

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



PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE SAZONADOR DE LOCHE EN
PRESENTACIÓN DE BOLSA DE 35 G DIRIGIDO A BODEGAS -
CHICLAYO

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

AUTOR

MARCIA GIANELLA RAMÍREZ OCAÑA

ASESOR

MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA

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

CHICLAYO, 2020

DEDICATORIA

A Dios con su bendición por permitirme llegar a este momento importante de mi vida, a mis padres por el apoyo incondicional, por guiarme en la vida y darme la fortaleza de seguir adelante y concluir mis proyectos de vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que estuvieron presentes en todo momento, especialmente a la profesora Milagros Carmen, Gamarra Uceda que me apoyo con sus conocimiento y experiencias para el desarrollo del presente proyecto

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	12
1.1 METODOLOGÍA	12
1.1.1. Tipo de investigación	12
1.1.2. Área y línea de investigación	12
1.1.3. Situación problemática.....	13
1.1.4. Formulación del problema	14
1.1.5. Determinación de los objetivos	14
objetivo general	14
objetivos específicos	14
1.1.6. Título.....	15
1.1.7. Operacionalización de variables	15
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	17
1.2.1. Foda	18
1.2.2. Justificación	19
1.2.3. MARCO LEGAL.....	20
1.2.4. UNIDAD FORMULADORA Y UNIDAD EJECUTORA	21
1.2.5. CLASIFICACIÓN PRODUCTIVA SECTORIAL	21
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	22
2.2. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO	22
2.3. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	22
2.4. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO	23
2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA-PROYECCIÓN	23
2.5.1. Información primaria y secundaria.....	23
2.5.2. Proyección de la demanda:	23
2.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA	26
2.7. BALANCE DEMANDA –OFERTA.....	26
2.8. PLAN DE MARKETING	27
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO	29
3.2. Tamaño- mercado	29
3.3. Tamaño- tecnología.....	29
3.4. Tamaño-disponibilidad de materiales	29
3.5. Tamaño-financiamiento	30
3.6. Tamaño- costo unitario	30
3.7. Tamaño-rentabilidad	30
3.8. Selección del tamaño	31
CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	32
4.2. Factores de localización.....	32

4.3. Macro localización.....	32
4.4. Micro localización.....	33
4.5. Métodos para decidir la localización	33
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PORYECTO	34
5.2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	34
5.3. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	35
5.3.1. Diagrama de operación.....	35
5.3.2. Diagrama de recorrido o flujograma.....	36
5.3.3. Distribución de la planta.....	37
5.3.4. Diseño del plano del proyecto	38
5.3.5. Diseño del sistema del proyecto hardware y software.....	39
5.4. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO.....	39
5.4.1. Terrenos y edificaciones	39
5.4.2. Maquinaria y equipos, muebles, enseres y vehículos	39
5.5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	40
5.6. PROGRAMA.....	41
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN	42
6.2. ASPECTO LEGAL.....	42
6.2.1. Tipo de Empresa.....	42
6.2.2. Proceso de Constitución de la Empresa.....	42
6.3. ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	44
6.3.1. Acta de Constitución de la Empresa.....	44
6.3.2. Minuta de Constitución.....	45
6.3.3. Manual de organización y funciones	49
6.3.4. Organigrama	53
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN	58
7.2. Inversión.....	58
7.2.1. Estructura de la inversión	58
7.2.2. Programa de inversiones.....	59
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....	60
7.3. Fuentes de financiamiento	60
7.4. Evaluación del préstamo	60
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	62
8.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS	62
8.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS	63
8.3.1. Presupuesto económico	63
8.3.2. Presupuesto financiero.....	64
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS	65
9.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	65
9.3. FLUJO DE CAJA	67
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO	69
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	70
11.2. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	70
11.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA	71

11.3.1. Vane.....	71
11.3.2. Tire.....	71
11.3.3. B/C económico	72
11.3.4. Período de recupero de capital económico.	72
11.3.5. Índice de rentabilidad	72
11.4. EVALUACIÓN FINANCIERA	73
11.4.1. Vanf	73
11.4.2. Tirf	73
11.4.3. B/C financiero.....	73
11.4.4. Período de recupero de capital financiero	73
11.4.5. Índice de rentabilidad financiero	74
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	75
12.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	75
12.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA	75
CONCLUSIONES.....	76
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS	79
ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de variables</i>	15
Tabla 2. <i>Análisis foda</i>	18
Tabla 3. <i>Población histórica de los distritos de Chiclayo, la Victoria y José Leonardo Ortiz</i>	24
Tabla 4. <i>Tasa de crecimiento promedio anual</i>	24
Tabla 5. <i>Población proyectada de Chiclayo</i>	24
Tabla 6. <i>Población proyectada en familias</i>	25
Tabla 7. <i>Datos</i>	25
Tabla 8. <i>Demanda proyectada</i>	25
Tabla 9. <i>Producción de cultivo de loche</i>	26
Tabla 10. <i>Demanda-Oferta</i>	27
Tabla 11. <i>Precio de sazonadores</i>	27
Tabla 12. <i>Participación de mercado en un 4%</i>	29
Tabla 13. <i>Estructura de financiamiento de SICÁN-LAMBAYEQUE S.R.L.</i>	30
Tabla 14. <i>Programa de comercialización de SICÁN-LAMBAYEQUE</i>	31
Tabla 15. <i>Factores de localización</i>	32
Tabla 16. <i>Localización</i>	33
Tabla 17. <i>Especificaciones del producto</i>	34
Tabla 18. <i>Cronograma de actividades</i>	40
Tabla 19. <i>Programa</i>	41
Tabla 20. <i>Manual de funciones del gerente general</i>	49
Tabla 21. <i>Manual de funciones del administrador</i>	50
Tabla 22. <i>Manual de funciones del área de ventas</i>	51
Tabla 23. <i>Manual de funciones del área de logística</i>	52
Tabla 24. <i>Requerimiento gerente general</i>	54
Tabla 25. <i>Requerimiento administrador</i>	55
Tabla 26. <i>Requerimiento gerente de ventas</i>	56
Tabla 27. <i>Requerimiento gerente de logística</i>	57
Tabla 28. <i>Estructura de la inversión</i>	58
Tabla 29. <i>Programa de inversiones</i>	59
Tabla 30. <i>Tamaño de financiamiento</i>	60
Tabla 31. <i>Fuente de financiamiento</i>	60
Tabla 32. <i>Cronograma de pagos por financiamiento</i>	60
Tabla 33. <i>Presupuesto de ingresos</i>	62
Tabla 34. <i>Presupuesto económico</i>	63
Tabla 35. <i>Presupuesto financiero</i>	64
Tabla 36. <i>Estado de ganancias y pérdidas financiero</i>	66
Tabla 37. <i>Flujo de caja económico</i>	67
Tabla 38. <i>Flujo de caja financiero</i>	68
Tabla 39. <i>Punto de equilibrio económico</i>	69
Tabla 40. <i>Punto de equilibrio financiero</i>	69
Tabla 41. <i>Tasa de descuento económica</i>	70
Tabla 42. <i>Tasa de descuento financiera</i>	70

Tabla 43. <i>Valor actual neto económico</i>	71
Tabla 44. <i>Tire</i>	71
Tabla 45. <i>Relación beneficio costo económico</i>	72
Tabla 46. <i>Índice de rentabilidad</i>	72
Tabla 47. <i>Vanf</i>	73
Tabla 48. <i>Tirf</i>	73
Tabla 49. <i>Relación beneficio costo financiero</i>	73
Tabla 50. <i>índice de rentabilidad</i>	74
Tabla 51. <i>Análisis de sensibilidad económica</i>	75
Tabla 52. <i>Análisis de sensibilidad financiera</i>	75
Tabla 53. <i>Canvas</i>	84
Tabla 54. <i>Inversión tangible</i>	86
Tabla 55. <i>Inversión intangible</i>	87
Tabla 56. <i>Mapa de empatía</i>	90

ÍNDICE DE FIGURA

<i>Figura 1:</i> Imagen y logotipo.....	22
<i>Figura 2:</i> Diagrama de recorrido.....	36
<i>Figura 3:</i> Distribución de la planta	37
<i>Figura 4:</i> Diseño del Plano del Proyecto.....	38
<i>Figura 5:</i> Organigrama	53
<i>Figura 6:</i> Árbol de problemas	83

RESUMEN

El propósito de este proyecto es conocer y determinar la viabilidad, rentabilidad económica y financiera de la implementación de la empresa comercializadora “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L en la ciudad de Chiclayo. Para este proyecto se determinó conveniente realizar un tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, que desarrolla una propuesta técnica y económica. Para ello, se realizaron investigaciones sobre la aceptación del loche en polvo en presentación de bolsas de 35g a un precio de venta de \$0.34, permitió comprobar que existe una demanda insatisfecha de 1,867,812.72 unidades de loche en fruto, con una comercialización diaria promedio de 1186 bolsas de loche en polvo. Asimismo, este producto será de fácil acceso para las familias, utilizándolo de manera rápida sin necesidad de estar rallando, siendo conservadas sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a las comidas. Con respecto a las inversiones, se ha determinado un total de \$25,665.36, siendo la inversión fija de \$16,852.74 y un capital de trabajo de \$8,812.63. De acuerdo a ello se aportará un capital propio de 52.98 % que es \$13,598.07 y el 47.02 % financiado por una entidad bancaria por un monto de \$12,067.30. Posteriormente, se demostró la viabilidad del proyecto de inversión, obteniendo un VANE de \$34,172.49 y VANF de \$36,709.95; además TIRE del 52% y TIRF del 89%. finalmente, en cuanto al análisis del beneficio costo, se obtuvo \$ 1.08 para ambos; con un índice de rentabilidad de \$ 2.33 y \$ 3.70 correspondientemente.

Palabras claves: Rentabilidad, loche (*Cucurbita moschata duchesne*), comercialización.

ABSTRACT

The purpose of this project is to know and determine the viability, economic and financial profitability of the implementation of the trading company "SICÁN- LAMBAYEQUE" S.R.L in Chiclayo city. For this project it was determined convenient to carry out a type of projective research according to holistic research, which develops a technical and economic proposal. To do this, was necessary carried out research on the acceptance of powdered loche in 35 g bags at a sale price of \$ 0.34, which allowed verifying that there is an unmet demand for 1,867,812.72 units of loche in fruit, with an average daily marketing of 1,186 bags of powdered loche. Likewise, this product will be easily accessible for cellars, using it quickly without having to be grating, its properties and traditional flavor being preserved, giving that special touch to meals. With respect to investments, a total of \$ 25,665.36 has been determined, with a fixed investment of \$ 16,852.74 and a working capital of \$ 8,812.63. Accordingly, a capital of 52.98% will be contributed, which is \$ 13,598.07 and 47.02% financed by a bank in the amount of \$ 12,067.30. Subsequently, the viability of the investment project was demonstrated, obtaining a VANE of \$ 34,172.49 and VANF of \$ 36,709.95; also TIRE of 52% and TIRF of 89%. finally, regarding the cost benefit analysis, \$ 1.08 was obtained for both; with a profitability index of \$ 2.33 and \$ 3.70 correspondingly.

Keywords: Cost effectiveness, loche (*Cucurbita moschata duchesne*), commercialization.

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1.1 METODOLOGÍA

1.1.1. Tipo de investigación

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

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

1.1.2. Área y línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación.

1.1.3. Situación problemática

El zapallo loche es uno de los insumos más tradicionales de la gastronomía norteña según Delgado et al (2014) citado por (Baso, y otros, 2018). Esto se debe a que, en 2010, el Instituto de Protección de la Propiedad Intelectual y la Competencia (INDECOPI) anunció que el loche es el producto simbólico de Lambayeque (Vaquez Nuñez, 2016).

Pero ¿Qué es el zapallo loche? El zapallo es una especie domesticada en América Latina (Cáritas del Perú, 2012). El tipo de zapallo loche es oriundo de Lambayeque, como se mencionó anteriormente, y sirve como insumo para diferentes platos alimenticios. El loche posee vitaminas como: A, C, B, B2 y B5, y minerales tales como: calcio, fósforo y hierro generando un alto valor nutricional. Además, contiene bajas calorías, poca presencia de grasas y contenido proteico. Este es un alimento saludable con pocas calorías, bajo contenido de proteínas y casi sin grasa. Debido a su proceso de digestión simple y rápido, se recomienda para personas de todas las edades, incluidos bebés y adulto mayor (Latino, 2016).

En el transcurso del tiempo se han presentado problemas en los consumidores cuando utilizan el loche entero, es que cuando la adquieren, ésta es sólo vendida por unidad o media unidad, ocasionando un desperdicio en el consumidor. Por lo tanto, la pérdida y el desperdicio de alimentos, generando preocupación en la opinión pública. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible manifiesta mayor conciencia mundial sobre éste tema. La meta de los Objetivos de Desarrollo Sostenible es reducir la mitad del desperdicio de alimentos per cápita de minoristas y consumidores. Las estimaciones preliminares de la FLI nos indica que aproximadamente el 14% de los alimentos en el mundo se desperdician o se pierden después de la cosecha. (FAO, 2020). Lo que repercute en el gasto desaprovechado del consumidor, al adquirir este producto.

Por otro lado, (Aquino Mendez & Sanchez Sandoval, 2015) citando a (Potter y Hotchkiss, 1999) manifiestan que, factores como el calor, frío, falta de oxígeno, humedad y sequedad son propias de los alimentos; sin embargo, los microorganismos, algunos alimentos en presencia de otros, y el tiempo, son características que los afectan negativamente, lo que conlleva una rápida descomposición del loche, generando pérdida de calidad y comestibilidad o valores nutricionales. Además, el exceso de manipulación de éstos, favorecen en el deterioro; estas alteraciones pueden contener pérdidas de las

propiedades orgánicas deseadas, así como el equilibrio en la estructura y dispersiones de la textura. La consistencia de los productos no procesados y manufacturados se ven afectados por diferentes variables del entorno. Estos factores pueden llevar a que el loche sufra alteraciones de sabor si este se usa descompuesto, asimismo, esto puede causar problemas digestivos en sus consumidores, ya que según el OMS indica que las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) ocasionan problemas de salud a nivel mundial y esto se origina por el consumo de alimentos contaminados durante preparación y manipulación (OMS, 2020).

Por último, el rayado del loche, puede generar en sus consumidores heridas en las manos y una pérdida de tiempo durante este proceso, lo que conlleva a un malestar e incomodidad durante su utilización. (Regalado Bobadilla, 2019).

Ante los beneficios que brindan este producto y algunos problemas como: heridas en las manos, pérdida de tiempo, desperdicio del loche y descomposición rápida. Por ello, el propósito de esta investigación es diseñar un proyecto de inversión privada para la comercialización del sazoador loche en polvo dirigidos a bodegas de la ciudad de Chiclayo.

