanda - Proyección

2.5.5. Información primaria y secundaria

Para la elaboración del presente proyecto se recurrió a información de fuentes secundarias, estas se trataron principalmente de investigaciones enfocadas a la realización de un proyecto de inversión, permitiendo contribuir para la realización de este proyecto.

En primer lugar, para determinar la población y las características de los hogares se accedieron a páginas web, en donde se informa la población total de la ciudad de Chiclayo en los últimos 6 años y el número de personas que forman parte de una familia chiclayana.

Por otro lado, para identificar el segmento población se recurrió a la investigación de Lucero, Piscoya, Reinoso, & Rivera (2018) en donde se señala que el 92.2% de los encuestados están dispuestos a usar una app para realizar compras en supermercados sin la necesidad de dirigirse al establecimiento. Asimismo, la investigación Cáceres, Llana, Ríos, & Sandoval (2017) señala gracias a la aplicación del instrumento que el grado de aceptación está representado por el 49%.

2.5.6. Proyección de la demanda

Para elaborar la proyección de la demanda, se realizó un cálculo de la tasa de crecimiento tomando en cuenta la población de la ciudad de Chiclayo en los últimos 6 años (2015-2020) mismos datos que fueron obtenidos del Ministerio de Salud (2020).

Tabla 2

Cálculo de la tasa de crecimiento

Años	Población	Tasa crecimiento anual	Tasa crecimiento promedio
2015	294777		
2016	294124	-0.00221523	
2017	296438	0.00786743	
2018	298714	0.00767783	
2019	301082	0.00792732	
2020	302996	0.00635707	
	Resultados	0.00552288	0.00551525
	Porcentajes	0.55%	0.55%

Nota: Elaboración propia

Asimismo, se realizó una estimación de la población para los próximos 5 años.

Tabla 3

Proyección de la población

Años	Población
2015	294777
2016	294124
2017	296438
2018	298714
2019	301082
2020	302996
2021	304667
2022	306347
2023	308037
2024	309736
2025	311444

Nota: Elaboración propia

Del mismo modo, convertimos la población en familias, es decir se realizó una división entre la población proyectada y el número de personas que integran una familia en la ciudad de Chiclayo. Según INEI (2017) los hogares tienen en promedio 3,5 miembros, pero se consideró un promedio de 4 miembros por hogar.

Tabla 4

Población en familias

Años	Familias
2021	76167
2022	76587
2023	77009
2024	77434
2025	77861

Nota: Elaboración propia

Con el objetivo de identificar la demanda proyectada, se utilizaron los datos obtenidos de fuentes secundarias. Donde se indicó que la mayoría de personas realizan sus compras 1 vez por semana. Además, el 92.2% de las personas encuestadas manifiestan su interés en usar este servicio y a su vez presentan un grado de aceptación de 49%.

Tabla 5

Proyección de la demanda

Años	Consumo per cápita	Familias proyectadas	Población	Grado de aceptación	Demanda proyectada
2021	52	76167	70226	34411	1789353
2022	52	76587	70613	34600	1799221
2023	52	77009	71003	34791	1809144
2024	52	77434	71394	34983	1819122
2025	52	77861	71788	35176	1829155

Nota: Elaboración propia

2.6. Análisis de la oferta – Proyección

2.6.5. Proyección de la oferta

En el mercado chiclayano aun no existen empresas que ofrezcan el servicio de delivery de artículos de higiene personal y limpieza. No obstante, la empresa que actualmente lidera el mercado es Glovo, pero su participación en el mercado chiclayano se ha dado partir de junio de 2019.

2.7. Balance demanda oferta

En el presente proyecto la demanda insatisfecha será la propia demanda proyectada debido a que en la ciudad de Chiclayo no existe una oferta formal y establecida en este rubro de negocios. Cabe señalar que la participación del mercado del 0.5%.

Tabla 6

Demanda insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha	Participación del mercado
2021	1789353	0	1789353	716
2022	1799221	0	1799221	720
2023	1809144	0	1809144	724
2024	1819122	0	1819122	728
2025	1829155	0	1829155	732

Nota: Elaboración propia

2.8. Plan de marketing

2.8.5. Marketing mix

A. Producto

Este servicio tiene como finalidad cumplir con las exigencias de los consumidores con relación a la venta de productos de aseo personal y limpieza, con un servicio de delivery que permitirá la entrega de artículos solicitados al cliente. Asimismo, para realizar el pedido el cliente tendrá a su disposición una página web, la cual es amigable y fácil de acceder permitiéndole encontrar una variedad de productos, la misma que permite recepcionar pedidos las 24 horas del día.

B. Precio

Los productos serán adquiridos por medio de un distribuidor, con el cual se puede establecer un poder de negociación con respecto al precio, y pueden ofrecernos mejores precios. Por otro lado, el precio por servicio de entrega dependerá del volumen de compra.

C. Plaza

La empresa al encontrarse en la fase de introducción al mercado solo se desarrollará en el distrito de Chiclayo. Teniendo un canal de distribución, desde el proveedor, seguido por nuestra empresa, hasta el consumidor final.

D. Promoción

La publicidad será realizada a través de redes sociales, con el fin de captar a un gran número de potenciales clientes para el funcionamiento de esta empresa. Asimismo, se utilizará

las herramientas que ofrece la página web, en donde se podrá ofrecer cupones con ofertas y descuentos, atrayendo nuevos clientes y lograr que estos se fidelicen con nuestro servicio.

3. Tamaño del proyecto

3.2. Tamaño – Mercado

El mercado al cual va dirigido este proyecto está representado por el 0.50% de las urbanizaciones y condominios de la ciudad de Chiclayo, en donde viven familias que requieren artículos de aseo personal y limpieza general en sus hogares.

3.3. Tamaño – Tecnología

El cliente podrá realizar sus pedidos por medio del uso de la página web de la empresa, donde se detallan los productos, las marcas, los precios, el costo de envío y los medios de pago. Para ello, si el usuario es un nuevo consumidor deberá registrarse utilizando su correo electrónico y contraseña.

Por otro lado, para llevar a cabo el servicio de delivery se utilizará un automóvil para el traslado de los productos, ya que se trata de artículos pesados y por lo tanto permitirá realizar los envíos a los lugares de destino en la ciudad de Chiclayo.

Con respecto a la transacción económica de manera física, se aceptará 2 métodos de pago (efectivo y tarjeta). Se utilizará la máquina POS portátil de Izipay, debido a que acepta todas las tarjetas, incluye chip con internet ilimitado gratis, envía los voucher por SMS, recibe copias de los voucher por correo, no necesita de un celular para su funcionamiento y permite firmar en la pantalla. Por otro lado, el usuario podrá realizar la transacción a través de la página web, utilizando PayPal.

3.4. Tamaño - Disponibilidad de materiales

La empresa adquirirá los productos por medio de un distribuidor que ofrece artículos de aseo personal y limpieza, puesto que ofrece una gran variedad de productos y precios accesibles.

3.5. Tamaño – Financiamiento

El presente proyecto de inversión se realizará mediante financiamiento propio y de terceros. El 44% del total de la inversión será financiando a través de una entidad bancaria, se decidió acudir a Scotiabank, quien cobra una tasa de interés de 2.99%, dicho préstamo será de \$ 26008.82. Por otro lado, el 56% del total de la inversión, es capital propio, donde los inversionistas aportaron una cantidad igualitaria de \$ 33 102.13.

Tabla 7

Tamaño del financiamiento

Fuente	Monto	Porcentaje
Aporte propio	\$ 33 102.13	56%
Externo	\$ 26 008.82	44%
Total	\$ 59 110.95	100%

Nota: Elaboración propia

3.6. Tamaño – Costo unitario

El producto a ofrecer es una canasta de artículos de aseo personal y limpieza conformado por 12 productos, la cual tendrá un precio de venta de \$ 35.02.

3.7. Tamaño – Rentabilidad

Con respecto a la evaluación económica se obtuvo una tasa interna de retorno económico (TIRE) del 17 % con un valor actual neto económico (VANE) de \$ 11 317.63. Por otro lado, la evaluación financiera nos indica que la tasa interna de retorno financiera es de 26% y un valor actual neto financiero (VANF) de \$ 15 181.63. Esto nos quiere decir que el proyecto es rentable debido a que los indicadores son mayores a cero.

3.8. Selección del Tamaño

El presente proyecto de inversión tiene una participación del 0.5% en el mercado de la ciudad de Chiclayo.

Tabla 8

Selección del tamaño

Año	Tamaño de mercado	Comercialización semanal	Comercialización diaria
2021	8947	172	25
2022	8996	173	25
2023	9046	174	25
2024	9096	175	25
2025	9146	176	25

Nota: Elaboración propia

4. Localización del proyecto

4.2. Factores de localización

El centro de operaciones de “Mi Familia” ha sido elegido a través de un método Multicriterio, considerando factores cuantitativos y cualitativos, siendo los más relevantes los factores cualitativos quienes determinaron la ubicación de nuestro proyecto.

