



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**Plan de negocios para determinar la viabilidad de una tienda
comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores
en la ciudad de Pacasmayo, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTORES:

Br. Leiva Zárate, Luz Inés (ORCID: 0000-0002-0980-5804)

Br. Piminchumo Aguilar Iván Javier (ORCID: 0000-0001-5831-7391)

ASESORES:

Dr. Linares Lujan, Guillermo Alberto (ORCID: 0000-0003-3889-4831)

Dr. Aranda González Jorge Roger (ORCID: 0000-0002-0307-5900)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

TRUJILLO – PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios, que nos brindó la fortaleza necesaria para superar todos los obstáculos que se presentaron en el camino y lograr llegar hasta éste importante momento de nuestra vida. A nuestras familias por su apoyo incondicional en todo momento y a todas las personas que han colaborado con el desarrollo y culminación de proyecto de investigación.

Leiva Zárate Luz Inés

Piminchumo Aguilar Iván Javier

Agradecimiento

Queremos agradecer a la Universidad César Vallejo y a los profesores de esta prestigiosa universidad por brindarnos los conocimientos necesarios durante nuestra formación profesional.

También deseamos agradecer a nuestros asesores Dr. Guillermo Linares Luján y el Dr. Jorge Aranda González, por la guía, la orientación y por sus aportes, que nos permitieron elaborar con éxito este proyecto de investigación.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE DE TABLAS	iii
INDICE DE FIGURAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN:	1
II. MARCO TEÓRICO:	4
III. METODOLOGIA:	10
3.1 Tipo de Investigación y Diseño de la Investigación	10
3.2. Variables y Operacionalización	10
3.3 Población, muestra y muestreo	11
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5.- Procedimientos	13
3.6.- Métodos de análisis de datos.....	13
3.7.- Aspectos éticos.....	13
IV. RESULTADOS:	15
V. DISCUSIÓN:.....	42
VI. CONCLUSIONES:	46
VII. RECOMENDACIONES:.....	48
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:	49
ANEXOS:.....	52

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de modelo Canvas.....	15
Tabla 2. Matriz de análisis PEST	17
Tabla 3. Resumen de encuesta	20
Tabla 4. Matriz FODA	22
Tabla 5. Matriz FODA cruzada	23
Tabla 6. Actividades.....	26
Tabla 7. Funciones del personal	28
Tabla 8. Dirección y cantidad de comercios	29
Tabla 9. Distancia de las zonas y la comisaría PNP-Pacasmayo	30
Tabla 10. Distancia de las zonas y el terminal terrestre de Pacasmayo	30
Tabla 11. Monto de alquiler en el Distrito de Pacasmayo	31
Tabla 12. Enfrentamiento de factores	31
Tabla 13. Calificación de factores	31
Tabla 14. Cuadro de ranking de factores	31
Tabla 15. Inversión inicial.....	34
Tabla 16. Origen de recursos	34
Tabla 17. Financiamiento.....	35
Tabla 18. Recuperación de la inversión	35
Tabla 19. Punto de equilibrio año 1	36
Tabla 20. Depreciación	37
Tabla 21. Tipos de competencia	38
Tabla 22. Gastos de Constitución	39
Tabla 23. Resultados de la evaluación Económica-Financiera.....	41
Tabla 24. Operacionalización de variables.....	52
Tabla 25. Asociaciones y empresas afiliadas a “FETRAVEMEDP”	55

Tabla 26. Proveedores	56
Tabla 27. Precios de repuestos y accesorios de tiendas comerciales en Pacasmayo	57
Tabla 28. Diferencia de precios propuestos por productos en relación a la competencia.....	57
Tabla 29. Población del Distrito de Pacasmayo en grupos quinquenales	62
Tabla 30. Horas de uso de internet	64
Tabla 31. Ranking de las páginas web más usadas	64
Tabla 32. Remuneración de personal	87
Tabla 33. Concentrado de ventas año 1.....	88
Tabla 34. Concentrado de costos año 1	89
Tabla 35. Concentrado de gastos fijos de administración	90
Tabla 36. Utilidad antes de impuestos año 1	90

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis Porter.....	18
Figura 2. Resumen de encuesta Pacasmayo.....	21
Figura 3. Organigrama institucional.....	27
Figura 4. Flujograma funcional de operaciones.....	33
Figura 5. Resumen AAE Perú-Japón/MINCETUR (2019).....	58
Figura 6. Reactiva Perú por tamaño de empresa/BCRP (2020).	59
Figura 7. Producto Bruto Interno/INEI (2020).	60
Figura 8. Tasa de desempleo por trimestres/INEI (2020).	61
Figura 9. Inflación bajó 1.7% / BCRP (2020).	61
Figura 10. Tasa de interés de referencia / BCRP (2020).	62
Figura 11. Nivel de educación superior en la Región La Libertad / INEI (2020)....	63
Figura 12. Inversión inicial.....	81
Figura 13. Origen de recursos.....	82
Figura 14. Cronograma de financiamiento Banco Falabella.	83
Figura 15. Cronograma de financiamiento Caja Trujillo.	84
Figura 16. Cronograma de financiamiento Banco Interbank.....	85
Figura 17. Balance inicial.	86
Figura 18. Depreciación.	91
Figura 19. Estado de resultados proyectado.	92
Figura 20. Balance general proyectado.....	93
Figura 21. Punto de equilibrio numérico.	94

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de una tienda comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo. Siendo una investigación de tipo aplicada se empleó el diseño de investigación no experimental de alcance descriptivo simple, para recolectar información de la oferta y demanda se aplicó una encuesta a 218 propietarios de vehículos menores de la ciudad de Pacasmayo cuyos resultados evidencian que el 90.37% posee una mototaxi que en su mayoría fue adquirida por motivo de trabajo, así mismo se estableció que las marcas más comercializadas son de procedencia China con un 74.77 % y que el periodo de compra de repuestos y accesorios oscila entre 15 y 30 días .En cuanto a viabilidad económica financiera del proyecto se obtuvo como resultado que la inversión inicial es de S/ 123,540.99 indicando que el 43% equivalente a S/.53 541 será financiado. Luego de elaborar el flujo de caja y el cálculo de los indicadores financieros se obtuvo como resultado un VAN de S/ 119,291.77 y un TIR del 56% que indican que el proyecto es viable y rentable, Así mismo se estableció que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 3 meses y 18 días.

Palabras claves: Plan de negocios, viabilidad, vehículos menores.

ABSTRACT

The present research work had the general objective of developing a business plan to determine the viability of a commercial store of spare parts and accessories for minor vehicles in the city of Pacasmayo. Being an applied research, the non-experimental research design of simple descriptive scope was used, to collect information on supply and demand, a survey was applied to 218 owners of minor vehicles in the city of Pacasmayo whose results show that 90.37% have a motorcycle taxi that was mostly acquired for work reasons, it was also established that the most marketed brands are of Chinese origin with 74.77% and that the period of purchase of spare parts and accessories ranges between 15 and 30 days. The financial economic viability of the project was obtained as a result that the initial investment is S / 123,540.99, indicating that 43% equivalent to S /. 53,541 will be financed. After preparing the cash flow and calculating the financial indicators, the result was a NPV of S / 119,291.77 and an IRR of 56% that indicate that the project is viable and profitable. Likewise, it was established that the recovery period of the investment is 3 years 3 months and 18 days.

Keywords: Business plan, viability, minor vehicles.

I. INTRODUCCIÓN:

En el Perú el uso de vehículos menores (motocicletas y mototaxis), se ha ido incrementando durante los últimos años debido a que los precios de estos vehículos se han vuelto más accesibles para población. Se prevé que estos vehículos tomarán protagonismo en nuestro país debido a la coyuntura actual que estamos viviendo, en donde el transporte público ha sufrido cambios significativos con la finalidad de evitar aglomeración de personas y así disminuir el riesgo de contagio de Covid 19, en este escenario la motocicleta ofrece las siguientes ventajas: ahorro de combustible, descongestionamiento del tránsito, obliga al uso de guantes, casco, máscara, lentes y permite ventilación permanente ,además que es una herramienta de trabajo de muchos peruanos.

Ante el creciente uso de motocicletas y mototaxis en la ciudad de Pacasmayo y al evidenciar un número reducido de tiendas comerciales de venta de repuestos y accesorios de vehículos menores, se ha detectado una limitada variedad de moto repuestos y un aumento en el precio. En esta problemática están involucrados los propietarios de las tiendas comerciales del rubro moto repuestos que no cuentan con una carta variada de proveedores, lo que genera una ausencia de promociones y descuentos para los clientes. Otro punto a tener en cuenta es que los propietarios deben asegurar un buen sistema de compra que les permita brindar ofertas, precios justos y productos de buena calidad, estos factores contribuyen a lograr la fidelización de los clientes y el posicionamiento en el mercado. De las indagaciones se ha detectado una falta de diversidad en la oferta de repuestos y accesorios de vehículos menores debido a un número limitado de proveedores que afecta la gestión de compras. También se ha evidenciado una falta de capacitación del personal en técnicas de venta, atención al cliente lo que genera un deficiente servicio de atención. Los principales problemas se originan por la reducida competencia en el rubro de venta de repuestos y accesorios de vehículos menores que trae como consecuencia falta de promociones y precios elevados, que a su vez repercute en la calidad de servicio brindado a los clientes. En este contexto existe una oportunidad de negocio en el rubro de venta de moto repuestos, con la finalidad de resolver el problema descrito, se planteó el siguiente problema:

¿Cómo un plan de negocio permitirá determinar la viabilidad de una tienda comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo?

En el Distrito de Pacasmayo el uso de motocicletas y mototaxis son el principal medio de transporte que se usa para trasladarse dentro de la ciudad, por su uso constante estos vehículos menores necesitan mantenimiento y cambio de repuestos, accesorios periódicamente; ante este escenario se percibe lo siguiente: número reducidos de tiendas comerciales de venta repuestos y accesorios para vehículos menores (motos y mototaxis), reducida publicidad, limitada promociones que beneficien a los clientes y falta de variedad en marcas de repuestos y accesorios.

La creación de una tienda comercial de venta de repuestos y accesorios en la ciudad de Pacasmayo servirá para generar una fuente de ingresos, ofrecerá mejores productos y precios accesibles para los clientes. Todo esto causa un beneficio económico al propietario, así mismo será una fuente de trabajo y se ofertarán variedad de repuestos y accesorios de calidad. Debido a esto se determinó los siguientes objetivos, siendo el objetivo general: Elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de tienda comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo, y los objetivos específicos:

1. Determinar la idea de negocio utilizando el Modelo Canvas.
2. Analizar el Macro y Micro entorno utilizando el análisis PEST y el análisis Porter.
3. Determinar la oferta y demanda de repuestos y accesorios de vehículos menores a través de una encuesta y datos estadísticos.
4. Elaborar el Plan Estratégico y Organizacional utilizando el análisis FODA.
5. Elaborar el Plan de Operaciones.
6. Determinar indicadores del análisis económico-financiero: Valor Neto Actual y la Tasa Interna de Retorno.
7. Analizar la viabilidad estratégica, legal y financiera del Plan de Negocios.

Considerando lo anteriormente dicho se puede plantear la siguiente Hipótesis:

La elaboración de un plan de negocios permitirá demostrar la viabilidad de la Tienda Comercial de Repuestos y Accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo.

II. MARCO TEÓRICO:

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas contribuyen de manera significativa a las tasas empleo y al crecimiento de económico de la mayoría de los países a nivel mundial (De Marco, Martelli y Di Minin, 2020). Sin embargo, la globalización y la digitalización enfrenta a estas empresas a nuevos desafíos y las pone bajo presión, debido al menor tiempo de comercialización, mayor número de competidores y el ingreso de nuevos productos al mercado. Debido a ello estas empresas sufren ciertas dificultades para mantener el ritmo de las grandes empresas (Ranke, Aichele, Görzig *et al.*, 2020). Estas organizaciones tienen el gran reto de estar en constante transformación de su gestión para obtener mayor rentabilidad, deben enfrentarse a cambios sin que se afecte la calidad de sus productos o sus servicios, aunque se debe tener en cuenta que mientras más pequeña sea la empresa menos recursos tiene y se vuelve más vulnerable a los problemas internos y externos (Eggers, 2020). Otro aspecto a tomar en cuenta es que la innovación se ha convertido en un aspecto fundamental para la supervivencia de las MYPES y sirve para implantar una ventaja competitiva sobre sus competidores (Arenhardt, De Oliveira Simonetto y Oliveira Rodrigues, 2018; Moroni, Arruda y Araujo, 2015). Por lo tanto es crucial promover la innovación en las empresas de distinto nivel ya que se aprecia una significativa diferencia entre las medianas empresas que poseen un alto nivel de innovación, están abiertas al cambio y sus procesos de gestión son más integrados y monitoreadas a diferencia de las pequeñas empresas que tienen un bajo nivel de innovación ya que no los consideran importante y hay una desconfianza para aceptar una guía de terceros en cuanto a implementar mejoras (Kato-Vidal, 2019; Sarmiento Paredes, Nava Mozo, Carro Suárez *et al.*, 2018). Adicionalmente el uso de la tecnología y las redes sociales pueden aportar valor agregado al negocio (Gutiérrez-Leefmans y Patrick Holland, 2019). También se identifica que la participación de agentes externos como son los proveedores y clientes influyen mucho en los procesos de innovación (García-Vidales, Maldonado-Guzmán y Pinzón-Castro, 2019).