1.1.4. Formulación del problema

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una empresa comercializadora de sazoador loche en polvo en bodegas?

1.1.5. Determinación de los objetivos

objetivo general

Evaluar la viabilidad y rentabilidad económica financiera de la implementación de una empresa comercializadora de sazoador loche en polvo en presentación de bolsas de 35g dirigido a bodegas del distrito de Chiclayo.

objetivos específicos

Determinar la demanda insatisfecha de la comercialización de sazoador de loche en polvo dirigido a bodegas

Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de comercialización de sazoador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Determinar la localización de la implementación de una empresa comercializadora de sazoador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Determinar el proceso de servicio adecuado para la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a bodegas.

Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a bodegas.

1.1.6. Título

Proyecto de inversión privada para la comercialización de sazónador de loche en presentación de bolsa de 35 g dirigido a bodegas – Chiclayo.

1.1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLE	DIFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecuta un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico Estilos de Vida Producto Demanda del producto Oferta del producto Ingresos Población Objetivo Tasa de crecimiento poblacional Factor de consumo

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

1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para el presente proyecto se consideró diferentes aspectos del entorno económico.

Política-legal

El presente proyecto se desarrollará dentro del marco las siguientes leyes como: Ley de inocuidad de los alimentos, ley de Protección del Consumidor y ley de promoción de las pymes.

Tecnológico

La empresa “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L contara con la creación de una página web, como también con redes sociales como: Facebook e Instagram permitiendo interactuar con los clientes. Además, se utilizará un software denominado SAP este sistema abarcará los aspectos de la administración de la organización.

Económico

Según (INEI, 2020) en el Perú, la producción nacional en el primer trimestre del año 2020, ha disminuido en -3.4% debido a la emergencia Sanitaria que se vive por el COVID19.

Asimismo, el gasto de consumo final privado registró un porcentaje negativo de 1.7%, generando en los ingresos del colaborador en -0.14% además, el empleo con una caída del 0.1%, en cuanto a los gastos del gobierno, se ha notado un crecimiento del 7.2%, lo que resulta un 9.5% en cuanto administración pública y salud pública en 7.1%. Por otra parte, en la formación bruta de capital fijo se ha evidenciado una curva baja con un -10%, entre ellas tenemos la baja adquisición de maquinaria y equipo en -5.8% ya que de origen nacional está en -4.6% y en lo importado se encuentra en un -6.5%.

Además, se realizó la Encuesta Nacional de Hogares sobre el gasto de alimentos en el hogar evidenciándose un aumento en el primer trimestre del año 2020, aquellos alimentos que mostraron mayor consumo son: alimentos preparados y consumidos un 14,1%, pescado (8,0%), carne (6,9%), pan y cereales (5,6%), y legumbres y hortalizas (6,4%), aumentando sus compras de estos en los supermercados y tiendas tradicionales.

Demográfico

La empresa “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L tiene como público objetivo a las bodegas y como consumidor final a las familias de la ciudad de Chiclayo, la empresa se localizará en el distrito de la Victoria ubicado en la calle Américas y Grau N°237 ya que es una zona

más comercial y está cerca al proveedor, buena mano de obra, correcto funcionamiento de energía y agua potable, además fluidez de actividad económica.

1.2.1. Foda

Tabla 2.

Análisis foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El producto es de fácil y rápido consumo. • Evitar desperdicios de loche y heridas en la mano. • Evitar la descomposición del producto. • Manejo de redes sociales para ofrecer el producto. • Envase ecológico. • La empresa cuenta con personas capacitadas para el manejo del negocio. • Contar con medios de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida manteniendo el sabor norteño de loche. • Contamos con clientes intermediarios. • Nuevas presentaciones e innovaciones en cuanto al diseño del producto. • Región productora de materia prima. • Respaldo en cuanto a las pymes porque apoya a la formalización y desarrollo de pequeñas empresas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Al ser un producto nuevo, carece de posicionamiento. • Falta de acceso a financiamiento. • La empresa carece de código de barra para ingresar a supermercados. • Puede tener un lento crecimiento al ser un producto nuevo. • Uso tradicional del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en la industria de condimentos • Costos elevados de producción (temporadas de loche). • Existen diversas marcas de sazadores posicionados en el mercado • Uso tradicional del producto • La cosecha del loche no se de manera habitual • Baja producción de loche o que la cosecha se ve afectada por algún factor climático o patógenos (bacterias, virus) • Entradas de nuevas empresas con un producto similar, pero con mayor tiempo de vida.

1.2.2. Justificación

Según (PerúRetail, 2018) existen grandes cadenas comerciales modernas, sin embargo, los canales tradicionales como bodegas y mercados no dejan de tener acogida por el consumidor peruano, representado el 70% de participación sólida y se perfeccionan como el canal más beneficioso en cuanto a la industria proveedora. Por otro lado, la presencia de importantes cadenas comerciales modernas solo representa el 20% ya que el cliente solo va una o dos veces al mes.

Este proyecto representa la comercialización del sazoador loche “SICÁN-LAMBAYEQUE” en la ciudad de Chiclayo, enfocados en la segmentación de bodegas y se distribuirá el producto por bolsas de 35g, facilitando la obtención del producto a las familias Chiclayana que les gusta conservar en sus comidas el sabor norteño.

Cabe señalar que, en los últimos años hemos experimentado la pasión por la gastronomía en nuestro país, lo que ha originado una creciente tendencia de descubrir nuevos sabores esenciales para la preparación o conservación de las comidas norteñas como es la Región Lambayeque que es conocido por un ingrediente esencial ,el loche, cuyo componente geográfico a su producción y alta comercialización dentro de este departamento ,por consiguiente es utilizado con mucho frecuencia en la cocina de la población Lambayecana (Regalado Bobadilla, 2019).Además el loche es cultivo que está siendo revalorado por su alto valor nutricional que tiene y su amplia utilización en la gastronomía peruana ya que es usado en pequeñas cantidades para la preparación de postres, guisos y también platos típicos de la comida Lambayecana (Quispe, 2019). Es por ello, el loche es un insumo muy importante e infaltable en la cocina y para la gastronomía.

Desde el 2014 se ha podido ver que el rubro de sazoadores ha ido en alza. Según Diario El Comercio (2014), este rubro se incrementó entre 7% y 8%. Aunque no ha habido reportes actuales de su alza, se puede presumir que este ha sido bueno, debido a que Diario Gestión (2018) menciona que dentro del 10.8% de importaciones de alimento y bebidas a E.E.U.U se encuentra el loche lambayecano.

La importancia del loche para el Perú y la región Lambayeque puede verse demostrado en los constantes esfuerzos por mantener el mercado y consumo de este producto. Agencia peruana de noticias Andina (2017) detalla que Sierra y Selva Exportadora, en alianza estratégica con el Fondo Ítalo Peruano (FIP) y Cáritas del Perú, se ha lanzado un programa conjunto de asistencia técnica con el propósito de mejorar el proceso de

innovación de producción y llevar los productos producidos al mercado en el Bosque de Pómac, como algodón nativo, zapallo loche y el turismo vivencial.

Por ello, sazoador loche “SICÁN- LAMBAYEQUE” S.R.L tiene la finalidad de brindar a las bodegas un producto innovador y de fácil acceso para las familias Chiclayanas. El cual puede ser utilizado de manera rápida sin necesidad de estar rallando, en un empaque que conserva sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a sus comidas.

1.2.3. MARCO LEGAL

En este punto se abordará los aspectos en términos legales que se deben aplicar para la creación de la empresa SICÁN-LAMBAYEQUE S.R.L, según las leyes y normas dadas por diferentes instituciones y que beneficiarán para el cumplimiento de los estándares de calidad, como es la inocuidad de los alimentos y protección al consumidor, asimismo, las leyes que promueven la creación de emprendimientos:

Decreto Legislativo N° 1062, Ley de Inocuidad de los Alimentos, implementa pautas para el sistema legal aplicable, que garantice la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano, con el propósito de proteger la vida y la salud de las personas, reconociendo y garantizando los derechos e intereses de los consumidores, y promoviendo la cadena alimentaria competitiva de las entidades económicas que participan en todas las actividades (SENASA, 2008).

Ley N° 716, Ley de Protección del Consumidor, para la comercialización de la empresa "SICÁN –LAMBAYEQUE " S.R.L. se ha tenido en cuenta esta norma ya que está sujeta a todas las personas naturales o jurídicas de derecho públicas o privadas, que se dedican a actividades en lugares públicos o que regularmente producen o venden productos en territorio nacional (DIGESA, 2014).

Ley N° 28015 “Ley de Promoción de las Pymes”, es promover la competitividad, formalización y desarrollo de micro y pequeñas empresas para aumentar las oportunidades de empleo sostenible, la productividad y los márgenes de ganancias, contribuir al PIB, expandir los mercados internos y las exportaciones, y contribuir a los impuestos (SUNAT, 2003).

1.2.4. UNIDAD FORMULADORA Y UNIDAD EJECUTORA

En la unidad formuladora queda a cargo de la alumna: Marcia Gianella Ramírez Ocaña del IX de la escuela de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

1.2.5. CLASIFICACIÓN PRODUCTIVA SECTORIAL

Según la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU) el proyecto se encuentra clasificado en la:

- ❖ **Sección G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas**
 - ❖ **División 47: Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motores motocicletas.**
 - ❖ **Grupo 472: Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados.**
 - **4721: Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.**
 - **4722: Venta al por menor de bebidas en comercios especializados.**
 - **4723: Venta al por menor de tabaco en comercios especializados.**

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.2. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO

La empresa comercializadora “SICÁN –LAMBAYEQUE” S.R.L ofrecerá un sazonador de loche de 35g que conserve su sabor tradicional, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, además es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural.

Imagen y Logotipo:



Figura 1: Imagen y logotipo

Para la empresa comercializadora, se determinó apropiado denominarlo “SICÁN-LAMBAYEQUE” ya que representa la cultura Lambayecana. Además, la imagen de un loche que es de donde se obtiene el loche en polvo.

Para llevar a cabo la comercialización del loche, se tendrá en cuenta las cantidades requeridas por las bodegas. Previamente coordinado con la empresa fabricante del loche en polvo, se procederá a la compra de las bolsas para que este llegue a tiempo y abastecerse, de tal manera que estas serán entregadas directamente a las bodegas de acuerdo al requerimiento previsto.

2.3. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Para la empresa comercializadora de loche “SICÁN –LAMBAYEQUE” S.R.L se consideró como público objetivo a los clientes intermediarios (bodegas) y cliente final (las familias). Según (Regalado Bobadilla, 2019) en sus encuestas realizadas evidencio que el 70,68% de las amas de casas chiclayanas prefieren realizar sus compras de condimentos en los canales tradicionales como son las bodegas ya que permite el fácil y rápido acceso de adquirir el producto.

Cabe resaltar que, las amas de casa les gusta preparar un almuerzo delicioso, pero en poco tiempo y optimizando sus recursos. Es así que, nuestro proyecto implica incursionar al mercado un producto que contenga como principal elemento el loche, el cual se considera un producto emblemático norteño, esperando que genere expectativas para nuestros clientes.

Además, las bodegas siempre buscan tener ingredientes disponibles y que esté al alcance de ellos, considerando que uno de los aspectos fundamentales en el distrito de Chiclayo es la conservación del sabor norteño.

2.4. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO

La empresa comercializadora de loche “SICÁN –LAMBAYEQUE” se localizará en el distrito de Chiclayo en la calle las Américas y Grau N°237 del distrito de la Victoria.

2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA-PROYECCIÓN

2.5.1. Información primaria y secundaria

Para poder elaborar el cálculo de la demanda insatisfecha y la viabilidad comercial del mercado comercial, el presente proyecto de inversión tuvo como fuentes primarias a las entrevistas bajo la “modalidad de empatía” a dos amas de casa y dos restaurantes dedicados a la elaboración de comidas criollas, donde se pudo observar que es lo que piensan, sienten, conocen y hacen sobre el loche (Ver anexo 5).

Por otro lado, para las fuentes secundarias a los repositorios de las tesis de “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019), “Plan de Marketing para el restaurante el limón de la ciudad de Lambayeque” (2017), así como también, de documentos web como son el del Gobierno Regional de Lambayeque “Padrón de restaurantes calificados y categorizados (2016)”, INEI (2015) y la Dirección Regional de Agricultura (2017).

2.5.2. Proyección de la demanda:

Estimación del mercado potencial

El mercado potencial abarca a la población que cumple con las características del estudio, como son las familias que utilizan loche para la elaboración de sus comidas, residentes del distrito de Chiclayo.

Para la demanda de familias se tomó a la población residentes en la ciudad Chiclayo, y de acuerdo a la data histórica del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015), se consideró lo siguiente:

Tabla 3.

Población histórica de los distritos de Chiclayo, la Victoria y José Leonardo Ortiz

AÑO	POBLACIÓN DE CHICLAYO
2011	552,153
2012	558,134
2013	564,033
2014	569,643
2015	575,555

Nota: Obtenido de INEI (2015)

De tal modo que, al momento de calcular la tasa de crecimiento se tomó en cuenta el primer y último año de la población por hogares, a través del método de extrapolación exponencial tiene como resultado 1,04%, como se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Tasa de crecimiento promedio anual

AÑO	POBLACIÓN	TASA CREC. PROMEDIO ANUAL
2011	552,153	
2012	558,134	0.0108321
2013	564,033	0.0105691
2014	569,643	0.0099462
2015	575,555	0.0103784

Nota: Obtenido de INEI (2015)

$$tc = 0.0104315 = \mathbf{1,04\%}$$

Fórmula: Población año 2015/Población año 2011 $^{(1/(año\ 2015 - año\ 2011)) - 1}$

Para el cálculo de la proyección de familias en Chiclayo para los años posteriores al 2020, se tomó de referencia el último año de dato que fue 2015, además de la tasa de crecimiento hallada, bajo el método de extrapolación exponencial.

Tabla 5.

Población proyectada de Chiclayo

AÑO	POBLACIÓN PROYECTADA
2021	612531
2022	618921
2023	625377
2024	631900
2025	638492

De acuerdo a los datos mencionados en el punto anterior, se consideró pertinente proyectar a esta población segmentada en familias, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 6.
Población proyectada en familias

AÑO	POBLACIÓN PROYECTADA
2021	122506
2022	123784
2023	125075
2024	126380
2025	127698

Frecuencia de compra

La siguiente tabla nos mostrará un mercado aún mucho más segmentado. Este mercado está conformado por la población que ha creado la necesidad de consumo del producto y su intención de compra es necesaria.