- Proximidad con los proveedores
- Proximidad con los clientes
- Costo de alquiler
- Infraestructura
- Seguridad de la zona
- Acceso a servicios públicos.

4.3. Macro localización

Con el fin de determinar la localización más apropiada, primero se analizó la macro localización, considerando dos alternativas de zonas idóneas, para ello se utilizó una escala de calificación del 0 al 20 (Ver tabla 9) y una matriz de evaluación (Ver tabla 10).

Tabla 9

Escala de calificación

Estado	Escala
Pésimo	0
Mediocre	5
Regular	10
Bueno	15
Muy Bueno	20

Nota: Elaboración propia

Según los resultados de la tabla 10, el distrito de Chiclayo fue elegido como la localización más óptima para instalar nuestra empresa, con un total de 430.

Tabla 10

Macro localización

Factores de localización	Ponderación	Distrito de Chiclayo	Distrito de La Victoria
Proximidad con los proveedores	5	100	75
Proximidad con los clientes	5	100	50
Costo por alquiler	3	30	30
Infraestructura	3	60	45
Seguridad de la zona	4	60	60
Acceso a servicios públicos	4	80	80
Total		430	340

Nota: Elaboración propia

4.4. Micro localización

Luego de haber selecciona al distrito de Chiclayo como el distrito más óptimo, se procedió a realizar la micro localización, cuyo procedimiento es similar al de la macro localización, obtenido en este caso una puntuación final de 420 para la urbanización Santa Victoria, lo que quiere decir que es nuestra mejor alternativa.

Tabla 11

Micro localización

Factores de localización	Ponderación	Urb. Santa Victoria	Centro De Chiclayo
Proximidad con los proveedores	5	100	50
Proximidad con los clientes	5	75	75
Costo por alquiler	3	45	45
Infraestructura	3	60	45
Seguridad de la zona	4	60	60
Acceso a servicios públicos	4	80	80
Total		420	355

Nota: Elaboración propia

4.5. Métodos para decidir la localización

En el presente proyecto se utilizó el método de Multicriterios donde se analizaron factores cualitativos y cuantitativos, siendo los cualitativos los de mayor ponderación y determinaron que nuestro proyecto estará ubicado en la urbanización Santa Victoria.

5. Ingeniería del proyecto

5.2. Especificaciones técnicas

Este proyecto está enfocado en ofrecer artículos para el aseo personal y la limpieza de las viviendas, los cuales podrán ser adquiridos a través de una página web y posteriormente entregados hasta la puerta de sus hogares. Se ofrece un kit que incluye 13 productos:

1. Papel Higiénico Elite Doble hoja (1 paquete/6 rollos)
2. Papel Toalla Elite Ultra Doble hoja (1 paquete/3 rollos)
3. Crema Dental Colgate Triple Acción (3 unidades/100 ml)
4. Jabón Tocador Protex Avena (3 unidades/110 g)
5. Shampoo PANTENE PRO-V Restauración (1 unidad/ 400 ml)
6. Acondicionador PANTENE PRO-V Restauración (1 unidad/400 ml)
7. Detergente Ariel Regular (1 unidad/500 g)
8. Suavizante para Ropa Suavitel Fresca Primavera (1 unidad/200 ml)
9. Lejía Clorox (2 unidades/ 639 ml)
10. Ayudín Líquido Limón con miniesponja (1 unidad/215 ml)
11. Ambientador Poett (1 unidad/648 ml)
12. Paño Secatodo Scotch Brite (1 paquete/ 4 unidades)

Con respecto al embalaje, que contendrán y protegerán los productos que ofreceremos se utilizarán las cajas de cartón de doble corrugado, las cuales tendrán como medidas de 70x44x40 cm, y permiten a su vez empaquetar objetivos que pesen más de 8 kg.

5.3. Selección y descripción del proceso

5.3.5. Diagrama de operación

El proceso operativo de esta empresa inicia desde el momento que el cliente ingresa a la página web y realiza su compra. Del mismo modo, la empresa recepciona el pedido y organiza el pedido para el envío. Asimismo, se entrega el producto al conductor y estos se encargan de la entrega al consumidor final.

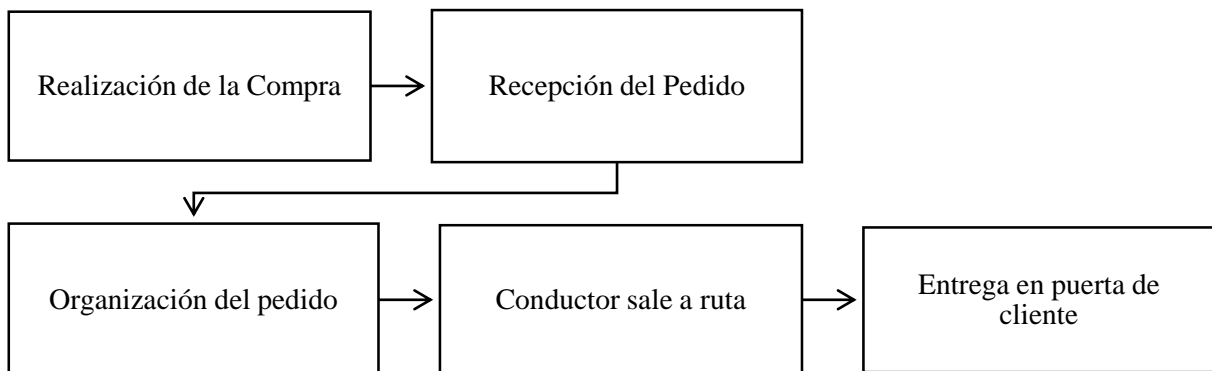


Figura 1. Diagrama de operación

5.3.6. Diagrama de recorrido o flujograma

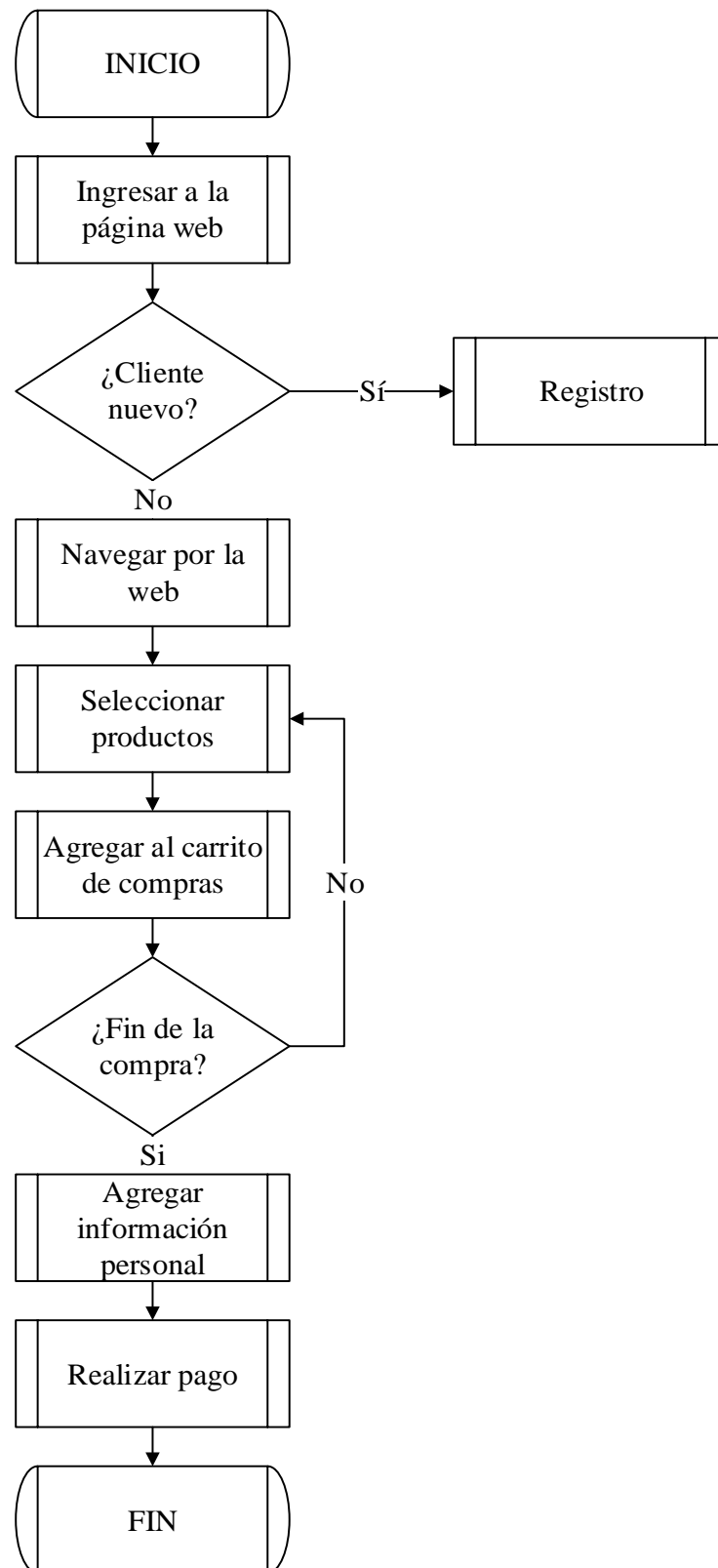


Figura 2. Flujograma

5.3.7. Distribución de la planta

La principal función de nuestro proyecto es ofrecer el servicio de delivery. Donde la realización de pedidos y otras operaciones serán realizadas por medio de la plataforma web de la empresa. Sin embargo, será necesario una instalación en donde se almacenarán los productos.