En el Perú hay una considerable influencia del emprendimiento empresarial sobre el crecimiento y desarrollo económico (León-Mendoza, 2019). El ministro de la Producción, señaló en una entrevista que las MYPES en el Perú tienen una

participación del 24% de PBI, pero hay factores que causan informalidad, para corregir esta situación, el sector viene desarrollando diversas estrategias que ayuden a conseguir un crecimiento en la formalización de las MYPES en los próximos años (Estefanía, 2018).

El emprendimiento está cobrando una significativa importancia a nivel mundial particularmente en el ámbito económico, planteándose como una alternativa sobre todo en los países en vía de desarrollo y resulta ser una alternativa importante para estudiantes universitarios, especialmente en un escenario con alta tasa de desempleo (Cortez y da Silva Veiga, 2019). El emprendedor es un individuo que se atreve y toma decisiones en base a recopilación y análisis de información que le permite evaluar la viabilidad de cualquier oportunidad de negocio, es así que el emprendimiento lleva a la persona a actuar para transformar el mundo, es una acción que fomenta y genera procesos de desarrollo humano ,busca mejorar la calidad de vida y garantizar el bienestar.(Gómez Granada, Soler y Zapata, 2019) y así nace un proyecto que se convierte en una respuesta a una idea que busca solución a un problema y debe ser evaluada de forma adecuada y detallada para asegurar que resolverá el problema en forma eficiente, segura y rentable (Weinberger, 2009).

Según indica (Valenzuela-Klagges y Irarrazaval L, 2018) en su estudio, el emprendedor latinoamericano inicia su proyecto sin un plan de negocios, usualmente presenta dificultades para gestionar la administración y finanzas del negocio por falta de conocimiento lo que ocasiona muchas veces el fracaso empresarial. En el caso de las mujeres su motivación para emprender es lograr la independencia financiera, realización y dedicación a lo que desea hacer (Machado, Gazola, Fabricio *et al.*, 2016).

Para iniciar un negocio es fundamental hacer uso de la planificación, que nos permite elaborar un plan que se convierte en un poderoso medio para lograr la eficiencia y eficacia del negocio (Pozo Rodríguez, Martins Kidito Xavierda Gama y Rodríguez Costilla, 2014). Un plan de negocios es un documento o declaración escrita donde se establece como el emprendedor creará una organización y así aprovechar una oportunidad comercial. La elaboración de este documento debe ser claro, conciso e informativo, a su vez es dinámico, cambiante, adaptable y se

renueva con el tiempo.(Ávila Cifuentes, Cortés Aldana y Ramírez Aya, 2008; Trejo, Gutiérrez y Uribe, 2018).Tener un plan de negocios nos trae diversos beneficios como: Obtener dinero ya que los prestamistas e inversionistas requieren un plan de negocios por escrito para analizar la posibilidad de éxito del negocio, ayuda a tomar decisiones puesto que nos muestras cuales son las fortalezas y debilidades del negocio, permite mejora las probabilidades de éxito y ayuda a mantenerse vigente ya que permite anticipar problemas y resolverlos antes que se conviertan en desastres(Mike, 2005).

Para determinar la **viabilidad** del plan de negocios se debe realizar un buen planteamiento que comience con la inversión inicial hasta el momento en el que llegue a establecer el punto de equilibrio, y se inicie a generar ingresos (Luis, 2017). El **análisis de viabilidad** es el estudio que intenta predecir el éxito o el fracaso del proyecto, es así como se convierte en una herramienta necesaria para la toma de decisiones (Ariza, 2017).

La **teoría de la viabilidad** estudia sistemas dinámicos que capturan la viabilidad y utiliza algoritmos para describirlos y modelarlos Lo esencial de esta teoría, es que realiza investigaciones interdisciplinarias, lo que significa que abarca varios campos, que tradicionalmente se han desarrollado de forma aislada(Schuhbauer y Sumaila, 2016).Dentro de las dimensiones para estudiar la viabilidad de un plan de negocio están: **La Viabilidad Estratégica** es la que considera que las decisiones estratégicas es de vital importancia , ya que sirven para establecer el futuro del negocio que se desea crear . **La Viabilidad Legal** es la que considera las normas legales que rigen el rubro del negocio que se desea crear y que se deben tener en cuenta para la constitución de dicho negocio. **La Viabilidad Financiera** tiene como objetivo la rentabilidad para lo cual abarca la identificación y caracterización de los elementos de costos e ingresos que genera el negocio en el contexto social y económico en determinado periodo de tiempo (Janjevic y Ndiaye, 2017; Khmara y Kronenberg, 2018).

Al iniciar la elaboración del plan de negocios es fundamental realizar el **Estudio del Mercado** ya que así se puede conocer cuáles son los negocios similares, también se puede determinar cuáles son las necesidades que se busca satisfacer con el proyecto empresarial, cuáles son los posibles clientes, que es lo que requieren y

cuál es su capacidad de pago, **cuáles** son los productos o servicios sustitutos (Correa García, Ramírez Bedoya y Castaño Ríos, 2010).

El **Plan Organizacional** permite a la empresa alcanzar su máximo potencial, aprovechando sus fortalezas. El plan inicia cuando el equipo de gestión establece objetivos a corto y largo plazo, luego establece estrategias y planes para lograr dichos objetivos que deben ser realistas, alcanzables y deben estar enmarcados en un periodo de tiempo para cumplirlos (Ahmed, 2018). También incluye los puestos de trabajo y las personas encargadas de cada uno de ellos. El organigrama es una herramienta gráfica que permite visualizar las relaciones de supervisión y dependencia que hay dentro de la empresa, así como también las diversas líneas de mando y autoridad (Valverde Gonzales y MINEDU., 2009). Dentro de este plan también se establece la visión, misión y valores de la empresa (Lema, 2004).

En el **Plan de Operaciones** se considera la ubicación y distribución de las instalaciones y los procesos, para un flujo productivo ordenado y eficiente. El orden, es la esencia de una producción eficiente. También se establece las exigencias de herramientas, máquinas y equipos para que el proceso productivo cumpla con los objetivos de plazos y calidad. Asimismo, se realiza el cálculo de la capacidad y tamaño de producción para el cumplimiento de metas cuyo logro permite la satisfacción de los clientes. Adicionalmente se distribuye el personal de acuerdo a las tareas y metas de producción y por último se realiza el control de inventarios para asegurar el abastecimiento adecuado (Weinberger, 2009).

El siguiente paso a seguir es la elaboración del **Plan Financiero** es una herramienta valiosa en la gestión empresarial, es un proceso flexible que se puede llevar a cabo en cualquier periodo de tiempo y permite determinar de manera cuantitativa y monetaria el costo del proyecto, a su vez evalúa la rentabilidad y predice la recuperación de la inversión. También permite conocer el monto de las ganancias y pérdidas, establecer el punto de equilibrio, es decir nos permite conocer todos los costos y gastos que implica poner en marcha el proyecto (Socorro Márquez y Santa Álvarez, 2019).

En las grandes ciudades el tráfico es un problema constante que ocasiona pérdida de tiempo y dinero, debido a ello la motocicleta ha tomado protagonismo, ya que permite que el transporte sea rápido disminuyendo los tiempos de desplazamiento,

costos de combustible, también optimiza el uso de la malla vial, contribuyendo a la protección del ambiente y al mejoramiento de la movilidad (Velásquez-Montoya, Robledo-Ardila y Aristizábal-Uribe, 2015). En las provincias permite trasladarse a lugares poco accesibles en menor tiempo, lo que es beneficioso para su comercialización durante todo el año y en todas las regiones del país.

En el 2019 las ventas de motocicletas en el país sufrieron un aumento con respecto al año anterior, esto se debió a que los precios de estos vehículos menores se han vuelto más accesibles para los ciudadanos que no cuentan con la solvencia económica suficiente para adquirir un automóvil. Según la Asociación Automotriz del Perú, en su informe anual 2019, indica que durante ese año se vendieron un total de 286,177 unidades; cifra superior en 0,6% en el reporte del período 2018. En las ventas por segmento se vendieron 167,299 motos y 118,818 trimotos (mototaxis). También indica que en la Región La Libertad se vendieron un total de 8,559 unidades que significa una participación de 7,1%. Asimismo, podemos identificar que las principales marcas de vehículos menores vendidas en el Perú son: Honda, Bajaj, Wanxin, Zhongshen, Ronco, Italika, Lifan, Tvs, Yamaha, Ssenda, etc. (PERÚ, 2019).

En su trabajo de investigación (De La Barrera y Del Carmen, 2017), determinó que la competitividad es importante para lograr que las empresas tengan mayor rentabilidad, también se conoció que la Mype del rubro venta de moto repuestos de la ciudad de Piura hay una escasa capacitación del personal lo que se convierte en una desventaja para el negocio, dado que en la actualidad el recurso humano es muy valioso y su adecuada capacitación incentiva un mejor desempeño y alta productividad.

En su trabajo (Díaz Núñez, 2016), determinó que un plan de Marketing es importante para los negocios dedicados al rubro de venta de moto repuestos, ya que soluciona problemas como mala exhibición y promoción, baja calidad de productos, falta de rotación de mercadería, falta de variedad de repuestos y accesorios lo que repercute en la rentabilidad del negocio.

En su proyecto de investigación (Julca Díaz, 2019), realizó una encuesta para determinar la factibilidad de una tienda comercial de moto repuestos en la ciudad de Bagua Grande, obteniendo los siguientes resultados: prevalece la ocupación de

mototaxista en la ciudad. La mayoría posee un mototaxi, seguida de motos lineales y por último una moto carga. También se concluyó que los productos más vendidos son: aceites, filtros, baterías, lubricantes y sistema de frenos, la adquisición de estos productos ya sea por cambio o mantenimiento se hacen en un periodo entre 15 y 30 días.

III. METODOLOGIA:

3.1 Tipo de Investigación y Diseño de la Investigación

La presente investigación es de tipo Aplicada debido a que se utilizó herramientas y métodos descritos en bibliografía, es un diseño no experimental de corte transversal y de alcance descriptivo simple.

3.2. Variables y Operacionalización

El presente proyecto de investigación cuenta con dos variables de estudio:

Variable independiente: El plan de negocios.

Variable dependiente: Viabilidad.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Mototaxistas afiliados a la Federación de transportistas de vehículos menores del distrito de Pacasmayo "FETRAVEMEDP" conformada por 1576 unidades.

3.3.2 Muestra

Mototaxistas inscritos en FETRAVEMEDP, determinada por ecuación de muestreo probabilístico aleatorio simple, cuyo valor de probabilidad se obtuvo al realizar una encuesta piloto a 10 mototaxistas, a quienes se les pregunto si eran propietarios de su vehículo menor, como resultado se obtuvo que el 80% respondió que era propietario y el 20% respondió que era alquilado.

Donde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población

Z = Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza

e = Error de estimación máximo aceptada

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Parámetro Valor

N = 1,576

Z = 1.960

p = 80.00%

q = 20.00%

e = 5.00%

Aplicando fórmula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = 213

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.4.1.- Técnicas

Las técnicas de aplicación para el desarrollo del proyecto de investigación fueron la encuesta, la revisión de base de datos y el análisis de documentos.

3.4.2.- Instrumentos de recolección de datos

En este proyecto de investigación se utilizó los siguientes instrumentos

El modelo Canvas que permitió estructurar la idea de negocio en nueve módulos básicos, cada uno de ellos representa una pieza fundamental para que una empresa genere ingresos de manera satisfactoria (Mireia, 2015).

El análisis PEST es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (Martin, 2017).

El análisis Porter es una herramienta que se centra en el análisis del entorno más específico o sectorial, dentro del sector en el que se sitúe el negocio. El modelo considera que la rentabilidad del sector viene determinada por cinco fuentes de presión competitiva, tres de ellas a nivel horizontal (rivalidad entre los competidores actuales, amenaza de productos sustitutos y amenaza de entrada de nuevos competidores) y dos a nivel vertical (poder negociador de los proveedores y de los clientes (Michael, 1990).

El análisis FODA está diseñado para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en el negocio (Weinberger, 2009).

El cuestionario nos permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación.

Hoja de Cálculo que sirve para comparar resultados entre sí, para obtener los índices de rentabilidad como el VAN, TIR.

3.5.- Procedimientos

Para el desarrollo del presente proyecto se inició con la elaboración de la plantilla del Modelo de Canvas que nos permitió analizar la idea de negocio, seguidamente realizamos el análisis del macro y micro entorno elaborando la Matriz PEST y la Matriz Porter respectivamente, a continuación se aplicó un cuestionario impreso y virtual a **218** mototaxistas de una población total de 1576 afiliados a la Federación de vehículos menores de la ciudad de Pacasmayo que se obtuvo como resultado de cursar una solicitud al Presidente de dicha federación, que sirvió para medir la oferta y demanda de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo.

Para continuar con el desarrollo se elaboró una matriz FODA que permitió crear el plan estratégico y organizacional, finalmente para determinar la viabilidad económica y financiera se calculará el indicador financiero Valor Neto Actual (VAN) y el indicador de rentabilidad Tasa Interna de Retorno (TIR).

Para lo relacionado a validación de los instrumentos, se realizó un análisis por Juicio de expertos.

3.6.- Métodos de análisis de datos

Luego de la aplicación del cuestionario los datos fueron procesados a través de Microsoft Excel 2016. Se utilizó la estadística descriptiva, con ella se registró tablas de distribución de frecuencias, se complementó con gráficos estadísticos y se asignó las respectivas interpretaciones.

La hipótesis se verificó mediante el análisis de datos, que permitió obtener resultados verídicos. Las conclusiones se formularán considerando los objetivos planteados y los resultados obtenidos.