De acuerdo a la tesis “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019) y a entrevistas exploratorias, se puede afirmar que:

Tabla 7.
Datos

El promedio del número de habitantes por familia es de	5
El segmento poblacional que más consume loche representa el	76%
El grado de aceptación del nuevo producto es del	82%
El consumo de loche por familia al mes (Kg)	2

Nota: Adaptado de Regalado (2019)

De acuerdo a ello, se puede identificar que la frecuencia de compra es de 2 kilos por mes, lo que implica 24 kg de loche entero al año. Dado esto, se obtiene la demanda proyectada:

Tabla 8.
Demanda proyectada

AÑO	FACTOR DE CONSUMO AL AÑO	FAMILIAS PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA DE KG DE LOCHE ENTERO	DEMANDA PROYECTADA DE LOCHE EN POLVO
2021	24.00	122506	1829249	43901975
2022	24.00	123784	1848331	44359938
2023	24.00	125075	1867612	44822678
2024	24.00	126380	1887094	45290245
2025	24.00	127698	1906779	45762690

2.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El sazoador de loche dirigido a bodegas no se encuentra en la actualidad debido a que es un producto nuevo e innovador, sin embargo, existen estudios tales como la tesis titulada “**estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo**” por Regalado Bobadilla 2019 y la tesis “**obtención y evaluación sensorial para determinar la aceptabilidad de cuatro formulaciones en la elaboración de pasta de loche (cucurbita moschata)**” por Quicio Tiparra y Salas Burgo 2017 promueven que el loche sea pulverizado por la acogida que puede tener en el mercado. Este proyecto tiene como finalidad demostrar la viabilidad comercial de este producto innovador.

El presente proyecto cuenta con lugares donde se produce el cultivo de loche según distritos de la región Lambayeque. A continuación, se presenta la oferta de loche en polvo que vienen atendiendo al sector de bodegas teniendo como consumidor final a las familias.

Tabla 9.

Producción de cultivo de loche

PRODUCCIÓN DE CULTIVO DE LOCHE SEGÚN DISTRITOS EN EL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE 2014 – 2016			
Distrito	2014	2015	2016
Eten	133	207	218
Illimo	125	190	83
Monsefú	56	46	88
Pacora	152	136	80
Pítipo	15	0	0
Reque	18	57	67
Salas	61	6	7
Túcume	24	0	0
Total	584	642	543

Nota: Adaptado de Dirección Regional de Agricultura (2017)

2.7. BALANCE DEMANDA –OFERTA

Como se puede observar en el cuadro existe una demanda insatisfecha de producción del loche, lo que motiva a la elaboración de proyectos de cultivo de loche, centro de acopio, plantas procesadoras, evidenciando que las familias chiclayanas conservan el gusto de este producto en su gastronomía.

En la presente tabla se muestra la demanda proyectada del consumo de loche en fruto por parte de las familias, se evidencia un incremento, sin embargo, se observa una carencia de oferta de este insumo en polvo, por parte del sector agroindustrial. Por lo que se

asumirá para el presente proyecto que la demanda proyectada del loche en fruto será igual a la demanda insatisfecha del mismo para efectos de calcular el tamaño del presente proyecto, el cual se demostrará en el capítulo 03 del tamaño-mercado.

Tabla 10.
Demanda-Oferta

Año	Demanda Proyectada familias(KG fruto)	Demanda Insatisfecha familias
2021	1829249	1829249
2022	1848331	1848331
2023	1867612	1867612
2024	1887094	1887094
2025	1906779	1906779

2.8. PLAN DE MARKETING

Producto

La empresa “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L ofrece un sazoador loche con un sabor tradicional a un precio accesible permitiendo ahorrar tiempo a nuestros clientes,100% natural con un empaque ecológico y fácil de usar. Este producto será distribuido a las bodegas con un empaque de 180g facilitando a las familias chiclayananas la obtención del mismo.

Precio

Como se mencionó anteriormente se ofrecerá un precio accesible de \$0.34 la bolsa de 35g teniendo en cuenta las fuertes competencias como; sazonadores (Ajino moto), caldo concentrado (Doña Gusta) debido a que llevan años en el mercado y nuestro producto es nuevo e innovador.

Tabla 11.
Precio de sazonadores

SAZONADORES	PRECIO
Aji-no-moto Bolsa 250Gr	s/3.90
Sibarita Molido 40Gr	s/7.95
Caldo concentrado de 100g	s/3.00

Plaza

Para hacer llegar el sazónador loche a los consumidores la empresa “SICÁN – LAMBAYEQUE” S.R.L empleara varios canales para la distribución como: Las bodegas y supermercados (Plaza Veá, Tottus, Metro, Precio Uno).

Promociones

Para comunicarse con los clientes se utiliza una variedad de tácticas: publicidad por canal tradicional (televisión) redes sociales (Facebook y Instagram) y páginas web. Mediante la publicidad vamos a adquirir a nuestros clientes, haciéndoles conocer los beneficios que ofrece nuestro producto y la diferencia que tiene con los que ya existe. (ver los anexos n° 6,7,8 y 9).

CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

3.2. Tamaño- mercado

Teniendo en cuenta que el sazoador de loche en polvo es un producto nuevo e innovador para el sector bodegas, se propone el siguiente escenario en donde la demanda proyectada de loche en fruto se convierte en una demanda proyectada en loche en polvo en Kilogramos y gramos.

Con el indicador dado en la investigación “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019) donde por cada 6 kilogramos de loche en fruto, se obtienen un kilogramo de loche en polvo.

El proyecto comercialización “SICÁN-LAMBAYEQUE” abarcará la participación de mercado de bodegas en un 4%, siendo un porcentaje moderado de la demanda proyectada como lo muestra la tabla 12.

Tabla 12.

Participación de mercado en un 4%

Año	Demanda Proyectada familias(KG FRUTO)	Loche en polvo(KG)	LOCHE EN GRAMOS	BOLSITA DE LOCHE EN POLVO DE 35G	Participación de Mercado	Tamaño de mercado
2021	1,829,248.97	304,874.83	304,874,827.59	8,710,709.36	4.00%	348,428.37
2022	1,848,330.75	308,055.13	308,055,125.21	8,801,575.01	4.00%	352,063.00
2023	1,867,611.59	311,268.60	311,268,598.05	8,893,388.52	4.00%	355,735.54
2024	1,887,093.55	314,515.59	314,515,592.20	8,986,159.78	4.00%	359,446.39
2025	1,906,778.74	317,796.46	317,796,457.32	9,079,898.78	4.00%	363,195.95

3.3. Tamaño- tecnología

La empresa “SICÁN –LAMBAYEQUE” contara con una plataforma web, donde se podrá visualizar el producto, además esta página permitirá que las familias interactúen, compartan y cuente sus experiencias de la preparación de sus platos hechos a base de loche. Esto ayudara a la empresa saber cómo les está yendo a las amas de casa con el nuevo e innovador producto. La empresa también contara con un software que ayudara a identificar cuantos productos ingresan y salen de la organización.

3.4. Tamaño-disponibilidad de materiales

El producto sazoador loche por ser nuevo en el mercado se hará viable mediante la innovación y creación del sector agroindustrial. El principal material para la viabilidad comercial es que el sector agroindustrial se encargue de la producción de loche para poder

obtener el sazoador. Por lo tanto, la finalidad de este proyecto es mostrar a la comunidad empresarial que es viable la fabricación de este producto

3.5. Tamaño-financiamiento

En cuanto al tamaño de mercado, se ha determinado las unidades vendidas desde el año 2021 al 2025, lo cual se necesita de una inversión total de \$25,665.36 siendo el financiamiento del 47.02 %, detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 13.

Estructura de financiamiento de SICÁN-LAMBAYEQUE S.R.L

Estructura de financiamiento		
Aporte	%	Dólares
Propio	52.98 %	\$13,598.07
Financiamiento	47.02%	\$12,067.30
TOTAL	100%	\$25,665.36

3.6. Tamaño- costo unitario

Sabiendo que SICÁN-LAMBAYEQUE es un proyecto de inversión innovador y que tiene como presentación a un sazoador de loche en polvo, se considera que, de acuerdo a estudios de mercado se podrá adquirir dicho producto a un promedio \$0.34 por costo de bolsitas de 35g de polvo de loche, siendo el costo por paquete de 12 unidades será de \$4.8

3.7. Tamaño-rentabilidad

De acuerdo a la programación de ventas anuales de loche en polvo para bodegas, se obtuvo como tasa interna de retorno económica del 52% con un VANE de \$34,146.01 por la parte financiera la TIR es de 89 % con un VANF de \$36,709.95, lo cual se concluye que el proyecto es rentable tanto económica como financieramente, ya que ambos indicadores son mayores que cero, indicando rentabilidad económica y financiera contando los intereses.

3.8. Selección del tamaño

El presente proyecto de comercialización de loche en polvo, presenta la siguiente programación.

Tabla 14.

Programa de comercialización de SICÁN-LAMBAYEQUE

Año	Tamaño de mercado	Comercialización diaria
2021	348,428.37	1,161
2022	352,063.00	1,174
2023	355,735.54	1,186
2024	359,446.39	1,198
2025	363,195.95	1,211

El plazo del programa de ventas abarca desde el año 2021 al 2025, alcanzando una representación de comercialización con un total de ventas promedio de 1186 unidades, mostrado anteriormente donde se analizó el tamaño de mercado, financiamiento y rentabilidad para poder llevar a cabo el proceso de comercialización en el plazo señalado.

Asimismo, para construir la empresa, se procedió a realizar la evaluación de la inversión total de \$25,665.36, con un financiamiento del 47.02 % a una entidad bancaria de \$12,067.30 y de aporte propio del 52.98% por la suma \$13,598.07, de igual manera para la programación de la comercialización anual del loche se tomó como referencia al COK económico que representa el 9.04% y en cuanto al WACC financiero con 8.63% , para poder determinar si el proyecto es beneficioso, dicho esto , con un TIR económico del 52% y VAN de \$34,146.01 y por la parte financiera la TIR es de 89 % con un VAN de \$36,709.95, en este sentido se entiende que el proyecto es viable al considerar una recuperación de capital y ganancia adicional, siendo su costo beneficio de \$1.08 por cada unidad de inversión cada año.

CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2. Factores de localización

Nuestro proyecto analizará los factores cualitativos y cuantitativos, que nos permitirán determinar la localización de nuestra empresa comercializadora. Detallándose a continuación:

- Disponibilidad de proveedores
- Disponibilidad de clientes
- Disponibilidad de mano de obra
- Inversión del local
- Actividad Económica de la Zona
- Ambiente Sociocultural
- Energía y agua potable
- Interne y teléfono
- Costo del transporte

4.3. Macro localización

Para el presente proyecto se evaluó dos lugares la Victoria y Lambayeque, teniendo los siguientes factores:

Tabla 15.

Factores de localización

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACIÓN	LA VICTORIA- CHICLAYO	LAMBAYEQUE
Disponibilidad de Proveedores	4	60	40
Disponibilidad de clientes	5	50	50
Costo de transporte	4	40	60
Disponibilidad de Mano de Obra	5	75	75
Inversión de local	4	60	60
Actividad Económica de la Zona	5	80	60
Ambiente Sociocultural.	4	60	60
Energía y agua potable	4	60	40
Telefonía y red	4	75	75
TOTAL		560	520

Obteniendo como resultado el distrito de la Victoria- Chiclayo con un puntaje de **560**.

Los Factores más relevantes fueron los cualitativos para la localización.

4.4. Micro localización

Teniendo como localización al distrito de la Victoria se ha considerado ubicar en la calle las Américas y Grau N°237 ya que es una zona más comercial y está cerca al proveedor, buena mano de obra, correcto funcionamiento de energía y agua potable, además fluidez de actividad económica.

4.5. Métodos para decidir la localización

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

Tabla 16.
Localización

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACIÓN	LA VICTORIA-CHICLAYO	LAMBAYEQUE
Disponibilidad de Proveedores	4	60	40
Disponibilidad de clientes	5	50	50
Costo de transporte	4	40	60
Disponibilidad de Mano de Obra	5	75	75
Inversión de local	4	60	60
Actividad económica de la zona	5	80	60
Ambiente Sociocultural.	4	60	60
Energía y agua potable	4	60	40
Telefonía y red	4	75	75
TOTAL		560	520

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Tabla 17.
Especificaciones del producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	IMAGEN DEL PRODUCTO
Sazonador loche "SICÁN-LAMBAYEQUE" S.R.L	
CARACTERÍSTICAS	
Envase hecho Bolsa Stand Up Pouch, cierre kraft ventana, que tiene el nombre de la marca y el valor nutricional que contiene el sazónador loche.	

- Contenido: 35g
- Tamaño: mediano
- Propiedades sensoriales Aroma y sabor característico del insumo, color amarillo.
- Envase: Bolsa Stand Up Pouch C/cierre Kraft Ventana.
- F. Vencimiento 12 meses