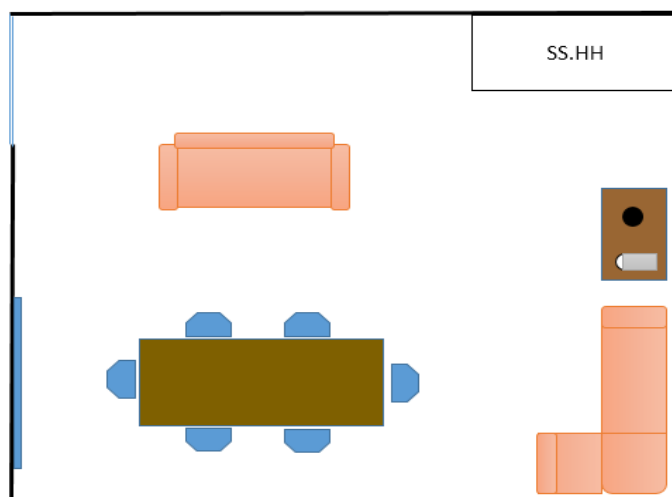


Ilustración 5. Distribución oficina Mi Familia

5.3.8. Diseño del sistema del proyecto

Los requisitos funcionales con los que debe contar el software de nuestra página web, serán mencionados a continuación. Cabe señalar que para diseñar el sistema de nuestro proyecto nos basamos en la investigación de Saavedra-Gonzales (2016).

Tabla 12

Diseño del sistema del proyecto

Datos Generales	
Descripción	“Mi Familia” cuenta con una página web mediante la cual se puede realizar compras de productos de aseo personal y limpieza, el cual requiere de un registro del usuario para poder seleccionar la canasta de productos al carrito de compra, para su posterior pago.
Nombre	Descripción
Elección de la canasta	El sistema debe permitir que el cliente seleccione la canasta de productos que más satisfaga sus necesidades, permitiendo a su vez que pueda conocer los productos que conforman cada canasta.

Gestión de carrito de compras	El sistema debe facilitar al cliente agregar o eliminar el número de canastas que desea.
Registro de clientes	El sistema debe permitir al cliente su registro con información personal, considerando nombre completo, documento de identidad, dirección, número de celular y correo electrónico.
Compra de la canasta	El sistema debe permitir al cliente comprar la canasta de productos agregado previamente al carrito de compras. Para ello, el cliente selecciona la fecha y hora para la entrega y la modalidad de pago
Pago	El sistema debe permitir al cliente pagar la canasta de productos que desean adquirir a través del uso de tarjetas y efectivo.
Comprobante de pago	El sistema debe permitir al cliente observar su comprobante de pago el cual podrá ser entrega de manera online o físico. En el cual se mostrará la fecha y hora del pago, el número de compra, la modalidad de pago, el número de transacción bancaria, el tipo de comprobante, el nombre del cliente, la dirección y fecha de entrega, el producto, la cantidad, el precio unitario y total.
Historial de compras	El sistema debe permitir al cliente observar su historial de compras, el cual contiene la fecha, el número de pedido, el productos, la cantidad y el precio total, los cuales estarán ordenados por fecha.
Gestión de usuarios	El sistema debe permitir realizar cualquier modificación con respecto a los datos de los usuarios.
Gestión de delivery	El sistema debe permitir realizar modificaciones con respecto a los datos para el proceso de delivery.
Reporte de ventas	El sistema debe indicar un reporte de ventas.
Reporte de entrega	El sistema debe manifestar un reporte de ventas para realizar la entrega, el cual deberá contener el número del pedido, la fecha de entrega, información personal del cliente y necesaria para ejecutar la entrega.
Impresión de boleta / factura	El sistema debe permitir generar e imprimir las boletas o facturas.
Impresión de guías de remisión	El sistema debe permitir generar e imprimir las guías de remisión físicas.

Funcionabilidad	El sistema debe visualizarse y funcionar correctamente en navegadores web que soporten HTML5 y JavaScript.
Nivel de seguridad	El sistema debe tener un nivel de seguridad de dos variables, es decir correo electrónico y contraseña.
Modificar información personal	El sistema debe permitir a los usuarios modificar sus datos personales.
Copia de seguridad	El sistema debe realizar una copia de seguridad semanal.
Normativa Vigente de la SUNAT	El sistema debe respetar la normativa para la impresión de boletas, facturas y guías de remisión, mostrando los datos correctos y necesarios según la normativa vigente de la SUNAT.

Nota: Elaboración propia

5.4. Requerimiento del proyecto

5.4.5. Terrenos y edificaciones

El almacén y oficina de estará ubicado en Av. La Libertad #382 Urb. Santa Victoria.

5.4.6. Maquinaria y equipos, muebles, enseres y vehículos

Para el proceso productivo de la página web “Mi Familia” se ha considera la inversión de los siguientes activos.

Tabla 13

Equipos, muebles, enseres y vehículos

Equipos	Unidad
Laptops	2
Impresora	1
Servidor	1
Celulares	2
Muebles y Enseres	Unidad
Mesa	1
Escritorio	1
Sillas	6
Vehículo	Unidad
Automóvil	1

Nota: Elaboración propia

5.5. Cronograma de actividades

El cronograma de actividades comprende lo que el proyecto tiene planificado ejecutar, según

Tabla 14

Cronograma de actividades

Diagrama de Gantt	
Actividades	2020
	A S O N D E F M A M
Estudios, negociación y tramitación	
Nace la idea	■
Estudio de mercado	■
Estudio económico financiero	■
Revisión del proyecto	■
Negociación y tramitación	
Trámites de funcionamiento de la empresa	■
Adquirir local para alquiler	■
Adquisición de equipos	■
Ejecución	
Habilitación del local	■
Montaje de los equipos	■
Capacitación del personal	■
Suministro de sistemas	■
Publicidad	■
Operación	
Iniciación de la empresa	■
Prueba de equipo y software	■
Prueba de sistemas	■
Mantenimiento de equipos y software	■
Ajustes del proyecto	■

Nota: Elaboración propia

5.6. Programa

Este proyecto ha considerado una participación de mercado de 0.5% con respecto a un periodo de 5 años, comprendido del 2021 al 2025.

Tabla 15

Programa

Año	Servicio	Participación de mercado	Tamaño de mercado
2021	1789353	0.5%	8947
2022	1799221	0.5%	8996
2023	1809144	0.5%	9046
2024	1819122	0.5%	9096
2025	1829155	0.5%	9146

Nota: Elaboración propia

6. Organización

6.2. Aspecto legal

6.2.5. Tipo de empresa

“Mi Familia” es una empresa creada a partir de la necesidad del mercado de realizar las compras para su aseo personal y limpieza de sus hogares y no contar con el tiempo necesario para hacerlo. Por ende, la empresa será constituida como una empresa de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), tipo de empresa en donde el capital es definido por aportes de los socios y donde la responsabilidad es limitada (Redacción Gestión, 2019).

6.2.6. Proceso de constitución de la empresa

Paso 1: Reversa registral de razón o denominación social

Este procedimiento es opcional, pero es recomendable realizarlo porque no es posible inscribir una persona jurídica en el registro público si existe otra con la misma denominación o razón social.

Paso 2: Preparar la minuta de constitución

La minuta de constitución es un contrato suscrito entre los socios de la empresa que debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Identificación de los Socios Fundadores
2. Voluntad de los Socios de constituir una Sociedad
3. Monto del capital social y su división en acciones
4. Forma de pago del capital suscrito
5. Cantidad aportada de cada socio
6. Nombramiento del gerente general, representantes legales y directores. En la Sociedad Anónima Cerrada, el directorio es opcional. Debe establecer expresamente que no tiene directorio.
7. Estatuto de la Sociedad, el cual debe tener el contenido mínimo establecido en el artículo 55 de la Ley General de Sociedades.

