



**FACULTAD DE NEGOCIOS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

**“ESTUDIO DE PRE - FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA EMPRESA PARA EL SERVICIO DE MUDANZA, EN LA CIUDAD  
DE TRUJILLO”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**Br. Salinas Burgos, Nelva Rosmery**

**ASESORA:**

**Br. Terán Iparraguirre, María Victoria**

**Trujillo – Peru**

**Diciembre, 2013**

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios por  
iluminarme en el camino de toda mi vida.

Y por supuesto dedicar este trabajo a mis padres  
Máximo y Rosalía, por su cariño paciencia y  
confianza. Por sus buenos consejos y apoyo  
incondicional.

Salinas Burgos, Nelva Rosmery.

## AGRADECIMIENTO

A mis compañeros y amigos, con quienes compartimos buenos momentos e inolvidables recuerdos.

A la Universidad Privada del Norte por su calidad acogida y ser como un segundo hogar donde me forme como profesional

## PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

---

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada del Norte someto a vuestra consideración y elevado criterio el trabajo titulado **“Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa de mudanza, en la ciudad de Trujillo”** con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Esperando que el trabajo cumpla con los requisitos establecidos, considero propicia la oportunidad para expresar mi profundo agradecimiento a ustedes y a todos los profesores por las enseñanzas impartidas en el desarrollo de mi formación profesional, durante mi permanencia en esta prestigiosa universidad.

Trujillo, diciembre de 2013.

## Tabla de contenidos

CAPÍTULO I: 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 Ejecutor.....	5
CAPÍTULO II: 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.....	14
2.2 Investigación de mercado .....	15
2.2.1 Metodología utilizada .....	15
2.2.2 Fuentes de información.....	16
2.2.3 Definición y caracterización del cliente y/o consumidor.....	16
2.2.4 Segmentación.....	17
2.2.5 Análisis de la demanda .....	17
2.2.5.1 Producto básico, real y aumentado .....	17
2.2.5.2 Demanda histórica y actual.....	18
2.2.5.3 Variables que afectan a la demanda .....	19
2.2.5.4 Demanda proyectada.....	19
2.2.6 Análisis de la oferta .....	19
2.2.6.1 Identificación de la competencia.....	19
2.2.6.2 Oferta histórica y presente .....	20

2.2.6.3	Variables que afectan a la oferta .....	20
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 .....	23
2.3	Análisis de la comercialización .....	23
2.3.1	Marketing mix usado por la competencia .....	23
2.3.1.1	Cualidad intrínseca .....	23
2.3.1.2	Costo para el cliente .....	23
2.3.1.3	Conveniencia .....	24
2.3.1.4	Comunicación .....	24
2.3.2	Análisis del mercado proveedor .....	29
2.3.2.1	Identificación y caracterización .....	29
2.3.2.2	Criterios de selección .....	32
2.3.2.3	Evaluación y selección .....	32
2.3.3	Canales y medios .....	37
2.3.3.1	Identificación .....	37
2.3.3.2	Caracterización de actores según canal y medio .....	37
2.3.3.3	Condiciones de acceso .....	38
2.3.3.4	Criterios de selección .....	38
2.3.3.5	Evaluación y selección .....	39
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO .....		40
3.1	Especificaciones técnicas del producto .....	41
3.2	Ingeniería básica .....	41
3.2.1	Descripción de procesos .....	41
3.2.1.1	Mapa de interacción de procesos .....	43
3.2.1.2	Procesos principales .....	43
3.2.2	Producción y capacidad .....	64
3.2.2.1	Tiempo de ciclo .....	64
3.2.2.2	Balance en línea .....	64
3.2.2.3	Posibles cuellos de botella .....	64
3.2.2.4	Programa de producción por tipo de servicio .....	64
3.2.2.5	Capacidad máxima y normal .....	65
3.2.2.6	Criterios y porcentajes de ocupabilidad .....	65
3.2.3	Descripción de tecnologías .....	66
3.2.3.1	Maquinaria y equipo .....	66

3.2.3.2	Mobiliario y herramientas.....	68
3.2.3.3	Software y similares.....	68
3.3	Centro de operaciones .....	69
3.3.1	Macro y Micro-localización.....	69
3.3.1.1	Macro- localización .....	69
3.3.1.2	Micro localización .....	70
3.3.2	Descripción de terrenos, inmueble e instalaciones fijas .....	73
3.3.3	Diseño de edificaciones e instalaciones.....	74
CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL.....		76
4.1	Constitución de la sociedad .....	77
4.1.1	Forma sociedad e implicancias .....	77
4.1.2	Proceso de constitución .....	79
4.1.3	Costo de constitución.....	81
4.2	Tasas y servicios regulares .....	82
4.2.1	Licencias y permisos.....	82
4.2.2	Anuncios publicitarios y similares.....	83
4.2.3	Regulación sectorial.....	84
4.2.4	Registros de asociaciones y vinculaciones .....	84
4.2.5	Costos por tasa y servicios regulados .....	84
4.3	Demás aspectos legales .....	85
4.3.1	Aspectos laborales .....	85
4.3.2	Aspectos tributarios .....	85
4.3.3	Registro de marca .....	86
4.3.4	Regulación sanitaria y ambiental.....	88
4.3.5	Regulación sobre salud y seguridad ocupacional .....	88
4.3.6	Costos de los demás aspectos legales .....	88
CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....		89
5.1	Planeamiento estratégico .....	90
5.1.1	Misión.....	90
5.1.2	Visión.....	90
5.1.3	Objetivos estratégicos.....	90
5.1.3.1	Perspectiva financiera.....	90
5.1.3.2	Perspectiva cliente .....	90
5.1.3.3	Perspectiva de operaciones y procesos .....	90
5.1.3.4	Perspectiva de organización y aprendizaje .....	90
5.1.4	Análisis FODA .....	90

5.1.5	Matriz EFE y EFI.....	92
5.1.6	Análisis de la competitividad del proyecto.....	94
5.1.7	Estrategia de entrada y crecimiento.....	94
5.1.8	Estructura organizacional.....	96
5.2	Plan de mercadotecnia.....	99
5.2.1	Plan de crecimiento comercial.....	99
5.2.2	Mercado meta.....	100
5.2.3	Cualidad intrínseca.....	100
5.2.4	Costo para el cliente.....	101
5.2.5	Conveniencia.....	101
5.2.6	Comunicación.....	101
5.2.7	Posicionamiento.....	104
5.2.8	Presupuesto de marketing.....	104
5.3	Equipo de trabajo.....	105
5.3.1	Descripción de posiciones.....	105
5.3.2	Manual de organización y funciones.....	105
5.3.3	Proceso de reclutamiento y selección.....	105
5.3.4	Plan de desarrollo del personal y monitoreo.....	106
5.3.5	Política y fijación de remuneración.....	106
CAPÍTULO VI: ESTUDIOS DE COSTOS.....		108
6.1	Inversiones.....	109
6.1.1	Inversiones en activo fijo.....	109
6.1.2	Inversiones en activo intangible.....	111
6.1.3	Inversiones de capital de trabajo.....	111
6.2	Costos y gastos proyectados.....	113
6.2.1	Materiales directos.....	113
6.2.2	Mano de obra directa.....	115
6.2.3	Costos y gastos indirectos.....	115
6.2.4	Gastos de administración.....	115
6.2.5	Gastos de ventas.....	116
6.2.6	Otros gastos: pre operativos.....	117
6.2.7	Depreciación del activo fijo.....	117
6.2.8	Amortización de intangibles.....	117
6.3	Financiamiento.....	118
6.3.1	Estructura de capital.....	118
6.3.2	Alternativas de financiamiento externo.....	118



6.3.3	Criterios de selección de fuentes de financiamiento.....	118
6.3.4	Amortización de deuda .....	119
6.4	Ingresos proyectados .....	120
6.4.1	Ingresos por ventas .....	120
6.4.2	Recuperación de capital de trabajo .....	121
6.4.3	Valor de desecho neto.....	121
CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONÓMICA .....		122
7.1	Supuestos generales.....	123
7.2	Flujo de caja proyectado.....	123
7.2.1	Flujo de caja operativo.....	123
7.2.2	Flujo de capital.....	123
7.2.3	Flujo de caja económico .....	124
7.2.4	Flujo de deuda.....	124
7.2.5	Flujo de caja financiero.....	125
7.3	Determinación de la tasa de descuento.....	125
7.3.1	Costo de oportunidad de capital.....	125
7.3.2	Costo promedio ponderado de capital.....	126
7.4	Estados proyectados .....	126
7.4.1	Balance General.....	126
7.4.2	Estado de Ganancias y Pérdidas .....	128
7.5	Rentabilidad.....	128
7.5.1	Indicadores de rentabilidad.....	128
7.5.2	Punto de equilibrio para el horizonte del proyecto .....	129
7.5.3	Periodo de recuperación de capital .....	129
7.6	Análisis de sensibilidad .....	130
7.6.1	VARIABLES DE ENTRADA.....	130
7.6.2	Análisis unidimensional.....	130
7.6.3	Análisis multidimensional .....	131
7.6.4	Conclusiones del análisis.....	131
7.7	Factores críticos de riesgo y éxito .....	132
7.7.1	Descripción .....	132
7.7.2	Plan de contingencia y aseguramiento.....	132
CAPITULO VIII: CONCLUSIONES .....		133
CAPITULO IX: RECOMIENDACIONES .....		135
REFERENCIAS .....		137
ANEXOS.....		139

## Lista de cuadros

CUADRO N° 1: Región La Libertad: Producto Bruto Interno.....	9
CUADRO N° 2: Indicador de actividad económica regional 1/ 2/.....	10
CUADRO N° 3: Indicador de actividad económica regional 1/ 2/.....	11
CUADRO N° 4: Inflación en el Perú .....	12
CUADRO N° 5: Inflación por grandes grupos de consumo.....	13
CUADRO N° 6: Población de Trujillo.....	16
CUADRO N° 7: Población de familias realiza mudanza .....	18
CUADRO N° 8: Frecuencia de realización de mudanza por año.....	18
CUADRO N° 9: Demanda actual.....	18
CUADRO N° 10: Demanda proyectada a 5 años.....	19
CUADRO N° 11: Oferta actual del proyecto .....	20
CUADRO N° 12: Oferta total proyectada.....	21
CUADRO N° 13: Mercado potencial.....	21
CUADRO N° 14: Mercado disponible.....	22
CUADRO N° 15: Mercado efectivo.....	22
CUADRO N° 16: Mercado objetivo proyectado.....	22
CUADRO N° 17: Marketing mix usado por la competencia .....	28
CUADRO N° 18: Identificación y caracterización de proveedores .....	29
CUADRO N° 19: Selección de proveedor de cajas especiales.....	33
CUADRO N° 20: Selección de proveedor de maquinaria y herramientas .....	34
CUADRO N° 21: Selección de proveedor de artículos para escritorio.....	34
CUADRO N° 22: Selección de proveedores muebles de oficina.....	35
CUADRO N° 23: Selección de proveedores de materiales de embalaje.....	35
CUADRO N° 24: Selección de proveedores de materiales e insumos directos .....	36
CUADRO N° 25: Selección de proveedores de vehículo.....	36
CUADRO N° 26: Selección de proveedores software .....	37
CUADRO N° 27: Caracterización de actores según canal y medio .....	38
CUADRO N° 28: Condiciones de acceso de los canales .....	38
CUADRO N° 29: División por capacidad instalada.....	64
CUADRO N° 30: Programa de producción por tipo de servicio.....	64
CUADRO N° 31: Tiempo de ciclo por tipo de servicio .....	65

---

CUADRO N° 32: Capacidad normal de servicio .....	65
CUADRO N° 33: Ocupabilidad .....	65
CUADRO N° 34: Ocupabilidad por servicio .....	66
CUADRO N° 35: Relación de maquinaria y equipo .....	66
CUADRO N° 36: Relación de materiales por tipo de servicio.....	67
CUADRO N° 37: Relación de mobiliario .....	68
CUADRO N° 38: Relación de herramientas .....	68
CUADRO N° 39: Relación de equipos y procesamiento de datos .....	69
CUADRO N° 40: Evaluación de alternativas de localización.....	72
CUADRO N° 41: Descripción inmueble e instalaciones fijas .....	73
CUADRO N° 42: Constitución de la empresa.....	81
CUADRO N° 43: Gastos en licencia de funcionamiento .....	82
CUADRO N° 44: Gastos por derechos en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones .....	83
CUADRO N° 45: Gastos por anuncios publicitarios.....	83
CUADRO N° 46: Certificado de habitabilidad .....	84
CUADRO N° 47: Gastos en libros de planillas.....	85
CUADRO N° 48: Gastos en registro de marca.....	87
CUADRO N° 49: Análisis FODA.....	92
CUADRO N° 50: Matriz EFE .....	93
CUADRO N° 51: Matriz EFI .....	94
CUADRO N° 52: Presupuesto de marketing.....	105
CUADRO N° 53: Planilla del personal .....	108
CUADRO N° 54: Inversión en activo fijo.....	110
CUADRO N° 55: Inversión en activo intangible .....	111
CUADRO N° 56: Capital de trabajo .....	112
CUADRO N° 57: Resumen de inversiones .....	112
CUADRO N° 58: Costo de la materiales directos.....	113
CUADRO N° 59: Materiales directos según item .....	113
CUADRO N° 60: Costo de la mano de obra directa .....	114
CUADRO N° 61: Gastos indirectos de prestación de servicios .....	114
CUADRO N° 62: Gastos de administración .....	115
CUADRO N° 63: Gastos de ventas .....	116
CUADRO N° 64: Depreciación del activo fijo .....	116
CUADRO N° 65: Amortización de intangibles.....	117
CUADRO N° 66: Estructura de financiamiento.....	117

---

CUADRO N° 67: Alternativos de financiamiento .....	118
CUADRO N° 68: Fuente de financiamiento elegida.....	118
CUADRO N° 69: Amortización de la deuda en términos reales.....	119
CUADRO N° 70: Amortización de la deuda en términos nominales.....	119
CUADRO N° 71: Estructura de precios .....	120
CUADRO N° 72: Ingreso por ventas .....	120
CUADRO N° 73: Recuperación del capital de trabajo.....	121
CUADRO N° 74: Valor de desecho .....	121
CUADRO N° 75: Supuestos.....	123
CUADRO N° 76: Flujo de caja operativo .....	123
CUADRO N° 77: Flujo de capital .....	124
CUADRO N° 78: Flujo de caja económico.....	124
CUADRO N° 79: Flujo de deuda .....	125
CUADRO N° 80: Flujo de caja financiero .....	125
CUADRO N° 81: Determinación del costo de oportunidad.....	126
CUADRO N° 82: Costo promedio ponderado del capital .....	126
CUADRO N° 83: Balance General .....	127
CUADRO N° 84: Estado de Ganancias y Pérdidas.....	129
CUADRO N° 85: VANE, VANF, TIRE y TIRF .....	130
CUADRO N° 86: Punto de equilibrio .....	130
CUADRO N° 87: Periodo de recuperación de capital.....	130
CUADRO N° 88: Análisis bidimensional del VANF real .....	131
CUADRO N° 89: Análisis bidimensional del TIRF real.....	132

### Lista de gráficos

GRÁFICO N° 1: PBI La Libertad .....	10
GRÁFICO N° 2: Mapa de interacción de procesos .....	42
GRÁFICO N° 3: Flujograma de los procesos de operaciones.....	43
GRÁFICO N° 4: Flujograma de los procesos de la venta .....	44
GRÁFICO N° 5: Organigrama estructural .....	98
GRÁFICO N° 6: Organigrama funcional .....	99

## Lista de figuras

FIGURA N° 1: Cronología del proyecto .....	5
FIGURA N° 2: Contacto con la empresa.....	45
FIGURA N° 3: La empresa brinda información al cliente .....	45
FIGURA N° 4: Visita de representante de la empresa al domicilio del cliente.....	46
FIGURA N° 5: Conformidad y pago del servicio .....	47
FIGURA N° 6: Ejecución del servicio .....	47
FIGURA N° 7: Programación de la unidad de transporte .....	48
FIGURA N° 8: Estiba de muebles a la unidad de transporte.....	49
FIGURA N° 9: Descarga de muebles y enseres en destino.....	49
FIGURA N° 10: Firma de la conformidad del servicio.....	50
FIGURA N° 11: Tipos de embalaje.....	51
FIGURA N° 12: Cartón corrugado.....	52
FIGURA N° 13: Cajas de cartón .....	52
FIGURA N° 14: Caja de cartón porta platos .....	53
FIGURA N° 15: Caja de cartón porta vasos.....	53
FIGURA N° 16: Film para embalaje.....	54
FIGURA N° 17: Cinta de embalaje .....	54
FIGURA N° 18: Cinta de embalaje - frágil .....	55
FIGURA N° 19: Caja de madera tipo 1 .....	55
FIGURA N° 20: Caja de madera tipo 2.....	56
FIGURA N° 21: Plástico burbuja.....	56
FIGURA N° 22: Etiquetas adhesivas .....	57
FIGURA N° 23: Planchas de tecnopor.....	57
FIGURA N° 24: Cajas de tecnopor .....	58
FIGURA N° 25: Manta.....	58
FIGURA N° 26: Acondicionamiento de productos.....	59
FIGURA N° 27: Presentación de embalaje .....	60
FIGURA N° 28: Manipulación de embalaje 1.....	60
FIGURA N° 29: Manipulación de embalaje 2.....	61
FIGURA N° 30: Programación de personal .....	61
FIGURA N° 31: Ejecución del embalaje.....	62

---

FIGURA N° 32: Firma de conformidad .....	62
FIGURA N° 33: Camión marca Hino de 7.5 toneladas de capacidad.....	67
FIGURA N° 34: Macro localización .....	70
FIGURA N° 35: Micro localización.....	72
FIGURA N° 36: Diseño de edificaciones e instalaciones .....	74
FIGURA N° 37: Diseño de oficina atención al cliente.....	75
FIGURA N° 38: Llaveros "MuDDATTE" .....	103
FIGURA N° 39: Polo "MuDDATTE" .....	104
FIGURA N° 40: Gorro "MuDDATTE" .....	104

**Anexos**

ANEXO N° 1: Encuesta de investigación (familias).....	141
ANEXO N° 2: Resultado de la investigación.....	145
ANEXO N° 3: Encuesta a empresas competidoras .....	155
ANEXO N° 4: Cotización de vehículo .....	156
ANEXO N° 5: Cotización de furgón .....	157
ANEXO N° 6: Vehículo con sistema de elevación hidráulico .....	159
ANEXO N° 7: Cotización de anuncio en el periódico .....	160
ANEXO N° 8: Cotización de central telefónica .....	161
ANEXO N° 9: Reglamento de seguridad y salud.....	163
ANEXO N°10: Manual de organización y funciones.....	165
ANEXO N°11: Empresas competidoras.....	169
ANEXO N° 12: Capacidad instalada de empresas de la competencia .....	170
ANEXO N° 13: Tasa de crecimiento poblacional por departamentos .....	171
ANEXO N° 14: Reporte de inflación .....	172
ANEXO N° 15: Parámetro Rf .....	173
ANEXO N° 16: Riesgo País .....	174



## Resumen ejecutivo

Se plantea crear la empresa **MuDDATTE S.A.C.** para atender a los habitantes de la ciudad de Trujillo en servicio de mudanza, embalaje y embalaje / mudanza. El objetivo es determinar la viabilidad económica y financiera para la implementación de la empresa en mención.

**MuDDATTE S.A.C.** aprovechará la baja competencia formal en el sector de mudanzas a nivel local (se identificaron pocos competidores formales), el bajo reconocimiento de nombres de empresas (79.59% de los encuestados no conocen una empresa de mudanza formal) y el creciente mercado del sector construcción (que ascendió a 7.3% el último año) son factores claves a considerar para la creación de la empresa en proyecto. La diferenciación de **MuDDATTE S.A.C.** radica en otorgar un servicio de mudanza, embalaje y embalaje/mudanza según lo requiera el cliente, con personal altamente calificado evitando al cliente todas las complicaciones que trae consigo una mudanza convencional.

El 59% de las personas encuestadas muestra interés en contratar el servicio de embalaje y mudanza, el 57% muestra interés en contratar el servicio de mudanza y 52% de las personas encuestadas muestra interés en contratar el servicio de embalaje.

El mercado objetivo al cual se dirigirá la empresa serán las 45,282 familias que contrataran 1,140 servicios el primer el año, de los distritos de Trujillo y Víctor Larco Herrera.

La empresa en proyecto tendrá una capacidad máxima de 1200 servicios para lo cual se requiere una inversión de S/. 329,676.00 que será financiada en un 60% con aporte propio y 40% con préstamo del Banco de Crédito para capital de trabajo y del Banco Scotiabank para Activo Fijo. Dicha inversión se recuperará en 2 años.

El presente trabajo concluye que el proyecto es rentable, teniendo en cuenta el Costo Promedio Ponderado de Capital de 10.68%, dando como resultado los siguientes indicadores financieros:

VANE S/. 223,642.00

VANF S/.,225,993.00

TIRE 29.18%

TIRF 58.72%

### ABSTRACT

We propose to create **MuDDATTE S.A.C.** Company, to provide Trujillo citizens with moving service, packing service and packing & moving service. The objective is to determine the economic and financial viability for the implementation of the company mentioned above.

**MuDDATTE S.A.C.** will take advantage of the low level of competence in the field of local movers (we have identified few competitors), low brand recognition (79.59% of respondents did not know a formal moving company) and the growth of the construction sector (which has raise on 7.3% last year) these are key factors to consider the creation this project. **MuDDATTE S.A.C.** differentiation lies in granting a moving service, packing service and packing & moving service as required by the customer, with highly qualified personnel in order to avoid any complications that conventional moving service may cause to the costumer.

The 35.48% of respondents showed interest in hiring the moving service, the 23.23% interest in hiring the packing service and 41.29% of respondents show interest in hiring has shown the packing & moving service.

The target markets to which the company will lead are the 45,282 families would hired 1,140 services the first year on the districts of Trujillo and Victor Larco Herrera.

The project will be able to provide 1200 services which requires an investment of S/. 329,676.00 Which will be financed 60% of own resources and 40% provided by a loan from Banco de Credito working capital and a loan from Scotiabank to be used as fixed asset. This investment will be earned back in two years.

This study concludes that the project is profitable, taking into account the WACC of 10.68%, resulting in the following financial ratios:

VANE S/. 223,642.00

VANF S/.225,993.00

TIRE 29.18%

TIRF 58.72%

**CAPÍTULO I:**  
**GENERALIDADES**

## 1.1. Nombre de la Empresa y Marca Distintiva

### a) Nombre:

Para otorgar el nombre a la empresa, se ha considerado la originalidad, claridad, simpleza y atractivo; ya que del nombre dependerá gran parte del éxito y vida de nuestro proyecto lo cual permitirá a los clientes identificar el servicio con facilidad.

**MuDDATTE S.A.C.** nombre con el que se consigue identificar el propósito de la empresa, brindar el mejor servicio de mudanza, embalaje y mudanza y embalaje.

**SLOGAN.**

***¡Tu Mejor Opción!***

### b) Marca:

La marca además de ser un signo de propiedad de la empresa, permitirá a los clientes identificar con mayor rapidez el servicio que necesitan, tomar la decisión de compra fácilmente y sentir la seguridad que obtendrán un servicio de calidad.

Para el proyecto se ha considerado como marca el nombre "MuDDATTE"



## 1.2. Concepto del negocio

El proyecto está enmarcado en el área de servicios de transporte y brindará el servicio de mudanza a personas naturales que por diversos motivos trasladan muebles y enseres dentro de la ciudad de Trujillo.

El servicio consistirá en el servicio de mudanza puerta a puerta para familias. Incluye embalaje, flete al lugar de destino en modernos camiones con carrocería cerrada.

El servicio de mudanzas tendrá las siguientes características:

- Calidad del servicio
- Responsabilidad
- Garantía

### 1.3. Sector – Industria

Transporte de mudanzas

Código CIU: 4923

### 1.4. Justificación

El dinamismo de la economía regional caracterizado por el ingreso al mercado de nuevas empresas comerciales, industriales y de servicios ha generado el flujo migratorio de profesionales y técnicos para desempeñarse en los nuevos cargos que se ofrecen; asimismo, empresas de diversos rubros han establecido sucursales y matrices en nuestra ciudad.

Este hecho ha requerido el traslado de bienes muebles, equipos y materiales de otras ciudades especialmente de la capital de la república, así como al interno de la región, debiendo contratar empresas de transporte de carga, las que en su mayoría no están especializadas en las mudanzas.

En este contexto se justifica la creación e implementación de una empresa que brinda el servicio de mudanzas en la ciudad de Trujillo a las familias que lo requieran.

### 1.5. Posibles barreras de entrada y salida

#### **Barrera de entrada**

Financiamiento: La apertura de un negocio innovador trae consigo un elevado riesgo y baja confianza por parte de las instituciones bancarias, esto generaría una barrera de apertura al proyecto de inversión; se tiene previsto la negociación directa con inversionistas privados para la puesta en marcha del negocio.

Local: En este aspecto la empresa no requiere instalaciones sofisticadas, ni una ubicación exigente.

Competencia: La existencia de competencia por empresas como: Amab Cargo, Turismo Días, Embalajes Orión, Vasrom E.I.R.L, Different E.I.R.L, Embalajes y Mudanza Jireh entre otras que realizan el servicio de mudanza como servicio colateral a su actividad principal, pero dado su envergadura son competidores a considerar. Las empresas informales de carga de todo tipo de productos también son los mayores competidores a los que se enfrentara la empresa debido a los precios bajos que brindan.

## **Barreras de salida**

No existen impedimentos legales para llevar a cabo el proyecto y tampoco existen penalidades por cerrar la empresa y salir del sector.

### **1.6. Objetivos del estudio**

#### **General**

Demostrar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto

#### **Específicos**

- Cuantificar la demanda potencial y dirigida del servicio de mudanza en el área de influencia del proyecto.
- Definir el tamaño y localización de la empresa de mudanzas en proyecto con respecto a la demanda establecida.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.
- Determinar las inversiones totales y el financiamiento que generan este tipo de servicios, para obtener elementos de juicio que posibiliten una racional toma de decisiones que nos lleve a concretizar el proyecto en estudio.

### **1.7. Horizonte de evaluación**

El Horizonte de evaluación para **MuDDATTE S.A.C.** será de 5 años, a partir de la puesta en marcha del proyecto, teniendo en cuenta que se ha realizado en base a la confiabilidad de los datos proyectados y pronósticos investigados.

## 1.8. Cronología del proyecto

**Figura N° 1: Cronología del proyecto**

AÑO	2013				2014				2015				2016				2017				2018	
TRIMESTRE	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
I. Estudio de pre-factibilidad	■	■	■																			
II. Inicio del proyecto				■																		
III. Desarrollo del proyecto					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
IV. Cierre del proyecto																						■

Elaboración Propia

## 1.9. Ejecutora:

Br. Salinas Burgos, Nelva Rosmery.

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



---

## 2.1. Análisis del entorno

El objetivo del análisis del entorno es la captación de la información para aportar fuentes de oportunidades y amenazas, en el desarrollo presente y futuro de las estrategias de la empresa.

Es necesario contar con herramientas específicas orientadas a facilitar la recopilación y el análisis de la información, las mismas que deben ser precisas y simples; puesto que un exceso de información, puede ser inviable de analizar y asimilar.

### 2.1.1. Macro entorno

#### 2.1.1.1 Factores legales

El proyecto estará comprendido dentro del sector transporte y comunicaciones y se desarrollará al amparo de la Ley General de Sociedades Mercantiles, que integra en su contenido el desarrollo de los caracteres relevantes de cada una de las formas societarias que se encuentran vigentes en el Perú: La Sociedad Anónima (en sus tres modalidades: Sociedad Anónima, Sociedad Anónima Cerrada y Sociedad Anónima Abierta), La Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, La Sociedad Colectiva, La Sociedad en Comandita (en sus dos modalidades: Sociedad en Comandita por Acciones y Sociedad en Comandita Simple) y la Sociedad Civil (en sus dos modalidades: Sociedad Civil Ordinaria y Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada).

Asimismo, regulará su actividad la Ley de Pequeñas y Microempresas, Ley N° 28015 que 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

Como empresa formal asumirá un grupo de tributos tales como : Impuesto a la Renta, Impuesto General a la ventas, Impuestos de Promoción Municipal, Impuesto Selectivo al Consumo, Impuesto Predial y, así como por las cargas laborales.

En lo que respecta al registro sanitario y a las normas sanitarias que el proyecto deberá cumplir están regulados nuestro país a través del Ministerio de Salud y sus unidades orgánicas.

Las normas y disposiciones vigentes en general que regulan la actividad empresarial del proyecto y que serán cumplidas estrictamente para evitar sanciones y multas, son claras, precisas y de fácil aplicabilidad por lo que la factibilidad legal del proyecto estará garantizada.

---

### 2.1.1.2 Factores económicos

La economía de la región La Libertad está sustentada en dos actividades: Minería en la agroindustria.

Al igual como ocurre con la agricultura en la franja costera de La Libertad, la minería constituye el eje económico en la sierra de la región, principalmente en Otuzco y Santiago de Chuco, donde se ubican las grandes empresas del rubro: Minera Barrick Misquichilca (Alto Chicama) y Pan American Silver (Quiruvilca), respectivamente.

**La minería**, mantuvo desde los 70 una presencia del orden del 4.5% en el PBI departamental, habiendo alcanzado, sin embargo, un punto relativamente alto (6%) a principios de los 80, para decaer luego y volver en los años recientes a sus niveles anteriores, por la crisis nacional. A partir de la década del 90 tiene un apreciable incremento, debido al auge de la minería aurífera, en la cual La Libertad ocupa el segundo lugar a nivel nacional. Este sector, conformado mayormente por medianas y pequeñas empresas, es particularmente vulnerable a las oscilaciones del mercado mundial. La minería se asienta en las zonas de sierra y ceja de selva y su producción gira principalmente sobre plata, plomo, zinc, cobre y oro.

En **la agroindustria**, sobresale el cultivo de la caña de azúcar y su industrialización en las empresas agroindustriales (ex-cooperativas agrarias) de Casagrande, Cartavio, Laredo, etc. Además cabe resaltar el desarrollo sostenible y prestigioso de su calzado dicho sea de paso uno de los mejores del país. Así mismo en La Libertad se dio inicio a la siembra del espárrago en la costa peruana, siendo desde hace décadas la región líder en producción de éste. La siembra de arroz es significativa. La producción de piña y uvas van creciendo en importancia. Destacan las crías de aves, caprinas y vacunas.

Actualmente se vive un 'boom' agroexportador en la región. Esto se debe al Proyecto Especial Chavimochic, gran obra de ingeniería hidráulica, que permite que se cultiven zonas desérticas con el direccionamiento de ríos mediante grandes canales y ramas de estos. A esto se le suma el uso de tecnologías de riego, como el riego por goteo y el control satelital. Los productos que más se producen y exportan son: Espárragos (verde, blanco, etc.), páprika, tomate, alcachofa, etc. La industria metal mecánica también está presente en la región, con la fabricación de buses para transporte de pasajeros<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Región en cifras 2010

## 1- Producto Bruto Interno (PBI)

La evolución del PBI Regional a lo largo del período 2007 - 2012, ha sido creciente, registrándose una tasa de crecimiento promedio anual de 14.00%, siendo el Sector Servicios el más representativo de la región seguido de la minería y agricultura.

El PBI al 31.12.2012, ascendió a 34,256 millones de nuevos soles, representando un incremento del 6.2% con respecto al año 2011<sup>2</sup>.

Entre los meses de enero y diciembre del 2012, el **Indicador de actividad económica regional** acumuló un crecimiento de 4,7 % interanual y se sustentó en la expansión que registraron los sectores pesca (32,5 %), servicios financieros (12,2 %), servicios gubernamentales (10,8 %), minería (10,7 %), construcción (7,3 %) manufactura (5,7%) y agropecuario (5 %). A diferencia de lo anterior, la producción de electricidad y agua se contrajo en 13,6 %<sup>3</sup>.