3.7.- Aspectos éticos

El presente trabajo garantiza originalidad en base al uso de la plataforma Turnitin, a su vez se garantiza el reconocimiento de las fuentes bibliográficas recopiladas citando a los respectivos autores conforme a la norma ISO 690 con el uso del gestor bibliográfico EndNote, para la recolección de datos se realizó una encuesta a nuestros clientes potenciales que son los mototaxistas, manteniendo el debido

respeto, resguardando su identidad y así garantizar la autenticidad de las respuestas que nos proporcionaron.

Los datos recopilados no han sido alterados a favor de la investigación y se mostró los resultados tal como se obtuvieron de las fuentes.

IV. RESULTADOS:

4.1. Según el objetivo específico 1, se analizó el modelo de negocio utilizando la herramienta del **Modelo Canvas** que nos permitió identificar a nuestros clientes potenciales y sus principales necesidades a cubrir para lograr el posicionamiento en el mercado, brindando repuestos y accesorios de buena calidad a un precio justo, promociones y asesoramiento en tienda que permitan captar y fidelizar clientes. También permitió identificar los recursos claves y los principales costos.

Tabla 1. Matriz de modelo Canvas

<p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asociaciones de mototaxistas de la ciudad de Pacasmayo. - Proveedores de repuestos y accesorios. - Organizadores de eventos relacionados con el mundo de las motos. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada al cliente. - Asesoría técnica. - Venta de accesorios y/o repuestos. - Facturación - Servicio de Post- venta. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta de repuestos y accesorios de calidad y a buen precio. - Promociones y descuentos a nuestros clientes fieles. - Asesoramiento técnico por parte de personal especializado. - Optimización del tiempo de espera para la atención al cliente <p>“El prestar servicio de calidad en ventas de repuestos nos ayuda a generar más rentabilidad”</p>	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento en tienda. - Promoción en eventos de repuestos de motos y mototaxis. - Fidelización de clientes que compran con frecuencia. - Publicidad sobre calidad de productos (accesorios y/o repuestos) en redes sociales y revistas especializadas. - Descuento para clientes fieles. - Futuras líneas de crédito. - Asistencia personalizada y dedicada 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conductores de motos y/o mototaxis residentes en la ciudad de Pacasmayo o alrededores que requieran accesorios y/o repuestos de buena calidad y a bajo precio
	<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Físicos: Anuncios de publicidad, local adecuado. - Intelectuales: Gestión de negocios en venta de repuestos para motos y/o mototaxis y conocimientos en marketing. - Humano: Personal técnico motivado y capacitado en técnica de ventas, atención al cliente y manejo de Microsoft office nivel básico. - Financieros: Gastos en publicidad, préstamo a entidad financiera. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Local de venta ubicada en zona estratégica. - Anuncios por radio y televisión - Venta directa - Plataforma web - Catálogos on línea. - Afiches y volantes. 	

Estructura de Costes

- Costes de personal: Asesores técnicos, responsable de ventas.
- Costes de mantenimiento y limpieza de tienda.
- Costes de inventario.
- Costes de publicidad.
- Impuestos.

Estructura de Ingresos

- Ventas directa de repuestos y accesorios.
- Ventas por plataforma web.

4.2. Según el objetivo específico 2, se utilizó el **análisis PEST** como se muestra en la tabla 2, que permitió identificar los factores que requieren adaptación y mejoramiento para favorecer la sostenibilidad del negocio. Ante la situación actual que se vive nuestro país producto de la pandemia por Covid 19, se identificaron alta tasa de desempleo que afecta el poder adquisitivo de los ciudadanos a nivel nacional, pero a su vez se evidenció que hay cambios que se pueden aprovechar como el aumento del uso del internet y el auge de las redes sociales.

Tabla 2. Matriz de análisis PEST

ANÁLISIS PEST	
Políticos	Económicos
<ul style="list-style-type: none"> - Tratados internacionales con países que favorecen la importación de repuestos y accesorios. - Políticas de apoyo a las empresas (Reactiva Perú) - Incertidumbre política producto de la actual pandemia. - Próximas elecciones generales en nuestro país programadas para abril de 2021. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contracción del PBI de -30.2% en el segundo trimestre del año 2020 debido a la cuarentena nacional que afecto la actividad económica del país (INEI,2020). - Inflación de 1.7% en agosto (BCRP,2020). -Tasa de interés se mantuvo en 0.25% (BCRP,2020). - Alta tasa de desempleo sobretodo en la costa que alcanza 13.1% en el segundo trimestre (INEI,2020). -Reducción del poder adquisitivo.
Sociales	Tecnológicos
<ul style="list-style-type: none"> -Población de Pacasmayo (15 a 59 años). - Nivel de educación hubo un mejoramiento de 27.2 % en el 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> - El aumento del uso de internet con un promedio de 4 horas 14 minutos por persona (Datum,2020). - Auge de redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram y WhatsApp (Datum,2020).

4.3. El análisis del microentorno se llevó a cabo mediante el **análisis Porter**, que nos permitió identificar las 5 fuerzas de competitividad que son necesarias para el desarrollo del negocio, es así que se evidenció una diversidad en el segmento de mercado al igual que de proveedores y los cambios tecnológicos que nos obligan a estar en constante actualización e innovación para mantener la preferencia de nuestros clientes.

Análisis PORTER

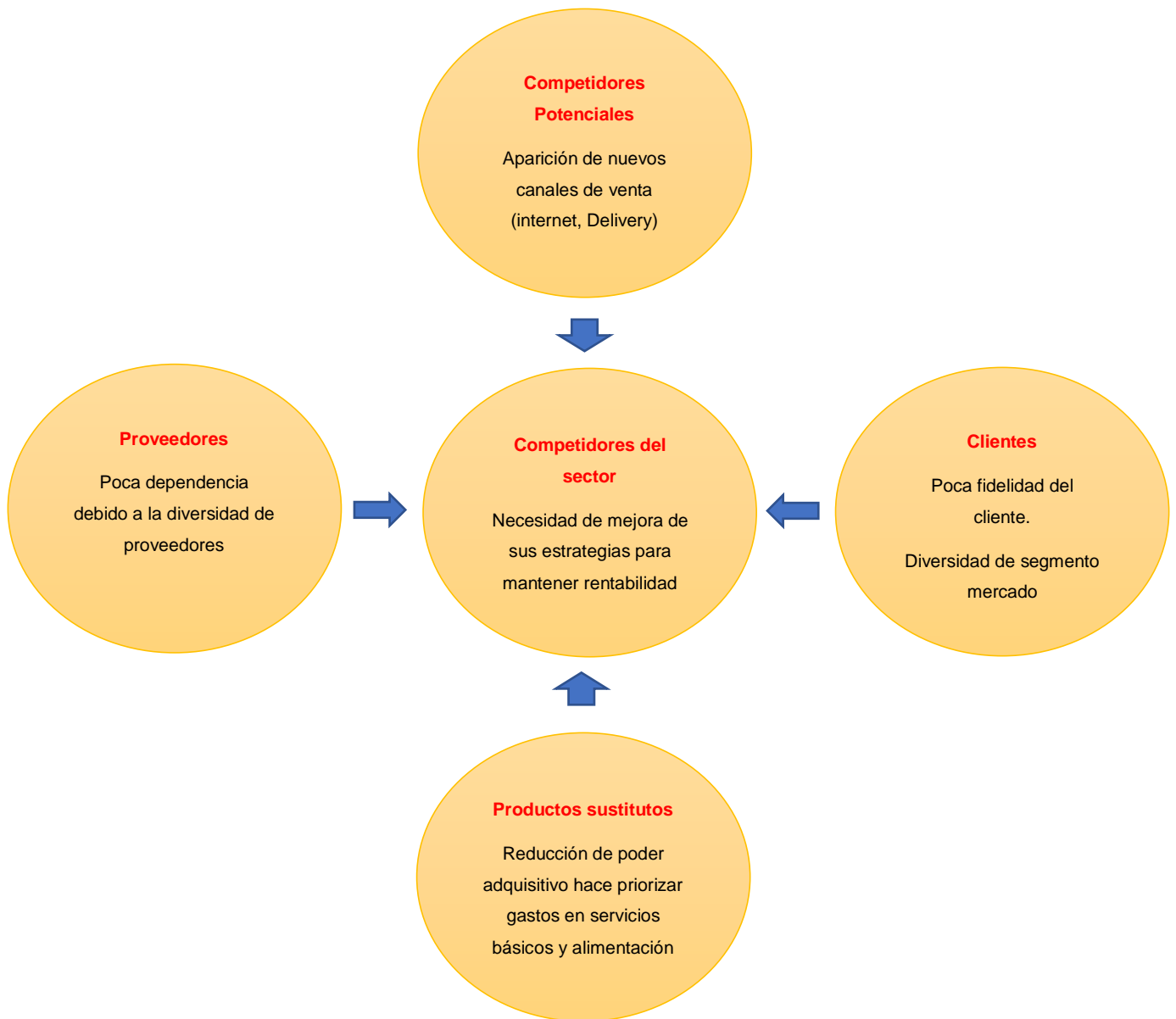


Figura 1. Análisis Porter.

4.4. Según el objetivo específico 3, se realizó una encuesta a 218 propietarios de vehículos menores como se evidencia en la tabla 3, que muestra los siguientes resultados: Los **clientes potenciales** pertenecen al sexo **masculino** con un 94.04 %, de **18 a 45 años** y con nivel de **instrucción secundaria**. También se estableció que el vehículo menor de más uso con un 90.37% es la **Mototaxi** y que un 73.85 % es **propietario de la unidad**, la cual fue adquirida mayoritariamente por **motivo de trabajo**. Asimismo, se pudo determinar que la procedencia de estos vehículos en un 74.77 % es de **China** y que la marca más comercializada es **Zong Shen** con un 49.54%, seguida de Wanxin con un 19.27%.

En cuanto a la oferta se identificó que multiservicios **La Económica** con 59.63% y **Fermotos** con 28.90% son las principales tiendas comerciales de venta de repuestos y accesorios donde acuden las personas encuestadas.

En cuanto a la demanda se estableció que los productos con mayor rotación son **aceites, embragues y zapatas de freno** que representan un 31.19% y que la **frecuencia de compra** oscila entre 15 y 30 días que representan el 86.69% de los encuestados y los factores que determinan la compra son **marca y precio** con un 73.85%, a su vez se determinó que el monto a **gastar** en la compra de repuestos y accesorios **es** menos de s/.50 que representan 68.35%.

Tabla 3. Resumen de encuesta Pacasmayo

DATA	INDICADOR	DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Edad	A	De 18 a 30 años	91	41.74%
		De 31 a 45 años	89	40.83%
Sexo	B	Masculino	205	94.04%
		Femenino	13	5.96%
Nivel de Instrucción	C	Secundaria	140	64.22%
		Superior Técnico	45	20.64%
Tipo de vehículo	D	Mototaxi	197	90.37%
		Moto lineal	21	9.63%
Vehículo propio o alquilada	E	Propia	161	73.85%
		Alquilada	57	26.15%
Decisión de compra de vehículo	F	Por trabajo	193	88.53%
		Facilidad en el Tránsito	24	11.01%
Procedencia	G	China	163	74.77%
		Japonesa	34	15.60%
Marca de vehículo	H	Zong Shen	108	49.54%
		wanxin	42	19.27%
Tienda de compras	I	Multiservicios La Económica	130	59.63%
		Fermotos	63	28.90%
Productos	J	Aceite, Embragues, Zapatas de freno	68	31.19%
		Aceite, Accesorios, Embragues	59	27.06%
Frecuencia de compra	K	Cada 15 días	99	45.41%
		Mensual	90	41.28%
Gasto	L	Menos de s/.50	149	68.35%
		De s/.50 a s/.199	61	27.98%
Prioridad de compra	M	Precio	91	41.74%
		Marca	70	32.11%

La figura 2 muestra el resultado de los trece indicadores, comparando las dos opciones con mayor porcentaje obtenido de cada indicador en la encuesta.

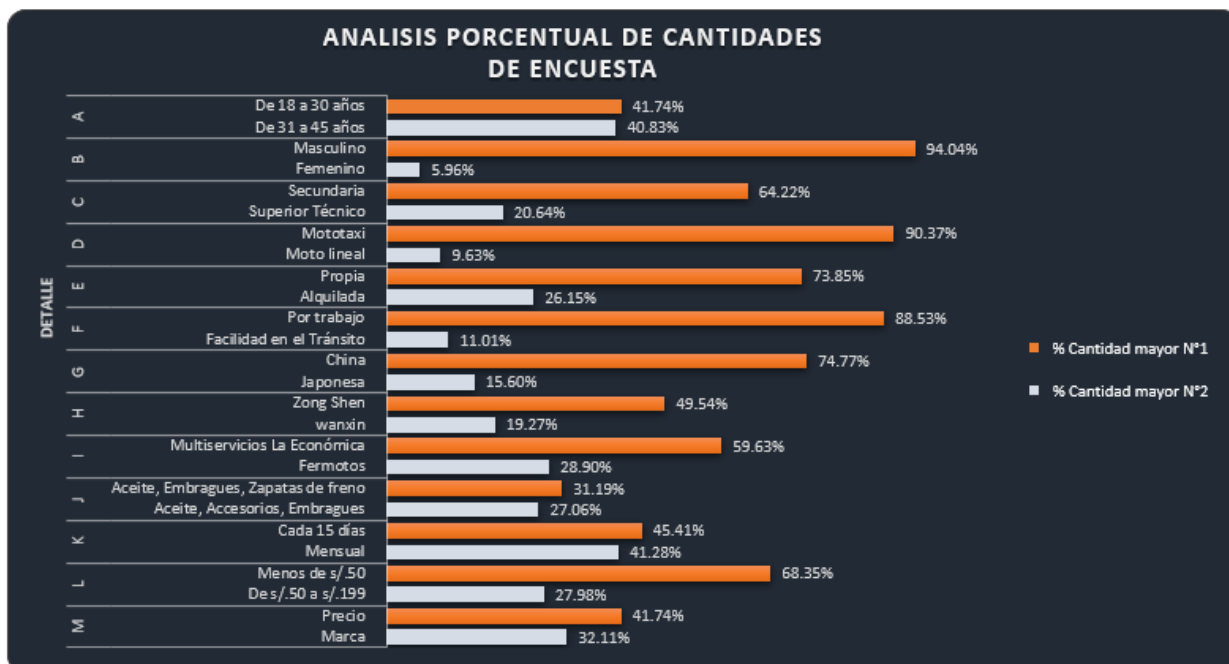


Figura 2. Resumen de encuesta Pacasmayo.