Paso 3: Presentación de documentos a la notaría

1. Minuta firmada por los fundadores de la Sociedad y autorizada por un abogado.
2. Identificación de los socios fundadores. Si el socio es una persona jurídica, entonces se requiere la vigencia de poder de la persona que la representó en el acto de constitución.
3. Documento original del título de reserva registral de denominación o razón social (de ser el caso).
4. Cuando los aportes son dinerarios se requiere de un certificado de depósito bancario en una cuenta de sociedad en formación. (No todos los bancos brindan necesariamente esta posibilidad, y los requisitos para abrir la cuenta están sujetos a lo que cada banco determine). Normalmente, se solicita que se presente una copia de la minuta con sello de ingreso a la notaría y una copia de DNI del representante legal de la Sociedad. El trámite lo puede realizar un tercero.
5. Cuando los aportes son no dinerarios se requiere insertar, para muebles, en la Escritura Pública una declaración del gerente general donde afirme haberlos recibido. Tanto para bienes muebles como inmuebles, es necesario que en la Escritura Pública de constitución se indique que son transferidos a la sociedad y la información suficiente que permita individualizarlos. Asimismo, debe acompañarse un informe de valorización suscrito por quien lo efectuó, su nombre, número de DNI y domicilio. Aunque también es válido que los socios declaren cuánto valen los bienes, en vez de hacer una valorización técnica. [Base legal: artículos 35 y 36 del Reglamento de Registro de Sociedades y artículo 27 de la Ley General de Sociedades].

Seguidamente, la notaría procede a elevar la minuta a escritura pública. Los partes notariales correspondientes (que son copias de la escritura pública autorizados por el notario) son presentado ante SUNARP para su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas. SUNARP tiene un plazo de 7 días hábiles para realizar la inscripción.

Paso 4: Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC)

El representante legal de la Sociedad debe presentar la siguiente documentación ante la SUNAT para su inscripción en el RUC:

1. Formularios 2219, 2054 y su anexo.
2. Copia de recibo de luz, agua o teléfono (antigüedad de 2 meses como máximo).
3. Cuando en el recibo mencionado anteriormente figure el nombre de un tercero, éste deberá prestar su autorización mediante un formato predeterminado por SUNAT (https://s3.amazonaws.com/insc/RUC/FORMATO_DE_AUTORIZACION.pdf).
4. Partida registral original y copia.
5. DNI del representante legal (verificar que contenga la constancia de sufragio de las últimas elecciones).
6. Si el trámite lo realiza un tercero, se necesita una carta poder legalizada. Además, el representante legal debe firmar los formularios autorizando al tercero para presentarlos ante SUNAT.

Paso 5: Legalización de libros societarios

Es indispensable que los libros de actas de junta general de accionistas, directorio y matricula de acciones sean legalizados ante notario. Para ello se necesita presentar:

1. Solicitud dirigida a la notaria firmada por el representante legal.
2. Copia del DNI del representante legal.
3. Copia de la ficha RUC de la Sociedad.
4. Copia de la partida registral de la Sociedad.

6.2. Aspecto organizacional

6.2.1. Acta de constitución de la empresa

El acta de constitución de la empresa “Mi Familia S.A.C.” fue elaborado según el modelo otorgado por la Notaria Francisco Villavicencio.

Sin minuta de conformidad con el artículo 58 inciso h del decreto ley n° 26002 (ley del notariado), modificado por la ley n° 28580 y concordado con la ley n° 28015 (ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa)

Pacto social

Primero. - los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad anónima cerrada, bajo la denominación de “Mi Familia S.A.C”, siendo su nombre abreviado “Mi Familia S.A.C”; obligándose a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

Segundo. - el monto del capital de la sociedad es de s/ 466 389.86 (cuatrocientos sesenta y seis mil y 86/100 en nuevos soles) dividido en 466 389.86 acciones nominativas de un valor nominal de S/ 1.00 cada una suscritas y pagadas de la siguiente manera:

1. Nombre del socio: Inés Violeta Silva Casanova de nacionalidad peruana, profesión estudiante con D.N.I. 70679020, estado civil soltera, suscribe 233 194.95 acciones nominativas y paga s/ 233 194.95 mediante aportes en bienes no dinerarios / dinerarios.
2. Nombre del socio: Camila Valeria Silva Casanova, de nacionalidad peruana, profesión estudiante con D.N.I. 70679021, estado civil soltera, suscribe 13,000 acciones nominativas y paga S/ 233 194.95 mediante aportes en bienes no dinerarios / dinerarios.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

Tercero- la sociedad se registrará 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

Artículo 1.- Denominación-duración-domicilio: la sociedad se denomina: “Mi Familia S.A.C.” siendo su nombre abreviado “Mi Familia S.A.C.”; tiene una duración indeterminada, inicia sus operaciones en la fecha de este pacto; con domicilio para efectos de este instrumento en: av. La libertad, distrito de Chiclayo provincia de Chiclayo departamento de Lambayeque.

Artículo 2.- objeto social: la sociedad tiene por objeto dedicarse a: servicio de delivery de productos de higiene personal y limpieza.

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.

Artículo 3.- Capital social: el monto del capital de la sociedad es de 466 389.86 (cuatrocientos sesenta y seis mil y 86/100 en nuevos soles) dividido en 466 389.86 acciones nominativas de un valor nominal de s/1.00 cada una suscritas y pagadas.

El capital se encuentra totalmente suscrito y pagado.

Artículo 4.- Órganos de la sociedad: la sociedad que se constituye tiene los siguientes órganos: la junta general de accionistas; y la gerencia la sociedad no tendrá directorio

Artículo 5.- La junta general estará regulada conforme a los artículos 111 al 151, 243 al 246 de la “ley”

Artículo 6.- Gerencia: no habiendo directorio, todas las funciones establecidas en la “ley” para este órgano societario serán ejercidas por el gerente general.

Son atribuciones del gerente general las señaladas en el artículo 188 de la “ley”, pudiendo asimismo realizar los siguientes actos:

Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.

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 26636 y demás normas conexas y complementarias; teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además, podrá celebrar conciliación extrajudicial, pudiendo suscribir el acta conciliatoria, gozando de las facultades señaladas en las disposiciones legales que lo regulan. Además, podrá constituir y representar a las asociaciones que crea conveniente y demás normas conexas y complementarias.

Abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y reaceptar cheques, letras de cambio, pagares, conocimiento de embarque, carta de porte, 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,

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 constituir garantía hipotecaria, prenda y, de cualquier forma. podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de leasing o arrendamiento financiero, léase back, factory 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.

Solicitar, adquirir, transferir registros de patente, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o

intelectual.

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

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

Artículo 7.- Modificación del estatuto, aumento y reducción del capital: la modificación del pacto social, se rige por los artículos 198 y 199 de la “ley”, así como el aumento y reducción del capital social, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 201 al 206 y 215 al 220, respectivamente de la “ley”.

Artículo 8.- Estados financieros y aplicación de utilidades: se rige por lo dispuesto en los artículos 40, 221 al 233 de la “ley”.

Artículo 9.- 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: Inés Violeta Silva Casanova con D.N.I. 70679020, con domicilio en: Alameda Country Club A-11, distrito de Pimentel, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

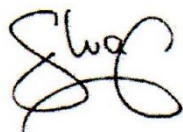
Cláusula adicional I.- se designa como sub. -gerente de la sociedad a Camila Valeria Silva Casanova con D.N.I. 70679021, con domicilio en: Alameda Country Club A-11, distrito de Pimentel, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque., quien tendrá las siguientes facultades:

- Reemplazar al gerente en caso de ausencia.
- Intervenir en forma individual o conjunta con el gerente general, en los casos previstos en los incisos c, d, e y f del artículo 6 del estatuto.

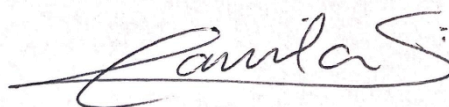
Cláusula Adicional II.- de conformidad al artículo 315 del código civil, interviene: Inés Violeta Silva Casanova, autorizando expresamente el aporte en bienes no dinerarios. De conformidad al artículo 315 del código civil, interviene: Camila Valeria Silva Casanova, Autorizando expresamente el aporte en bienes no dinerarios.

Fecha: Lambayeque 20 de junio del 2020

Firma de los accionistas:



Inés Violeta
Silva Casanova



Camila Valeria
Silva Casanova

6.2.2. Minuta de Constitución

El presente formato de minuta para la empresa “Mi Familia S.A.C” fue obtenido de la plataforma web de la SUNARP (2020), donde se seleccionó el modelo de minuta para constituir una empresa SAC sin directorio efectivo.

Señor notario

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de sociedad anónima cerrada, que otorgan:

- A. Inés Violeta Silva Casanova, de nacionalidad: peruana, ocupación: estudiante, con documento de identidad: 70679020, estado civil: soltera.
- B. Camila Valeria Silva Casanova, de nacionalidad: peruana, ocupación: estudiante, con documento de identidad: 70679020, estado civil: soltera.

Señalando como domicilio común para efectos de este instrumento en Av. La Libertad #382 Urb. Santa Victoria. En los términos siguientes:

Primero. - por el presente pacto social, los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad anónima cerrada, bajo la denominación de “Mi Familia”

La sociedad puede utilizar la abreviatura de de “Mi Familia S.A.C.”.