**CUADRO N° 1: Región La Libertad: Producto Bruto Interno**  
(En millones de nuevos soles a precios corrientes)

ACTIVIDADES	2008	2009	2010	2011	2012(e)
Agricultura	2,326	2,997	3,910	5,329	5236
Construcción	673	998	1,048	2,061	2207
Manufactura	2,678	3,261	5,325	5,397	5423
Minería	3,617	3,977	4,504	5,879	5915
Pesca	98	196	295	397	401
Servicios	10,887	11,976	12,794	14,982	15074
<b>PBI Total</b>	<b>20,279</b>	<b>23,405</b>	<b>27,876</b>	<b>34,045</b>	<b>34,256</b>

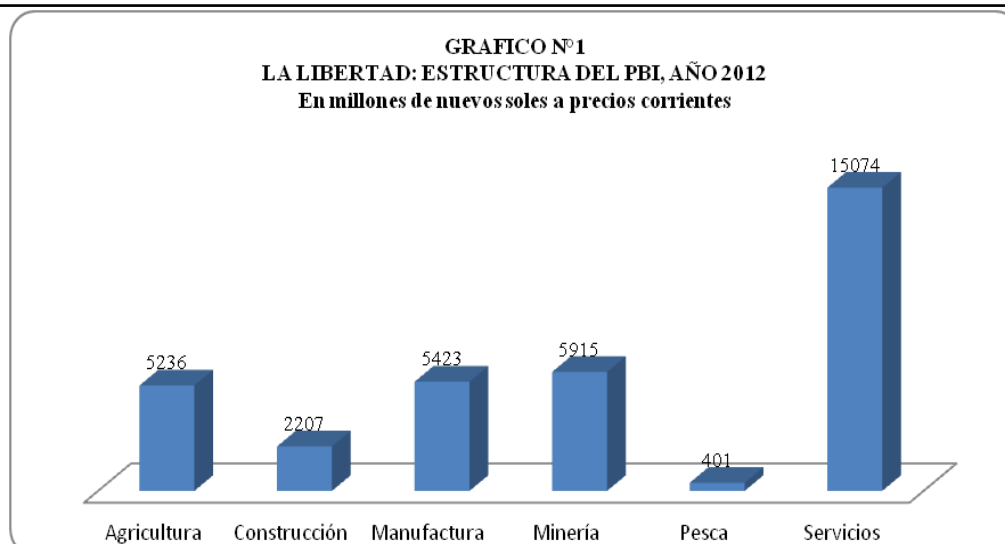
Fuente: Perú en Números 2011-Instituto Cuanto

<http://economia-hoy.blogspot.com/2012/08/pbi-peru-2012-segun-bcp.html>

<sup>2</sup> <http://economia-hoy.blogspot.com/2012/08/pbi-peru-2012-segun-bcp.html>

<sup>3</sup> BCRP-Trujillo; Síntesis Económica La Libertad, Setiembre del 2012;

Disponibile en: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/2012/sintesis-la-libertad-09-2012.pdf>; Fecha de consulta: 12/12/12.



Fuente: Cuadro No 1

<http://economia-hoy.blogspot.com/2012/08/pbi-peru-2012-segun-bcp.htm>

Es importante mencionar el crecimiento que ha tenido el sector construcción de la Región La Libertad en, 7.3%, lo cual se ve reflejado en un mayor dinamismo en la construcción de viviendas y oficinas nuevas, como por ejemplo los 11 edificios que se vienen construyendo en la urbanización el Golf, el condominio El Parque, el complejo habitacional Town Houses Los Poetas.

**CUADRO N° 2: Indicador de actividad económica regional 1/ 2/**  
(Variación porcentual respecto a similar periodo del año anterior)

SECTOR	PONDERACIÓN	ENERO - DICIEMBRE 2012	
		Var. %	Contribución
<b>Agropecuario</b>	<b>19,8</b>	<b>5,0</b>	<b>1,0</b>
Agrícola		7,0	
Pecuario		2,7	
<b>Pesca</b>	<b>0,4</b>	<b>32,5</b>	<b>0,1</b>
<b>Minería</b>	<b>12,0</b>	<b>10,7</b>	<b>1,3</b>
<b>Manufactura</b>	<b>19,3</b>	<b>5,7</b>	<b>1,1</b>
Primaria		6,2	
No primaria		5,5	
<b>Construcción</b>	<b>7,8</b>	<b>7,3</b>	<b>0,6</b>
<b>Electricidad y agua</b>	<b>0,7</b>	<b>-13,6</b>	<b>-0,1</b>
<b>Servicios gubernamentales</b>	<b>4,9</b>	<b>10,8</b>	<b>0,5</b>
<b>Servicios financieros</b>	<b>1,8</b>	<b>12,2</b>	<b>0,2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>66,7</b>	<b>4,7</b>	<b>4,7</b>

Fuente: BCR: Síntesis económica, Enero 2013

En los cinco primeros meses del año, el **indicador de actividad económica regional** registró un incremento interanual de 2,4 por ciento, como resultado de la mayor actividad en servicios gubernamentales (14,9 por ciento), construcción (14 por ciento), servicios financieros (10 por ciento), manufactura (5,8 por ciento) y agropecuario (3,9 por ciento). Atenuó la expansión, la caída que registró la pesca (-14,8 por ciento) y la minería (-11,9 por ciento) <sup>3</sup>

### CUADRO N° 3: Indicador de actividad económica regional 1/ 2/

(Variación porcentual respecto a similar periodo del año anterior)

SECTOR	PONDERACIÓN 3/	ENERO - MAYO 2013	
		Var. %	Contribución 4/
Agropecuario	19,8	3,9	0,8
Agrícola		2,1	
Pecuario		6,0	
Pesca	0,4	-14,8	-0,1
Minería	12,0	-11,9	-1,4
Manufactura	19,3	5,8	1,1
Primaria		-7,9	
No primaria		11,0	
Construcción	7,8	14,0	1,1
Electricidad y agua	0,7	0,0	0,0
Servicios gubernamentales	4,9	14,9	0,7
Servicios financieros	1,8	10,0	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>66,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>

1/ Es un indicador parcial de la actividad económica de la región que alcanza una cobertura de 66,7 por ciento del valor agregado bruto de la producción regional según cifras del INEI.  
2/ Actualizado con información al 22 de julio de 2013.  
3/ Considera la estructura productiva de la región para el año 2007 según cifras del INEI. En el caso de los servicios financieros se considera como ponderación el promedio nacional para dicho año (18 por ciento).  
4/ En puntos porcentuales.  
FUENTE: MINAG, MINEM, Gerencia Regional de la Producción, PRODUCE, SEDALIB, MEF, SBS y Empresas.  
ELABORACIÓN: BCRP, Sucursal Trujillo, Departamento de Estudios Económicos.

Fuente: BCR. Síntesis Económica Julio 2013

## 2- Inflación

Según información obtenida de la página web del INEI, la inflación anual del país al 31/12/2011 fue del 4.74% frente al 2.08% logrado al 31/12/2012, significando una disminución del 44.09% con respecto al año anterior.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática

La región La Libertad registra una tasa inflacionaria ascendente al 7.88% en el año 2011, mientras que en el año 2012 fue de 4.11%. Dicha tasa es superior a la tasa nacional en 55.09%.<sup>5</sup>

Trujillo ocupa el puesto 12 en el ranking de las 25 ciudades más importantes del país; mientras que la ciudad de Iquitos es la que tiene la menor tasa inflacionaria: 5.39% anual<sup>6</sup>.

**CUADRO N° 4: Inflación en el Perú año 2012**

AÑO	MESES	INDICE GENERAL %	VAR. % MENSUAL	VAR. % ACUMULADA	VAR. % 12 meses
2012	Prom	108.79			3.66
	Ene.	106.92	-0.10	-0.10	4.23
	Feb.	107.26	0.32	0.22	4.17
	Mar.	108.09	0.77	0.99	4.23
	Abr.	108.66	0.53	1.53	4.08
	May.	108.70	0.04	1.57	4.14
	Jun.	108.66	-0.04	1.53	4.00
	Jul.	108.76	0.09	1.62	3.28
	Ago.	109.31	0.51	2.14	3.53
	Set.	109.91	0.54	2.69	3.74
	Oct.	109.73	-0.16	2.53	3.25
	Nov.	109.58	-0.14	2.38	2.66
	Dic.	109.86	0.26	2.65	2.65

Fuente: BCR. Estadísticas mensuales al 30/01/13

En julio, el índice de precios al consumidor, en la ciudad de Trujillo, aumentó 0,08 por ciento, frente al mes anterior y acumuló una inflación anual de 2,18 por ciento.

<sup>5</sup> INEI.gob.pe

<sup>6</sup> Cuadro N° 1

La inflación del mes estuvo definida, principalmente, por incremento de precios en el grupo Alimentos y bebidas (1 por ciento). Los productos alimenticios que más subieron de precio fueron el pepinillo (34,6 por ciento), palta fuerte (17,6 por ciento), tolo (16,1 por ciento), canela entera (14,1 por ciento) y papa de color (12,8 por ciento).

**CUADRO N° 5: Ciudad de Trujillo: Inflación por grandes grupos de consumo - julio 2013**

	Ponderación <sup>1/</sup>	Variación porcentual		
		Mensual	Acumulada <sup>2/</sup>	Anualizada <sup>3/</sup>
<b>Índice General</b>	<b>100.0</b>	<b>0.32</b>	<b>1.80</b>	<b>2.18</b>
1. Alimentos y Bebidas	40.5	0.41	2.39	2.95
2. Vestido y Calzado	6.9	0.01	0.69	0.72
3. Alquiler de Vivienda, Comb. y Electricidad	7.8	-0.02	0.82	2.25
4. Muebles, Enseres y Mant. Viv.	5.3	0.20	2.61	3.51
5. Cuidados y Conservación de la Salud	3.8	0.27	-0.01	0.63
6. Transportes y Comunicaciones	16.2	0.85	1.07	0.85
7. Esparcimiento, Diversos, Servicios. Culturales. Y Enseñanza.	12.6	-0.02	2.21	2.24
8. Otros Bienes y Servicios	6.9	0.05	1.56	1.38
1/ Año Base 2009=100.				
2/ A Julio 2013.				
3/ Últimos 12 meses.				

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

### 2.1.1.3 Factores políticos

En el campo político y social en nuestro país, con el cambio de gobierno y a pesar del ruido político y los intereses particulares de políticos y agrupaciones políticas,

las instituciones en general han tomado conciencia de la importancia de mantener una estabilidad política para nuestro desarrollo económico-social y productivo.

Este factor es propicio para el desarrollo de la empresa en proyecto, puesto que el gobierno está brindando apoyo decisivo al sector de las Micro y Pequeñas Empresas.

#### **2.1.1.4 Factores demográficos**

La población de Trujillo, según el último Censo de población y vivienda del año 2007, asciende a 765,171 y representa el 49.69% del total del departamento de La Libertad teniendo una tasa de crecimiento anual intercensal del 3.5%, se estima que para el año 2013 se contará con una población ascendente 940,590.

Respecto al proceso migratorio, según el Censo de Población y Vivienda la población migrante representa el 10% de la población total de la provincia de Trujillo, cifra que se ha incrementado en el 2012 al 13.24%<sup>7</sup>, éste incremento se ha debido básicamente al desarrollo de la actividad agroindustrial y minera de la región. Se estima que para el año 2013 se mantendrá la tendencia.

#### **2.1.1.5 Factores climáticos**

La ciudad de Trujillo se caracteriza por su clima árido y semicálido, con una temperatura media máxima de 22, 7° C (72,9° F), y una mínima de 15, 8° C (60,4° F) con ausencia de lluvias durante todo el año.

No obstante, cuando se presenta el fenómeno de El Niño, el clima varía, aumenta el nivel de precipitaciones y la temperatura se puede elevar.

La Región La Libertad presenta un relieve que va desde el litoral, pasa por la sierra (Andes) de Otuzco, Julcán y Santiago de Chuco, hasta la selva alta (Amazonía) en el límite con San Martín.

La costa cuenta con playas y féculos valles muy importantes para la producción agrícola nacional.

El clima es un factor importante para el desarrollo del proyecto, porque de eso depende el modo como se transportaran los bienes al lugar de destino.

---

<sup>7</sup>La Libertad: Compendio Estadístico 2010 - 2011



## 2.2 Investigación de mercado

### 2.2.1 Metodología utilizada

En el desarrollo del presente estudio se utilizó la técnica de investigación cuantitativa con el objetivo de analizar las expectativas, opiniones y preferencias del cliente y poder cuantificar los niveles de demanda del producto.

La muestra representativa se estimó mediante la aplicación de la fórmula probabilística para poblaciones grandes y finitas, teniendo en cuenta cada tipo de cliente.

- Familias

Se utilizó la fórmula probabilística para poblaciones finitas o conocidas

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(n-1)e^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N = Población

n = Tamaño de muestra

Z = Nivel de confianza del 95 % (1.96)

P = Suceso favorable al proyecto igual al 0.5

Q = Suceso desfavorable al proyecto igual al 0.5

e = Margen de error = 5 %

$$n = \frac{76,542 * (1.96)^2 * 0.5 * (0.5)}{(76542-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{73,510.9368}{192.3129}$$

$$n = 382 \text{ familias}$$

### 2.2.2 Fuentes de información

La recolección de información necesaria para la elaboración del presente estudio se utilizará las siguientes fuentes de información:

- **Fuentes primarias:** Mediante la aplicación de cuestionarios para el público objetivo: familias de la ciudad de Trujillo - Departamento de La Libertad.
- **Fuentes secundarias:** Información estadística referente a población, número de viviendas, número de empresas de la competencia etc.
  - Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
  - Datos estadísticos de CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública)
  - Municipalidad Provincial de Trujillo.
  - Banco Central de Reserva del Peru

### 2.2.3 Definición y caracterización del cliente

Los clientes del proyecto son personas naturales que conforman el núcleo familiar, que por motivo de trabajo u otro tienen que migrar a nuestra ciudad o emigrar a otros lugares de nuestro país: así mismo están las personas que por diferentes razones tienen que trasladar su domicilio de un lugar a otro dentro de la ciudad.

**CUADRO N° 6: Población de Trujillo**

<b>Distrito</b>	<b>Número de personas</b>	<b>Número de familias</b> (*)
Trujillo	326,099	65,220
Víctor Larco	56,662	11,322
<b>TOTAL</b>	<b>350,680</b>	<b>76,542</b>

Fuente: Compendio Estadístico 2012- La Libertad  
Elaboración propia

---

## 2.2.4 Segmentación

El mercado para el presente proyecto ha sido segmentado de acuerdo a los siguientes criterios:

- **Geográficos**

Los clientes del proyecto estarán ubicados en la ciudad de Trujillo, que comprende las zonas urbanas del distrito de Trujillo y Víctor Larco.

- **Demográficos**

El proyecto está dirigido a familias que viven en la ciudad de Trujillo, teniendo la característica de no ser propietarios de vivienda o que requieran trasladar muebles y enseres de una instalación/domicilio a otro.

### Resultados de la investigación

Se presenta en el anexo N° 2.

## 2.2.5 Análisis de la demanda

### 2.2.5.1 Producto básico, real y aumentado

El servicio que ofrecerá el proyecto consiste en el servicio de mudanza puerta a puerta para familias. Este servicio incluye el embalaje y desembalaje de muebles y enseres.

El servicio tendrá las siguientes características:

- **Calidad del servicio**
  - Unidades de transportes con sistema de elevación hidráulico adquiridas para el servicio de mudanzas
  - Puntualidad
  - Responsabilidad
  - Respeto al cliente
- El servicio se brindara mediante la firma de un contrato en donde se estipulara los derechos y obligaciones de ambas partes, así como la relación de bienes a transportar, y su estado de conservación.

## 2.2.5.2 Demanda histórica y actual

### Demanda histórica

En el período 2007-2013, no existe información histórica con respecto al servicio de mudanzas en nuestra ciudad, debido que las empresas que brindan el servicio en su mayoría lo hacen como complementario al giro principal.

### Demanda actual

Esta referida a la cantidad de servicios de mudanzas que requerirán los consumidores del proyecto en un período determinado de tiempo.

**CUADRO N° 7: Población de familias que realiza mudanza**

Población total de familias	Población que realiza mudanza	Población de familias que realiza mudanza
76,542	59.16%	45,282

Elaboración propia

**CUADRO N° 8: Frecuencia de realización de mudanza por año**

Periodo	[Mudanza]		[Embalaje]		[Embalaje y Mudanza]	
	Cantidad	Frecuencia	Cantidad	Frecuencia	Cantidad	Frecuencia
Ninguna	6	0.11	4	0.07	6	0.11
Cada seis meses	7	0.13	5	0.09	8	0.15
Cada año	42	0.76	27	0.49	50	0.91
Total	55.00	1.02	36.00	0.67	64.00	1.20

Elaboración propia

Según se puede apreciar el requerimiento promedio al año de servicios de mudanzas por parte de las familias, es de 1.02, el requerimiento promedio al año de servicios de Embalaje de las familias es de 0.67 y el requerimiento promedio al año de servicios de Embalaje y Mudanza de las familias es de 1.20.

**CUADRO N° 9: Demanda actual**

Usuarios	[Mudanza]	[Embalaje]	[Embalaje y Mudanza]
Familias	4,406	5,810	35,062
Frecuencia	1.02	0.67	1.20
<b>Demanda anual presente</b>	<b>4,494</b>	<b>3,892</b>	<b>42,074</b>

Elaboración propia

La demanda actual del proyecto asciende a 4.406 servicios de mudanza/año, 3,892 servicios de embalaje/año y 42,074 servicios de embalaje y mudanza/año.

### 2.2.5.3 Variables que afectan a la demanda

La demanda del servicio que brindamos, dada sus características y segmento de mercado a quiénes estarán dirigidos, podrá experimentar variaciones si las variables siguientes por factores exógenos se ven alteradas:

- Tasa de migración
- Tasa de crecimiento poblacional
- Tasa de construcción de viviendas
- Crecimiento económico
- Capacidad adquisitiva
- Precios de los servicios sustitutos y / complementarios
- Gustos y preferencias

### 2.2.5.4 Demanda proyectada

#### CUADRO N° 10: Demanda proyectada a 5 Años

(En número de servicios/año)

Año	2013	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	4,494	4,552	4,611	4,671	4,732	4,794
[Embalaje]	3,892	3,943	3,994	4,046	4,099	4,152
[Embalaje y Mudanza]	42,074	42,621	43,175	43,736	44,305	44,881
<b>Total</b>	<b>50,460</b>	<b>51,116</b>	<b>51,780</b>	<b>52,453</b>	<b>53,136</b>	<b>53,827</b>

Elaboración propia

La demanda proyectada a 5 años, ha sido estimada en función a la tasa de crecimiento poblacional de 1.30%.

### 2.2.6 Análisis de la oferta

#### 2.2.6.1 Identificación de la competencia

Entre los principales competidores del proyecto tenemos: Amab Cargo, Turismo Días, Mudanzas y Embalajes Jireh, Mudanzas y Embalajes Orión, Vasrom E.I.R.L., Empresa de Transportes Different E.I.R.L, y los cargueros informales ubicados en los diferentes estacionamientos de carga de la ciudad como en la Av. María Eguren, Mercado la Hermelinda, Mercado Chicago, Av. Nicolás de Piérola entre otros.

### 2.2.6.2 Oferta histórica y presente

#### Oferta histórica

No existen estadísticas referentes al número de servicios de mudanzas en nuestra región.

#### Oferta presente

La oferta de servicios de mudanzas, no existe información formal al respecto; sin embargo se ha determinado mediante la aplicación de entrevista a los representantes de las empresas que constituyen la competencia del proyecto.

#### CUADRO N° 11: Oferta actual del proyecto

(En número de servicios/año)

Usuarios	[Mudanza]	[Embalaje]	[Embalaje y Mudanza]
Total al mes	97	237	32
Anual	1,164	2,844	384
<b>Oferta anual presente</b>	<b>1,164</b>	<b>2,844</b>	<b>384</b>

Fuente: Anexo N° 3

\*Dato obtenido por fuente primaria a partir de la investigación propia del autor del presente documento.

### 2.2.6.3 Variables que afectan a la oferta

#### Precios de la competencia

Los precios del servicio de la competencia son determinantes para la empresa en proyecto, pues son un referente para fijar su precio en el mercado.

#### Calidad del servicio

La calidad del servicio es muy importante porque va ser el factor que determinará la satisfacción y lealtad del cliente.

#### Tamaño del mercado

El número de empresas en el mercado es determinante para establecer la participación en el mercado de la empresa en proyecto

#### 2.2.6.4 Oferta proyectada

Para la proyección de la oferta en un horizonte de planeamiento de 05 años se ha considerado la tasa de crecimiento económico que es de 5.00%. Según se puede apreciar en el siguiente cuadro en los próximos cinco (05) años el servicio tendrá el siguiente comportamiento.

**CUADRO N° 12: Oferta total proyectada**

(En número de servicios/año)

Año	2013	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	1,164	1,222	1,283	1,347	1,414	1,485
[Embalaje]	2,844	2,986	3,135	3,292	3,457	3,630
[Embalaje y Mudanza]	384	403	423	444	466	489
<b>Total</b>	<b>4,392</b>	<b>4,611</b>	<b>4,841</b>	<b>5,083</b>	<b>5,337</b>	<b>5,604</b>

Elaboración propia

#### 2.2.7 Deducción del mercado

##### 2.2.7.1 Proyección del mercado potencial, disponible y efectivo

##### Mercado potencial

**CUADRO N° 13: Mercado potencial**

Mercado potencial	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	4,552	4,611	4,671	4,732	4,794
[Embalaje]	3,943	3,994	4,046	4,099	4,152
[Embalaje y Mudanza]	42,621	43,175	43,736	44,305	44,881

Elaboración propia

Se considera como mercado potencial al número de servicios/año de mudanzas, embalaje y embalaje y mudanza que demandarán el grupo de personas que no son propietarios de viviendas y que según el resultado de la encuesta (anexo N° 2) representan el 59.04% del total poblacional encuestada.

Según se puede apreciar el mercado potencial en el primer año de vida útil del proyecto está conformado por 4,552 familias que requieren el servicio de mudanza, 3,943 familias que requieren el servicio de embalaje y 42,621 familias que

requieren el servicio de Embalaje y Mudanza, los mismos que se irán incrementando cada año.

#### CUADRO N° 14: Mercado disponible

Mercado disponible		2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	57%	2,574	2,607	2,641	2,676	2,711
[Embalaje]	52%	2,347	2,378	2,409	2,440	2,472
[Embalaje y Mudanza]	59%	2,681	2,716	2,751	2,787	2,824

Elaboración propia

El mercado disponible es aquella porción del mercado potencial, familias que estarían dispuestos a contratar nuestros servicios (anexo n° 2).

#### CUADRO N° 15: Mercado efectivo

Mercado Efectivo		2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	54%	1,387	1,405	1,423	1,442	1,461
[Embalaje]	54%	1,387	1,405	1,423	1,442	1,461
[Embalaje y Mudanza]	54%	1,387	1,405	1,423	1,442	1,461

Elaboración propia

Está representado por las familias del mercado disponible que estén de acuerdo en contratar los servicios de mudanzas, embalaje y mudanza y embalaje que ofrece el proyecto.



## 2.2.7.2 Mercado objetivo proyectado

**CUADRO N° 16: Mercado objetivo proyectado**

Mercado objetivo		2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	21%	285	289	292	296	300
[Embalaje]	21%	285	289	292	296	300
[Embalaje y Mudanza]	41%	570	577	584	592	600
<b>Total</b>		<b>1,140</b>	<b>1,155</b>	<b>1,168</b>	<b>1,184</b>	<b>1,200</b>

Elaboración propia

En lo que respecta al mercado objetivo proyectado, la capacidad instalada de la empresa será la condicionante para determinar la cantidad de servicio a brindar.

## 2.3 Análisis de la comercialización

### 2.3.1 Marketing Mix usado por la competencia

La competencia del proyecto está conformada por empresas formales e informales, las que se enuncian a continuación:

❖ **Amab Cargo:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa de mudanza, que brinda servicio de transporte; personal para estiba y desestiba pero no cuentan con un local adecuado para oficina porque funciona desde su domicilio motivo por el que no permiten que el cliente se acerque a la empresa por el contrario ellos se desplazan hasta el cliente.

**b. Costo para el cliente**

El servicio que brinda la empresa tiene un costo promedio de S/7.50 por Kg, incluye el personal de estiba y desestiba.

**c. Conveniencia**

El local principal de la empresa está ubicado en la Mz.G Lt. 18 - Urb. La Arboleda - Trujillo - La Libertad. Tiene sucursales en la Ciudad de Ica, Lima, Chiclayo y Piura.

---

**d. Comunicación**

Publicita sus servicios en las páginas amarillas. No realiza otro tipo de publicidad.

❖ **Turismo Días:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa de transporte de pasajeros, de carga de mercadería y mudanzas. Realiza su servicio puerta a puerta.

**b. Costo para el cliente**

La empresa no cuenta con el servicio de embalaje, pero sub contrata a un costo promedio de S/ 8.00 por mt<sup>2</sup>.

**c. Conveniencia**

La empresa tiene su oficina principal en la Av. Nicolás de Piérola N° 1079

Lugar estratégico en donde se ubican varias empresas de transporte de pasajeros y de carga. Tiene oficinas en las principales ciudades del país.

**d. Comunicación**

Realiza su publicidad a través de radio, período, páginas amarillas de Movistar, así mismo su equipo de ventas visita empresas clientes y potenciales clientes.

Tiene su página Web: [www.turdias.com](http://www.turdias.com), en la que publica aspectos relacionados con la empresa y los servicios que ofrece.

❖ **Mudanza Different SAC:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa de mudanza y embalaje con cobertura a nivel nacional. Brinda sus servicios a nivel local, cuenta con camiones propios, tiene experiencia - brinda puntualidad y honradez, servicio de embalaje y estibadores, personal garantizado identificado, especialistas en transportes de carga liviana, furgones rebatibles cerrado y abierto, servicio mudanza en general, especialista en carga frágil, 24 horas atendiendo.

**b. Costo para el cliente**

El servicio de mudanza que realiza la empresa tiene los siguientes costos promedio:

Trujillo - Lima: S/ 2000.00

---

Trujillo - Chiclayo S/ 1500.00

**c. Conveniencia**

La empresa tiene su oficina principal en la Cal. Miguel Grau Nro. 263- Virú - La Libertad.

Lugar estratégico en donde se ubican varias empresas de transporte de pasajeros y de carga. Tiene oficinas en las principales ciudades del país.

**d. Comunicación**

La empresa de mudanzas Different EIRL ofrece sus servicios al mercado mediante las páginas amarilla de Movistar.

Asimismo cuenta con un equipo de venta que visita a las empresas clientes y clientes potenciales.

❖ **Vasrom EIRL:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa que brinda el servicio de transporte de carga pesada y liviana y servicio de mudanza con cobertura a nivel nacional.

Cuenta con personal altamente capacitado para todo tipo de servicio de transporte, embalajes y almacenamiento.

Asimismo, ofrece los siguientes servicios:

- Expresos con furgones de 6 a 12 toneladas a nivel local con sistema Gps.
- Traslado de todo tipo de carga a nivel local.
- Asesoría y trámite con los permisos de mudanza.
- Empaques y traslados de pertenencias del domicilio u oficina a cualquier parte del Perú.
- Todas las unidades cuentan con sistema GPS para la seguridad de sus envíos.
- Las unidades son de última de generación cerradas totalmente acondicionadas para garantizar la seguridad y comodidad de traslado de las pertenencias del cliente.

**b. Costo para el cliente**

---

La empresa en estudio tiene tarifas estándar según el lugar del traslado, así tenemos como referencia y no se consignan mayor información por confidencialidad de la información:

Trujillo - Chiclayo: S/ 1000.00

Trujillo - Lima : S/ 3500.00

Trujillo - Piura : S/ 2500.00

**c. Conveniencia**

La sede central de la empresa se encuentra en Avenida América Sur, 2437 - Urb. La Perla - Trujillo - La Libertad.

**d. Comunicación**

La empresa no tiene mayor publicidad en medios masivos, sólo en páginas amarillas de Movistar del Perú.

❖ **Embalajes y mudanzas Jireh:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa de embalaje, subcontrata unidades de transporte para realizar servicio de mudanza a nivel local y nacional. Una de sus ventajas es la ubicación que se encuentra en la Av. América al costado de una empresa reconocida en el mercado (Transporte Línea).

- Especialistas en Mudanzas y Embalajes Local y Nacional
- Traslados de Oficinas.
- Seguridad, Puntualidad, Seriedad y Garantía total.
- Camiones muy bien acondicionados.

**b. Costo para el cliente**

La empresa de embalajes y Mudanzas JIREH tiene como referencia los siguientes costos promedios:

**Mudanza:**

- Mudanza Local..... S/ 300.00
- Trujillo – Chiclayo..... S/ 1000.00
- Mudanzas Trujillo – Chimbote.....S/ 900.00
- Mudanzas Trujillo - Lima.....S/ 3200.00

**c. Conveniencia**

---

La empresa se encuentra ubicada en Avenida América Sur, 2869 - Urb. La Perla - Trujillo - La Libertad, lugar estratégico por estar ubicado muy cerca a la empresa de transporte de pasajeros “Línea SA”

**d. Comunicación**

Al igual que la mayoría de empresas de este tipo, publicita sus servicios a través de las páginas amarillas de Movistar.

❖ **Embalajes y mudanzas Orion:**

**a. Calidad intrínseca**

Empresa de mudanza y embalaje, cuenta con una unidad de transporte con capacidad de 05 toneladas una de sus ventajas es la ubicación que se encuentra en la Av. América al costado de una empresa reconocida en el mercado (Transporte Línea)

**ORION** con más de 5 años de experiencia, cuenta con los mejores servicios especializados en empaques, embalajes, mudanzas locales y nacionales. Nuestro objetivo es brindar un servicio que se caracterice por la confianza, formalidad, seguridad y calidad. Así mismo por ofrecer precios competitivos y totalmente accesibles ajustados a las necesidades de nuestros clientes finales

**b. Costo para el cliente**

Los precios de los servicios que ofrece ORION son similares al promedio del Mercado.

Mudanza

- Mudanza Local..... S/ 400.00
- Mudanzas Trujillo – Chiclayo.....S/ 1,000.00
- Mudanzas Trujillo - Lima.....S/ 3,000.00

**c. Conveniencia**

La empresa tiene las siguientes ubicaciones:

**Sede principal (Trujillo):** Av. América Sur N° 2861 / Urb. La Perla

**Sucursal (Trujillo):** Alcides Carrión N° 178 - Urb. San Nicolás





**Sucursal (Chiclayo):** Av. Bolognesi 461 Chiclayo

**Email:** [info@embalajesorion.com](mailto:info@embalajesorion.com) / [ventas@embalajesorion.com](mailto:ventas@embalajesorion.com)

**d. Comunicación**

La empresa tiene su página web como principal medio de comunicar sus servicios.

**CUADRO N° 17: Marketing mix usado por la competencia**

	<b>Costo mudanza local</b>	<b>Costo embalaje</b>	<b>Logotipo</b>
<b>Amab Cargo</b>	S/. 400.00	S/. 380.00	No tienes
<b>Turismo Días</b>	S/. 450.00		
<b>Mudanza Different E.I.R.L.</b>	S/. 650.00	S/. 350.00	
<b>Vasrom E.I.R.L.</b>	S/. 500.00		
<b>Embalajes y Mudanza Jireh</b>	S/. 400.00	S/. 450.00	No tiene
<b>Embalajes y Mudanza Orión</b>	S/. 450.00	S/. 420.00	

Elaboración propia

Adicionalmente existen un grupo de competidores que no aparecen el cuadro N° 14 ya que no tienen nombres específicos por ser informales, que son dueños de camiones y/o camionetas, su principal negocio es el transporte de carga pesada y liviana de todo tipo dentro de la ciudad, no

brindan servicios adicionales, y se promocionan ubicándose en lugares estratégicos de carga como mercados o estacionamientos de carga entre ellos tenemos en la Av. Ricardo Palma (altura del cine Sagitario), Mercado la Hermelinda, Mercado Chicago, Av. Nicolás de Piérola entre otros.

De acuerdo a la información obtenida podemos concluir que:

- Existe competencias en el mercado de mudanzas mayormente informal.
- Las empresas formales que prestan el servicio de mudanza especializado son pocas y las demás prestan servicio de mudanza como servicio colateral a la actividad principal que es el servicio de carga a nivel nacional o transporte de pasajeros.

## 2.3.2 Análisis del mercado proveedor

### 2.3.2.1 Identificación y caracterización

Los proveedores del proyecto serán quienes proveerán de materiales e insumos, repuestos, maquinaria, equipo y herramientas, seleccionados en base a los criterios expuestos y cuyos centros de comercialización están ubicados en la ciudad de Lima y Trujillo.