5.3. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

5.3.1. Diagrama de operación

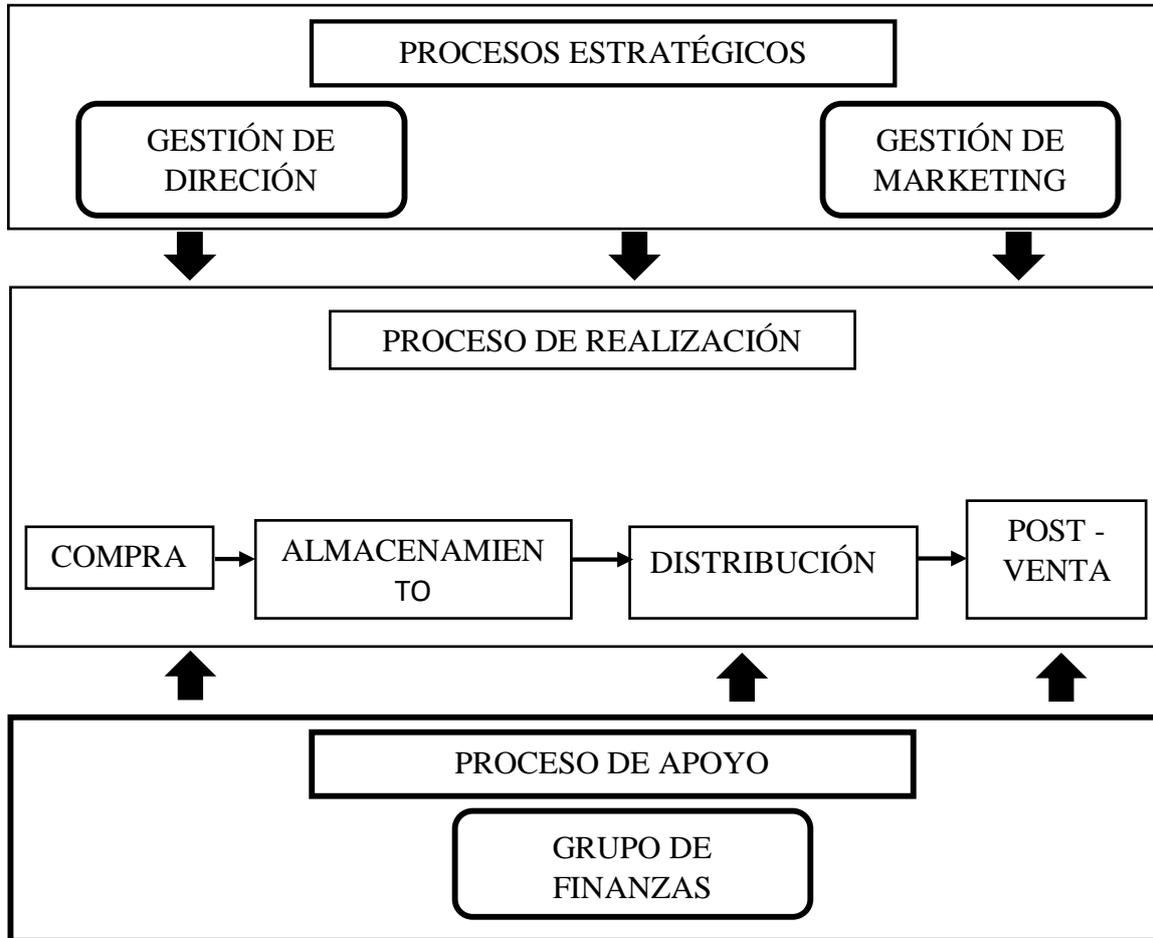


Figura 2: Diagrama de operación

5.3.2. Diagrama de recorrido o flujograma

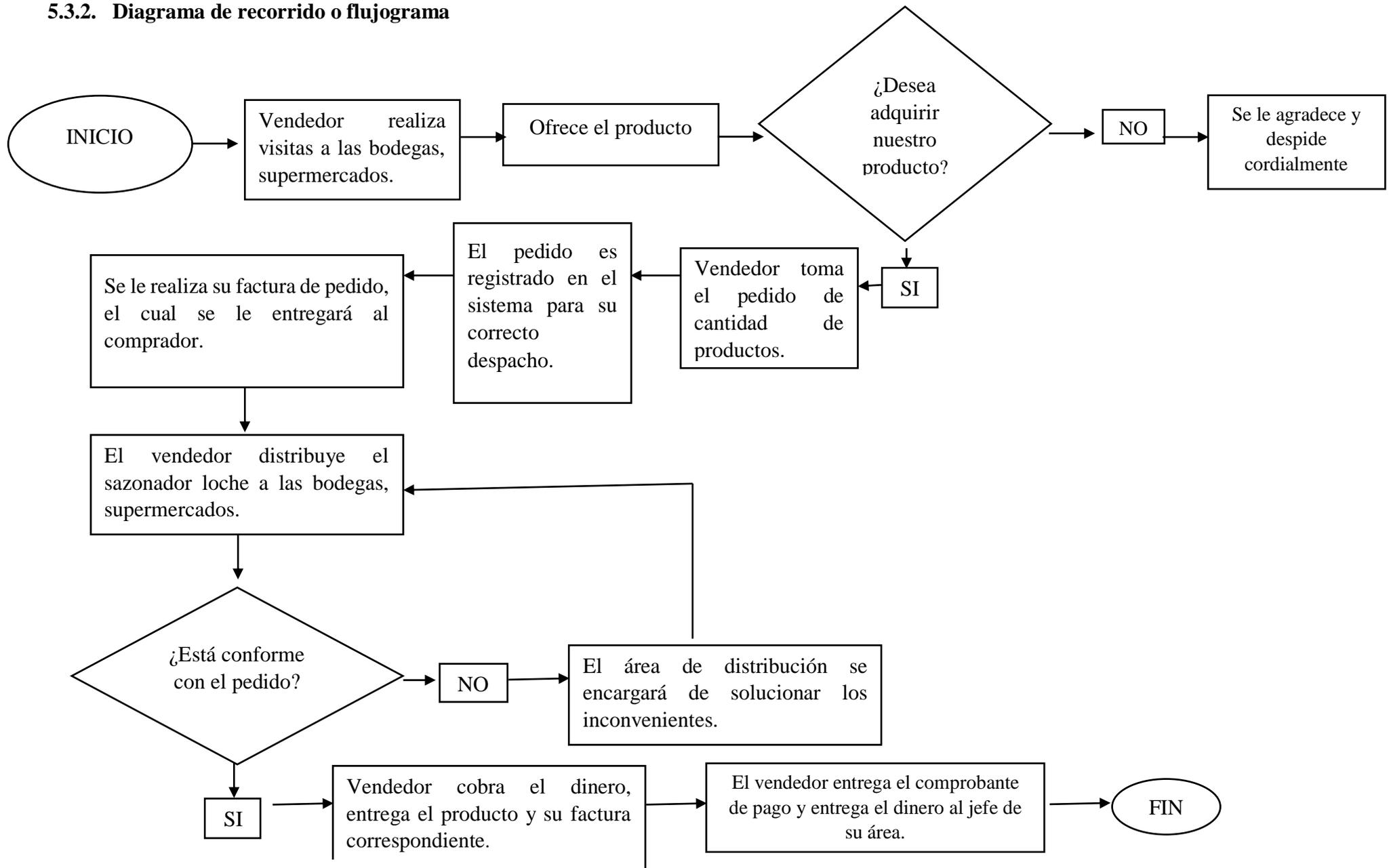


Figura 2: Diagrama de recorrido

5.3.3. Distribución de la planta

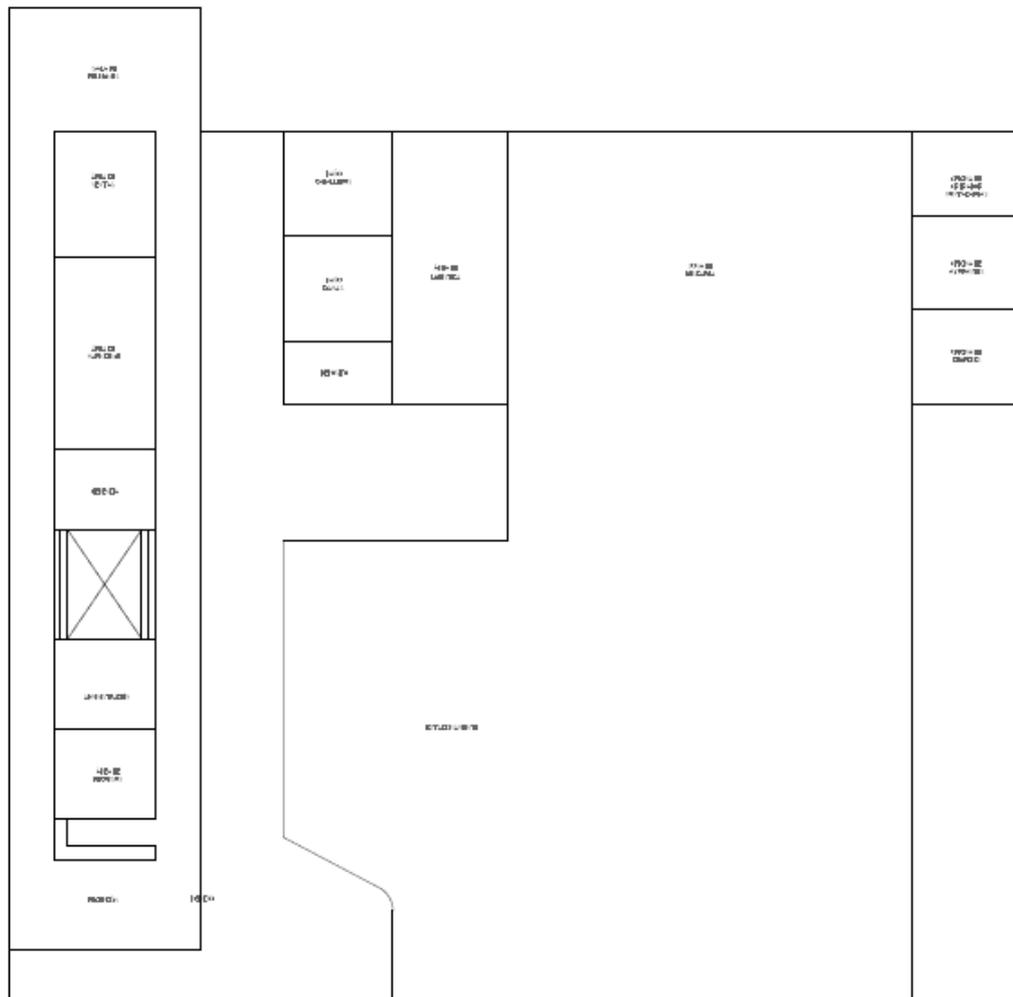


Figura 3: Distribución de la planta

5.3.4. Diseño del plano del proyecto

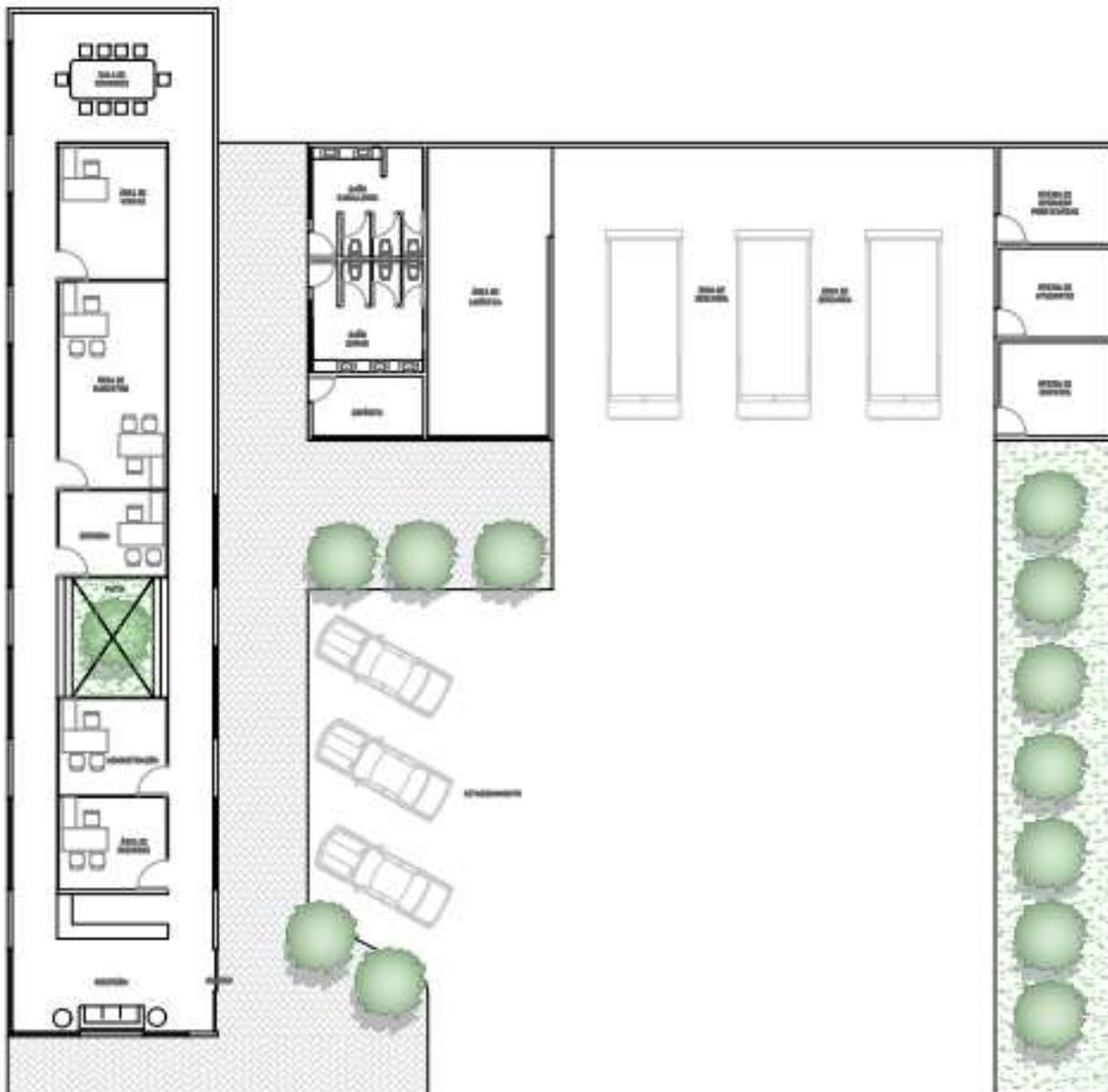


Figura 4: Diseño del Plano del Proyecto

5.3.5. Diseño del sistema del proyecto hardware y software

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

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

5.4. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

5.4.1. Terrenos y edificaciones

El terreno cuenta con un área de 720.000 m² ubicado calle las Américas y Grau de la ciudad de Chiclayo. Con una infraestructura moderna hecha a base de material noble de un piso, techo de drywall contado con diferentes divisiones de acuerdo a las áreas establecidas.

5.4.2. Maquinaria y equipos, muebles, enseres y vehículos

La empresa sazoador loche “SICÁN-LAMBAYEQUE “en equipos cuenta con (4 computadoras, 1 impresora multifuncional, 1 aire acondicionado). Además, en muebles y enseres tiene (4 escritorio, 1 mesa larga para reunión, 4 sillas giratorias, 15 bancos plásticos, 1 reloj de pared, 1 mueble, 1 mostrador, 2 y 1 proyector). En cuanto a materiales de seguridad del local (1 extintor y 1 botiquín, señalizaciones y 2 lámparas de emergencia). Para acondicionamiento del local (15 focos, 2 lámparas, 2 reloj de pared). Asimismo, en unidades de transporte con 1 camioneta (Ver anexo 3).

5.6. PROGRAMA

Para el presente proyecto, la empresa comercializadora “SICÁN –LAMBAYEQUE” S.R.L para los años 2021-2025, se ha considerado el tamaño de mercado con una participación del 4% de las bolsas de loche en polvo de 35g.