4.5. Según el objetivo específico 4, se realizó la matriz FODA para identificar la situación real del negocio y permitió elaborar el plan estratégico y organizacional del negocio.

Tabla 4. Matriz FODA

ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	-Variada gama de repuestos y accesorios. -Atención personalizada. -Aceptaremos pagos en efectivo y con tarjeta. -Promociones y descuentos a nuestros clientes.	-Falta de marca reconocida en el mercado. -Como nuevo negocio hay un reducido número de proveedores.
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	-Precios accesibles de vehículos menores en el mercado. -Cambios en el transporte público ante la pandemia. -Auge de las redes sociales para establecer estrategias de publicidad.	-Nuevos competidores debido al crecimiento de la demanda de repuestos y accesorios para vehículos menores. -Entorno político, económico y social cambiante.

La tabla 5 muestra las principales estrategias a implementar dentro del negocio:

Tabla 5. Matriz FODA cruzada

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> -Precios accesibles de vehículos menores en el mercado. -Cambios en el transporte público ante la pandemia. -Auge de las redes sociales para establecer estrategias de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> -Nuevos competidores debido al crecimiento de la demanda de repuestos y accesorios para vehículos menores. -Entorno político, económico y social cambiante.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - FA
<ul style="list-style-type: none"> -Variada gama de repuestos y accesorios. -Atención personalizada. -Aceptaremos pagos en efectivo y con tarjeta. -Promociones y descuentos a nuestros clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar un modelo de negocio adaptado a los requerimientos del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación constante de nuestro personal para brindar asesoramiento y atención personalizada. -Actualización de stock necesario acorde a las necesidades de nuestros clientes.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS - DO	ESTRATEGIAS - DA
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de marca reconocida en el mercado. -Como nuevo negocio hay un reducido número de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> -Concretar alianzas con proveedores para brindar beneficios a nuestros clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Anuncios de publicidad en diferentes medios para lograr el posicionamiento en el mercado.

4.6. Plan estratégico y organizacional

Según indica (Weinberger, 2009) el plan estratégico inicia con la elaboración de la matriz FODA(fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

a) VISIÓN:

Consolidarnos en años futuros como una empresa líder en la venta de repuestos para mototaxis y motocicletas en la ciudad de Pacasmayo; reconocida por la calidad de sus productos y excelente atención al cliente cuyo fortalecimiento refleje en el compromiso y entrega por parte de nuestros colaboradores.

b) MISIÓN:

Ofrecer a nuestros clientes los mejores repuestos y accesorios para sus mototaxis y motocicletas enfocado en calidad y a un buen precio atendiendo así sus diversas necesidades oportunamente.

c) Matriz FODA

Oportunidades:

- Precios accesibles de vehículos menores en el mercado.
- Cambios en el transporte público ante la pandemia.
- Auge de las redes sociales para establecer estrategias de marketing.

Amenazas:

- Nuevos competidores debido al crecimiento de la demanda de repuestos y accesorios para vehículos menores.
- Entorno político, económico y social cambiante.

Fortalezas:

- Variada gama de repuestos y accesorios.
- Atención personalizada.
- Aceptaremos pagos en efectivo y con tarjeta.
- Promociones y descuentos a nuestros clientes.

Debilidades:

- Falta de marca reconocida en el mercado.
- Como nuevo negocio hay un reducido número de proveedores.

Teniendo en cuenta el análisis de estos factores se puede determinar las estrategias para el éxito del negocio.

Estrategia FO:

- Generar un modelo de negocio adaptado a los requerimientos del mercado.

Estrategia FA:

- Capacitación constante de nuestro personal para brindar asesoramiento y atención personalizada.
- Actualización de stock necesario acorde a las necesidades de nuestros clientes.

Estrategia DO:

- Concretar alianzas con proveedores para brindar beneficios a nuestros clientes.

Estrategia DA:

- Anuncios de publicidad en diferentes medios para lograr el posicionamiento en el mercado.

Posteriormente se establece las principales actividades a desarrollar durante el funcionamiento del negocio con el objetivo de cumplir con las estrategias establecidas.

Tabla 6. Actividades

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Generar un modelo de negocio adaptado a los requerimientos del mercado.	-Encuesta a nuestros clientes para identificar el nivel de satisfacción. -Atención oportuna a los posibles reclamos de los clientes.
Capacitación constante de nuestro personal para brindar asesoramiento y atención personalizada.	-Capacitación de inducción al personal. -Capacitación en el tema de atención al cliente. -Capacitación en el tema de repuestos y accesorios de vehículos menores.
Actualización de stock necesario acorde a las necesidades de nuestros clientes.	-Inventario mensual. -Inventario general anual. -Registro de ventas pérdidas.
Concretar alianzas con proveedores para brindar beneficios a nuestros clientes.	-Identificar a los proveedores que cumplen de manera eficiente con nuestro pedido y los tiempos previstos de entrega. -Mantener comunicación constante con los proveedores para estar actualizados en materia de precios, promociones y ofertas .
Anuncios de publicidad en diferentes medios para lograr el posicionamiento en el mercado.	-Creación de Fanpage y página web. -Publicidad en radio y Televisión en horarios de mayor audiencia.

d) Organigrama Institucional



Figura 3. Organigrama institucional.

e) Funciones del Personal

Como se indica en la tabla 7, se establece las áreas con las que contará el negocio, el cargo asignado a cada colaborador, asimismo las funciones de cada uno, todo esto busca contribuir a cumplir los objetivos establecidos y asegurar el buen funcionamiento del negocio.

Tabla 7. Funciones del personal

AREA	CARGO	FUNCIONES
ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRADOR	Elaborar un plan de trabajo para asegurar la rentabilidad del negocio. Supervisar las actividades dentro del negocio. Evaluar el desempeño de los colaboradores. Solución de conflictos, quejas y reclamos.
CONTABILIDAD	CONTADOR	Brindar asesoría financiera y Tributaria. Elaborar el balance de los libros financieros. Analizar la rentabilidad del negocio.
ATENCION AL CLIENTE	CAJERO - VENDEDOR	Brindar asesoramiento a los clientes. Recepcionar el pedido de los clientes. Cobranza y emisión de comprobantes de pago. Despacho de mercadería a los clientes.
ALMACEN	ALMACENERO	Recepción de mercadería. Registro de mercadería. Almacenamiento de mercadería. Realizar inventarios periódicos.

4.7. Continuando con el objetivo específico 5, se elaboró **el Plan de Operaciones** Determinar donde se ubicará el negocio es muy importante y debe tener como objetivos minimizar costos de instalación y el aprovechamiento de recursos del entorno (Weinberger, 2009).

Teniendo en cuenta que el modelo de negocio se implementará en el Distrito de Pacasmayo se ha tenido en cuenta la Microlocalización.

a. Microlocalización

- **Propuesta de 3 Zonas**

Para la selección del local donde funcionará la Tienda Comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo hemos tenido en cuenta zona 1, zona 2 y zona 3.

- **Análisis de factores**

Se han tomado en cuenta los siguientes factores para el análisis

- Ubicación (A)

Se consideró este factor teniendo en cuenta el número de locales comerciales que existen en la cuadra de las zonas elegidas:

Zona 1. Ubicada en calle Ladislao espinar cuadra 3, en donde existen 8 comercios diversos como: farmacia, vidriería, peluquería, etc. y además existe un paradero de mototaxis de la empresa Puerto Escondido S.R.L que cuenta con 240 miembros.

Zona 2. Ubicada en calle Cajamarca cuadra 7, en donde existen 5 comercios como: tiendas de abastos, taller de mecánica, mercado y paradero de las asociaciones de mototaxistas.

Zona 3. Ubicada en avenida Francisco aponte Mz T Lt. 18 donde hay 4 comercios como ferretería, tiendas de abastos y taller de soldadura.

Tabla 8. Dirección y cantidad de comercios

	Dirección	Nº de comercios
ZONA 1	Calle Ladislao espinar Nº 87	8
ZONA 2	Calle Cajamarca Nº 765	5
ZONA 3	Avenida Francisco Aponte Mz T Lt. 18	4

- Seguridad (B)

La cercanía entre las zonas y la comisaría PNP local ubicada en calle Dos de Mayo N° 15, es considerada para tomar medidas preventivas ante posibles asaltos que ocasionen daños personales y materiales.

Tabla 9. Distancia de las zonas y la comisaría PNP-Pacasmayo

	Dirección	Metro(m)	Kilómetro (Km)
ZONA 1	Calle Ladislao espinar N° 87	365.09	0.37
ZONA 2	Calle Cajamarca N° 765	1040	1.04
ZONA 3	Avenida Francisco Aponte Mz T Lt. 18	1610	1.61

Fuente: Google Maps (2020)

- Energía eléctrica (C)

Este factor se consideró ya que es significativo para el funcionamiento del local.

- Cercanía a las empresas de transporte (D)

Este factor es considerado ya que el envío de mercadería se hace mediante las principales agencias de transporte en Pacasmayo que se encuentran en su mayoría ubicadas en el Terminal terrestre de la ciudad, cuya dirección es Panamericana norte s/n-int.4.

Tabla 10. Distancia de las zonas y el terminal terrestre de Pacasmayo

	Metro (m)	Kilómetro (Km)
ZONA 1	455.87	0.46
ZONA 2	1270	1.27
ZONA 3	1660	1.66

Fuente: Google Maps (2020)

- Internet (E)

Se consideró este factor dado que es importante para la publicidad y nuevas formas de llegar a los clientes.

- Alquiler (F)

Se tuvo en cuenta este factor ya que representa un gasto fijo mensual para el negocio.

Tabla 11. Monto de alquiler en el Distrito de Pacasmayo

	Soles s/.
ZONA 1	600 - 800
ZONA 2	250-350
ZONA 3	150-250

Tabla 12. Enfrentamiento de factores

Factores	A	B	C	D	E	F	Conteo	Ponderación
A	-	1	1	1	1	1	5	26.32%
B	1	-	1	1	1	1	5	26.32%
C	0	0	-	1	1	0	2	10.53%
D	0	0	0	-	1	0	1	5.26%
E	0	0	0	1	-	0	1	5.26%
F	1	1	1	1	1	-	5	26.32%

Tabla 13. Calificación de factores

CONDICIÓN	CALIFICACIÓN
Deficiente	2
Regular	4
Bueno	6
Muy bueno	8
Excelente	10

Tabla 14. Cuadro de ranking de factores

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACION (%)	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
		Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
A	26.32	10	263	8	211	6	158
B	26.32	8	211	6	158	4	105
C	10.53	8	84	6	63	6	63
D	5.26	8	42	6	32	4	21
E	5.26	6	32	6	32	4	21
F	26.32	4	105	6	158	8	211
TOTAL	100		737		653		579

La zona 1 por obtener el mayor puntaje acumulado es más viable económicamente

b. Flujo de operaciones

- **Recepción de mercadería:** Se llevará a cabo en un espacio libre dentro del local, se procederá a revisar las guías y firmar la conformidad de la entrega de mercadería
- **Clasificación:** Se procederá a separar los repuestos de los accesorios, luego se clasificarán las partes eléctricas y las partes del motor.
- **Codificación:** Se asignará un código que facilite la ubicación dentro de los anaqueles de exhibición y almacén.
- **Registro:** Se ingresará toda la mercadería en un archivo para su debido control.
- **Almacenamiento:** Luego se ubicará la mercadería en anaqueles de exhibición y el resto será ubicado en la zona de almacén.
- **Venta:** Esta fase es muy importante para fidelizar y conseguir nuevos clientes, para alcanzar la sostenibilidad y rentabilidad del negocio.
- **Despacho:** Finalmente se entregará los productos al cliente previa verificación y conformidad del pedido.