**CUADRO N° 18: Identificación y caracterización de proveedores**

Artículo	Empresa	Características	Dirección
Cajas especiales	 <p>RNP INVERSIONES PRODUCTOS FORESTALES</p>	Ofrece Productos de Calidad, en madera Maderas: Venta de cajas especiales de maderas, pallets, habilitado en medidas comerciales o especiales,	Calle 2 - Mz.H Lt.25 Asociación Los Claveles Ate Vitarte - Lima Telf.(01)349-2236
	 <p>JRM PALLETS SAC</p>	Es una organización dedicada a la fabricación de parihuelas, pallets, tarimas, cajones, bins y cajas de madera para almacenaje y/o exportación de acuerdo a las necesidades del cliente.	Calle Gran Chimú, 572 - Santa Anita - Lima (01) 443 509
Maquinaria y	 <p>MALVEX MALVEX DEL PERU S.A.</p>	Empresa de larga trayectoria en el Perú comercializadora de equipos para movimiento de carga.	Av. Javier Prado Este 1169, Lima

<p><b>Herramientas</b></p>		<p>Sistemas Integrales para almacenes</p> <p>MAQDEPOT es una empresa especializada en brindar servicio integral en la venta, alquiler y mantenimiento de equipos para movimiento de carga. Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante soluciones logísticas y equipos</p>	<p>Avenida Separadora Industrial, 2641 - Etapa II ,Urb. Santa Raquel - Ate Vitarte - Lima 989 268900</p>
<p><b>Artículos para escritorio</b></p>		<p>Empresa Trujillana dedicada a la venta de útiles escolares para estudiantes y empresas, como:</p> <p>*Papelería en general*Suministros de cómputo *Textos escolares *Útiles de escritorio *Útiles escolares *Útiles de oficina</p>	<p>Esquina del Jr. Bolívar 794 y Colón 602, Trujillo</p>
		<p>Su distribuidora de prestigio con productos de calidad como: Útiles y Accesorios de oficina ·Accesorios para cómputo ·Útiles escolares</p>	<p>Avenida Nicolás de Piérola, 1463-El Cercado –Lima</p>
<p><b>Muebles de oficina</b></p>		<p>Amueblamiento Integral de oficinas somos fabricantes.</p>	<p>Jr. La Comprensión N° 7788 Urb. Pro 1° Etapa: Next:100*9820 : *6956904</p>
		<p>Somos fabricantes - proyectos integrales - equipamiento de oficinas y hogar - drywall</p>	<p>Avenida J. Gálvez Barrenechea, 1346 - San Borja - Lima (01)2252044 118*6032</p>
<p><b>Materiales de embalaje</b></p>		<p>Zunchos, plásticos y artículos de embalaje en general</p>	<p>Avenida Guardia Civil, 377 - Chorrillos - Lima (01) 467 0722 810*942</p>



		Film para embalaje Desarrollo de stretch especiales, stretch film de colores, stretch film prestirado Maquinas paletizadoras y materiales para embalaje.	Calle Los Cedros Mz. C Lt. 20, Huachipa – San Juan de Lurigancho Lima 623*6689
Materiales e insumos directos		Empresa mayorista y minorista que ofrece productos y soluciones para embalajes y la decoración con telas.	Avenida Iquitos, 670 - 699 – La Victoria - Lima (01) 619 4444
		Bolsas, mangas y burbujas para transporte de productos y plásticos para embalaje en general.	Jirón Huallaga, 650 - Oficina 620 Galería Ramón Castilla - El Cercado- Lima (01) 4275569 146*8662
Vehículos		Grupo concesionario e importador Venta de automóviles y vehículos nuevos, repuestos originales y servicio técnico automotriz, vehículos diesel.	Av. América Norte 1230 Los Jardines. 044-483300
		Empresa líder del sector automotor del norte del país. Concesionario de prestigiosas marca,	Av. Nicolás de Piérola N° 684, Urb. Primavera. Trujillo, La Libertad. Fono: (044)-483700.
Software		Empresa con más de 15 años dedicados al desarrollo e implementación de software de gestión para PYMES con certificación internacional ISO 9001:2008	Calle Enrique Palacios, 335 - Of. 307 - Miraflores -

			Lima Tlf. (01)249- 5579
		Acuario es una empresa de jóvenes profesionales Peruanos quienes han desarrollado el software de gestión empresarial integrator, el cual incorpora e integra los procesos de compras, ventas, producción, almacenes, importaciones, y tesorería,	Avenida Aviación , 2024 La Victoria - Lima Tlf.(01)713- 9138

Elaboración propia

### 2.3.2.2 Criterios de selección

Para la selección del proveedor se ha considerado como criterios los siguientes factores.

1. Garantía
2. Prestigio de marca
3. Calidad de producto (incluye repuestos y accesorios)
4. Tiempo de entrega
5. Precios (incluye materiales e insumos)
6. Disponibilidad.

### 2.3.2.3 Evaluación y selección

Una vez que se ha determinado los criterios que se requerirán para elegir al mejor proveedor, se evaluará cada alternativa en una escala de 0.5. Por último se obtendrá una calificación global, decidiendo por alternativa que alcance mayor puntaje

## Proveedores de cajas especiales

### CUADRO N° 19: Selección de proveedor de cajas especiales

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		RNP Inversiones	JRM Pallets
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	4	4
Tiempo de entrega	10%	3	3
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>21</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Rnp Inversiones**

**Proveedores de maquinaria y herramientas**

**CUADRO N° 20: Selección de proveedor de maquinaria y herramientas**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Malvex	Maqdepot
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	5	4
Tiempo de entrega	10%	4	4
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>22</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Malvex**

**Proveedores artículos para escritorio**

**CUADRO N° 21: Selección de proveedor de artículos para escritorio**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Copy ventas	Navarrete
Garantía	30%	5	5
Prestigio de marca	15%	5	5
Calidad	25%	5	4
Tiempo de entrega	10%	4	4
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>28</b>	<b>26</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Copy Ventas**

**Proveedores muebles de oficina**

**CUADRO N° 22: Selección de proveedores muebles de oficina**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Next office	Oficce decor
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	5	5
Tiempo de entrega	10%	3	3
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	5	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>22</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Next Office**

**Proveedores de materiales de embalaje**

**CUADRO N° 23: Selección de proveedores de materiales de embalaje**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Molinos Pretel	Prostretch
Garantía	30%	5	5
Prestigio de marca	15%	5	5
Calidad	25%	5	4
Tiempo de entrega	10%	4	3
Precios	10%	4	4
Disponibilidad	10%	5	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>28</b>	<b>24</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Molinos Pretel**

**Proveedores de materiales e insumos directos**

**CUADRO N° 24: Selección de proveedores de materiales e insumos directos**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Multitop	Janpax
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	5	5
Tiempo de entrega	10%	4	4
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>24</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Multi Top**

**Proveedores de vehículos**

**CUADRO N° 25: Selección de proveedores de vehículo**

<b>Vehículo 8.5 toneladas de capacidad</b>			
Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Autonort	Gildemeister
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	5	4
Tiempo de entrega	10%	4	4
Precios	10%	4	4
Disponibilidad	10%	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>23</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: Autonort- marca Hino**

**Proveedores de software**

**CUADRO N° 26: Selección de proveedores software**

Factores	Peso (%)	Alternativas	
		Sico	Integrator
Garantía	30%	5	4
Prestigio de marca	15%	5	4
Calidad	25%	5	5
Tiempo de entrega	10%	4	4
Precios	10%	4	3
Disponibilidad	10%	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>24</b>

Elaboración Propia

➤ **Proveedor: SICO**

### 2.3.3 Canales y medios

#### 2.3.3.1 Identificación

La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas. Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse, y la otra es que se utilice un agente o intermediario.

##### a) Canal Directo



##### b) Canal Agente/Intermediarios



#### 2.3.3.2 Caracterización de actores según canal y medio

**CUADRO N° 27: Caracterización de actores según canal y medio**

	<b>Caracterización</b>
<b>Canal directo</b>	Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requieren a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto se emplea un canal directo.
<b>Canal agente</b>	No siempre se requiere el contacto entre el productor y el consumidor en las actividades de distribución, Los agentes asisten al productor de servicios en la transferencia de la propiedad u otras funciones convexas como (agencias de viajes, alojamiento, etc.).

Elaboración Propia

### 2.3.3.3 Condiciones de acceso

**CUADRO N° 28: Condiciones de acceso de los canales**

Canales	Condiciones de acceso
<b>Canal directo</b>	Las actividades de venta directa (que incluyen ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, al igual que las formas de ventas electrónicas al detalle, como las compras en línea y las redes de televisión para la compra desde el hogar)
<b>Canal agente</b>	El intermediario actúa a nombre del productor y negocia la venta que éste.

Elaboración Propia

### 2.3.3.4 Criterios de selección

Para la selección del canal adecuado se ha considerado los siguientes factores:

- **Cobertura del mercado**

En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer.

- **Control**

Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, es el control del producto/servicio. Cuando el producto/servicio sale de las manos del productor, se pierde el control debido a que pasa a ser propiedad del comprador y ese puede hacer lo que quiere con el producto/servicio.

- **Costos**

La mayoría de los consumidores piensan que cuando más corto sea el canal, menor será el costo de distribución y por lo tanto menor el precio que se deba pagar.



### 2.3.3.5 Evaluación y selección

MuDDATTE S.A.C. ha seleccionado el canal directo, y es el siguiente:



**CAPÍTULO III:**  
**ESTUDIO TÉCNICO**

### 3.1. Especificaciones técnicas del producto/servicio

El proyecto ofrecerá al mercado el servicio de mudanzas puerta a puerta, este servicio incluye embalaje de muebles y enseres. Dicho servicio podrá ser de la siguiente manera:

- Mudanza
- Embalaje
- Mudanza y Embalaje

El servicio se ofrecerá utilizando equipo y tecnología avanzada, así como los materiales adecuados para cada tipo de servicio y bien a embalar y/o transportar.

El personal contratado para brindar el servicio contará con conocimiento y experiencia, capaces de desarrollar técnicas y habilidades que serán puestas en marcha en el campo de acción. Cabe recalcar que nuestro objetivo principal es satisfacer y cumplir las expectativas del cliente evitando el estrés, caos y contratiempo que trae consigo una mudanza convencional. El servicio se contratará en el local de la empresa ubicado en: **Av. Cesar Vallejo Oeste (altura Real Plaza) – Trujillo**

### 3.2. Ingeniería básica

#### 3.2.1. Descripción de procesos

Los procesos son los que guían a la organización hacia el cumplimiento de su misión y objetivos.

#### **Enfoque al cliente**

El cliente es la razón de ser una empresa, por lo tanto todas las acciones deberán enfocarse en las necesidades actuales y futuras y así satisfacer los requisitos de los clientes.

#### **Liderazgo**

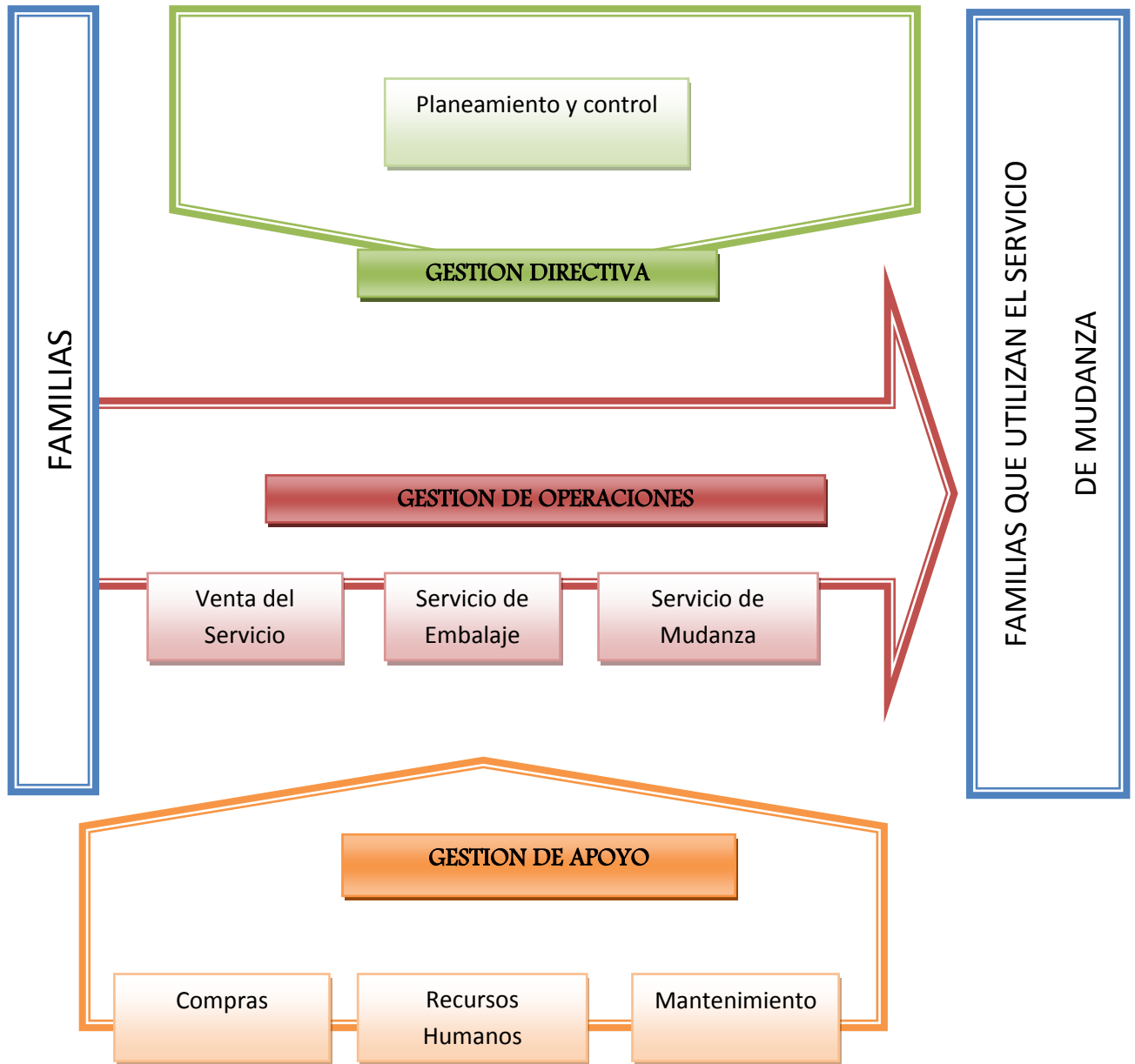
Difundir la orientación de la organización para que el personal pueda llegar a involucrarse con el logro de los objetivos de la empresa.

#### **Enfoque a la gestión**

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de la empresa.

### 3.2.1.1. Mapa de interacción de procesos

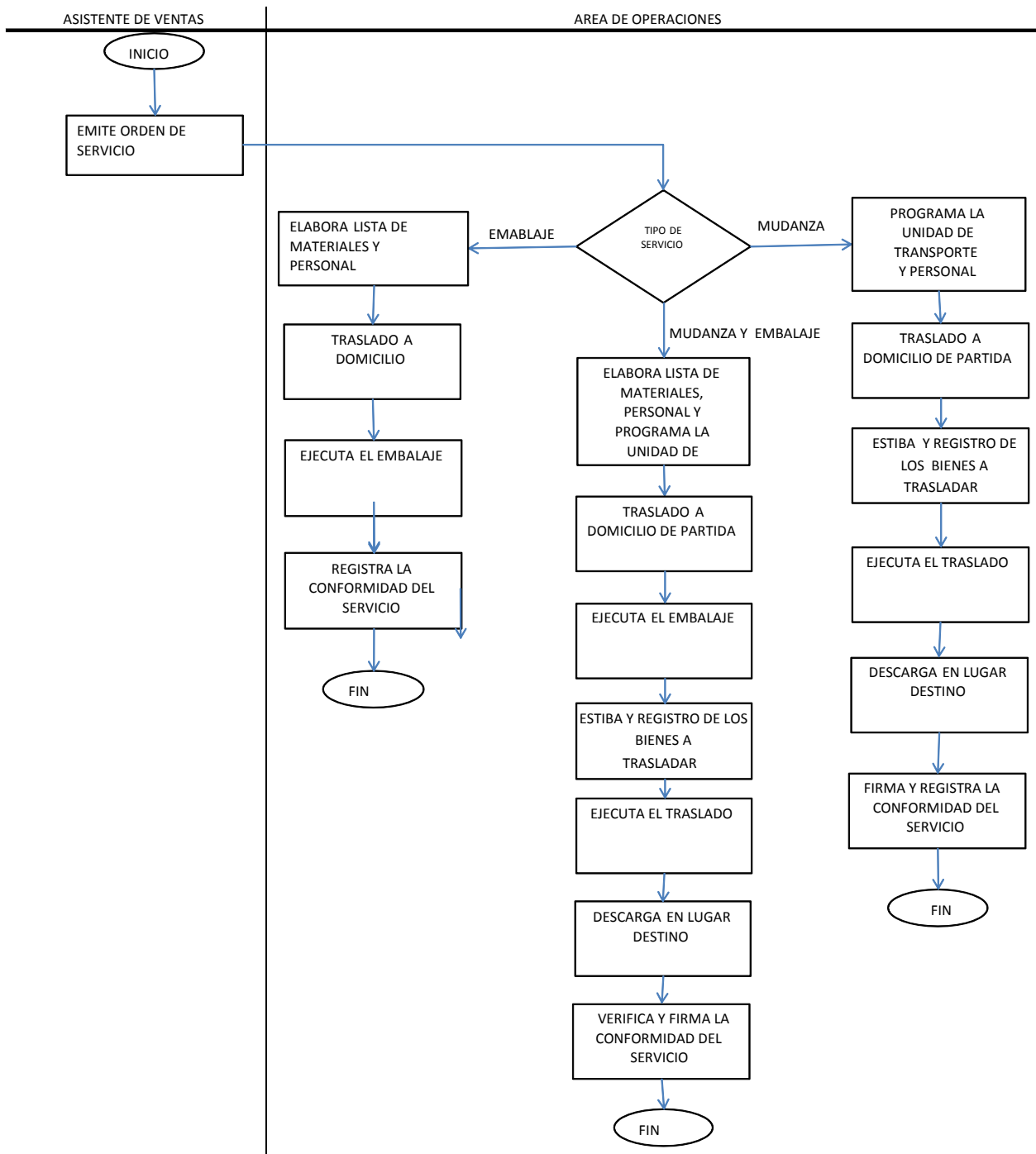
**GRÁFICO N° 2: Mapa de interacción de procesos**



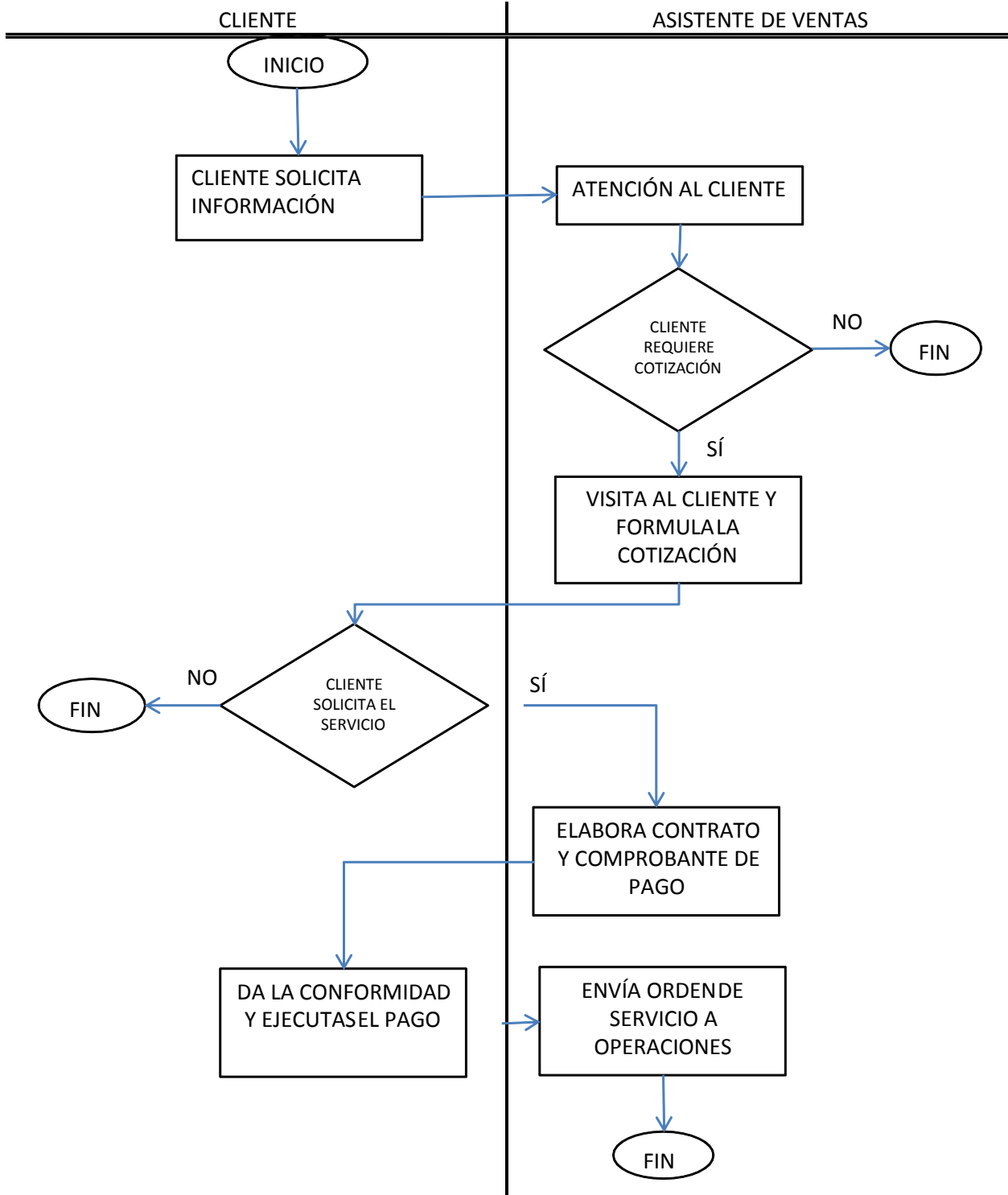
Elaboración Propia

3.2.1.2 Procesos principales  
 Proceso de operaciones

GRÁFICO N° 3: Flujograma de los Procesos de operaciones



**GRÁFICO N° 4: Flujograma de los Procesos de la venta de servicios**



### **1- Venta de los servicios:**

Es el proceso en el que el cliente contacta a la empresa o la empresa contacta al cliente para establecer una relación comercial que básicamente es la contratación de servicios de: mudanza, embalaje o ambos. Así mismo este proceso incluye la verificación de la conformidad del cliente, la facturación y pago/ cobro de dinero.

#### **Paso 1:**

Cliente contacta con la empresa para solicitar información.

#### **FIGURA N° 2: Contacto con la empresa**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

#### **Paso 2:**

Al contactarse con la empresa, un representante lo atenderá, brindándole la información necesaria, resolviendo todas las dudas de una manera transparente y profesional de todo el proceso que genera mudarse.

#### **FIGURA N° 3: La empresa brinda información al cliente**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

---

**Paso 3:**

Al contactarse con la empresa el cliente requiere cotización del servicio a contratar.

**Paso 4:**

De ser el caso y para tener un trato más personalizado con el cliente se realizará una visita hacia su domicilio sin ningún compromiso, para así hacerle una cotización más detallada y con exactitud.

**FIGURA N° 4: Visita de representante de la empresa al domicilio del cliente**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Paso 5:**

Una vez que el cliente nos da su confirmación y la cotización ha sido aceptada, se elabora el contrato y comprobante de pago.

**Paso 6:**

Una vez que el cliente nos da su conformidad del servicio se realiza el pago.



---

**FIGURA N° 5: Conformidad y pago del servicio**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Paso 7:**

Se emite y envía orden de servicio a operaciones y se procederá a la coordinación necesaria (Hora y día para realizar el servicio).

**-Se ejecuta el servicio-**

**FIGURA N° 6: Ejecución del servicio**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

---

## 2- Servicio de mudanza

Está referido al traslado de bienes muebles y enseres de un lugar a otro, ya sea dentro de la misma ciudad de Trujillo o fuera de ella.

El servicio se realizará cuando el proceso de ventas indique se realice el mismo según los detalles acordado en el contrato/presupuesto:

### **Paso 1:**

Programar la unidad de transporte y el personal.

### **FIGURA N° 7: Programación de la unidad de transporte**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

### **Paso 2:**

En el día de la mudanza, el personal acudirá con la unidad y los materiales necesarios a la hora pactada al domicilio de partida.

### **Paso 3:**

Ejecuta la estiba de los muebles y enseres a transportar y registra los mismos.

**FIGURA N° 8: Estiba de muebles a la unidad de transporte**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Paso4:**

Se ejecuta el traslado hasta el lugar acordado.

**Paso5:**

Se realiza la descarga de los muebles y enseres en destino.

**FIGURA N° 9: Descarga de muebles y enseres en destino**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

---

**Paso 6:**

Se verifica, según lista inicial y se solicita al propietario/encargado de parte del cliente firme el registro de conformidad, se registra.

**FIGURA N° 10: Firma de la conformidad del servicio**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**3- Servicio de embalaje**

El embalaje es la acción y efecto de embalar. Este procedimiento consiste en disponer de manera sumamente cuidadosa todos aquellos objetos que van a ser transportados a un determinado lugar.

**3.1 Tipos de embalaje**

El servicio de embalaje puede ser de 03 tipos de acuerdo a los bienes a transportar:

Embalaje primario

Que comprende el empaque que está en contacto directo con la mercancía a transportar.

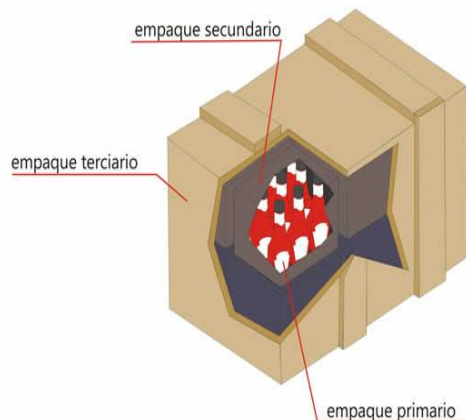
Embalaje secundario

Que generalmente se emplea para el traslado de embalaje primario o de ciertos productos contenidos dentro de sus respectivos envases.

### Embalaje terciario

También conocido como re embalaje que, como su nombre lo indica, está ligado al transporte de más de un embalaje secundario.

**FIGURA N° 11: Tipos de embalaje**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

## **2.2 Materiales**

Entre los distintos modelos de embalaje tenemos las cajas, que pueden ser de varios tipos. Principalmente están las cajas de cartón, madera o de plástico, aunque las posibilidades no se acaban allí. Hay cajas expositoras, con rejillas e incluso con distribuidora de líquidos (generalmente empleada para el traslado de botellas de vino). También hay estuches, cestas, bandejas y el moderno sistema de wrap up (o caja envolvente), que consiste en un cartón ondulado que se pliega rodeando a la mercadería y que se utiliza para el transporte de brick, entre los cuales podemos mencionar los envases de leches, jugos e incluso botellas, a continuación mostraremos los materiales a usar por la empresa para proteger muebles y enseres:

---

Cartón:

Se usa como protector para muebles y enseres de madera, vidrio, melanina, y metal. Tenemos variedad de empaques elaborados con cartón a continuación se muestran:

**FIGURA N° 12: Cartón corrugado**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 13: Cajas de cartón**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 14: Caja de cartón porta platos**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 15: Caja de cartón porta vasos**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

Film para embalar:

Plástico para paletizar (también llamado film para embalar o plástico para envolver) es una película estirable de alta transparencia fabricada a base de polietileno de baja densidad cuya resistencia mecánica y bajo espesor lo hacen especial para envolver o paletizar mercadería a un bajo costo.

**FIGURA N° 16: film para embalaje**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Cinta de Embalaje:**

Cinta adhesiva con soporte de PVC y adhesivo de caucho natural, resistente a la humedad, solventes, ácidos y bases diluidas.

**FIGURA N° 17: Cinta de embalaje**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>



---

**Cinta de embalaje/frágil:**

Cinta adhesiva con soporte de PVC y adhesivo de caucho natural, resistente a la humedad, solventes, ácidos y bases diluidas con inscripción Frágil, su uso es principalmente para anunciar productos que no son apilables y fáciles de romper, como vidrios, cristales, etc.

**FIGURA N° 18: Cinta de embalaje - frágil**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Caja de madera:**

El embalaje de madera se utiliza para transportar productos pesados y/múltiples, como contenedor o para determinados productos tradicionales de gama alta como (puros, bebidas alcohólicas, etc.).

**FIGURA N° 19: Caja de madera Tipo 1**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 20: Caja de madera Tipo 2**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Plástico burbuja:**

El film alveolar también llamado coloquialmente plástico de burbuja, es un material plástico flexible y transparente usado comúnmente para embalar artículos frágiles. Las bolsitas llenas de aire y espaciadas regularmente que sobresalen (las burbujas) proporcionan amortiguación a los artículos delicados o frágiles. El término inglés es (Bubble Wrap).

**FIGURA N° 21: Plástico burbuja**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

---

### **Etiquetas adhesivas:**

Es utilizada en objetos como cintas, parches o etiquetas para facilitar la identificación de productos son de distintas formas y tamaños

**FIGURA N° 22: Etiquetas adhesivas**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

### **Tecnopor:**

El poli estireno expandido (EPS) es un material plástico espumado, derivado del poli estireno y utilizado en el sector del envase y la construcción. En los países hispanohablantes se le conoce coloquialmente por varios nombres, en el Perú se le conoce como tecnopor son de distintas formas y tamaños

**FIGURA N° 33: Planchas de tecnopor**



PLANCHAS AISLENYAS DE POLIESTIRENO EXPANDIDO

Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 44: Cajas de tecnopor**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Manta:**

Es un material de lana y utilizado en el sector del envase , abrigo y protección son de distintas formas, tamaños y espesor.

**FIGURA N° 25: Manta**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

## **2.4 Métodos**

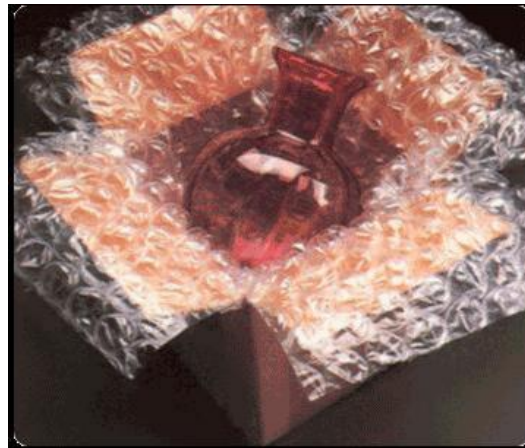
Por lo general, van dentro de cubiertas, cajas o envolturas, cuyo objetivo principal es el de asegurar que todas las mercancías que están en su interior puedan resistir los pormenores de transporte, que incluyen movimientos bruscos o traslados permanentes de un lugar a otro. Dentro del concepto de embalajes se incluyen, por lo tanto, todos los materiales pero también todos los procedimientos que sirven de protección de las mercancías en cuestión. Es decir, que el embalaje también engloba otros métodos:

---

### 1° Método: acondicionamiento

Consiste en disponer algo (en este caso, el objeto que se transporta) de una manera consciente, responsable y cuidadosa para un objetivo en especial. El objetivo es el arribo de la mercancía en perfecto estado.

**FIGURA N° 26: Acondicionamiento de productos**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

### 2° Método: Presentación

Otro de los métodos empleados es el de presentación, que hace hincapié en la entrega de algo en presencia de alguien (lo cual se estaría constituyendo en el cierre del proceso de embalaje, en su fin ulterior), pero nunca descuidando las apariencias o las características de dicha presentación.

**FIGURA N° 57: Presentación de embalaje**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**3° Método: Manipulación**

Un tercer método es el de manipulación, que implica toda alteración de un determinado elemento, en este caso para mejorar su traslado.

**FIGURA N° 68: Manipulación de embalaje 1**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**FIGURA N° 29: Manipulación de embalaje 2**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

## **2.5 Procedimiento**

### **Paso 1:**

Programar personal y elabora lista de materiales para el servicio, según detalles de cotización/contrato.

**FIGURA N° 70: Programación de personal**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

---

**Paso 2:**

En el día del embalaje, el personal acudirá con los materiales necesarios a la hora pactada al domicilio donde se realizara el embalaje.

**Paso 3:**

Se ejecuta el servicio.

**FIGURA N° 81: Ejecución del embalaje**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

**Paso 4:**

Se solicita al propietario/encargado de parte del cliente firme el registro de conformidad.

**FIGURA N° 32: Firma de conformidad**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>



---

#### **4- Servicio de mudanza y embalaje**

Está referido a la combinación del traslado mas el embalaje de bienes muebles y enseres, ya sea dentro de la misma ciudad de Trujillo o fuera de ella.

El servicio se realizará cuando el proceso de ventas indique se realice el mismo según los detalles acordado en el contrato/cotización:

**Paso 1:**

Elaboración de lista de materiales a usar en el servicio y programar la unidad de transporte y el personal.

**Paso 2:**

En el día pactado, el personal acudirá con la unidad y los materiales necesarios al domicilio de partida.

**Paso 3:**

Se ejecuta el embalaje.

**Paso 4:**

Se realiza la estiba de los muebles y enseres a transportar y registra los mismos.

Se ejecuta el traslado hasta el lugar acordado.

**Paso6:**

Se realiza la descarga de los muebles y enseres en el lugar de destino.

**Paso7:**

Se verifica, según lista inicial y se solicita al propietario/encargado de parte del cliente firme el registro de conformidad, se registra.

### 3.2.2 Producción y capacidad

#### 3.2.2.1 Tiempo de ciclo:

No aplica porque es un servicio.

