



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE ARREGLOS
FRUTALES EN LA CIUDAD DE TRUJILLO”

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciado en Administración

Autores:

Br. Moreno Nieves, Daphne del Rosario
Br. Ramírez Florián, Johana Karin

Asesor:

Lic. María del Carmen D'Angelo Panizo

Trujillo – Perú
2014

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres Daphne del Rosario Moreno Nieves y Johana Karín Ramírez Florián, denominada:

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN
LA CIUDAD DE TRUJILLO”**

Lic. María Del Carmen D’Angelo Panizo
ASESOR

María Eugenia Alfaro Sánchez
**JURADO
PRESIDENTE**

Julio César Arzani Bracamonte
JURADO

Luigi Vatslav Cabos Villa
JURADO

DEDICATORIA

A Dios que me guía por el buen camino, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida, mostrándome día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.

A mis padres, Cecilia Nieves y Jaime Moreno por su amor, comprensión y apoyo absoluto. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y determinación para conseguir mis objetivos.

DAPHNE DEL ROSARIO.

A Dios por iluminar mi camino y darme la fortaleza y sabiduría necesaria para superar cada reto de mi vida.

A mi madre, Juana Del Socorro Florián Ventura, quien en vida fue mi apoyo incondicional y que desde el cielo es mi ángel que protege mi vida.

A mi padre, Marcial Ramírez, pues sin su apoyo y sabiduría habría sido imposible superar este reto.

Y a mi hermana, Marci, quien es la alegría de mis días.

JOHANA KARÍN.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo ha sido posible gracias a la amabilidad, el interés y paciencia de diversas personas. Dios por permitirnos superar este reto con éxito. Nuestros padres, que dieron muestra una vez más, de paciencia y de un apoyo ilimitado. Y en fin debemos agradecimiento eterno a nuestros familiares, profesores, amigos y a todas las personas que han influido de manera positiva para forjar nuestro carácter y motivarnos a superarnos constantemente.

A nuestra asesora María del Carmen D'Angelo Panizo, por brindarnos el apoyo necesario, mediante su guía constante y cariñosa, para cumplir con la meta trazada.

Br. DAPHNE DEL ROSARIO MORENO NIEVES
Br. JOHANA KARÍN RAMÍREZ FLORIÁN

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
INDICE DE CONTENIDOS	V
INDICE DE TABLAS	XI
INDICE DE GRÁFICOS	XIV
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVII
CAPITULO 1: GENERALIDADES	1
1.1 Nombre de la empresa y marca distintiva	2
1.2 Concepto del negocio.....	2
1.3 Sector-Industria.....	3
1.4 Justificación.....	3
1.5 Posibles barreras de entrada y salida	3
1.6 Objetivos del estudio	4
1.7 Horizonte de evaluación	4
1.8 Cronología del proyecto	5
1.9 Ejecutores	5
CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	6
2.1 Análisis del entorno	7
2.1.1 Macro entorno	7
2.1.1.1 Factores legales	7
2.1.1.2 Factores económicos	8
2.1.1.3 Factores políticos	13
2.1.1.4 Factores demográficos	14
2.1.1.5 Factores climáticos.....	15
2.2 Investigación de mercado.....	16
2.2.1 Metodología utilizada.....	16

2.2.2 Fuentes de información	17
2.2.3 Definición y caracterización del cliente y/o consumidor.....	17
2.2.4 Segmentación	17
2.2.5 Análisis de la demanda	18
2.2.5.1 Producto básico, real y aumentado	18
2.2.5.2 Demanda histórica y actual	19
2.2.5.3 Variables que afectan la demanda	19
2.2.5.4 Demanda proyectada	20
2.2.6 Análisis de la oferta	20
2.2.6.1 Identificación de la competencia	20
2.2.6.2 Oferta histórica y presente	20
2.2.6.3 Variables que afectan la oferta.....	21
2.2.6.4 Oferta proyectada.....	21
2.2.7 Deducción del mercado.....	21
2.2.7.1 Proyección del mercado potencial, disponible y efectivo.....	21
2.2.7.2 Mercado objetivo proyectado	22
2.3 Análisis de comercialización.....	22
2.3.1 Marketing mix usado por la competencia	22
2.3.2 Análisis del mercado proveedor	23
2.3.2.1 Identificación y caracterización.....	23
2.3.2.2 Criterios de selección	24
2.3.2.3 Evaluación y selección	25
2.3.3 Canales y medios	25
2.3.3.1 Identificación	25
2.3.3.2 Caracterización de actores según canal y medio	26
2.3.3.3. Condiciones de acceso	26
2.3.3.4. Criterios de selección	26
2.3.3.5. Evaluación y selección	27
CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO	28
3.1 Especificaciones técnicas del producto.....	29
3.2 Ingeniería básica	37
3.2.1 Descripción de procesos	37
3.2.1.1 Mapa de interacción de procesos.....	37

3.2.1.2 Procesos principales	38
3.2.1.3. Procesos De Apoyo	40
3.2.2 Producción y capacidad	41
3.2.2.1 Tiempo de ciclo	41
3.2.2.2 Balance en línea.....	41
3.2.2.3 Posibles cuellos de botella	42
3.2.2.4 Programa de producción por tipo del servicio	42
3.2.2.5 Capacidad máxima y normal	43
3.2.2.6 Criterios y porcentajes de ocupabilidad.....	43
3.2.3 Descripción de tecnología	43
3.2.3.1 Maquinaria y equipo	43
3.2.3.2 Mobiliario y herramientas	45
3.2.3.3 Software y similares	45
3.3 Centro de operaciones	46
3.3.1 Macro y micro localización	46
3.3.2 Descripción de terrenos, inmuebles e instalaciones fijas	49
3.3.3 Diseño de edificaciones e instalaciones	50
CAPITULO 4: ESTUDIO LEGAL	51
4.1 Constitución de la sociedad.....	52
4.1.1 Forma societaria e implicancias	52
4.1.2 Proceso de constitución	52
4.1.3 Costos de constitución	55
4.2 Tasas y servicios regulados	55
4.2.1 Licencias y permisos	55
4.2.2 Anuncios publicitarios y similares.....	56
4.2.3 Regulación sectorial	57
4.2.4 Costos por tasas y servicios regulados	57
4.3 Demás aspectos legales	57
4.3.1 Aspectos laborales	57
4.3.2 Aspectos tributarios	59
4.3.3 Registro de marca	59
4.3.4 Regulación sanitaria y ambiental.....	60
4.3.5 Regulación sobre salud y seguridad ocupacional	60
4.3.6 Costos de los demás aspectos legales	61

CAPITULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	62
5.1 Planeamiento estratégico.....	63
5.1.1 Misión.....	63
5.1.2 Visión.....	63
5.1.3 Objetivos estratégicos.....	63
5.1.3.1 Perspectiva financiera.....	63
5.1.3.2 Perspectiva cliente.....	63
5.1.3.3 Perspectiva de operaciones y procesos.....	64
5.1.3.4 Perspectiva de organizaciones y aprendizaje.....	64
5.1.4 Análisis FODA.....	64
5.1.5 Matriz EFE y EFI.....	68
5.1.6 Análisis de la competitividad del proyecto.....	69
5.1.7 Estrategias de entrada y crecimiento.....	70
5.1.8 Estructura organizacional.....	70
5.2 Plan de mercadotecnia.....	71
5.2.1 Plan de crecimiento comercial.....	71
5.2.2 Mercado meta.....	71
5.2.3 Calidad intrínseca.....	71
5.2.4 Costo para el cliente.....	71
5.2.5 Conveniencia.....	71
5.2.6 Comunicación.....	72
5.2.7 Posicionamiento.....	72
5.3 Equipo de trabajo.....	73
5.3.1 Descripción de posiciones.....	73
5.3.2 Manual de organización y funciones.....	76
5.3.3 Proceso de reclutamiento y selección.....	77
5.3.4 Plan de desarrollo del personal y monitoreo.....	77
5.3.5 Política y fijación de remuneraciones.....	77
CAPITULO 6: ESTUDIO DE COSTOS.....	79
6.1 Inversiones.....	80
6.1.1 Inversiones en activo fijo.....	80
6.1.2 Inversiones en activo intangible.....	81
6.1.3 Inversiones en capital de trabajo.....	82

6.2 Costos y gastos proyectados	83
6.2.1 Materia Prima Directa.....	83
6.2.2 Mano de obra directa.....	87
6.2.3 Costos y gastos indirectos de fabricación	88
6.2.4 Gastos de administración	89
6.2.5 Gastos de ventas	90
6.2.6 Depreciación del activo fijo.....	90
6.2.7 Amortización de intangibles.....	91
6.2.8. Amortización De Intangibles.....	92
6.3 Financiamiento	92
6.3.1 Estructura de capital.....	92
6.3.2 Alternativas de financiamiento externo.....	93
6.3.3 Criterios de selección de fuentes de financiamiento	93
6.3.4 Evaluación y selección de fuentes de financiamiento	93
6.3.5 Amortización de deuda.....	94
6.4 Ingresos proyectados	94
6.4.1 Ingresos por ventas	94
6.4.2 Recuperación del capital de trabajo	95
6.4.3 Valor del desecho neto.....	96
CAPITULO 7: EVALUACIÓN ECONÓMICA	97
7.1 Supuestos generales.....	98
7.2 Flujo de caja proyectado	99
7.2.1 Flujo de caja operativo	99
7.2.2 Flujo de capital	100
7.2.3 Flujo de caja económico.....	100
7.2.4 Flujo de deuda.....	101
7.2.5 Flujo de caja financiero.....	102
7.3 Determinación de la tasa de descuento	102
7.3.1 Costo de oportunidad de capital.....	102
7.3.2 Costo promedio ponderado de capital.....	103
7.4 Estados proyectados.....	104
7.4.1 Balance general	104
7.4.2 Estado de ganancias y pérdidas	105

7.5 Rentabilidad	106
7.5.1 Indicadores de rentabilidad	106
7.5.2 Punto de equilibrio para el horizonte del proyecto.....	107
7.5.3 Periodo de recuperación del capital	108
7.6 Análisis de Sensibilidad.....	108
7.6.1 Variables de entrada	108
7.6.2 Análisis Unidimensional.....	108
7.6.3 Análisis Multidimensional	109
7.6.4 Conclusiones del Análisis.....	109
7.7 Factores críticos de riesgo y éxito	110
7.7.1 Descripción.....	110
7.7.2 Plan de contingencia y aseguramiento.....	110
CAPITULO 8: CONCLUSIONES.....	111
CAPITULO 9: RECOMENDACIONES	113
REFERENCIAS.....	115
ANEXOS	118

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 - Cronología del proyecto	5
Tabla N° 02 - Población al año 2013 por grupos de edad	15
Tabla N° 03 - Población segmentada.....	17
Tabla N° 04 - Población segmentada por nivel socioeconómico.....	17
Tabla N° 05 - Demanda actual	19
Tabla N° 06 - Demanda proyectada (N° de arreglos)	20
Tabla N° 07 - Mercado potencial, disponible y efectivo	21
Tabla N° 08 - Mercado Objetivo (en número de arreglos	22
Tabla N° 09 - Cuadro de selección de proveedores.....	25
Tabla N° 10 - Selección de medios de comunicación	27
Tabla N° 11 - Tiempo de Ciclo	41
Tabla N° 12 - Elaboración del arreglo floral.....	41
Tabla N° 13 - Programa de producción	42
Tabla N° 14 - Capacidad máxima y normal.....	43
Tabla N° 15 - Ocupabilidad	43
Tabla N° 16 - Descripción de Maquinaria y Equipo	44
Tabla N° 17 - Descripción de Herramientas de Limpieza y Mantenimiento.....	44
Tabla N° 18 - Descripción de Muebles y Enseres	45
Tabla N° 19 - Significado de cada grado de calificación	48
Tabla N° 20 - Análisis de los factores determinantes en la microlocalización del proyecto	48
Tabla N° 21 - Costos de constitución de empresa (nuevos soles)	55
Tabla N° 22 - Matriz FODA	66
Tabla N° 23 - Matriz de Evaluación de factores externos (EFE)	68
Tabla N° 24 - Matriz de Evaluación de factores internos.....	69
Tabla N° 25 - Equipo de trabajo	73
Tabla N° 26 - Inversión en activo fijo (nuevos soles)	80
Tabla N° 27 - Inversión en activo intangible (nuevos soles)	81
Tabla N° 28 - Inversión en capital de trabajo (nuevos soles)	82

Tabla N° 29 - Costo arreglo grande (nuevos soles)	83
Tabla N° 30 - Costo arreglo mediano (nuevos soles)	84
Tabla N° 31 - Costo arreglo pequeño (nuevos soles)	85
Tabla N° 32 - Costo de materiales directos (en nuevos soles)	86
Tabla N° 33 - Mano de obra directa (nuevos soles)	87
Tabla N° 34 - Costos indirectos de fabricación (nuevos soles)	88
Tabla N° 35 - Gastos de administración (nuevos soles)	89
Tabla N° 36 - Gastos de ventas (nuevos soles)	90
Tabla N° 37 - Costos de producción (nuevos soles)	90
Tabla N° 38 - Depreciación del activo fijo (nuevos soles)	91
Tabla N° 39 - Amortización del intangible	92
Tabla N° 40 - Estructura de capital.....	92
Tabla N° 41 - Tasa de interés de bancos	93
Tabla N° 42 - Amortización de la deuda (en nuevos soles)	94
Tabla N° 43 - Determinación del precio de venta	94
Tabla N° 44 - Ingresos Proyectados (nuevos soles)	95
Tabla N° 45 - Recuperación del capital de trabajo (nuevos soles)	95
Tabla N° 46 - Valor de desecho (nuevos soles)	96
Tabla N° 47 - Supuestos generales.....	98
Tabla N° 48 - Flujo de Caja Operativo.....	99
Tabla N° 49 - Flujo de capital (nuevos soles)	100
Tabla N° 50 - Flujo de caja económico (nuevos soles)	100
Tabla N° 51 - Flujo de deuda (nuevos soles)	101
Tabla N° 52 - Flujo de caja financiero (nuevos soles)	102
Tabla N° 53 - Costo de oportunidad del capital	103
Tabla N° 54 - Costo Promedio Ponderado del Capital	103
Tabla N° 55 - Balance General Proyectado (nuevos soles)	104
Tabla N° 56 - Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (nuevos soles)	105
Tabla N° 57 - Indicadores de rentabilidad	106
Tabla N° 58 - Punto de equilibrio.....	107

Tabla N° 59 - Período de recuperación del capital	108
Tabla N° 60 - Análisis unidimensional: Precio de materiales (nuevos soles)	108
Tabla N° 61 - Análisis unidimensional: Penetración del mercado objetivo (Nuevos soles)	109
Tabla N° 62 - Análisis multidimensional	109

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Proceso De Elaboración Y Venta Del Producto	39
Gráfico N° 2: Compra De Materia Prima	40
Gráfico N° 3: Mapa De La Provincia De Trujillo.....	46
Gráfico N° 4: Microlocalización Del Proyecto	47
Gráfico N° 5: Mapa: Av. Víctor Larco - Trujillo.....	49
Gráfico N° 6: Plano De Instalaciones	50
Gráfico N° 7: Organigrama General	70
Gráfico N° 8: Punto de Equilibrio.....	107

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo comprobar la factibilidad para la implementación de la empresa “FrutiFlowers®”, que tiene como finalidad ofrecer un producto de alta calidad e innovador a base de fruta fresca de estación como son los arreglos frutales, lo cual garantiza que el cliente reciba un producto novedoso y en las mejores condiciones.

Este tipo de producto está dirigido principalmente a personas entre los 18 a 50 años de edad del nivel socio-económico A/B del distrito de Trujillo, que deseen adquirir productos de alta calidad y novedosos en el mercado.

Se ha considerado un mercado meta del 2% considerando la capacidad máxima del proyecto, lo que hace un total de 4,038 arreglos en el primer año que paulatinamente van aumentando hasta llegar a 4,320 en el quinto año.

La publicidad a implementar se basará en avisos en revistas locales, radio, afiches, volantes y promociones y mediante una página web de la empresa.

Consideramos que los factores clave de éxito de nuestra propuesta son la innovación y calidad de nuestro producto y que sería la primera empresa en el mercado ofreciendo una opción diferente con un concepto fuera del tradicional para el momento de comprar un obsequio.

El monto total de inversión es de 64,149.26 nuevos soles, compuesto por activo fijo por S. / 25,313.61 nuevos soles, intangible por 8,829.01 soles y capital de trabajo de 30,006.63 soles. Y se ha considerado como alternativa de financiamiento al BCP, pues ofrece créditos a pequeñas empresas de personería jurídica, el cual es nuestro caso, a una razonable tasa de interés.

Los indicadores de evaluación económica son VANE S/. 73,187.16 y una TIRE de 47.40%. Además los indicadores de rentabilidad financiera son de S/. 70,201.18 y la TIRF es de 58.20%.

El periodo de recuperación es de 3 años y dos meses. En términos concretos, el proyecto es viable desde el punto de vista de mercado, tecnológico, legal, administrativo y económico.

ABSTRACT

The present study aims to test the feasibility of the implementation of the company "FrutiFlowers ®", which aims to provide a high-quality and innovative with fresh seasonal fruit such as fruit arrangements, ensuring that the customer receives a new product and best conditions.

This kind of product is mainly aimed at people between 18 and 50 years of socio-economic level A / B Trujillo District, wishing to acquire high quality products and innovative market.

It has been considered a target market of 2% considering the maximum capacity of the project, making a total of 4,038 in the first year arrangements that are gradually building up to 4,320 in the fifth year.

Advertising is based on implementing ads in local magazines, radio, posters, flyers and promotions and through the company website.

We believe that the key success factors of our proposal are innovation and quality of our product and it would be the first company in the market offering a different option with a concept beyond the traditional to the time to buy a gift.

The total investment is 64,149 nuevos soles, consisting of fixed asset S. / 25,313.61 nuevos soles, soles and intangible per 8,829. Working capital 30006.63 soles. And it has been considered as a financing alternative to BCP, offering small business loans legal personality, which is our case, at a reasonable rate of interest.

Indicators of economic evaluation are VANE S / . 73187.16 and an EIRR of 47.40 %. Besides financial performance indicators are S / . 70201.18 and TIRF is 58.20% .

The payback period is 3 years and two months. Specifically, the project is viable from the point of view of market, technological, legal, administrative and economic.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA DISTINTIVA

La empresa se constituirá con el nombre de FrutiFlowers®

Nombre de la Empresa

Razón social: ARREGLOS FRUTALES E.I.R.L.

Razón comercial: FRUTIFLOWERS®

Marca Distintiva



1.2. CONCEPTO DEL NEGOCIO:

El proyecto está dirigido a personas en busca de un producto novedoso y que desee sorprender con mucho más que un obsequio tradicional.

“Arreglos personalizados elaborados con frutas frescas de estación”

Esta idea de negocio surge ante la necesidad de que existan productos innovadores que se alejen de la estructura convencional trazada en nuestras mentes en cuanto a obsequios o arreglos tradicionales; mediante la elaboración de arreglos comestibles personalizados elaborados con frutas frescas de estación, se buscará satisfacer así la demanda del público insatisfecho con la escasa variedad de alternativas en la ciudad de Trujillo.

Es así que surge la idea de implementar una empresa dedicada a la elaboración de arreglos comestibles a base de fruta fresca de estación.

1.3. SECTOR O INDUSTRIA

Nuestra empresa se encuentra dentro del sector manufacturero, que se dedica a la elaboración de alimentos compuestos a base de frutas.

CIIU: 1513

1.4. JUSTIFICACIÓN

El proyecto creará una empresa innovadora ubicada en la ciudad de Trujillo, que apuesta por la creatividad y la calidad mediante el diseño de elegantes y deliciosos arreglos de frutas, elaborados con una selecta gama de frescas materias primas como fresas, uvas, melón, piña y otras frutas de estación 100% naturales sin conservantes ni preservantes.

Actualmente el mercado demanda productos innovadores y que genere el interés necesario de los clientes, por lo tanto teniéndose en cuenta esto se propone la creación de una empresa en la cual los arreglos frutales sean novedosos y puedan atraer el interés de los clientes potenciales para que los regalen en ocasiones diferentes como aniversarios, día del padre o de la madre, cumpleaños u otra fecha importante. (MALHOTRA, 2014)

1.5. POSIBLES BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

1.5.1. BARRERA DE ENTRADA

Barreras de Entrada:

- Empresas establecidas que tienen mayor tiempo en el mercado.
- Recursos financieros elevados, para la constitución de la empresa o instalación de la misma.
- Canales de distribución para que adquieran nuestros productos mediante promociones y beneficios.
- Regulaciones, legislaciones actuales, que afecten al rubro de nuestra empresa.

1.5.2. BARRERA DE SALIDA

Nuestra principal barrera de salida de la empresa en el mercado Trujillano es:

- **Alto costo de liquidación:** Por el alto monto de inversión que se necesita para crear el ambiente apropiado para el funcionamiento de la empresa, y las repercusiones legales altamente perjudiciales.

1.6. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1. Cuantificar el mercado objetivo proyectado para el horizonte del proyecto.
2. Determinar la factibilidad técnica del producto.
3. Determinar el monto de inversión requerida, así como el financiamiento.
4. Proyectar los ingresos y costos para el horizonte del proyecto.
5. Elaborar los estados financieros proyectados.
6. Determinar la factibilidad económica y financiera de la implementación del proyecto "FrutiFlowers".

1.7. HORIZONTE DE EVALUACIÓN

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años, estimado en función a la vida útil de los activos adquiridos, y el monto de la inversión, el cual deberá ser recuperado al cabo de 5 años.

(CÓRDOVA, 2013)

1.8. CRONOLOGÍA DEL PROYECTO

Tabla N° 01

Cronología del proyecto

ACTIVIDADES	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	SET
Búsqueda de Información y Antecedentes del Proyecto	■				
Identificación y Análisis de la Competencia		■			
Identificación y Análisis de los Proveedores		■			
Aplicación de Encuestas	■				
Deducción del Mercado Objetivo	■				
Estudio de los Canales y Medios de Comercialización		■	■		
Identificación y Elaboración de los Procesos del Servicio		■	■		
Estudio Legal para la Constitución de la Empresa		■	■		
Elaboración del Plan Estratégico de la Empresa		■	■		
Elaboración del Plan de Marketing		■	■		
Identificación y Elaboración de los Perfiles Laborales			■		
Elaboración del Manual de Organización y Funciones			■	■	
Estudios de los costos que se generarán		■	■	■	
Estudio de inversiones del proyecto		■			
Estudio de Costos y Gastos proyectados		■	■		
Estudio del Financiamiento del proyecto		■	■		
Estudio de los Ingresos proyectados			■	■	
Evaluación Económica del Proyecto			■	■	
Apertura del local					■

1.9. EJECUTORES

Las autoras del proyecto son:

Br. Daphne del Rosario Moreno Nieves

Br. Johana Karín Ramírez Florián

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1.1. MACRO ENTORNO

2.1.1.1. FACTORES LEGALES

- LEY N° 28015: Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Promulgada el 3 de Julio del 2003): La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria. (SUNAT, 2014)
- TUO del D. Leg. 728 - Ley de Productividad y Competitividad Laboral DS N° 003-97 (27.03.1997).

Este dispositivo legal establece como objetivos:

- a) Fomentar la capacitación y formación laboral de los trabajadores como un mecanismo de mejoramiento de sus ingresos y la productividad del trabajo;
- b) Propiciar la transferencia de las personas ocupadas en actividades urbanas y rurales de baja productividad e ingresos hacia otras actividades de mayor productividad;
- c) Garantizar los ingresos de los trabajadores, así como la protección contra el despido arbitrario respetando las normas constitucionales; y,
- d) Unificar las normas sobre contratación laboral y consolidar los beneficios sociales existentes.