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

Segundo. - el monto del capital social es de s/ 466 389.86, (cuatrocientos sesenta y seis mil y 86/100 nuevos soles), dividido en 233 194.95 acciones nominativas de un nominal de s/ 233 194.95 cada una, suscritas y pagadas de la siguiente manera:

Inés Violeta Silva Casanova, suscribe 233 194.95 acción nominativas y paga s/ 233 194.95 mediante aportes en bienes dinerarios.

Camila Valeria Silva Casanova, suscribe 233 194.95 acción nominativas y paga s/ 233 194.95 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

Artículo 1.- denominación-duración-domicilio: la sociedad se denomina: “Mi Familia sociedad anónima cerrada”.

La sociedad puede utilizar la abreviatura de “Mi Familia S.A.C.”:

La sociedad tiene una duración indeterminada, inicia sus operaciones en la fecha de este pacto y adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro de personas jurídicas. Su domicilio es en Av. La Libertad #382 Urb. Santa Victoria, provincia de Chiclayo y departamento de Lambayeque, pudiendo establecer sucursales u oficinas en cualquier lugar del país o en el extranjero.

Artículo 2°.- objeto social.- la sociedad tiene por objeto dedicarse al servicio de delivery de productos de higiene personal y limpieza. 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.

Artículo 3°.- capital social: el monto del capital social es de S/ 466 389.86 (Cuatrocientos sesenta y seis mil y 86/100 en nuevos soles), representado por 466 389.86]acciones nominativas de un nominal de s/ 1.00 cada una.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

Artículo 4°.-transferencia y adquisición de acciones: los otorgantes acuerdan suprimir el derecho de preferencia para la adquisición de acciones, conforme a lo previsto en el último párrafo del artículo 237° de la "ley".

Artículo 5°.- órganos de la sociedad: la sociedad que se constituye tiene los siguientes órganos:

A) la junta general de accionistas; y

B) la gerencia.

La sociedad no tendrá directorio

Artículo 6°.-junta general de accionistas: la junta general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Los accionistas constituidos en junta general debidamente convocada, y con el quórum correspondiente, deciden por la mayoría que establece la "ley" los asuntos propios de su competencia.

Todos los accionistas incluso los disidentes y los que no hubieran participado en la reunión, están sometidos a los acuerdos adoptados por la junta general.

La convocatoria a junta de accionistas se sujeta a lo dispuesto en el art. 245° de la "ley".

El accionista podrá hacerse representar en las reuniones de junta general por medio de otro accionista, su cónyuge, o ascendiente o descendiente en primer grado, pudiendo extenderse la representación a otras personas.

Artículo 7°.-juntas no presenciales: la celebración de juntas no presenciales se sujeta a lo dispuesto por el artículo 246° de la "ley".

Artículo 8°.-la gerencia: no habiendo directorio, todas las funciones establecidas en la "ley" para este órgano societario serán ejercidas por el gerente general.

La junta general de socios puede designar uno o más gerentes sus facultades remoción y responsabilidades se sujetan a lo dispuesto por los artículos 185° al 197° de la "ley".

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 generales y especiales, señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil. En lo administrativo gozará de la facultad de representación prevista en el artículo 115° de la ley n° 27444 y demás normas conexas y complementarias. Teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además, podrá constituir personas jurídicas en nombre de la sociedad y representar a la sociedad ante las personas jurídicas que crea conveniente. Además, podrá someter las controversias a arbitraje, conciliaciones extrajudiciales y demás medios adecuados de solución de conflicto, pudiendo suscribir los documentos que sean pertinentes.

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

Artículo 9°.-modificación del estatuto, aumento y reducción del capital: la modificación del estatuto, se rige por los artículos 198° y 199° de la "ley", así como el aumento y reducción del capital social, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 201° al 206° y 215° al 220°, respectivamente, de la "ley".

Artículo 10°.-estados financieros y aplicación de utilidades: se rige por lo dispuesto en los artículos 40°, 221° al 233° de la "ley".

Artículo 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: Inés Violeta Silva Casanova con 70679020 con domicilio en: Alameda Country Club A-11 distrito de Pimentel, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

Así mismo, se designa como sub gerente de la sociedad a Camila Valeria Silva Casanova, identificado con documento de identidad, con numero: 70679021, 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 8° del estatuto.

Chiclayo, veinte de junio del dos mil veinte.

6.2.3. Manual de organización y funciones

Tabla 16

Manual de funciones del gerente general

Gerente general	
Función general	Administrar los recursos de manera efectiva.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Planear y ejecutar objetivos a mediano y largo plazo • Evaluar el desempeño de todas las áreas de la empresa • Generar oportunidades de negocio e incrementar los ingresos • Revisar y analizar los reportes de los resultados de la empresa • Garantizar la rentabilidad de la empresa • Monitorear el buen desempeño de las diferentes gerencias
Reporta	<ul style="list-style-type: none"> • Directorio
Supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de Marketing y ventas • Gerente de Operación y Logística
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Toma de decisiones • Liderazgo • Planificación • Solución de problemas

Nota: Elaboración propia

Tabla 17

Manual de funciones del gerente de marketing y ventas

Gerente de marketing y ventas	
Función general	Encargado de las estrategias de marketing y ventas.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y poner en marcha la estrategia de marketing • Detectar nuevas oportunidades de mercado • Administrar las redes sociales • Elaborar el plan de marketing • Monitorear el seguimiento y cumplimiento de las ventas • Establecer estrategias para incentivar las ventas
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Toma de decisiones • Integridad • Planificación • Orientación a resultados

Nota: Elaboración propia

Tabla 18

Manual de funciones del gerente de operaciones y logística

Gerente de operaciones y logística	
Función general	Encargado del funcionamiento correcto de los procesos operativos y logísticos.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de contratos con proveedores • Brindar soporte a conductor de los pedidos • Generación de reportes diarios y mensuales de la cantidad de servicios • Elaboración de plan de contingencia • Garantizar el cumplimiento de los procesos operativos de los pedidos • Elaborar procedimientos en caso de contingencia • Participación de reuniones mensuales con los principales proveedores
Supervisa	<ul style="list-style-type: none"> • Recepcionista • Técnico de información • Agente de servicio • Repartidor
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Toma de decisiones • Planificación

Nota: Elaboración propia

Tabla 19

Manual de funciones del recepcionista

Recepcionista	
Función general	Encargado de atender los pedidos a través de la página web o teléfono.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de central telefónica • Recibir y organizar documentos • Coordinación de reuniones • Atención de quejas y reclamos de los usuarios
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amable • Trabajo en equipo. • Toma de decisiones • Integridad • Planificación • Orientación a resultados

Nota: Elaboración propia

Tabla 20

Manual de funciones del técnico de la información

Técnico de la información	
Función general	Encargado del mantenimiento de la página web.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de reportes de órdenes de servicio • Elaboración de data de órdenes de servicio
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Toma de decisiones • Integridad • Planificación • Orientación a resultados

Nota: Elaboración propia

Tabla 21

Manual de funciones del agente de servicio

Agente de servicio	
Función general	Encargado de la coordinación y distribución de las órdenes de pedido entre los usuarios y nuestros proveedores.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de reportes de órdenes de servicio • Coordinación constante con los proveedores para que las órdenes de servicio lleguen a su destino en el tiempo correcto • Elaboración de data de órdenes de servicio
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Toma de decisiones • Integridad • Planificación • Orientación a resultados

Nota: Elaboración propia

Tabla 22

Manual de funciones del repartidor

Repartidor	
Función general	Encargado de hacer llegar el pedido al cliente.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Reparto a domicilio de los productos generados por las órdenes de clientes • Coordinación permanente con los agentes de servicio
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amable • Trabajo en equipo • Integridad • Orientación de servicio

Nota: Elaboración propia

6.2.4. Organigrama

El organigrama de esta empresa es según su contenido un organigrama integral, pues se señalan todas las áreas implicadas de la empresa. De igual manera, de acuerdo a su presentación, es un organigrama vertical, debido a que su estructura jerárquica es de arriba hacia abajo (Thompson, 2017).

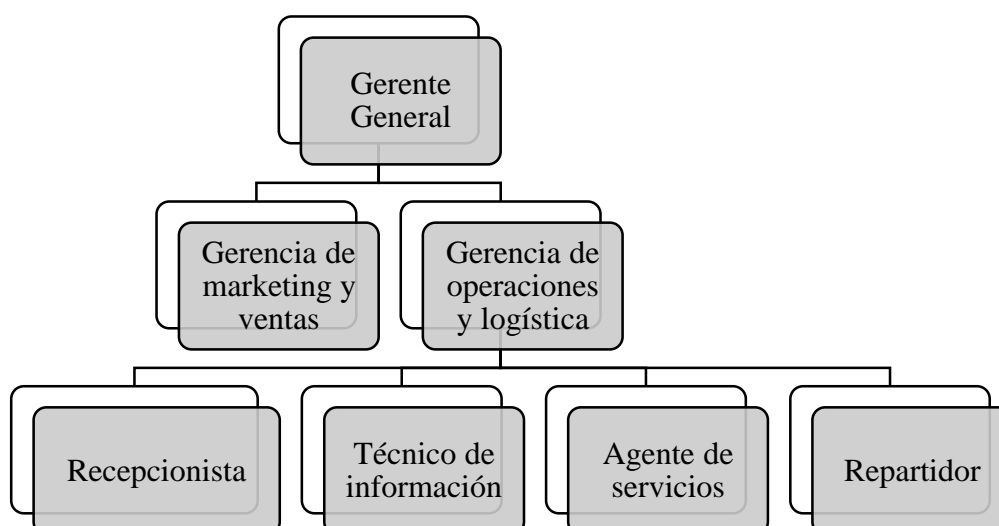


Figura 3. Organigrama

6.2.5. Requerimiento del personal

A continuación, se detallan los requerimientos solicitados para cada puesto de trabajo.