#### 3.2.2.2 Balance en línea:

**CUADRO N° 29: División por capacidad instalada**

#### Capacidad

Servicio	Total	Porcentaje
[Mudanza]	25	25%
[Embalaje]	25	25%
[Embalaje y Mudanza]	50	50%
	<b>100</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia

#### 3.2.2.3 Posibles cuellos de botella:

El cuello de botella es el espacio de tiempo donde muchos clientes solicitaran el servicio, el que se ve retardado por la mano de obra. En este caso se identifica los días feriados y fines de semana donde los clientes prefieren solicitar el servicio.

#### 3.2.2.4 Programa de producción por tipo de servicio.

**CUADRO N° 30: Programa de producción por tipo de servicio**

ITEM	%	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Servicios</b>						
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>960</b>	<b>1,004</b>	<b>1,055</b>	<b>1,104</b>
[Mudanza]	25%	240	251	264	276	289
[Embalaje]	25%	240	251	264	276	289
[Embalaje y Mudanza]	50%	480	502	527	552	578
<b>Total de Servicios</b>	<b>100%</b>	<b>960</b>	<b>1,004</b>	<b>1,055</b>	<b>1,104</b>	<b>1,155</b>
	<b>Variación</b>	0.00%	4.58%	5.08%	4.64%	4.64%

Elaboración propia

**CUADRO N° 31: Tiempo de ciclo por tipo de servicio**

Servicio	Descripción del proceso	Tiempo estándar x actividad (horas)	N° de operarios + supervisor	Tiempo dividido entre número de operarios + supervisor
<b>Mudanza</b>	Acondicionamiento	0.20	5	0.04
	Carga hacia camión	1.20	5	0.24
	Traslado	0.30	5	0.06
	Descarga en destino	0.30	5	0.06
	Desembalaje	1.00	5	0.20
	<b>TOTAL</b>		<b>3.00</b>	
<b>Embalaje</b>	Acondicionamiento	0.20	5	0.04
	Embalaje	2.00	5	0.40
	Acomodo	0.20	5	0.04
	<b>TOTAL</b>		<b>2.40</b>	
<b>Mudanza y Embalaje</b>	Acondicionamiento	0.20	5	0.04
	Embalaje	2.00	5	0.40
	Carga hacia camión	1.20	5	0.24
	Traslado	0.30	5	0.06
	Descarga en destino	0.30	5	0.06
	Desembalaje	1.00	5	0.20
	<b>TOTAL</b>		<b>5.00</b>	

Elaboración propia

### 3.2.2.5 Capacidad máxima y normal

**CUADRO N° 32: Capacidad normal de servicio**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Mercado objetivo	1,140	1,155	1,168	1,184	1,200
Plan de participación	80%	83%	86%	89%	92%
Capacidad normal	912	959	1,004	1,054	1,104
Plan comercial		5.15%	4.69%	4.98%	4.74%

Elaboración propia

### 3.2.2.6 Criterios y porcentajes de ocupabilidad

**CUADRO N° 33: Ocupabilidad**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Capacidad normal	912	959	1,004	1,054	1,104
Capacidad máxima	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
% de ocupabilidad	<b>76%</b>	<b>80%</b>	<b>84%</b>	<b>88%</b>	<b>92%</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 34: Ocupabilidad por servicio**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	76%	80%	84%	88%	92%
[Embalaje]	76%	80%	84%	88%	92%
[Embalaje y Mudanza]	76%	80%	84%	88%	92%

Elaboración propia

### 3.2.3 Descripción de tecnologías:

#### 3.2.3.1 Maquinaria y equipo:

Se presentan las máquinas y equipos que se necesitaran para el proyecto:

**CUADRO N° 35: Relación de maquinaria y equipo**

Maquinaria, Equipo Y Herramientas	Marca	Cantidad	Valor	Precio inc. IGV
Cajas especiales de madera con revestimiento de goma	Rnp	5	706.78	834.00
Carretilla manual con elevación hidráulica	Malvex	2	1,542.37	1820.00
Carretilla manual mecánica	Malvex	1	330.51	390.00
carretilla de mano c/ plataforma	Malvex	1	396.61	468.00
Teclé eléctrico	Dayton	1	606.78	716.00
Polea winche	Harken	1	532.20	628.00
Central telefónica 3 terminales	Movistar	1	316.95	374.00
Equipo Nextel con GPS	Motorola	3	396.61	468.00
Camión de 7.5 Tn. c/ elevación hidráulica	Hino	1	124,290.92	146663.28
Carrocería de metal tipo furgón c/ rampa hidráulica 1.5 Tn.	Halcón	1	27,732.81	32724.72
			<b>156,852.54</b>	<b>185,086.00</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 36: Relación materiales por tipo de servicio**

Servicio	Materiales	Valor
[Mudanza]	Combustible / galón.	<b>12.71</b>
[Embalaje]	Cartón	<b>52.86</b>
	Film para embalar	
	Tecnopor	
	Burbuja	
	Caja de madera	
	Cinta de embalaje/ frágil	
	Etiquetas/marcadores	
[Embalaje y Mudanza]	Combustible	<b>65.57</b>
	Cartón	
	Film para embalar	
	Tecnopor	
	Burbuja	
	Caja de madera	
	Cinta de embalaje/ frágil	
	Etiquetas/marcadores	

Elaboración propia

**FIGURA N° 33: Camión marca Hino De 7.5 toneladas de capacidad**



Elaboración propia

### 3.2.3.2 Mobiliario y herramientas:

**CUADRO N° 37: Relación de mobiliario**

Mobiliario	Marca	Cantidad	Valor	Precio inc. IGV
Juego de muebles	Central	1	1,655.46	1953.45
Counter	Central	1	1,760.51	2077.40
Credenza	Gebesa	1	440.68	520.00
Roperos portátiles	Rdoy	3	418.64	494.00
escritorios para oficina	Gebesa	3	991.53	1170.00
<b>TOTAL</b>			<b>5,266.82</b>	<b>6214.85</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 38: Relación de herramientas**

Herramientas	Marca	Cantidad	Valor	Precio inc. IGV
Equipo para ensunchar	Neuma	1	88.14	104.00
dispensador para cinta de embalaje	Neuma	4	44.07	52.00
dispensador de film para embalar	Neuma	4	55.08	65.00
Mantas	Santa. Catalina	5	40.68	48.00
Wincha	Stanley	5	10.25	12.10
<b>TOTAL</b>			<b>238.22</b>	<b>281.10</b>

Elaboración propia

### 3.2.3.3 Software y similares:

#### Software

Se utilizará para el soporte de información en línea (internet), para la gestión económica, financiera y contable de la empresa. Emitirá reportes de ventas, stock de materiales, total de servicios realizados.

El proveedor será la empresa Sico, que de acuerdo a la evaluación de proveedores obtuvo mayor puntaje (véase cuadro N° 27).

## Página Web.

Contaremos con nuestra propia página web y facebook

A continuación se presenta los equipos y herramientas que se necesitará:

**CUADRO N° 39: Relación de equipos y procesamiento de datos**

Equipos de procesamiento de datos	Marca	Cantidad	Valor	Precio inc. IGV
Impresora	Canon	1	268.07	316.32
Computadora	HP	1	1,060.50	1251.39
Laptop	Toshiba	1	1,460.50	1723.39
<b>TOTAL</b>			<b>2,789.07</b>	<b>3291.10</b>

Elaboración propia

### 3.3 Centro de operaciones

#### 3.3.1. Macro y Micro-Localización

##### 3.3.1.1. Macro localización

La macro localización o ubicación del proyecto será en la ciudad de Trujillo, Provincia de Trujillo, Departamento de La Libertad, País del Perú, la ciudad de Trujillo está ubicada estratégicamente en la costa norte del Perú, por el norte limita con Lambayeque; por el sur con Ancash y Huánuco; por el este, con San Martín y Cajamarca; por el Oeste con el Mar de Grau. Comprende los distritos de Trujillo, Víctor Larco Herrera, El Porvenir, Florencia de Mora, La Esperanza, así como los centros poblados urbanos y rurales del área integrada de la metrópoli que pertenecen a los distritos de Huanchaco, Laredo, Moche y Salaverry, abarcando una extensión de aproximadamente 110000 hectáreas.

**Creación:** 12 de febrero de 1821.

**Superficie:** 25.569 km<sup>2</sup>.

**Densidad demográfica:** 56 hab. /km<sup>2</sup>.

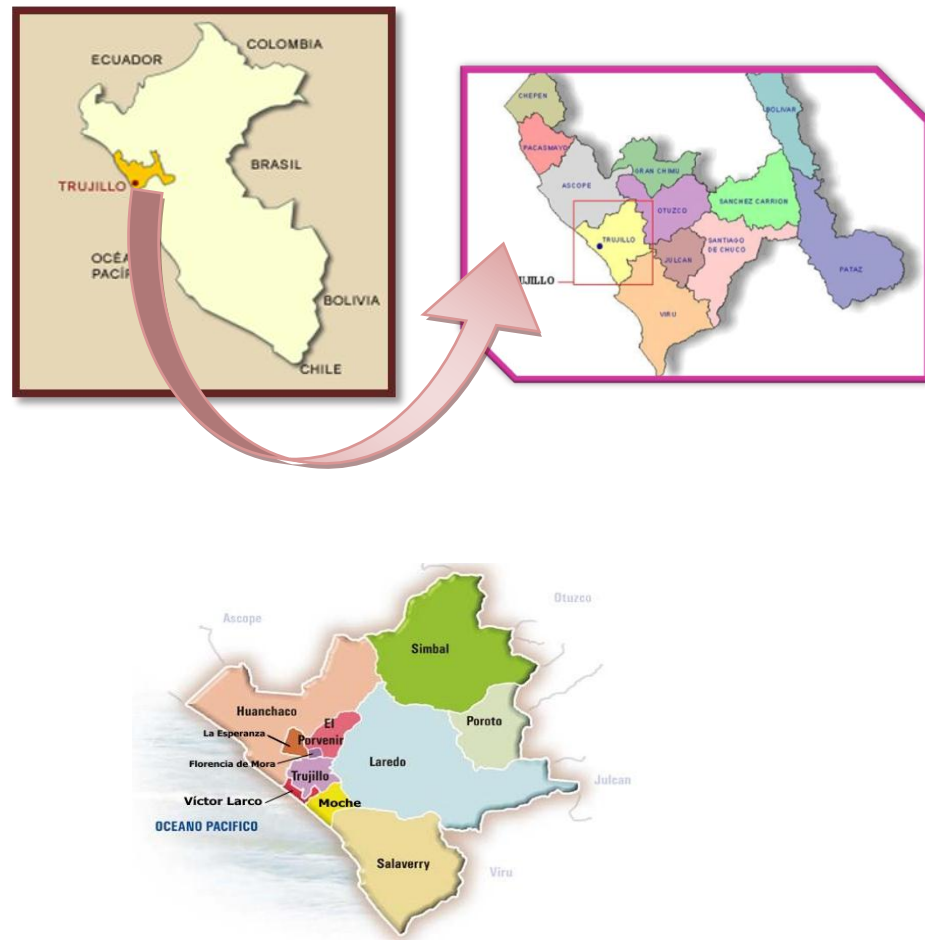
**Población:** Total: 1.539.744

Los Criterios que se han tenido en cuenta para la selección son los siguientes:

- Sostenibilidad económica de la Región
- Tasa alta de migración.

- Condiciones legales favorables para la creación de nuevas empresas.
- Conocimiento del mercado por la ejecutora del proyecto.

**FIGURA N° 34: Macro localización**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

### 3.3.1.2 Micro-Localización

Una vez establecida la macro localización adecuada, se seleccionó la ubicación de la Oficina administrativa en Av. Vallejo Oeste (altura Real Plaza), por ser una zona de fácil acceso y comercialmente transitable, en un área de 130 m<sup>2</sup>.

La Micro localización óptima del proyecto se ha determinado mediante la aplicación de 2 métodos de puntajes ponderados, para lo cual se han seguido los siguientes pasos:



1.- PRIMERO: **Definición de factores**

- a) Existencia de zonas comerciales.
- b) Fácil acceso para los clientes.
- c) Concentración de mano de obra directa.
- d) Precios del local.
- e) Facilidades de servicios básicos: luz, agua, teléfono.

2.- SEGUNDO: **Alternativas de localización**

- I Av. Cesar Vallejo Oeste (altura Real Plaza)
- II Centro Histórico.
- III Av. Fátima.

3.- TERCERO: **Escala de valores**

Malo: 1.

Regular: 2.

Bueno: 3.

4.- CUARTO: **Decisión**

Se llegó a la conclusión de que el lugar más conveniente para implementar **MuDDATTE S.A.C** es la **Av. Cesar Vallejo Oeste (altura Real Plaza)**

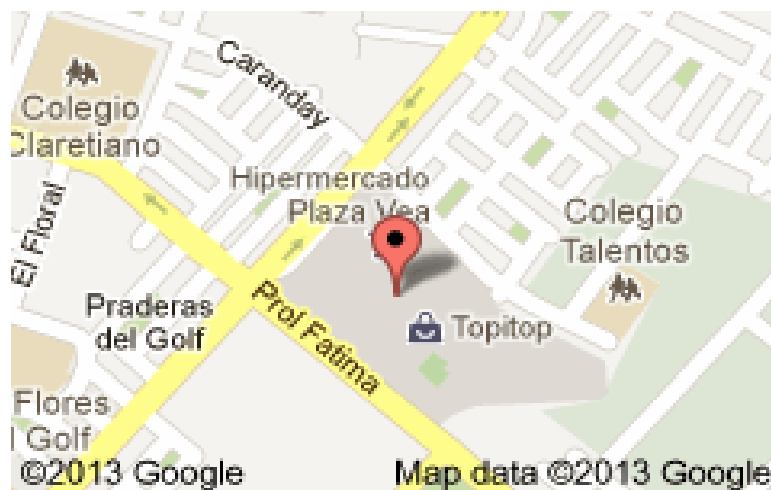
**CUADRO N° 40: Evaluación de alternativas de localización**

**(Método cualitativo factores ponderados)**

Factor	Peso %	Calificación			Evaluación		
		I	II	III	I	II	III
Existencia de zonas comerciales	20	3	3	2	0.60	0.60	0.40
Fácil acceso para los clientes	25	3	2	3	0.75	0.50	0.50
Concentración de MOD	15	2	3	1	0.30	0.45	0.15
Precio de local	20	2	1	2	0.60	0.20	0.40
Facilidades de servicios básicos	20	3	3	3	0.60	0.60	0.60
<b>T O T A L</b>	<b>100</b>				<b>2.25</b>	<b>1.75</b>	<b>2.05</b>

Elaboración propia

**FIGURA N° 95: Micro localización**



Fuente: <http://www.google.com.pe/>

### 3.3.2 Descripción de terrenos, inmuebles e instalaciones fijas

MuDDATTE S.A.C cuenta con un local que será distribuido de la siguiente manera:

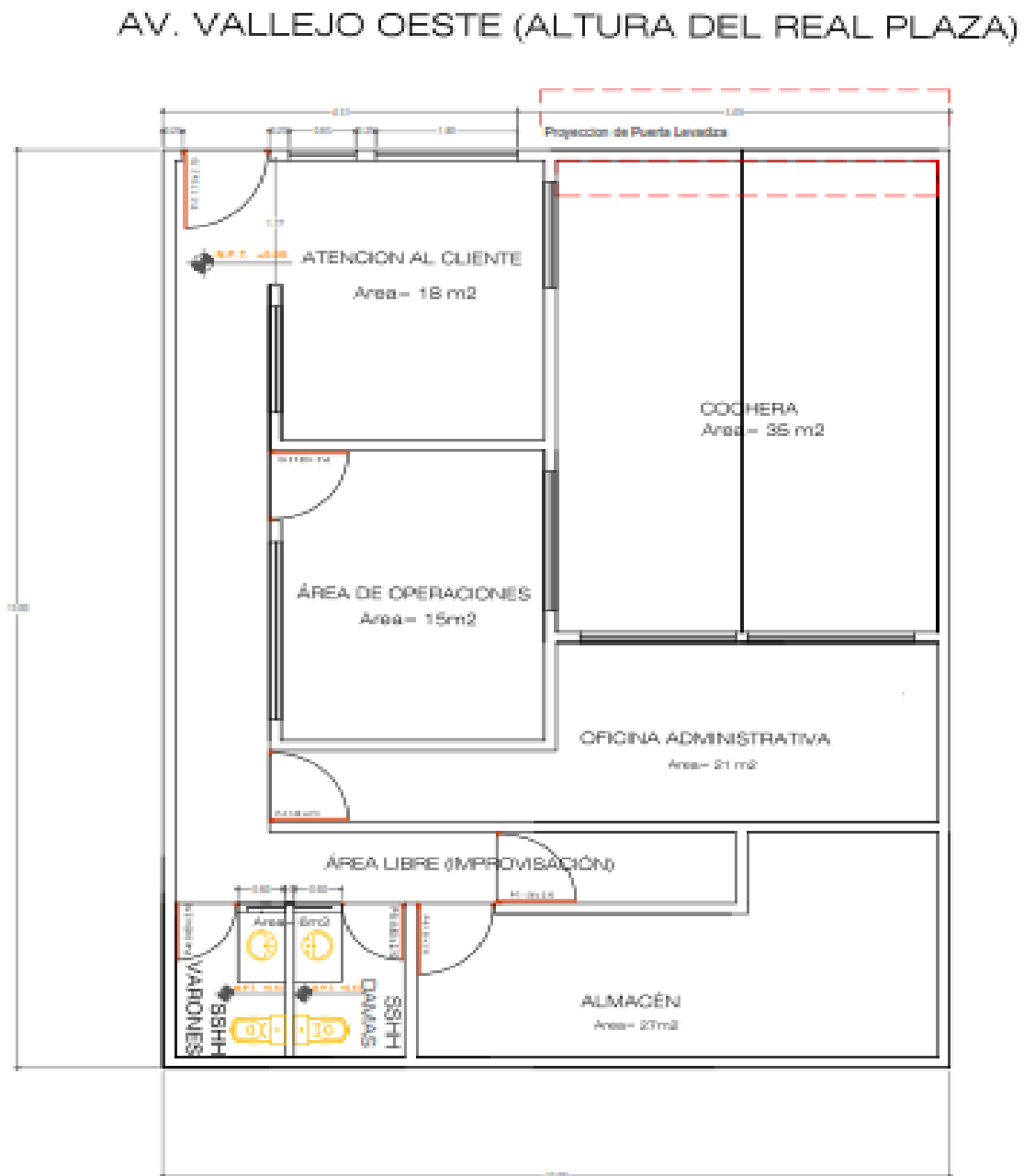
**CUADRO N° 41: Descripción inmueble e instalaciones fijas**

Descripción	Área Mt2
Atención al cliente	18
Oficina administrativa	21
Almacén	27
Área de operaciones	15
Servicios higiénicos	6
Área libre	8
Cochera	35
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>

Elaboración propia

### 3.3.3 Diseño de edificaciones e instalaciones

**FIGURA N° 36: Diseño de edificaciones e instalaciones**



Elaboración propia

**FIGURA N° 37: Diseño de oficina atención al cliente**



Fuente: [www.google.com.pe](http://www.google.com.pe)

**CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO LEGAL**

---

## 4.1. Constitución de la sociedad

### 4.1.1. Forma societaria e implicancias

La empresa “**MuDDATTE S.A.C.**” se constituirá como una persona jurídica bajo la forma de una Sociedad Anónima Cerrada.

Según el Artículo 234° de la Nueva Ley General de Sociedades, : " la sociedad anónima puede sujetarse al régimen de la sociedad anónima cerrada cuando tiene no más de veinte accionistas y no tiene acciones inscritas en el Registro público del mercado de Valores. No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada”.

La empresa “**MuDDATTE S.A.C.**” tendrá las siguientes características

- Se constituirá por el aporte de los socios y el financiamiento de una entidad bancaria.
- Su organización es simple, no tiene mayor complejidad en sus órganos administrativos.
- La responsabilidad de los socios está limitada al aporte efectuado.
- La empresa se regirá por el principio democrático, en el cual gobierna la mayoría, esto es, quien posee más acciones tendrá mayor participación en la constitución de la voluntad social.
- Si uno de los socios desea transferir sus acciones a otros o en favor de terceros, se regirá por el principio de derecho de adquisición preferente.

#### De los aportes:

- Los aportes de la empresa “**MuDDATTE S.A.C.**” estará constituida por los aportes en dinero del promotor del proyecto y con vehículos y dinero de los dos socios invitados y que constituirán los primeros activos de la empresa. También será necesario la obtención de un financiamiento en una entidad financiera local.
- El capital social de la empresa **MuDDATTE S.A.C.** estará integrado por los aportes de los socios, el mismo que estará dividido en participaciones iguales.

#### Órganos de la sociedad:

La empresa “**MuDDATTE S.A.C.**” se organizará de acuerdo a los siguientes órganos:

- La junta general de accionistas; y

- 
- La gerencia.  
(La sociedad no tendrá Directorio)
  - **Junta general de accionistas:** La junta General de Accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Los accionistas constituidos en junta general debidamente convocada, y con el quórum correspondiente, deciden por la mayoría que establece la "ley" los asuntos propios de su competencia. todos los accionistas incluso los disidentes y los que no hubieran participado en la reunión, están sometidos a los acuerdos adoptados por la Junta General.

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

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

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

- **La gerencia:**  
No habiendo directorio, todas las funciones establecidas en la "ley" para este órgano societario serán ejercidas por el gerente general.

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

- A. Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- B. Representar a la sociedad ante toda clase de autoridades. en lo judicial gozara de las facultades señaladas en los artículos 74, 75, 77 y 436 del código procesal civil, así como la facultad de representación prevista en el artículo 10 de la ley 26636 y demás normas conexas y complementarias; teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. además, podrá celebrar conciliación extrajudicial, pudiendo suscribir el acta conciliatoria, gozando de las facultades señaladas en las disposiciones legales que lo regulan. Además podrá constituir y representar a las asociaciones que crea conveniente y demás normas conexas y complementarias.



- 
- C. Abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y re aceptar cheques, letras de cambio, pagares, conocimiento de embarque, carta de porte, pólizas, cartas fianzas y cualquier clase de títulos valores, documentos mercantiles y civiles; otorgar recibos cancelaciones, sobregirarse en cuenta corriente con garantía o sin ella, solicitar toda clase de préstamos con garantía hipotecaria,
- D. Adquirir y transferir bajo cualquier titulo; comprar, vender, arrendar, donar, dar en comodato, adjudicar y gravar los bienes de la sociedad sean muebles o inmuebles, suscribiendo los respectivos documentos ya sean privados o públicos. en general podrá constituir garantía hipotecaria, mobiliaria y de cualquier forma. Podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de leasing o arrendamiento financiero, lease back, factory y/o underwriting, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados con el objeto social. Además podrá someter las controversias a arbitraje y suscribir los respectivos convenios arbitrales.
- E. Solicitar, adquirir, transferir registros de patente, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o intelectual.
- F. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto social.

#### **4.1.2. Proceso de constitución**

##### **Modalidad**

La empresa en proyecto se constituirá bajo la modalidad de constitución simultanea o privada, pues en un solo acto los socios fundadores, que son los que suscriben y pagan el capital, acuerdan los términos del pacto social y del estatuto, firman la minuta y otorgan la escritura pública de constitución de la nueva sociedad.

##### **Regulación normativa**

- Ley N° 26887 del 09.12.97.
- Ley General de Sociedades• Libro I y libro II
- Decreto Supremo N° 093-2002-EF del 15.06.02.
- Texto Único Ordenado de la Ley del Mercado de Valores

- Art. 130° (sobre las Bolsas)• art. 167° (sobre Agentes de Intermediación)• art. 185° (referente a Sociedad Agente)• art. 204 (referido a Sociedades Intermediarias de Valores)• art. 259° (sobre la Sociedades Administradoras de Fondos Mutuos de Inversión en Valores)
- Texto Único Ordenado del D .Leg. N° 728, aprobado por D.S.N°003-97-TR.
- Art. 104°, Ley de Productividad y Competitividad Laboral. (referido a los servicios complementarios)
- D.S. N° 008-2004-JUS:
- TUPA de la SUNARP• referido a los requisitos que debe presentar el usuario cuando quiere inscribir un Título.
- Resolución N° 200-2001-SUNARP-SN, del 24.07.2001.
- Reglamento del Registro de Sociedades• Título Preliminar I, II y III
- Resolución SBS N° 816-2004 del 27.05.2004
- Reglamento del Registro del Sistema de Seguros• Art. 19° (referido a la Sociedad Corredora de Seguros), Resolución CONASEV N° 576-97-EF-94.10 DEL 05.09.97
- Reglamento de Corredores de Productos y Operadores Especiales• art. 4° (sobre la Sociedad Corredora de Productos)
- Ley N° 27626 del 09.01.02.  
Ley que regula la actividad de las empresas especiales de servicios y de las cooperativas de trabajadores• art. 11° (referido a las empresas de servicios) Concordar: Artículo 2 R.N°131-2003-SUNAT.

### **Pasos a seguir**

- Elaborar la **Minuta de Constitución Social**, autorizada por un abogado, tiempo aproximado para la elaboración: 2 días.
- Elevar la minuta a **Escritura Pública** ante notario público, tiempo aproximado para la elaboración: 3 días.
- Inscribir la sociedad ante la (Superintendencia Nacional de Registros Públicos) **SUNARP**, tiempo aproximado de duración: de 15 a 35 días.
- Inscribir el nombramiento de directores, gerentes y apoderados, según corresponda, ante la **SUNARP**, tiempo aproximado de duración: de 15 a 35 días.
- Obtener el **Registro Único del Contribuyente (RUC)** ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), tiempo aproximado de duración: 1 día (su aprobación es automática).
- Obtener las **autorizaciones y registros**, estos registros son otorgados por el sector que corresponde a la actividad que vamos a emprender, tiempo aproximado de duración: de 1 a 30 días.

- Conseguir la **Licencia Municipal de Funcionamiento** ante la Municipalidad del distrito donde se va a establecer la empresa., tiempo aproximado 7 días.
- **Legalizar los libros contables** que se van a utilizar de acuerdo al régimen general. Esta legalización se realiza ante notario público. Tiempo aproximado de duración: 02 días.
- **Obtener la autorización del libro de planillas** ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE). Se puede legalizar los libros o las hojas sueltas elaboradas para tal efecto. En los lugares donde no exista Autoridad de Trabajo, los libros serán legalizados por los jueces de paz letrados. Tiempo aproximado de duración: 5 días.
- **Legalizar los libros societarios** ante notario público, según corresponda (Libro de Actas de Junta General de Accionistas, Matrícula de Acciones, Libro de Actas de Acuerdos del Directorio, etc.). Tiempo aproximado de duración: 2 días.

#### 4.1.3. Costos de constitución

**CUADRO N° 42: Constitución de la empresa**

Tramite	Costo s/
Búsqueda de nombre y reserva registral	24.00
- Elaboración y elevación a escritura de la minuta	350.00
- Inscripción de socios (02) ante Registro Público	40.00
- Inscripción de Gerente y 3% Registro Público	837.89
- Adquisición y legalización de libros contables.	320.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,192.00</b>

Fuente: Registros Públicos, Notaria Paredes Haro.

## 4.2. Tasas y servicios regulados

### 4.2.1. Licencias y permisos

#### Licencias de funcionamiento

Para la apertura y el desarrollo normal de las actividades operacionales de la empresa, se deberá contar con la Licencia de Funcionamiento tramitada y expedida por la Municipalidad Distrital de Trujillo, debiéndose presentar los siguientes requisitos:

- Certificado de habitabilidad.
- Copia de RUC.
- Copia de constitución de la empresa.
- Pago del derecho de formato:
  - Licencia permanente
  - Licencia provisional

Algunos costos generales, necesarios e importantes en los que incurre la formación e implantación de la empresa **MuDDATTE S.A.C.** en la ciudad de Trujillo.

#### **CUADRO N° 43: Gastos en licencia de funcionamiento**

Tramite	Costo s/
Solicitud de licencia de funcionamiento	5.00
Certificado de habitabilidad	539.00
Copia de RUC, DNI y minuta de constitución	5.00
Vigencia de poder del representante legal	37.00
Pago de derecho de formato: licencia	93.50
<b>TOTAL</b>	<b>679.50</b>

e  
Fuente: Municipalidad Provincial de Trujillo  
Elaboración propia.

### Permisos en el ministerio de trabajo

La actividad empresarial de la empresa “MuDDATTE S.A.C. está comprendida en la jurisdicción del Ministerio de Trabajo, teniendo que pagar los derechos que se detallan en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 44: Gastos por derechos en el ministerio de transportes y comunicaciones**

Tramite	Costo s/
Pago de derecho de trámite	370.00
Derecho de certificado de habilitación vehicular (02)	37.00
<b>T O T A L</b>	<b>407.00</b>

Fuente: Dirección Regional del Ministerio de Transportes y Comunicaciones- La Libertad.  
Elaboración propia.

#### 4.2.2. Anuncios publicitarios y similares

**CUADRO N° 45: Gastos por anuncios publicitarios**

Tramite	Costo s/
Solicitud al Gerente de desarrollo urbano	7.50
Fotografía de fachada tamaño 16 X 24 cm. a color	2.50
Pago de derecho de trámite	75.00
<b>T O T A L</b>	<b>85.00</b>

Fuente: Municipalidad Provincial de Trujillo  
Elaboración propia.

### 4.2.3. Regulación sectorial

#### Certificado de habitabilidad

- Reporte de zonificación y compatibilidad de uso de suelo conforme (Gratuito).
- Recibo de pago de derecho de certificado.
- Formulario de declaración jurada debidamente llenado, indicando si es propietario, inquilino o poseionario del local.
- 02 planos de distribución del abastecimiento (escala 1/50 o 1/100) firmado por Ingeniero Civil o Arquitecto.
- Copia del contrato de arrendamiento con autorización expresa del propietario para el ejercicio de la actividad que se solicita y/o título de propiedad.
- Copia de DNI.

**CUADRO N° 46: Certificado de habitabilidad**

Tramite	Costo s/
Reporte de zonificación y compatibilidad de uso	00.00
Derecho de certificación	41.00
Formulario de Declaración Jurada	5.00
Copias de documentos personales y del negocio	3.00
Plano de distribución del negocio	490.00
<b>TOTAL</b>	<b>539.00</b>

Fuente: Municipalidad Provincial de Trujillo  
Elaboración propia

#### 4.2.4 Registros asociaciones y vinculaciones

La empresa no ha considerado incurrir en costos de registros de asociaciones y vinculaciones.

#### 4.2.5 Costos por tasa y servicios regulados

No aplica para el presente proyecto.

### 4.3 Demás aspectos legales

#### 4.3.1 Aspectos laborales

La empresa en proyecto se desarrollará teniendo en cuenta la Legislación Laboral vigente.

Sus trabajadores serán contratados bajo la modalidad de plazo determinado, siendo necesario contar con los siguientes documentos:

- Reglamento Interno de trabajo, que regulara los deberes y derechos del empleador y del trabajador.
- Reglamento de seguridad, que regulará la integridad física de los trabajadores.
- El libro obligatorio que se utilizara en la empresa, será el libro de planillas de sueldos y salarios.

En el caso del libro planillas se necesita una previa autorización ante el Ministerio de Trabajo:

**CUADRO N° 47: Gastos en libros de planillas**

Tramite	Costo s/
Autorización del libro de planillas ante el Ministerio de Trabajo	11.00
Registro de contratos de trabajo	29.00
Inscripción de trabajadores en Essalud	34.50
<b>TOTAL</b>	<b>74.50</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo – ESSALUD  
Elaboración propia

#### 4.3.2 Aspectos tributarios

La empresa **MuDDATTE S.A.C.** se acogerá al Régimen General, que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (actividades comerciales, industria, servicios y/o negocios).

Por ser persona jurídica debe llevar contabilidad completa: registro de compras, registro de ventas, libro inventario y balances, diario, mayor, caja, planillas, actas, libro de reclamaciones los cuales se deberán legalizar a través de un notario público

---

### **4.3.3 Registro de marca**

Los pasos para el registro de marca de nuestra empresa deben llevarse a cabo en las oficinas de INDECOPI y se debe seguir los siguientes pasos:

#### **Presentación de solicitud de registro de marca**

Debe realizarse cumpliendo con las formalidades legales respectivas. Junto a esto, deberá acreditarse el pago de las tasas respectivas, y de ser aplicable, señalar la prioridad que se reivindica mediante la presentación de una fotocopia de la solicitud cuya prioridad se invoca, certificada por la autoridad competente, y traducida al español, en su caso.

#### **Examen de forma**

Se realiza dentro de los quince días posteriores a la fecha de presentación de la solicitud de marca. Si la solicitud cumple con los requisitos formales respectivos, se considerará como fecha de presentación de la solicitud, la de su recepción por la oficina nacional competente.

En caso de presentar errores u omisiones, el solicitante deberá subsanarlos, teniendo para esto un plazo de sesenta días. En caso de no enmendarse estos errores en el plazo señalado, la solicitud de marca se entenderá abandonada.