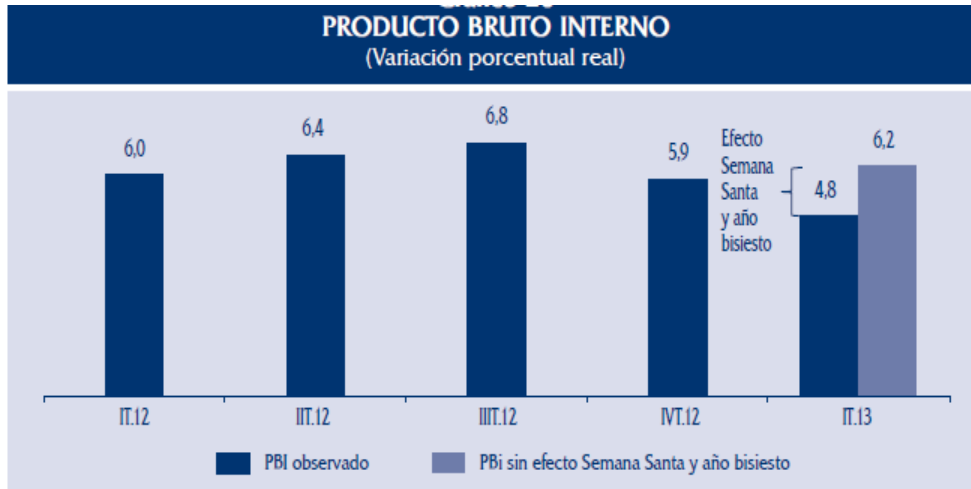
- Ley General de Turismo (Ley 29408, 17.09.2009): Contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal, declarando al MINCETUR como el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.
- Régimen General del Impuesto a la Renta: Régimen adecuado especialmente para las medianas y grandes empresas que generan ingresos por rentas de tercera categoría y desarrollan actividades sin que tengan que cumplir condiciones o requisitos especiales para estar comprendidas en la Base legal: Art. 28° del TUO de la ley del impuesto a la renta, aprobado por D. S. N° 179-2004-EF publicado el 08-12-2004 y art. 5° del TUO de la ley MYPE-D. S. N° 007-2008-TR publicado el 30-09-08.
- TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS E IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO DECRETO SUPREMO N° 055-99-EF(Publicado el 15 de abril de 1999 y vigente desde el 16.04.1999)

La norma establece que las empresas que tienen derecho al crédito fiscal deben pagar por concepto del impuesto general a las ventas el 18% del saldo luego de descontar las compras afectas a este impuesto. De esta manera el proyecto estará inmerso en esta norma porque deberá pagar este impuesto.

2.1.1.2. FACTORES ECONÓMICOS

La tasa de crecimiento de la economía para el año 2013 fue del 5.1%. Menor al esperado del 5.8%. Este menor crecimiento del PBI está asociado a un menor dinamismo de la demanda interna principalmente por un menor crecimiento de la inversión del sector privado de 7,7 a 4,3 por ciento en el año. Para el último trimestre se

prevé la recuperación de las exportaciones, la cual incorpora datos ejecutados de los tres primeros trimestres del año. (BCR, 2014)



Fuente: Reporte de inflación (BCR, 2013)

En relación con el producto, se espera que el crecimiento se acelere a 5,6% y el próximo a 5,9%. Los datos de actividad disponibles muestran que se habría producido un rebote en el ritmo de actividad del cuarto trimestre de 2013 y que este impulso se mantendría a inicios de este año. Además, los últimos datos de expectativas empresariales y del consumidor sugieren que el gasto privado seguirá brindando soporte a la demanda interna. El crecimiento adicional en comparación con el año pasado (que habría cerrado en una cifra cercana a 5,0%) sería provisto por un mayor dinamismo de las exportaciones, debido al inicio de la fase operativa de importantes proyectos mineros.

Para el período 2015-2018, estimamos que el crecimiento anual convergerá a 5,5%, en línea con la expansión del PIB potencial. El soporte vendrá por el lado de la acumulación de capital y expansión del empleo; sin embargo, el aporte de la productividad tendrá un declive en relación con la década pasada. En este sentido, una aceleración del ritmo de crecimiento requerirá implementar políticas que impulsen la productividad, como la mejora de la calidad de la

educación, la reforma del mercado laboral y la simplificación administrativa, con miras a impulsar la inversión y disminuir la informalidad. (MEF, 2014)

La desaceleración en el crecimiento del PBI entre los años 2012 (6,3 por ciento) y 2013 (5,1 por ciento), se explica por la reducción del crecimiento de la inversión privada de 13,5 a 4,3 por ciento y por la menor tasa del consumo privado de 5,8 a 5,2 por ciento. Este resultado viene acompañado de un menor incremento de las exportaciones, las cuales pasaron de 5,4 por ciento a 1,5 por ciento en el mismo período. Del mismo modo, en los primeros nueve meses de año y comparado con igual período del año anterior, la inversión privada se desaceleró significativamente de 14,1 por ciento a 4,8 por ciento, el consumo privado de 6,3 por ciento a 5,2 por ciento, y las exportaciones de 6,8 por ciento a un resultado nulo. (BCR, 2014)

Se proyecta que el PBI crezca 6,0 por ciento en 2014 y 6,5 por ciento en 2015, tasas cercanas al ritmo de actividad potencial. Este crecimiento potencial asume que se van a realizar reformas que aumentarían la productividad. En la última década, teniendo en cuenta la descomposición del PBI potencial por sus componentes, la tasa de crecimiento del producto potencial estuvo principalmente explicada por el incremento del stock de capital, que contribuyó en 2,1 puntos porcentuales, y por la evolución de la productividad total de factores, con una contribución de 2,3 por ciento.

DEMANDA INTERNA Y PBI (Variación porcentual real)								
	2012	2013*		2014*		2015*		
	Año	Ene-Set.	RI Set.13	RI Dic.13	RI Set.13	RI Dic.13	RI Set.13	RI Dic.13
I. Demanda interna	7,3	6,1	6,5	5,8	6,1	6,0	6,3	6,1
a. Gasto privado	6,4	5,3	5,8	5,0	5,5	5,3	6,0	5,7
Consumo	5,8	5,2	5,2	5,2	5,3	5,2	5,4	5,4
Inversión privada fija	13,5	4,8	7,7	4,3	7,7	6,3	7,9	6,6
b. Gasto público	13,3	12,0	10,8	10,1	9,0	9,9	8,4	8,5
Consumo	9,4	7,4	7,6	5,5	4,0	6,3	4,2	4,2
Inversión	20,8	20,5	16,3	18,1	17,0	15,5	14,6	14,6
II. Exportaciones	5,4	0,0	0,7	1,5	9,3	6,3	11,4	10,9
III. Importaciones	10,4	6,6	6,3	5,5	7,9	6,3	8,6	7,9
PBI (I+II-III)	6,3	4,9	5,5	5,1	6,2	6,0	6,7	6,5

RI: Reporte de Inflación.
* Proyección.

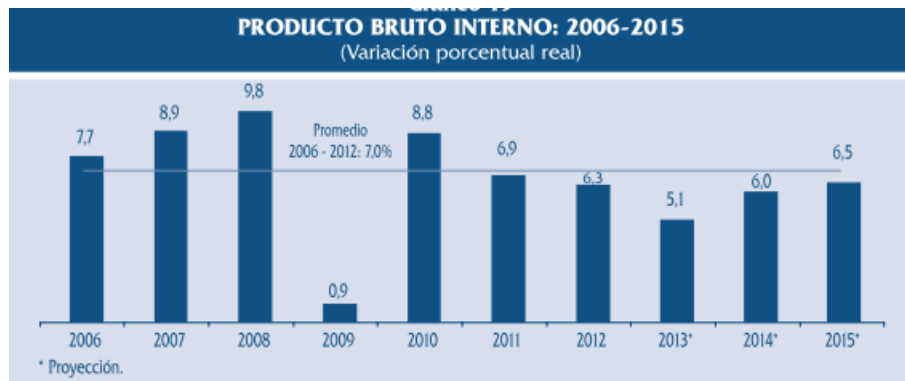
Fuente: Reporte (BCR, 2014)

Por el lado del gasto, en el horizonte de proyección se presenta una recuperación de las exportaciones, las cuales, crecerían a un ritmo superior al promedio de la última década. Así, en los próximos años registraría un crecimiento de 6,3 por ciento y 10,9 por ciento en 2014 y 2015, respectivamente. De igual forma, la inversión privada mostraría una recuperación, alcanzando una tasa de crecimiento de 6,3 por ciento y 6,6 por ciento en 2014 y 2015. Por su parte, el consumo privado mantendría un ritmo de crecimiento similar al de la última década, mostrando un 5,2 por ciento y 5,4 por ciento en los mismos años proyectados, mientras que el gasto público tendría un desempeño positivo, logrando un 9,9 por ciento y 8,5 por ciento en los años 2014 y 2015. (BELTRÁN, 2012)

La demanda interna mostró un menor ritmo de expansión en el tercer trimestre del año, con una tasa de 4,4 por ciento, comparado con las tasas de crecimiento de 8,1 y 6,1 por ciento del primer y segundo trimestre, respectivamente.

Considerando esta información y los indicadores de actividad reciente, se ha revisado a la baja la demanda interna para el año 2013, pasando de una tasa de 6,5 por ciento en el Reporte de Inflación de setiembre a 5,8 por ciento en el presente Reporte. Esta disminución se explica por el menor crecimiento de la inversión privada el cual va en línea con el deterioro del indicador de expectativas de inversión.

Para los años 2014 y 2015 se prevé un crecimiento de la demanda interna de 6,0 y 6,1 por ciento, respectivamente. Se espera que la inversión privada recupere el dinamismo de los últimos años y compense la menor previsión en el gasto privado y las exportaciones, las cuales, se espera que se recuperen ante un escenario de mejora de la actividad económica mundial.



Fuente: Reporte (BCR, 2014)

Para 2014 y 2015, con mejoras en las condiciones climáticas, tras el evento frío de 2013, se recuperaría la producción de los principales productos agrícolas como arroz, papa, yuca y plátano; se atenuaría el efecto de la roya amarilla en el café, con la aplicación de medidas sanitarias y se incrementaría la producción de aceituna en 2014 por un ciclo de rendimientos favorables.

Asimismo, aumentaría la producción pecuaria con la recuperación de la demanda interna y se prevé mayores áreas cosechadas de uva, palta, mango y caña de azúcar para etanol por incrementos de plantaciones en edad comercial. (MEF, 2014)

PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)									
	2012		2013*			2014*		2015*	
	Ene.-Set.	Año	Ene.-Set.	Ri Set.13	Ri Dic.13	Ri Set.13	Ri Dic.13	Ri Set.13	Ri Dic.13
Agropecuario	5,7	5,7	1,7	2,4	1,9	4,2	3,0	4,2	4,2
Agrícola	5,2	5,6	1,3	1,7	1,7	4,0	2,6	4,0	4,0
Pecuario	6,4	5,9	2,1	3,3	2,2	4,4	3,7	4,7	4,7
Pesca	-7,5	-11,7	0,3	5,0	8,3	3,0	6,6	3,3	3,3
Minería e hidrocarburos	3,7	2,2	1,7	3,1	2,4	11,4	9,4	13,4	13,3
Minería metálica	3,9	2,2	0,7	2,0	1,6	11,6	9,1	13,0	13,0
Hidrocarburos	3,1	2,3	6,3	8,5	6,1	10,5	10,8	15,2	14,8
Manufactura	1,2	1,5	1,5	2,9	2,3	4,6	4,1	5,5	5,1
Recursos primarios	-6,0	-6,2	3,0	4,7	5,5	3,0	3,5	3,3	3,4
Manufactura no primaria	2,5	2,9	1,3	2,5	1,7	4,9	4,3	6,0	5,5
Electricidad y agua	5,4	5,2	5,6	5,7	5,6	6,1	6,1	6,1	6,1
Construcción	16,2	15,1	10,5	11,0	9,0	8,3	7,3	8,0	8,0
Comercio	6,8	6,7	5,5	5,7	5,6	5,9	5,9	6,4	6,3
Otros servicios	7,2	7,1	5,9	6,0	5,9	6,2	6,2	6,6	6,5
PRODUCTO BRUTO INTERNO	6,4	6,3	4,9	5,5	5,1	6,2	6,0	6,7	6,5
Nota:									
PBI primario	2,7	2,0	1,8	3,1	2,8	6,3	5,2	7,1	7,1
PBI no primario	7,1	7,0	5,4	5,9	5,4	6,1	6,1	6,6	6,4

Fuente: Reporte (BCR, 2014)

2.1.1.3. FACTORES POLÍTICOS

Actualmente la situación política en el Perú es muy álgida, debido a que existen diversos enfrentamientos entre los distintos líderes de los principales partidos políticos como es Alejandro Toledo del partido Perú Posible, Alan García del Apra, y el Presidente Ollanta Humala, debido a acusaciones a los ex presidentes relativos a posibles casos de corrupción. (El Peruano Diario Oficial, 2014)

Además también existen diversas acusaciones por actos de corrupción o tráfico de influencias de diversos congresistas, que aprovechando su cargo tratan de obtener beneficios a su favor mediante diversas formas de contratar con el estado, algo por lo

cual están prohibidos. O también por apropiarse del sueldo de sus empleados. Todo esto genera un clima político muy tenso.

Además a puertas de las elecciones municipales y regionales en las cuales los partidos tratan de presentar sus candidatos para sus respectivos puestos.

2.1.1.4. FACTORES DEMOGRÁFICOS

Entre las provincias más importantes de La Libertad se encuentran Trujillo que es la capital, Chepén, Pacasmayo, Virú y Ascope. La provincia de Trujillo tiene una superficie de 1,768 km². Se divide en once distritos principales los cuales son El Porvenir, Florencia de Mora, Huanchaco, La Esperanza, Laredo, Moche, Poroto, Salaverry, Trujillo, Simbal y Víctor Larco Herrera.

La provincia de Trujillo tiene la mayor cantidad de población porque agrupa a los distritos más poblados, entre los cuales se encuentra la capital de la provincia. Esto se debe a que es un atractivo la ciudad, debido a que reúne a diversos tipos de servicios como educativos, medios de educación, que son ofrecidos en una mejor calidad que los de las otras provincias del departamento. (INEI, 2014)

La población proyectada al año 2014 según el INEI es la siguiente:

Tabla N° 02
Población al año 2013 por grupos de edad

	Edades	2013
Grupos quinquenales	0 - 4	20,927
	5 - 9	22,006
	10 - 14	22,007
	15 - 19	30,264
	20 - 24	33,541
	25 - 29	29,945
	30 - 34	25,955
	35 - 39	21,954
	40 - 44	20,415
	45 - 49	19,010
	50 - 54	17,563
	55 - 59	14,961
	60 - 64	12,446
	65 - 69	9,171
	70 - 74	6,964
75 - 79	5,334	
80 y más	5,430	
Total		317,893

Fuente INEI: Estadísticas Departamentales 2014 (INEI, 2014)

2.1.1.5. FACTORES CLIMÁTICOS

Las características de su suelo y clima; Trujillo es desértico y semi cálido en la Costa; templado y semiárido que cubre las vertientes occidentales y orientales andinas; frío con invierno seco a partir de los 3,000 m.s.n.m., arriba de los 4,000 m.s.n.m. clima de puna seca de alta montaña; y semi seco cálido en el valle del Marañón. En la zona costera hay una temperatura promedio anual de 18.9°C. En la zona de la sierra el clima se torna seco, templado durante el día y enfriando en las noches; en la selva, es tropical y lluvioso, con temperaturas que superan los 24°C. De manera general se puede decir que el clima no presenta características extremas de calor, frío o precipitaciones.

Trujillo es denominada la Capital de la Eterna Primavera, actualmente la mayoría de su territorio es desértico y semi- cálido, cubre toda la costa y asciende profundamente por los valles interandinos de los ríos Chicama y Moche. (Cámara de Comercio y Producción, 2013)

2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.1. METODOLOGÍA UTILIZADA

El procedimiento que se utilizó para obtener la información fue mediante la técnica cuantitativa de investigación de mercado, para ello se usó el instrumento de la encuesta.

Se utilizó un método de muestreo probabilístico donde la población objetivo fueron los mayores de 18 y 50 años de edad de los niveles socioeconómicos A/B.

Así mismo se utilizó un método de muestreo aleatorio simple dado que el proceso aleatorio permitió que la obtención de la muestra sea representativa de la población, además brindó la facilidad requerida al momento de tomar la muestra. (MALHOTRA, 2014)

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = tamaño de la muestra

z = valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% (1.96)

p = probabilidad de aceptación del estudio (85%)

Q = probabilidad de rechazo del estudio (15%)

N = población (segmentada) 18,522

E = margen de error (5%)

$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (18,522)}{(0.05)^2 (18,522-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$

n = 353

(Anexo N° 04)

2.2.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información externas fueron tomadas de documentación del INEI (Instituto Nacional de Estadística), específicamente Censo 2007 y publicaciones de periódicos. Esto se complementó con la información obtenida de encuestas y de la observación directa. (INEI, 2014)

2.2.3. DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL CLIENTE Y/O CONSUMIDOR

De acuerdo al tipo de producto ofrecido, este estará dirigido a hombres y mujeres de 18 a 50 años de edad del nivel socioeconómico A y B de los distritos de Trujillo, en el departamento de La Libertad, que deseen adquirir un producto innovador y de calidad a base de fruta fresca de estación. Son personas exigentes que buscan innovación en un producto, nuevas alternativas que satisfagan sus necesidades y superen sus expectativas.

2.2.4. SEGMENTACIÓN

La población segmentada por edad es la siguiente:

Tabla N° 03
Población segmentada

	Población en el rango de edad							Total
	18 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50	
Trujillo	33,541	29,945	25,955	21,954	20,415	19,010	17,563	168,383

Fuente: INEI La Libertad

La segmentación por nivel socioeconómico es la siguiente:

Tabla N° 04
Población segmentada por nivel socioeconómico

								Total
	18 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50	
Trujillo	3,690	3,294	2,855	2,415	2,246	2,091	1,932	18,522

Fuente: INEI La Libertad

De acuerdo con el reporte de APEIM la proporción de personas en el nivel socioeconómico A y B es del 11% para Trujillo

2.2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.5.1. PRODUCTO BASICO, REAL Y AUMENTADO

Producto Básico:

Los arreglos contienen palos o varillas de madera para sostener las frutas sobre una esponja floral (oasis). Todos los arreglos y bouquets son hechos artesanalmente, los recipientes utilizados, mugs (tazas de cerámica), jardineras, macetas, floreros, canastos u otros pueden variar según disponibilidad o gusto del cliente. Todos los arreglos de frutas son hechos con fruta fresca seleccionada de la mejor calidad e higiénicamente preparados, empacados y distribuidos.

Real:

Arreglos frutales para sorprender a seres queridos en todo tipo de ocasiones como cumpleaños, aniversarios, Día de la Madre, San Valentín, regalos a clientes, eventos o hasta un simple agradecimiento a un empleado. Para garantizar la frescura de los arreglos frutales por más tiempo, se recomienda mantenerlos refrigerados hasta su consumo.

Aumentado:

Se brindará una opción diferente cuando de regalar se trate, presentando variadas creaciones disponibles en diferentes estilos y tamaños o el mismo cliente puede diseñar su propio ramo personalizado seleccionando los productos que desee.

2.2.5.2. DEMANDA HISTÓRICA Y ACTUAL

Tabla N° 05

Demanda actual

AÑO	Población de Trujillo	18 - 50 años	NSE A y B	Resultado	Demanda actual
2014	317,893	168,383	18,522	18,522	444,528

Elaboración propia

La demanda actual se obtiene mediante la segmentación multiplicada por la frecuencia de consumo que se manifiesta en la encuesta aplicada a los consumidores

2.2.5.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

Precios de la competencia (sustitutos):

Los precios ofrecidos por las empresas que ofrecen productos capaces de sustituir al nuestro, es una variable que definitivamente afecta nuestra demanda, ya que si cobran menos o igual por sus productos nuestra demanda disminuiría. (SAPAG, 2013)

Ingreso Per-Cápita:

Si bien nuestro producto estará orientado a los niveles socioeconómicos A y A/B de la ciudad de Trujillo, el aumento del ingreso promedio por persona aumentará la demanda ya que esto influirá en sus hábitos de compra.

En el caso que el ingreso disminuya, la demanda sería menor, ya que el producto tiene sustitutos a un menor precio.

Calidad en el producto:

Este factor ha de influir positivamente, ya que si ofrecemos un producto de calidad y con un precio competitivo, los clientes tendrán una mayor predilección para consumir nuestro producto.

2.2.5.4. DEMANDA PROYECTADA

La demanda se proyecta a la tasa de crecimiento de la población que es del 1.7% anual.

Tabla N° 06
Demanda proyectada (N° de arreglos)

ITEM	01	02	03	04	05
Demanda Proyectada	452,085	459,770	467,586	475,535	483,619

Elaboración propia

2.2.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.2.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Hemos identificado a un grupo de competidores indirectos que son los siguientes:

- Rosatel
- Florerías
- Chocolaterías
- Plaza Vea
- Tottus
- Ripley
- Saga Falabella

2.2.6.2. OFERTA HISTÓRICA Y PRESENTE

No se registran datos sobre la oferta histórica en la ciudad de Trujillo con este tipo de producto, esto debido a que no existe algún tipo de empresa que ofrezca este producto en el mercado actualmente, por lo que no es posible determinar el número de productos que se ofrecen.

2.2.6.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA OFERTA

Precio de los materiales: Si es que los materiales a emplear aumentan de precio entonces el producto, subirá el precio para cubrir este incremento.

Incremento en la actividad económica: El aumento de la actividad económica regional puede repercutir de forma positiva, siempre y cuando esto haga que los ingresos de las personas aumente y con esto se genere un mayor hábito de compra.

2.2.6.4. OFERTA PROYECTADA

Tomando en cuenta que no existe actualmente una oferta de este tipo de producto, no se ha procedido a proyectar la oferta.

2.2.7. DEDUCCIÓN DEL MERCADO

2.2.7.1. PROYECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL, DISPONIBLE Y EFECTIVO

Tabla N° 07

Mercado potencial, disponible y efectivo

ITEM	01	02	03	04	05
Demanda Proyectada	452,085	459,770	467,586	475,535	483,619
	76%	76%	76%	76%	76%
Mercado Disponible	341,324	347,126	353,027	359,029	365,132
Factor de Efectividad	77%	77%	77%	77%	77%
Mercado Efectivo	262,820	267,287	271,831	276,452	281,152

Elaboración propia

El mercado potencial se forma mediante la población segmentada multiplicado por la frecuencia de consumo y proyectado a la tasa del 1.7% que es el crecimiento poblacional.

El mercado disponible se obtiene de la pregunta número 9 de la encuesta en donde se establece que el 76% estaría de acuerdo con adquirir un arreglo frutal.

El mercado efectivo se obtiene de la pregunta número trece en que se manifiesta que el 77% estaría dispuesto a comprar el arreglo frutal.

2.2.7.2. MERCADO OBJETIVO PROYECTADO

Tabla N° 08

Mercado Objetivo (en número de arreglos)

ITEM	01	02	03	04	05
Factor Respecto al Disponible	2%	2%	2%	2%	2%
Mercado Objetivo	4,038	4,107	4,177	4,248	4,320

El mercado objetivo se obtiene de multiplicar el mercado efectivo por el 2% que es la capacidad máxima dividido entre el mercado efectivo del último año. Esto para determinar cuánto es lo que se puede cubrir considerando la capacidad máxima de la empresa. De este total se obtendrá una capacidad normal que será la producción del proyecto, es decir lo que realmente se hará en arreglos frutales. (GRAY & LARSON, 2011)

2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

2.3.1. MARKETING MIX USADO POR LA COMPETENCIA

Al no existir ninguna empresa que compita directamente en el mercado de la ciudad de Trujillo no existe por lo tanto un marketing mix utilizado por la competencia, y desde este punto de vista se analiza solo variables referenciales.