Tabla 23

Requerimiento del gerente general

Gerente general	
Educación superior	Lic. Administrador de empresas
Experiencia	Mínimo 5 años desempeñando el puesto
Otros	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,500.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Horario	10:00 - 18:00 (Lunes a viernes)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 24

Requerimiento del gerente de operaciones y logística

Gerente de operaciones y logística	
Educación superior	Lic. Administración de empresas o Ing. Industrial
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,200.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Horario	10:00 - 18:00 (Lunes a viernes)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 25

Requerimiento del recepcionista

Recepcionista	
Experiencia	Mínimo 1 año desempeñando el puesto
Otros	Dominio MS Office nivel intermedio
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 930.00 Soles
Ubicación Fijación	Atención al cliente
Beneficios sociales	Sí
Horario	10:00 - 18:00 (Lunes a viernes)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 26

Requerimiento del técnico de información

Técnico de información	
Experiencia	Mínimo 1 año desempeñando el puesto
Otros	Dominio MS Office nivel intermedio
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 930.00 Soles
Ubicación Fijación	Oficina
Beneficios sociales	Sí
Horario	Cuando se solicite
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 27

Requerimiento del agente de servicios

Agente de servicios	
Experiencia	Mínimo 1 año desempeñando el puesto
Otros	Dominio MS Office nivel intermedio
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 930.00 Soles
Ubicación Fijación	Atención al cliente
Beneficios sociales	Sí
Horario	10:00 - 18:00 (Lunes a viernes)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 28

Requerimiento del repartidor

Repartidor	
Experiencia	Mínimo 1 año desempeñando el puesto
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 930.00 Soles
Ubicación Fijación	Campo
Beneficios sociales	Sí
Horario	10:00 - 18:00 (Lunes a viernes)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

7. Inversión

La inversión está conformada por activos tangibles, activos intangibles y capital de trabajo, los cuales servirán de ayuda para el funcionamiento del proyecto los cuales son requeridos en la etapa previa al inicio del proyecto. Cabe señalar que las cifras están expresadas en dólares estadounidenses, en donde el tipo de cambio fue de S/ 3. 50.

7.2.5. Estructura de la inversión

En la estructura de la inversión se detallan los activos tangibles, es decir los equipos y muebles que serán utilizados por los colaboradores, tanto en la oficina como en el almacén, por un monto total de \$ 13 576.40. Del mismo modo, muestra la inversión intangible por un costo total de \$ 496.37. Asimismo, se obtuvo una cantidad total de capital de trabajo de \$ 45 038.18. Finalmente, la inversión total del proyecto para su ejecución es de \$ 59 110.95.

Tabla 29

Estructura de la inversión

Estructura de inversión	
Inversión tangible	\$ 13 576.40
Inversión intangible	\$ 496.37
Capital de trabajo	\$ 45 038.18
Total	\$ 59 110.95

Nota: Elaboración propia

7.2.6. Programa de inversiones

El programa de inversiones según la Tabla 30 tendrá una duración de tres meses, es decir iniciará a partir del mes de octubre hasta el mes de diciembre del 2020.

Tabla 30

Programa de inversiones

Concepto	Meses			Total	%
	1	2	3		
Inversión tangible			\$ 13 576.40	\$ 13 576.40	22.97%
Inversión intangible	\$ 272.94	\$ 150.86	\$ 72.57	\$ 496.37	0.84%
Capital de trabajo			\$ 45 038.18	\$ 45 038.18	76.19%
Total	\$ 272.94	\$ 150.86	\$ 58 759.72	\$ 59 110.95	100%

Nota: Elaboración propia

8. Financiamiento

8.2. Fuentes de financiamiento

El financiamiento está cubierto en su mayor parte por aporte propio, representando por el 56% del total de la inversión, es decir un \$ 33 103.13. Mientras que el 44%, es decir un \$ 26 008.82 se cubrirá mediante un crédito financiero.

Tabla 31

Fuentes de financiamiento

	Total	Aporte propio 56%	Préstamo 44%
Inversión tangible	\$ 13 576.40	\$ 7 602.78	\$ 5 937.62
Inversión intangible	\$ 496.37	\$ 277.97	\$ 218.40
Capital de trabajo	\$ 45 038.18	\$ 25 221.38	\$ 19 816.80
Total	\$ 59 110.95	\$ 33 102.13	\$ 26 008.82

Nota: Elaboración propia

8.3. Evaluación del préstamo

El financiamiento de este proyecto será de \$ 26 008.82 con una Tasa Efectiva Anual (TEA) aplicada al capital de 7.41%, el préstamo podrá ser pagado en un periodo de 5 años con una cuota fija de \$ 5 677.52. Asimismo, en la Tabla 33 se observa el periodo de saldo financiado.

Tabla 32

Evaluación financiera

Evaluación Financiera	
Tea	2.99%
Préstamo	\$ 26 008.82
Tiempo	5
Cuota fija	\$ 5 677.52

Nota: Elaboración propia

Tabla 33

Periodo de saldo financiado

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Renta
0	\$ 26 008.82	-	-	-
1	\$ 26 008.82	\$ 777.66	\$ 4 899.86	\$ 5 677.52
2	\$ 21 108.96	\$ 631.16	\$ 5 046.37	\$ 5 677.52
3	\$ 16 062.59	\$ 480.27	\$ 5 197.25	\$ 5 677.52
4	\$ 10 865.34	\$ 324.87	\$ 5 352.65	\$ 5 677.52
5	\$ 5 512.69	\$ 164.83	\$ 5 512.69	\$ 5 677.52

Nota: Elaboración propia

9. Presupuesto de ingresos y egresos

9.2. Presupuesto de ingresos

Los ingresos están representando principalmente por la venta de canastas de artículos de aseo personal y limpieza, los cuales son solicitados a través de la plataforma web, y entregados por servicio de delivery durante una proyección de cinco años con 8,947 pedidos en el 2021 y 9,146 pedidos para el año 2025. Asimismo, se obtuvo el valor de venta unitario de las canastas a ofrecer, el cual será de \$ 35.02. De acuerdo a la Tabla 34, el proyecto logrará para el primer año un total de \$ 313,282.76 y para el quinto año de operación, 2025, se espera alcanzar ventas valorizadas en \$ 320,251.47.

Tabla 34

Presupuesto de ingresos

	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	8 947	8 996	9 046	9 096	9 146
Valor de venta	\$ 35.02	\$ 35.02	\$ 35.02	\$ 35.02	\$ 35.02
Ingresos	\$ 313 282.76	\$ 315 010.59	\$ 316 747.95	\$ 318 494.90	\$ 320 251.47

Nota: Elaboración propia

9.3. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos abarca los costos directos e indirecto, los gastos administrativos y los gastos de ventas.

9.3.5. Presupuesto económico

En la tabla 35 se muestra el presupuesto económico del presente proyecto, en un periodo de 5 años.

Tabla 35

Presupuesto económico

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos					
Ventas	\$313 282.76	\$315 010.59	\$316 747.95	\$318 494.90	\$320 251.47
Egresos					
Mercadería	\$219 297.93	\$220 507.41	\$221 723.57	\$222 946.43	\$224 176.03
Gastos administrativos	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09
Gastos de venta	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06
Depreciación	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28
Amortización	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27
Total egresos	\$273 043.63	\$274 253.11	\$275 469.27	\$276 692.13	\$277 921.73
Saldo	\$ 40 239.12	\$ 43 572.02	\$ 44 093.23	\$ 44 617.31	\$ 45 144.29

Nota: Elaboración propia

9.3.6. Presupuesto financiero

En la tabla 36 se muestra el presupuesto económico del presente proyecto, en un periodo de 5 años.