Tabla 19.
Programa

Año	Sazonador de loche (bolsas de 35g)
2021	348,428.37
2022	352,063.00
2023	355,735.54
2024	359,446.39
2025	363,195.95

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

6.2. ASPECTO LEGAL

6.2.1. Tipo de Empresa

Para este proyecto se ha considerado constituir una empresa de tipo “**SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**” (“**SICÁN-LAMBAYEQUE**” S.R.L)

6.2.2. Proceso de Constitución de la Empresa

Para el proyecto del producto Sazonador loche en el país está a cargo la constitución de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), esta entidad presenta los siguientes pasos:

- 1. Búsqueda y reserva de nombre.** La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.
- 2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad.** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.
- 3. Aporte de capital.** Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.
- 4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario.** Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la

firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

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

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

6.3. ASPECTO ORGANIZACIONAL

6.3.1. Acta de Constitución de la Empresa

ACTA CONSTITUTIVA DE “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L

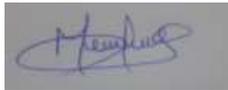
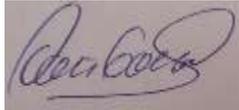
En la localidad de Chiclayo a los doce días del mes de Julio de los dos mil veintes siendo las diez horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con fines de lucro,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

1°) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas: Marcia Ramírez Ocaña y al apoderado: **Luba del Carmen Ocaña García, para suscribir la presente**

2°) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa Sociedad de Responsabilidad Limitada denominada “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L con sede en la ciudad de Chiclayo con calle Américas y Grau N° 237 del distrito de La Victoria, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

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

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

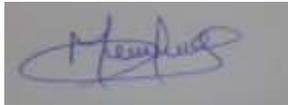
CARGO	APELLIDO Y NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	Marcia Ramírez Ocaña	
APODERADO	Luba del Carmen Ocaña García	

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

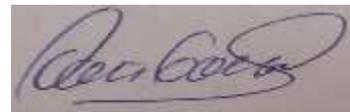
5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de \$20,000. y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

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

PRESIDENTE



SECRETARIO



6.3.2. Minuta de Constitución

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

SEÑOR NOTARIO

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

- A. Marcia Ramírez Ocaña, de nacionalidad: peruana ocupación: administradora, con documento de identidad: 77291932, estado civil: soltera.**
- B. Luba del Carmen Ocaña García de nacionalidad: peruana ocupación: abogada con documento de identidad: 03233815, estado civil: soltera.**

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

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

La sociedad puede utilizar la abreviatura **“SIC-LAMB S.R.L.”**

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

SEGUNDO. - El capital de la sociedad es de **S/. 20,000(veinte mil y 00/100 nuevos soles), dividido en dos participaciones sociales cuyo valor nominal es de s/. 10,000 cada una, suscritas y pagadas de la siguiente manera:**

- 1. Marcia Ramírez Ocaña, suscribe una participación sociales y paga s/. 10,000 mediante aportes en bienes dinerarios.**
- 2. Luba del Carmen Ocaña García, suscribe una participación sociales y paga s/ 10,000 mediante aportes en bienes dinerarios.**

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado

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

ESTATUTO

ARTÍCULO 1°: Denominación - duración - domicilio: la sociedad se denomina: **“SICÁN - LAMBAYEQUE sociedad comercial de responsabilidad limitada”**

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA: “SIC-LAMB S.R.L.”.

La sociedad tiene una duración indeterminada; inicia sus operaciones en la fecha de este pacto social y adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro de personas jurídicas. **Su domicilio es en Américas y Grau n° 237 provincia de Chiclayo y departamento de Lambayeque, pudiendo establecer sucursales u oficinas en cualquier lugar del país o en el extranjero.**

ARTÍCULO 2°: OBJETO SOCIAL: La sociedad tiene por objeto dedicarse a la comercialización al por mayor de sazónador loche en polvo. Se entienden incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de sus fines. para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

ARTÍCULO 3°: Capital social: el monto del capital social es de s/. 20,000 (veinte mil y 00/100 nuevos soles), representado por dos participaciones sociales cuyo valor nominal es des/ 10,000 cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

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

ARTÍCULO 5°: ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: La sociedad tiene los siguientes órganos:

- a. La junta general de socios; y

b. La gerencia.

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

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

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

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

A) Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CUARTO. Queda designado como gerente general: **Marcia Ramírez Ocaña con documento de identidad 77291932, con domicilio en: Alfonso Ugarte, Distrito de Sondorillo, provincia de Huancabamba, departamento de Piura.**

Así mismo, se designa como sub gerente de la sociedad a **Luba del Carmen Ocaña García, identificado con documento de identidad DNI, con numero: 77291932 quien tendrá las siguientes facultades:**

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

Chiclayo, dos de julio de 2020

6.3.3. Manual de organización y funciones

Tabla 20.

Manual de funciones del gerente general

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Puesto:

GERENTE

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- ✓ Inspeccionar la formulación y realización del presupuesto anual, en conformidad de conformidad con la ley. Además, examinar que se cumplan con los principios en cada área de la empresa.
 - ✓ Responsable de planificar y organizar tareas
 - ✓ Se encarga de crear un clima organizacional apropiado, permitiendo el desarrollo de la creatividad, motivación en su equipo de trabajo.
 - ✓ Evalúa los problemas de la organización como administrativos y financieros.
-

Tabla 21.
Manual de funciones del administrador

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Puesto:	ADMINISTRADOR
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargado de la imagen corporativa y también del logro de objetivos de la organización. ✓ Responsable de la gestión y orientación del personal de la empresa. ✓ Evaluación de la gestión financiera y económica de la empresa. ✓ Investigación de nuevos mercados y convenios con proveedores. ✓ Responsable de las compras y control de la materia prima. ✓ Recepción del efectivo. ✓ Registro de las ventas, facturas y boletas. ✓ Ejecuta el cobro de los productos. ✓ Realizar cuadro de caja. <p>Otras funciones correspondientes a Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formar equipos de trabajo. ✓ Conseguir que los demás hagan el trabajo; mantenga la moral alta e inspire a sus subordinados. ✓ Determinar la naturaleza del trabajo de cada empleado. ✓ Plantear políticas para seguir ante el reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo, promoción y separación del personal. ✓ Colaborar dentro de la definición de cultura empresarial, controlar la comunicación internamente y siempre promover la creación de valor apropiado. ✓ Coordinar las relaciones laborales en nombre de la organización. Ofrecer de incentivos y beneficios. 	

Tabla 22.
Manual de funciones del área de ventas

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Puesto: **ÁREA DE VENTAS**

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- ✓ Realización de planes y presupuesto de ventas.
- ✓ Realización de los estados financieros, inspeccionando y conservando la normativa contable de la organización.
- ✓ Registrar operaciones contables y datos financieros.
- ✓ Planear, examinar y evaluar la información registrada.

Otras funciones de marketing

- ✓ Realizar los estudios de mercado.
 - ✓ Desarrollar objetivos y estrategias de marketing.
 - ✓ Gestionar la relación con los consumidores.
 - ✓ Desarrollar la promoción de la marca.
 - ✓ Examinar las campañas publicitarias.
 - ✓ Gestionar las redes sociales de la organización y los pedidos que se requieren dentro de ella.
-

Tabla 23.
Manual de funciones del área de logística

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Puesto: **ÁREA DE LOGÍSTICA**

Puesto a cargo: **Almacenamiento y distribución**

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- ✓ Diseñe y planifique las actividades de logística.
- ✓ Planificación de estrategias para las actividades de comercialización del producto (transporte, almacenamiento, distribución) para garantizar la satisfacción del cliente.
- ✓ Conserve, administre y certifique el inventario óptimo de la organización en función del nivel de servicio esperado y el tiempo de respuesta.
- ✓ Establecer las medidas necesarias para mantener actualizados los bienes del almacén.

Otras funciones de distribución.

- ✓ Procesamiento de los pedidos en cuanto a las órdenes de compra
 - ✓ Administrar las entrada y salidas de los productos
 - ✓ Cargar, descarga y el traslado del producto al destino que se requiere
 - ✓ Conservar y proteger los productos que serán distribuidos.
-

6.3.4. Organigrama

Representa gráficamente la estructura orgánica del negocio, en la que se muestra la posición de cada una de las áreas que las integran, así como también la línea de autoridad (jefe inmediato) lo que permite la relación de cada órgano que compone el negocio y la determinación de las funciones para cada colaborador.

El propósito de la elaboración del organigrama del negocio es asegurar el adecuado funcionamiento de las áreas y la complementación de las mismas. Es importante que sea de pleno conocimiento de cada colaborador conocer la posición de la cual se encuentra dentro del organigrama, de manera que le permita cumplir correctamente sus funciones establecidas.

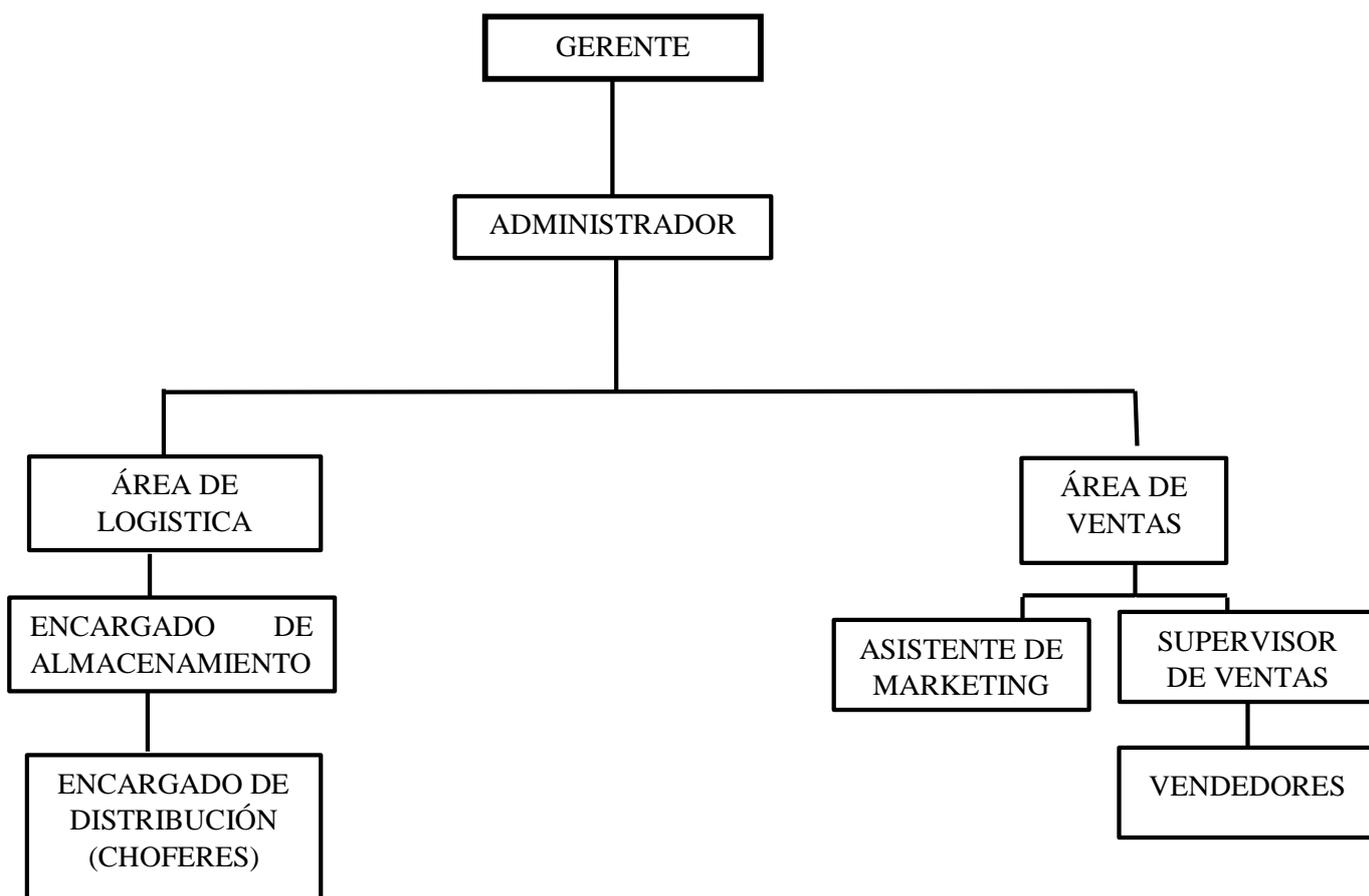


Figura 5: Organigrama

6.2.5. Requerimiento del personal

Para la empresa “SICÁN- LAMBAYEQUE” S.R.L contará con el siguiente personal para la comercialización del sazónador loche, ya que ellos son parte importante para que se lleve a cabo el funcionamiento de la empresa. Para ello se ha considerado contar con un personal calificado lo cual permitirá el cumplimiento de los objetivos planteados.

La empresa ha determinado la descripción de cada uno de los puestos de los colaboradores, que a continuación se presentara.

Tabla 24.

Requerimiento gerente general

GERENTE GENERAL	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente General
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Realizar planes a corto y largo plazo permitiendo a la organización ser rentable.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Economista
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado y dominio del idioma inglés
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Visión estratégica
Acciones y resultados esperados	
Inspeccionar la formulación y realización del presupuesto anual, en conformidad de conformidad con la ley. Además, examinar que se cumplan con los principios en cada área de la empresa.	
Se encarga de la planificación y organización de las tareas.	
Evalúa los problemas de la organización como administrativos y financieros.	
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2,500.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	8:00 - 17:00 Horas (L-V)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Tabla 25.

Requerimiento administrador

ADMINISTRADOR	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Administrador
Reporta a:	Gerente General
Objetivo:	Llevar a cabo la coordinación y comunicación para el cumplimiento de los objetivos en la organización.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Administrador de empresas
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Dominio de inglés
Habilidades	Orientación a resultados Competitivo Innovador
Acciones y resultados esperados	
Encargado de la imagen empresarial y responsable del logro de los objetivos de la organización.	
Encargado de la gestión y dirección del personal de la empresa.	
Evaluar la gestión financiera y económica de la empresa.	
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2,000.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	8:00 - 17:00 Horas (L-V)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Tabla 26.

Requerimiento gerente de ventas

GERENTE DE VENTAS	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente de ventas
Reporta a:	Gerente administrativo
Objetivo:	Supervisa y se encargarse del flujo de dinero y los activos que entran y salen de la empresa.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Economista Contador
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado Excel avanzado
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados
Acciones y resultados esperados	
Realización de planes y presupuesto de ventas.	
Realización de los estados financieros, inspeccionando y conservando la normativa contable de la organización.	
Registrar operaciones contables y datos financieros.	
Planear, examinar y evaluar la información registrada.	
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2,000.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	8:00 - 17:00 Horas (L-V)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Tabla 27.