Si se cumple con el requerimiento de subsanar tales omisiones dentro del plazo legal establecido para ello, se considerará como fecha de presentación de la solicitud, aquella en la cual han quedado subsanados dichos errores.

#### **Publicación**

Una vez que se han cumplido los requisitos formales de la solicitud presentada, la Dirección ordenará la publicación de la misma.

El plazo para efectuar la publicación es de treinta días hábiles, contado desde el día siguiente de notificada la orden de publicación. En caso de no efectuarse la publicación en este plazo, la solicitud de marca se entenderá abandonada.



## Oposición

Dentro de los treinta días siguientes a la fecha de publicación de la solicitud, quien tenga legítimo interés podrá formular oposición, la cual deberá cumplir con los requisitos legales que para este trámite ha establecido la ley. A solicitud de parte, la oficina nacional competente otorgará, por una sola vez un plazo adicional de treinta días para presentar las pruebas que sustenten la oposición.

El solicitante tendrá un plazo de treinta días para responder de esta oposición. A solicitud de parte, la oficina nacional competente otorgará, por una sola vez, un plazo adicional de treinta días para presentar las pruebas que sustenten la contestación.

## Resolución

Si no se hubieren presentado oposiciones, o si ya venció el plazo para contestar las oposiciones formuladas, se examinará si el signo solicitado a registro reúne los requisitos de registrabilidad establecidos por la ley.

En caso que se hubiesen presentado oposiciones, la oficina nacional competente se pronunciará sobre éstas y sobre la concesión o denegatoria del registro de la marca mediante resolución.

**CUADRO N° 48: Gastos en registro de marca**

Tramite	Costo s/
Búsqueda de antecedentes	101.54
Registro de marca	486.35
05 reproducciones de 5x5 cm a colores del signo a registrar	5.00
01 reproducciones 3x3 a colores del logotipo	5.00
Publicación en el Diario El Peruano	250.00
<b>TOTAL</b>	<b>837.89</b>

Fuente: INDECOPI – Diario Oficial El Peruano  
Elaboración propia

---

#### **4.3.4 Regulación sanitaria y ambiental**

La empresa estará comprendida dentro de la normatividad de la Ley General de Salud N° 26842 que regula la higiene y seguridad en los ambientes de trabajo.

Según el capítulo VII de la ley General de salud N° 26842 que habla de la higiene y seguridad en los ambientes de trabajo dice lo siguiente: ...

##### **Artículo 100:**

Quienes conduzcan o administren actividades de extracción, producción, transporte y comercio de bienes o servicios, cualesquiera que éstos sean, tienen la obligación de adoptar las medidas necesarias para garantizar la promoción de la salud y la seguridad de los trabajadores y de terceras personas en sus instalaciones o ambientes de trabajo.

##### **Artículo 101:**

Las condiciones de higiene y seguridad que deben reunir los lugares de trabajo, los equipos, maquinarias, instalaciones, materiales y cualquier otro elemento relacionado con el desempeño de actividades de extracción, producción, transporte y comercio de bienes o servicios, se sujetan a las disposiciones que dicta la Autoridad de Salud competente, la que vigilará su cumplimiento.

##### **Artículo 102:**

Las condiciones higiénicas y sanitarias de todo centro de trabajo deben ser uniformes y acordes con la naturaleza de la actividad que se realiza sin distinción de rango o categoría, edad o sexo.

#### **4.3.5 Regulación sobre salud y seguridad ocupacional**

Mediante Decreto Supremo N° 007-2001-TR se constituyó una comisión multisectorial conformada por el Ministerio de Trabajo y Promoción Social o su representante, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Energía y Minas, el Ministerio de Pesquería, el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción, el Ministerio de Agricultura, el Seguro Social de Salud - ESSALUD, dos representantes de los trabajadores, y dos representantes de los empleadores, encargada de elaborar un proyecto de reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo. (Anexo N° 9).

#### **4.3.6 Costo de los demás aspectos legales**

El proyecto no tendrá costos por demás aspectos legales.

**CAPÍTULO V:**  
**ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

---

## 5.1. Planeamiento estratégico

### 5.1.1. Misión

Satisfacer las necesidades exclusivas de nuestros clientes, ofreciendo una atención eficiente en el servicio de mudanza y embalaje de forma adecuada y oportuna, con un conjunto de valores agregados que garanticen la calidad de nuestros servicios.

### 5.1.2. Visión

Establecerse en el mercado Trujillano como una empresa líder, reconocida por su alta calidad y especialidad en mudanza y embalaje de muebles y enseres, mediante la contribución de un equipo altamente calificado.

### 5.1.3. Objetivos estratégicos

El plan estratégico es un instrumento básico en la gestión de MuDDATTE S.A.C., esencial en la direccionalidad, logro de objetivos y en el incremento de la competitividad, por lo cual se ha determinado los siguientes objetivos.

#### 5.1.3.1. Perspectiva financiera

- Incrementar la rentabilidad
- Incrementar el margen de rentabilidad sobre las ventas
- Disminución de costos totales.

#### 5.1.3.2. Perspectiva cliente

- Lograr mayor presencia en el mercado.
- Lograr la satisfacción del cliente.

#### 5.1.3.3. Perspectiva de operaciones y procesos

- Desarrollo de nuevos productos.
- Optimizar el uso de los materiales.
- Mejorar la eficacia del servicio.

#### 5.1.3.4. Perspectiva de organización y aprendizaje

- Motivación e incentivos.
- Lograr la satisfacción de los trabajadores.
- Desarrollar nuevas habilidades técnicas.

### 5.1.4. Análisis FODA

A continuación se presenta un resumen de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la empresa, con lo que se obtendrá una visión más amplia del ámbito de desarrollo de la unidad productiva propuesta:

**CUADRO N° 49: Análisis FODA**

<b>Matriz DOFA cruzado estrategias</b>	<b>Fortalezas – F</b>	<b>Debilidades - D</b>
	Estrategia de comunicación	Empresa nueva en el mercado
	Precios competitivos	Poco poder de negociación con los clientes ya que tienen al sector informal
	Experiencia de los colaboradores	
	Soporte web	
	Personal capacitado	
<b>Oportunidades – O</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
Necesidad del servicio	Crecimiento del mercado por la zonificación seleccionada y permanente necesidad de esta clase de servicio	Lograr la confianza de los clientes a través de una atención eficiente y segura.
Incremento acelerado en los precios de las viviendas.		Posibilidades de diversificar el servicio y de generar buenas paciones de pago.
Clientes insatisfechos	A través de la investigación el desarrollo y la investigación generar necesidades del servicio.	
Baja competencia formal		
Baja promoción del servicio	Uso de medios de comunicación adecuados para lograr el reconocimiento de la empresa	
<b>Amenazas – A</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
Competencia formal en crecimiento	Brindar al cliente un servicio de alta calidad y recordando al cliente nuestro slogan "tu mejor opción"	Aceptación del cliente por los precios competitivos que se ofrece.
La necesidad de mudarse disminuya por facilidades de adquirir sus propias viviendas	Implementación de esquema para pago solicitado.	
Otras empresas del sector transporte se enfoquen en la posibilidad de prestar servicio, ya que tienen las herramientas necesarias para realizar mudanzas		

Elaboración propia

### 5.1.5. Matriz EFE y EFI

**CUADRO N° 50: Matriz EFE**

Caso: MUDDATTE	Factores determinantes	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>Oportunidades</b>	Necesidad del Servicio	<b>0.30</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>
	Incremento acelerado en los precios de las viviendas	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.3</b>
	Clientes insatisfechos	<b>0.10</b>	<b>4</b>	<b>0.4</b>
	Baja competencia formal	<b>0.20</b>	<b>4</b>	<b>0.8</b>
	Baja promoción del servicio	<b>0.10</b>	<b>4</b>	<b>0.4</b>
<b>Amenazas</b>	Competencia formal en crecimiento	<b>0.10</b>	<b>1</b>	<b>0.1</b>
	La necesidad de mudarse disminuya por facilidades de adquirir sus propias viviendas	<b>0.05</b>	<b>1</b>	<b>0.05</b>
	Otras empresas del sector transporte se enfoquen en la posibilidad de prestar servicio, ya que tienen las herramientas necesarias para realizar Mudanzas	<b>0.05</b>	<b>2</b>	<b>0.1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3.35</b>	

**CALIFICACIÓN:**

**OPORTUNIDADES**

**4 MAYOR**  
**3 MENOR**

**AMENAZAS**

**1 MAYOR**  
**2 MENOR**

**Interpretación:**

El total obtenido por la empresa es de 3.35, lo que está por encima del promedio que es (2.6), es por ello que las estrategias de la empresa se están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

**CUADRO N° 51: Matriz EFI**

Caso: MUDDATTE	Factores determinantes	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>Fortalezas</b>	Estrategia de comunicación	<b>0.3</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>
	Precios competitivos	<b>0.2</b>	<b>4</b>	<b>0.8</b>
	Experiencia de los colaboradores	<b>0.1</b>	<b>4</b>	<b>0.4</b>
	Soporte web	<b>0.1</b>	<b>3</b>	<b>0.3</b>
	Personal capacitado	<b>0.1</b>	<b>4</b>	<b>0.4</b>
<b>Debilidades</b>	Empresa nueva en el mercado	<b>0.1</b>	<b>2</b>	<b>0.2</b>
	Poco poder de negociación con los clientes ya que tienen al sector informal	<b>0.1</b>	<b>2</b>	<b>0.2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3.5</b>	

**CALIFICACIÓN:**

**FORTALEZAS**

**4 MAYOR  
3 MENOR**

**DEBILIDADES**

**1 MAYOR  
2 MENOR**

**Interpretación:**

La ponderación total hallada en la matriz EFI es de 3.5, es decir tiene una posición estratégica ligeramente por encima de la media (2.6), lo cual indica que internamente las fortalezas de la empresa predominan sobre sus debilidades.

---

### 5.1.6. Análisis de la competitividad del proyecto

La ventaja competitiva de **MuDDATTE S.A.C.** en base a la competencia es la diferenciación del servicio a brindar debido a la utilización de tecnología avanzada en lo que se refiere a sistemas de comunicación, unidades vehiculares, técnicas de carga y empaque, sumado a la atención personalizada y asesoramiento continuo al cliente a lo largo del proceso de la prestación del servicio.

### 5.1.7. Estrategias de entrada y crecimiento

#### **Estrategias de entrada:**

La empresa **MuDDATTE S.A.C.** con marca comercial **MuDDATTE** busca:

- Cubrir el nicho de mercado que existe en la ciudad de Trujillo progresivamente año a año.
- Implementar un servicio de calidad, personalizado enfocado en la necesidad del cliente.
- Ejecución de alianzas estratégicas con nuestros proveedores para el abastecimiento oportuno de los materiales a través de convenios formales.
- Alcanzar una rápida y satisfactoria introducción en el mercado Trujillano.

#### **Estrategias de crecimiento:**

La empresa **MuDDATTE S.A.C.** plantea un crecimiento constante de sus ventas en la ciudad de Trujillo, para lo cual realizara alianzas estratégicas con las principales constructoras de Trujillo con la finalidad de que cada nuevo complejo habitacional que se construya **MuDDATTE S.A.C.** sea participe de realizar el servicio de mudanza a los nuevos habitantes de dichas viviendas. Esto hará que la empresa tenga una mayor participación en el mercado Trujillano.

**MuDDATTE S.A.C.** Establecerá el servicio post venta para lograr la fidelización de los clientes.

**Estrategia de posicionamiento:** La empresa ofrecerá servicio de mudanza y embalaje diferenciándose de las empresas existentes a través de unidades de carga innovadoras y con tecnología avanzada, utilizando métodos de ascenso y descenso hidráulicos lo que contribuirá a la integridad física de los bienes a transportar para evitar pérdidas y/o daños en los muebles y enseres, adherido a que deberá cumplir de forma estricta con las siguientes características intangibles



---

**1. Puntualidad:**

El servicio se realizara a la fecha y hora acordada con el cliente en respeto del valor de su tiempo.

**2. Responsabilidad:**

Los bienes a transportar serán tratados con sumo cuidado con la finalidad de que lleguen a su destino en perfectas condiciones.

**3. Limpieza:**

El personal que manipulara los muebles y enseres su aspecto personal irradiara limpieza impecable y orden.

**4. Respeto al cliente:**

El personal encargado de manipular los muebles y enseres utilizara palabras únicamente cordiales y educadas.

Por otro lado, el desarrollo del servicio puede tener una o todas las etapas a detallar:

**1. Servicio de mudanza: (servicio principal)**

Consiste en la carga, descarga y el traslado de los muebles y enseres desde el lugar de origen hasta el lugar de destino.

Asumiendo que este servicio sea adquirido de forma individual, la empresa realizara un registro de las cajas que serán transportadas, codificándolas individualmente para su fácil ubicación.

**2. Servicio de desembalaje: Es la ubicación y acomodo de los diferentes equipos eléctricos, muebles, enseres y cajas en sus respectivos ambientes del hogar o empresa de destino.**

**3. Servicio de embalaje Este servicio se realiza previo a la mudanza, y consiste en que **MuDDATTE S.A.C.** otorgará las cajas debidamente codificadas al cliente para que realice el empaque de bienes menores para posteriormente proceder con el embalaje de bienes y enseres de mayor tamaño paralelamente se irá separando e identificando la correspondencia de los muebles y enseres en el lugar de destino.**

Es imprescindible que en esta etapa del servicio se elabore un registro y codificación de las cajas con su respectivo inventario de los contenidos de las mismas, para una fácil ubicación en el punto de destino. El mismo que deberá ser autorizado por el contratante del servicio.

**Asesoramiento de trámites:** Se realiza el asesoramiento al contratante de la mudanza sobre la cancelación en el banco de la nación por derecho de mudanza para posteriormente acercarse al puesto policial que corresponda a la jurisdicción de la zona de residencia a tramitar el documento que autoriza la mudanza respectiva.

**Alianzas estratégicas:** Se logrará tener acuerdos y contratos con los proveedores para abastecernos de los materiales necesarios con rapidez.

- Se resalta las características de ser un servicio de mudanza y embalaje, que contara con:
  - Unidades de transporte con tecnología hidráulica lo que contribuirá a mantener la integridad física de los muebles y enseres a transportar.
  - Equipo de trabajo altamente calificado, destacando la puntualidad, responsabilidad y asesoramiento a lo largo del proceso logrando fidelizar al cliente.

#### **5.1.8. Estructura organizacional**

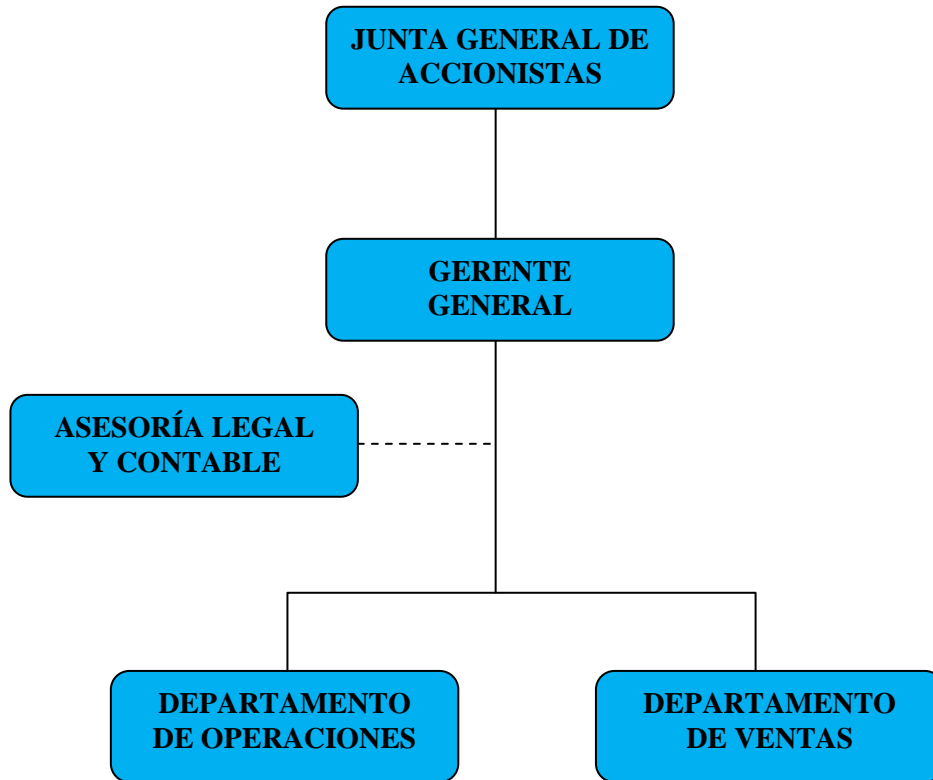
La estructura organizacional son las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de la organización para alcanzar logro de los objetivos.

##### **5.1.8.1. Organización estructural y funcional**

La estructura organizacional está definida en función a los requerimientos de trabajo en la empresa y las funciones a desempeñarse por cada una de las personas que formas parte de la misma, de modo tal que haya un trabajo coordinado y en equipo, con un nivel de responsabilidad y autoridad en la toma de decisiones.

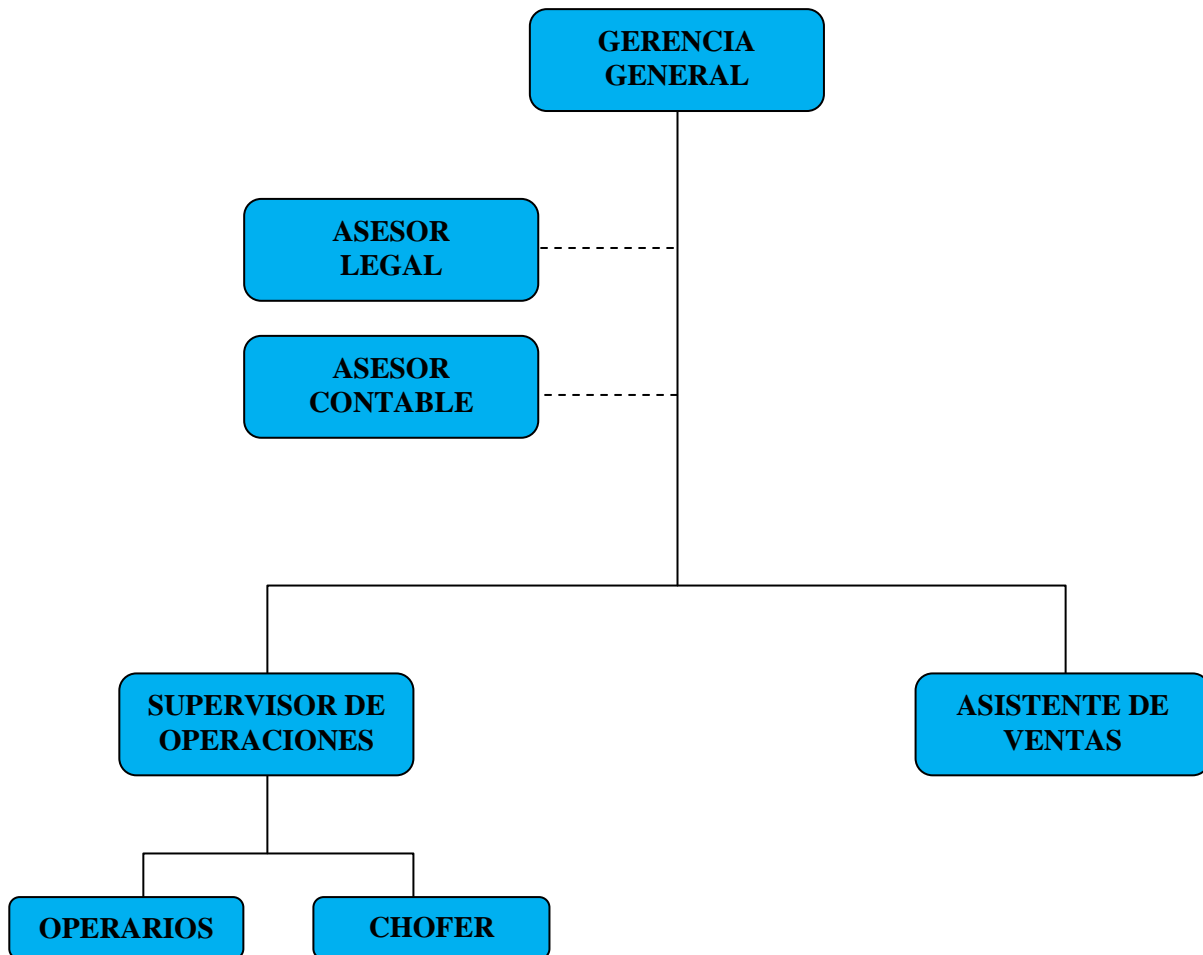
En el Gráfico N° 5 y 6 Se presentan los respectivos organigramas, los mismos que son flexibles, sujetos a variaciones según las necesidades futuras por el crecimiento y desarrollo de la empresa.

**GRÁFICO N° 5: Organigrama estructural de la empresa MuDDATTE S.A.C.**



Elaboración propia

**GRÁFICO N° 6: Organigrama funcional de la empresa MuDDATTE S.A.C.**



Elaboración propia

---

## 5.2 Plan de mercadotecnia

### 5.2.1 Plan de crecimiento comercial

Para el plan de crecimiento comercial se determinó utilizar el marketing AIDAC este es un modelo clásico que describe los efectos que produce secuencialmente un mensaje publicitario. La palabra AIDAC es un acrónimo que se compone de las siglas de los conceptos en inglés de atención (attention), interés (interest), deseo (desire), acción (action) y credibilidad (conviction) este último término recientemente se cree que debe ser incluido dentro del marketing AIDA.

#### **Capta su atención**

Este es el paso clave. MuDDATTE S.A.C. tendrá que captar la atención del cliente ya sea por el comercial visto en la televisión local o el “MuDDATTE RODANTE” o quizá quiera seguir leyendo el periódico en el que se publique.

La clave para captar la atención de los clientes es conocer sus necesidades. Descubrir cuál es el diálogo que está teniendo lugar en sus cabezas para captar su atención. ¿Qué cosas les preocupan? ¿Cuáles son sus metas? ¿Qué desean por encima de todo? Cuantos más específicos seamos más fáciles nos será captar la atención de esas personas que queremos que vean nuestro servicio que ofrecemos, para ello periódicamente se realizaran encuestas de identificación de necesidades.

#### **Despierta su interés**

Ya hemos atraído su atención. Ahora queremos que se interese por lo que tenemos que ofrecerle. Sabemos cuál es su problema y nosotros tenemos una solución. Aquí empezamos a introducir la solución y el porqué es la adecuada para él o ella. Se establecerá informes de los servicios como un reporte al cliente en el verificara por ejemplo los tiempos utilizados en el servicio.

#### **Genera auténtico deseo**

El simple interés no es suficiente para que alguien contrate el servicio. Para crear ese deseo lo hacemos enumerando y corroborando los beneficios que están asociados a la promesa que hemos utilizado para captar su atención.

### **Pide que actúe Ahora**

Después de captar la atención cliente, tenemos que despertar el interés por lo que ofrecemos. Se tiene que lograr que el cliente termine contratando los servicios de **MuDDATTE**.

Para esto contaremos con algunas estrategias de venta:

- Citaremos algunas consecuencias negativas si no contrata nuestro servicio, como la pérdida y el deterioro de los muebles y enseres.
- Motivarlos con alguno de los beneficios más importantes del servicio. Haremos referencia a la tranquilidad y ahorro de tiempo que va a tener si contrata nuestro servicio.

### **Credibilidad y confianza**

El último ingrediente La credibilidad es el elemento que hace que todo lo demás sea posible. Se le explicara cliente con la verdad para de esta manera generar confianza y que el mismo cliente nos pueda recomendar.

#### **5.2.2 Mercado meta**

El mercado meta de **MuDDATTE S.A.C.** está conformado por todas las familias que vivan en los distritos de Trujillo y Víctor Larco.

#### **5.2.3 Calidad intrínseca**

“ **MuDDATTE**” brindara un servicio de alta calidad, se destaca el valor por la puntualidad, responsabilidad, formalidad y asesoramiento al cliente a lo largo del proceso, las familias que contraten nuestro servicio evitaran enfrentarse a todos los contratiempos que acarrea una mudanza convencional como son el caos, cansancio, pérdida de tiempo, perdida de objetos, trámites engorrosos y llena de imprevistos terminado con una familia exhausta y con los nervios alterados. Por el contrario “**MuDDATTE**” se hará cargo de todo el proceso debido al personal altamente calificado que cuenta con la capacitación y experiencia, utilizando equipos y materiales apropiados para el servicio en mención.

#### 5.2.4 Costo para el cliente.

Considerando la información obtenida de las encuestas y de las empresas competidoras se considera el precio base como sigue:

<b>Mudanza</b> •S/. 300.00	<b>Embalaje</b> •S/. 400.00	<b>Mudanza y Embalaje</b> •S/. 600.00
-------------------------------	--------------------------------	--

#### 5.2.5 Conveniencia

El local estará estratégicamente ubicado en la Av. Vallejo Oeste (altura de Real Plaza), contara con página web para las visitas en línea, central telefónica y equipos nextel.

#### 5.2.6 Comunicación

Para efectos de comunicar la existencia de la empresa, se ha realizaran las siguientes acciones de marketing.

- Creación de un sitio web: [http:// www.mudate.com.pe](http://www.mudate.com.pe)  
Es elemental contar con una página web nos servirá como informativo e imagen corporativa, sumado a que los esfuerzos de comunicación que se realicen en redes sociales, tienen como principal objetivo derivar al cliente a visitar esta página web donde podrá realizar cotizaciones sin costo alguno.
- envío de correos electrónicos masivos.
- Publicidad en páginas Web como Google Adwords y Promonegocios.net.
- Convenio con empresas constructoras e inmobiliarias para que ofrezcan el servicio de "MuDDATTE", Otorgando una comisión del 8% del servicio contratado.
  - se colocara banner publicitario y folletero para ofrecer el servicio insituo o las personas que acudan a ver los avances de sus viviendas.
- Publicidad en prensa escrita como:
  - Diario la industria
    - Eventualmente se colocaran insertos dentro de los periódicos y revistas locales.
- Publicación en páginas amarillas y Página de negocios.
- Diseño y optimización de las redes sociales.
  - Direccionar la comunidad de Facebook, estableciendo un Landing Page que direcciona a la página web de la empresa.

- Creación de un perfil en facebook y twitter.
- Creación de Fan Page con la finalidad de incrementar el tráfico.
- Publicación a través de las diferentes radios locales como:
  - Radio RPP.
  - Estudio 92.
- Publicidad en televisión:
  - UCV satelital.
- Distribución de, volantes, imanes y colocación de banners, en lugares estratégicos con los cuales se dará a conocer la existencia de la empresa.
- Participación en el Corso Primavera como auspiciador con la unidad de transporte, exhibiendo la marca de "MuDDATTE".
- Se harán regalos para los primeros servicios tomados. Como polos, gorros y llaveros con el logotipo de la empresa, los que serán entregados de la siguiente manera:
  - polo con el logo de la empresa + llavero.
  - Gorro con el logo de la empresa + llavero.

**FIGURA N° 38: Llaveros "MuDDATTE"**





**FIGURA N° 39: Polo "MuDDATTE"**



**FIGURA N° 40: Gorro "MuDDATTE"**



### 5.2.7 Posicionamiento

**MuDDATTE S.A.C.** Lo que busca es posicionar la marca en el mercado Trujillano, para ello se realizara campañas de promoción comercial llamada “ **MuDDATTE** **Rodante**”, que se realizara con las unidades de transporte rodando por la toda ciudad con música del momento, repartiendo diversos artículos de merchandising, entrevistando y preguntando a las personas lo siguiente:

Pregunta N° 1.

- “¿si tuviera que mudarse a que empresa contrataría?”

Respuesta N° 1

- las personas contestaran a “MuDDATTE”

Pregunta N° 2

- “¿y por qué?”

Respuesta N° 2

- “ porque “es mi mejor opción”

De esta forma haremos que “ **MuDDATTE** ” se haga conocido y se posicione en la mente del consumidor Trujillano.

### 5.2.8 Presupuesto de marketing

**CUADRO N° 52: Presupuesto de marketing**

Publicidad			
Item	Gasto Mensual	Cantidad al Año	Valor al Año
Insertos en revistas	400.00	12	4,067.80
Páginas Amarillas y Negocios	500.00	12	5,084.75
Televisión (Ucv satelital)	1,200.00	3	3,050.85
Periódico ( La Industria)	1,200.00	6	6,101.69
Radio RPP noticias y Estudio 92)	500.00	12	5,084.75
<b>TOTAL</b>			<b>23,389.83</b>
Actividades y Eventos	Gasto Mensual	Cantidad al Año	Valor al Año
Curso Primavera	500.00	1	423.73
MuDDatte Rodante	500.00	1	423.73
<b>TOTAL</b>			<b>847.46</b>
Merchandising		Cantidad al Año	Valor al Año
Llaveros	ciento	0.5	711.86
Lapiceros	ciento	0.5	813.56
Imanes	ciento	0.5	1220.34
Polos	Docena	1	711.86
Gorros	Docena	1	884.75
<b>TOTAL</b>			<b>4342.37</b>
			<b>28,579.66</b>

Elaboración propia

---

### 5.3 Equipo de trabajo

#### 5.3.1 Descripción de posiciones

Para poder llevar a cabo este proyecto necesitamos contar con un equipo de personal altamente calificado, tanto en los niveles administrativos así como en el nivel de operaciones, las cualidades generales que se deben poseer son las siguientes:

##### Cualidades generales

- Experiencia y conocimientos
- Pro actividad
- Liderazgo y vocación de servicio
- Manejo de herramientas
- Visión empresarial
- Adaptabilidad

El Staff estará integrado por 7 personas:

- 1 Administrador (Gerente) – Profesión en Administración de Empresas
- 1 Supervisor de operaciones – Profesión en Administración de empresas o Ingeniería industrial con especialización en Logística.
- 3 Operarios
- 1 Asistente de ventas – Profesión en Administración de Empresas.
- 1 Conductor Profesional (Conductor) – Licencia de Conducir AII-B

#### 5.3.2 Manual de organización y funciones

Es el documento normativo que describe las funciones específicas a nivel cargo o puesto de trabajo desarrollándolo a partir de la estructura orgánica y funciones generales establecidas en el reglamento de organización y funciones así como en base a los requerimientos de cargos considerados en la asignación de personal. (Véase anexo N° 10).

#### 5.3.3 Proceso de reclutamiento y selección

MUDDATE S.A.C. para reclutar al personal se realizara una convocatoria diario La Industria y a través de la página web, posteriormente se realizará una entrevista de selección donde se conocerá sus aptitudes, capacidades y habilidades que posee cada postulante, y así la empresa podrá seleccionar al personal que se adecue al perfil del puesto requerido.

---

#### **5.3.4 Plan de desarrollo del personal y monitoreo**

Después de haber realizado el proceso de reclutamiento y selección; **MuDDATTE S.A.C.** hará que el personal reciba inducción sobre conocimientos y funciones para cada puesto específico. Así también, se brindará información general como la misión, visión y objetivos que desea cumplir la empresa, de esta manera su personal se verá comprometido e involucrado con **MuDDATTE S.A.C.** Además, la empresa brindará capacitación al personal, durante el primer año, y durante los años posteriores los dueños serán los encargados de realizar la capacitación. Luego, se hará un seguimiento y se supervisará al nuevo miembro de la organización, para ello estará un mes en periodo de prueba, tiempo en el cual se supervisará su trabajo y se determinará su continuidad en la empresa. Finalmente, una vez cumplido con el periodo de prueba, se evaluará su desempeño semestralmente del trabajador y de esta manera determinar su renovación o término de contrato.

#### **5.3.5 Política y fijación de remuneración**

MuDDATTE S.A.C. esta acogida a la ley de las MYPES, ley N° 29157, promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, por lo que no realizará pagos por concepto de CTS y beneficios sociales. Los contratos de los trabajadores serán por un plazo de un año, los mismos que recibirán una remuneración mensual de acuerdo a lo descrito a continuación:

**CUADRO N° 53: Planilla del personal (nuevos soles)**

Concepto	N° de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
<b>Mano de obra directa</b>							
Supervisor de operaciones	1	1,300.00		117.00	1,417.00	17,004.00	17,004
Operarios	5	900.00		81.00	981.00	11,772.00	58,860
Conductor	1	1,300.00		117.00	1,417.00	17,004.00	17,004
<b>Total mano de obra directa</b>							<b>92,868</b>
<b>Total mano de obra indirecta</b>							<b>27,468</b>
Gerente General	1	2,000.00		180.00	2,180.00	26,160.00	26,160
<b>Servicios por terceros</b>						-	-
Asesoría contable	1	500.00			500.00	6,000.00	6,000
Asesor legal	1	500.00			500.00	6,000.00	6,000
<b>Total sueldo administrativos</b>							<b>38,160</b>
<b>Ventas</b>							
Auxiliar de Atención al cliente	1	950.00		85.50	1,035.50	12,426.00	12,426
<b>Total sueldo ventas</b>							<b>12,426</b>

Elaboración propia

**CAPÍTULO VI:**  
**ESTUDIOS DE COSTOS**

---

## **6.1 Inversiones**

La inversión inicial del proyecto representa el desembolso total que se requiere para la adquisición de maquinarias, equipos, infraestructura, que serán utilizados prestar servicios. El objetivo del estudio de la inversión inicial es identificar y cuantificar los componentes que integran la estructura de la inversión total del proyecto.