Tabla 36

Presupuesto financiero

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos					
Ventas	\$313 282.76	\$315 010.59	\$316 747.95	\$318 494.90	\$320 251.47
Egresos					
Mercadería	\$219 297.93	\$220 507.41	\$221 723.57	\$222 946.43	\$224 176.03
Gastos administrativos	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09
Gastos de venta	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06
Amortización préstamo	\$ 4 485.68	\$ 4 818.16	\$ 5 175.27	\$ 5 558.85	\$ 5 970.86
Intereses	\$ 1 927.73	\$ 1 595.26	\$ 1 238.14	\$ 854.56	\$ 442.55
Escudo fiscal	\$ 568.68	\$ 470.60	\$ 365.25	\$ 252.10	\$ 130.55
Total egresos	\$277 211.17	\$278 322.58	\$279 433.38	\$280 543.09	\$281 651.14
Saldo	\$ 40 239.12	\$ 43 572.02	\$ 44 093.23	\$ 44 617.31	\$ 45 144.29

Nota: Elaboración propia

10. Estados financieros

10.2. Estado de ganancias y pérdidas

El estado de pérdidas y ganancias según la Tabla 37 nos muestra una utilidad neta en el primer año de \$ 28,368.58. Asimismo, para los próximos años las utilidades se mantienen positivas, terminando para el último año \$ 31,826.72. Cabe señalar que la tasa de impuesto a la renta utilizada fue del 29,5%.

Tabla 37

Estado de ganancias y pérdidas

Estado de ganancias y pérdidas						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$313 282.76	\$315 010.59	\$316 747.95	\$318 494.90	\$ 320 251.47	
Costo de mercaderías	\$219 297.93	\$220 507.41	\$221 723.57	\$222 946.43	\$ 224 176.03	
Margen bruto	\$ 93 984.83	\$94 503.18	\$ 95 024.39	\$ 95 548.47	\$ 96 075.44	
Gastos operativos						
(*) Gastos administrativos	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	\$ 27 728.09	
(*) Gastos de venta	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	\$ 23 203.06	
Depreciación	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	
Amortización de intangibles	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	
Utilidad operativa	\$ 40 239.12	\$ 43 572.02	\$ 44 093.23	\$ 44 617.31	\$ 45 144.29	
Impuesto renta	\$ 11 870.54	\$ 12 853.75	\$ 13 007.50	\$ 13 162.11	\$ 13 317.56	
Utilidad neta	\$ 28 368.58	\$ 30 718.28	\$ 31 085.73	\$ 1 455.21	\$ 31 826.72	

Nota: Elaboración propia

10.3. Flujo de caja

El flujo de caja según la Tabla 38 muestra la liquidez del proyecto con respecto a los ingresos y los egresos en los próximos cinco años de operación.

Tabla 38

Flujo de caja económico

Flujo de caja económico						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión tangible	\$ -13 576.40					
Inversión de intangible	\$ -496.37					
Capital de trabajo	\$ -45038.18					
Crédito fiscal		\$ 8 267.35	\$ 17 010.57	\$ 17 104.39	\$ 17 198.72	\$ 17 293.58
Recupero capital de trabajo						\$ 45 038.18
Depreciación		\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28	\$ 2 715.28
Amortización intangibles		\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27	\$ 99.27
Flujo económico neto	\$ -59 110.95	\$ 22 915.78	\$ 16 522.26	\$ 16 795.89	\$ 17 071.04	\$ 17 347.70

Nota: Elaboración propia

Tabla 39

Flujo de caja financiero

Flujo de caja financiero						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Préstamo	\$26,008.82					
Amortización préstamo		\$4,485.68	\$4,818.16	\$5,175.27	\$5,558.85	\$5,970.86
Intereses		\$1,927.73	\$1,595.26	\$1,238.14	\$ 854.56	\$ 442.55
Escudo fiscal		\$ 568.68	\$ 470.60	\$ 365.25	\$ 252.10	\$ 130.55
Flujo financiero neto	\$-33,102.13	\$17,071.05	\$10,579.45	\$10,747.73	\$10,909.72	\$11,064.84

Nota: Elaboración propia

11. Equilibrio del proyecto año por año

La proyección del punto de equilibrio para el primer año nos indica que “Mi Familia debe cumplir con un mínimo de 5 256 unidades, que representan un total de \$ 184 040.82, con el fin de no generar pérdidas. Mientras que para el 2025 el punto de equilibrio en unidades será de 5 147, es decir \$ 180 227.44.

Tabla 40

Equilibrio del proyecto año por año

Punto de equilibrio	2021	2022	2023	2024	2025
Punto de equilibrio en unidades	5256	5231	5204	5176	5147
Punto de equilibrio en dólares	\$184 040.82	\$183 156.19	\$ 182 227.17	\$181 251.65	\$180 227.44

Nota: Elaboración propia

12. Evaluación económica y financiera

12.2. Tasa de descuento económica y financiera

Para realizar el cálculo se ha considera utilizar la TEA de Scotiabank que según la SBS es de 2.99%. Se obtuvo como resultado que el costo promedio ponderado del capital (WACC) es de 9.72% y que el costo de oportunidad del capital es de 15%.

Tabla 41

Tasa de descuento económica y financiera

Fuentes	Inversión	Inversión (%)	Costo	WACC
Aporte propio	\$ 33 102.13	56%	15.00%	8.40%
Préstamo	\$ 26 008.82	44%	3.0%	1.32%
Total	\$ 59 110.95	100%		9.72%

Nota: Elaboración propia

12.3. Evaluación económica

12.3.5. VANE

El VANE ha sido calculado con la COK de 15 %, la cual da como resultado de \$ 2 737.88, esto quiere decir que al dar un número positivo indica que el proyecto es rentable económicamente en un periodo de cinco años.

12.3.6. TIRE

La TIRE del proyecto es 17%, esto quiere decir que los ingresos del proyecto en un plazo de cinco años son capaces de cubrir los egresos generados, de modo que es atractivo para los inversionistas.

12.3.7. B/C económico

El beneficio/costo económico (B/C) es mayor que uno por lo tanto nuestro proyecto es rentable, dándonos como resultado que por cada dólar puesto en el negocio se obtendrá \$ 1.05 de retorno.

12.3.8. Periodo de recupero de capital económico.

El periodo requerido para el recupero del capital económico es de 4 años con 2 meses y 1 día.

12.3.9. Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad nos indica que por cada dólar invertido se está generando mayor rentabilidad al proyecto, es decir se recupera \$ 1.05.

12.4. Evaluación financiera

12.4.5. VANF

El VANF ha sido calculado con el WACC de 9.72%, la cual da como resultado de \$ 15 808.64, esto quiere decir que al dar un número positivo indica que el proyecto es rentable económicamente en un periodo de cinco años.

12.4.6. TIRF

La TIRF es 29%, el cual es mayor que cero y el interés del costo de oportunidad de capital, por lo tanto, se determina la aceptación del proyecto.

12.4.7. B/C Financiero

El beneficio/costo económico (B/C) es mayor que uno por lo tanto nuestro proyecto es rentable, dándonos como resultado que por cada dólar puesto en el negocio se obtendrá \$ 1.48 de ingresos.

12.4.8. Periodo de recupero de capital financiero

El periodo requerido para el recupero del capital económico es de 2 años con 4 meses y 27 días.

12.4.9. Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad nos indica que por cada dólar invertido se está generando mayor rentabilidad al proyecto, es decir se recupera \$ 1.48.

13. Análisis de sensibilidad

13.2. Análisis de sensibilidad económica

Para el desarrollo del análisis de sensibilidad económica, se puso al proyecto de inversión en diferentes panoramas que podría enfrentar. Según la Tabla 42 si las ventas disminuyen en más de un 8%, quiere decir que la ejecución el proyecto no es factible.

Tabla 42

Análisis de sensibilidad económica

	%	VAN	TIR	B/C	IR
Disminución de ventas	-8%	\$ -1 556.6	8.34%	0.97	97%
Ventas planificadas	100%	\$ 11 317.6	17.04%	1.19	119%
Aumento ventas	+5%	\$ 19 364.1	21.77%	1.32	132%

Nota: Elaboración propia

13.3. Análisis de sensibilidad financiera

Para el desarrollo del análisis de sensibilidad económica, se puso al proyecto de inversión en diferentes panoramas que podría enfrentar. Según la Tabla 43 si las ventas disminuyen en más de un 10%, quiere decir que el proyecto no es viable.

Tabla 43

Análisis de sensibilidad financiera

	%	VAN	TIR	B/C	IR
Disminución ventas	-10%	\$ -1 515	6.46%	0.95	95%
Ventas planificadas	100%	\$ 15 182	26.48%	1.46	146%
Aumento ventas	+5%	\$ 23 530	34.64%	1.69	169%

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una TIRE de 17% por encima del costo de oportunidad del capital 15% y con una TIRF de 29% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el VAN en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 0.05% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de servicio delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza, tendrá una capacidad efectiva de 25 servicios delivery diarios.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en Av. La Libertad #382 Urb. Santa Victoria, en la ciudad de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

El proceso del servicio delivery con enfoque a productos de higiene personal y limpieza 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 Sociedad 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 \$ 59 110.95, siendo su capital de trabajo \$ 45 038.18 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$ 26 008.82 representando el 44%

Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK y el WACC tasas de actualización de 15% y 9.72% respectivamente resultando un VANE de \$ 2 737.88 VANF de \$ 15 808.64, TIRE de 17% y TIRF de 29%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en la demanda del producto, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varia en \$ 19 364.1 aprox. y la TIRE en 21.77%, VANF en \$ 23 529.94 y el TIRF en 24.64% por un incremento en 5%.