Requerimiento gerente de logística

GERENTE DE LOGÍSTICA	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente de logística
Reporta a:	Gerente administrativo
Objetivo:	Gestionar las etapas del proceso de comercialización y distribución del producto en la organización, desde su materialización hasta la entrega y distribución en los diferentes puntos de venta.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Administrador de empresas Ingeniero industrial
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Manejo de sistemas de información Excel
Habilidades	Trabajo en equipo Orientación a resultados
Acciones y resultados esperados	
Gestione y planifique las actividades de logística.	
Planificación de estrategias para las actividades de comercialización del producto (transporte, almacenamiento, distribución) para garantizar la satisfacción del cliente.	
Establecer las medidas necesarias para mantener actualizados los bienes del almacén.	
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2,000.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	8:00 - 17:00 Horas (L-V)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

7.2. Inversión

7.2.1. Estructura de la inversión

La empresa comercializadora “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L, en cuanto a su inversión total asciende a \$ 25,665.36, de los cuales corresponde a la inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo, siendo las cantidades monetarias como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 28.

Estructura de la inversión

INVERSIONES		P.SIN IGV	IGV	P.CON IGV
INVERSION FIJA	TANGIBLE	\$ 10,650.08	\$ 1,917.02	\$ 12,567.10
	INTANGIBLE	\$ 3,631.90	\$ 653.74	\$ 4,285.64
INVERSIÓN TOTAL	TOTAL DE INVERSIÓN FIJA	\$ 14,281.98	\$ 2,570.76	\$ 16,852.74
	CAPITAL DE TRABAJO	\$ 7,875.01	\$ 937.61	\$ 8,812.63
INVERSIÓN TOTAL		\$ 22,157.00	\$ 3,508.37	\$ 25,665.36

7.2.2. Programa de inversiones

El proyecto de implementación de una empresa comercializadora, tiene el siguiente programa de inversiones que abarca todo el año 2020, desde el mes de agosto hasta diciembre, como se detalla a continuación:

Tabla 29.
Programa de inversiones

PROGRAMA DE INVERSIONES							
CONCEPTO	MESES					TOTAL	%
INVERSIÓN TOTAL	1	2	3	4	5		
						\$	
I. INVERSIÓN FIJA						16,852.74	65.66
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE						\$	
						12,567.10	
			\$	\$		\$	
I.1.1 EQUIPOS			969.14	969.14		1,938.29	
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES				\$		\$	
				1,709.96		1,709.96	
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL					\$	\$	
					300.00	300.00	
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL					\$	\$	
					47.43	47.43	
I.1.6. UNIDAD DE TRANSPORTE					\$	\$	
					8,571.43	8,571.43	
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	746.31	746.31	633.90	633.90	1,525.22	4,285.64	
II. CAPITAL DE TRABAJO					\$	\$	
					8,812.63	8,812.63	34.34
	\$	\$	\$	\$		\$	
TOTAL INVERSIÓN	746.31	746.31	1,603.04	3,313.00	\$19,256.70	25,665.36	100.00

CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

7.3. Fuentes de financiamiento

El proyecto de inversión contará con dos fuentes de financiamiento, por un lado, el aporte propio de 52.98% que representa \$ 12,067.30 y por otro lado el financiamiento a través de una entidad financiera con un 47.02% equivalente a \$13,598.07 como se muestra a continuación:

Tabla 30.
Tamaño de financiamiento

Estructura de financiamiento		
Aporte	%	Dólares
Propio	52.98 %	\$ 12,067.30
Financiamiento	47.02%	\$ 13,598.07
TOTAL	100%	\$ 25,665.36

7.4. Evaluación del préstamo

Para hacer la evaluación del préstamo, se ha tomado de referencia a la data establecida por la SBS en el mes de Julio del año 2020, donde muestra a una variedad de entidades bancarias, para poder identificar la tasa más conveniente. Después de evaluar la data, se optó por la TEA de 2.99% que brinda el banco Scotiabank en moneda extranjera, en este caso para pagar por cuotas durante 5 años, lo que equivale a \$2,634.20 al año.

Tabla 31.
Fuente de financiamiento

TEA	2.99%	SCOTIABANK
n=	5	
Préstamo	\$ 12,067.30	
Cuota	\$ 2,634.20	

Por lo tanto, se muestra el cuadro del cronograma de pago por el financiamiento en dólares, a través de cuotas constantes durante 5 años, donde las amortizaciones van aumentando cada año:

Tabla 32.

Cronograma de pagos por financiamiento

Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$ 12,067.30
1	\$ 12,067.30	\$ 2,273.39	\$ 360.81	\$ 2,634.20	\$ 9,793.91
2	\$ 9,793.91	\$ 2,341.36	\$ 292.84	\$ 2,634.20	\$ 7,452.55
3	\$ 7,452.55	\$ 2,411.37	\$ 222.83	\$ 2,634.20	\$ 5,041.19
4	\$ 5,041.19	\$ 2,483.47	\$ 150.73	\$ 2,634.20	\$ 2,557.72
5	\$ 2,557.72	\$ 2,557.72	\$ 76.48	\$ 2,634.20	\$ -

CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

8.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

La fuente de ingresos del presente proyecto será la venta de bolsas de 35 gr de sazonador en base a loche en un 4% de la demanda estimada a un precio de \$0.34 la unidad, proyectando la venta de 120,601.31 unidades al año.

Tabla 33.
Presupuesto de ingresos

INGRESOS					
ventas	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Precio de venta	0.34	0.34	0.34	0.34	0.34
Cantidad por año	355,773.85	355,773.85	355,773.85	355,773.85	355,773.85

8.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS

8.3.1. Presupuesto económico

Este presupuesto económico de la empresa comercializadora “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L, contiene las ventas esperadas, asimismo, contiene los costos directos e indirectos de comercialización, los gastos de operación e impuestos, como se detalla a continuación:

Tabla 34.

Presupuesto económico

<u>INGRESOS</u>					
ventas	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31
<u>Egresos</u>					
I.-Costos de Comercialización	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86
I.1 Existencias	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86
II.-Gastos de Operación	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38
II,1.-Gastos de Administración	\$ 30,860.53	\$ 30,860.53	\$ 30,860.53	\$ 30,860.53	\$ 30,860.53
-Gastos administrativos	\$ 19,889.10	\$ 19,889.10	\$ 19,889.10	\$ 19,889.10	\$ 19,889.10
-Sueldos administrativos	\$ 10,971.43	\$ 10,971.43	\$ 10,971.43	\$ 10,971.43	\$ 10,971.43
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
-Depreciación	\$ 2,037.79	\$ 2,037.79	\$ 2,037.79	\$ 2,037.79	\$ 1,627.14
-Amortización por Cargas diferidas	\$ 726.38	\$ 726.38	\$ 726.38	\$ 726.38	\$ 726.38
IV.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	\$ 6,948.52	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89
MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES					
-Impuesto a la renta	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29
TOTAL EGRESOS	\$ 92,136.56	\$ 95,712.30	\$ 95,781.69	\$ 95,853.15	\$ 95,516.10

8.3.2. Presupuesto financiero

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

Tabla 35.
Presupuesto financiero

INGRESOS										
ventas	\$	120,601.31	\$	120,601.31	\$	120,601.31	\$	120,601.31	\$	120,601.31
Egresos										
I.-Costos de Comercialización	\$	42,692.86								
I.1 Existencias	\$	42,692.86	\$	42,692.86	\$	42,692.86	\$	42,692.86	\$	42,692.86
II.-Gastos de Operación	\$	37,443.38								
II.1.-Gastos de Administración	\$	30,860.53	\$	30,860.53	\$	30,860.53	\$	30,860.53	\$	30,860.53
-Gastos administrativos	\$	19,889.10	\$	19,889.10	\$	19,889.10	\$	19,889.10	\$	19,889.10
-Sueldos administrativos	\$	10,971.43	\$	10,971.43	\$	10,971.43	\$	10,971.43	\$	10,971.43
II.2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$	6,582.86	\$	6,582.86	\$	6,582.86	\$	6,582.86	\$	6,582.86
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas										
-Depreciación	\$	2,037.79	\$	2,037.79	\$	2,037.79	\$	2,037.79	\$	1,627.14
-Amortización por Cargas diferidas	\$	726.38	\$	726.38	\$	726.38	\$	726.38	\$	726.38
IV .-Gastos Financieros	\$	391.92	\$	324.54	\$	255.15	\$	183.69	\$	110.09
-INTERÈS PRESTAMO	\$	357.63	\$	290.26	\$	220.87	\$	149.40	\$	75.80
-										
MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES	\$	34.29	\$	34.29	\$	34.29	\$	34.29	\$	34.29
V .-Amortización de la Deuda (CK)	\$	2,253.33	\$	2,320.71	\$	2,390.10	\$	2,461.56	\$	2,535.16
VI.- Impuestos										
-IGV A PAGAR	\$	6,948.52	\$	10,456.89	\$	10,456.89	\$	10,456.89	\$	10,456.89
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$	3,893.79	\$	3,893.79	\$	3,893.79	\$	3,893.79	\$	3,926.64
-Impuesto a la renta	\$	12,985.77	\$	12,985.77	\$	12,985.77	\$	12,985.77	\$	13,095.34
TOTAL EGRESOS	\$	109,373.75	\$	112,882.11	\$	112,882.11	\$	112,882.11	\$	112,613.88

CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

9.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El presente proyecto cuenta con dos estados de ganancias y pérdidas: un económico y un financiero.

Respecto al estado de ganancias y pérdidas económico, se identifica los ingresos que originan a la empresa cuando el segmento de clientes realiza su compra, sin considerar el gasto financiero de apalancamiento, de tal modo, que de acuerdo a la programación de ventas en 5 años se puede observar en la tabla el incremento año a año, lo cual implica un beneficio.

Tabla 36.
Estado de pérdidas y ganancias económico

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693
UTILIDAD BRUTA	\$ 77,908				
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472
Gastos de Ventas	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583
Gastos Administrativos	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,354
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 49,083
- GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 49,083
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 3,894	\$ 3,894	\$ 3,894	\$ 3,894	\$ 3,927
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 44,779	\$ 44,779	\$ 44,779	\$ 44,779	\$ 45,156
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 12,986	\$ 12,986	\$ 12,986	\$ 12,986	\$ 13,095
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 31,793	\$ 31,793	\$ 31,793	\$ 31,793	\$ 32,061

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

Tabla 36.
Estado de ganancias y pérdidas financiero

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601	\$ 120,601
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693	\$ 42,693
UTILIDAD BRUTA	\$ 77,908				
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472	\$ 26,472
Gastos de Ventas	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583	\$ 6,583
Gastos Administrativos	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889	\$ 19,889
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,764	\$ 2,354
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 48,672	\$ 49,083
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 395	\$ 327	\$ 257	\$ 185	\$ 111
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$ 48,277	\$ 48,345	\$ 48,415	\$ 48,487	\$ 48,972
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 3,862	\$ 3,868	\$ 3,873	\$ 3,879	\$ 3,918
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 44,415	\$ 44,478	\$ 44,542	\$ 44,608	\$ 45,054
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 12,880	\$ 12,898	\$ 12,917	\$ 12,936	\$ 13,066
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 31,535	\$ 31,579	\$ 31,625	\$ 31,672	\$ 31,989

9.3. FLUJO DE CAJA

Se presentan los movimientos de entradas y salidas de dinero en efectivo a fin de determinar la liquidez de la empresa, a través de ambos flujos de caja: económico y financiero, detallado a continuación:

Tabla 37.

Flujo de caja económico

AÑO	0	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
I. INGRESOS	-	120,601.31	120,601.31	120,601.31	120,601.31	129,348.09
I.1 Ingresos por ventas		120,601.31	120,601.31	120,601.31	120,601.31	120,601.31
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						7,875.01
I.3 Valor Residual						871.77
II. EGRESOS	25,665.36	103,964.32	107,472.69	107,472.69	107,472.69	107,615.11
II.1. Inversión Total	25,665.36					
II.2. Costos de Comercialización		42,692.86	42,692.86	42,692.86	42,692.86	42,692.86
II.3. Gastos de Operación		37,443.38	37,443.38	37,443.38	37,443.38	37,443.38
II.4 Participación Laboral		3,893.79	3,893.79	3,893.79	3,893.79	3,926.64
II.5. IGV a pagar		6,948.52	10,456.89	10,456.89	10,456.89	10,456.89
II.6. Impuesto a la Renta		12,985.77	12,985.77	12,985.77	12,985.77	13,095.34
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ -	\$ 16,636.98	\$ 13,128.61	\$ 13,128.61	\$ 13,128.61	\$ 21,732.99
APORTE DE CAPITAL	25,665.36					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	-	16,636.98	13,128.61	13,128.61	13,128.61	21,732.99
SALDO DE CAJA ACUMULADA	-	16,636.98	29,765.60	42,894.21	56,022.83	77,755.81

Tabla 38.
Flujo de caja financiero

AÑO	0	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
I. INGRESOS	12,067.30	120,601.31	120,601.31	120,601.31	120,601.31	129,348.09
I.1 Ingresos por ventas		\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31	\$ 120,601.31
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 7,875.01
I.3 Préstamo	\$ 12,067.30					\$ -
I.4 Valor Residual						\$ 871.77
II. EGRESOS	25,665.36	106,632.81	110,141.17	110,141.17	110,141.17	110,283.59
II.1. Inversión Total	\$ 25,665.36					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86	\$ 42,692.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38	\$ 37,443.38
II.4 Participación Laboral		\$ 3,893.79	\$ 3,893.79	\$ 3,893.79	\$ 3,893.79	\$ 3,926.64
II.5. IGV a pagar		\$ 6,948.52	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89	\$ 10,456.89
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 12,985.77	\$ 12,985.77	\$ 12,985.77	\$ 12,985.77	\$ 13,095.34
II.7 Servicio de deuda		\$ 2,668.48	\$ 2,668.48	\$ 2,668.48	\$ 2,668.48	\$ 2,668.48
Amortización		\$ 2,273.39	\$ 2,341.36	\$ 2,411.37	\$ 2,483.47	\$ 2,557.72
Gastos financieros		\$ 395.10	\$ 327.12	\$ 257.12	\$ 185.02	\$ 110.76
SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO		\$ 13,968.50	\$ 10,460.13	\$ 10,460.13	\$ 10,460.13	\$ 19,064.50
ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO		\$ 118.53	\$ 98.14	\$ 77.14	\$ 55.51	\$ 33.23
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$ -	\$ 14,087.03	\$ 10,558.27	\$ 10,537.27	\$ 10,515.64	\$ 19,097.73
APORTE DE CAPITAL	\$ 13,598.07					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 14,087.03	\$ 10,558.27	\$ 10,537.27	\$ 10,515.64	\$ 19,097.73
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 14,087.03	\$ 24,645.30	\$ 35,182.56	\$ 45,698.20	\$ 64,795.93

CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

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

Costo de adquisición	\$ 0.11
Precio de venta	\$ 0.34

Tabla 39.