De esta manera, la estructura de la inversión del presente proyecto está integrada por las siguientes categorías: inversión en activos fijo, inversión en activos intangibles y capital de trabajo.

### **6.1.1 Inversiones en activo fijo**

La inversión en activo fijo será de 194,691.41 Nuevos Soles, compuesto por maquinaria y equipo, vehículos de transporte, herramientas, equipos de procesamiento de datos y mobiliario.

**CUADRO N° 54: Inversión en activo fijo**

CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			Valor Residual
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>194,691.41</b>			<b>18,854.10</b>	<b>100,420.91</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>162,754.67</b>			<b>16,275.47</b>	<b>81,377.32</b>
Cajas especiales de madera con revestimiento de goma espuma	5.00	706.78	3,533.90	10.0	10.00%	353.39	1,766.95
Carretilla manual con elevación hidráulica	2.00	1,542.37	3,084.75	10.0	10.00%	308.48	1,542.35
Carretilla manual mecánica	1.00	330.51	330.51	10.0	10.00%	33.05	165.26
Carretilla de mano c/ plataforma	1.00	396.61	396.61	10.0	10.00%	39.66	198.31
Teclé eléctrico	1.00	606.78	606.78	10.0	10.00%	60.68	303.38
Equipo nextel con GPS	3.00	396.61	1,189.83	10.0	10.00%	118.98	594.93
<b>Vehículos</b>			<b>152,023.73</b>			<b>15,202.37</b>	
Camión marca HINO de 7.5 Tn.	1.00	124,290.92	124,290.92	10.0	10.00%	12,429.09	62,145.47
Carrocería de metal tipo furgón c/ rampa hidráulica 1.5 Tn.	1.00	27,732.81	27,732.81	10.0	10.00%	2,773.28	13,866.41
<b>Herramientas</b>			<b>739.41</b>			<b>73.9400</b>	
Equipo para ensunchar	1.00	88.14	88.14	10.0	10.00%	8.81	44.09
Dispensador para cinta de embalaje	4.00	44.07	176.27	10.0	10.00%	17.63	88.12
Dispensador de film para embalar	4.00	55.08	220.34	10.0	10.00%	22.03	110.19
Mantas	5.00	40.68	203.39	10.0	10.00%	20.34	101.69
Wincha	5.00	10.25	51.27	10.0	10.00%	5.13	25.62
<b>Equipos de Procesamiento de Datos</b>			<b>3,849.58</b>			<b>769.91</b>	<b>0.03</b>
Impresora	1.00	268.07	268.07	5.0	20.00%	53.61	0.02
Computadora	2.00	1,060.50	2,121.01	5.0	20.00%	424.20	0.01
Laptop	1.00	1,460.50	1,460.50	5.0	20.00%	292.10	
<b>Mobiliario</b>			<b>8,087.16</b>			<b>808.72</b>	<b>4,043.56</b>
Juego de muebles	1.00	1,655.46	1,655.46	10.0	10.00%	165.55	827.71
Counter	1.00	1,760.51	1,760.51	10.0	10.00%	176.05	880.26
Credenza	1.00	440.68	440.68	10.0	10.00%	44.07	220.33
Roperos portátiles	3.00	418.64	1,255.93	10.0	10.00%	125.59	627.98
Escritorios para oficina	3.00	991.53	2,974.58	10.0	10.00%	297.46	1,487.28

Elaboración propia



### 6.1.2 Inversiones en activo intangible

La inversión en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. La suma monetaria para esta inversión es de S/. 19,000.30

**CUADRO N° 55: Inversión en activo intangible**

CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			Valor Residual
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	
<b>INTANGIBLES</b>			<b>19,000.30</b>			<b>3,800.05</b>	<b>0.05</b>
<b>DERECHOS Y OTROS</b>			<b>15,744.00</b>			<b>3,148.80</b>	
Capacitación inicial		5,000.00	5,000.00	5.0	20.00%	1,000.00	
Remodelación del local		2,076.27	2,076.00	5.0	20.00%	415.20	
Reclutamiento de personal		423.73	424.00	5.0	20.00%	84.80	
Anuncios publicitarios		296.00	296.00	5.0	20.00%	59.20	
Constitución y organización de empresa		5,089.06	5,089.00	5.0	20.00%	1,017.80	
Alianzas y convenios		1,700.00	1,700.00	5.0	20.00%	340.00	
Estudios definitivos		700.00	700.00	5.0	20.00%	140.00	
Imprevistos	3%	458.55	459.00	5.0	20.00%	91.80	
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	Inversión	<b>19,000.30</b>	Amortización		<b>3,800.05</b>	Valor Resid.	<b>0.05</b>

Elaboración propia

### 6.1.3 Inversiones de capital de trabajo

El capital de trabajo para el inicio de las operaciones es de S/. 73,362.00 con menores aportes anuales a partir del año 1 en adelante, debido a la generación de fondos por el proyecto, se obtiene por el método de desfase que consiste en establecer los costos incrementales año a año, y determinar el factor de desfase que se obtiene de calcular el número de meses que se requiere capital cuando aun no se tiene ingresos.

**CUADRO N° 56: Capital de trabajo**

Concepto	0	2013	2014	2015	2016	2017
Costos de producción		181,807	185,469	191,085	197,078	203,096
Gastos administrativos		69,263	72,091	72,929	73,786	74,662
Gastos de ventas		42,378	37,964	38,225	38,493	38,767
<b>Total de Costos y Gastos</b>		<b>293,448</b>	<b>295,524</b>	<b>302,239</b>	<b>309,356</b>	<b>316,525</b>
Variaciones del capital de trabajo	293,448	2,075	6,715	7,117	7,169	
Factor de desfase	3/12					
<b>TOTAL SIN IGV</b>	<b>73,362</b>	<b>519</b>	<b>1,679</b>	<b>1,779</b>	<b>1,792</b>	<b>0</b>
Costos de producción		191,992	195,731	201,826	208,354	214,899
Gastos administrativos		70,623	73,790	74,627	75,484	76,361
Gastos de ventas		47,462	42,285	42,546	42,814	43,088
<b>Total de Costos y Gastos</b>		<b>310,078</b>	<b>311,805</b>	<b>319,000</b>	<b>326,651</b>	<b>334,347</b>
Variaciones del capital de trabajo	310,078	1,728	7,195	7,652	7,696	
Factor de desfase	3/12					
<b>TOTAL CON IGV</b>	<b>77,519</b>	<b>432</b>	<b>1,799</b>	<b>1,913</b>	<b>1,924</b>	<b>0</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 57: Resumen de inversiones**

Descripción	Monto sin IGV	Monto con IGV	IGV
Activo fijo	194,691	229,736	35,044
Activo intangible	19,000	22,420	3,420
Capital de trabajo Inicial	73,362	77,519	
<b>TOTAL</b>	<b>287,054</b>	<b>329,676</b>	<b>38,465</b>

Elaboración propia

## 6.2 Costos y gastos proyectados

### 6.2.1 Materiales directos

**CUADRO N° 58: Costo de materiales directos**

ITEM	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	3,051	3,191	3,356	3,508	3,671
[Embalaje]	12,685	13,267	13,954	14,588	15,266
[Embalaje y Mudanza]	31,473	32,915	34,554	36,193	37,874
<b>TOTAL</b>	<b>47,209</b>	<b>49,373</b>	<b>51,864</b>	<b>54,290</b>	<b>56,812</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 59: Materiales directos según ítem**

Producto	Materiales	Cantidad	Unidad de Medida	Precio inc. IGV	Valor
[Mudanza]	Combustible (galón)	1	galón	15.00	<b>12.71</b>
<b>Total</b>				<b>15.00</b>	
[Embalaje]	Cartón	126	metros	12.60	<b>52.86</b>
	Film para embalar	100	metros	21.78	
	Tecnopor	3	metros	9.99	
	Burbuja	4	metros	7.60	
	Caja de madera	1	Unidad	5.00	
	Cinta de embalaje/ frágil	5	metros	4.85	
	Etiquetas/marcadores	1	unidad	0.55	
<b>Total</b>				<b>62.37</b>	
[Embalaje y Mudanza]	Combustible	1	Galón	15.00	<b>65.57</b>
	Cartón	126	metros	12.60	
	Film para embalar	100	metros	21.78	
	Tecnopor	3	metros	9.99	
	Burbuja	4	metros	7.60	
	Caja de madera	1	Unidad	5.00	
	Cinta de embalaje/ frágil	5	metros	4.85	
	Etiquetas/marcadores	1	unidad	0.55	
	<b>TOTAL</b>				

Elaboración propia

## 6.2.2 Mano de obra directa

**CUADRO N° 60: Costo de la mano de obra directa**

Concepto	N° de Trabajadores	Sueldo mensual	CT S	Beneficios sociales	Sueldo total	Sueldo anual	TOTAL
Mano de obra directa							
Supervisor de operaciones	1	1,400.00		126.00	1,526.00	18,312.00	18,312
Operarios	5	950.00		85.50	1,035.50	12,426.00	62,130
Chofer	1	1,200.00		108.00	1,308.00	15,696.00	15,696
<b>Total mano de obra directa</b>							<b>96,138</b>

Elaboración propia

## 6.2.3 Costos y gastos indirectos

**CUADRO N° 61: Gastos indirectos**

Ítem	%	2013	2014	2015	2016	2017
Electricidad	31.91%	2,992	3,129	3,288	3,441	3,600
Agua	26.60%	2,493	2,607	2,740	2,867	3,000
Internet	15.96%	1,496	1,564	1,644	1,720	1,800
Mantenimiento de vehículo	25.53%	2,393	2,503	2,630	2,752	2,880
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>9,374.25</b>	<b>9,803.90</b>	<b>10,301.91</b>	<b>10,780.38</b>	<b>11,281.08</b>

Elaboración propia

## 6.2.4 Gastos de administración

Son todos los gastos provenientes de las actividades realizadas para el funcionamiento administrativo de la empresa.

**CUADRO N° 62: Gastos de administración (nuevos soles)**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Útiles de escritorio	395	336	336	336	336
Útiles de limpieza	2,901	2,465	2,465	2,465	2,465
Sueldos	34,560	35,355	36,168	37,000	37,851
Plan de capacitación		1,724	1,724	1,724	1,724
Alquileres*	25,131	25,200	25,200	25,200	25,200
Mantenimiento y reparación del local		1,293	1,293	1,293	1,293
Servicios de comunicación	4,259	3,620	3,620	3,620	3,620
Imprevistos 3%	2,017	2,100	2,124	2,149	2,175
<b>TOTAL SIN IGV</b>	<b>69,263</b>	<b>72,091</b>	<b>72,929</b>	<b>73,786</b>	<b>74,662</b>
<b>TOTAL CON IGV</b>	<b>70,623</b>	<b>73,790</b>	<b>74,627</b>	<b>75,484</b>	<b>76,361</b>
<b>IGV</b>	<b>1,360</b>	<b>1,699</b>	<b>1,699</b>	<b>1,699</b>	<b>1,699</b>

Elaboración propia \* Incluye pago de impuestos

### 6.2.5 Gastos de ventas

El gasto de ventas está constituido por todas aquellas acciones y servicios que son necesarios realizar para que se concrete la venta.

**CUADRO N° 63: Gastos de ventas**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Publicidad y Marketing	28,248	24,005	24,005	24,005	24,005
Publicidad	23,326	19,822	19,822	19,822	19,822
Actividades y Eventos	845	718	718	718	718
Merchandising	4,077	3,465	3,465	3,465	3,465
Sueldos	13,044	13,381	13,689	14,003	14,326
Transporte y Representación	3,042	2,585	2,585	2,585	2,585
<b>TOTAL SIN IGV</b>	<b>44,334</b>	<b>39,971</b>	<b>40,279</b>	<b>40,593</b>	<b>40,916</b>
<b>TOTAL CON IGV</b>	<b>49,419</b>	<b>44,292</b>	<b>44,599</b>	<b>44,914</b>	<b>45,236</b>
<b>IGV</b>	<b>5,085</b>	<b>4,321</b>	<b>4,321</b>	<b>4,321</b>	<b>4,321</b>

Elaboración propia

**6.2.6 Otros Gastos:** El proyecto no contempla otros gastos.

**6.2.7 Depreciación del Activo Fijo**

Se muestra la depreciación del activo fijo para cada uno de los años, para el periodo 2013-2017 es de S/.18, 854. Para realizar estos flujos se utilizó el método de depreciación lineal y se tomó como referencia las tasas dispuestas por la SUNAT.

**CUADRO N° 64: Depreciación del activo fijo**

Descripción	Inversión	2013	2014	2015	2016	2017	2017
<b>TANGIBLES</b>	<b>194,691</b>	<b>18,854</b>	<b>18,854</b>	<b>18,854</b>	<b>18,854</b>	<b>18,854</b>	<b>100,421</b>
Inmuebles	20,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	15,000
Maquinaria y equipo	162,755	16,275	16,275	16,275	16,275	16,275	81,377
Equipos de procesamiento de datos	3,850	770	770	770	770	770	0
Mobiliario	8,087	809	809	809	809	809	4,044
<b>TOTAL</b>	<b>213,692</b>	<b>22,654</b>	<b>22,654</b>	<b>22,654</b>	<b>22,654</b>	<b>22,654</b>	<b>100,421</b>

Elaboración propia

**6.2.8 Amortización de intangibles**

La amortización del activo intangible para el periodo 2013-2017 es de S/3800.00 anuales.

**CUADRO N° 65: Amortización de intangibles**

Descripción	Inversión	2013	2014	2015	2016	2017	2017
<b>INTANGIBLES</b>	<b>19,000</b>	<b>3,800</b>	<b>3,800</b>	<b>3,800</b>	<b>3,800</b>	<b>3,800</b>	<b>0</b>
Gastos Pre operativos	3,256	651	651	651	651	651	0
Capacitación inicial	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	
Remodelación del local	2,076	415	415	415	415	415	
Reclutamiento de personal	424	85	85	85	85	85	
Anuncios publicitarios	296	59	59	59	59	59	
Constitución y organización de empresa	5,089	1,018	1,018	1,018	1,018	1,018	
Alianzas y convenios	1,700	340	340	340	340	340	
Estudios definitivos	700	140	140	140	140	140	
Imprevistos	459	92	92	92	92	92	

Elaboración propia

## 6.3 Financiamiento

### 6.3.1 Estructura de capital

La inversión total que es de S/. 329,676.00 monto del cual el 60% será aporte propio y el 40% financiado a través de préstamo bancario.

**CUADRO N° 66: Estructura de financiamiento**

Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	197,805	60.00%
Préstamo	131,870	40.00%
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>329,676</b>	<b>100.00%</b>

Elaboración propia

### 6.3.2 Alternativas de financiamiento externo

Se muestran las alternativas de financiamiento externo de 4 instituciones financieras, y así elegir una tasa de interés conveniente incluyendo gastos administrativos, seguro, y comisiones.

**CUADRO N° 67: Alternativos de financiamiento**

Entidad financiera	TEA	TEM
Bbva (Continental)	20,98%	1,60%
Scotiabank	25,34%	1,90%
BCP	31,68%	2,32%
Interbank	23,87%	1,80%

Elaboración propia

### 6.3.3 Criterios de Selección de fuentes de financiamiento

Para financiar el capital de Trabajo e eligió al Banco de Crédito debido a que ofrece una tasa preferencial frente a las otras entidades evaluadas. En el cuadro "a" se muestra la información que servirá de base para hacer el Plan Financiero.



**CUADRO N° 68: Fuente de financiamiento elegida**
**a) Capital de trabajo**

Para capital de trabajo	Reales	Nominales
<b>77,519.45</b>		
Para capital de trabajo	26,374	26,374
Periodos (meses):	4	4
Tasa mensual:	2.34%	2.55%
Costo efectivo anual:	32.00%	35.25%

Elaboración propia

Para financiar el activo fijo se eligió al Banco Scotiabank debido a que ofrece una tasa menor con respecto a las otras entidades bancarias evaluadas. En el cuadro "b" se muestra la información que servirá de base para hacer el plan financiero.

**b) Activo fijo**

Para activo fijo	Reales	Nominales
<b>229,735.86</b>		
Para activo fijo	105,496	105,496
Periodos (meses):	60	60
Tasa mensual:	1.19%	1.40%
Costo efectivo anual:	15.30%	18.14%

Elaboración propia

**6.3.4 Amortización de deuda**

Los Cuadros "a" y "b" se presentan el plan financiero en términos reales y el plan financiero en términos nominales respectivamente, de acuerdo al cuadro de información base. El monto a financiar es de 26,374.00 a una TEA de 32% anual en capital de trabajo y el monto a financiar es de S/. 105,496.00 a una tasa 15.30% en activo fijo.

**CUADRO N° 69: Amortización de la deuda en términos reales**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Intereses	16,608.44	13,941.23	10,790.28	7,067.86	2,670.33
Amortización	14,706.43	17,373.64	20,524.59	24,247.01	28,644.54
Saldo	90,789.78	73,416.14	52,891.55	28,644.54	0.00
Cuota #####	31,314.87	31,314.87	31,314.87	31,314.87	31,314.87

Elaboración propia

**CUADRO N° 70: Amortización de la deuda en términos nominales**

°	2013	2014	2015	2016	2017
Intereses	18,310	13,941	10,790	7,068	2,670
Amortización	41,080	17,374	20,525	24,247	28,645
Saldo	90,790	73,416	52,892	28,645	(0)
Cuota	59,390	31,315	31,315	31,315	31,315

Elaboración propia

**6.4 Ingresos proyectados**
**6.4.1 Ingresos por ventas**

En el cuadro estructura de precios se muestran el precio de los servicios, los cuales se estructuraron teniendo en cuenta los precios de la competencia, la diferenciación de los productos, y el margen de contribución, que en el servicio de mudanza asciende a s/.45.00, en el servicio de embalaje el margen de contribución es de s/.88.18 y en el servicio de embalaje y mudanza es de s/ 156.49.

**CUADRO N° 71: Estructura de precios**

Producto	Valor de venta	IGV	Precio medio	Costo total medio	Margen contribución
[Mudanza]	254.24	45.76	300.00	209.23	45.00
[Embalaje]	338.98	61.02	400.00	250.80	88.18
[Embalaje y Mudanza]	508.47	91.53	600.00	351.98	156.49

Elaboración propia

El ingreso total por todos los servicios a vender se muestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 72: Ingreso por ventas**

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
[Mudanza]	61,017	63,814	67,119	70,169	73,429
[Embalaje]	81,356	85,085	89,492	93,559	97,905
[Embalaje y Mudanza]	244,068	255,254	267,966	280,678	293,714
<b>TOTAL SIN IGV</b>	<b>386,441</b>	<b>404,153</b>	<b>424,576</b>	<b>444,407</b>	<b>465,047</b>
<b>TOTAL CON IGV</b>	<b>456,000</b>	<b>476,900</b>	<b>501,000</b>	<b>524,400</b>	<b>548,756</b>
<b>IGV</b>	<b>69,559</b>	<b>72,747</b>	<b>76,424</b>	<b>79,993</b>	<b>83,709</b>

Elaboración propia

#### 6.4.2 Recuperación de capital

En el año 0 se necesitará un capital de trabajo inicial de S/. 77,519.00.

**CUADRO N° 73: Recuperación del capital de trabajo**

Descripción	00	2013	2014	2015	2016	2017
Capital de trabajo inicial	-77,519					
Capital de trabajo incremental		-432	-1,799	-1,913	-1,924	
Recuperación del capital de trabajo						83,587

Elaboración propia

#### 6.4.3 Valor de desecho neto

Es el resultado de realizar la depreciación de los activos tangibles durante los cinco años de vida útil del proyecto, obteniendo un valor de los activos al final del quinto año que se considera como valor de desecho.

**CUADRO N° 74: Valor de desecho**

Descripción	00	2013	2014	2015	2016	2017
Valor residual						118,497

Elaboración propia

**CAPÍTULO VII:**  
**EVALUACIÓN ECONÓMICA**

## 7.1 Flujo supuestos generales

**CUADRO N° 75: Supuestos**

SUPUESTOS	
Inflación anual	2.46%
Crecimiento económico	5.00%
Crecimiento poblacional	1.30%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios sociales	9.00%
Plan de participación	80%
Crecimiento del proyecto	3%
Número de sueldos al año	12
Ventas a contado	100%
Compras a contado	100%

Fuente: <http://estadisticas.bcrp.gob.pe/consulta.asp?sIdioma=1&sTipo=1&sChkCount=46&sFrecuencia=D>  
Elaboración Propia

## 7.2 Flujo de caja proyectado

### 7.2.1 Flujo de caja operativo

El Flujo de caja operativo 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.

**CUADRO N° 76: Flujo de caja operativo**

#### Flujo de caja económico

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo de capital	-175,723	-432	-1,799	-1,913	-1,924	125,107
Flujo operativo	0	110,355	82,836	92,432	101,332	92,686
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-175,723</b>	<b>109,923</b>	<b>81,038</b>	<b>90,519</b>	<b>99,408</b>	<b>217,793</b>

Elaboración Propia

### 7.2.2 Flujo de capital

En el flujo de capital se 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.

**CUADRO N° 77: Flujo de capital**

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Inversión en activo fijo	-75,783					
Inversión en intangibles	-22,420					
Capital de trabajo inicial	-77,519					
Capital de trabajo incremental		-432	-1,799	-1,913	-1,924	0
Recuperación del capital de trabajo						83,587
Valor residual						41,520
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>-175,723</b>	<b>-432</b>	<b>-1,799</b>	<b>-1,913</b>	<b>-1,924</b>	<b>125,107</b>

Elaboración Propia

### 7.2.3 Flujo de caja económico

El flujo de caja económico 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.

**CUADRO N° 78: Flujo de caja económico**

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo de capital	-175,723	-432	-1,799	-1,913	-1,924	125,107
Flujo operativo	0	110,355	82,836	92,432	101,332	92,686
<b>FLUJO DE CAJ</b>	<b>-175,723</b>	<b>109,923</b>	<b>81,038</b>	<b>90,519</b>	<b>99,408</b>	<b>217,793</b>

Elaboración Propia

### 7.2.4 Flujo de deuda

El flujo de deuda es 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).

**CUADRO N° 79: Flujo de deuda**

Publicidad y Mar	28,248	24,005	24,005	24,005
Publicidad	23,326	19,822	19,822	19,822
Actividade	845	718	718	718
Merchandi	4,077	3,465	3,465	3,465
Sueldos	13,044	13,381	13,689	14,003
Transporte y Rep	3,042	2,585	2,585	2,585
<b>O T A L S I N I G V</b>	<b>44,334</b>	<b>39,971</b>	<b>40,279</b>	<b>40,593</b>

Elaboración Propia - \*Los intereses contemplan la deducción del escudo fiscal

### 7.2.5 Flujo de caja financiero

El Flujo de caja financiero, muestra el efecto del financiamiento sobre los resultados económicos del proyecto

**CUADRO N° 80: Flujo de caja financiero**

Flujo Financiero	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo de caja económico	-175,723	109,923	81,038	90,519	99,408	217,793
Desembolso de (a)	131,870	-53,897	-27,133	-28,078	-29,195	-30,514
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>-43,852</b>	<b>56,026</b>	<b>53,905</b>	<b>62,442</b>	<b>70,213</b>	<b>187,279</b>

Elaboración Propia

## 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 (CapitalAssetPricingModel), cuya fórmula es la siguiente:

$$b_{apalancada} = b_{desapalancada} \times (1 + (1 - p_p) \times (1 - t) \times (\text{pasivo} / \text{patrimonio}))$$

$$Cok = Rf_{US} + \beta_{apalancado} * (Rm_{US} - Rf_{US}) + \lambda * (\sigma_{País})$$

$$\lambda = \frac{\sigma_{CountryEquity}}{\sigma_{CountryBond}}$$

**CUADRO N° 81: Determinación del costo de oportunidad**

Sector	Beta
<b>Industrial Services</b>	0.75
<b>Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)</b>	1.70%
<b>Rendimiento de Mercado</b>	8.45%
<b>Riesgo País</b>	2.01%
<b>Riesgo Implícito</b>	1.50
<b>Participación Laboral</b>	0.00%

Elaboración Propia

Item	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Deuda	131,870.27	90,789.78	73,416.14	52,891.55	28,644.54	0
Capital	197,805.40	197,805.40	197,805.40	197,805.40	197,805.40	197,805.40
Beta Apalancado	1.10	0.99	0.94	0.89	0.83	0.75

Cok para el Proyecto	2013	2013	2014	2015	2016	2017
	12.14%	11.40%	11.09%	10.72%	10.29%	9.78%
	10.90%					

Elaboración Propia

⇒ Así se tiene que el COK real es 10.90%, 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

El costo promedio ponderado de capital es de 10,68% que es la tasa de rentabilidad del promedio del costo de endeudamiento y del costo de capital propio.

**CUADRO N° 82: Costo promedio ponderado del capital**

Cálculo del CPPC	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Deuda	131,870	90,790	73,416	52,892	28,645	0
Capital	197,805	197,805	197,805	197,805	197,805	197,805
Costo promedio ponderado de capital	10.49%	10.58%	10.63%	10.69%	10.77%	10.90%
<b>CPPC Promedio</b>	10.68%					

Elaboración Propia

## 7.4 Estados proyectados

### 7.4.1 Balance General

El cuadro N° 74 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. Para la partida clientes no se toma por no tener cuentas por cobrar. 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.

**CUADRO N° 83: Balance General**

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Activo</b>	<b>329,676</b>	<b>357,236</b>	<b>381,642</b>	<b>412,675</b>	<b>449,519</b>	<b>474,253</b>
Caja y Bancos	77,519	127,734	174,794	228,481	287,979	335,368
Cientes						
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>77,519</b>	<b>127,734</b>	<b>174,794</b>	<b>228,481</b>	<b>287,979</b>	<b>335,368</b>
Activo Fijo	229,736	210,882	192,028	173,174	154,319	135,465
Intangibles	22,420	18,620	14,820	11,020	7,220	3,420
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>252,156</b>	<b>229,502</b>	<b>206,848</b>	<b>184,194</b>	<b>161,540</b>	<b>138,885</b>
<b>Pasivo y Patrimonio</b>	<b>329,676</b>	<b>357,236</b>	<b>381,642</b>	<b>412,675</b>	<b>449,519</b>	<b>474,253</b>
<b>Pasivo</b>	<b>131,870</b>	<b>129,254</b>	<b>111,881</b>	<b>91,356</b>	<b>67,109</b>	<b>20,389</b>
Proveedores						
Tributos		38,465	38,465	38,465	38,465	20,389
<b>Total Pasivo Corriente</b>		<b>38,465</b>	<b>38,465</b>	<b>38,465</b>	<b>38,465</b>	<b>20,389</b>
Deuda a largo plazo	131,870	90,790	73,416	52,892	28,645	
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>131,870</b>	<b>90,790</b>	<b>73,416</b>	<b>52,892</b>	<b>28,645</b>	
<b>Patrimonio</b>	<b>197,805</b>	<b>227,982</b>	<b>269,761</b>	<b>321,319</b>	<b>382,410</b>	<b>453,865</b>
Capital social	197,805	197,805	197,805	197,805	197,805	197,805
Reserva legal		5,203	12,406	21,295	31,828	44,148
Utilidades acumuladas		24,974	59,550	102,218	152,776	211,911

Elaboración Propia

En el Balance General de puede apreciar que los activos totales de la empresa sufrirán una evolución constante en los cinco años de evaluación a razón de 39.05% con respecto al primer año, Esto se lograra principalmente al incremento de la demanda de nuestros servicios.

El capital de trabajo nos muestra el dinero que le queda a la empresa para poder operar en su trabajo diario, siendo matemáticamente la diferencia entre los activos corrientes menos pasivos corrientes, nuestro análisis nos presenta una capacidad económica suficiente para responder obligaciones con terceros, la cual al año 2017 se estima un incremento de 42.38%.

El ratio de liquidez generalmente lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente, este ratio es la principal medida de liquidez muestra que proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas. En nuestro balance encontramos que el resultado arroja 3.32 veces para año 2013, incrementándose para el año 2017 a 16.45 veces, estos significa que la empresa cuenta con liquidez inmediata para cubrir rápidamente sus deudas corrientes, por

cada sol de deuda para el año 2013 la empresa cuenta con 3.32 soles para pagarla y para el año 2017 la empresa contara con 16.45 soles para pagar cada sol de deuda.

En lo relacionado a la estructura de capital, que nos muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio y evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio, el análisis mediante ratios arroja un valor de 0.57 para el año 2013, esto significa que por cada sol aportado por el dueño de la empresa, hay 0.57 centavos de sol aportado por los acreedores disminuyendo notablemente el año 2017 a un valor de 0.04, esto significa que por cada sol aportado por el dueño de la empresa hay 0.04 centavos de sol aportado por los acreedores.

#### 7.4.2 Estado de Ganancias y Perdidas

El Estado de Ganancias y Pérdidas Anual Proyectado, muestra los resultados de la gestión del proyecto, donde la utilidad neta se va incrementando a lo largo de los 5 años de planeamiento.

**CUADRO N° 84: Estado de Ganancias y Pérdidas**

	00	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas Netas		386,441	404,153	424,576	444,407	465,047
Costo de Ventas		-179,850	-183,462	-189,032	-194,977	-200,947
<b>Utilidad Bruta</b>		206,590	220,691	235,545	249,430	264,100
Gastos Administrativos		-69,263	-72,091	-72,929	-73,786	-74,662
Gastos de Ventas		-44,334	-39,971	-40,279	-40,593	-40,916
<b>Utilidad Operativa</b>		92,992	108,629	122,337	135,051	148,522
Depreciación activo fijo		-18,854	-18,854	-18,854	-18,854	-18,854
Amortización intangibles		-3,800	-3,800	-3,800	-3,800	-3,800
<b>UAI</b>		70,338	85,975	99,683	112,397	125,868
Gastos financieros		-18,310	-13,941	-10,790	-7,068	-2,670
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		52,029	72,033	88,893	105,329	123,198
Impuesto a la Renta		-15,609	-21,610	-26,668	-31,599	-36,959
Reserva legal	10%	-5,203	-7,203	-8,889	-10,533	-12,320
Entrega de dividendos	20%	-6,243	-8,644	-10,667	-12,639	-14,784
<b>Utilidad Neta</b>		24,974	34,576	42,668	50,558	59,135

Elaboración Propia

### 7.5 Rentabilidad

#### 7.5.1 Indicadores de Rentabilidad

Se muestra el VAN y TIR económico y financiero en términos reales y nominales. El VAN se calculó con dos tasas de descuento: CPPC y COK.

Siendo el CPPC de 10.68% y el COK de 10.90%, el VANE y el VANF con la tasa del COK son mayores a los calculados con el CPPC, ya que este último es mayor que el COK.

El VANF es menor al VANE calculado con ambas tasas, debido a que el VANF mide la rentabilidad considerando el pago del financiamiento de la deuda.

En cuanto a la TIRE y la TIRF superan al COK, lo que quiere decir que resulta mucho más rentable invertir en el proyecto a invertirlo en otro tipo de inversión en el mercado.

La TIRF es mayor que la TIRE, lo que indica que el financiamiento externo ha contribuido a que el proyecto sea más rentable.

**CUADRO N° 85: VANE, VANF, TIRE y TIRF**

Tasas	Indicador	Nominal	Real	
<b>Cok</b>	VANE	251,214	222,470	SE ACEPTA EL PROYECTO
	VANF	254,334	225,234	
	TIRE	53.10%	49.43%	
	TIRF	133.74%	128.13%	
<b>Wacc</b>	VANE	252,537	223,642	SE ACEPTA EL PROYECTO
	VANF	255,192	225,993	
	TIRE	32.36%	29.18%	
	TIRF	62.63%	58.72%	

Elaboración Propia

### 7.5.2 Punto de equilibrio para el horizonte del proyecto

El punto de equilibrio de las unidades y de las ventas, es el 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.

**CUADRO N° 86: Punto de equilibrio**

Periodo	2013	2014	2015	2016	Promedio
Costos fijos	148,657	146,652	144,101	140,902	146,975
Costos variables	183,462	189,032	194,977	200,947	189,654
Producción	960	1,004	1,055	1,104	1,016
Costo variable medio	191	188	185	182	187
Costos totales	332,119	335,684	339,078	341,850	336,628
Ingresos totales	382,543	397,908	412,808	428,088	398,436
Precio medio	398	396	391	388	392
PE Unidades	717	705	698	685	716
PE Ventas	285,659	279,374	273,079	265,560	280,633

Elaboración propia

### 7.5.3 Periodo de recuperación de capital

El período de recuperación de capital, es de 2 años.