2.3.1.1. CUALIDAD INTRÍNSECA

Como se ha mencionado no existe competencia en la ciudad de Trujillo para el producto que se piensa ofrecer. Por este motivo es que no se puede afirmar que se genere valor por competencia.

2.3.1.2. COSTO PARA EL CLIENTE

El precio ofrecido por la competencia indirecta es variable de acuerdo a los productos que ofertan.

2.3.1.3. CONVENIENCIA

Nuestra competencia indirecta ofrece sus productos en diversas partes de la ciudad de Trujillo con una amplia cobertura de mercado.

2.3.1.4. COMUNICACIÓN

La competencia indirecta que tiene el proyecto realiza diferentes formas de publicidad, entre ellas: volantes, anuncios televisivos, radiales y otros.

2.3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO PROVEEDOR

2.3.2.1. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN

Los proveedores del proyecto para la adquisición de insumos y bienes serán:

- Supermercado Tottus, Wong,
- Tienda de electrodomésticos: Saga Falabella, Ripley
- Tiendas de implementos de cocina de acero inoxidable
- Proveedores de muebles: Sodimac, Ripley

2.3.2.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Los proveedores serán seleccionados teniendo en cuenta el costo/beneficio que ofrecen, así como la calidad de los insumos y productos, además de la oportuna entrega.

De acuerdo a lo establecido, los proveedores serán principalmente de comercialización de fruta fresca y para ello se cotejarán los precios de acuerdo a los precios ofrecidos. Todos los proveedores serán de la localidad ya que de esta manera se tendrá un mayor acceso a los insumos necesarios para la elaboración del producto.

Criterios de Selección:

- Precio
- Calidad
- Garantía
- Accesibilidad
- Variedad

(STONER & FREEMAN, 2014)

2.3.2.3. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN

Tabla N° 09
Cuadro de selección de proveedores

			Precio	Calidad	Garantía	Accesibilidad	Total
			0.3	0.25	0.25	0.2	
Frutas	Tottus	Calif	2	1	1	2	
		Pond	0.6	0.25	0.25	0.4	1.5
	Wong	Calif	2	2	2	1	
		Pond	0.6	0.5	0.5	0.5	1.21
Electrodomésticos	Saga	Calif	2	2	1	2	
		Pond	0.6	0.5	0.25	0.4	1.75
	Ripley	Calif	1	2	2	1	
		Pond	0.3	0.5	0.25	0.2	1.25
Menaje	Distrib Norte	Calif	1	2	2	2	
		Pond	0.3	0.5	0.5	0.4	1.7
	Comerc Reyes	Calif	2	2	1	1	
		Pond	0.6	0.5	0.25	0.4	1.75
Muebles	Encasa	Calif	1	2	2	2	
		Pond	0.3	0.5	0.5	0.4	1.7
	Mueble norte	Calif	2	2	1	1	
		Pond	0.6	0.5	0.25	0.2	1.55

Fuente: Elaboración propia.

2.3.3. CANALES Y MEDIOS

2.3.3.1. IDENTIFICACIÓN

Televisión: Panamericana, América TV.

Periódicos: La Industria, Correo.

Radios: Felicidad, RPP noticias.

Internet: Facebook y página web.

2.3.3.2. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES SEGÚN CANAL Y MEDIO

Televisión: este medio permitirá mostrar los diversos tamaños de los arreglos florales.

Periódicos: es un medio más económico y de gran accesibilidad, aprovechando su costo se pueden colocar descripciones detalladas, es decir una publicidad informativa.

Radios: También es un medio económico, y se utiliza para lanzar el spot publicitario en las radios de mayor aceptación.

Página web: Se creará una página web, donde se visualizará las instalaciones y los servicios ofrecidos, la carta con sus precios, los horarios de atención, así como información de la organización.

2.3.3.3. CONDICIONES DE ACCESO

Tienen que tener alta cobertura local, regional y nacional.

2.3.3.4. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Cobertura: a nivel local, regional y nacional para el turismo y consumo interno.

Costo: promedio del mercado.

Prestigio: resaltando el estilo de comunicar, la frecuencia en la información así como la seriedad al momento de dar el mensaje.

Forma de pago: basándose en cronogramas y formas de pagos, donde se pueda acceder a la programación para que el oyente escuche en la horas de mayor sintonía el mensaje.

2.3.3.5. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN

Tabla N° 10
Selección de medios de comunicación

			Cobertura	Costo	Prestigio	Forma de pago	Total
			0.3	0.2	0.3	0.2	
Televisión	Panamericana	Calificación	2	1	1	2	
		Ponderación	0.6	0.2	0.3	0.4	1.5
	América TV	Calificación	2	2	2	1	
		Ponderación	0.6	0.4	0.6	0.2	1.8
Periódico	La Industria	Calificación	2	2	1	2	
		Ponderación	0.6	0.4	0.3	0.4	1.7
	Correo	Calificación	1	2	2	1	
		Ponderación	0.3	0.4	0.6	0.2	1.5
Radio	RPP	Calificación	1	2	2	2	
		Ponderación	0.3	0.4	0.6	0.4	1.7
	Felicidad	Calificación	2	2	1	1	
		Ponderación	0.6	0.4	0.3	0.2	1.5

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PRODUCTO**

Las especificaciones técnicas del producto son las siguientes:

Especificaciones:

- 100% fruta fresca y natural.
- No preservantes, endulzantes y/o aditivos.
- Preparadas al día.
- Tarjeta dedicatoria incluida.

Los pedidos se deben realizar con un mínimo de 24 horas de anticipación. Los arreglos de FrutiFlowers® vienen en un empaque transparente higiénico, cerrado con cintas de colores y es colocado en una base resistente para un transporte seguro. Los arreglos se transportan a una temperatura adecuada para garantizar la calidad del producto. Los arreglos contienen varillas o brochetas de madera para sostener las frutas y una base de esponja floral (oasis) para mantener la frescura del arreglo.

FrutiFlowers se especializa en crear deliciosos diseños con frutas frescas como fresas, uvas, melón, piña y otras frutas de estación.

Los arreglos son frescos y están disponibles en diferentes estilos y tamaños. Son perfectos para todo tipo de ocasiones como cumpleaños, aniversarios, fechas festivas, regalos a clientes o hasta un simple agradecimiento a un empleado.

Los tamaños disponibles serán: grande, mediano y pequeño.

(Anexos N°03)

Modelos de arreglo pequeño:



Modelos de arreglo mediano:





Modelos de arreglo grande:



Cada arreglo esta hecho utilizando ingredientes 100% naturales sin preservantes o edulcorantes.

FrutiFlowers brindará a sus clientes un concepto diferente en la elaboración de arreglos esculpidos artísticamente con frutas como piñas en forma de flores, melón en forma de hojas y jugosas fresas bañadas en chocolate gourmet.

Los arreglos podrán ser utilizados como centros de mesa que se convierten en postres para ocasiones especiales, contando con una fuente de chocolate gourmet para hacer de su evento un momento inolvidable. Además ofreceremos una opción divertida y diferente para niños quienes deberían consumir frutas en lugar de productos azucarados.

Si el cliente está interesado en una orden especial podrá contactarnos a través de nuestros números telefónicos o visitando la página web de la empresa <http://frutiflowers.webs.com>.

Política de Delivery

Distribución: Un auto se encargará de hacer llegar los pedidos en todo Trujillo, Víctor Larco Herrera y Huanchaco. Nuestro costo por el servicio de entrega a domicilio será agregado a la cantidad total de su compra.

Productos y Servicios: Nuestros productos y servicios son de calidad A1, y llegarán a su destino tal como se aprecian en nuestro catálogo. Nuestro compromiso con la calidad y servicio harán que nuestras creaciones sean entregadas con las características ofrecidas y sin variaciones.

Horario de atención

Por Internet: Será un placer atenderlo a través de nuestro catálogo virtual. Nuestro sistema y el personal especializado podrán tomar su solicitud o responder cualquier tipo de consulta de Lunes a Domingo las 24 horas del día.

Por Teléfono: Con solo llamar al número telefónico de la empresa podrá realizar sus consultas y pedidos. Horario de Atención: Lunes a Domingo de 9:00 am a 12:30pm y en las tardes de 3:00pm hasta las 10:00 pm.

Política de envío

Periodo de Entrega: Nuestros Productos serán entregados en un tiempo no mayor de 24 horas después de efectuado el pedido. Los horarios para entrega de paquetes va de Lunes a Sábado de 9:00 am a 8:00 pm, Domingos y feriados de 11:00 am a 8:00 pm

Destinatario no Habido: Si al momento de entregar el producto no encontramos al destinatario se realizara un reenvió. Para ello confirmaremos la presencia de dicha persona en el domicilio con discreción de modo que el efecto sorpresa no sea arruinado.

Nuestra Garantía

Garantía: Nuestros productos son elaborados con insumos de alta calidad. Por esta razón garantizamos su compra y la satisfacción de la misma. En caso contrario el cliente podrá comunicarse con nosotros a nuestro número telefónico del servicio al cliente o a nuestro e-mail: fruti.flowers@live.com. Estaremos atentos a sus comentarios y sugerencias.

Cero Defectos: De ser necesario el cambio de nuestros productos por deterioros en el transporte u otras causas ajenas a nuestra voluntad, el cliente podrá comunicarse con nosotros de inmediato. De esta forma podremos recoger dicho producto y reemplazarlo por otro en perfectas condiciones. Cabe resaltar que el plazo para notificar incidentes es no mayor de 24 horas.

Dirección Errada: Es responsabilidad del cliente llenar de forma correcta los datos solicitados en el formulario de compra. De este modo, el envío llegará a la dirección adecuada y en momento indicado. Si la dirección no fuese correcta la empresa se encargará de comunicarse con el cliente para rectificar la dirección y reprogramar la entrega.

Anulación de Compra: Si el cliente desistió de la compra y desea suspender el envío deberá hacerlo de inmediato llamando al número telefónico del servicio al cliente.

No se aceptarán devoluciones de los productos ya entregados o que se encuentren en ruta de entrega. Horario de Atención: 9:00am. Hasta 10:00 pm.

Términos y Condiciones - Recomendaciones y Garantía de Frescura

Para garantizar la frescura de nuestros arreglos frutales por más tiempo, se recomienda mantenerlos refrigerados hasta su consumo. Los recipientes utilizados, mugs (tazas decorativas), jardineras, macetas, floreros, regaderas, canastos u otros pueden variar según disponibilidad en cuyo caso se hará el cambio por otro de similares características. Todos los arreglos de frutas son hechos con fruta fresca seleccionada de la mejor calidad e higiénicamente preparados, empacados y distribuidos.

Nuestros colaboradores usan tapaboca y guantes en la manufactura hasta su empaque y la distribución se realiza el mismo día de la preparación. Por esta razón los pedidos sólo se reciben con una anticipación mínima de 6 horas hábiles a la entrega.

Formas de Pago

Se puede pagar de las siguientes formas: Con una tarjeta de crédito o débito si lo prefiere, o puede pagar en efectivo ya sea contra entrega o recogemos el dinero en la dirección que nos indique. En este caso, este servicio tendrá un recargo sobre el pedido.

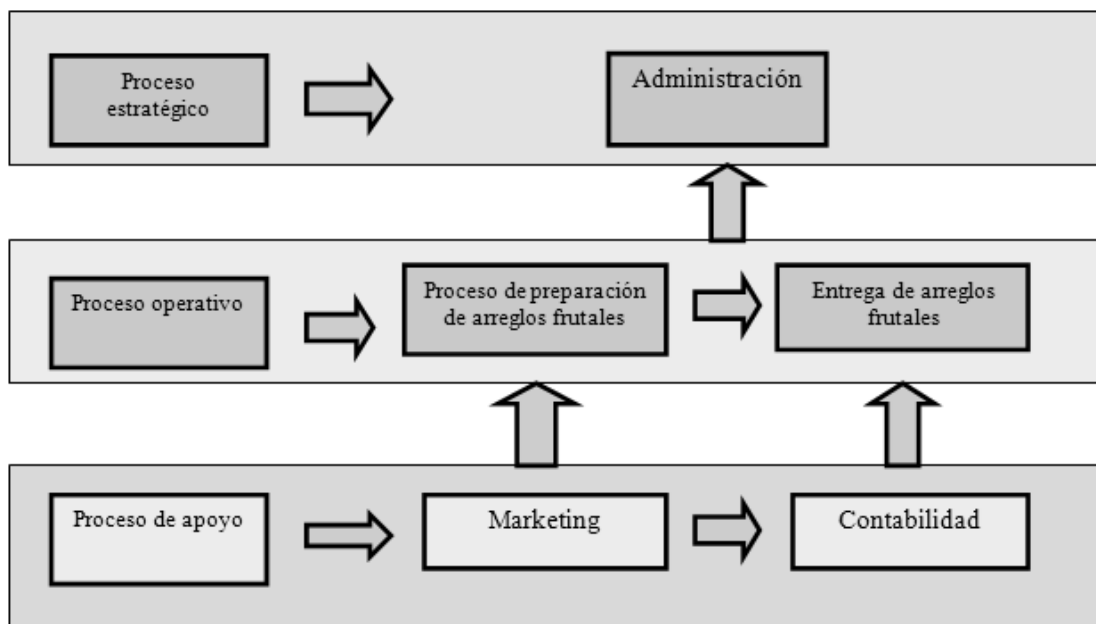
Tiempos de Entrega

Todas las frutas de nuestros arreglos son frescas y los arreglos son preparados el mismo día de la entrega. Es importante que al momento de enviar el arreglo al destinatario, alguna persona se encuentre en la dirección de entrega, de lo contrario será necesario el pago de un nuevo envío.

3.2. INGENIERÍA BÁSICA

3.2.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

3.2.1.1. Mapa de interacción de procesos



Proceso estratégico

Es el proceso estratégico desempeñado por el administrador de la empresa, quien ejercerá diversas labores desde la planificación para la producción y venta del arreglo frutal hasta la evaluación del personal.

Proceso operativo

El proceso operativo incluye la elaboración de los arreglos frutales, y su posterior venta al cliente.

Proceso de apoyo

El proceso de apoyo consta del marketing para la adecuada promoción de la empresa y también contabilidad que se encarga de realizar el registro de las transacciones para elaborar los estados financieros.

3.2.1.2. Procesos principales

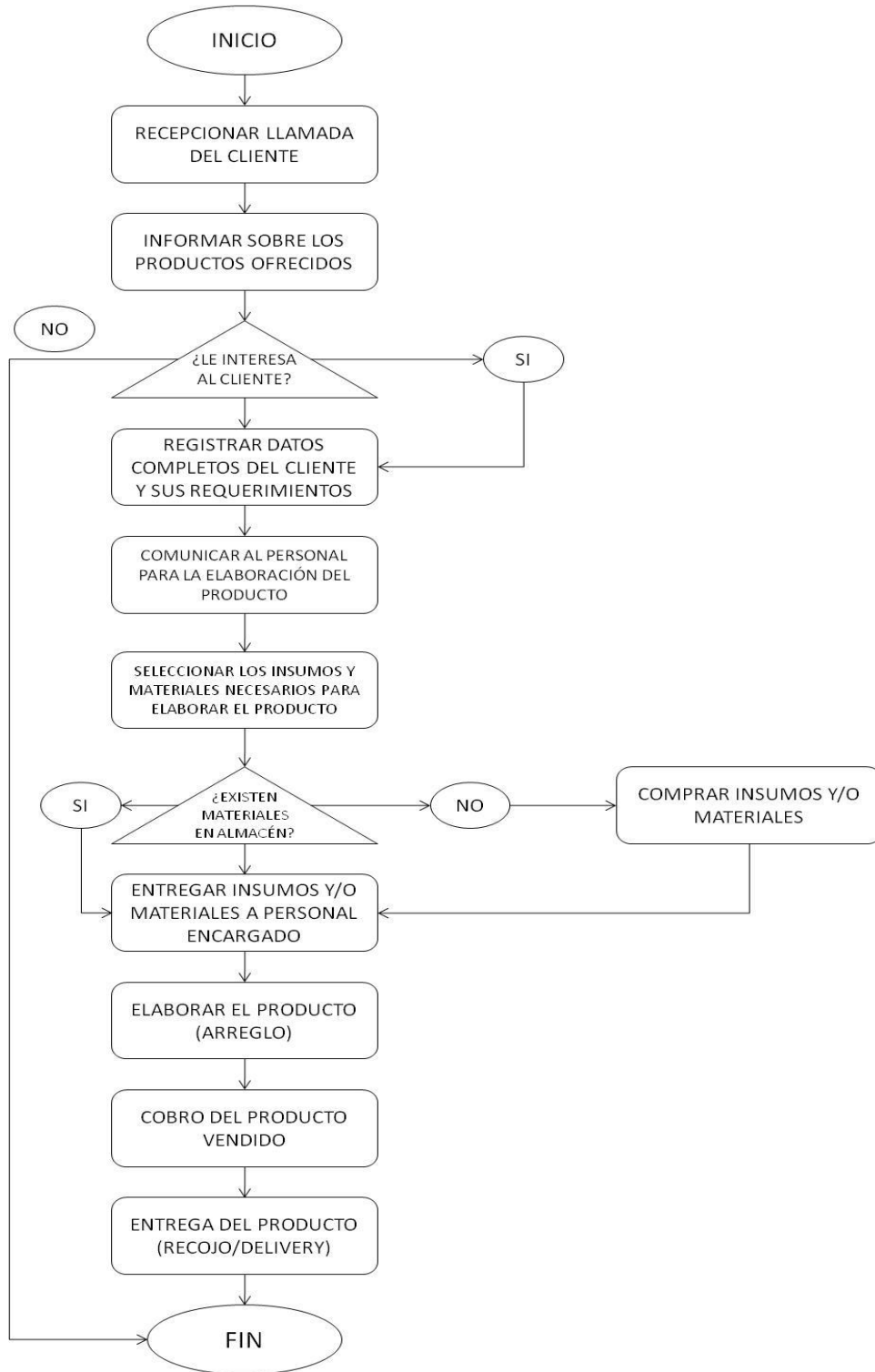
El proceso de elaboración y venta del producto consta de lo siguiente:

Proceso general de producción y venta del producto

En caso de que un cliente quiera comprar uno de los productos, se procederá de la siguiente forma:

- a) El cliente que pida el producto se comunicará con la empresa a los números telefónicos o podrá hacer un pedido enviando un mensaje a través de la página web al correo electrónico indicado después de ver el catálogo virtual y escogiendo el tipo, tamaño y agregados del producto.
- b) El cliente procederá a suministrar a la empresa que atienda la llamada o pedido respectivo, todos los datos necesarios para identificarlo como cliente, así como los demás datos que sean necesarios con el fin de poder brindar el producto solicitado, tales como, la ubicación exacta del cliente, un número telefónico en el cual localizarlo, descripción del arreglo que desea el cliente.
- c) Una vez cumplidos los requisitos indicados, la empresa le brindará al cliente el producto solicitado de acuerdo a la condición que sea.

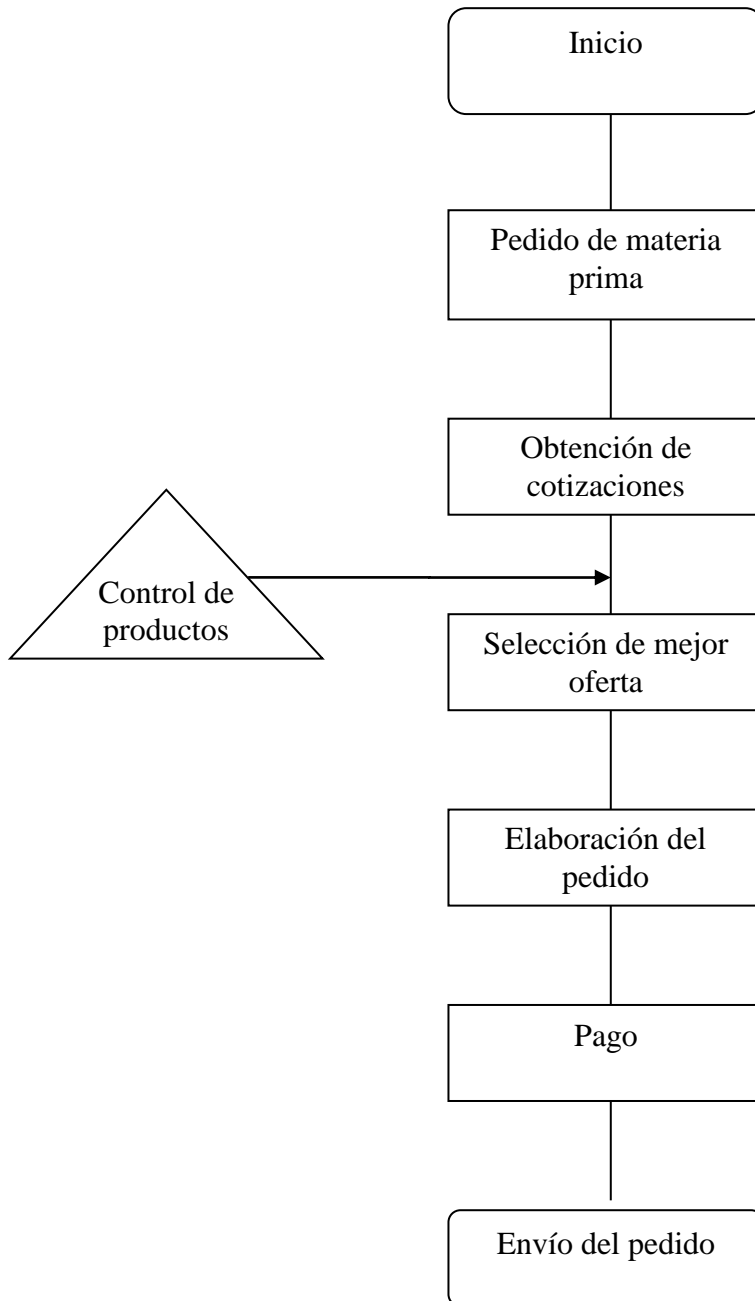
**GRÁFICO N° 1 PROCESO DE ELABORACIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO:
ARREGLO MEDIANO**



Fuente: Elaboración propia

3.2.1.3. PROCESOS DE APOYO

GRÁFICO N° 2 COMPRA DE MATERIA PRIMA



Fuente: Elaboración propia

3.2.2. PRODUCCIÓN Y CAPACIDAD

3.2.2.1. TIEMPO DE CICLO

Se consideran todas las actividades necesarias para que el cliente se encuentre bien atendido. Se considera la entrega al día siguiente, y el plazo de elaboración y entrega al destinatario será de 720 minutos que hace un total de 755 minutos.

Tabla N° 11
Tiempo de Ciclo

Actividad	Tiempo (Min)
Recepción de cliente	5'
Presentación de arreglos	10'
Elección del arreglo	10'
Forma de envío	5'
Pago del cliente	5'
Elaboración y envío del arreglo	720'
TOTAL	755'

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.2. BALANCE EN LÍNEA

Tabla N° 12
Elaboración del arreglo floral
Arreglo floral mediano

N° de Actividad	1	2	3	4	5	
Actividad	Lavado de fruta	Corte de fruta	Selección de Adornos	Elaboración del arreglo	Adornos finales	Total
Tiempo Estándar (Min)	3	10	4	10	5	32
%	5%	5%	20%	40%	30%	100%

Elaboración Propia

En este caso cada fase indica cómo está compuesto el proceso de elaboración del arreglo floral considerando los tiempos en cada fase y también cuanto del total del proceso se termina en cada fase.