Flujograma

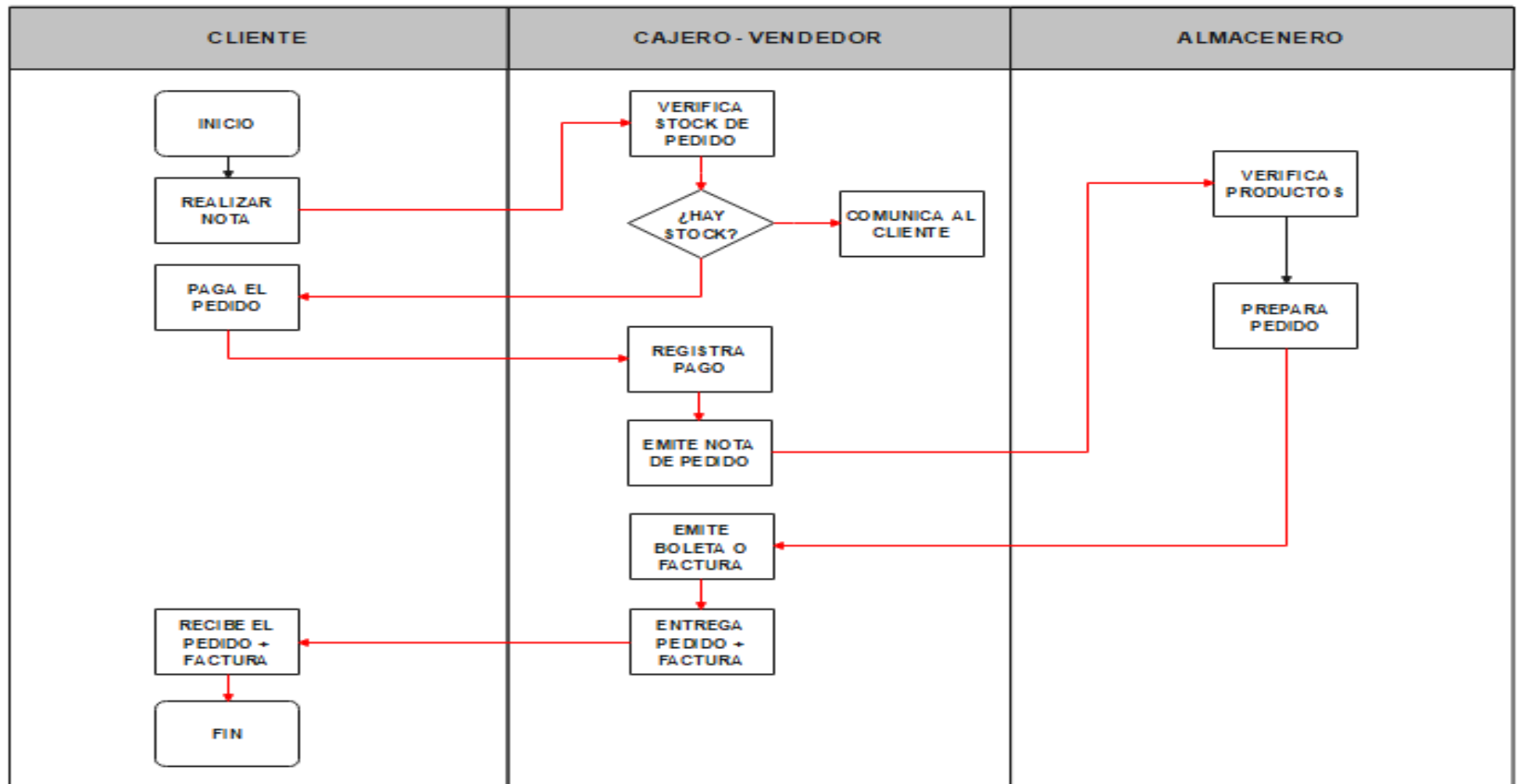


Figura 4. Flujograma funcional de operaciones.

4.8. Según el objetivo específico 6, se analizaron los indicadores económicos – financieros que permitieron elaborar el **Plan Financiero**

Para una nueva iniciativa empresarial se identifica los datos, presupuestos y políticas que servirán para la elaboración de proyecciones económicas y financieras(Weinberger,2009).

a) Inversión Inicial

Resulta de suma importancia poder estimar cual será la cantidad de dinero que se requiere para ejecutar el presente proyecto.

Tabla 15. Inversión inicial

Recursos Iniciales	
Indicador	Inversión Parcial
POS y Cámara de vigilancia	S/ 1,408.00
Equipo de Cómputo	S/ 2,779.00
Equipo de Oficina	S/ 1,289.00
Capital de Trabajo	S/ 117,190.00
Diferidos	S/ 874.99
Inversión Total	S/ 123,540.99

b) Origen de recursos

Conocida la inversión inicial se identificó la provisión de los recursos como se indica en la tabla 16 que establece las fuentes de financiamiento.

Tabla 16. Origen de recursos

FINANCIAMIENTO EXTERNO (DEUDA)	S/	53,540.99	43%
APORTACIÓN DE ACCIONISTAS	S/	70,000.00	57%
TOTAL	S/	123,540.99	100%

c) Financiamiento

El capital que se necesita financiar corresponde al 43% de la inversión inicial con un monto estimado de S/.53 541 que será financiado por Banco Falabella a una tasa anual de 12.42% en un periodo de 60 meses con una cuota mensual de S/. 1 202.38 como indica el cronograma en el anexo 9.3.

Tabla 17. Financiamiento

Entidad Financiera	Banco Falabella
Período	60 meses
Tasa Anual	12.42%
Tasa Mensual	1.04%
Valor del Préstamo	s/ 53 541
Saldo Inicial	s/.53 541
Pago Mensual	s/. 1 202.38

d) Periodo de recuperación de la inversión

Luego del análisis respectivo se determinó que el periodo de recuperación de la inversión será de 3 años,3 meses y 18 días como lo indica la tabla 18.

Tabla 18. Recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	Años	Meses	Dias
	3.22	0.22	0.61
	3	3	18

e) Punto de equilibrio

Generalmente se establece en unidades físicas o unidades monetarias, y sirve para conocer cuánto es lo mínimo que se debe vender para que los gastos fijos del negocio y los gastos variables de las unidades producidas estén cubiertos (Weinberger,2009). La tabla 19 muestra que el punto de equilibrio en unidades es 17 172 y el punto de equilibrio en dinero es s/. 707,727.99.

Tabla 19. Punto de equilibrio año 1

DATOS		
PRECIO DE VENTA Unitario Promedio	S/	41.21
Unidades a producir y vender al año		29685
INGRESOS por venta total anual	S/	1,223,480.82
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Costo unitario Promedio ponderado	S/	35.30
Costos de producción total	S/	1,047,854.22
Costos fijos (gasto gral. Anual)	S/	101,592.00
COSTO TOTAL ANUAL	S/	1,149,446.22
<i>Cálculos del Punto de Equilibrio</i>		
COSTO UNITARIO TOTAL (variable+fijo)	S/	38.72
COSTOS FIJOS ANUALES	S/	101,592.00
COSTOS VARIABLES	S/	1,047,854.22
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/	35.30
MARGEN DE CONTRIB. MARGINAL	S/	5.92
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES		17,172
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO	S/	707,727.99

e) Depreciación

Tabla 20. Depreciación

PORCENTAJE DE DEPRECIACION QUE MARCA LA LEY						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		10%	10%	10%	10%	10%
Equipo de Computo		10%	10%	10%	10%	10%
Equipo de Oficina		10%	10%	10%	10%	10%
Amortizacion activo diferido						
DEPRECIACIONES ANUALES						
	Monto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	S/1,408.00	S/140.80	S/140.80	S/140.80	S/140.80	S/140.80
Equipo de Computo	S/2,779.00	S/277.90	S/277.90	S/277.90	S/277.90	S/277.90
Equipo de Oficina	S/1,289.00	S/128.90	S/128.90	S/128.90	S/128.90	S/128.90
TOTAL	S/5,476.00	S/547.60	S/547.60	S/547.60	S/547.60	S/547.60
Amortizacion activo diferido	S/874.99	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
DEPRECIACIONES ACUMULADAS						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		S/140.80	S/281.60	S/422.40	S/563.20	S/704.00
Equipo de Computo		S/277.90	S/555.80	S/833.70	S/1,111.60	S/1,389.50
Equipo de Oficina		S/128.90	S/257.80	S/386.70	S/515.60	S/644.50
TOTAL		S/547.60	S/1,095.20	S/1,642.80	S/2,190.40	S/2,738.00
Amortizacion activo diferido		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
SALDO POR DEPRECIAR						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		S/1,267.20	S/1,126.40	S/985.60	S/844.80	S/704.00
Equipo de Computo		S/2,501.10	S/2,223.20	S/1,945.30	S/1,667.40	S/1,389.50
Equipo de Oficina		S/1,160.10	S/1,031.20	S/902.30	S/773.40	S/644.50
TOTAL DE PENDIENTE DE DEPRECIAR			S/4,380.80	S/3,833.20	S/3,285.60	S/2,738.00
		S/874.99	S/874.99	S/874.99	S/874.99	S/874.99
VALOR DE SALVAMENTO AÑO 5						S/3,612.99

4.9. Como indica el objetivo específico 7, se analizó **Viabilidad Estratégica** en la cual se evaluó a la competencia, que concentra la 88.53% de preferencia en los clientes encuestados como indica la tabla 21, también se determinó sus principales factores de éxito, así mismo se estableció los valores del negocio que servirán como guía y motivación para todos los colaboradores, para finalizar se estableció los principales objetivos del negocio.

a) Análisis de la Competencia

Se puede precisar como resultado de la encuesta realizada a los propietarios de vehículos menores, que se logró identificar a la competencia que goza de la preferencia de nuestros potenciales clientes:

Tabla 21. Tipos de competencia

Tienda de Repuestos	Multiservicios La Económica	Fermotos
Ubicación	Calle Silva Santisteban 214, Pacasmayo	Calle Alamiro Calderón 658, Pacasmayo
Horario	9:00am-1:00pm 3:00pm-7:00pm	9:00am-1:00pm 3:00pm-8:00pm
Porcentaje de Ventas	59.63%	28.90%

b) Valores:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Calidad
- Competitividad
- Trabajo en equipo

c) Objetivos:

➤ **Objetivos estratégicos**

- Posicionar nuestra marca en el mercado durante los primeros 5 años de iniciado el proyecto.
- Vender repuestos y accesorios de calidad para lograr el posicionamiento en el mercado.

➤ **Objetivos tácticos**

- Hacer uso de las redes sociales para comercializar nuestros productos.
- Conseguir una ubicación estratégica para el negocio y así lograr los objetivos planteados.

➤ **Objetivos operacionales**

- Fidelizar a nuestros clientes brindando atención personalizada, promociones y descuentos.
- Reducir el número de reclamos.

4.10. Continuando con la **Viabilidad Legal** se estableció el nombre del negocio que será Motorepuestos “El Porvenir”, que se constituirá como una Sociedad Anónima Cerrada que contará con 2 accionistas. La tabla 22 muestra todos los requisitos y sus respectivos gastos para la formalización del negocio.

Tabla 22. Gastos de Constitución

Licencia de Funcionamiento	S/	120.00
Registro de Nombre Comercial	S/	534.99
Legalización de libros contables	S/	20.00
Otros trámites	S/	200.00
Total	S/	874.99

a) Constitución del negocio

La tienda comercial de ventas de repuestos y accesorios cuyo nombre será Motorepuestos “El Porvenir”, se va constituir como Sociedad Anónima Cerrada y va contar con 2 accionistas.

b) Inscripción en SUNAT

Para el desarrollo de actividades comerciales es necesario inscribirse al Registro Único de Contribuyentes(RUC).

Requisitos para inscribirse como persona jurídica

- DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.

- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal.(SUNAT, 2020)

c) Licencia de Funcionamiento

Los trámites se realizarán en la Oficina de Rentas y Administración Tributaria de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo.

- Declaración Jurada
- RUC y copia de DNI del solicitante
- DNI del representante legal en caso se trate de persona jurídica(empresa)
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Comprobante de pago por derecho de trámite.

d) Registro del nombre comercial

Este registro es el que identifica la actividad económica en la que se desarrolla el negocio, brindado protección legal para que nadie más pueda usarlo.

Requisitos

- -Formato de solicitud (3 copias)
- -Registro Único de Contribuyentes.
- Adjuntar pruebas que acrediten el uso en el mercado del nombre comercial (comprobantes de pago).
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT). esto equivale a S/. 534.99 Nuevos Soles. Se puede cancelar en el Banco de la Nación.
- Revisar la publicación del nombre comercial
- Indecopi procederá a la publicación automática y gratuita en La Gaceta Electrónica.
- Evaluación de tu registro
- Luego del periodo de publicación, se procede a evaluar el registro y se notificará si hay una respuesta positiva o negativa.

- Si la respuesta es positiva el nombre comercial estará registrado y tendrá vigencia de 10 años en nuestro país.

4.11. Finalmente se determinó la **Viabilidad Financiera**

Según(Weinberger,2009) los indicadores más usados para determinar la viabilidad económica financiera de un proyecto son el Valor Actual Neto(VAN) que debe ser mayor a cero para que el negocio resulte viable y la Tasa Interna de Retorno(TIR) que corresponde al tipo de interés en el que el VAN se convierte en cero, cabe mencionar que, si el TIR es alto, el proyecto empresarial resultaría viable y si por el contrario obtenemos un TIR bajo es posible que se encuentre otras opciones de inversión. Los resultados obtenidos del cálculo fueron:

VAN = S/ 119,291.77

TIR = 56 %

La tabla 23 muestra los resultados de los principales indicadores que miden la **Viabilidad Financiera**, por lo tanto, se determina que el presente ´proyecto de investigación resulta viable y puede ser ejecutado.

Tabla 23. Resultados de la evaluación Económica-Financiera

Valor Actual Neto (VAN)	S/	119,291.77	SE ACEPTA
Índice de Confiabilidad		4.27	SE ACEPTA
Tasa Interna de Retorno (TIR)		56%	SE ACEPTA

V. DISCUSIÓN:

Para resolver la interrogante de estudio ¿Cómo un Plan de negocio permitirá determinar la viabilidad de una Tienda Comercial de Repuestos y Accesorios de Vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo?, se acepta el fundamento que para el inicio de un negocio resulta fundamental la planificación que se puede realizar a través de un plan de negocios ya que nos permite obtener información vital sobre las posibilidades de éxito, a su vez nos brinda la oportunidad de anticipar a los problemas y proponer soluciones a los mismos. Estas conclusiones son corroboradas con (Pozo Rodríguez, Martins Kidito Xavierda Gama y Rodríguez Costilla, 2014) quienes indican que un plan de negocios permite tomar las mejores decisiones para lograr un desempeño eficiente del negocio.