Punto de equilibrio económico

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	208366.02	219817.08	220053.81	220298.14	218297.80
Punto de equilibrio en dólares	\$ 70,632.55	\$ 74,514.26	\$ 74,594.51	\$ 74,677.34	\$ 73,999.25

Tabla 40:

Punto de equilibrio financiero

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	222,194.79	234,405.83	234,658.27	234,918.83	232,935.22
Punto de equilibrio en dólares	\$ 75,320.27	\$ 79,459.60	\$ 79,545.18	\$ 79,633.50	\$ 78,961.09

CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

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

Se ha considerado un COK, que es el costo de oportunidad de capital, estimado en 12%, siendo una tasa moderada y/o conservadora, debido a que, esta tasa permitirá actualizar los flujos, considerando el tema coyuntural que está atravesando el país, se espera que con la reactivación de la economía las inversiones tengan mayor fluidez. Asimismo, se ha tomado la tasa de riesgo país para las inversiones, en 2.41%. Por su parte el impuesto a la renta se encuentra en 29%. Finalmente, se ha tomado la tasa de interés, según la entidad bancaria Scotiabank, siendo un 2.99%

11.2. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

Tabla 41.

Tasa de descuento económica

dE =	$\frac{\text{aporte propio} * (\text{COK} + R) + \text{Préstamo} * ra}{\text{inv. Total}}$
TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA	0.09040 = 9.040%

Tabla 42.

Tasa de descuento financiera

dE =	$\frac{\text{aporte propio} * (\text{COK} + R) + \text{Préstamo} * ra * (1-0.29)}{\text{inv. Total}}$
TASA DE DESCUENTO FINANCIERA	0.086328724 = 8.6329%

11.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA

11.3.1. Vane

Para el presente proyecto el valor actual neto económico (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$34,146.01, lo que implica generar dicha ganancia descontando los egresos y la inversión del total de ingresos, en ese sentido, se entiende que el proyecto de implementación de comercialización “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L es económicamente viable.

El VAN se ha obtenido mediante la sustracción de los ingresos con los gastos, tanto comerciales, operativos, financieros e impuestos, desde el año 2021 al 2025, y el COK que es del 9.04%.

Tabla 43.
Valor actual neto económico

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	
VANE	\$34,146.01

11.3.2. Tire

El proyecto de inversión de implementación de la empresa “SICÁN-LAMBAYEQUE” S.R.L, cuenta con una tasa interna de retorno económico del 52%, es decir que el proyecto es rentable ya que es mayor que el COK, determinándose su viabilidad.

Tabla 44.
Tire

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
TIRE	52%

11.3.3. B/C económico

La relación Beneficio/Costo es un indicador de rentabilidad importante para determinar cuánto de cada dólar invertido se está recuperando, para el cálculo de este se suman los ingresos obtenidos en el lapso de evaluación del proyecto teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo y se divide por los egresos que incluyen los costos y gastos incurridos por la empresa. La evaluación B/C económica nos da como resultado que por cada dólar invertido se obtiene \$1.08 de beneficio, es rentable en un nivel bajo.

Tabla 45.
Relación beneficio costo económico

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO	
B/CE	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
B/CE	1.08

11.3.4. Período de recupero de capital económico.

De acuerdo al dinero invertido como aporte propio del 52.98%, se recuperará tal inversión en 1 año, 11 mes y 9 días.

11.3.5. Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad, al igual que el B/C devuelve la ganancia obtenida del proyecto, en este caso, la empresa obtiene \$2.33 de retorno por cada dólar propio invertido.

Tabla 46.
Índice de rentabilidad

ÍNDICE DE RENTABILIDAD	
IR =	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
IR =	2.33

11.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

11.4.1. Vanf

Para el presente proyecto el valor actual neto financiero (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$36,709.95, desde el año 2021 al 2025, siendo el WACC de 8.63%.

Tabla 47.

Vanf

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	
VANF	\$36,709.95

11.4.2. Tirf

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual (47.02% deuda y 52.98% aporte propio), el proyecto puede soportar hasta una tasa del 89% para que luego su VANF pueda resultar negativo. El resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto.

Tabla 48.

Tirf

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	
TIRF	89%

11.4.3. B/C financiero

La evaluación de la relación beneficio costo financiera nos da como resultado que por cada sol invertido se obtiene \$1.08 de beneficio.

Tabla 49.

Relación beneficio costo financiero

RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO	
B/CF	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
B/CF	1.08

11.4.4. Período de recupero de capital financiero

En comparación al período de recupero del capital con el flujo de caja económico, con la opción de un porcentaje de la inversión financiada con deuda se proyecta recuperar el capital en 1 año y 29 días.

11.4.5. Índice de rentabilidad financiero

Teniendo en cuenta el flujo de caja financiero se obtendrá \$ 3.70 por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 50.
Índice de rentabilidad

ÍNDICE DE RENTABILIDAD	
IR =	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
IR =	3.70

CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

12.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

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

- La participación de mercado.
- Costo del loche en polvo
- Y variación significativa en el precio de la divisa (dólar)

Adicionalmente, la empresa se ve expuesta a cambios en la legislación tributaria no previstos en el presente análisis y que en la actual situación del país se pueden dar. También la disminución de las ventas proyectadas vería afectada la rentabilidad puesto que no se obtendrían los fondos necesarios para cumplir los compromisos que se asumen y obligaría a la empresa a disminuir su capacidad instalada.

De tal manera que se eligió como factor más relevante a la participación del mercado del 4 % al 3.50 % por lo que las ventas programadas caerían hasta en un 13% situación en la cual el proyecto es viable.

Tabla 51.
Análisis de sensibilidad económica

	SENSIBILIDAD ECONÓMICA					
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	3.50%	\$16,359.46	31%	1.04	1.65	9.08%

12.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Para el análisis de sensibilidad financiera, se tomó en consideración a la participación de mercado la misma variable que el económico del 4% al 3.50 % por lo que las ventas programadas caerían hasta en un 13% situación en la cual el proyecto es viable.

Tabla 52.
Análisis de sensibilidad financiera.

	SENSIBILIDAD FINANCIERA					
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	3.50%	\$18,654.86	52%	1.04	2.38	8.60%

CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 52% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 89% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 4% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de comercialización de sazoador de loche en polvo dirigido a bodegas dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de comercialización de sazoador de loche en polvo dirigido a bodegas, tendrá una capacidad efectiva de 1186 bolsas de loche diarios.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en distrito de la victoria de la ciudad de Chiclayo en calle Américas y Grau N° 237 ya que es un lugar comercial y de fluidez de actividad económica, este se determinó utilizando el método multicriterio que permitió la localización de la empresa comercializadora.

El proceso de comercialización de sazoador de loche en polvo se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.

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

El proyecto tiene una inversión total de \$25,665.36 siendo su capital de trabajo de \$8,812.63 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$12,067.30 representando el 42.02%

Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK (para algunos proyectos fue la tasa de descuento económica) y el WACC (para algunos proyectos fue la tasa de descuento financiero) como tasas de actualización de 9.04% y 8.63% respectivamente resultando un VANE \$34,146.01 de VANF de \$36,709.95 TIRE de 52% y TIRF de 89%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en la participación del mercado, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varia en \$16,341.27aprox. y la TIRE en 31%, VANF en \$18,657.13 y el TIRF en 52% por una disminución en 3.50%

RECOMENDACIONES

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

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

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

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

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del producto.

Con la viabilidad económica y financiera del presente proyecto se sugiere la implementación de proyectos de inversión privada en el procesamiento de loche Lambayeque.

REFERENCIAS

- Aquino Mendez , E., & Sanchez Sandoval, R. (2015). DEGRADACIÓN Y CONSRVACIÓN DE LOS ALIMENTOS. *UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA*, 7.
- Andina. (23 de Octubre de 2016). Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-revaloran-importancia-de-hortaliza-loche-festival-gastronomico-636737.aspx>
- Arbizu Berrocal, C. (2019). *Repositorio La Molina*. Obtenido de Repositorio La Molina: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3865/arbizu-berrocal-carlos-irvin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andina. (2019 de Julio de 2017). *Sierra y Selva Exportadora, FIP y Cáritas dinamizarán producción en Bosque de Pómac*. Obtenido de https://andina.pe/agencia/noticia-sierra-y-selva-exportadora-fip-y-caritas-dinamizaran-produccion-bosque-pomac-676652.aspx?fbclid=IwAR3sPhiuPIkMibsrQoLIIA96ysvyh0jn1Iokp8_FnZnFGmFyYS_fRNNnIro
- Aquino Mendez , E., & Sanchez Sandoval, R. (2015). DEGRADACIÓN Y CONSRVACIÓN DE LOS ALIMENTOS. *UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA*, 7.
- Arbizu Berrocal, C. (2019). *Repositorio La Molina*. Obtenido de Repositorio La Molina: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3865/arbizu-berrocal-carlos-irvin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barboza Castro, J. D. (2017). Promoción del loche lambayecano para su uso turístico en el caserío de poma III – Pitipo. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/document%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/document%20(3).pdf)
- Baso, I., Rosa, E., César, P., Mercedes, F., Milagros, C., Cesar, L., & Roberto, M. (25 de Septiembre de 2018). Estudios de biología floral, reproductiva y visitantes florales en el "Loche" de Lambayeque (*Cucurbita moschata* DUCHESNE). *SciELO*, 17(2).

- Cabrejos Becerra, J. (28 de Abril de 2013). *Rpp NOTICIAS*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/actualidad/el-loche-nucleo-de-la-gastronomia-lambayecana-noticia-589298?ref=rpp>
- Cabrejos Becerra, J. (28 de Abril de 2013). *Rpp NOTICIAS*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/actualidad/el-loche-nucleo-de-la-gastronomia-lambayecana-noticia-589298?ref=rpp>
- Cajo Quintana , F., & Ipanaqué Guevara , H. (2016). EFECTO DEL TRATAMIENTO TÉRMICO SOBRE LA FIRMEZA, SABOR Y ACEPTABILIDAD GENERAL DEL ENLATADO DE CARNE DE CABRITO (*Capra hircus*) EN SALSA DE LOCHE (*Cucurbita moschata*), LAMBAYEQUE - 2016 . *Ingeniería: Ciencia, Tecnología e Innovación 2016* , 2.
- Cáritas del Perú*. (Febrero de 2012). Obtenido de <http://www.caritas.org.pe/documentos/loche.pdf>
- Diario El Comercio . (5 de Marzo de 2014). *Perú es el décimo sexto país entre los proveedores de salsa y aderezos de Estados Unidos*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-sazonadores-creceria-7-8-2014-299521-noticia/?ref=ecr>
- Diario El Peruano*. (18 de Julio de 2019). Obtenido de *Diario El Peruano*: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2019/07/Ley-N%C2%B0-30983.pdf>
- Diario Gestión . (25 de Noviembre de 2018). *Perú es el décimo sexto país entre los proveedores de salsa y aderezos de Estados Unidos*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-decimo-sexto-pais-proveedores-salsas-aderezos-ee-uu-250836-noticia/?ref=gesr>
- DIGESA. (25 de Junio de 2014). *Requisitos necesarios para la exportación de alimentos*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=64099C47-92B8-47D6-B502-D265C699D5B3.PDF>
- FAO. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* . Obtenido de <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/es/>.

- Gestión. (28 de Noviembre de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/peru-es-distinguido-como-mejor-destino-culinario-por-octavo-ano-consecutivo-noticia/>
- INEI. (Mayo de 2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informatica*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf
- INEI. (Mayo de 2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informatica*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informatica.: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf
- Latino. (5 de Agosto de 2016). *INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO*. Obtenido de <http://www.latino.edu.pe/wp/2016/08/05/loche-un-zapallo-precolombino-cultivado-en-la-costa-norte-del-peru/>
- MINAGRI*. (s.f.). Obtenido de *MINAGRI*: https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/plan-cultivo-riego/reglam-pcr_050614.pdf
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10836:2015-enfermedades-transmitidas-por-alimentos-eta&Itemid=41432&lang=es
- PerúRetail*. (5 de Septiembre de 2018). Obtenido de PerúRetail: <https://www.peru-retail.com/especial/canal-tradicional-peru-sector-lider/>
- Quicio Tiparra, C. J., & Salas Burga, D. E. (2017). *Obtención y evaluación sensorial para determinar la aceptabilidad de cuatro formulaciones en la elaboración de pasta de loche (cucurbita moschata d.)*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Documents/PROYECTOS/TESIS%20PRG.pdf>
- Regalado Bobadilla, G. S. (2019). *Estudio de mercado para la intriducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo*. Obtenido de Estudio de mercado para la intriducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1945/1/TL_RegaladoBobadillaGlenda.pdf

- SENASA. (28 de Junio de 2008). *Legislación alimentaria*. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/legislacion-9/>
- SENASA. (06 de Febrero de 2020). Obtenido de SENASA: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2020/02/DECRETO-SUPREMO-002-2020-MINAGRI.pdf>
- SEPA. (2017). *DEGESEP – MINAGRI*. Obtenido de DEGESEP – MINAGRI.
- SUNAT. (3 de Julio de 2003). *LEY DE PROMOCIÓN DE LAS PYMES N°28015*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Valderrama, M. (2013). *El Reino del Loche: Los Singulares Sabores de la Comida Lambayecana (1st ed.)*. Lima.
- Vaquez Nuñez, L. (29 de Febrero de 2016). *El Loche producto emblemático de Lambayeque*. Obtenido de Blogs Spot: <https://leovanu.blogspot.com/2016/02/el-loche-producto-emblematico-de.html>
- Vásquez, L. (29 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://leovanu.blogspot.com/2016/02/el-loche-producto-emblematico-de.html>
- Vera, E. (13 de Octubre de 2016). *Jueves ecológico: El Loche*. Obtenido de Jueves ecológico: El Loche: <https://caminodelpuente.wordpress.com/2016/10/13/jueves-ecologico-el-loche/>