3.2.2.3. POSIBLES CUELLOS DE BOTELLA

Los cuellos de botella se pueden presentar cuando no se tenga los materiales necesarios para la elaboración del producto, esto quiere decir que la materia prima, en casos muy especiales, se haga difícil su obtención y esto produzca demoras en el proceso de elaboración y por lo tanto se retrasarían los demás procesos a su vez. Sin embargo, este retraso no puede ser mayor a medio día ya que se tiene disponibilidad de diversos proveedores a los cuales se puede recurrir en casos como estos.

De acuerdo a lo que se estableció en los cuadros anteriores el cuello de botella se presenta en el momento de la elaboración del arreglo floral que tiene un mayor tiempo.

3.2.2.4. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN POR TIPO DE PRODUCTO

Tabla N° 13

Programa de producción

PRODUCTO	%	T A M A Ñ O N O R M A L				
		01	02	03	04	05
<u>SEGÚN PRODUCTO</u>		3,069	3,327	3,592	3,865	4,147
A: ARREGLO GRANDE	30%	921	998	1,078	1,160	1,244
B: ARREGLO MEDIANO	45%	1,381	1,497	1,616	1,739	1,866
C: ARREGLO PEQUEÑO	25%	767	832	898	966	1,037

Elaboración propia

3.2.2.5. CAPACIDAD MÁXIMA Y NORMAL

Tabla N° 14

Capacidad máxima y normal

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
CAPACIDAD NORMAL	3,069	3,327	3,592	3,865	4,147
CAPACIDAD MÁXIMA	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320

Elaboración propia

3.2.2.6. CRITERIOS Y PORCENTAJES DE OCUPABILIDAD

Tabla N° 15

Ocupabilidad

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
CAPACIDAD NORMAL	3,069	3,327	3,592	3,865	4,147
CAPACIDAD MÁXIMA	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320
% DE OCUPABILIDAD	71%	77%	83%	89%	96%

Fuente: Elaboración propia.

3.2.3. DESCRIPCIÓN DE TECNOLOGÍAS

3.2.3.1. MAQUINARIA Y EQUIPO

El equipo son todos los activos fijos que se requerirán para la elaboración de los productos en el local.

Las herramientas tienen por objeto el brindar un producto de mayor calidad y también el mantenimiento de las instalaciones del local comercial.

Tabla N° 16
Descripción de Maquinaria y Equipo

Item	Características	Cantidad	C.U.	Total	Vida útil
Refrigerador	LG metálica friomax-soft	1	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00	5 años
Congeladora	Metálica x 250 lit.	1	S/. 500.00	S/. 500.00	5 años
Moldes cortadores (de formas)	Acero Inoxidable	2	S/. 30.00	S/. 60.00	5 años
Horno microondas	-	1	S/. 400.00	S/. 400.00	5 años
Computadora	Q5-P2424CWS PC-ONG	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	5 años
Impresora	Multifuncional x 4270	1	S/. 800.00	S/. 800.00	5 años
Parlantes	500 W	2	S/. 450.00	S/. 900.00	5 años
Teléfono inalámbrico	Radioshak	2	S/. 199.00	S/. 398.00	5 años
				S/. 6,958.00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°17
Descripción de Herramientas de Limpieza y Mantenimiento

herramienta	cantidad	costo unitario	total	vida útil
Escoba	1	S/. 15.00	S/. 15.00	1/2 año
Recogedor	1	S/. 12.00	S/. 12.00	1/2 año
Basurero	1	S/. 8.00	S/. 8.00	1/2 año
Trapaedor	1	S/. 5.50	S/. 5.50	1/2 año
Balde	1	S/. 3.50	S/. 3.50	1/2 año
				44

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.2. MOBILIARIO Y HERRAMIENTAS

El mobiliario se usa exclusivamente para uso del local comercial.

Tabla N° 18

Descripción de Muebles y Enseres

Item	Características	Cantidad	Costo Unitario	Total	Vida Útil
Banco para cocina	Madera	2	S/. 50.00	S/. 100.00	10 años
Repostero	Madera	1	S/. 450.00	S/. 450.00	10 años
Mesa para cocina	madera – mica 2 mt x 1 m	1	S/. 420.00	S/. 420.00	10 años
Televisor	LG 20"	1	S/. 500.00	S/. 500.00	10 años
Espejos	-	1	S/. 50.00	S/. 50.00	10 años
Banco	madera	1			10 años
Recepcionista	alcanforado		S/. 50.00	S/. 50.00	
Armario	madera	1			10 años
Archivador	alcanforado		S/. 150.00	S/. 150.00	
	madera	1			10 años
Pizarra acrílica	-	1	S/. 120.00	S/. 120.00	10 años
			S/. 15.00	S/. 15.00	
				S/. 1,855.00	

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.3. SOFTWARE Y SIMILARES

Como software se utilizaran los siguientes:

- Sistema operativo: Windows 8
- Office 2013 paquete completo
- Navegador de internet
- Programas utilitarios, Adobe Reader, comprimir y descomprimir archivos
- Antivirus actualizado.

3.3. CENTRO DE OPERACIONES

3.3.1. MACRO Y MICRO-LOCALIZACIÓN

Macrolocalización:

El proyecto estará localizado en la ciudad de Trujillo, provincia de Trujillo, distrito de Trujillo, en el departamento de La Libertad.

GRÁFICO N° 3 MAPA DE LA PROVINCIA DE TRUJILLO



Macrolocalización del Proyecto

Microlocalización:

El objetivo del micro localización es establecer la ubicación física ideal del local, la cual permita maximizar la rentabilidad y obtener ventaja competitiva.

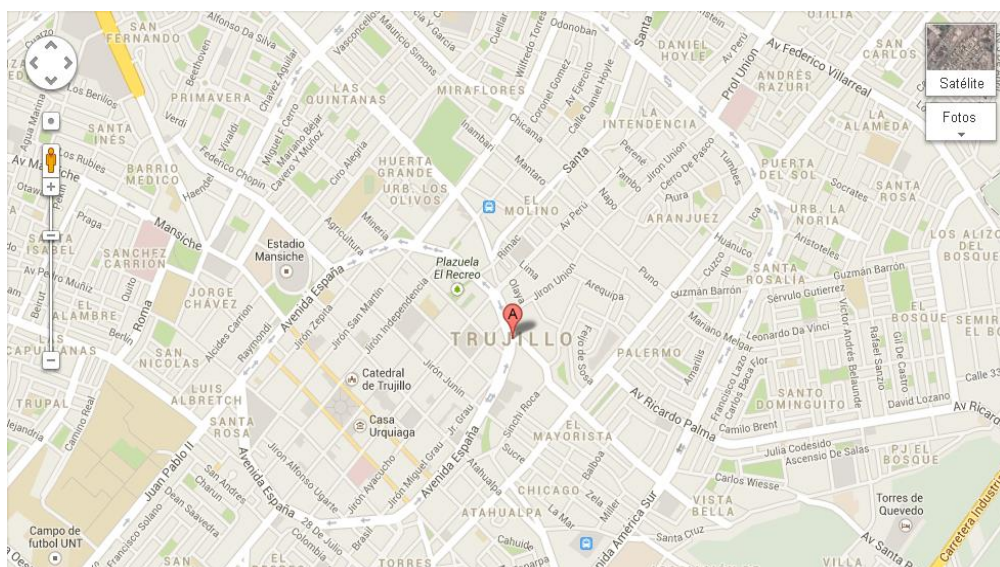
Para poder determinar la localización óptima del proyecto se escogieron tres alternativas de ubicación. Estas fueron evaluadas teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Fácil accesibilidad
- Cercanía al público objetivo
- Local con infraestructura adecuada
- Vías de acceso

La selección del micro localización se realizó a través de una ponderación de factores con el método cualitativo por puntos, el cual consiste en asignar valores ponderados de peso relativo (porcentaje), de acuerdo a la importancia que se le atribuye (sobre la base de una suma igual a 100).

A continuación, se encuentra el cuadro que muestra el significado o valor que se le da a cada calificación con respecto a la importancia de cada factor para el proyecto.

GRÁFICO N° 4 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Google maps.

Tabla N° 19

Significado de cada grado de calificación

Escala	Calificación
Muy malo	1
Malo	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la que acumule mayor puntaje, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla N° 20

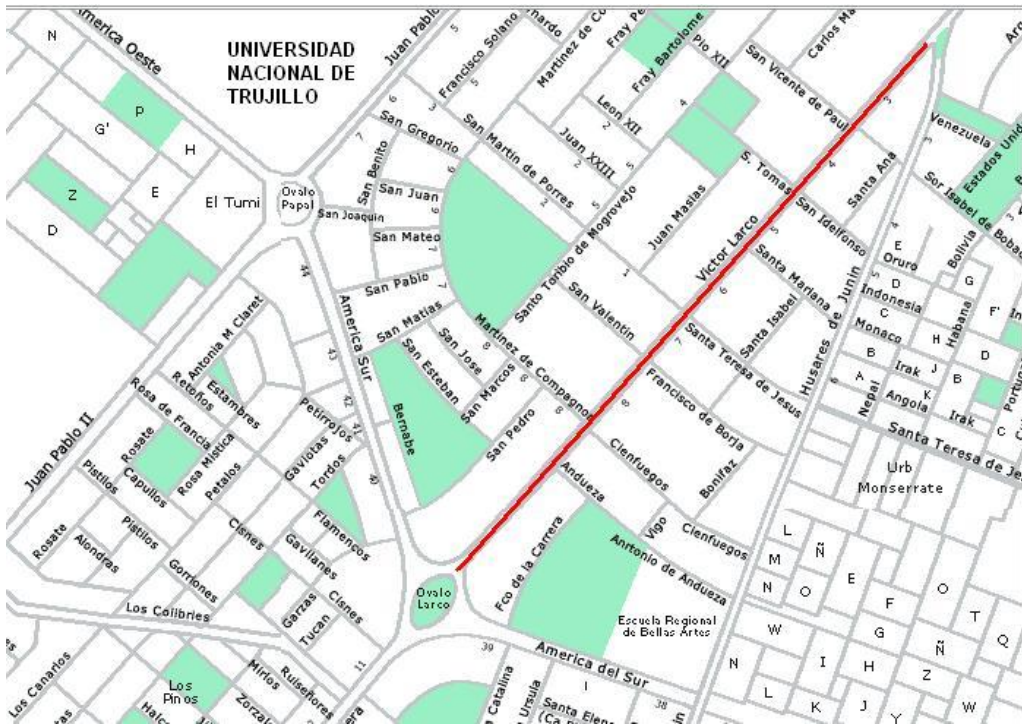
Análisis de los factores determinantes en la Microlocalización del proyecto

Fact	Peso	Avenida America Oeste		Avenida Húsares de Junín		Avenida América Sur	
		Calific	Pond	Calific	Pond	Calific	Pond
Cercanía al mercado objetivo	10%	4	0.4	4	0.4	4	0.4
Disponibilidad de materia prima	10%	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Ambiente e instalación adecuada	50%	4	2	3	1.5	3	1.5
Vía de acceso, estacionamiento	30%	4	1.2	4	1.2	5	1.5
Total	100%		3.9		3.4		3.8

Fuente: Elaboración propia

La ubicación específica será en la Av. Larco cuadra 10 en la ciudad de Trujillo.

GRÁFICO N° 5 MAPA: AV. VICTOR LARCO - TRUJILLO



Microlocalización del Proyecto

**3.3.2. DESCRIPCIÓN DE TERRENOS, INMUEBLES E INSTALACIONES
FIJAS**

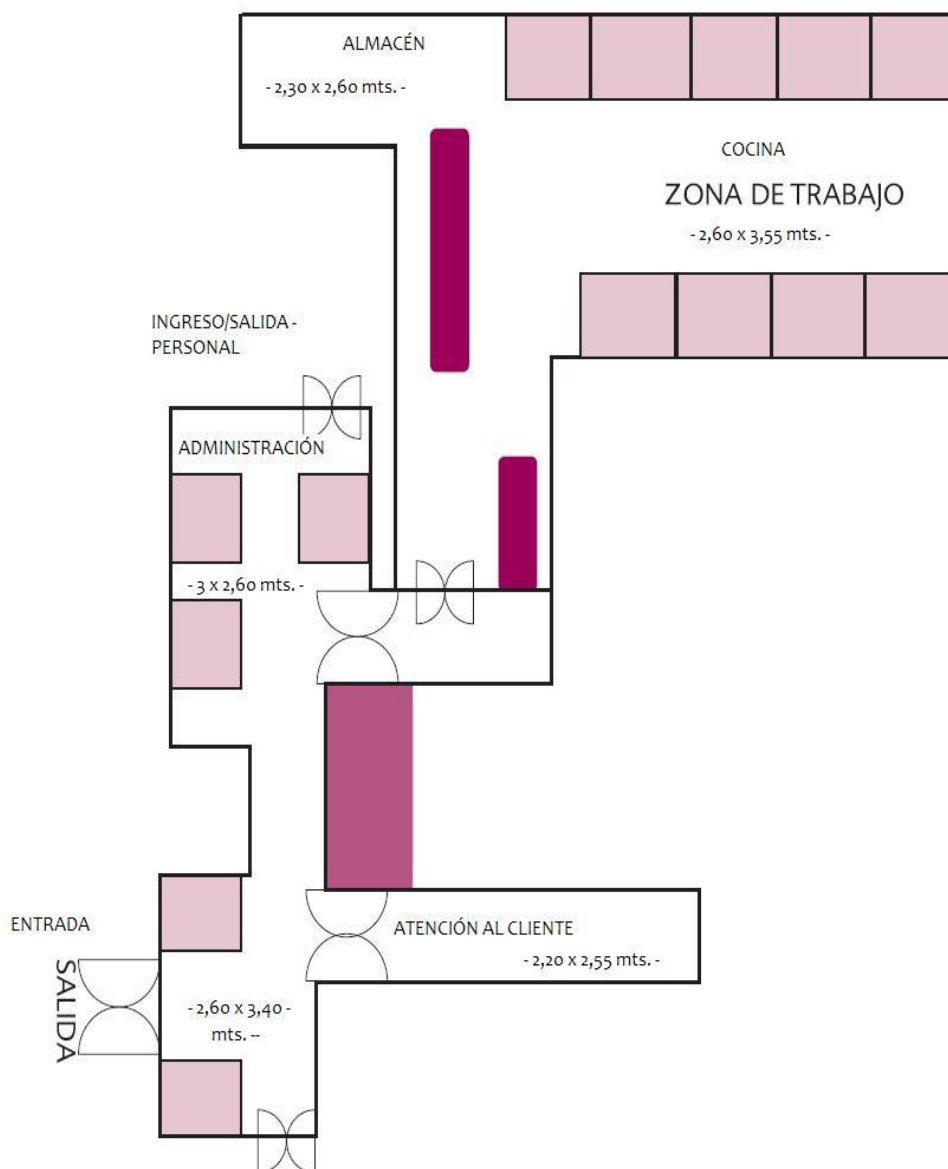
El área será de 90 m² aproximadamente y contará con las siguientes áreas o zonas:

- Área de elaboración de arreglos: Se realizarán los arreglos en esta área, que será de un tamaño de 50 m² aproximadamente.
- Área de ventas: Donde se colocarán los arreglos de muestra para que el público los pueda observar. Área de 20 m² aproximadamente.
- Oficina administrativa: Contiene un escritorio, con computadora, impresora, teléfono y fax. Además hay estantes y archivadores. Esta zona es para el administrador general. Área de 10 m² aproximadamente.

3.3.3. DISEÑO DE EDIFICACIONES E INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones estará debidamente construido y guardando todas las características necesarias para el centro de labores. Tendrá las divisiones para la ubicación de cada ambiente.

GRÁFICO N° 6 PLANO DE INSTALACIONES:
(Anexo N° 06)



CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL

4.1. CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

4.1.1. FORMA SOCIETARIA E IMPLICANCIAS

La forma de organización que la empresa adoptará será de Persona Jurídica, específicamente una Empresa Individual de responsabilidad Limitada EIRL

Características:

- Una E.I.R.L. es una empresa individual de responsabilidad limitada.
- La constituye una sola persona y aporta ella sola su capital inicial.
- El aporte de capital inicial para una E.I.R.L. puede ser en dinero o bienes, o ambos.
- El monto inicial en aporte dinerario podría ser de 300 o más soles.(No hay monto establecido)
- Todas las decisiones las toma el titular con respecto a su empresa.
- El titular puede ser gerente, entonces se llamará TITULAR GERENTE.
- El nombre del titular actual siempre aparece en los Registros Públicos a diferencia de las S.A. donde los actuales accionistas no siempre aparecen en los Registros.
- Se puede transferir la empresa a terceros.
- Se puede transformar a una S.A.C. con la participación de un invitado.
- La empresa puede generar responsabilidad solidaria en la persona del titular, si es TITULAR GERENTE porque es el único que toma decisiones.

4.1.2. PROCESO DE CONSTITUCIÓN

- **Reunión del titular y los interesados**

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

- **Identificación de la razón social**
 - Seleccionar el nombre
 - Identificar el nombre propuesto
 - Tramitar identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago.
 - Recibir constancia de búsqueda (CERTIFICADO DE BÚSQUEDA MERCANTIL), que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.
 - Resultado:
 - Negativo: Nombre procede; Positivo: Escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

- **Elaboración de la minuta**
 - Datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social.
 - Discutir el contenido del estatuto, para esto contar con asesoría legal.
 - Un abogado redacta la minuta con el fin de entender cada uno de los términos del compromiso.
 - Aprobar la minuta.
 - Suscribir la minuta, con la firma del abogado. (Anexo N° 01)

- **Escritura Pública**
 - Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.
 - Pagar al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta del Colegio de Abogados.
 - Llevar a la notaría la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores para que el notario elabore el testimonio de constitución.
 - El titular irá a la notaría para firmar y poner su huella digital.

- **Inscripción SUNAT (RUC)**
 - Presentar documento de identidad del titular o representante legal.
 - Reunir documentos con respecto a la sociedad: Recibo de agua, luz, teléfono, televisión por cable o declaración jurada de predios.

- Contrato de alquiler o cesión de uso de predio con firmas legalizadas notarialmente. Acta probatoria levantada por el fedatario fiscalizador de la Sunat donde se señale el domicilio. (SUNAT, 2014)
- Testimonio de constitución de la empresa, donde conste la inscripción ante la Sunarp. Constancia de numeración emitida por la municipalidad. (SUNARP, 2014)
- **Autorización de impresión de comprobantes de pago Formulario 806**
 - Régimen Especial
 - Régimen General del Impuesto a la Renta.
- **Licencia de funcionamiento municipal**
- **Formato de solicitud**
 - Registro Único del Contribuyente (RUC)
 - Certificado de compatibilidad de uso.
 - Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.
 - Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa. (Anexo N° 02)
 - Recibo de pago por los derechos correspondientes.
- **Autorización del libro de planillas ante el MTPS**
 - Solicitud según formato debidamente llenada.
 - Comprar el libro de planillas.
 - El mismo libro u hojas sueltas.
 - Copia del RUC
 - Pago del derecho del trámite
- **Legalización de libros contables ante notario**
 - Solicitud requiriendo la legalización respectiva
 - Copia del RUC
 - Copia del DNI del representante legal de la empresa
 - Pago por el derecho de trámite

4.1.3. COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Tabla N° 21

Costos de constitución de empresa (nuevos soles)

PROCEDIMIENTO	Costo
Búsqueda de índice y reserva de preferencia registral (SUNARP).	S/. 14
Depósito bancario del aporte propio (en este caso es efectivo considerado como bien dinerario) a nombre de la empresa.	-
Elaboración de la minuta de constitución de la empresa y la suscripción de la misma autorizada por un abogado. Escritura pública ante un notario.	S/.250
Inscripción en el registro de personas jurídicas (SUNARP).	S/. 301
Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (SUNAT).	S/. 15
TOTAL	S/. 580

Elaboración propia

4.2. TASAS Y SERVICIOS REGULADOS

4.2.1. LICENCIAS Y PERMISOS

Inspección Técnica de Defensa Civil – Básica

De acuerdo a las normas de seguridad que propone Defensa Civil se requiere:

- Solicitud de Inspección Técnica de Defensa Civil.
- Plan de Seguridad en Defensa Civil.
- Plano de ubicación – Localización (Escala 1/500).
- Plano de Arquitectura Acotado (Escala 1/50).
- Derecho de Pago en el SATT S/.141.45
- Certificado actualizado de medición de Puesta a Tierra.
- Certificado de RPIN de extintores.
- Plano de Señalización y Evacuación (Escala 1/50).

Inspección Ocular

Por medio de un especialista técnico (perito) enviado por la municipalidad, se realiza la inspección y verificación de los datos proporcionados sean correctos, el costo de la pericia es de S/.40.

Licencia de Funcionamiento

Según lo establecido en la Municipalidad Distrital de la Esperanza y de acuerdo al área que presenta el terreno (5,330 m²) este se encuentra ubicado en la CATEGORIA C, los pasos son los siguientes:

- Formulario de Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada.
- Vigencia de Poder del representante legal, de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Recibo de Pago de la Tasa de Licencia de Funcionamiento (S/. 417.78)
- Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria.

4.2.2. ANUNCIOS PUBLICITARIOS Y SIMILARES

De acuerdo a la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972, Art. 79 referido a la Organización del Espacio Físico y uso de suelo, es necesario solicitar autorización en la Municipalidad Distrital de la Trujillo para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios con la finalidad de no caer en infracciones al momento de querer informar a los clientes sobre los productos nuevos. (MUNICIPALIDAD, 2014)

- Pago de derecho de Trámite S/. 9.60
- Vigencia de Poder del Representante Legal.
- DNI del Representante Legal.
- Croquis del Anuncio (Simple).
- Copia de Licencia Municipal.
- De acuerdo al área del Local, costo de S/.205.

4.2.3. REGULACIÓN SECTORIAL

No existe ningún tipo de regulación sectorial para la actividad a la que se dedicará el proyecto

4.2.4. REGISTROS, ASOCIACIONES Y VINCULACIONES

No se formará parte de ninguna asociación o gremio empresarial durante el horizonte de vida del proyecto

4.2.5. COSTOS POR TASAS Y SERVICIOS REGULADOS

No existen otras tasas o costos por servicios regulados a los que este afecto la empresa.

4.3. DEMÁS ASPECTOS LEGALES

4.3.1. ASPECTOS LABORALES

La empresa tiene en cuenta la Legislación Laboral vigente y tiene la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado.

Para la determinación de los tipos de contratos se toma como base legal dos principios importantes:

Tasas Municipales

S/.350.00

Pago de derechos de funcionamiento

S/. 417.18

Inspección técnica de Defensa Civil

S/. 141.45

Inspección Ocular

S/. 40.00

Anuncios Publicitarios

S/. 214.6

Pago de derechos de trámite

S/. 9.60

Pago según área de publicidad

S/. 205.00

TOTAL

S/. 813.23

Las exigencias más básicas del Ministerio de Trabajo son:

- Libros laborales: Libro Planillas de sueldos y salarios.
- Publicación interna: Horarios de Trabajo, Rol de vacaciones y cualquier otra información relevante.
- Entrega de Boletas de Pago: Indicando información relevante (Nombre del empleador, del empleado, fechas de ingreso, puestos, horas extras, beneficios sociales pagados, entre otros.)
- Manejo de documentación formal que informe al empleado de cualquier cambio que la empresa requiera (Oficios, memorándum, comunicados, etc.).

Los beneficios por ser pequeña empresa son los siguientes:

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobretiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
- Cobertura Previsional
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa
- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.

- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

4.3.2. ASPECTOS TRIBUTARIOS

La empresa estará en el régimen especial del impuesto a la renta, la cual toma en cuenta lo siguiente:

Impuesto General a las Ventas:

El 18% de las ventas mensuales.

Régimen General del Impuesto a la Renta:

Según el Régimen:

Régimen Especial: Declaración y pago mensual (2% del ingreso neto mensual)

Contribuciones de ESSALUD

Es el 9% del sueldo del trabajador.

4.3.3. REGISTRO DE MARCA

La marca es todo signo que sirve para identificar en el mercado los productos o servicios, diferenciándolos de los productos y servicios con los cuales compete.

Una marca puede estar conformada por una palabra, combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, letras, cifras o, incluso formas determinadas de envases, envolturas o de formas de presentación de los productos.

Los servicios que brinda INDECOPI:

- Búsqueda de antecedentes: Se presenta una solicitud de Búsqueda de antecedentes (S/.40.00)
- Búsqueda Denominativa: Considerada también búsqueda fonética, en la cual se busca palabras o letras (S/.51.52).
- Búsqueda figurativa, busca logos o dibujos registrados.
- El registro de la marca se hará siempre y cuando no haya sido encontrado algún nombre, lema o logo exactamente igual.

Pasos:

Se paga una tasa de S/. 483.4 y se presenta lo siguiente:

- Solicitud de Registro de marca (incluye descripción detallada).
- Cinco copias de 5 x 5 cm a color y blanco y negro de la marca que se quiere registrar.
- Se debe presentar la escritura pública de constitución, copia poder.
- Publicación en me diario el Comercio. (INDECOPI, 2014)

4.3.4. REGULACIÓN SANITARIA Y AMBIENTAL

Nuestra empresa elaborará productos a base de fruta fresca de estación, será respetuosa de las legislaciones que influyan sobre la conservación y manipulación de alimentos, tales como:

- **Ley de Inocuidad de Alimentos**

Decreto Legislativo No 1062

28 de junio2008 (Fe de erratas: 03 julio)

El proyecto estará comprendido dentro de la normatividad del Código del Medio Ambiente que estipula los aspectos a tener presente en cuanto a la preservación del medio ambiente al realizar la elaboración de los productos ofrecidos.

- **La Ley General del Ambiente y la regulación ambiental**

Ley N° 28611 (15 DE OCTUBRE DEL 2005)

4.3.5. REGULACIÓN SOBRE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

El Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo es competente para definir, concertar, coordinar, dirigir, supervisar, y evaluar la política de higiene y seguridad ocupacional, y establecer las normas de prevención y protección contra riesgos ocupacionales que aseguren la salud integral de los trabajadores, en aras del mejoramiento de las condiciones y el medio ambiente de trabajo.

Entre el marco normativo nacional se cuenta con el siguiente:

- Ley N° 28806 del 19-07-2006 / “Ley General de Inspección del Trabajo”
- Decreto Supremo N° 019-2006-TR / Reglamento de la Ley General de Inspección del Trabajo del 28-10-2006.
- D.S. N° 009-2005-TR del 28-09-2005 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo modificado por D.S. N° 007-2007-TR del 06-04-2007.

4.3.6. BASE LEGAL DE EXPORTACIÓN/IMPORTACIÓN

El proyecto no se dedicará a la exportación o importación de productos o servicios.

4.3.7. COSTOS DE LOS DEMÁS ASPECTOS LEGALES

No se generarán costos adicionales para el proyecto.

CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

5.1.1. MISIÓN

Ofrecemos a nuestro cliente en la ciudad de Trujillo, un producto elaborado con insumos de alta calidad que dará que hablar. Siendo el consumidor la estrella de la originalidad y sus familiares o amigos el centro de toda la atención. Buscamos promover el consumo de alimentos sanos y nutritivos tal como lo son las frutas frescas con las que trabajamos; productos Peruanos de calidad sin conservantes ni preservantes.

5.1.2. VISIÓN

Convertirnos para el año 2019 en la empresa de preferencia para todas las ocasiones especiales y hacer al consumidor parte de esta innovadora idea que busca romper de esta manera con el concepto tradicional al momento de comprar un obsequio.

Nuestros Valores:

- Innovación, es la columna vertebral de nuestro negocio. Estamos comprometidos a ofrecer diseños nuevos y con productos de alta calidad constantemente.
- Nuestros Clientes, son el motor de nuestra empresa. Para nosotros, la calidad de nuestro servicio al cliente es vital.

5.1.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

5.1.3.1. PERSPECTIVA FINANCIERA

- Obtener una rentabilidad ROA mayor al 20% durante el horizonte de vida del proyecto

5.1.3.2. PERSPECTIVA CLIENTE

- Ofrecer un servicio de calidad al cliente
- Fidelizar al cliente mediante precios competitivos

5.1.3.3. PERSPECTIVA DE OPERACIONES Y PROCESOS

- Definir todos los requerimientos por cada arreglo floral que se ofrecerá.
- Establecer los tiempos requeríos como máximo en cada producto.

5.1.3.4. PERSPECTIVA DE ORGANIZACIÓN Y APRENDIZAJE

- Capacitar al personal para aumentar su nivel de productividad.

5.1.4. ANÁLISIS FODA

- FORTALEZAS:
 - Producto innovador de primera calidad.
 - Materia prima fresca y variedad en estilos y tamaños.
 - Sin competencia directa del mismo concepto en el mercado trujillano.
 - Misión y objetivos definidos con planificación y control acorde a los mismos.
 - Recursos humanos capacitados y motivados para elaboración del producto.
- OPORTUNIDADES:
 - Materia prima a disposición.
 - Mercado en crecimiento.

- Recurso humano disponible.
- Expectativas por servicios innovadores y de calidad.
- Tendencia a consumir productos sanos.

- DEBILIDADES:
 - Nuevos en el mercado.
 - Producto desconocido en el mercado trujillano.
 - Marca y productos aun no posicionados.
 - Costumbre por lo cotidiano como regalar flores, chocolates y otros.
 - Falta de experiencia de los socios en el rubro.

- AMENAZAS
 - Barreras de ingreso de competidores bajas.
 - Llegada de un competidor formal en Trujillo.
 - Aparición de productos sustitutos.
 - Aparición de productos importados.
 - Uso de materias primas no renovables.

(STONER & FREEMAN, 2014)

Tabla N° 22
Matriz FODA

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS (F):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador de primera calidad. • Materia prima fresca y variedad en estilos y tamaños. • Sin competencia directa del mismo concepto en el mercado trujillano. • Misión y objetivos definidos con planificación y control acorde a los mismos. • Recursos humanos capacitados y motivados para elaboración del producto. 	<p>DEBILIDADES (D):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en el mercado. • Producto desconocido en el mercado trujillano. • Marca y productos aun no posicionados. • No contar con alianzas estratégicas. • Falta de experiencia de los socios en el rubro.
<p>OPORTUNIDADES (O):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima a disposición. • Mercado en crecimiento. • Recurso humano disponible. • Expectativas por servicios innovadores y de calidad. • Tendencia a consumir productos sanos. • Uso de nuevas tecnologías. 	<p>ESTRATEGIAS (FO):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las limitadas opciones de obsequios poco convencionales que se encuentran en el mercado para introducir el concepto de producto innovador y de calidad. • Aprovechar las expectativas de los clientes por un servicio de calidad para captar esa demanda, mediante la innovación del producto y variedad de opciones. • Cada arreglo estará hecho utilizando ingredientes 100% naturales sin preservantes ni edulcorantes. • Aprovechar la abundante materia prima, variedad en frutas de calidad para satisfacer la tendencia al consumo de productos sanos. 	<p>ESTRATEGIAS (DO):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un producto que supere las expectativas del cliente y no implique un aumento de gastos para la empresa. • Compensar los costos elevados con precios competitivos para el producto que se ofrece. • Nuestros productos serán entregados en un tiempo no mayor de 24 horas después de efectuado el pedido. • Todas las frutas de nuestros arreglos son frescas y los arreglos serán preparados el mismo día de la entrega. • Nuestro sistema podrá tomar su solicitud a través de nuestra tienda virtual o por teléfono para consultas y/o pedidos.

Tabla N° 22
Matriz FODA (Continuación)

AMENAZAS (A):	ESTRATEGIAS (FA):	ESTRATEGIAS (DA):
<ul style="list-style-type: none"> • Barreras de ingreso de competidores bajas. • Llegada de un competidor formal en Trujillo. • Aparición de productos importados. • Uso de materias primas no renovables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestro compromiso con la calidad y servicio harán que nuestras creaciones sean entregadas con las características ofrecidas y sin variaciones. Nuestros productos y servicios son de calidad A1, y llegarán a su destino tal como se aprecien en nuestro catálogo. • Los productos serán elaborados con insumos de alta calidad garantizando su compra y la satisfacción de la misma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los recipientes utilizados, mugs, jardineras, macetas, floreros, regaderas, canastos u otros podrán tener otro uso después. • Los arreglos podrán ser utilizados como centros de mesa que se convierten en postres para ocasiones especiales haciendo de cualquier evento un momento inolvidable. Incluyendo una tarjeta dedicatoria. • Una flota de autos se encargará de hacer llegar sus pedidos en un transporte seguro a una temperatura adecuada para garantizar la calidad del producto.

5.1.5. MATRIZ EFE Y EFI

Tabla N° 23

Matriz de Evaluación de factores externos (EFE)

<u>Oportunidades</u>	Peso	Puntaje	Total
Materia prima a disposición	0.2	3	0.6
Mercado en crecimiento	0.15	3	0.45
recursos humano disponible	0.1	3	0.3
Expectativas por servicios	0.1	2	0.2
tendencia a consumir productos sanos	0.1	3	0.3
Uso de nuevas tecnologías	0.05	3	0.15
<u>Amenazas</u>			
Barreras de ingreso de competidores bajas	0.05	3	0.15
Llegada de competidor formal	0.1	2	0.2
Aparición de productos importados	0.1	2	0.2
Uso de materias primas no renovables	0.05	2	0.1
<u>Total</u>	1		2.65

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 24

Matriz EFI

Matriz de Evaluación de factores internos

<u>Fortalezas</u>	Peso	Puntaje	Total
Producto innovador de primera calidad	0.15	4	0.6
Materia prima fresca y variedad en estilos y tamaños	0.1	3	0.3
Sin competencia directa	0.12	3	0.36
Misión y objetivos definidos	0.18	3	0.54
Recursos humanos capacitados	0.05	3	0.15
<u>Debilidades</u>			
Nuevos en el mercado	0.05	3	0.15
Producto desconocido en el mercado trujillano	0.1	4	0.4
Marca y productos aun no posicionados	0.05	3	0.15
No contar con alianzas estratégicas	0.15	3	0.45
Falta de experiencia de los socios	0.05	3	0.15
Total	1		3.25

Elaboración Propia

5.1.6. ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL PROYECTO

La competitividad del proyecto se establecerá en función a un producto de calidad y a la especialización del mismo, ofreciendo diversos arreglos frutales a gusto del cliente y contando con un ambiente moderno para la venta del producto. Además de una página web que estará disponible también para que el cliente pueda realizar una compra electrónica.

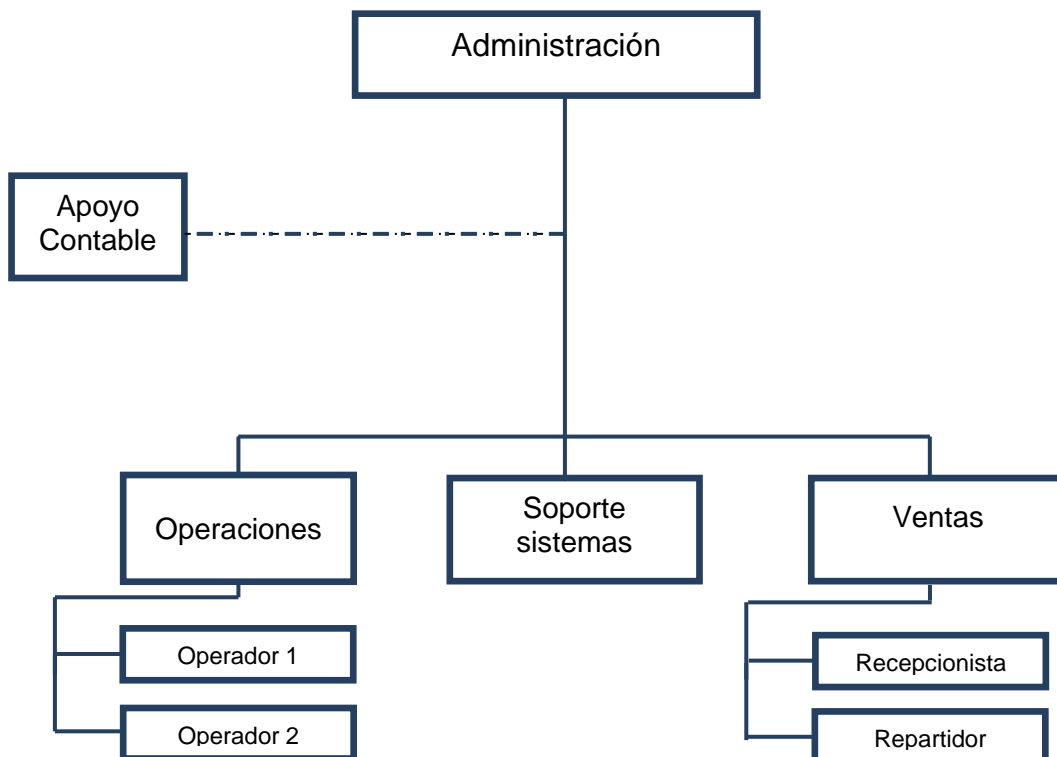
5.1.7. ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO

- Introducir el concepto de calidad en el producto de acuerdo a las necesidades de cada empresa.
- Aprovechar las expectativas de los clientes por un producto de calidad para captar demanda.
- Generar un proceso publicitario que este dirigido hacia personas del mercado segmentado con la finalidad de obtener más interés por el producto.
- Generar un producto de calidad que evidencia su valor agregado en base a mantener una estable relación costo beneficio.

5.1.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico N° 7: ARREGLOS FRUTALES S.R.L. FRUTIFLOWERS®

Organigrama General



Elaboración por: Autores

Fecha: Junio / 2014

Fuente: Elaboración propia

5.2. PLAN DE MERCADOTECNIA

5.2.1. PLAN DE CRECIMIENTO COMERCIAL

Se planea que el proyecto crezca de forma paulatina a lo largo de la vida útil u horizonte, a una tasa del 5% anual.

5.2.2. MERCADO META

El mercado meta está conformado por personas de 18 a 50 años de ambos sexos, del departamento de La Libertad, en el distrito de Trujillo.

5.2.3. CUALIDAD INTRÍNSECA

- El producto aumentado incluye los recipientes utilizados para los arreglos frutales que pueden tener un uso diferente después de ser consumido el arreglo. El arreglo presenta también una tarjeta dedicatoria
- El servicio de distribución: que se encargará de hacer llegar sus pedidos en el distrito de Trujillo; siendo el costo por el servicio de entrega a domicilio un mínimo agregado a la cantidad de su compra.
- La atención se dará las 24 horas vía online - página web (tienda virtual), además de poder realizar consultas y pedidos por teléfono.

5.2.4. COSTO PARA EL CLIENTE

El precio dependerá del tamaño, diseño y agregados del producto o arreglo que desee el cliente.

5.2.5. CONVENIENCIA

El local será ubicado en Avenida Larco Cuadra 10 en la ciudad de Trujillo.

5.2.6. COMUNICACIÓN

Avisos online, página web (tienda virtual), entrega de volantes y tarjetas para empresas en Trujillo.

5.2.7. POSICIONAMIENTO

La empresa se posicionará en el mercado como empresa innovadora, brindando un producto de calidad y sano. Para ello será necesario realizar las siguientes acciones:

- Analizar el entorno y la probable competencia mediante sondeo periódico del mercado (encuestas).
- Estudiar las necesidades del consumidor, mediante encuestas de satisfacción y expectativas del cliente.
- Promover el consumo de alimentos sanos y nutritivos tal como lo son las frutas frescas con las que trabajamos, productos Peruanos de calidad sin conservantes ni endulzantes.
- Evaluar los puntos fuertes y débiles de la propia empresa para mejorar las estrategias planteadas y proponer actividades y acciones correctivas, las cuales se realizarán mediante reuniones de los socios con los trabajadores de la empresa.

El estudio de estos factores nos permitirá determinar la oportunidad de diferenciar nuestra marca en el mercado, aplicando adecuadas técnicas de fidelización con nuestros clientes.

(KOTLER & KELLER, 2014)

5.3. EQUIPO DE TRABAJO

Los puestos de trabajo previstos para la organización han sido considerados de acuerdo a al estudio del proyecto. Estos son:

Tabla N° 25
Equipo de trabajo

Puestos de trabajo	Número de trabajadores / puesto
Administrador	01
Ventas	01
Sistemas	01
Operarios	02
TOTAL	05

Fuente: Elaboración propia

5.3.1. DESCRIPCIÓN DE POSICIONES

- **ADMINISTRADOR**

Johana Ramírez Florián

Administradora de Empresas, graduada en la Universidad Privada del Norte – Trujillo.

.ESPECIFICACIONES DEL PUESTO:

- EDUCACION:
- Requiere grado universitario a nivel de licenciatura en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o en Administración de Recursos Humanos.
- EXPERIENCIA:
- Requiere de cuatro años de experiencia en trabajos relacionados con el área de Administración de Recursos Humanos.
- HABILIDAD MANUAL:
- Precisa de habilidad para el manejo de equipo de oficina, equipo de cómputo, herramientas o instrumentos propios del trabajo.

- RELACIONES DEL PUESTO:
- Participación en comités de alto nivel, comisiones de trabajo permanente, con funcionarios por razones de recomendaciones o asesoría a niveles inferiores. Atención y resolución de reclamos.
- RESPONSABILIDAD POR VALORES Y EFECTIVO:
- Autoriza salida de fondos, de documentos utilizados en el área de recursos humanos.
- RESPONSABILIDAD POR LA SEGURIDAD DE OTRAS PERSONAS:
- Eventualmente los descuidos en supervisión de las tareas pueden significar riesgo en la seguridad de otras personas.
- RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, EQUIPO, BIENES MUEBLES E INMUEBLES:
- Por la custodia, conservación y buen uso de materiales, equipo, bienes muebles e inmuebles asignados al área de trabajo.
- CRITERIO Y TOMA DE DECISIONES:
- La naturaleza de la función es ejecutiva. El puesto permite desenvolverse con criterio propio guiado por programas, presupuestos, procedimientos. Propone o vela por la correcta aplicación de normas, política, leyes y reglamentos específicos del área.
- SUPERVISION DE PERSONAL:
- Supervisa y coordina directamente a empleados que ejecutan actividades de tipo profesional; indirectamente supervisa al personal que realiza tareas calificadas.
- ESFUERZO FISICO:
- Eventualmente adopta posiciones incómodas e intensifica su esfuerzo muscular al desarrollar su trabajo.
- ESFUERZO MENTAL:
- Atención por períodos prolongados en la solución de problemas y análisis de trabajo. El trabajador está sometido a tensión por presión para realizar actividades incluso en horas inhábiles.
- ESFUERZO VISUAL Y/O AUDITIVO:
- Ocasionalmente superior a lo normal.

- RIESGOS:
- El trabajo no representa riesgos de accidente, salvo descuidos en la ejecución de las actividades.
- AMBIENTE:
- El trabajo se ejecuta en oficinas privadas y otros centros de trabajo con que cuenta la Empresa.

- **OPERARIOS**

- ESPECIALIDAD
- Gastronomía y alimentos
- HABILIDADES:
- Trabajo en equipo y Cooperación: coopera, integra su gestión y genera confianza y relaciones positivas con sus pares, manteniéndolos informados de su gestión, y promueve el trabajo inter-áreas e inter-gerencias en su grupo de trabajo.
- EXPERIENCIA PROFESIONAL:
- Experiencia necesaria.
- ESFUERZO FISICO:
- Eventualmente adopta posiciones incómodas e intensifica su esfuerzo muscular al desarrollar su trabajo.
- ESFUERZO VISUAL Y/O AUDITIVO:
- Ocasionalmente superior a lo normal.
- HABILIDAD MANUAL

- **VENDEDOR**

ESPECIFICACIONES DEL PUESTO:

- EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA:
- Título académico de Licenciado en Contabilidad, Administración de Empresas o Economía.
- EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA:
- Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel

- EXPERIENCIA LABORAL PREVIA:
- Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar.
- HABILIDADES Y DESTREZAS:
- Planificador, metódico, ordenado.
- Capacidad de análisis y de síntesis
- Excelentes relaciones interpersonales
- Eficiente administración del tiempo.
- Habilidad numérica

5.3.2. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- **ADMINISTRADOR**

- FUNCIONES:
- Responsable por la planeación, organización, liderazgo y control de los recursos. Planeación: incluye la definición de metas, establecimiento de estrategias y el desarrollo de planes para coordinar actividades. Organización: determina qué tareas han de realizarse, quién las efectuará, quien reporta a quien y dónde se tomarán las decisiones. Liderazgo: incluye la motivación de los colaboradores, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos.
- Control: seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.
- OTROS CONOCIMIENTOS:
- Amplios conocimientos de los aspectos legales, fiscales y laborales. Conocimientos del idioma inglés.

- **OPERARIOS**

- Encargados de realizar los requerimientos de frutas y aditivos para la elaboración del arreglo
- Armado del arreglo floral
- Ordenar y almacenar los arreglos frutales antes de su venta
- Otros que designe el administrador

- **VENDEDOR**

- Realizar visitas a los clientes
- Atender los pedidos y contactar con nuevos clientes
- Llevar un registro de las ventas de la empresa
- Reportar al administrador el resultado de las ventas

5.3.3. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

El personal considerado en el proyecto será debidamente seleccionado, previa convocatoria, buscando los mejores recursos humanos en términos de experiencia, capacitación y valores.

La selección comprenderá 4 etapas:

- Reclutamiento
- Selección
- Verificación de referencias
- Seguimiento

5.3.4. PLAN DE DESARROLLO DEL PERSONAL Y MONITOREO

Concluida la selección viene el proceso de capacitación y evaluación, que consiste en hacer conocer al personal los principales aspectos de la empresa (visión, misión, valores, reglas) y de sus labores (tareas, funciones y responsabilidades de su cargo) a través de talleres que se realizarán.

Una vez capacitados, estarán a prueba un mes aproximadamente para ser evaluados y determinar si cumplen con las expectativas de la empresa, como realizar un trabajo de calidad. (CHIAVENATO, 2014)

5.3.5. POLÍTICA Y FIJACIÓN DE REMUNERACIONES

El horario de atención será un horario continuo dependiendo de las necesidades del servicio de los clientes.

La política salarial se basará en los siguientes puntos:

- Contratos de 6 meses para el personal operativo con todos los beneficios de Ley y pago de 14 sueldos al año.
- Contrato a plazo indeterminado para el Jefe del Departamento de Operaciones y el de Ventas y Marketing y fijación de sueldos sobre el promedio del mercado.
- Aumento de salarios cada 3 años y bonos de reconocimiento por metas logradas para el Departamento de Ventas y Operaciones.

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE COSTOS

6.1. INVERSIONES

6.1.1. INVERSIONES EN ACTIVO FIJO

En la tabla N° 26 se aprecia la inversión en activo fijo que se requerirá que está compuesto por maquinaria y equipo, equipo de procesamiento de datos y mobiliario y asciende a un total de 21,452 nuevos soles.