En el presente trabajo de investigación al determinar el modelo de negocio utilizando la herramienta de modelo Canvas se logró establecer que la propuesta de valor se centra en brindar repuestos y accesorios de calidad a un precio justo, con personal que brinde orientación personalizada, que a su vez optimice el tiempo de atención para lograr un servicio de calidad. También se evidencia que se puede concretar alianzas con las asociaciones de vehículos menores de la ciudad, propietarios de talleres que brindan mantenimiento a estos vehículos para conseguir su recomendación y lograr captar más clientes. Esto quiere decir que la propuesta de valor y la publicidad en diversos medios como radio, televisión, redes sociales y página web favorecen al posicionamiento en el mercado. Frente a lo mencionado se acepta la utilidad del modelo Canvas en el desarrollo del plan de negocios. Estos resultados son concordantes con (Mireía, 2015) que en su trabajo de investigación llega a concluir que el análisis de los factores del modelo Canvas ayudan a establecer los medios de generación de ingresos y permite la consolidación en el mercado. Así también (Oyarce, 2009) refiere que las propuestas de valor orientada a la satisfacción del cliente aseguran el éxito del negocio. En tal sentido ante lo mencionado anteriormente y al analizar estos resultados se confirma que mientras mejor estructurado se encuentre el modelo Canvas mejor serán los resultados de sus factores.

Para realizar el diagnóstico del macroentorno se desarrolló el análisis PEST, que permite identificar los factores que necesitan adaptación y mejoramiento constante

para asegurar la sostenibilidad del negocio. Esto significa que tener conocimiento de la situación actual del entorno es fundamental para la adecuada toma de decisiones. Estos resultados guardan relación con (Martín,2017) que indica en su trabajo la importancia de establecer los factores que contribuyen a conocer la situación de las personas para ofrecer un servicio de acuerdo a sus necesidades.

Continuando con el análisis del microentorno se realizó mediante el análisis Porter, donde se indica que dada la situación actual de pandemia hay una fuerte repercusión en el poder adquisitivo de las personas que priorizan sus gastos en servicios básicos y alimentación lo que repercute en los índices de ventas, ante lo mencionado anteriormente se presenta la oportunidad de innovar y aprovechar la modalidad de venta por internet para mantener la rentabilidad del negocio y evitar la afectación en el número de ventas. Estos resultados son respaldados por (De La Barrera y Del Carmen, 2017) quienes mencionan que los elementos de la competitividad ayudan en la elaboración de estrategias para identificar las necesidades y preferencia de los clientes, así como los factores que influyen en el producto como precio y calidad.

Para establecer la oferta y demanda se realizó una encuesta a los propietarios de vehículos menores dando como resultado que la mototaxi es el vehículo menor más usado y que es adquirida mayormente por motivos de trabajo, así como también se establece que el periodo de compra de repuestos oscila entre 15 y 30 días. Esto significa que el rubro de venta de repuestos y accesorios representa una gran oportunidad de inversión en la ciudad de Pacasmayo. Estos resultados son respaldados por Julca Díaz, (2019) que refiere en su trabajo que el oficio de mototaxista se va incrementando en la ciudad de Bagua Grande, también se identificó que este vehículo menor por su uso continuo requiere mantenimiento en un periodo corto. Analizando estos resultados se confirma que la encuesta es un instrumento confiable para determinar la oferta y demanda.

La elaboración de la matriz FODA permitió la elaborar el plan organizacional y estratégico, donde se plantea las principales estrategias como: generar un modelo de negocio acorde a las necesidades del cliente, para ello se debe monitorear el nivel de satisfacción del cliente mediante la aplicación de una encuesta periódicamente, así mismo brindar una solución rápida y oportuna a posibles

reclamos. La siguiente estrategia es la capacitación del personal en técnicas de ventas, atención al cliente y manejo de información sobre repuestos y accesorios para brindar asesoría personalizada cuyo objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Adicionalmente una buena gestión de inventario realizando inventarios en forma mensual y un inventario general anual, registrando las ventas pérdidas por falta de stock ayudan a una eficiente reposición de mercadería. La estrategia de concretar alianzas con los proveedores nos facilita tener actualizada nuestra lista de precios, ofertas y promociones. Finalmente la publicidad a través de diferentes medios permite el posicionamiento en el mercado. En resumen, la propuesta de valor del negocio es brindar un servicio integral, eficiente y de calidad. Por lo expuesto anteriormente se acepta la utilidad que representa el plan organizacional en la estructura del plan de negocios. Estos resultados con concordantes con los expuestos por Lema, (2004) y MINEDU, (2009) quienes refieren que estos elementos deben ser claros y precisos con el objetivo de motivar a los colaboradores y brindar una ventaja competitiva que beneficia al posicionamiento en el mercado y permite diferenciarse de la competencia.

Con el objetivo de elaborar el plan de operaciones se determinó la ubicación estratégica del negocio usando la microlocalización por el método de ranking de factores, evaluando factores de ubicación como: seguridad, ubicación, energía eléctrica, cercanía a las empresas de transporte, internet y alquiler que facilitan la elección de una adecuada ubicación del negocio. Luego se procede a identificar los procesos que se llevarán a cabo en el negocio como: proceso de recepción, almacenamiento, venta y despacho. Ante lo mencionado anteriormente se acepta la utilidad del plan de operaciones en la elaboración de un plan de negocios. Estas conclusiones son concordantes con (Weinberger,2009) quien llega a concluir en su investigación que la ubicación y la identificación de los procesos son importante para un flujo productivo ordenado y eficiente que permita cumplir con los requerimientos de los clientes. Por lo mencionado anteriormente y al analizar estos resultados se confirma que mientras mejor estructurado se encuentre el plan de operaciones mejor será el desempeño de los colaboradores y del negocio.

En el presente estudio al determinar los indicadores económicos-financieros, se consiguió establecer el monto de la inversión inicial equivalente a S/ 123,540.99, el

origen de los recursos, las fuentes de financiamiento, flujo de caja y proyecciones de ventas. Al analizar estos indicadores se obtuvo como resultado el Valor Neto Actual (VAN) equivalente a s/. 119,291.77 y la Tasa de Interés de Retorno (TIR) equivalente a 56 %. Esto significa que al obtener un VAN positivo el proyecto se considera viable porque el valor actual de los flujos de caja es mayor a la inversión inicial, asimismo el TIR indica la tasa de interés que vuelve cero al VAN, en el presente proyecto el TIR equivale a 56% lo que significa que el proyecto es muy rentable. Por lo expuesto anteriormente se acepta utilidad del VAN Y TIR para determinar la viabilidad financiera de un proyecto. Estos resultados son corroborados por (Oyarce,2019) quien en su trabajo de investigación “Plan de negocios para demostrar la viabilidad de un servicio integral de turismo ecológico “Hotel Raymipampa”, obtuvo un VAN positivo de s/. 173,585.45 y un TIR igual a 40% que establecieron la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Así mismo (Socorro Márquez y Santa Álvarez, 2019) quienes afirman que la elaboración del plan financiero permite identificar de manera cuantitativa y monetaria el costo del proyecto.

Para determinar la viabilidad estratégica y legal, se logró establecer los pasos para la constitución y formalización del negocio, así también se determinó el tipo de empresa y todos los requisitos necesarios para el funcionamiento del negocio. Frente a lo mencionado anteriormente se acepta la importancia de estos factores para lograr un constitución y formalización exitosa. Estas conclusiones son concordantes con (Schuhbauer y Sumaila, 2016) quienes afirman que la viabilidad de un negocio se logra mediante el análisis interdisciplinario que permite predecir el éxito o el fracaso del proyecto (Ariza, 2017). Por lo mencionado anteriormente se puede afirmar que una adecuada estructuración del plan de negocio determina la viabilidad de un proyecto.

VI. CONCLUSIONES:

En el presente trabajo de investigación se elaboró un plan de negocios que determinó la viabilidad de una tienda comercial de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo.

En relación al objetivo específico 1 que plantea el análisis de la idea negocio usando el Modelo Canvas se concluye que la propuesta de valor del negocio se centrará en brindar un servicio integral y eficiente, que se consigue ofreciendo repuestos y accesorios de calidad , atención personalizada ya que los colaboradores serán capacitados en técnicas de ventas, atención al cliente ,manejo de reclamos .También ayudará concretar alianzas con los proveedores para tener una lista actualizada de precios y promociones cuyo objetivo es la fidelización del cliente. Sumado a ello la publicidad mediante redes sociales, pagina web, fan page, radio y televisión, todos los elementos mencionados anteriormente contribuyen a lograr el posicionamiento en el mercado.

Respecto al objetivo específico 2 que plantea el análisis del macroentorno, se concluye que el análisis PEST permitió identificar que en la actualidad el factor económico está en constante cambio y que repercute en la situación de las personas, por ello se debe evaluar periódicamente la variabilidad y situación del factor económico ya que puede afectar la generación de ingresos del negocio ,también se logró identificar el auge del factor tecnológico que representa una excelente oportunidad mejora e innovación. Continuando con el análisis del microentorno se puede concluir que mediante el análisis Porter se obtuvo información sobre la competencia como sus factores de éxito y sus dificultades, lo que permite mejorar la propuesta de valor del negocio y convertirla en una ventaja competitiva que sirva para diferenciarse de la competencia.

Respecto al objetivo específico 3, que indica la determinación de la oferta y demanda, se concluye que nuestros clientes potenciales van en aumento en la ciudad de Pacasmayo debido a los cambios en el tránsito y en el factor laboral. También permitió identificar las marcas de vehículos menores más comercializadas para la elección de repuestos y accesorios en cada reposición que se realice y así disminuir las ventas pérdidas. Así mismo se logró establecer el periodo de compras del cliente, lo que permite hacer una proyección de ventas más confiable. En resumen, la encuesta permitió conocer de forma más cercana a los clientes

potenciales descubriendo sus preferencias y necesidades que debemos cubrir para asegurar el éxito del negocio.

Respecto al objetivo específico 4, que establece la elaboración del plan estratégico y organizacional, se puede concluir que la matriz FODA permitió establecer las principales actividades del negocio para brindar un servicio integral, eficiente y de calidad.

Continuando con el objetivo específico 5, que indica la elaboración del plan de operaciones, se concluye que la ubicación elegida para el negocio en calle Ladislao Espinar n°87 aumenta las posibilidades de éxito del negocio ya que es una zona comercial y de alto tránsito. A su vez el flujograma funcional ayudó a conocer el flujo de los procesos que se llevarán a cabo durante el funcionamiento del negocio para lograr la optimización en el servicio de atención al cliente.

Respecto al objetivo específico 6, que establece la determinación de los indicadores económicos-financieros, se puede concluir que la elaboración del plan financiero resultó de vital importancia, para establecer el monto de inversión inicial de S/ 123,540.99, este dato sirvió para elegir a la entidad financiera que otorgue un préstamo para cubrir el 43 % del monto requerido equivalente a S/.53 541 en un periodo de cinco años, así mismo se estableció que el periodo de recuperación de la inversión será en 3 años,3 meses y 18 días. También permitió conocer los principales costos y gastos para determinar las proyecciones en los estados financieros. Finalmente, el resultado positivo del VAN = S/. 119,291.77 y el valor alto del TIR= 56% indican que el presente proyecto es viable y rentable.

En cuanto al objetivo específico 7, que indica la determinación de la viabilidad estratégica y legal se concluye que el tipo de empresa elegido es una Sociedad Anónima Cerrada en la cual la responsabilidad es limitada lo que significa que, si la empresa no puede pagar sus deudas, esta responde con su patrimonio y no afecta el patrimonio de los dueños. También aumenta las posibilidades de acceder a financiamiento a menores tasas. Por lo tanto, la formalización permite la consolidación comercial y un crecimiento sostenido del negocio.

VII. RECOMENDACIONES:

- a) Se recomienda el análisis de mercado en forma periódica debido al constante cambio para mejorar y adaptar las estrategias de crecimiento del negocio.
- b) Se sugiere la capacitación constante del personal para brindar un servicio personalizado.
- c) Se sugiere realizar alianzas estratégicas con los propietarios de talleres que brindan mantenimiento a los vehículos menores para que recomienden nuestro negocio de venta de repuestos y accesorios.
- d) Se recomienda desarrollar estrategias de promoción para lograr una adecuada fidelización de los clientes.
- e) Se recomienda monitorear de forma periódica a la competencia para poder identificar posibles acciones que afecten nuestra posición dentro del mercado.
- f) Realizar un monitoreo constante de los inventarios y reposición de repuestos variados adecuados a las nuevas necesidades requeridas por los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

AHMED, Anam. Definition of Organization Planning 2018.

ARENHARDT, Daniel Luis, *et al.* Importance of innovation for european smes: perception of experts. *Dimensión Empresarial*, 2018-12 2018, 16(2), 21-37.

ÁVILA CIFUENTES, Oscar, *et al.* Unbizplanner: herramienta de software para preparar planes de negocios. *Ingeniería e Investigación*, 2008-04 2008, 28(1), 154-161.

CORREA GARCÍA, Jaime Andrés, *et al.* La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 2010-06 2010, 18(1), 179-194.

CORTEZ, Pedro Afonso y DA SILVA VEIGA, Heila Magali. Intenção empreendedora na universidade. *Ciencias Psicológicas*, 2019-06 2019, 13(1), 134-149.