ANEXOS

ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS

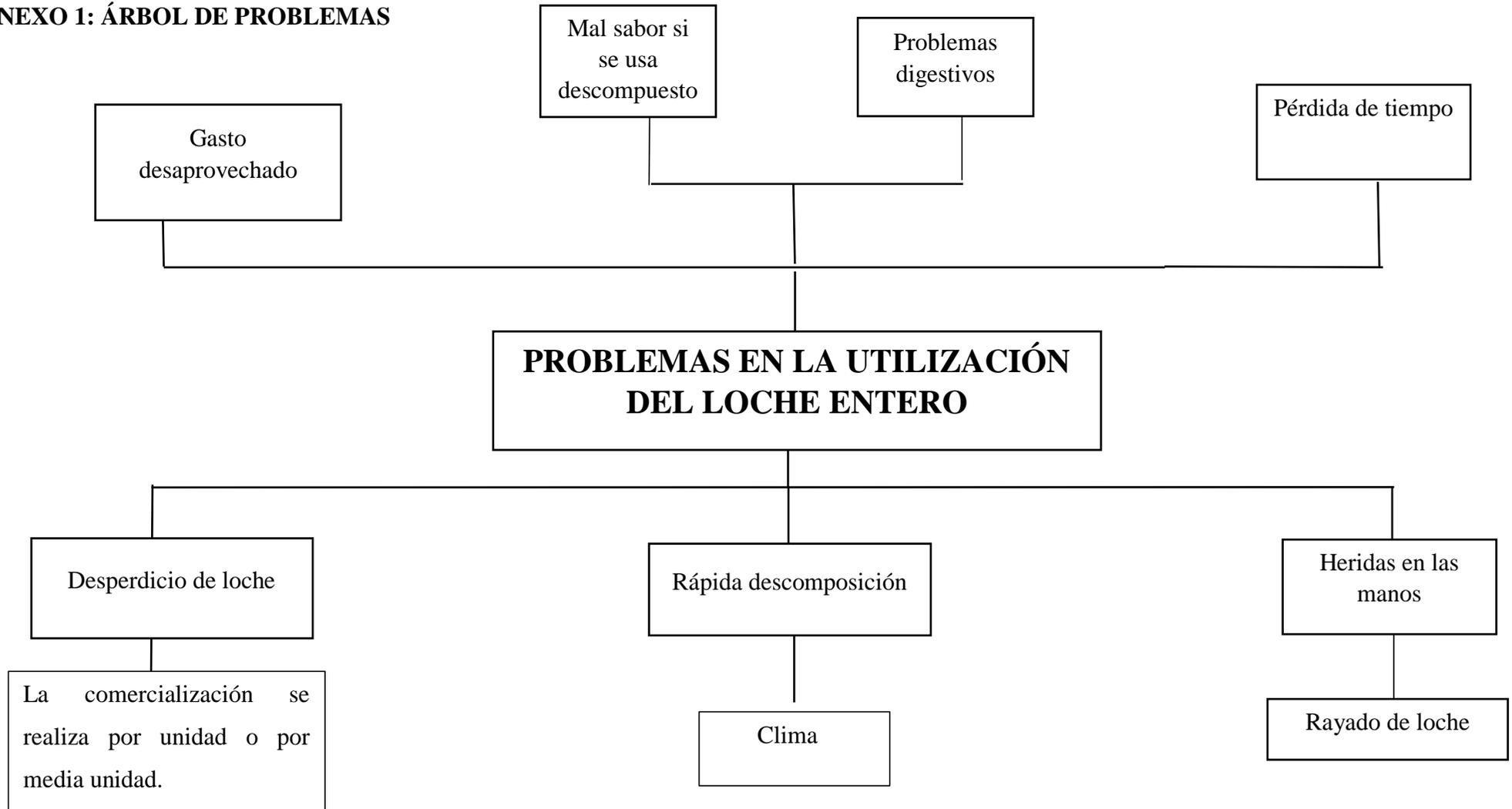


Figura 6. Árbol de problemas

ANEXO 2: CANVAS

Tabla 53. *Canvas*

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES
Cientes intermediarios: Bodegas, Plaza Veá, Tottus, Metro y Precio Uno.	-Logística y control de inventario. -Marketing online. -Distribución a los intermediarios.	-Ofrecer un sazónador de loche que conserve su sabor tradicional, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural.	-Interacción a través de las redes sociales con fotos y vídeos. -Tutoriales de cómo emplear el loche en la preparación de los platos. -Servicio post-venta: comentarios en el uso del producto.	- Dirigido a bodegas de la ciudad de Chiclayo
	<hr/> RECURSOS CLAVE -Personal capacitado. -Contar con medios de distribución. -Local. -Aporte de socios.		<hr/> CANALES -Venta en bodegas, supermercados. -Pedidos en tienda online. -Promoción a través de canales tradicional (televisión) redes sociales: Facebook, Instagram y página web.	
<hr/> ESTRUCTURA DE COSTOS -Costo fijo (alquiler, luz, agua, internet y sueldo del personal). -Costo por mantenimiento de maquinarias. -Costo de distribución (gasolina y mantenimiento). -Costos administrativos. -Trámites legales. -Pago a proveedores -Gastos administrativos -Inversión de marketing			<hr/> FUENTE DE INGRESOS -Venta de loche en polvo en bodegas, supermercados. -Pedidos en tienda online. -Opciones de pago: efectivo y tarjeta en tienda online.	

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES
Cientes intermediarios: Bodegas, Plaza Veá, Tottus, Metro y Precio Uno.	-Logística y control de inventario. -Marketing online. -Distribución a los intermediarios.	-Ofrecer un sazónador de loche que conserve su sabor tradicional, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural.	-Interacción a través de las redes sociales con fotos y vídeos. -Tutoriales de cómo emplear el loche en la preparación de los platos. -Servicio post-venta: comentarios en el uso del producto.	- Dirigido a bodegas de la ciudad de Chiclayo
	<hr/> RECURSOS CLAVE		<hr/> CANALES	
	-Personal capacitado. -Contar con medios de distribución. -Local. -Aporte de socios.		-Venta en bodegas, supermercados. -Pedidos en tienda online. -Promoción a través de canales tradicional (televisión) redes sociales: Facebook, Instagram y página web.	
<hr/> ESTRUCTURA DE COSTOS			<hr/> FUENTE DE INGRESOS	
-Costo fijo (alquiler, luz, agua, internet y sueldo del personal). -Costo por mantenimiento de maquinarias. -Costo de distribución (gasolina y mantenimiento). -Costos administrativos. -Trámites legales. -Pago a proveedores -Gastos administrativos -Inversión de marketing			-Venta de loche en polvo en bodegas, supermercados. -Pedidos en tienda online. -Opciones de pago: efectivo y tarjeta en tienda online.	

ANEXO 3: INVERSIÓN TANGIBLE

Tabla 54.
Inversión tangible

EQUIPOS	Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Aire acondicionado	1	\$ 399.71	\$ 338.74	\$ 60.97	\$ 399.71
Impresora multifuncional	1	\$ 282.57	\$ 239.47	\$ 43.10	\$ 282.57
Computadoras	4	\$ 314.00	\$ 1,064.41	\$ 191.59	\$ 1,256.00
TOTAL		\$ 996.29	\$ 1,642.62	\$ 295.67	\$ 1,938.29

MUEBLES Y ENSERES	Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Escritorios	4	\$ 71.14	\$ 241.16	\$ 43.41	\$ 284.57
Sillas Giratorias	4	\$ 114.00	\$ 386.44	\$ 69.56	\$ 456.00
Archivadores	5	\$ 5.43	\$ 23.00	\$ 4.14	\$ 27.14
Mostrador	1	\$ 100.00	\$ 84.75	\$ 15.25	\$ 100.00
Muebles para sala	1	\$ 114.29	\$ 96.85	\$ 17.43	\$ 114.29
Mesa para sala de reuniones	1	\$ 342.86	\$ 290.56	\$ 52.30	\$ 342.86
Bancos plásticos	15	\$ 4.00	\$ 50.81	\$ 9.15	\$ 59.96
Televisor	2	\$ 162.57	\$ 275.54	\$ 49.60	\$ 325.14
TOTAL		\$ 914.28	\$ 1,449.12	\$ 260.84	\$ 1,709.96

ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	Unidad	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Focos	15	\$ 3.43	\$ 43.58	\$ 7.85	\$ 51.43
Lámparas	2	\$ 17.14	\$ 29.06	\$ 5.23	\$ 34.29
Reloj de pared	2	\$ 7.14	\$ 12.11	\$ 2.18	\$ 14.29
Letras Corpóreas	1	\$ 200.00	\$ 169.49	\$ 30.51	\$ 200.00
TOTAL			\$ 227.71	\$ 254.24	\$ 300.00

MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL	Unidad	Precio	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Botiquín	1	\$ 8.57	\$ 7.26	\$ 1.31	\$ 8.57
Extintor ABC (4 Kg - PQS)	1	\$ 17.14	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Lámparas de Emergencia	2	\$ 8.57	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Señalización	8	\$ 0.57	\$ 3.87	\$ 0.70	\$ 4.57

TOTAL		\$	\$	\$	\$
		34.86	40.19	7.23	47.43
MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL	Unidad	Precio	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Casco	1	\$	\$	\$	\$
		8,571.43	7,263.92	1,307.51	8,571.43
TOTAL		\$	\$	\$	\$
		8,571.43	7,263.92	1,307.51	8,571.43

ANEXO 4: INVERSIÓN INTANGIBLE

Tabla 55.

Inversión intangible

GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Búsqueda Comercial (SUNARP)	\$	\$	\$
	1.21	0.22	1.43
Estatutos	\$	\$	\$
	48.43	8.72	57.14
ROF	\$	\$	\$
	48.43	8.72	57.14
MOF	\$	\$	\$
	48.43	8.72	57.14
Minuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$	\$	\$
	33.90	6.10	40.00
Escritura Pública	\$	\$	\$
	43.58	7.85	51.43
Inscripción en la SUNARP	\$	\$	\$
	102.80	18.50	121.31
Legalizar Libro Mayor	\$	\$	\$
	3.63	0.65	4.29
Legalizar Libro Caja	\$	\$	\$
	3.63	0.65	4.29
Licencia de Funcionamiento	\$	\$	\$
	58.63	10.55	69.18
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	\$	\$	\$
	54.00	9.72	63.71
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$	\$	\$
	24.70	4.45	29.15
Fumigación	\$	\$	\$
	19.37	3.49	22.86
Imprenta para elaborar comprobantes de pago	\$	\$	\$
	9.69	1.74	11.43
Diseño del programa informático	\$	\$	\$
	36.32	6.54	42.86
	\$	\$	\$
Total	536.73	96.61	633.35

LICENCIAS Y PATENTES

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

GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de servicios telefónicos	\$ 12.11	\$ 2.18	\$ 14.29
Gastos de Inauguración	\$ 96.85	\$ 17.43	\$ 114.29
Total	\$ 108.96	\$ 19.61	\$ 128.57

OTROS GASTOS

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Asistencia técnica	\$ 242.13	\$ 43.58	\$ 285.71
Plataforma web de la empresa	\$ 1,025.98	\$ 184.68	\$ 1,210.65
Exámenes médicos	\$ 251.82	\$ 45.33	\$ 297.14
Limpieza y Desinfección del Local	\$ 242.13	\$ 43.58	\$ 285.71
Total	\$ 1,762.06	\$ 317.17	\$ 2,079.23
SUB TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$ 3,458.95	\$ 622.61	\$ 4,081.56
otras inversiones intangibles (5%)	\$ 172.95	\$ 31.13	\$ 204.08
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$ 3,631.90	\$ 653.74	\$ 4,285.64

ANEXO 5: MAPA DE EMPATÍA

Tabla 56.
Mapa de empatía

AMA DE CASA	
LO QUE DICEN	LO QUE PIENSAN
<p>Ama de casa 01:</p> <p>- ¿Qué opina usted del loche?</p> <p>Loche es un producto tradicional en las comidas norteñas, que ha sido utilizado desde los Mochicas y antiguos Lambayecanos.</p>	<p>Ama de casa 01:</p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Es importante en nuestras comidas, porque conserva el sabor norteño.</p>
<p>Ama de casa 02:</p> <p>- ¿Qué opina usted del loche en polvo?</p> <p>Es un producto emblemático en la cocina Lambayecana.</p>	<p>Ama de casa 02:</p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Es un producto que resalta en los platos típicos norteños.</p>
LO QUE HACEN	LO QUE SIENTEN
<p>Ama de casa 01:</p> <p>Preparar todas sus comidas con loche</p>	<p>Ama de casa 01:</p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Al cocinar con el loche, se siente en su lugar de origen.</p> <p>Siento felicidad</p>
<p>Ama de casa 02:</p> <p>Compra el loche dos veces por semana al mes.</p>	<p>Ama de casa 02:</p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Emoción al tener este producto ya que, dan un sabor único y deliciosa a las comidas.</p>

ANEXO 6 : PÁGINA WEB

Calle. Américas y Grau | Lunes- sábado de 9:30 a 5:30



"SICÁN-LAMBAYEQUE"



*Sazonador loche
100% natural*

CONTÁCTANOS: 959585205

ANEXO 7: SPOT PUBLICITARIO



COMIDA NORTEÑA



CONSERVANDO EL SABOR TRADICIONAL A
BASE DE UN SAZONADOR LOCHE

ANEXO 8: FACEBOOK

The image shows a Facebook page for a food brand. The profile picture is a circular logo with a yellow background, featuring a small illustration of a dish and the text: "Sazonador Loche 'SICÁN-LAMBAYEQUE' Siempre listo, siempre rico". Below the logo, the page name "Sazonador Loche Sicán Lambayeque" is displayed, followed by the instruction "Crear nombre de usuario de la página".

The cover photo is a large image of a dark green, ribbed squash (sicán) with a slice of yellow squash next to it. The text "SICÁN-LAMBAYEQUE" is overlaid in large, bold, orange letters.

On the left sidebar, there are navigation options: "Inicio", "Eventos", "Publicaciones", "Ver más", and a blue "Promocionar" button.

The main content area shows a row of interaction buttons: "Me gusta", "Seguir", "Compartir", and a menu icon. To the right is a blue button labeled "+ Agregar un botón". Below this is a "Crear" section with buttons for "En vivo", "Evento", and "Oferta". At the bottom of this section is a "Crear publicación" input field.

On the right side, there is a promotional message: "Invita a amigos a que indiquen que les gusta tu página" and "Las páginas que tienen 10 Me gusta o más generan mayor interacción."

ANEXO 9: Instagram



The image shows the Instagram profile page for 'Sazonador Loche'. At the top left is a circular profile picture with a yellow background, featuring a small image of the product and the text 'Sazonador Loche' and 'SIEMPRE LAMBAYQUEU' with the motto 'Siempre listo, siempre rico'. To the right of the profile picture, the statistics are displayed: 14 Publicaciones, 140 Seguidores, and 14 Seguidos. Below the profile picture, the name 'Sazonador loche' is shown, followed by the category 'Producto/servicio'. The bio reads: 'Sazonador 100% natural, conservando su sabor tradicional norteño en diferentes paltos.' Below the bio is an email address: 'sazonadorlocheonline@gmail.com'. At the bottom of the profile section are three buttons: 'Seguir' (blue), 'Mensaje', and 'Correo', along with a dropdown arrow. Below these buttons are icons for a grid of posts and a camera icon. The main content area shows a collage of images: on the left, a yellow background with the text 'A PREPARAR UN RICO ARROZ CON POLLO CON SAZONADOR LOCHE' and an image of a rice and chicken dish; in the center, a green circle with the text 'LA BUENA COMIDA SABE MEJOR EN COMPAÑIA DEL SAZONADOR LOCHE' and an image of a bowl of soup; on the right, an image of a bowl of soup with shredded cheese on top.