Tabla N° 26
Inversión en activo fijo
(Nuevos soles)

CONCEPTO	Inversión			Depreciación			Valor Residual
	Cant	Precio	Total	Vida útil	tasa	valor	
<u>MAQUINARIA</u>			6,180.00			1,236.00	0.0
Refrigeradora	1	2,500.00	2,500.00	5	20%	500.00	
Congeladora	1	1,800.00	1,800.00	5	20%	360.00	
Moldes cortadores (de formas)	2	670.00	1,340.00	5	20%	268.00	
Horno microondas	1	540.00	540.00	5	20%	108.00	
<u>EQUIPO</u>			3,670.00			734.00	0.0
Computadora	1	2,200.00	2,200.00	5	20%	440.00	
Impresora	1	350.00	350.00	5	20%	70.00	
Parlantes	2	300.00	600.00	5	20%	120.00	
Teléfono inalámbrico	2	260.00	520.00	5	20%	104.00	
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			4,120.00			412.00	2,060.00
Banco para cocina	2	95	190.00	10	10%	19.00	
Repostero	1	850	850.00	10	10%	85.00	
Mesa para cocina	1	520	520.00	10	10%	52.00	
Televisor	1	1,500	1,500.00	10	10%	150.00	
Espejos	1	90	90.00	10	10%	9.00	
Banco Recepcionista	1	90	90.00	10	10%	9.00	
Armario	1	480	480.00	10	10%	48.00	
Archivador	1	350	350.00	10	10%	35.00	
Pizarra acrílica	1	50	50.00	10	10%	5.00	
TOTAL			21,452.22			3,878.44	2,060.00

Elaboración propia

6.1.2. INVERSIONES EN ACTIVO INTANGIBLE

Tabla N° 27
Inversión en activo intangible
(Nuevos soles)

CONCEPTO	Inversión			Depreciación			Valor residual
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	
<u>INTANGIBLES</u>			7,482.22			1,496.44	0.00
Estudios definitivos	1	1,500.00	1,500.00	5	20%	300.00	
Constitución y organización de empresas	1	2,625.92	2,625.92	5	20%	525.18	
- Búsqueda Mercantil	1	20.00					
Solicitud de Reserva de Nombre	1	51.52					
Búsqueda de antecedentes	1	40.00					
Solicitud de registro de marca	1	438.40					
Publicación en el Diario oficial El Peruano	1	250.00					
Constitución de la Empresa	1	700.00					
Libros de Contabilidad	1	80.00					
Legalización de libros de contabilidad	1	50.00					
Legalización del Libro Planilla (100 hojas)	1	36.00					
Licencia Municipal	1	960.00					
Lanzamiento	1	400.00	400.00	5	20%	80.00	
Software	1	1,500.00	1,500.00	5	20%	300.00	
Remodelación	1	1,100.00	1,100.00	5	20%	220.00	
Imprevistos 5%	5%	356.30	356.30	5	20%	71.26	
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			7,482.22				

Elaboración propia

En la tabla N° 27 se aprecia la inversión en activo intangible que asciende a un total de 7,482 nuevos soles que son los que se requieren para constituir y formalizar la empresa. Está compuesto por la parte de los gastos de organización, lanzamiento, software y remodelación.

6.1.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Tabla N° 28

Inversión en capital de trabajo
(Nuevos soles)

CONCEPTO	00	01	02	03	04	05
Costos de Producción	0.00	232,451.45	248,747.72	266,644.19	283,887.92	302,892.92
Gastos Administrativos	0.00	59,375.38	59,375.38	60,710.56	60,710.56	62,085.80
Gastos de Ventas	0.00	17,563.58	17,563.58	18,007.09	18,007.09	18,463.90
Capital de Trabajo	0.00	309,390.40	325,686.67	345,361.84	362,605.57	383,442.62
Variaciones del CT	309,390.40	16,296.27	19,675.16	17,243.73	20,837.05	
FACTOR DE DESFASE	<i>0.082</i>	<i>0.082</i>	<i>0.082</i>	<i>0.082</i>	<i>0.082</i>	
TOTAL SIN IGV	25,429.35	1,339.42	1,617.14	1,417.29	1,712.63	0.00

Elaboración propia

En la tabla N° 28 se muestra la distribución de la inversión y la reinversión del capital de trabajo, que es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto. El factor de desfase es de 0.082 que equivale a un mes de costos y gastos que se van a cubrir con el capital de trabajo inicial, luego de lo cual los ingresos podrán cubrir los costos y gastos operativos del proyecto.

6.2. COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

6.2.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

El costo total del arreglo grande es de 81.00 soles según cada material requerido multiplicado por el factor que es la parte del producto que se usa en un arreglo frutal.

Tabla N° 29
Costo arreglo grande
(Nuevos soles)

GRANDE	Costo	Factor	Valor
COSTO VARIABLE			81.00
<u>INSUMOS</u>			
Fresa	4.50	0.80	3.60
Piña	3.00	0.80	2.40
Uva	5.00	0.80	4.00
Melón	5.00	0.80	4.00
Kiwi	3.50	0.80	2.80
Naranja	2.00	0.80	1.60
Manzana	4.00	0.80	3.20
Durazno	5.50	0.80	4.40
Chocolate	13.00	0.50	6.50
Bombones	10.00	0.50	5.00
Grageas	5.00	0.50	2.50
Base de arreglo grande	15.00	1.00	15.00
Globos metálicos	9.00	1.00	9.00
Varillas de madera	6.00	1.00	6.00
Oasis (Esponja floral)/Lechuga	5.00	1.00	5.00
Envoltura (celofán / material plástico transparente / cajas de plástico transparente/Cajas en PVC cristal)	6.00	1.00	6.00

Elaboración propia

En la tabla N° 29 se presenta el coto del arreglo frutal de tamaño grande y tiene en cuenta todos los requerimientos necesarios para que el producto esté debidamente presentado al cliente.

Tabla N° 30
Costo arreglo mediano
(Nuevos soles)

MEDIANO	Costo	Factor	Valor
COSTO VARIABLE			62.25
<u>INSUMOS</u>			
Fresa	4.50	0.50	2
Piña	3.00	0.50	2
Uva	5.00	0.50	3
Melón	5.00	0.50	3
Kiwi	3.50	0.50	2
Naranja	2.00	0.50	1
Manzana	4.00	0.50	2
Durazno	5.50	0.50	3
Chocolate	12.00	0.50	6
Bombones	9.00	1.00	9
Grageas	4.00	0.50	2
Base de arreglo mediano	6.00	1.00	6
Globos metálicos	9.00	1.00	9
Varillas de madera	5.00	1.00	5
Oasis (Esponja floral)/Lechuga	4.00	1.00	4
Envoltura (celofán / material plástico transparente / cajas de plástico transparente/Cajas en PVC cristal)	5.00	1.00	5

Elaboración propia

En la Tabla N° 30 se presenta el costo de los materiales de un arreglo mediano, para lo cual se ha considerado el insumo utilizado multiplicado por su factor de uso. Esto hace un total de 62.25 soles.

Tabla N° 31
Costo arreglo pequeño
(Nuevos soles)

PEQUEÑO	Costo	Factor	Valor
COSTO VARIABLE			36.25
<u>INSUMOS</u>			
Fresa	4.50	0.30	1
Piña	3.00	0.30	1
Uva	5.00	0.30	2
Melón	5.00	0.30	2
Kiwi	3.50	0.30	1
Naranja	2.00	0.30	1
Manzana	4.00	0.30	1
Durazno	5.50	0.30	2
Chocolate	12.00	0.40	5
Bombones	9.00	0.50	5
Grageas	4.00	0.30	1
Base de arreglo pequeño	5.00	1.00	5
Globos metálicos	8.00	0.50	4
Varillas de madera	5.00	0.50	3
Oasis (Esponja floral)/Lechuga	4.00	0.50	2
Envoltura (celofán / material plástico transparente / cajas de plástico transparente/Cajas en PVC cristal)	5.00	0.50	3

Elaboración propia

En la Tabla N° 31 se presenta el costo de los materiales de un arreglo pequeño, para lo cual se ha considerado el insumo utilizado multiplicado por su factor de uso. Esto hace un total de 36.25 soles.

Tabla N° 32
Costo de materiales directos
(Nuevos soles)

ITEM	%	01	02	03	04	05
PRODUCCION						
<u>SEGÚN PRODUCTO</u>						
ARREGLO GRANDE	30%	74,576.70	80,846.10	87,285.60	93,919.50	100,772.10
ARREGLO MEDIANO	45%	85,970.36	93,197.59	100,620.90	108,268.31	116,167.84
ARREGLO PEQUEÑO	25%	27,812.81	30,150.94	32,552.50	35,026.56	37,582.19
TOTAL						
MATERIALES	100%	188,359.88	204,194.63	220,459.00	237,214.38	254,522.13

Elaboración propia

En la Tabla N° 32 se muestra el costo de materiales directos para el horizonte de evaluación del proyecto. El costo total se obtiene de multiplicar el costo unitario de cada tipo de arreglo frutal por la cantidad que se va a elaborar de ambos.

6.2.2. MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla N° 33
Mano de obra directa
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
MANO DE OBRA DIRECTA	26,281.92	26,281.92	27,070.38	27,070.38	27,882.49
MANO DE OBRA INDIRECTA	12,319.65	12,319.65	12,689.24	12,689.24	13,069.92
ADMINISTRACION	44,065.50	44,065.50	45,387.47	45,387.47	46,749.09
VENTAS	14,783.58	14,783.58	15,227.09	15,227.09	15,683.90
TOTAL	97,450.65	97,450.65	100,374.17	100,374.17	103,385.39

Elaboración propia

El costo de la mano de obra directa se muestra en la Tabla N° 33 y se presenta un total de 97,450 soles el primer año y luego aumenta al tercer año a 100,374 soles y quinto año con un total de 103,385 soles.

6.2.3. COSTOS Y GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

La Tabla N° 34 considera los gastos indirectos de fabricación que incluye el pago por rubros como electricidad, agua, gas, manejo y útiles de limpieza. El total el primer año es de 4890 soles y termina al quinto año en 6,607 soles.

Tabla o N° 34
Costos indirectos de fabricación
(Nuevos soles)

ITEM	%	01	02	03	04	05
ELECTRICIDAD	47%	2280.00	2416.80	2585.98	2766.99	2960.68
AGUA	29%	1440.00	1526.40	1633.25	1747.58	1869.91
GAS	9%	432.00	457.92	489.97	524.27	560.97
MENAJE	13%	650.00	689.00	737.23	788.84	844.05
UTILES DE LIMPIEZA	2%	88.00	93.28	99.81	106.80	114.27
TOTAL MATERIALES	100%	4,890.00	5,301.09	5,723.32	6,158.31	6,607.63

Elaboración propia

6.2.4. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla N° 35
Gastos de administración
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
Alquileres	10,152.00	11,167.20	12,283.92	13,512.31	14,863.54
Útiles de escritorio	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
Servicios públicos	2,640.00	2,640.00	2,640.00	2,640.00	2,640.00
Sueldos	44,065.50	44,065.50	45,387.47	45,387.47	46,749.09
Uniformes y demás	350.00	400.00	450.00	500.00	550.00
Mantenimiento y repar. Del local	500.00	550.00	600.00	650.00	700.00
Imprevistos 1%	587.88	599.57	625.52	639.40	668.15
TOTAL SIN IGV	59,375.38	60,556.27	63,177.61	64,579.41	67,483.53
TOTAL CON IGV	60,197.98	61,406.59	64,056.13	65,486.65	68,420.03

Elaboración propia

Los gastos de administración incluye alquileres, útiles de escritorio, servicios públicos, sueldos uniformes, mantenimiento e imprevistos. De esta manera se conforman este gasto que llega a alcanzar un total de 60,1973 soles el primer año y llega a ser 68,420 soles al final del quinto año.

6.2.5. GASTOS DE VENTAS

Tabla N° 36
Gastos de ventas
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
Publicidad y marketing	5,780.00	6,200.00	6,600.00	6,950.00	7,300.00
Publicidad escrita	1,200.00	1,400.00	1,500.00	1,600.00	1,700.00
Uso de letreros / paneles	980.00	1,000.00	1,100.00	1,150.00	1,200.00
Publicidad radio y tv	3,000.00	3,100.00	3,200.00	3,300.00	3,400.00
Merchandising	600.00	700.00	800.00	900.00	1,000.00
Sueldos	14,783.58	14,783.58	15,227.09	15,227.09	15,683.90
TOTAL SIN IGV	20,563.58	20,983.58	21,827.09	22,177.09	22,983.90
TOTAL CON IGV	21,603.98	22,099.58	23,015.09	23,428.09	24,297.90

Elaboración propia

El gasto de ventas e incluye los gastos de publicidad y marketing que agrupa a la publicidad escrita, uso de letreros y merchandising. Además de esto también están los sueldos del personal de ventas.

6.2.6. PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN

Tabla N° 37
Costos de producción
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
COSTOS DIRECTOS	230,661.98	247,843.49	266,279.62	284,460.05	304,051.95
Materiales directos	204,380.06	221,561.57	239,209.24	257,389.68	276,169.47
Mano de obra directa	26,281.92	26,281.92	27,070.38	27,070.38	27,882.49
COSTOS INDIRECTOS	17,809.65	18,271.17	19,114.81	19,603.17	20,488.30
Materiales indirectos	4,890.00	5,301.09	5,723.32	6,158.31	6,607.63
Mano de obra indirecta	12,319.65	12,319.65	12,689.24	12,689.24	13,069.92
Reposición De Menaje	600.00	650.44	702.25	755.62	810.75
TOTAL SIN IGV	248,471.63	266,114.66	285,394.43	304,063.22	324,540.26
TOTAL CON IGV	286,248.23	307,067.02	329,608.70	351,637.87	375,586.07

Elaboración propia

La Tabla N° 37 muestra los flujos de los costos de producción a los largo del horizonte de evaluación del proyecto. Se ha considerado los Costos Directos: Materiales Directos y Mano de Obra Directa, y los Costos Indirectos: Materiales Indirectos, Mano de Obra Indirecta y Otros Gastos Indirectos de Fabricación. El total es de 286,248 soles, y al final del quinto año es de 375,586 soles.

6.2.7. DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO

Tabla N° 38
Depreciación del activo fijo
(Nuevos soles)

Descripción	Inversión	01	02	03	04	05	VL
Tangibles	13,970.00	2,382.00	2,382.00	2,382.00	2,382.00	2,382.00	2,060.00
Maquinaria	6,180.00	1,236.00	1,236.00	1,236.00	1,236.00	1,236.00	0.00
Equipo	3,670.00	734.00	734.00	734.00	734.00	734.00	0.00
Muebles y enseres	4,120.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	2,060.00

Elaboración propia

La Tabla N° 38 muestra la depreciación del activo fijo para cada uno de los años proyectados que es de S/. 2,382, con un valor residual de 2060 soles. Para realizar estos flujos se utilizó el método de depreciación lineal y se tomó como referencia las tasas dispuestas por la SUNAT.

(SUNAT, 2014)

6.2.8. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

Tabla N° 39
Amortización del intangible

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	01	02	03	04	05	VL
INTANGIBLES	7,482.22	1,496.44	1,496.44	1,496.44	1,496.44	1,496.44	0.00
Estudios definitivos	1,500.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	0.00
Constitución	2,625.92	525.18	525.18	525.18	525.18	525.18	0.00
Lanzamiento	400.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	0.00
Software	1,500.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	0.00
Remodelación	1,100.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	0.00
Imprevistos 5%	356.30	71.26	71.26	71.26	71.26	71.26	0.00

Elaboración propia

La Tabla N° 39 muestra la amortización del intangible para cada uno de los años proyectados que es de S/. 1,496 sin valor residual. Para realizar estos flujos se utilizó el método de amortización lineal.

6.3. FINANCIAMIENTO

6.3.1. ESTRUCTURA DE CAPITAL

Tabla N° 40
Estructura de capital

DESCRIPCIÓN	MONTO DE CAPITAL		%
	S/	US\$	
APORTE PROPIO	38,489.56	13,648.78	60.00%
PRESTAMO	25,659.70	9,099.19	40.00%
INVERSIÓN TOTAL	64,149.26	22,747.96	100%

Elaboración propia

La Tabla N° 40 muestra la inversión total que es de S/. 64,149.26 monto del cual el 60% será aporte propio y el 40% financiado a través de préstamo bancario.

6.3.2. ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO EXTERNO

La Tabla N° 41 muestra las alternativas de financiamiento externo de 4 instituciones financieras, y así elegir una tasa de interés conveniente incluyendo gastos administrativos, seguro, y comisiones. Se elige el BCP por tener una tasa de interés más competitiva en relación con las otras entidades.

Tabla N° 41

Tasa de interés de bancos

	Para Capital de Trabajo
BANCO	CEA
BBVA	39.75%
Scotiabank	35.18%
BCP	26.51%
CMACT	38.34%

Fuente: Elaboración Propia

6.3.3. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INFORMACIÓN DE BASE	
Préstamo US\$:	9,360.84
Periodos (años):	5
TEM:	2.10%
TEA:	26.51%
T°C° Inicial:	2.82

6.3.4. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se eligió al Banco BCP debido a que ofrece una tasa preferencial frente a las otras entidades evaluadas. En el Cuadro se muestra la información que servirá de base para hacer el Plan Financiero tanto para capital de trabajo como para activo fijo.

6.3.5. AMORTIZACIÓN DE DEUDA

Tabla N° 42
Amortización de la deuda
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
Intereses	7,391.32	6,541.74	5,454.27	4,062.30	2,280.59
Amortización	3,034.24	3,883.82	4,971.29	6,363.26	8,144.97
Saldo	23,363.35	19,479.52	14,508.23	8,144.97	0.00
Cuota	10,425.56	10,425.56	10,425.56	10,425.56	10,425.56

Elaboración propia

La Tabla N° 42 muestra la amortización de la deuda, que incluye pago de intereses amortización del principal y la cuota a pagar. Esto termina en el quinto año con el pago total del préstamo.

6.4. INGRESOS PROYECTADOS

6.4.1. INGRESOS POR VENTAS

Tabla N° 43
Determinación del precio de venta

Servicio	Valor De Venta	precio de lista
Arreglo grande	152.54	180
Arreglo mediano	110.17	130
Arreglo pequeño	59.32	70

Elaboración propia

La Tabla N° 43 presenta el precio de lista para todos los arreglos florales que se presentan que son el arreglo grande, mediano y pequeño.

Tabla N° 44
Ingresos Proyectados
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN		01	02	03	04	05
PRODUCCIÓN						
ARREGLO GRANDE	30%	140,445.76	152,252.54	164,379.66	176,872.88	189,777.97
ARREGLO MEDIANO	45%	152,149.58	164,940.25	178,077.97	191,612.29	205,592.80
ARREGLO PEQUEÑO	25%	45,514.83	49,341.10	53,271.19	57,319.92	61,502.12
TOTAL SIN IGV		338,110.17	366,533.90	395,728.81	425,805.08	456,872.88
TOTAL CON IGV		398,970.00	432,510.00	466,960.00	502,450.00	539,110.00

Elaboración propia

La Tabla N° 44 muestra los ingresos proyectados para los tres tipos de arreglos. El arreglo grande tiene un total de 30% de los ingresos proyectados, el arreglo mediano tiene una proporción del 45% y el pequeño ocupa una participación del 25%.

6.4.2. RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Tabla N° 45
Recuperación del capital de trabajo
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	00	01	02	03	04	05
Capital de trabajo inicial	- 31,851.33					
Capital de trabajo incremental		-				
Recuperación del CT		1,866.40	-2,205.92	-1,980.52	2,345.90	
						40,250.06

Elaboración propia

En la Tabla N° 45 se aprecia que en el año 0 se necesitará un capital de trabajo inicial de S/. 31,851.33. A partir del año 1 hasta el año 4 se necesitará como capital de trabajo el correspondiente a dos meses de operación, siendo este un monto menor al obtenido en el año 0 debido a que se genera ingresos por la venta esperada de los arreglos frutales.

6.4.3. VALOR DE DESECHO NETO

Tabla N° 46
Valor de desecho
(Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	00	01	02	03	04	05
Valor Residual	0	0	0	0	0	2,430.80

Elaboración propia

La Tabla N° 46 muestra el valor de desecho que se obtendría al final del horizonte de evaluación de proyecto. Este monto se obtiene de las ventas de activos que se puedan realizar al momento de liquidación del producto. El total asciende a 2,430 soles.

CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONÓMICA

7.1. SUPUESTOS GENERALES

Tabla N° 47
Supuestos generales

ITEM	VALOR
Inflación Anual	2.60%
Inflación Mensual	0.2141%
rg Poblacional**	1.70%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	8.33%
Tipo de Cambio	S/. 2.82
COK	15.00%
TEM Préstamo	2.10%
Incremento de Sueldos *	3.00%
Número de Sueldos Año	14
Participación Inicial Mdo	73%

Elaboración propia

Los cálculos han sido desarrollados en nuevos soles, considerando la inflación en 2,6% a lo largo del horizonte de planeamiento. La tasa de crecimiento (rg) poblacional es de 1.7% según el Banco Central de Reserva.

El impuesto a la renta, IGV, Beneficios Sociales y CTS han sido estimados en base a la normativa existente a la fecha.

Con respecto a la remuneración, se considera 14 sueldos por año y un incremento del sueldo anual del 7% en los años 3 y 5, como parte de la Responsabilidad Social Empresarial interna.

El proyecto inicia capturando el 73% del mercado objetivo, considerando un escenario moderado de penetración en el primer año, y crecería en forma aditiva en un 4% anual a partir del 2do año en adelante.

(KAFKA, 2014)

7.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

7.2.1. FLUJO DE CAJA OPERATIVO

Tabla N° 48
Flujo de Caja Operativo

	01	02	03	04	05
TOTAL INGRESOS	398,970.00	432,510.00	466,960.00	502,450.00	539,110.00
Costos de Producción	-267,344.42	286,574.03	307,483.41	327,831.02	350,042.21
Gastos Administrativos	-60,197.98	-60,197.98	-61,533.16	-61,533.16	-62,908.40
Gastos de Ventas	-18,063.98	-18,063.98	-18,507.49	-18,507.49	-18,964.30
Impuesto General a las Ventas	-20,782.45	-26,826.79	-29,068.96	-31,378.82	-34,135.63
Impuesto a la Renta	-5,981.84	-9,822.09	-12,915.70	-17,048.00	-20,456.08
TOTAL EGRESOS	-372,370.67	401,484.87	429,508.72	456,298.48	486,506.62
FLUJO OPERATIVO	26,599.33	31,025.13	37,451.28	46,151.52	52,603.38

Elaboración propia

La Tabla N° 48 presenta el Flujo de Caja Operativo que refleja las salidas de efectivo operacionales que se producirán a lo largo de los 5 años. El Flujo Operativo muestra saldos positivos porque los ingresos por concepto de ventas superan los egresos.

7.2.2. FLUJO DE CAPITAL

Tabla N° 49
Flujo de capital
(Nuevos soles)

	00	01	02	03	04	05
Inversión en Activo Fijo	-25,313.61					
Inversión en Intangibles	-8,829.01					
CT Inicial	-30,006.63					
CT Incremental		-1,580.52	-1,908.22	-1,672.41	-2,020.91	0.00
Recuperación del CT						37,188.68
Valor Residual						2,430.80
FLUJO DE CAPITAL	-64,149.26	-1,580.52	-1,908.22	-1,672.41	-2,020.91	39,619.48

Elaboración propia

El Cuadro N° 49 muestra el Flujo de Capital, el cual considera las salidas de efectivo producidas por las inversiones del proyecto. Desde el año 0 al año 4 los flujos son negativos y en el año 5 el flujo es positivo debido a la recuperación del capital de trabajo y el valor residual de los activos.