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 servicio de delivery de enfocado a productos de higiene personal y limpieza.

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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agenda Tecnológica. (26 de Agosto de 2018). *Agenda Tecnológica*. Obtenido de 5 RAZONES PARA USAR UNA APP DE DELIVERY: <http://agendatecnologicaweb.com/5-razones-para-usar-una-app-de-delivery/>
- Altamirano, J., Fernández, V., Guerrero, M., & Sullca, D. (julio de 2017). Análisis comparable entre Supermercados Peruanos y Grupo Éxito en Colombia . Surco, Lima, Peru: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Barranzuela, I. (19 de Diciembre de 2019). *Mercado Negro*. Obtenido de Limeños invierten hasta 75 soles en compras por delivery: <https://www.mercadonegro.pe/marketing/limenos-invierten-hasta-75-soles-en-compras-por-delivery/>
- Cáceres, Z., Llana, R., Ríos, C., & Sandoval, M. (2017). Plan de negocios para desarrollar un supermercao virtual para un cuadrante determinado por los distritos de La Molina, Santiago de Surco y San Borja. Lima, Lima, Peru: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Chicama, D. (22 de mayo de 2020). *Retail y comercio en el Perú: ¿cómo ha impactado la COVID-19?* Obtenido de Conexión Esan: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/05/22/retail-y-comercio-en-el-peru-como-ha-impactado-la-covid-19/>
- Codeglia, A. (30 de marzo de 2020). *Hotmart*. Obtenido de Vender por Internet desde cero: la guía más completa sobre el tema: <http://www.pymerang.com/marketing-y-redes/791-la-estrategia-del-branded-content>
- Debitoor. (13 de Junio de 2020). Obtenido de E-commerce: <https://debitoor.es/glosario/definicion-ecommerce>
- Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Lima: Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del INEI .
- El Peruano. (13 de abril de 2020). *Sepa cómo y dónde comprar por delivery en supermercados, mercados y bodegas*. Obtenido de El Peruano: <https://elperuano.pe/noticia-sepa-como-y-donde-comprar-delivery-supermercados-mercados-y-bodegas-94325.aspx>

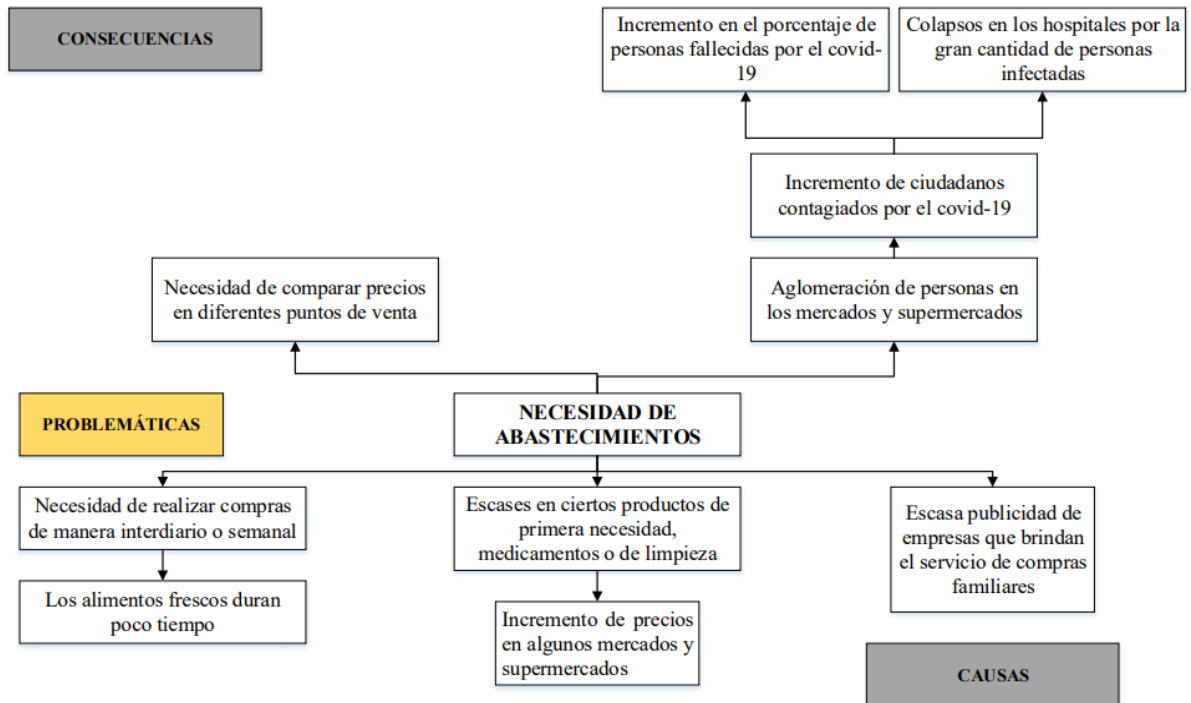
- González, N. (28 de abril de 2018). *Ventajas y desventajas del comercio electrónico*. Obtenido de Canarias Digital: <https://canarias-digital.com/ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico/>
- INEI. (2017). *Capítulo 6: Características del Hogar*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap06.pdf
- InfoMarketing. (2018). *Apps de delivery son cada vez más populares en el país*. Obtenido de <https://www.infomarketing.pe/marketing/noticias/apps-de-delivery-son-cada-vez-mas-populares-en-el-pais/>
- Lucero, I., Piscocoya, C., Reinoso, G., & Rivera, A. (20 de febrero de 2018). *Proyecto Empresarial Top Delivery*. Lima, Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas.
- Ministerio de Salud. (2020). *Población según INEI, del departamento Lambayeque, provincia de Chiclayo, distrito de Chiclayo*. Obtenido de https://www.minsa.gov.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp
- PerúRetail. (01 de Abril de 2020). *PerúRetail*. Obtenido de *Repartos por delivery, una alternativa en tiempos de coronavirus*: <https://www.peru-retail.com/repartos-por-delivery-una-alternativa-en-tiempos-de-coronavirus/>
- Quintana, M. (22 de octubre de 2017). *Marco legal del sector digital en Perú*. Obtenido de Quintana Castro: <http://quintanacastro.com/marco-legal-del-sector-digital-en-peru/>
- Redacción Gestión. (09 de mayo de 2019). *¿Qué es una Sociedad Anónima Cerrada?* Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/sociedad-anonima-cerrada-sac-empresa-caracteristicas-constitucion-beneficios-nnda-nnlt-266153-noticia/>
- Saavedra-Gonzales, A. (noviembre de 2016). *Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas: Caso empresa World of Cakes*. Piura, Piura, Perú: Universidad de Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2740/ING_571.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SUNARP. (20 de junio de 2020). *Modelo de minutas de constitución de empresas*. Obtenido de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/qsec-nxformato-b6.asp>

Thompson, I. (2017). *Tipos de Organigramas*. Obtenido de Promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

Trigoso, M. (01 de Mayo de 2019). *Gestión*. Obtenido de El 19% de las amas de casa ya utiliza los aplicativos de delivery: <https://gestion.pe/economia/empresas/19-amas-casa-utiliza-aplicativos-delivery-265686-noticia/?ref=gesr>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Anexo 2. Canvas

Socios claves	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Repartidor • Distribuidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una plataforma web con soporte. • Marketing y publicidad. 	<p>Nuestra propuesta de valor está orientada para los usuarios, es decir no solo se ofrecerá un kit de productos para el aseo personal y limpieza, sino que se ofrecerá un mínimo tiempo de espera en el servicio delivery, información del precio y visibilidad de la ruta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de nuestra cartera de clientes (dirección de casa, número de celular, productos que compra constantemente). • Post-Venta: <ul style="list-style-type: none"> - Agradecer la compra - Descuentos a partir de cierta cantidad de servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Familias de la ciudad de Chiclayo • Nivel socioeconómico A y B.

 Recursos clave

- Vehículo

Personal: Administrador de la página

Infraestructura: Página Web

Tecnología: Laptops, celulares, conexión a internet

 Canales

- Páginas Web
- Redes sociales (creación de páginas de Facebook y Instagram)

 Estructura de costos

- Pago al personal
- Pago de los servicios básicos
- Pago de los productos
- Marketing y publicidad

 Fuentes de ingreso

- Nuestros ingresos están representados por la venta de nuestros productos.
-

Anexo 3. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecutar un proyecto determinado.	Mercado	Nivel socio económico
			Estilos de vida
			Servicio
			Demanda del servicio
			Oferta del servicio
			Ingresos
			Población objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector

	Factores cualitativos de la localización
	Factores cuantitativos de la localización
Técnica	Participación del mercado
	Cantidad de servicio a cubrir
	Tipo de empresa
	Instrumentos de organización
	VANE - VANF
Económica – Financiera	TIRE – TIRF
	b/c E – b/c F
	COK
	WACC
	PRCE – PRCF
	IRE - IRG
	Precio del producto