DE LA BARRERA, Vargas y DEL CARMEN, Javier Oscar. Caracterización de la rentabilidad y competitividad de las MYPE del rubro moto repuestos de la urbanización san ramón, calle Salaverry-Piura: 2015 2017.

DE MARCO, Chiara Eleonora, *et al.* European SMEs' engagement in open innovation When the important thing is to win and not just to participate, what should innovation policy do? *Technological Forecasting and Social Change*, 2020/03/01/ 2020, 152, 119843.

DÍAZ NÚÑEZ, Victoria. Gestión de Marketing y rentabilidad de la empresa Repuestos Motor's Mejía EIRL año 2014 ciudad de Moyobamba 2016.

EGGERS, Fabian. Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 2020/08/01/ 2020, 116, 199-208.

ESTEFANIA, Chau. Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional 2018.

GARCÍA-VIDALES, Marisela-Yazmín, *et al.* The influence of open innovation practices on business performance in Mexican family and non-family SMEs. *Estudios Gerenciales*, 2019-12 2019, 35(153), 370-378.

GÓMEZ GRANADA, Bibiana Marcela, *et al.* Emprendimiento y desarrollo humano: una mirada desde los jóvenes. *Aletheia. Revista de Desarrollo Humano, Educativo y Social Contemporáneo*, 2019-12 2019, 11(2), 127-152.

GUTIÉRREZ-LEEFMANS, Manuela y PATRICK HOLLAND, Christopher. SME Platforms as Business Models: A User-Centric Activity-System Approach. Cuadernos de Administración (Universidad del Valle), 2019-08 2019, 35(64), 52-77.

JANJEVIC, Milena y NDIAYE, Alassane. Investigating the financial viability of urban consolidation centre projects. Research in Transportation Business & Management, 2017/09/01/ 2017, 24, 101-113.

JULCA DÍAZ, Eduar Frank. Determinación de la factibilidad de una tienda comercial de repuestos, reparaciones y mantenimiento de motos y mototaxis en la ciudad de Bagua Grande, 2018. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza-UNTRM, 2019.

KATO-VIDAL, Enrique Leonardo. Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. Estudios Gerenciales, 2019-03 2019, 35(150), 38-46.

KHMARA, Yaryna y KRONENBERG, Jakub. Degrowth in business: An oxymoron or a viable business model for sustainability? Journal of Cleaner Production, 2018/03/10/ 2018, 177, 721-731.

LEMA, Juan Pablo. La guía estratégica el corazón del plan estratégico. Revista EIA, 2004-12 2004, (2), 9-16.

LEÓN-MENDOZA, Juan Celestino. Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. Estudios Gerenciales, 2019-12 2019, 35(153), 429-439.

LUIS, Gil. ¿Cómo sustentar la viabilidad de un plan de negocios? Forbes México, 2017.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier, *et al.* Women entrepreneurs: reasons and difficulties for starting in business. RAM. Revista de Administração Mackenzie, 2016-06 2016, 17(3), 15-38.

MARTIN, Juan. Estudia tu entorno con un PEST. CEREM International Business School, 2017.

MICHAEL, E. Porter. The competitive Advantage of Nations, 1990.

MIKE, Mckeever. *How to write a Business Plan*. Edtion ed., 2005.

MIREIA, More. Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio. IEBS Digital School, 2015.

MORONI, Isabela, *et al.* The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment. Procedia Manufacturing, 2015/01/01/ 2015, 3, 2199-2204.

OYARCE HOYOS, Rosa Isamar. Plan de negocios para demostrar la viabilidad de un servicio integral de turismo ecológico "Hotel Raymipampa" en el anexo Chilingote-Leimebamba, 2019. Universidad César Vallejo, 2019.

PERÚ, ASOCIACIÓN AUTOMOTRIZ DEL. INFORME DICIEMBRE 2019 2019.

POZO RODRÍGUEZ, José Manuel, *et al.* La lógica de la planificación empresarial y de la productividad del trabajo. *Economía y Desarrollo*, 2014-12 2014, 152(2), 122-137.

RANKE, Daniel, *et al.* Analysis of SMEs as a target group for research institute services. *Procedia Manufacturing*, 2020/01/01/ 2020, 42, 356-361.

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y evaluación de proyectos*. Edtion ed., 2008.

SARMIENTO PAREDES, Susana, *et al.* Estudio comparativo de los factores de innovación en la pequeña y mediana empresa de manufactura textil. *Contaduría y administración*, 2018-09 2018, 63(3).

SCHUHBAUER, Anna y SUMAILA, U. Rashid. Economic viability and small-scale fisheries — A review. *Ecological Economics*, 2016/04/01/ 2016, 124, 69-75.

SOCORRO MÁRQUEZ, Félix Oscar y SANTA ÁLVAREZ, Gloria Liliana. Análisis teórico de los mitos financieros del emprendimiento. *Tendencias*, 2019-12 2019, 20(2), 182-202.

TREJO, Juan Mejía, *et al.* Modelo de Negocios, Necesidades del Cliente y Gestión de la Innovación: Propuesta de Proceso Conceptual para la Mejora Competitiva. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 2018, 6(1).

VALENZUELA-KLAGGES, Iván, *et al.* Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Revista Pilquen*, 2018-09-30 2018, 21(3), 55-63.

VALVERDE GONZALES, Margot y MINEDU. *Ideas y plan de negocios* 2009, primera edición.

VELÁSQUEZ-MONTOYA, Marcela, *et al.* Caso empresarial: La estrategia de crecimiento de Comercializadora Inducascos S.A. *Innovar*, 2015-01 2015, 25(55), 157-170.

WEINBERGER VILLARÁN, Karen. Plan de negocios. Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio, USAID Perú y Ministerio de la Producción, Perú, 2009

ANEXOS:

ANEXO 1. Operacionalización de Variables

Tabla 24. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS DE MEDICIÓN
Variable Independiente: PLAN DE NEGOCIOS	El plan de negocios es un documento donde se establece como el emprendedor creara una organización y así aprovechar una oportunidad comercial (Cifuentes et al., 2008).	Es el resultado que se obtiene de aplicar una investigación y planeación. (Villarán, 2009).	Idea de Negocio	Modelo Canvas	Nominal
			Análisis del entorno	Análisis del Macro Entorno (PEST)	Nominal
				Análisis del Micro entorno (PORTER)	
			Estudio de Mercado	Demanda	Ordinal
				Oferta	
			Plan de Operaciones	Localización	Nominal
				Flujo de operaciones	
			Plan Estratégico y Organizacional	Visión	Nominal
				Misión	
				FODA	
Plan Financiero	Inversión	Nominal			
	Financiamiento				
	Periodo de recuperación de la inversión				
Variable Dependiente VIABILIDAD	Es el estudio que intenta predecir el éxito o el fracaso del proyecto. (Ariza, 2017).	Planteamiento que comienza con la inversión inicial hasta el inicio de generación de ingresos. (Luis, 2017).	Viabilidad Estratégica	Análisis de la Competencia	Nominal
				Valores y Objetivos	
			Viabilidad Legal	Constitución del negocio	Nominal
				Registro del nombre comercial	
			Viabilidad Financiera	Valor Actual Neto (VAN)	Razón
				Tasa Interna de Retorno (TIR)	

ANEXO 2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.1. Modelo de Negocio Canvas

El Business Model Canvas es una plantilla de gestión estratégica con elementos que describen propuestas de valor de una empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Esta herramienta ayuda a las empresas a realizar un alineamiento en sus actividades y se caracteriza fundamentalmente por:

- Es una herramienta que nos permite evaluar la viabilidad de una idea de negocio al momento de llevarla a cabo, simplificando así todo lo relacionado a los elementos básicos y fundamentales dentro del sistema de diseño de una empresa.
- Permite poder realizar las modificaciones que se consideren necesarias sin tener la necesidad de cambiar el plan de negocios.
- Nos permite encontrar errores en nuestro plan de negocio y realizar las correcciones para garantizar una estrategia competitiva.

El modelo Canvas la conforman nueve bloques importantes para una idea de negocio o proyecto, los cuales cubren las cuatro áreas principales de este rubro (Clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica.).

A continuación, se detalla específicamente cada uno:

1. Segmento de clientes: La conforman el grupo de clientes a la cual está dirigido nuestra propuesta de valor y cuáles son sus necesidades que presentan.

2. Propuesta de valor: Se desarrolla en función a las necesidades de los clientes cuyo valor radicará en dar una respuesta idónea y de calidad con los productos y servicios que se ofertan.

3. Relación con el cliente: Este bloque tiene como base la percepción que el cliente tenga sobre nuestros productos y servicios. Para realizarlo se debe considerar estas preguntas: ¿Cómo será nuestra relación con los clientes?, ¿Cómo llegamos a ellos?

4. Canal de distribución: Es la vía que nos permitirá relacionarnos con los clientes y por la cual entregaremos la propuesta de valor.

5. Fuente de Ingresos: Esta dada por la estructura de ingresos tanto en venta directa como en otras vías más ágiles e innovadoras.

6. Actividades clave: Se enfoca a actividades estratégicas en un modelo de negocio que permitan tener éxito en la propuesta de valor.

7. Recursos clave: Son los recursos específicos que se utilizarán en las actividades clave, estas pueden ser humanos, específicos o financieros.

8. Socios clave: Son partes importantes en nuestro desarrollo ya que nos darán una mayor solidez y reforzarán la eficacia de nuestro modelo de negocio potenciando nuestra propuesta de valor.

9. Estructura de costes: Deberemos calcular los costes de inversión y la rentabilidad de nuestra propuesta de valor, intentando aprovechar al máximo los beneficios, con unos costes mínimos y en el menor tiempo posible. Quizá este punto, desde la perspectiva del modelo Canvas, es insuficiente ya que solo hace una aproximación a la estructura de costes e ingresos.

La tabla 25 muestra las doce asociaciones y empresas afiliadas a Federación de Transportistas de Vehículos Menores del Distrito de Pacasmayo.

Tabla 25. Asociaciones y empresas afiliadas a “FETRAVEMEDP”

Asociación o Empresa	Cantidad de unidades	Presidente y/o Gerente
Asociación de Mototaxis SERVITUORS	37	Sr. Wiliam Miranda Leyva
Asociación de Mototaxis PAKTNAMU	98	Prof. Lucio Paúl Cabanillas Cabanillas
Asociación de Mototaxis TURISMO CHIMU	50	Sr. Octavio Cortez Ciriaco
Asociación de Mototaxis JEHOVA ES MI PASTOR	46	Sr. Wilder Eliseo Quiroz Romero
Empresa TAKAYNAMO	36	Sr. Danilo Urcia León
Empresa MULTISERVICIOS PAKATNAMU	286	Sr. Jorge Luis Díaz Cortez
Empresa MULTISERVICIOS M&C S.R.L	368	Sr. Percy Rodriguez Miranda
Empresa LA PERLA DE PACASMAYO	193	Sr. Felipe Espinoza Arana
Empresa PACASMAYO SURF	22	Sra. Eva Jara Oliden
Empresa PUERTO ESCONDIDO BEACH S.R.L	240	Prof. Luis Sánchez Sipiran
Empresa SEGUIDORES DE JESÚS	178	Sr. Francisco Chuquimango Novoa
Empresa de Mototaxis EL PROGRESO E.I.R.L	22	Sr. Raúl Santisteban Peña

Tabla 26. Proveedores

	Proveedores	Dirección	Teléfono	Página web
	Repuestos New Lid S.R.L	Calle. Incanato n° 894 José L. Ortiz Chiclayo	(074) 251757	http://www.repuestosnewlid.com.pe
	Korea motos	Av. Leguía 300 - Chiclayo	(074) 251005	https://koreamotos.pe/
	Repuestos Italika	Av. Perú n° 1198 Trujillo	(044) 409085	https://italika.pe
	Motos y repuestos "El amigo"	Av. Perú nro. 1175 la intendencia- Trujillo	987 202 068	elamigosrl@administracion.com.pe

Tabla 27. Precios de repuestos y accesorios de tiendas comerciales en Pacasmayo

NOMBRE DEL PRODUCTO	UND	MULTISERVICIOS LA ECONOMICA	MOTOREPUESTOS CHAVEZ	MOTOREPUESTOS CECI	FERMOTOS	MULTISERVICIOS LEON	KAMIL MOTORS
ACCESORIOS PROTECTOR TANQUE G150Y AZUL	Unid	S/ 11.02	S/ 11.44	S/ 11.86	S/ 11.23	S/ 11.65	S/ 11.96
AMORTIGUADOR C125B JJ CROMADO TW	Pr	S/ 76.32	S/ 79.20	S/ 82.08	S/ 77.76	S/ 80.64	S/ 82.80
ARO ALUM. 1.85-18 P ESTRE. C/TOPE NG/DR CH	Unid	S/ 144.58	S/ 150.04	S/ 155.50	S/ 147.31	S/ 152.77	S/ 156.86
BATERIA KOYO 12N12-3B TW	Unid	S/ 73.78	S/ 76.56	S/ 79.34	S/ 75.17	S/ 77.95	S/ 80.04
CADENA ARRASTRE 150L 428H REFORZADA RCC	Unid	S/ 17.91	S/ 18.59	S/ 19.27	S/ 18.25	S/ 18.93	S/ 19.44
CATALINA C125G 42T C/PROTECTOR CH	Unid	S/ 14.33	S/ 14.87	S/ 15.41	S/ 14.60	S/ 15.14	S/ 15.55
FILTRO AIRE C125G CH	Unid	S/ 11.30	S/ 11.73	S/ 12.15	S/ 11.51	S/ 11.94	S/ 12.26
GUARDAS DELT C125G CROMADO	Unid	S/ 26.60	S/ 27.60	S/ 28.60	S/ 27.10	S/ 28.10	S/ 28.85
FARO POSTERIOR DE MOTO	Unid	S/ 89.04	S/ 92.40	S/ 95.76	S/ 90.72	S/ 94.08	S/ 96.60
LLANTA 550-13 8PR SEYOUN C/CAMARA CH	Unid	S/ 142.25	S/ 147.62	S/ 152.99	S/ 144.94	S/ 150.30	S/ 154.33
PIN PISTON C125B TW	Unid	S/ 0.69	S/ 0.72	S/ 0.74	S/ 0.70	S/ 0.73	S/ 0.75
RODAJE 6905-2RS CH RCC	Unid	S/ 2.76	S/ 2.86	S/ 2.96	S/ 2.81	S/ 2.91	S/ 2.99
TIMON LGC125 C/PROTECTOR CH	Unid	S/ 34.45	S/ 35.75	S/ 37.05	S/ 35.10	S/ 36.40	S/ 37.38