7.2.3. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Tabla N° 50
Flujo de caja económico
(Nuevos soles)

	00	01	02	03	04	05
Flujo de Capital	-64,149.26	-1,580.52	-1,908.22	-1,672.41	-2,020.91	39,619.48
Flujo Operativo	0.00	26,599.33	31,025.13	37,451.28	46,151.52	52,603.38
FCE	-64,149.26	25,018.81	29,116.91	35,778.87	44,130.61	92,222.86

Elaboración propia

La Tabla N° 50 muestra el flujo de caja económico, que es la sumatoria del flujo de capital y el flujo operativo, y muestra la ventaja del proyecto en función de la inversión total requerida, independientemente de cómo ésta sea financiada.

7.2.4. FLUJO DE DEUDA

Tabla N° 51
Flujo de deuda
(Nuevos soles)

AMORTIZACIÓN DE DEUDA	00	01	02	03	04	05
Saldo Inicial	23,480.77	23,480.77	22,134.78	17,987.51	13,057.49	7,144.76
Amortización	0.00	-2,874.68	-3,586.35	-4,474.20	-5,581.84	-6,963.70
Interés	0.00	-7,002.65	-6,040.68	-4,908.87	-3,563.45	-1,949.84
Escudo Fiscal	0.00	2,100.79	1,812.20	1,472.66	1,069.03	584.95
Saldo Final	23,480.77	22,134.78	17,987.51	13,057.49	7,144.76	-0.00
PRINCIPAL + INTERESES	23,480.77	-7,776.54	-7,814.82	-7,910.41	-8,076.26	-8,328.59

Elaboración propia

La Tabla N° 51 muestra el monto total que se pagará por el financiamiento solicitado por los 5 años del proyecto. En cuanto al Escudo Fiscal se deriva de un menor pago de impuestos al deducirse los intereses de la base imponible de 30% (Impuesto a la Renta).

7.2.5. FLUJO DE CAJA FINANCIERO

Tabla N° 52
Flujo de caja financiero
(Nuevos soles)

FLUJO FINANCIERO	00	01	02	03	04	05
FCE	-64,149.26	25,018.81	29,116.91	35,778.87	44,130.61	92,222.86
Desembolso	23,480.77	-7,776.54	-7,814.82	-7,910.41	-8,076.26	-8,328.59
FLUJO FINANCIERO	-40,668.49	17,242.28	21,302.09	27,868.47	36,054.35	83,894.28

Elaboración propia

La Tabla N° 52 presenta el Flujo de Caja Financiero, que muestra el efecto del financiamiento sobre los resultados económicos del proyecto.

7.3. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

7.3.1. COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

Para hallar el costo de oportunidad de capital se utilizó el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model), obteniéndose la información de las tasas de la página damodaran.com.

Tabla N° 53

Costo de oportunidad del capital

Sector	Beta
	0.60
Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	3.70%
Rendimiento de Mercado	11.30%
Riesgo País	3.00%
Riesgo Implícito	0.00
Participación Laboral	0.00%

calculo del COK	$Rf+b*(Rm-Rf)+Rp$
COK	11.26%

El COK es 11.26%, que es la rentabilidad esperada de la inversión financiera a la que se renuncia por invertir en el presente proyecto.

7.3.2. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

Tabla N° 54

Costo Promedio Ponderado del Capital

CALCULO DEL CPPC	00	01	02	03	04	05
Deuda	23,480.77	20,606.09	17,019.74	12,545.54	6,963.70	0.00
Capital	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56
CPPC	17.60%	17.10%	16.39%	15.38%	13.82%	11.26%
CPPC Promedio	15.26%					

Elaboración propia

El costo Promedio Ponderado de Capital es de 15.26% que es la tasa de rentabilidad del promedio del costo de endeudamiento y del costo de capital propio.

7.4. ESTADOS PROYECTADOS

7.4.1. BALANCE GENERAL

Tabla N°55
Balance General Proyectado
(Nuevos soles)

	00	01	02	03	04	05
ACTIVO	61,970.32	73,053.27	92,385.14	118,047.57	152,244.39	193,011.54
Caja y Bancos	27,827.69	42,789.09	65,999.39	95,540.27	133,615.53	178,261.13
Cientes	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE						
Activo Fijo						
Intangibles	25,313.61	25,313.61	25,313.61	25,313.61	25,313.61	25,313.61
Dep. y Amort. Acumulada	8,829.01	8,829.01	8,829.01	8,829.01	8,829.01	8,829.01
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	0.00	-3,878.44	-7,756.89	-11,635.33	-15,513.77	-19,392.22
PASIVO Y PATRIMONIO	61,970.32	73,053.27	92,385.14	118,047.57	152,244.39	193,011.54
PASIVO						
Crédito por Tributos						
TOTAL PASIVO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	23,480.77	20,606.09	17,019.74	12,545.54	6,963.70	0.00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE						
PATRIMONIO						
Capital Social	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56	38,489.56
Utilidades Acumuladas	0.00	13,957.63	36,875.84	67,012.47	106,791.13	154,521.99

Elaboración propia

La Tabla N° 55 muestra el Balance Anual Proyectado comprendido por las partidas del Activo, Pasivo y Patrimonio.

Analizando el Activo, se observa que la partida Caja y Bancos tienen un crecimiento anual debido a los ingresos en efectivo por actividades de la empresa.

La partida de Activo Fijo se producen decrecimiento por la depreciación de la maquinaria y la depreciación y Amortización Acumulada se obtiene de la aplicación del método de depreciación lineal a los activos adquiridos al principio de las operaciones.

Analizando el Pasivo, en cuanto a Deuda Largo Plazo es por concepto del financiamiento externo con el banco. El Capital Social se mantiene igual durante el período de evaluación del proyecto ya que no se considera un aumento del mismo y las Utilidades Acumuladas van ascendiendo a lo largo del horizonte de evaluación.

7.4.2. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Tabla N°56
Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado
(Nuevos soles)

	01	02	03	04	05
Ventas netas	338,110.17	366,533.90	395,728.81	425,805.08	456,872.88
Costo de ventas	-	-	-	-	-
Utilidad bruta	232,451.45	248,747.72	266,644.19	283,887.92	302,892.92
Gastos administrativos	105,658.72	117,786.18	129,084.62	141,917.16	153,979.96
Gastos de ventas	-59,375.38	-59,375.38	-60,710.56	-60,710.56	-62,085.80
Utilidad operativa	-17,563.58	-17,563.58	-18,007.09	-18,007.09	-18,463.90
Depreciación af Amortización intangibles	28,719.77	40,847.22	50,366.98	63,199.52	73,430.26
UAI	-2,382.00	-2,382.00	-2,382.00	-2,382.00	-2,382.00
Gastos financieros netos	-1,496.44	-1,496.44	-1,496.44	-1,496.44	-1,496.44
Utilidad antes de impuestos	24,841.33	36,968.78	46,488.53	59,321.07	69,551.82
Impuesto a la renta	-4,901.85	-4,228.48	-3,436.21	-2,494.41	-1,364.89
Utilidad neta	19,939.47	32,740.30	43,052.32	56,826.66	68,186.94
	-5,981.84	-9,822.09	-12,915.70	-17,048.00	-20,456.08
	13,957.63	22,918.21	30,136.63	39,778.66	47,730.85

Elaboración propia

En la Tabla N° 56 se presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas Anual Proyectado, que muestra los resultados de la gestión del proyecto, donde la utilidad neta se va incrementando a lo largo de los 5 años de planeamiento.

7.5. RENTABILIDAD

7.5.1. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Tabla N° 57
Indicadores de rentabilidad

INDICADOR	NOMINAL	REAL
VANE	S/. 73,187.16	S/. 64,372.16
VANF	S/. 70,201.18	S/. 61,745.82
TIRE	47.40%	29.65%
TIRF	58.20%	39.15%

Elaboración propia

La Tabla N° 57 muestra los indicadores de rentabilidad del proyecto. Tenemos que el VAN económico en términos reales y nominales es positivo con valores de 64,372 y 73,187.16 soles respectivamente. Se calculó con dos tasas de descuento: CPPC. La TIR económica es de 47.40% que al ser mayor que el Costo Ponderado del Capital también indica rentabilidad.

La evaluación financiera medida por el Valor Actual Neto Financiero VANF arroja un valor de 61,745 soles el real y el nominal es de 70,201 soles. La TIRF es de 58.20% nominal y la real es de 39.15%. Ambas tasas son mayores al costo ponderado del capital lo que indica rentabilidad.

7.5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL HORIZONTE DEL PROYECTO

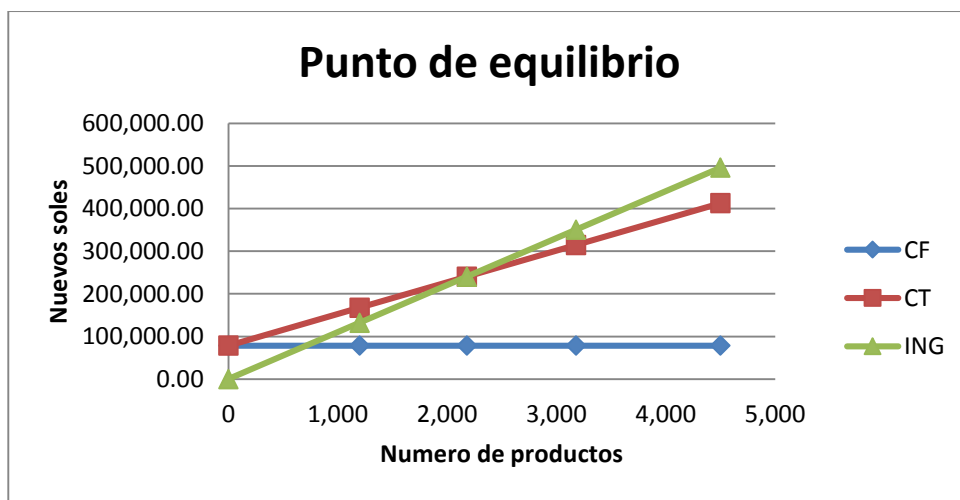
Tabla N° 58
Punto de equilibrio

PERIODO	01	02	03	04	05	Promedio
Costos Fijos	76,938.96	76,938.96	78,717.65	78,717.65	80,549.70	78,372.58
Costos Variables	232,451.45	248,747.72	266,644.19	283,887.92	302,892.92	
Producción	3,069	3,327	3,592	3,865	4,147	
Costo Variable Medio	75.74	74.77	74.23	73.45	73.04	74.246
Costos Totales	309,390.40	325,686.67	345,361.84	362,605.57	383,442.62	345,297.42
Ingresos Totales	338,110.17	366,533.90	395,728.81	425,805.08	456,872.88	
Precio Medio	110.17	110.17	110.17	110.17	110.17	110.17
Punto de Equilibrio	2,235	2,173	2,190	2,144	2,169	2,182

Elaboración propia

En la Tabla N° 58 se muestra el punto de equilibrio de las unidades y de las ventas, momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales; es decir, en el punto donde se deja de tener pérdida y no se ha empezado a tener ganancias.

Gráfico N° 8: Punto de Equilibrio



Elaboración propia

7.5.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Tabla N° 59

Período de recuperación del capital

	0	1	2	3	4	5
FCE	-64,149.26	25,018.81	29,116.91	35,778.87	44,130.61	92,222.86
FCE Actualizado		21,706.65	21,917.84	23,367.13	25,006.03	45,338.77
Saldo	-64,149.26	-42,442.61	-20,524.77	2,842.36	27,848.39	73,187.16

Elaboración propia

El proyecto recupera su inversión a los 3 años y dos meses.

7.6. ANÁLISIS SENSIBILIDAD

7.6.1. VARIABLES DE ENTRADA

Las variables de entrada son el precio de los materiales y la penetración del mercado objetivo.

7.6.2. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL

Tabla N° 60

Análisis unidimensional: Precio de materiales

(Nuevos soles)

	Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF
Aumento en el Precio de los Materiales	0%	73,187.16	70,201.18	47.40%	58.20%
	5%	64,582.25	62,504.18	41.25%	52.68%
	10%	52,365.25	50,264.87	37.26%	43.27%

Elaboración propia

Tabla N° 61

Análisis unidimensional: Penetración del mercado objetivo

(Nuevos soles)

	Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF
Disminución	0%	73,187.16	70,201.18	47.40%	58.20%
de Penetración del	-5%	65,324.25	62,358.49	43.27%	51.27%
Mercado Efectivo	-15%	60,278.59	57,489.22	38.27%	37.58%

Elaboración propia

7.6.3. ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL

Tabla N° 62

Análisis multidimensional

Precio de materiales	Penetración del mercado objetivo			
	0%	-5%	-15%	-25%
0%	73,187.16	71,625.25	62,354.85	59,684.25
5%	65,254.26	63,258.14	52,693.25	53,265.26
15%	61,254.85	52,365.98	48,256.33	51,254.58
25%	51,248.52	45,632.29	42,653.25	42,365.26

Elaboración propia

7.6.4. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Se evidencia que cuando las variables críticas del proyecto aumentan o disminuyen se genera una caída en la rentabilidad, pero esto no significa que deje de ser rentable, lo que implica que el proyecto sigue siendo rentable

(APAZA, 2014)

7.7. FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO Y ÉXITO

7.7.1. DESCRIPCIÓN

Riesgo:

- Disminución de la demanda de productos.
- Preferencia de los servicios de la competencia.
- Ingreso de nuevos competidores.
- Incremento de los precios de los materiales.
- Inestabilidad política.

Éxito:

- Posicionamiento de la marca en el mercado.
- Aceptación del producto de los clientes.
- Cumplimiento de los objetivos trazados.
- Buen manejo en el trato con los proveedores
- Crecimiento económico del país.

7.7.2. PLAN DE CONTINGENCIAS Y ASEGURAMIENTO

- Realizar diferentes promociones y descuentos especiales de los productos.
- Implementación de una campaña de marketing.
- Búsqueda de nuevos proveedores.

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

1. El mercado objetivo al cual se dirigirá el proyecto serán las serán las personas entre los 18 a 45 años de edad del nivel socioeconómico A-B que viven en el distrito de Trujillo y que desean adquirir productos de alta calidad y novedoso. El mercado cuantificado será de 2% del mercado efectivo estimándose un total de arreglos frutales para el primer año de 4,038 y llegando al quinto año a 4,320.
2. El proyecto es viable técnicamente porque mediante el diseño de sus procesos estratégicos, operativos y de apoyo se podrá mejorar la gestión y con el diseño de sus procedimientos mediante el flujograma se podrá tener un producto de calidad y que satisfaga las necesidades de los clientes.
3. El monto total de la inversión es de S/. 64,149 compuesto por activo fijo con un total de 25,313.61 soles, intangible, 8,829.01 soles y capital de trabajo por un total de 30,006.63
4. Los estados financieros proyectados se obtuvieron en base a la proyección de ingresos y costos y muestran que existe resultados positivos, además que se genera liquidez, siendo los ingresos y costos del proyecto estimados en base a la capacidad normal.
5. La implementación de la empresa de arreglos frutales en la ciudad de Trujillo es viable económica porque tiene un VANE de S/. 73,187.16 y la TIRE es 47.40% mientras que el VANF de S/. 70,201.18, con una TIRF de 58.20%. Estos resultados se obtienen actualizando los flujos de efectivo futuros con el Costo Promedio Ponderado de Capital de 15.26%.

CAPÍTULO IX: RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

1. Ofrecer presentaciones públicas de los productos en las cuales se muestre como es el arreglo frutal y de tal forma que el cliente potencial conozca el producto de forma más integral.
2. Implementación de campañas de marketing directo.
3. Mantener Alianzas con los Proveedores para precios más competitivos.
4. Mantener constantes relaciones con los clientes para identificar sus nuevas necesidades y expectativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS

- APAZA, M. (2014). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros. Concordado con las NIIFS y NICS*. (4ª Edición ed.). Lima: Instituto Pacífico.
- BCR. (2013). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/bcr/index.php>
- BCR. (2014). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/bcr/index.php>
- BELTRÁN, A. (2012). *Evaluación Privada de Proyectos* (2ª Edición ed.). Lima: Biblioteca Universitaria - Universidad del Pacífico.
- Cámara de Comercio y Producción, La Libertad. (2013). Obtenido de <http://www.camaratru.org.pe/>
- CHIAVENATO, I. (2014). *Administración de los Recursos Humanos* (8ª Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- CÓRDOVA, M. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (20ª Edición ed.). Bogotá: Ecoe.
- El Peruano Diario Oficial. (Enero de 2014). Obtenido de <http://www.elperuano.com.pe/edicion/>
- GRAY, C., & LARSON, E. (2011). *Administración de Proyectos* (4ª Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- INDECOPI. (2014). *Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=11&JER=302
- INEI. (2014). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de <http://www.inei.gob.pe/>
- KAFKA, F. (2014). *Evaluación Estratégica de Proyectos de Inversión* (2ª Edición ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- KOTLER, P., & KELLER, K. (2014). *Dirección de Marketing* (12ª Edición ed.). México: Prentice Hall.
- MALHOTRA, N. (2014). *Investigación de Mercados* (7ª. Edición ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- MEF. (2014). Obtenido de <http://www.mef.gob.pe/>

- MUNICIPALIDAD. (2014). *Municipalidad Provincial de Trujillo*. Obtenido de [http://www.munitrujillo.gob.pe/Archivosvirtual/Transparencia/Adjuntos/5760_portal Transparencia.pdf](http://www.munitrujillo.gob.pe/Archivosvirtual/Transparencia/Adjuntos/5760_portal_Transparencia.pdf)
- SAPAG, N. (2013). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (5ª Edición ed.). Santiago: McGraw-Hill.
- STONER, J., & FREEMAN, E. (2014). *Administración* (9ª Edición ed.). México: Prentice Hall.
- SUNARP. (2014). *Superintendencia Nacional de los Registros Públicos*. Obtenido de <http://www.sunarp.gob.pe/>
- SUNAT. (2014). *Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>

ANEXOS

Anexo N° 01

**MODELO DE MINUTA PARA UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE
RESPONSABILIDAD LIMITADA E.I.R.L
(BIENES NO DINERARIOS)**

SEÑOR NOTARIO DE.....:

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA QUE OTORGA DON:

.....
.

PRIMERA.- POR EL PRESENTE, DON:.....

CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE: “
..... E.I.R.L.”

CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE,QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS CON UNA DURACIÓN INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA.- EL OBJETO DE LA EMPRESA ES:

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES EMPRESARIALES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

TERCERA.- EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/.....

CUARTA.- SON ÓRGANOS DE LA EMPRESA, EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL RÉGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTÁ SEÑALADO EN EL DECRETO LEY N° 21621, ARTÍCULOS 39° Y 50° RESPECTIVAMENTE Y DEMÁS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA.- GERENCIA ES EL ÓRGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA EMPRESA. SERÁ DESEMPEÑADA POR UNA O MÁS PERSONAS NATURALES. EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE. EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ÉSTE SE DENOMINARÁ TITULAR GERENTE.

SEXTA.- LA DESIGNACIÓN DEL GERENTE SERÁ EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACIÓN DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SEPTIMA.- CORRESPONDE AL GERENTE:

1. ORGANIZAR EL RÉGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
2. CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES; SUPERVISAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.
3. REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS PODERES DEL ESTADO, INSTITUCIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS, GOZANDO DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES A QUE SE REFIEREN LOS ARTÍCULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. TAMBIÉN GOZA DE LA FACULTAD A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY N° 26636, PODRA CELEBRAR CONCILIACIÓN EXTRA JUDICIAL, ADEMÁS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LA ASOCIACION QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS COMPLEMENTARIAS.
4. CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA.
5. ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA, ASÍ COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CREDITO. SOLICITAR SOBREGIROS, PRESTAMOS, CREDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO SOCIAL CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.
6. SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIAS HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA, ADEMÁS CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PODER, CARTA FIANZA, POLIZA, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, FACTURAS CONFORMADAS Y CUALQUIER OTRO TITULO VALOR.
7. SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO Y SUBARRENDAMIENTO.
8. COMPRAR Y VENDER LOS BIENES SEAN MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS CONTRATOS.
9. CELEBRAR, SUSCRIBIR LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS AL OBJETO DE LA EMPRESA.
10. AUTORIZAR A SOLA FIRMA LA ADQUISICIÓN DE BIENES, CONTRATACIÓN DE OBRAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES.
11. NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.
12. CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.
13. CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMÁS ESTADOS Y ANÁLISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.
14. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.
15. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIERON LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

OCTAVA.- PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. N° 21621 Y AQUELLAS QUE LAS MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA.- DON....., EJERCERA EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA, PERUANO, CON DOMICILIO SEÑALADO EN LA INTRODUCCION DE LA PRESENTE.

CLAUSULA ADICIONAL I.- DE CONFORMIDAD AL ARTICULO 315 DEL CODIGO CIVIL, INTERVIENE DON(ÑA)....., CONYUGE DE DON(ÑA)....., AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APOORTE EN BIENES NO DINERARIOS.

AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO DE, LO QUE FUERE DE LEY, Y SÍRVASE CURSAR LOS PARTES NOTARIALES RESPECTIVOS AL REGISTRO MERCANTIL DE, PARA SU CORRESPONDIENTE INSCRIPCION.

....., DE DEL 2.....

Anexo N° 02

DECLARACION JURADA DE APORTE DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO:

YO,.....EN MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DESIGNADO
DE LA EMPRESA DENOMINADA: E.I.R.L. QUE SE
CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES MUEBLES QUE
A CONTINUACIÓN SE PRECISA, COMO APORTE AL CAPITAL DE LA PRECITADA EMPRESA:

DETALLE DE LOS BIENES

VALOR ASIGNADO S/.

.....
.....
.....

TOTAL: S/.

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. (EN LETRAS), COMO APORTE
EN BIENES MUEBLES AL CAPITAL DE LA EMPRESA.

..... DE DEL 2.....

TITULAR GERENTE

Anexo N° 03

MODELOS DE ARREGLOS:

























Anexo N° 04

ENCUESTA

1. ¿Suele dar obsequios?

Siempre _____ Muchas veces _____
A veces _____ Casi nunca _____
Nunca _____

2. ¿Con qué frecuencia?

Diario _____ Semanal _____
Quincenal _____ Mensual _____
Anual _____

3. ¿Qué tipo de obsequios suele regalar?

Peluches _____ Flores _____
Chocolates _____ Joyas _____
Adornos _____ Otros _____

4. ¿En qué ocasiones da estos obsequios?

Cumpleaños _____ Aniversarios _____
Fechas especiales _____ Otros _____

5. ¿A quiénes suele dárselos?

Padres _____ Pareja _____ Hijos _____
Amigos _____ Otros _____

6. ¿Le parece limitadas las opciones de obsequios que encuentra?

Sí _____ No _____
Por qué? _____

7. ¿Le interesaría obsequiar algo no convencional?

Sí _____ No _____

8. ¿Come fruta?

Sí _____ No _____
¿Qué frutas prefiere?

9. ¿Le interesaría adquirir un producto a base de fruta fresca?

Sí _____ No _____

10. ¿Qué características apreciaría en un producto como este?

Calidad	_____	Frescura	_____
Tamaño	_____	Presentación	_____
Formas especiales	_____	Agregados	_____
Otras	_____		

11. ¿Qué opina respecto a la posibilidad de hacer un regalo a base de fruta fresca como arreglo frutal para un almuerzo, cena o agasajo?