**CUADRO N° 87: Periodo de recuperación de capital**

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Flujo de caja económico	-175,723	109,923	81,038	90,519	99,408	217,793
Flujo de caja económico Actualiz.		99,346	66,174	66,785	66,249	131,142
Saldo	-175723	-76377	-10203	56,583	122,832	253,974
Cálculo de valor				3.00		
Cálculo de años				2		
Cálculo de meses						0
<b>PRC = 2 años, 0 meses.</b>						

Elaboración propia

## 7.6 Análisis de sensibilidad

### 7.6.1. Variables de entada

La variables de entrada a considerar son; la inflación, los precios de los servicios, políticas de compras y ventas, penetración del mercado y costos de producción.

### 7.6.2. Análisis unidimensional

- Si la empresa se viera forzada a reducir el precio de los servicios, debido a una baja aceptación, el efecto sobre el VANE real sería:

	-3.00%	-6.00%	-9.00%	-12.00%	-15.58%	-16.00%
<b>223,642</b>	194,530	165,419	136,307	107,196	70,494	66,025

Elaboración propia

- Si la empresa se enfrenta a una elevación de los costos de producción, por mala negociación con los proveedores, el efecto sobre el Vane real sería:

	5.00%	10.00%	15.00%	20.00%	25.36%	26.00%
<b>223,642</b>	201,012	178,382	155,752	133,122	108,853	105,966

Elaboración propia

- Si la empresa no lograra la penetración de mercado planificada, el efecto sobre el VANE real sería:

	95.00%	85.00%	80.00%	70.00%	60.75%	60.00%
<b>223,642</b>	327,963	271,643	223,642	127,756	30,721	22,262

Elaboración propia

### 7.6.3. Análisis multidimensional

- En el análisis se observa que al mezclar dos variables como la inflación (ubicada en la fila) y la reducción de precios (ubicada en la columna), existe una reducción considerable en la rentabilidad esperada.

**CUADRO N° 88: Análisis bidimensional del VANF real**

<b>223,642</b>	0.50%	1.00%	1.50%	2.00%	2.30%	3.00%	3.50%	4.00%	4.50%
3.00%	280,071	272,788	265,725	258,874	254,863	245,782	239,526	233,456	227,565
2.00%	269,337	262,328	255,531	248,939	245,079	236,341	230,322	224,481	218,813
1.00%	258,602	251,868	245,338	239,004	235,296	226,901	221,118	215,507	210,061
0.00%	247,867	241,408	235,144	229,069	<b>225,512</b>	217,460	211,914	206,532	201,309
-1.00%	237,132	230,947	224,950	219,134	215,729	208,020	202,710	197,557	192,557
-2.00%	226,397	220,487	214,757	209,199	205,945	198,579	193,506	188,582	183,805

Elaboración propia

Ante una elevación generalizada de los precios (inflación) la empresa podría compensar las pérdidas en el VANF real con elevación de precios (signo negativo en la reducción)

- Escenarios para el TIRF real, por diferentes Valores de Impuesto a la Renta y Penetración de Mercado.

### 7.6.4. Conclusiones del análisis

**CUADRO N° 89: Análisis bidimensional del TIRF real**

<b>58.72%</b>	25.00%	27.00%	28.00%	29.00%	30.00%	31.00%	32.00%	33.00%	35.00%
76.00%	55.65%	55.03%	54.71%	54.39%	54.07%	53.75%	53.42%	53.10%	52.43%
78.00%	58.13%	57.48%	57.15%	56.81%	56.48%	56.14%	55.79%	55.45%	54.75%
79.00%	59.33%	58.66%	58.32%	57.98%	57.63%	57.28%	56.94%	56.58%	55.87%
80.00%	60.45%	59.77%	59.42%	59.07%	<b>58.72%</b>	58.37%	58.01%	57.65%	56.93%
88.00%	68.44%	67.66%	67.27%	66.88%	66.48%	66.08%	65.68%	65.27%	64.44%
91.00%	69.49%	68.70%	68.30%	67.90%	67.50%	67.09%	66.68%	66.26%	65.42%

Elaboración propia

Ante una elevación del impuesto a la renta (valores ubicados en fila) la empresa buscaría una mayor penetración en el mercado (valores ubicados en la columna) para compensar la pérdida de rendimiento (TIRF real)

---

## 7.7 Factores críticos de riesgo y éxito

### 7.7.1. Descripción

➤ **Riesgos:**

- Incremento de nuevos competidores ( formales e informales)
- Incremento de los precios de combustible y materiales usados para el embalaje.

➤ **Éxito:**

- Aceptación de nuestro servicio de mudanza en el mercado.
- Posicionamiento de la marca “ **MuDDATTE** ” en el mercado Trujillano.
- Respaldo económico que nos permite acceder a un financiamiento bancario.
- Buenas relaciones con nuestros proveedores y clientes, con la finalidad de incrementar los beneficios.
- Crecimiento económico en el sector transporte del país.

### 7.7.2. Plan de contingencia y aseguramiento

- Como medida de contingencia, se realizara pruebas de calidad de los procesos de Mudanza y Embalaje, con la finalidad de mejorar la calidad y eficiencia del servicio.
- Con respecto al financiamiento económico, en sus primeros años la empresa hará uso de recursos propios y financieros para la implementación de este proyecto, teniendo como objetivo principal a largo plazo la expansión de la empresa, ya que contamos con el respaldo económico de las entidades bancarias.
- En caso del ingreso de nuevos competidores (formales e informales), la empresa **MuDDATTE S.A.C.** buscara nuevos mercados en las diferentes provincias del departamento la Libertad, con el fin de expandirnos y cubrir la demanda.

**CAPÍTULO VIII:**

**CONCLUSIONES**

---

## CONCLUSIONES

1. El proyecto es viable técnica, económica y financieramente.
2. Según las encuestas realizadas por la ejecutora del proyecto se ha podido determinar el mercado potencial para servicios de mudanza y embalaje, conociendo que el 59.04% de las familias encuestadas realizan servicio de mudanza, obteniendo como mercado objetivo que las familias contrataran 1,140 servicios en el primer año
3. La localización óptima ha sido definida mediante el método por puntos, teniendo como factores principales existencia de zonas comerciales, seguridad, fácil acceso para los clientes, concentración de mano de obra directa, precios de local y facilidades de servicios básicos como luz, agua, teléfono; sumado al 21.94% de la personas encuestadas que preferían la ubicación en la Av. Cesar Vallejo Oeste (Altura de real Plaza).
4. La implementación de la empresa MUDDATE S.A.C. en la ciudad de Trujillo es viable económica y financieramente con un VANE de S/. 223,642.00 y un VANF de S/. 225,993.00 tomando en cuenta el Costo Promedio Ponderado de Capital. La TIRE asciende a 29.18% lo que genera rentabilidad debido a que es mayor al CPPC de 10.68%. A nivel financiero se tiene que la TIRF es de 58.72 %, lo que confirma la rentabilidad que genera el proyecto.
5. El monto total de la inversión es de S/. 329,676.00 mediante una identificación y evaluación de los activos fijos, intangibles, capital de trabajo, entre otros; se ha podido determinar el costo de mudanza estándar en S/. 209.23.00 y el precio al que se ofrecería el servicio, con el fin de obtener un beneficio de /300.00, el costo de embalaje en s/. 250.80 y el precio al que se ofrecerá el servicio es S/.400.00, el costo de embalaje/mudanza en S/. 351.98 y el precio al que se ofrecerá el servicio es S/.600.00, de acuerdo a los resultados se prefiere realizar Servicio de Mudanza y Mudanza/embalaje antes que embalaje independiente



**CAPÍTULO IX:**  
**RECOMENDACIONES**

## RECOMIENDACIONES

1. Ejecutar el presente estudio dada la rentabilidad económica y financiera que presenta el proyecto.
2. Conseguir una oferta local continua que permita mantener una participación constante en el mercado con planes a un crecimiento futuro.
3. Mantener constantes relaciones con los clientes para identificar sus nuevas necesidades y expectativas, a través de herramientas de CRM, como base de datos actualizadas.

---

## REFERENCIAS

- Arreola, Risa Jesús y Arreola, Ris Antonio (2003). Programación Lineal: Una introducción a la toma de decisiones cuantitativa. s.l. : Cengage Learning Editores.
- F.Hillier y Lieberman, G. J. L. (1982).Introducción a la Investigación de Operaciones. México. : McGraw-Hill.
- Fred, David. 1997.Conceptos de Administración Estratégica. 9a. México : Pearson Educación, 1997.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2006).Dirección de Marketing. 12ª ed. México, Prentice Hall.
- Krajewski, LeeJ Ritzman (2000), Larry P. Administracion de operaciones Estrategia y análisis 5ta Ed. Mexico.
- Norman Gaither, Greg Franz. (2000). Administración de la producción de operaciones, 8va ed. América del sur, Internacional Thomson Editores.
- SapagChain, Nassir; SapagChain, Reinaldo (2001) Preparación y evaluación de proyectos. 4ta Ed. Santiago de Chile, Mc.Graw-Hill.
- Stoner, James y Freeman, Edward; Gilbert, Daniel (1996) Administration 6ta Ed. México, Prentice Hall.
- Banco Central de Reserva (2013). Consultas: Tipo de cambio junio-2013 (<http://estadisticas.bcrp.gob.pe/>) (consulta 06 de julio de 2013).
- Banco Central de Reserva del Perú (2013). Publicaciones: Reporte de inflación junio-2013 (<http://www.bcrp.gob.pe/>) (consulta 05 de julio de 2013).
- Banco de Crédito del Perú (2013). Banca empresas: Tasas activas en soles (<http://www.viabcp.com/>) (consulta 03 de julio de 2013).
- BBVA Continental (2013). Empresas: Tasas activas (<http://www.bbvabancocontinental.com/>) (consulta 03 de julio de 2013).
- BETA. (2013). Beta por sector (<http://pages.stern.nyu.edu/>) (consulta 06 de julio del 2013).
- Indecopi (2013). Propiedad intelectual: signos distintivos registro de Marcas (<http://www.indecopi.gob.pe/>) (consulta 01 de julio de 2013).

- 
- Instituto Nacional de Estadística e Informática Censo Nacional (2007). IX censo de población: cuadros estadísticos por Departamentos (<http://www.inei.gob.pe/>) (consulta 01 de julio de 2013).
  - Interbank (2013). Pequeña empresa: Leasing (<http://www.interbank.com.pe/>) (consulta 03 de julio de 2013).
  - Portada Terra Perú Invertía (2013). Bonos Estados Unidos: Renta fija 5-años (<http://economia.terra.com.pe/>) (consulta 06 de julio del 2013).
  - Scotiabank (2013). Tarifario: Empresas (<http://www.scotiabank.com.pe/>) (consulta 03 de julio de 2013).

## ANEXOS

---

## ANEXO N° 1: Encuesta a familias

Agradeceremos su colaboración para la elaboración de un estudio de mercado en nuestra ciudad sobre la instalación de una empresa de mudanzas en la ciudad de Trujillo. Toda información que nos proporcione será tratada de manera confidencial.

1- ¿Alguna vez ha realizado mudanzas/traslado de muebles y enseres?

- Si       No

2- ¿Con que frecuencia cambia de domicilio?

- Menor a seis meses       Cada seis meses       Cada año

3- ¿Cuándo se cambia de domicilio, como realizan la mudanza?

- A través de una empresa especializada  
 Contrata a transportistas que realizan todo tipo de transporte de carga  
 Con los recursos propios.  
 Otros (especifique) \_\_\_\_\_

4- ¿Cuánto pago por servicio de mudanza?

- 100-200     200-300     300-400     Otro.....

5- ¿En general cual es el nivel de satisfacción que le proporcionó la empresa de servicios de mudanzas que contrató?

- Satisfecho  
 Insatisfecho

6- ¿Conoce Ud. alguna empresa de mudanzas en la ciudad de Trujillo?

- Si. Mencione.....  
.....  
 No. (Pase a la pregunta N° 13)

- 7- ¿Estaría Ud. de acuerdo con la creación de una empresa de mudanzas en la ciudad de Trujillo?
- Si       No
- 8- ¿Qué tipo de servicio contrataría? ( puede mencionar mas de una)
- Mudanza       Embalaje       Embalaje y mudanza
- 9- ¿Estaría usted dispuesto a contratar el servicio de una nueva empresa que cuenta con las características que Ud. Requiere? En :
- Mudanza.
- Si      No
- Embalaje.
- Si      No
- Mudanza y embalaje.
- Si      No
- 10- De los siguientes factores ¿Cuáles son los 5 más importantes que debería tener la empresa en proyecto?

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>Nota</b>
Cobertura Regional-Nacional	
Experiencia en el ramo	
Asesoría al cliente	
Precios competitivos	
Personal altamente calificado	
Puntualidad	
Ubicación	
Responsabilidad	
Eficiencia	

11- ¿Cómo realizaría la contratación del servicio de mudanzas que requiere?

- Personalmente
- A través de otras personas
- Vía teléfono
- Vía Internet
- Otros -----

12- ¿Cuál considera Usted que sería la ubicación óptima para la ubicación de la empresa en proyecto?

- Urb. San José de California
- Interior de Real Plaza
- Urb. El Golf
- Centro de Trujillo
- Av. Vallejo Oeste (Frente a real Plaza)
- Otros. Mencione -----  
-----

Nombre.....	Fecha.....
Dirección .....	
Teléfono:.....Correo electrónico.....	
Centro de trabajo.....	
Ocupación.....	Edad.....

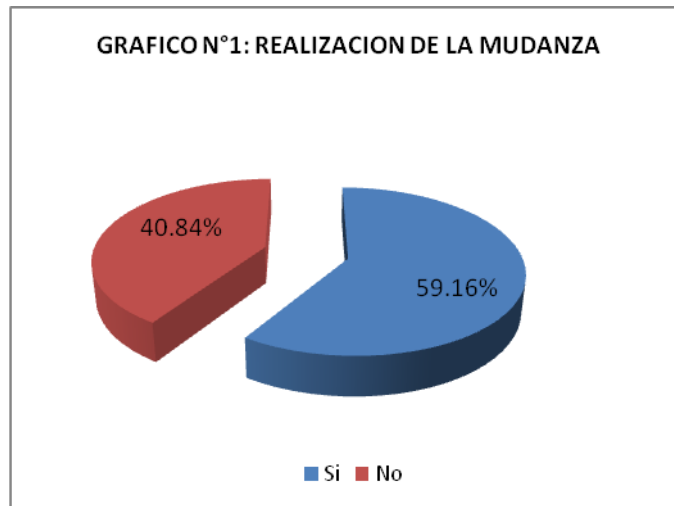
MUCHAS GRACIAS



## ANEXO N° 2: Resultados de la investigación

### Realización de la mudanza

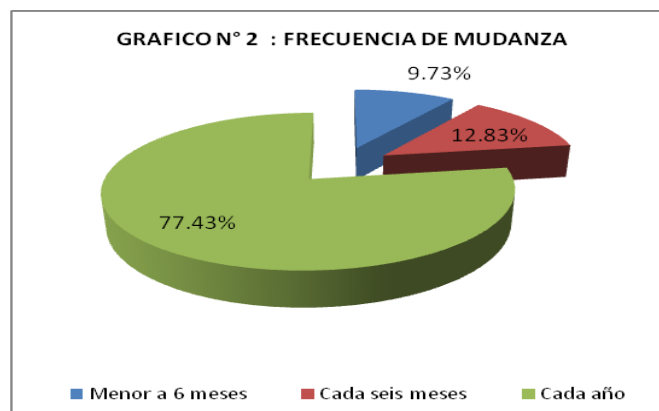
El 59.16% de las personas encuestadas manifiestan si haber realizado mudanza/traslado de muebles y enseres y el 40.84% manifiestan lo contrario.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### Frecuencia de mudanza

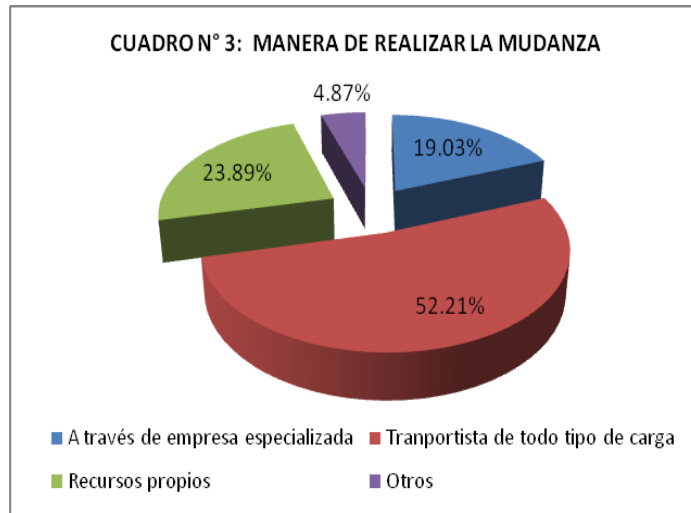
El 77.43% de las personas encuestadas manifiestan que realizan mudanza con una frecuencia anual, 12.83% manifiestan que realizan mudanza cada seis meses y 9.73% menor a 6 meses.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

**Manera de realizar la mudanza**

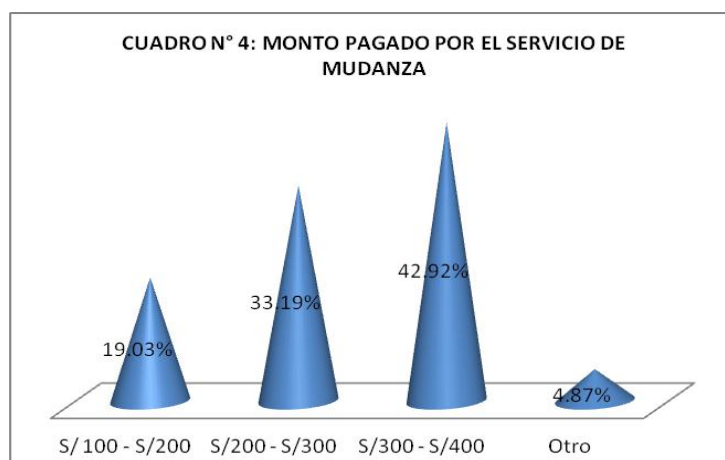
El 52.21% de las personas encuestadas han realizado mudanza a través de un transportista de todo tipo de carga, el 23.89% ha realizado mudanza con recursos propios y el 19.03% ha realizado mudanza través de una empresa especializada.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

**Monto pagado por el servicio de mudanza**

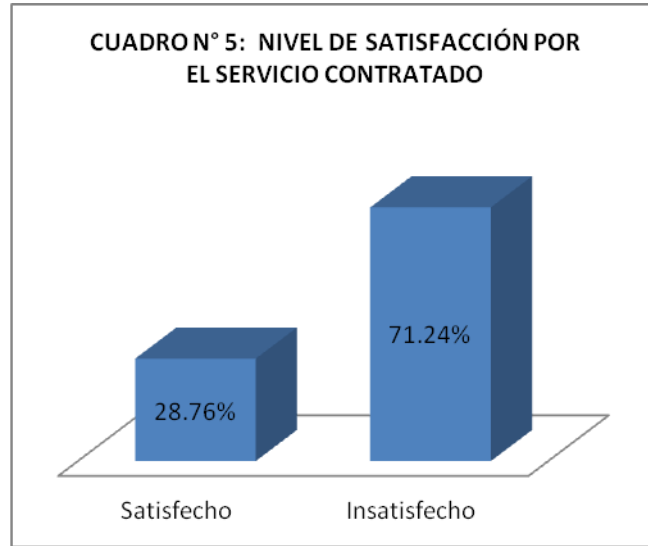
El 42.92% de las personas encuestadas cancelaron entre 300.00 y 400.00 nuevos soles por el servicio de mudanza, el 33.19% cancelaron entre 200.00 y 300.00 nuevos soles, el 19.03% cancelaron entre 100.00 y 200.00 nuevos soles y el 4.87% de las personas encuestadas cancelaron otros montos.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### Nivel de satisfacción del servicio contratado

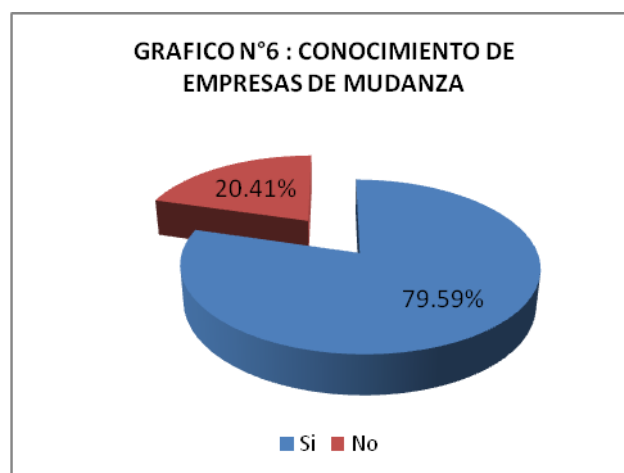
El 71.24% de las personas encuestadas no se encuentra satisfecho, seguido por el 22.76% que se encuentra insatisfecho.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### Conocimiento de empresas de mudanzas

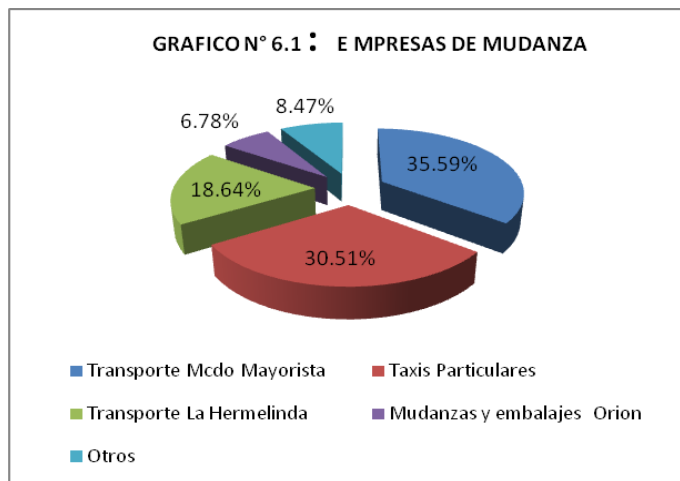
El 79.59% no conocen una empresa de mudanza mientras que el 20.41% si conoce empresas de mudanza.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### Empresas de mudanza

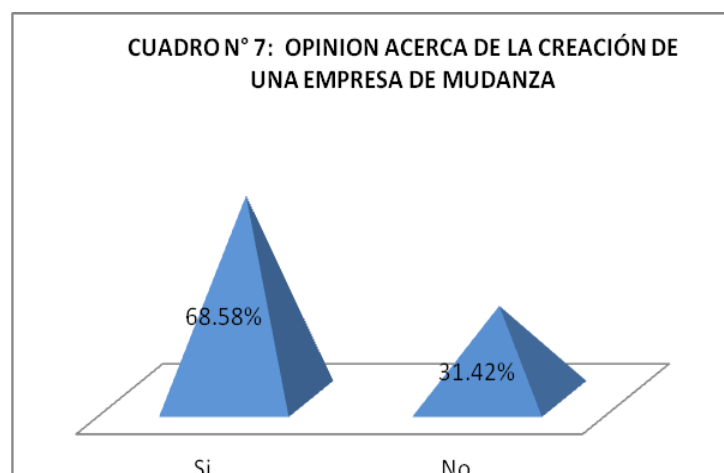
El 30.51% de las personas encuestadas han realizado mudanza en taxis particulares, seguido por el 35.59% que ha realizado mudanza en transportes del mercado mayorista, el 18.64% han realizado mudanza en transportes ubicados en el mercado la Hermelinda y el 6.78% realizo mudanza en transportes Razúri.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### Opinión acerca de la creación de una empresa de mudanza

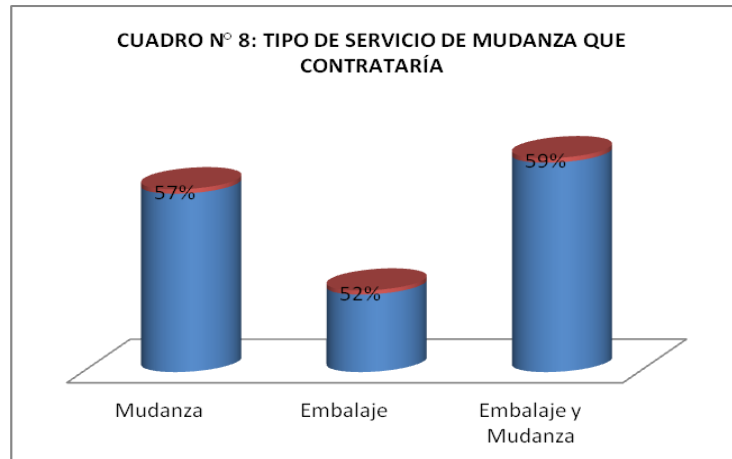
El 68.58% está de acuerdo con la creación de una empresa de mudanza a diferencia del 31.42% que no está de acuerdo con la creación de una empresa de mudanza.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### **Tipo de servicio de mudanza que contrataría**

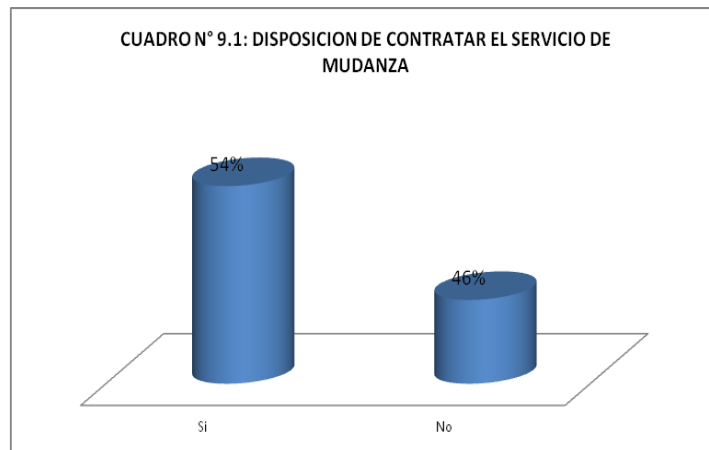
El 59% de las personas encuestadas contratarán el servicio de embalaje y mudanzas, el 57% contratará sólo el servicio de mudanzas, mientras que el 52% requeriría de la empresa en proyecto el servicio de embalaje.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### **Disposición de contratar el servicio de mudanza**

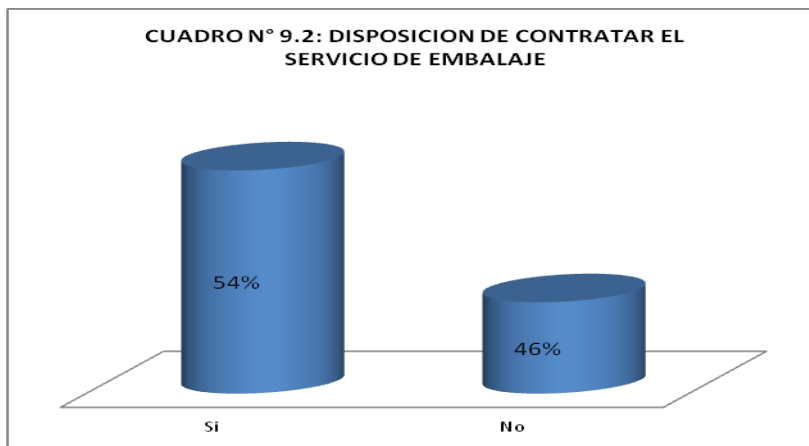
El 54% de las personas encuestadas si contratarán el servicio de mudanza, mientras que el restante 46% no contrataran el servicio de mudanza.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### **Disposición de contratar el servicio de embalaje**

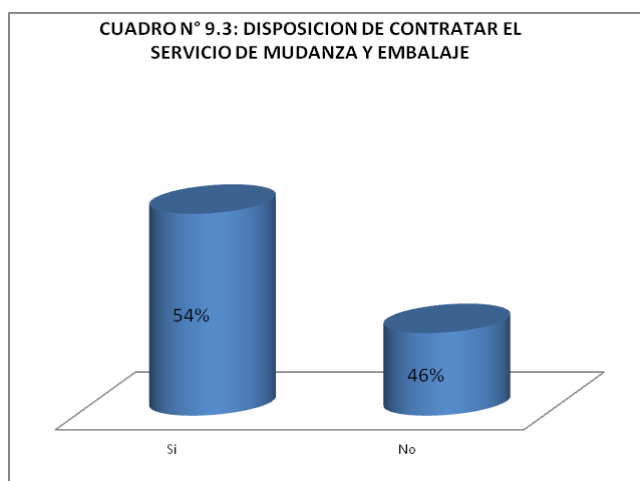
El 54% de las personas encuestadas si contratarán el servicio de embalaje, mientras que el restante 46% no contrataran el servicio de embalaje.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

### **Disposición de contratar el servicio de mudanza y embalaje**

El 54% de las personas encuestadas si contratarán el servicio de mudanza y embalaje, mientras que el 46% no contratarán el servicio de mudanza y embalaje.

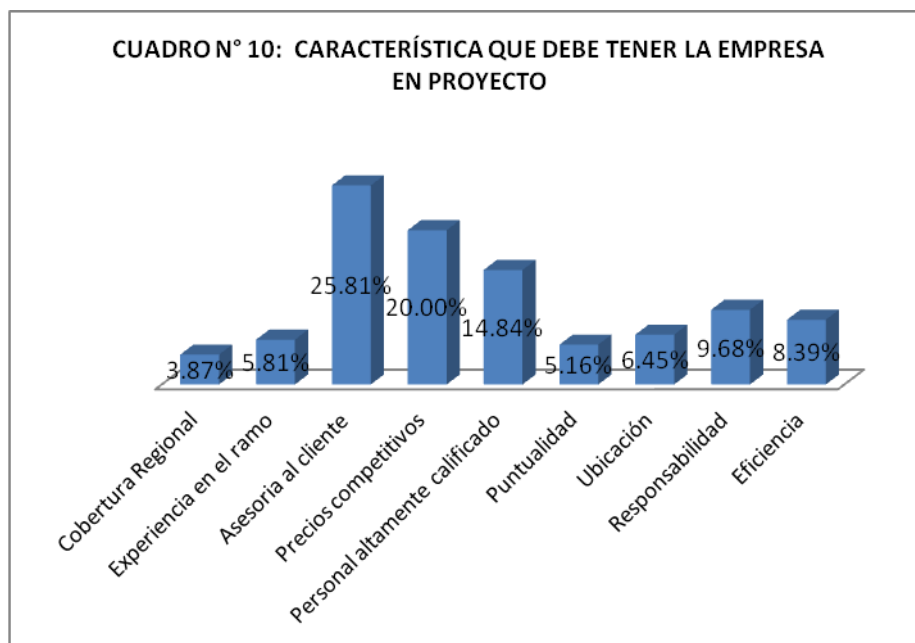


Fuente: Encuestas, anexo N° 1

**Características que debe tener la empresa en proyecto**

25.81% de las personas encuestadas opinan que la empresa debe contar con asesoría al cliente, el 20.81% manifiesta que la empresa debe establecer precios competitivos, el 14.84% opina que la empresa debe contar con personal altamente calificado, mientras que el 9.68% de la muestra encuestada opina que la empresa debe laborar con responsabilidad y para el 8.39% la empresa debe ser eficiente.