Muy bueno	_____	Bueno	_____
Regular	_____	Indiferente	_____
Malo	_____		

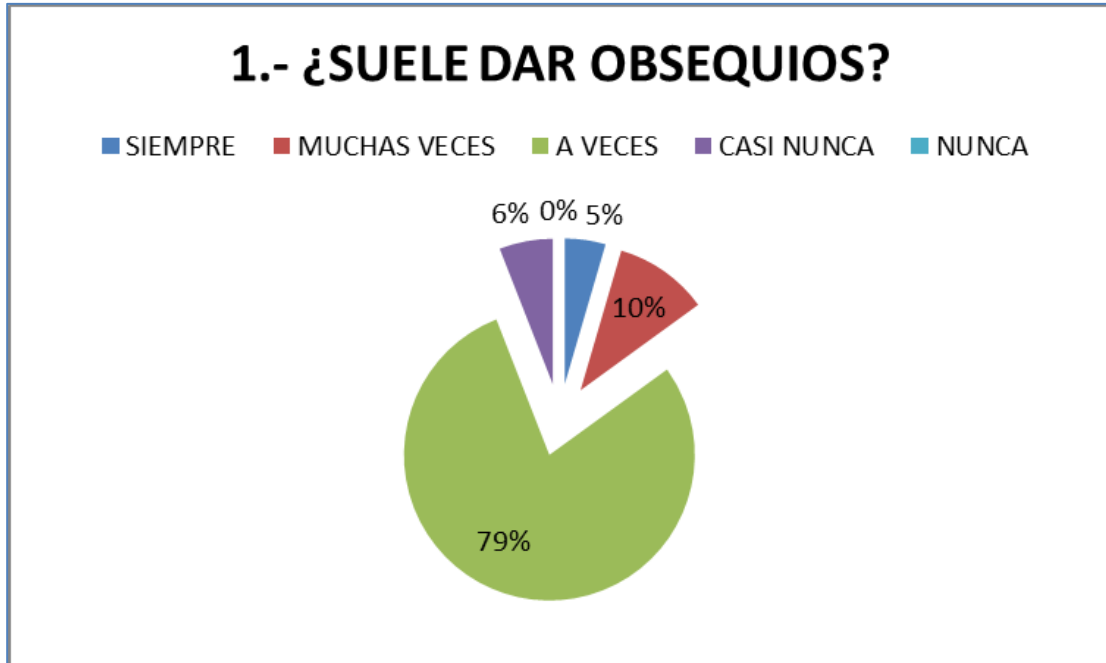
12. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto de una empresa que le brindara garantía de calidad, higiene, seguridad, originalidad, variedad?

Sí _____ No _____
Tal vez _____
Por qué? _____

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto como este?

Anexo N° 05

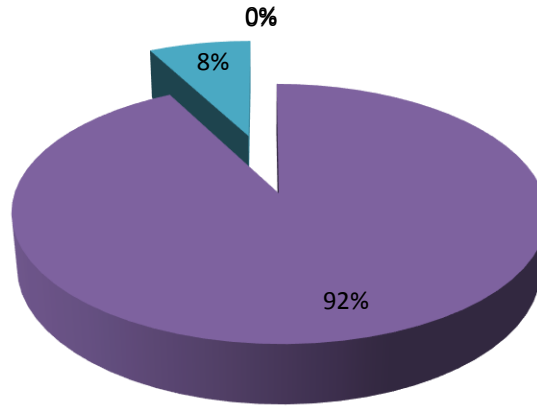
**TABULACIÓN DE ENCUESTA
(GRAFICOS)**



FRECUENCIA	TOTAL
SIEMPRE	16
MUCHAS VECES	37
A VECES	279
CASI NUNCA	21
NUNCA	0
TOTAL	353

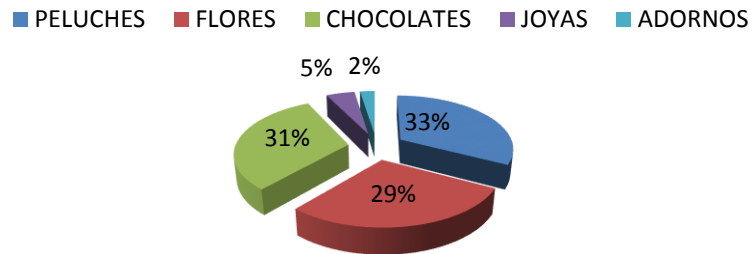
2.-¿CON QUÉ FRECUENCIA?

■ DIARIO ■ SEMANAL ■ QUINCENAL ■ MENSUAL ■ ANUAL

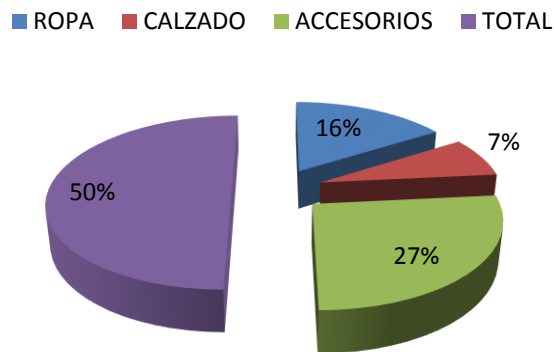


DIARIO	0
SEMANAL	0
QUINCENAL	0
MENSUAL	326
ANUAL	27
TOTAL	353

3.- ¿QUÉ TIPO DE OBSEQUIOS SUELE REGALAR?



OTROS

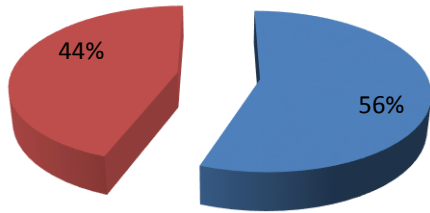


PELUCHES	305
FLORES	267
CHOCOLATES	293
JOYAS	45
ADORNOS	23

OTROS	
ROPA	26
CALZADO	12
ACCESORIOS	43
TOTAL	81

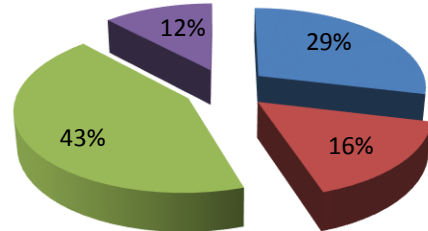
4.-¿EN QUÉ OCASIONES DA ESTOS OBSEQUIOS?

■ CUMPLEAÑOS ■ ANIVERSARIOS



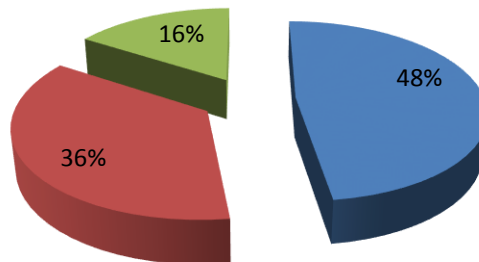
FECHAS ESPECIALES

■ DIA DE LA MADRE ■ DIA DEL PADRE
■ NAVIDAD ■ 14 DE FEBRERO



OTROS

■ MATRIMONIOS ■ BAUTIZOS ■ BABY SHOWERS



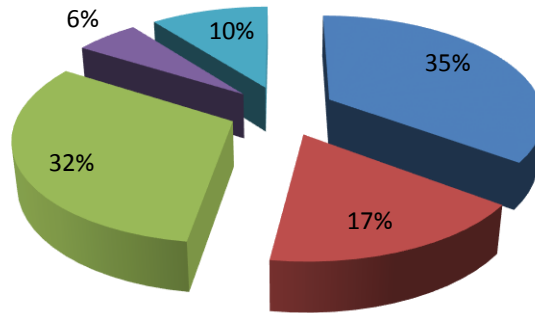
CUMPLEAÑOS	345
ANIVERSARIOS	276

FECHAS ESPECIALES	
DIA DE LA MADRE	236
DIA DEL PADRE	134
NAVIDAD	53
14 DE FEBRERO	99
TOTAL	836

OTROS	
MATRIMONIOS	57
BAUTIZOS	43
BABY SHOWERS	19
TOTAL	119

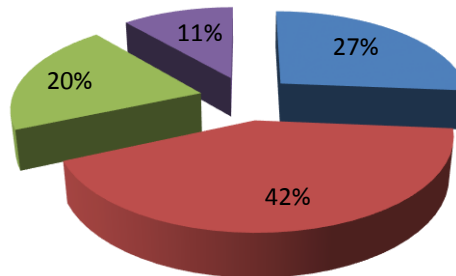
5.-¿A QUIENES SUELE DÁRSELOS?

■ MAMÁ ■ PAPÁ ■ PAREJA ■ HIJOS(AS) ■ AMIGOS(AS)



OTROS

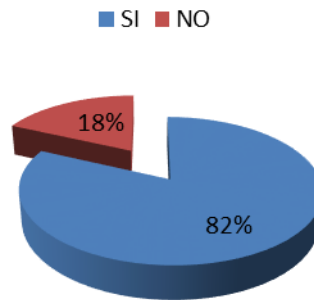
■ COMPAÑEROS DE ESTUDIO ■ COMPAÑEROS DE TRABAJO
■ HERMANOS(AS) ■ FAMILIARES



MAMÁ	298
PAPÁ	145
PAREJA	267
HIJOS(AS)	48
AMIGOS(AS)	89

OTROS	
COMPAÑEROS DE ESTUDIO	35
COMPAÑEROS DE TRABAJO	56
HERMANOS(AS)	27
FAMILIARES	15

6. ¿LE PARECE LIMITADAS LAS OPCIONES DE OBSEQUIOS QUE ENCUENTRA

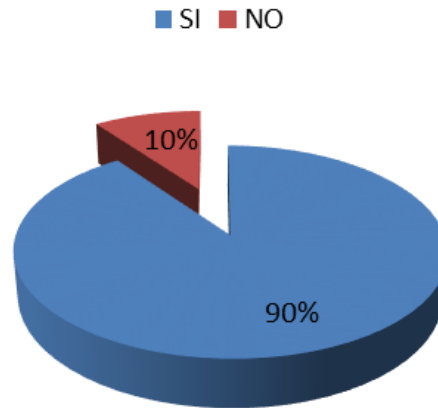


¿Por qué?

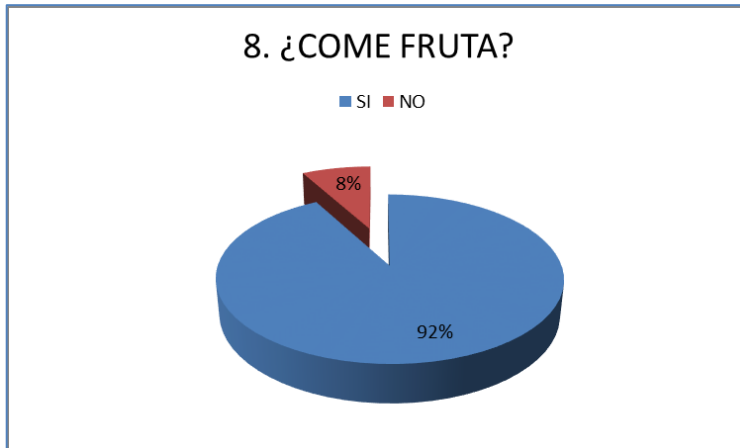
SI	NO
ME GUSTARIA REGALAR ALGO FUERA DE LO COMUN	ENCUENTRO VARIEDAD
NO SE ENCUENTRA VARIEDAD	HAY MUCHOS LUGARES PARA BUSCAR OBSEQUIOS
HAY MUCHO DE LO MISMO NO HAY INNOVACION, SOLO LO TRADICIONAL	ENCUENTRO LO QUE BUSCO

SI	289
NO	64
TOTAL	353

7.¿LE INTERESARÍA OBSEQUIAR ALGO NO CONVENCIONAL?

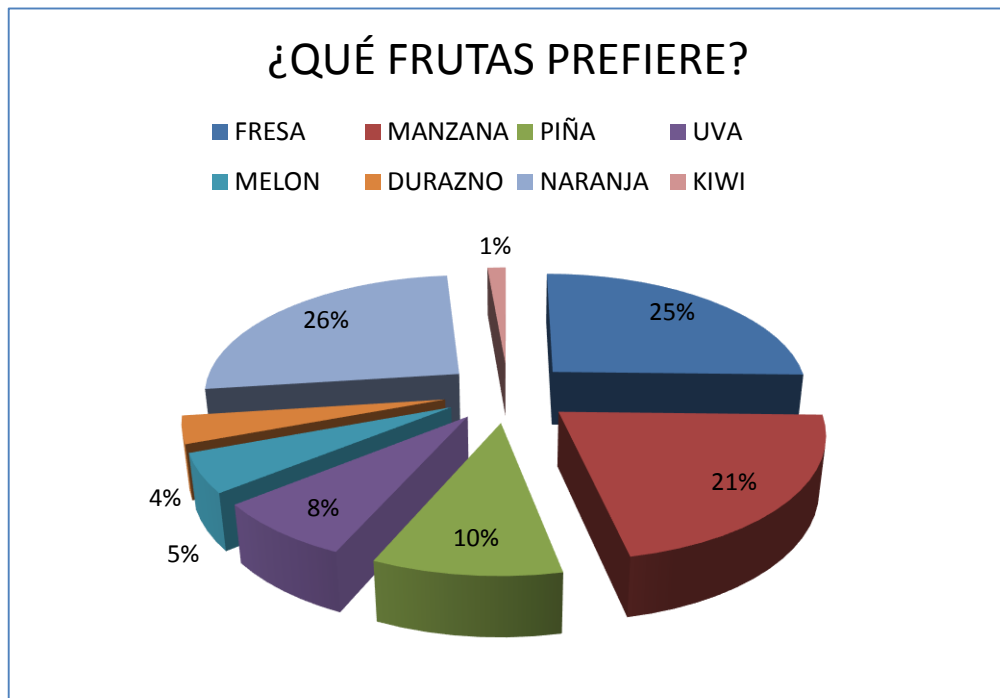


SI	318
NO	35
TOTAL	353

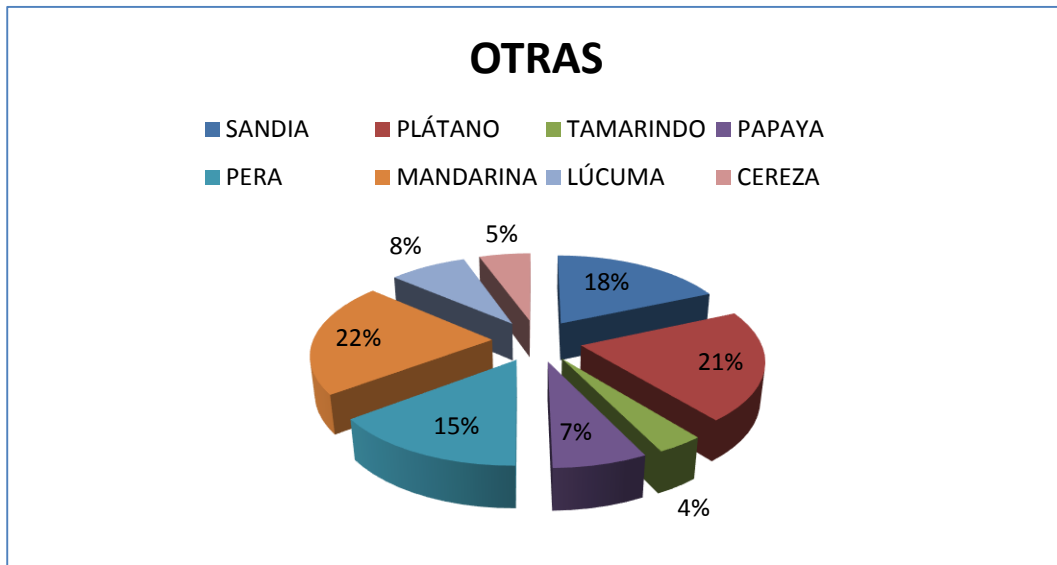


SI	325
NO	28
TOTAL	353

¿Qué frutas prefiere?



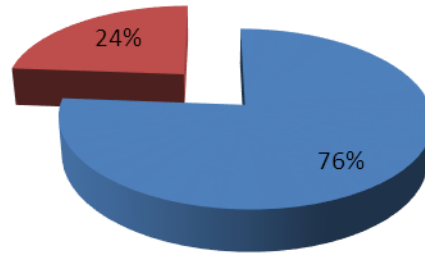
FRESA	224
MANZANA	189
PIÑA	87
UVA	67
MELON	45
DURAZNO	32
NARANJA	227
KIWI	12



OTRAS	
SANDIA	47
PLÁTANO	53
TAMARINDO	9
PAPAYA	18
PERA	38
MANDARINA	55
LÚCUMA	21
CEREZA	14

9. ¿LE INTERESARÍA ADQUIRIR UN PRODUCTO A BASE DE FRUTA FRESCA?

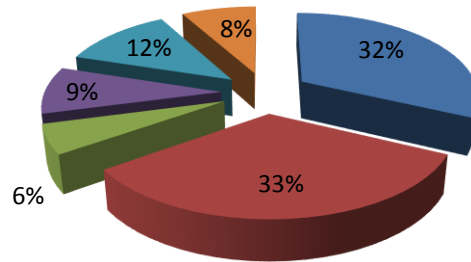
■ SI ■ NO



SI	269
NO	84
Total	353

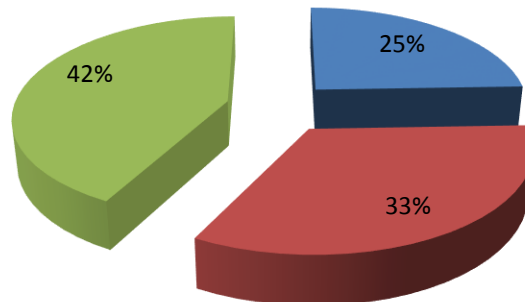
10. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS APRECIARÍA EN UN PRODUCTO COMO ESTE?

■ CALIDAD ■ FRESCURA ■ TAMAÑO
■ PRESENTACIÓN ■ FORMAS ESPECIALES ■ AGREGADOS



OTRAS

■ OLOR ■ SABOR ■ ORIGINALIDAD

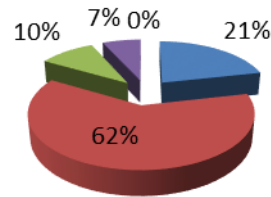


CALIDAD	309
FRESCURA	321
TAMAÑO	54
PRESENTACIÓN	87
FORMAS ESPECIALES	116
AGREGADOS	78

OTRAS	
OLOR	56
SABOR	76
ORIGINALIDAD	97

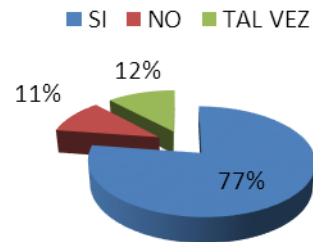
11.¿QUÉ OPINA RESPECTO A LA POSIBILIDAD DE HACER UN REGALO A BASE DE FRUTA FRESCA COMO ARREGLO FRUTAL PARA UN...

■ MUY BUENO ■ BUENO ■ REGULAR ■ INDIFERENTE ■ MALO



MUY BUENO	76
BUENO	218
REGULAR	35
INDIFERENTE	24
MALO	0
TOTAL	353

12. ¿ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR
ESTE PRODUCTO DE UNA EMPRESA
QUE LE BRINDARA GARANTÍA DE
CALIDAD, HIGIENE, SEGURIDAD,...

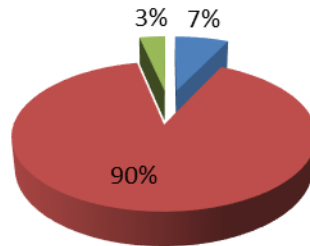


¿Por qué?

SI	273
NO	38
TAL VEZ	42
TOTAL	353

13. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PRODUCTO COMO ESTE?

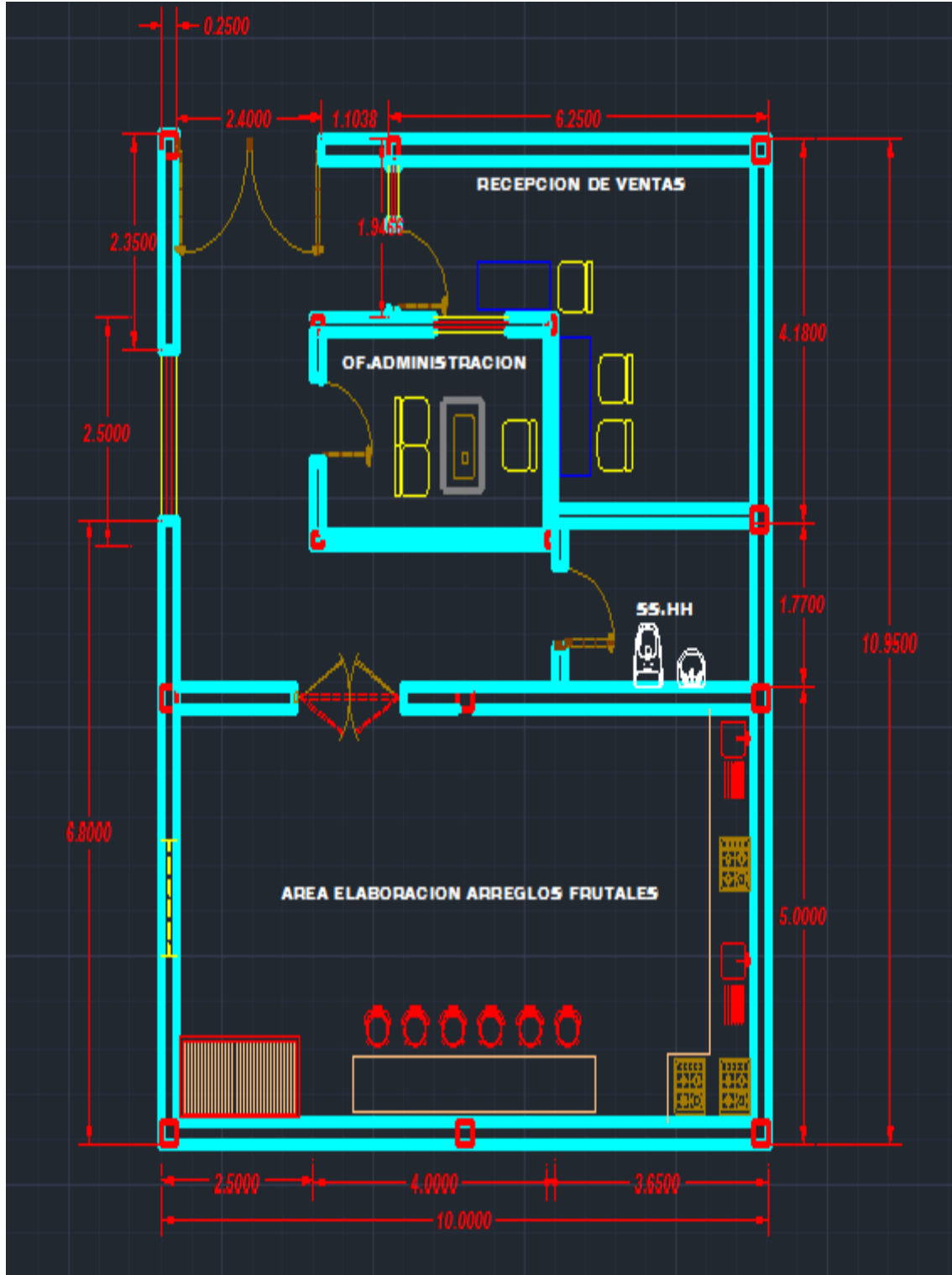
■ S./180 a MÁS ■ S./120 - S./160 ■ S./60 - S./100



S./180 a MÁS	25
S./120 - S./160	316
S./60 - S./100	12
TOTAL	353

Anexo N° 06

Plano:



Anexo N° 07

Uniformes de operarios y recepcionista (ventas):



Uniforme recepcionista (ventas):