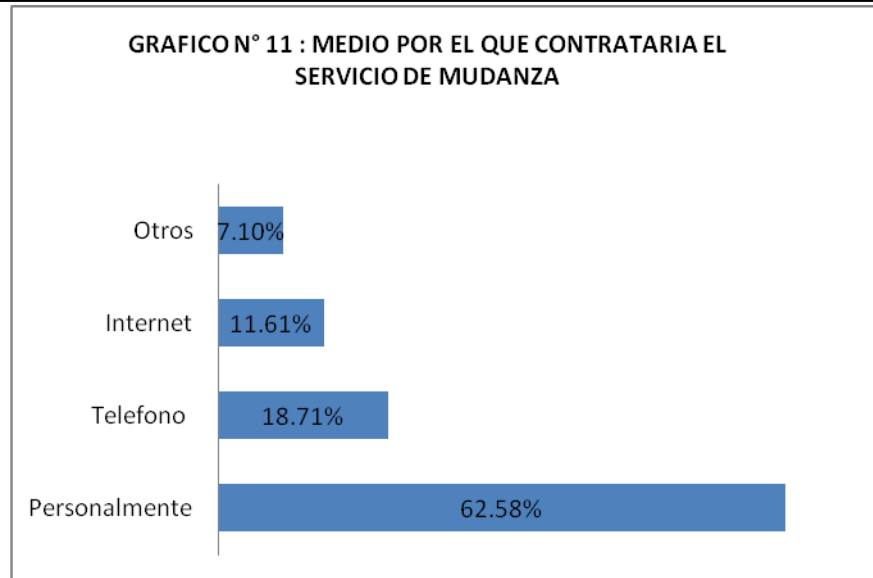
Cabe indicar que el proyecto atenderá a familias de la ciudad, pudiendo trasladarlas a cualquier punto del país.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

**Medio por el que contrataría el servicio de mudanza**

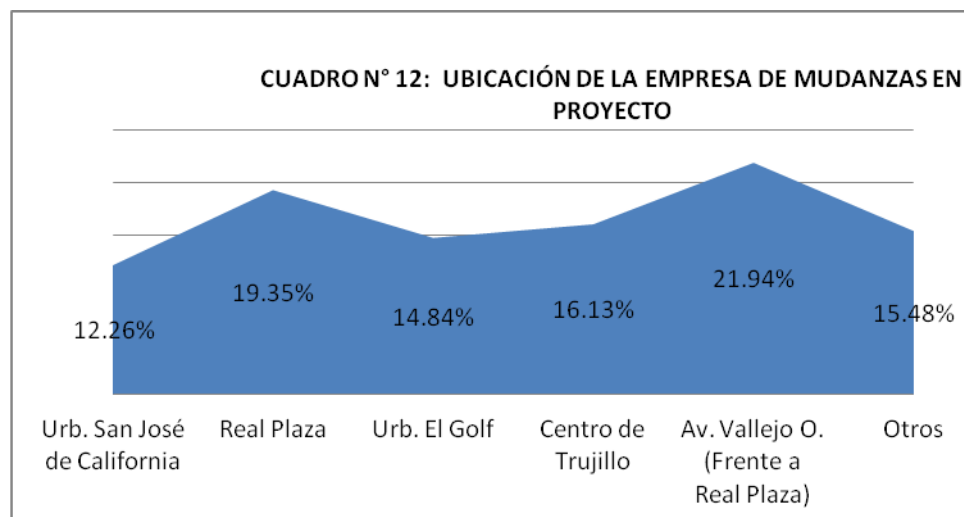
El 62.58% de las personas encuestadas contrato el servicio de transporte personalmente, el 18.71% de las personas encuestadas contrato el servicio por teléfono y el 11.61% contrato el servicio de mudanza vía internet.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1

**Ubicación de la empresa de mudanzas en proyecto**

21.94% de las personas encuestadas opinan que la empresa debe estar ubicada en la Av. Cesar Vallejo Oeste (altura del Real Plaza), el 19.35% opinan que la empresa debe ubicarse dentro del real plaza, el 16.13% opinan que la empresa debe ubicarse en el centro de Trujillo, el 14.84% manifiestan que la empresa deberá ubicarse en la Urb. El Golf, el 12.26% opinan que la empresa debe ubicarse en la Urb. San José de California.



Fuente: Encuestas, anexo N° 1



---

**ANEXO N° 3: Encueta a empresas competidoras**

Agradeceremos su colaboración para la elaboración de un estudio de mercado en nuestra ciudad sobre la instalación de una empresa de mudanzas en la ciudad de Trujillo con la finalidad de hacer mi tesis profesional. Toda información que nos proporcione será tratada de manera confidencial.

Nombre de la empresa .....

Inicio de operaciones.....

Actividad principal.....

Otros Servicios.....

Área de Operaciones (mercado).....

.....

N° de servicios de mudanzas al mes.....

N° de servicios de embalaje al mes.....

Costo promedio por servicio: Embalaje.....

Costo promedio por servicio: Mudanza.....

Costo promedio por servicio: Embalaje y mudanza.....

Empresas competidoras.....

MUCHAS GRACIAS

**ANEXO N° 4: Cotización de vehículo marca Hino De 7.5 Tnl de capacidad**

Nro. Cotización **2117-13-08942**

TRUJILLO, 27 de Febrero del 2013

**SEÑORES:**

**ATN : Srta Rosmery Salinas**

**TRUJILLO.**

Código Modelo

Precio con IGVOI.ARES

Preci

SOL]

**FC 10**



Foto referencial

Código	Cantidad	Modelo	Precio con IGV DOLARES	Precio con IGV SOLES
901	1	FC 10	53,960.00	141,105.40

Tipo de Cambio: 2.6150

NOTA: Los precios señalados en esta cotización son en dólares americanos. El precio en moneda nacional aparece en cumplimiento de la ley 28300, sólo de manera referencial, al tipo de cambio vigente al momento de la emisión de esta cotización. A los pagos que se realicen en moneda nacional se les aplicará el tipo de cambio vigente en la empresa al momento que efectivamente se realice el pago.

**Campana del mes: Febrero 2013**

Forma de Pago : Crédito bancario.

Precios : Los precios descritos en la presente cotización incluyen el Impuesto General a las Ventas IGV (18 %).

Vigencia de Precios : - Precios sujetos a variación sin previo aviso.

- El vehículo se entregará sujeto a disponibilidad de stock.

---

**ANEXO N° 5: Cotización De Furgón Cerrado Con Sistema De Elevación Hidráulica**

**Halcón SA Planta:** Panamericana Norte Km 572- 573 El Milagro

**CARROCERIAS Of:** Av. Pablo Casal 221 Urb. Mochica -Trujillo

Telefax: 044-318703 RPM: \*110799 Nextel: 403\*9459 Mail: ventas@halcon.com.pe Web: www.halcon.com.pe

---

**COTIZACIÓN: 13022701**

Trujillo, 27 Febrero del 2013

**SEÑORES:**

**ATN: Srta. Rosmery Salinas**

**TRUJILLO.**

De nuestra mayor consideración,

Por la presente nos es grato saludarles y hacerles llegar nuestra cotización por la fabricación y montaje de dos furgones comerciales para **CHASIS HINO FC10**, con las siguientes características:

**Dimensiones aproximadas:**

Largo: 6200 mm. Ancho: 2450 mm Altura: 2200 mm. Útil

**Estructura:**

Perfiles plegados de plancha estructural, tubos de sección rectangular laminados en frío,

Unidos con soldadura semiautomática MIG-MAG.

**-Puertas:** Posterior con dos hojas y bisagras para apertura de 270 grados, jebes de hermeticidad importado y Sistema de cerrojos tipo contenedor para candado. Una puerta lateral con bisagras.

**-Piso:** con plancha estriada de 2,5mm.

**-Forro exterior:** con plancha de acero galvanizada **LISA o Acanalada** unida a la estructura mediante remaches de aluminio y/o pegamentos especiales.

**-Forro interior** con listones de madera espaciados, para deslizamiento de paquetes

**-Pintura:** estructura e interiores con anticorrosivo y esmalte sintético industrial.

Pintado exterior con sistema acrílico con color blanco.

**-Electricidad:** faros posteriores originales de chasis, dos faros posteriores sobre el techo, tres faros laterales por lado en la parte inferior y cuatro focos interiores.

**-Montaje** con abrazaderas al chasis.

-Obsequio: **Porta Cono, Porta Extintor.**

**PRECIO DE VENTA: \$ 7100.00** Con listones de Madera en el interior- Incluido IGV (C/U)

**\$ 6800.00 Sin listones de Madera** en el interior- Incluido IGV (C/U)

\$ 4940.00 RAMPa HIDRAÚLICA DE 1.5 TNL (Venta e instalada)

**FORMA DE PAGO:** INICIAL 50%, DIFERENCIA C/ ENTREGA. O LEASING

**PLAZO DE ENTREGA:** 36 DIAS.

---

---

Esperando sus gratas órdenes, quedamos de UD.

Atentamente:

**Darío Rodríguez Villarreal**  
**HALCON S.A**

NOTA: Incluye Certificado de Conformidad OTANORT y expediente para Reg. Público.  
(Correspondiente al Carrocero).

---

**ANEXO N° 6**

**Vehículo de transporte con carrocería con sistema de elevación hidráulica**



---

ANEXO N° 7

Date: Fri, 15 Jan 2013 12:33:35 -0500

Subject: Fwd: COTIZACIÓN

From: olguincargueros@gmail.com

To: [rosmary\\_salinas@hotmail.es](mailto:rosmary_salinas@hotmail.es)

*Buen día Srta. Rosmary Salinas, se le envía lo solicitado:*

**2col \* 2mod = 9.53cm (ancho) \* 5.04cm (alto)**

**Sección B:**

Domingo = s/ **199.33**

**2col \* 3mod = 9.53cm (ancho) \* 7.76cm (alto)**

**Sección B:**

Domingo = s/ **298.99**

**2col \* 4mod = 9.53cm (ancho) \* 10.48cm (alto)**

Domingo = s/ **398.65**

***NOTA:** Los importes que se detallan incluyen IGV, blanco y negro, al contado por un solo día de publicación en la ciudad de Trujillo.*

*Quedo a la espera de su pronta respuesta.*

*Gracias*

*.Atte.*

*Lady Burgos Chávez*

*Recepción de avisos.*

*Empresa Editora La Industria de Trujillo S.A.*

*Teléfono: 295757*

*Anexos : 223 ó 228*

**ANEXO N° 8**



**Cotización de Central Telefónica Intelbras**

Fecha: 10/02/2013

**Cliente:** ROSMERY SALINAS BURGOS      **Nro. Inscripción:** 1  
**Atención:** DANIEL GÓMEZ MAGALLANES 1988458382 - RPM #757596 NEXTEL 109\*7154  
**Dirección:** 0      **Cuota Inicial:**   
**Servicio:** CENTRAL TELEFÓNICA INTELBRAS - CONECTA

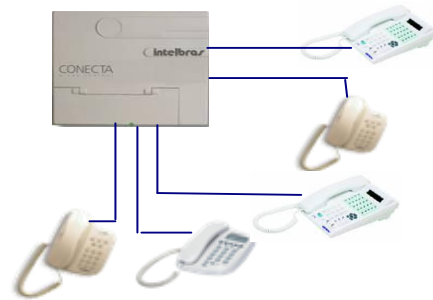
**Propuesta Técnica**



- **Central Analógica para 2 líneas 4 anexos con 1 teléfono TI-730i y con 3 teléfonos TC-500 Perla**
- Configuración máxima: 3 líneas X 8 Anexos
- Software de Tarificación con Modulo Gerencial y Modulos de Consultas y Reportes Incorporados.
- Incluye Instalación, programación, cableado (Pto. 11), garantía 2 años

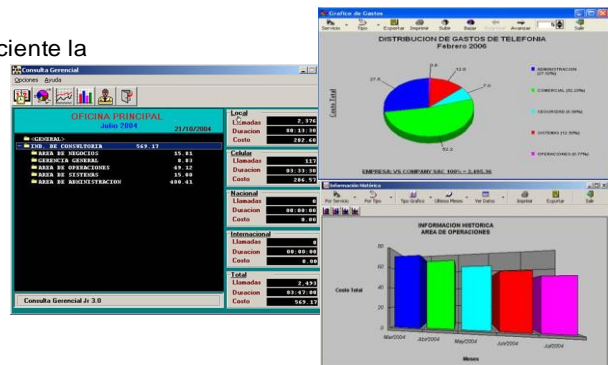
**Características principales**

- Operadora Virtual (día y/o noche)
- Reporte de llamadas (en línea)
- Identificación de llamadas (opcional)
- Portero Electrónico (opcional)
- Habilitar y/o restringir llamadas a teléfonos fijos, móviles, larga distancia por anexo y/o contraseña
- Bloqueo de anexos en Horarios no laborables
- Conferencia, transferencia, música en espera
- Habilitación de dos anexos en caso de falta de energía



**Beneficios de central telefónica Intelbras**

- Con la central podrás administrar de manera mas eficiente la comunicación en tu negocio
- Reducir y controlar los Gastos telefónico
- Atender las 24 horas del día (mensajes de acuerdo al servicio que ofreces)
- Crecer de acuerdo a tus necesidades
- Decidir tiempo máximo de cada llamada
- Conocer a tus mejores Clientes
- Número gratuito de atención de averias 080016600



# TELEFÓNICA NEGOCIOS

## Propuesta Económica

Código	Descripción	Cantidad	Prec. Unitario	Total
4350023S	MICRO CENTRAL CONECTA - 2x0 (Inc. CD + cable 7.5)	1	294.34	294.34
4990900	TARJETA DISA	1	62.13	62.13
4992423	TARJETA CALLER ID FSK	1	89.91	89.91
4991133	TARJETA DE COMUNICACIÓN	1	45.31	45.31
4992393	TARJETA DE INTERNO MODULAREI BALANCEADA	1	44.14	44.14
4041356	Telefono analogo TC-500 - Perla	3	16.94	50.81
4030059	TELEFONO ANALOGICO PROPIETARIO - TI-730I CON LCD	1	151.86	151.86

A 12 CUOTAS sin IGV en US\$

67.24

A 24 CUOTAS sin IGV en US\$

36.39

A 36 CUOTAS sin IGV en US\$

26.21

Valor del Equipo US\$

738.50

Valor de Instalación US\$

118.22

Se considera una tasa de interes en dolares de 18% anual

**El Cliente ha adquirido una central en condición de ----- en -**

### Consideraciones:

- 1) Se aceptan todas las condiciones de uso estipuladas en el contrato de compra venta o alquiler.
- 2) El cliente no deberá tener ningún tipo de deuda con Telefónica
- 3) Tiempo de vigencia de la oferta 15 días a partir de la fecha de recepción.
- 4) Se facturará en nuevos soles al tipo de cambio vigente el día de emisión de la factura
- 5) Inicio de facturación a partir de la fecha de instalación.
- 6) Documentación necesaria de Cliente :

- RUC - Copia DNI del Cliente o su Representante Legal
- Copia de inscripción en Registros Públicos (empresa)
- Opcional : Recibo de Luz, Agua o Teléfono a nombre de la empresa
- Firma de propuesta / contrato

- 7) Garantía vigente por 24 meses : La garantía incluye el cambio de partes de los equipos en caso de defecto de fábrica (solo para venta)

### Consideraciones en la instalación :

- 8) Tiempo estimado de instalación de paquetes promocionales de centrales Analógicas:
  - Lima: máximo de 4 días útiles
  - Provincia: máximo de 11 días útiles
- 9) Tiempo estimado de instalación de accesorios que no se encuentren en stock:
  - Lima: máximo de 20 días útiles
  - Provincia: máximo de 25 días útiles
- 10) La instalación considera 80 mt de cable para Central Conecta, 120 mt para Modulare y 200 mt para Corp 8000.
- 11) Por el cableado en exceso no considerado en el punto 10 se cobrará  
Cable Interno : S/. 1.38 por metro / Cable Externo : S/. 2.1 por metro. (precios no incluyen IGV).
- 12) La instalación no incluye jacks ni Canaletas
- 13) Requisitos: Contar con estabilizador de voltaje / Ambiente Ventilado / No expuesto a motores / De fácil acceso

-----  
**Firma y sello del Cliente**



---

## ANEXO N° 9

### **REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (DECRETO SUPREMO N° 009-2005-T5R):**

- **Principios:**

**I.- PRINCIPIO DE PROTECCIÓN:** Los trabajadores tienen derecho a que el Estado y los empleadores promuevan condiciones de trabajo dignas que les garanticen un estado de vida saludable, física, mental y social. Dichas condiciones deberán propender a:

a) Que el trabajo se desarrolle en un ambiente seguro y saludable.

b) Que las condiciones de trabajo sean compatibles con el bienestar y la dignidad de los trabajadores y ofrezcan posibilidades reales para el logro de los objetivos personales del trabajador.

**II.- PRINCIPIO DE PREVENCIÓN:** El empleador garantizará, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores, y de aquellos que no teniendo vínculo laboral prestan servicios o se encuentran dentro del ámbito del centro de labores.

**III.- PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD:** El empleador asumirá las implicancias económicas, legales y de cualquiera otra índole, como consecuencia de un accidente o enfermedad que sufra el trabajador en el desempeño de sus funciones o a consecuencia de él, conforme a las normas vigentes.

**IV.- PRINCIPIO DE COOPERACIÓN:** El Estado, los empleadores y los trabajadores, y sus organizaciones sindicales, establecerán mecanismos que garanticen una permanente colaboración y coordinación en materia de seguridad y salud en el trabajo.

**V.- PRINCIPIO DE INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN:** Los trabajadores recibirán del empleador una oportuna y adecuada información y capacitación preventiva en la tarea a desarrollar, con énfasis en lo potencialmente riesgoso para la vida y salud de los trabajadores y su familia.

**VI.- PRINCIPIO DE GESTIÓN INTEGRAL:** Todo empleador promoverá e integrará la gestión de la seguridad y salud en el trabajo a la gestión general de la empresa.

**VII.- PRINCIPIO DE ATENCIÓN INTEGRAL DE LA SALUD:** Los trabajadores que sufran algún accidente de trabajo o enfermedad ocupacional tienen derecho a las prestaciones de salud necesarias y suficientes hasta su recuperación y rehabilitación, procurando su reinserción laboral.

---

**VIII.- PRINCIPIO DE CONSULTA Y PARTICIPACIÓN:** El Estado promoverá mecanismos de consulta y participación de las organizaciones de empleadores y trabajadores más representativos y actores sociales, para la adopción de mejoras en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo.

**IX.- PRINCIPIO DE VERACIDAD:** Los empleadores, los trabajadores, los representantes de ambos y demás entidades públicas y privadas responsables del cumplimiento de la legislación en seguridad y salud en el trabajo brindarán información completa y veraz sobre la materia.

---

## ANEXO N° 10

### Manual de organización y Funciones

#### ❖ Manual de Funciones (MOF)

##### a) La Gerencia General

Representado por el gerente, quien es la persona encargada de la administración directa e indirecta de la empresa y ejecutor de las decisiones tomadas por el directorio. Responde ante la sociedad, ante los accionistas y ante terceros por los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus obligaciones. Tendrá bajo su responsabilidad las decisiones económicas – financieras y administrativas, deberá de encargarse del cumplimiento de la visión de la empresa; coordinar y controlar con todos los responsables.

##### Funciones:

- Dirigir y controlar las actividades de la empresa dictando órdenes y estableciendo políticas y estrategias con la finalidad de alcanzar los objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo.
- Ejercer personería jurídica, administrativa y comercial de la empresa para la solución de problemas de carácter legal y laboral.
- Administrar los recursos económicos y financieros de la empresa tales como: abrir cuentas corrientes, manejo de las cartas de créditos así mismo negociar créditos.
- Ejercer la personalidad jurídica de la firma ante las autoridades jurídicas y administrativas para la solución de problemas de carácter legal y laboral.
- Autorizar la adquisición de bienes, equipos usando órdenes de compra cuando se requiera, así mismo autoriza la contratación de servicios.

##### b) Supervisor de Operaciones.

Está a cargo del equipo de operarios que se encargan del embalaje, estiba, descarga, y manipulación de los bienes a trasladar.

##### Funciones:

- Gestionar la cadena de mudanza y embalaje desde la contratación del servicio hasta la entregas de los bienes a trasladar.

- 
- Coordinar y definir la salida de los vehículos y materiales hacia los clientes de acuerdo a la capacidad de carga
  - Responsable de los indicadores de gestión y de establecer mejoras en los procesos.
  - Planificar y organizar los recursos para la mudanza y embalaje, en base a proyecciones de ingresos y ventas.
  - Administrar los almacenes de la empresa garantizando la exactitud en los registros de inventario y bajo cumplimiento de las buenas prácticas de almacenamiento.
  - Evaluar y gestionar el desempeño de las personas a cargo.
  - Velar por el cumplimiento del planeamiento y control de la producción.
  - Planificar y controlar el programa de mantenimiento preventivo de los vehículos y los equipos en coordinación con los operarios.
  - Desarrollar programas de capacitación y entrenamiento para el personal bajo su cargo y personal a contratar.
  - Elaborar informes sobre el control de los servicios prestados, índice de mermas y niveles de servicios alcanzados mensualmente.
  - Recepcionar informes sobre el control de calidad del proceso adoptando medidas correctivas si fuese necesario.
  - Velar por la integridad del personal bajo su responsabilidad coordinando medidas de seguridad y prestando ayuda a los operarios que lo requieran.

#### **c) Asistente de ventas**

Se definen las actividades y tareas que realizara el colaborador, operando como soporte y enlace comercial con los clientes, a los efectos de una atención eficiente.

#### **Funciones, actividades y/o tareas:**

- Promocionar y vender el producto a través de las herramientas de Internet.
- Atención al público de manera adecuada brindándole una completa información del servicio.
- Emplear adecuadamente las herramientas de Mercadeo.

---

#### **d) Operarios**

Los operarios son los obreros de línea de los servicios a prestar.

##### **Funciones:**

- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato.
- Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.
- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de los servicios realizados.
- Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Recepción, verificación y almacenaje de materiales, manejo y revisión de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa, limpieza de desperdicios, estiba, descargas y proceso de embalar, demás funciones delegadas por el jefe inmediato.

#### **❖ Perfil de los puestos.**

##### **a) Gerencia General**

- Gerente General: ejecutivo con estudios en Administración, con conocimientos de marketing, en materia contable financiera, tributación y control interno.
- Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares, de preferencia en empresas de transporte y Courier, con excelente capacidad de dirección, organización y análisis.

##### **b) Supervisor de Operaciones**

- Supervisor de producción: la persona encargada de este puesto deberá tener estudios superiores de preferencia en Administración de Empresas, ingeniería industrial o ramas afines, con experiencia mínima de 2 años en el

---

área de logística, transporte con buena capacidad de dirección, coordinación organización y análisis.

### c) Operarios

**Operarios:** los puestos vacantes serán ocupados por un personal hábil con vocación de servicio con secundaria completa a los cuales se les capacita para realizar el proceso de embalaje, estiba, descarga y manipulación de bienes y enseres, a operar correctamente las máquinas y equipos que tendrán a su cargo, encargándose de mantener en buenas condiciones de funcionamiento,

**Conductor:** la Persona encargada de este puesto deberá contar con Licencia Profesional AII – B y con experiencia en conducción de vehículos motorizados mayor a 2 años se le capacitará en, estiba, descarga, manipulación y acomodo de bienes y enseres con sistema elevación hidráulico, con la finalidad de operar correctamente el vehículo y equipo que tendrán a su cargo, encargándose de mantener en buenas condiciones de funcionamiento.

**ANEXO N° 11**

**Empresa Competidoras**

<b>Nombre de la Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>RUC</b>	<b>Página web</b>	<b>Inicio de operaciones</b>
<b>Amab Cargo</b>	Mz. G. Lt. 18 Urb. La Arboleda – Trujillo	20135711391	NO TIENE	08/06/2011
<b>Turismo Días S.A.</b>	Av. Nicolás de Piérola Nro. 1079 Urb. Santa Inés La Libertad - Trujillo	20438637380	www.turdias.com	23/08/1999
<b>Empresa de Transportes Different S.A.C</b>	Cal. Miguel Grau Nro. 263 Pueblo- Virú - La Libertad	20481640645	NO TIENE	15/08/2007
<b>Vasrom E.I.R.L.</b>	Avenida América Sur, 2437 - Urb. La Perla - Trujillo - La Libertad.	20481330379	NO TIENE	13/06/2006
<b>Embalajes y Mudanzas Jireh</b>	Avenida América Sur, 2469 - Urb. La Perla - Trujillo - La Libertad.	10483120619	NO TIENE	02/02/2012
<b>Embalajes y Mudanzas Orion</b>	Av. América Sur Nro. 2909 Urb. La Perla Trujillo - La Libertad	20539949463	www.embalajesorion.com	10/02/2013

Elaboración propia

## ANEXO N° 12

### Capacidad Instalada de empresas de la competencia

Empresas	Vehículos de Mudanza		Capacidad máxima instalada/mes
	Cantidad	Capacidad/Toneladas	
AMAB CARGO	1	4	26
TURISMO DIAS	3	4	78
DIFFERENT SAC	2	7	52
VASROM EIRL	2	4	52
JIREH	1	5	26
ORION	2	7.5	52

Fuente: Anexo N° 3

\*Dato obtenido por fuente primaria a partir de la investigación propia del autor del presente documento.



## ANEXO N° 13

### Tasa de crecimiento poblacional por Departamentos

CUADRO N° 17

PERU: TASAS DE CRECIMIENTO GEOMETRICO MEDIO ANUAL  
SEGUN DEPARTAMENTOS, 1995-2015

DEPARTAMENTOS	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015
PERU	1.7	1.6	1.5	1.3
<b>COSTA</b>				
Callao	2.6	2.3	2.1	1.8
Ica	1.7	1.5	1.3	1.2
La Libertad	1.8	1.7	1.5	1.3
Lambayeque	2.0	1.9	1.7	1.5
Lima	1.9	1.7	1.5	1.3
Moquegua	1.7	1.6	1.4	1.3
Piura	1.3	1.2	1.1	0.9
Tacna	3.0	2.7	2.4	2.1
Tumbes	2.8	2.6	2.3	2.0
<b>SIERRA</b>				
Ancash	1.0	0.9	0.8	0.7
Apurímac	0.9	1.0	1.0	1.0
Arequipa	1.8	1.7	1.5	1.3
Ayacucho	0.1	0.3	0.4	0.4
Cajamarca	1.2	1.2	1.1	0.9
Cusco	1.2	1.2	1.1	1.0
Huancavelica	0.9	1.0	0.9	0.9
Huancayo	2.0	1.8	1.7	1.6
Junín	1.2	1.2	1.0	0.9
Pasco	0.4	0.6	0.5	0.4
Puno	1.2	1.2	1.1	1.0
<b>SELVA</b>				
Amazonas	1.9	1.8	1.7	1.5
Loreto	2.5	2.2	2.0	1.9
Madre de Dios	3.3	2.9	2.6	2.3
<b>San Martín</b>				
San Martín	3.7	3.3	2.9	2.6
<b>Ucayali</b>				
Ucayali	3.7	3.3	2.9	2.5

AAAAA

Fuente: <http://www.inei.gov.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0005/CAP-52.htm>

## ANEXO N° 14

### Reporte de inflación

Publicaciones/Reporte-Inflacion/ZULS/junio/report-de-inflacion-junio-zuls.pat

RESUMEN DE LAS PROYECCIONES						
	2012	2013 <sup>v</sup>		2014 <sup>v</sup>		2015 <sup>v</sup>
		RI Mar.13	RI Jun.13	RI Mar.13	RI Jun.13	RI Jun.13
<b>Var. % real</b>						
1. Producto bruto interno	6,3	6,3	6,1	6,3	6,3	6,8
2. Demanda interna	7,4	6,8	7,0	6,6	6,6	6,5
a. Consumo privado	5,8	5,7	5,5	5,7	5,5	5,5
b. Consumo público	10,5	10,1	11,8	6,6	4,0	4,2
c. Inversión privada fija	13,6	8,8	8,8	8,2	8,2	7,9
d. Inversión pública	20,8	15,0	13,2	11,4	17,0	14,6
3. Exportaciones de bienes y servicios	4,8	5,1	1,6	7,9	8,5	11,7
4. Importaciones de bienes y servicios	10,4	7,8	7,0	8,9	8,9	8,9
5. Crecimiento de nuestros socios comerciales	2,7	2,7	2,6	3,3	3,2	3,4
<b>Nota:</b>						
Brecha de producto 2/ (%)	0,5	-0,5 ; +0,5	-0,5 ; +0,5	-0,5 ; +0,5	-0,5 ; +0,5	-0,5 ; +0,5
<b>Var. %</b>						
6. Inflación	2,6	1,5 - 2,5	1,5 - 2,5	1,5 - 2,5	1,5 - 2,5	1,5 - 2,5
7. Precio promedio del petróleo	-0,9	-1,7	-0,3	-0,5	-0,7	-2,3
8. Tipo de cambio nominal esperado 3/	-4,8	-2,0	0,0	-1,3	-0,3	-0,1
9. Tipo de cambio real multilateral 3/	-7,3	-3,3	-2,1	-1,1	-0,5	0,3
10. Términos de intercambio	-4,9	0,3	-2,3	0,0	-1,2	-0,7
a. Precios de exportación	-3,3	-1,0	-3,4	0,7	-0,9	0,5
b. Precios de importación	1,7	-1,3	-1,2	0,7	0,3	1,2
<b>Var. % nominal</b>						
11. Circulante	18,3	15,5	16,0	13,2	13,4	13,0
12. Crédito al sector privado 4/	15,5	14,5	14,0	12,0	13,0	11,5
<b>% PBI</b>						
13. Inversión bruta fija	26,6	27,5	27,7	28,2	28,7	29,3
14. Cuenta corriente de la balanza de pagos	-3,6	-4,0	-4,4	-3,9	-4,6	-4,3
15. Balanza comercial	2,3	1,3	0,3	1,2	0,0	0,7
16. Financiamiento externo bruto del sector privado 5/	10,4	8,1	10,2	5,9	7,4	6,3
17. Ingresos corrientes del gobierno general	21,6	21,6	21,3	21,6	21,4	21,5
18. Gastos no financieros del gobierno general	18,6	19,6	19,6	19,7	19,8	20,0
19. Resultado económico del sector público no financiero	2,2	1,0	0,7	1,0	0,6	0,5
20. Saldo de deuda pública total	19,7	18,2	17,7	17,2	16,9	15,8

RI: Reporte de Inflación.

Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2013/junio/report-de-inflacion-junio-2013.pdf>

## ANEXO N° 15

### Parámetro Rf

The screenshot shows a web browser displaying the Terra website's 'Bonos - Estados Unidos' page. The page features a navigation menu with options like 'FOROS', 'ACCIONES', 'JUEGO DE BOLSA', 'CALCULADORAS', 'USUARIO', and 'REGÍSTRESE'. A sidebar on the left lists various market categories. The main content area displays a table of fixed income securities (RENTA FIJA) with columns for 'Título', 'Precio / Descuento', 'Cupón', 'Tasa.', 'Hora\*', and 'Vencimiento'.

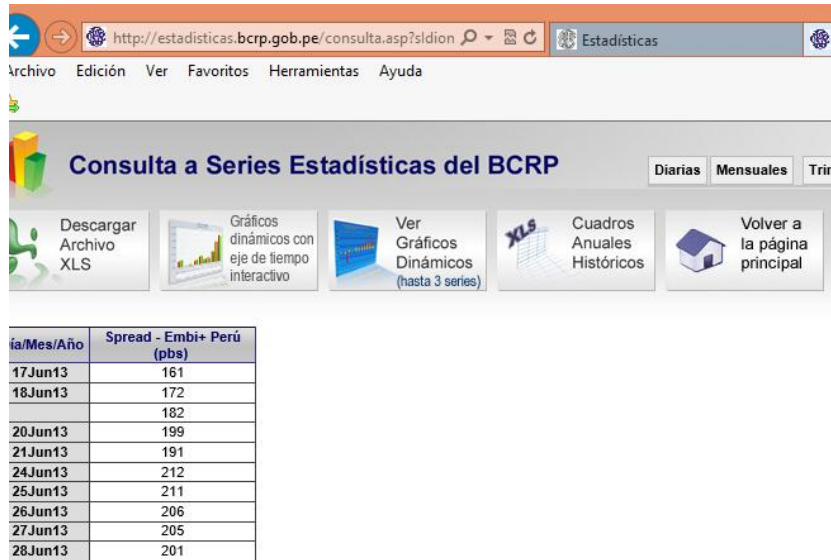
Título	Precio / Descuento	Cupón	Tasa.	Hora*	Vencimiento
<b>1 mes</b>	0.01	0.0000	0.0101%	13 SEP 2013 18:29:35 GMT	10 OCT 2013
<b>3 meses</b>	0.0175	0.0000	0.0177%	13 SEP 2013 20:41:35 GMT	12 DEC 2013
<b>6 meses</b>	0.0225	0.0000	0.0228%	13 SEP 2013 21:05:00 GMT	13 MAR 2014
<b>1 año</b>	0.1075	0.0000	0.1087%	13 SEP 2013 13:04:04 GMT	21 AUG 2014
<b>2 años</b>	99.8828125	0.3750	0.4352%	13 SEP 2013 20:56:55 GMT	31 AUG 2015
<b>3Y UST</b>	100	0.8750	0.8750%	13 SEP 2013 21:05:01 GMT	15 SEP 2016
<b>5 años</b>	99.0625	1.5000	1.6980%	13 SEP 2013 21:05:01 GMT	31 AUG 2018
<b>7Y UST</b>	98.828125	2.1250	2.3083%	13 SEP 2013 21:05:01 GMT	31 AUG 2020
<b>10 años</b>	96.65625	2.5000	2.8902%	13 SEP 2013 21:05:01 GMT	15 AUG 2023
<b>30 años</b>	96.21875	3.6250	3.8385%	13 SEP 2013 21:05:02 GMT	15 AUG 2043

\* Horario GMT. Datos de mercado proporcionados por: THOMSON REUTERS

Fuente: <http://economia.terra.com.pe/mercados/bonos/default.aspx?idtel=>

## ANEXO N° 16

### Riesgo País



Fuente: <http://estadisticas.bcrp.gob.pe/consulta.asp?sIdioma=1&sTipo=1&sChkCount=46&sFrecuencia=D>