Tabla 28. Diferencia de precios propuestos por productos en relación a la competencia

NOMBRE DEL PRODUCTO	UND	PRECIO PROPUESTO DE VENTA	MULTISERVICIOS LA ECONOMICA	MOTOREPUESTOS CHAVEZ	MOTOREPUESTOS CECI	FERMOTOS	MULTISERVICIOS LEON	KAMIL MOTORS
ACCESORIOS PROTECTOR TANQUE G150Y AZUL	Unid	S/ 10.40	-S/ 0.62	-S/ 1.04	-S/ 1.46	-S/ 0.83	-S/ 1.25	-S/ 1.56
AMORTIGUADOR C125B JJ CROMADO TW	Pr	S/ 72.00	-S/ 4.32	-S/ 7.20	-S/ 10.08	-S/ 5.76	-S/ 8.64	-S/ 10.80
ARO ALUM. 1.85-18 P ESTRE. C/TOPE NG/DR CH	Unid	S/ 136.40	-S/ 8.18	-S/ 13.64	-S/ 19.10	-S/ 10.91	-S/ 16.37	-S/ 20.46
BATERIA KOYO 12N12-3B TW	Unid	S/ 69.60	-S/ 4.18	-S/ 6.96	-S/ 9.74	-S/ 5.57	-S/ 8.35	-S/ 10.44
CADENA ARRASTRE 150L 428H REFORZADA RCC	Unid	S/ 16.90	-S/ 1.01	-S/ 1.69	-S/ 2.37	-S/ 1.35	-S/ 2.03	-S/ 2.54
CATALINA C125G 42T C/PROTECTOR CH	Unid	S/ 13.52	-S/ 0.81	-S/ 1.35	-S/ 1.89	-S/ 1.08	-S/ 1.62	-S/ 2.03
FILTRO AIRE C125G CH	Unid	S/ 10.66	-S/ 0.64	-S/ 1.07	-S/ 1.49	-S/ 0.85	-S/ 1.28	-S/ 1.60
GUARDAS DELT C125G CROMADO	Unid	S/ 25.09	-S/ 1.51	-S/ 2.51	-S/ 3.51	-S/ 2.01	-S/ 3.01	-S/ 3.76
FARO POSTERIOR DE MOTO	Unid	S/ 84.00	-S/ 5.04	-S/ 8.40	-S/ 11.76	-S/ 6.72	-S/ 10.08	-S/ 12.60
LLANTA 550-13 8PR SEYOUN C/CAMARA CH	Unid	S/ 134.20	-S/ 8.05	-S/ 13.42	-S/ 18.79	-S/ 10.74	-S/ 16.10	-S/ 20.13
PIN PISTON C125B TW	Unid	S/ 0.85	-S/ 0.04	-S/ 0.07	-S/ 0.09	-S/ 0.05	-S/ 0.08	-S/ 0.10
RODAJE 6905-2RS CH RCC	Unid	S/ 2.60	-S/ 0.16	-S/ 0.26	-S/ 0.36	-S/ 0.21	-S/ 0.31	-S/ 0.39
TIMON LGC125 C/PROTECTOR CH	Unid	S/ 32.50	-S/ 1.95	-S/ 3.25	-S/ 4.55	-S/ 2.60	-S/ 3.90	-S/ 4.88

2.2. Análisis del Macro entorno (PEST)

Según (Weinberger, 2009) manifiesta que es muy importante conocer la situación actual del entorno donde se tiene planificado desarrollar la idea de negocio, lo que nos permite tomar mejores decisiones y alcanzar los objetivos trazados.

Por lo tanto, se desarrolló el análisis PEST que muestra lo siguiente:

a. Factores Políticos

- Tratados Internacionales

Nuestro país ha realizado diversos acuerdos comerciales con varios países a nivel mundial que favorecen la importación de repuestos y accesorios de vehículos menores. Podemos mencionar:

- El Acuerdo de Asociación Económica entre Perú y Japón, que es nuestro segundo principal socio comercial en el Asia y sexto a nivel mundial, representando alrededor del 4,6% de nuestras exportaciones totales y el 2,5% de nuestras importaciones totales del mundo (MINCETUR)



Figura 5. Resumen AAE Perú-Japón/MINCETUR (2019).

➤ Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)

Es un foro económico regional creado en 1989. Las 21 economías que lo conforman tienen el objetivo de crear mayor prosperidad para los habitantes de la región por medio de la integración económica y la promoción de un crecimiento equilibrado, inclusivo, sostenible e innovador.

APEC representó el 63% de intercambio comercial del Perú con el mundo (MINCETUR, 2019).

- Reactiva Perú

Ante los estragos de la pandemia por Covid19 que afectó la economía de nuestro país se inició el programa Reactiva Perú que busca dar liquidez a las empresas, otorgando garantías a las empresas para que puedan acceder a créditos de capital de trabajo y puedan subsistir a esta crisis.

	Monto de crédito		Número de empresas		Ventas promedio ^{2/}	
	(millones de S/)	Participación (%)	(Unidades)	Participación (%)	(millones de S/)	Participación (%)
Grande	27 384	51,7	6 325	1,5	27 753	65,7
Mediana	2 622	4,9	1 903	0,4	1 313	3,1
MYPE	22 985	43,4	427 463	98,1	13 154	31,2
Total	52 991	100,0	435 691	100,0	42 220	100,0

Figura 6. Reactiva Perú por tamaño de empresa/BCRP (2020).

- Incertidumbre política

Debido a la pandemia hay una incertidumbre también a nivel político en nuestro país que sin duda afectan las proyecciones de crecimiento e inversión. Sumado a ello las próximas elecciones generales programadas para abril del 2021.

b. Factores Económicos

Resulta de vital importancia analizar la evolución de la economía del país ya que esto ayuda a mantenimiento y crecimiento del mercado.

- PBI

Según el INEI, el PBI nacional sufrió una contracción de -30,2%, en el segundo trimestre del año 2020, ocasionado por la disminución de la

demanda interna (-27,7%), y el comportamiento negativo de nuestras exportaciones (-40,3%).

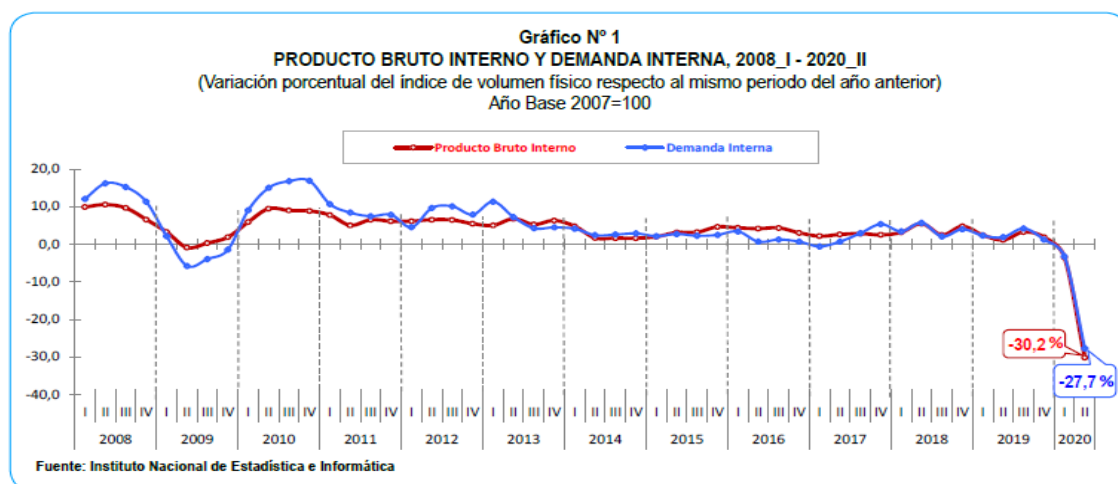


Figura 7. Producto Bruto Interno/INEI (2020).

- Empleabilidad

En el trimestre Abril-Mayo-Junio del año 2020, se registró una tasa de desempleo de 8,8%, mayor en 5,2 puntos porcentuales al mismo trimestre del año anterior (3,6%). Según dominios geográficos, la Costa presenta la tasa más alta de desempleo con 13,1%, en la Sierra el desempleo afecta en 6,1% y en la Selva el desempleo llegó a 2,9%.

CUADRO N° 15
TASA DE DESEMPLEO POR TRIMESTRES, SEGÚN ÁREA DE RESIDENCIA Y
DOMINIOS GEOGRÁFICOS

Trimestre móvil: Abril-Mayo-Junio 2019 y 2020

Porcentaje

Área de residencia/ Dominios geográficos	Trimestre móvil		
	Abr-May-Jun 2019	Abr-May-Jun 2020 P/	Var. Absoluta (Puntos porcentuales)
Nacional	3,6	8,8	5,2
Urbana	4,5	12,4	7,9
Rural	0,6	1,1	0,5
Dominios geográficos			
Costa	4,8	13,1	8,3
Costa Norte	3,6	10,1	6,5
Costa Centro	5,3	14,6	9,3
Costa Sur	3,8	10,0	6,2
Sierra	2,1	6,1	4,0
Sierra Norte	1,9	4,7	2,8
Sierra Centro	2,1	6,0	3,9
Sierra Sur	2,1	6,8	4,7
Selva	2,2	2,9	0,7

P/ Información preliminar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Figura 8. Tasa de desempleo por trimestres/INEI (2020).

- Inflación

La inflación anual disminuyó a 1,7 por ciento en agosto, dentro del rango meta del Banco Central (de 1 a 3 por ciento).

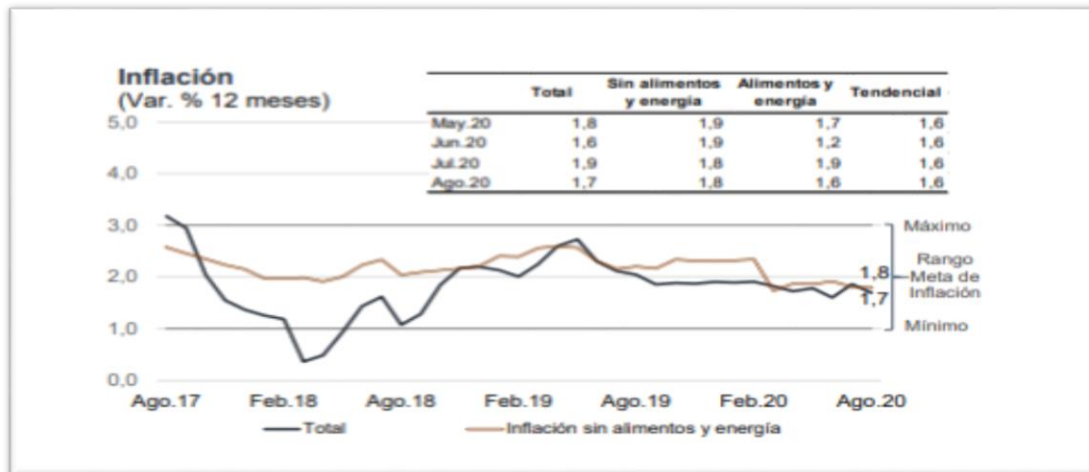


Figura 9. Inflación bajó 1.7% / BCRP (2020).

- Tasa de interés

Con el fin de continuar con una política económica expansiva el Banco Central de Reservas del Perú decidió mantener la tasa de interés de referencia en 0.25%.



Figura 10. Tasa de interés de referencia / BCRP (2020).

c. Factores Sociales

Resulta importante evaluar las variables sociales que pueden afectar o beneficiar el desarrollo de nuestra idea de negocio por eso consideramos:

- Población

La población del Distrito de Pacasmayo que se encuentra dentro del rango de edad de nuestro mercado objetivo es de 17 935 ciudadanos.

Tabla 29. Población del Distrito de Pacasmayo en grupos quinquenales

Población de 15 años a más en grupos quinquenales	Casos	%	Acumulado %
De 15 a 19 años	2208	12.31%	12.31%
De 20 a 24 años	2343	13.06%	25.37%
De 25 a 29 años	2150	11.99%	37.36%
De 30 a 34 años	2138	11.92%	49.28%
De 35 a 39 años	2133	11.89%	61.17%
De 40 a 44 años	1973	11.00%	72.17%
De 45 a 49 años	1856	10.35%	82.52%
De 50 a 54 años	1658	9.24%	91.77%
De 55 a 59 años	1477	8.23%	100.00%
Total	17936		

Fuente: INEI (2020)

- Nivel de educación

Según INEI el acceso a la educación superior en la Región La Libertad ha evidenciado un mejoramiento con un 27.2% en el año 2018.

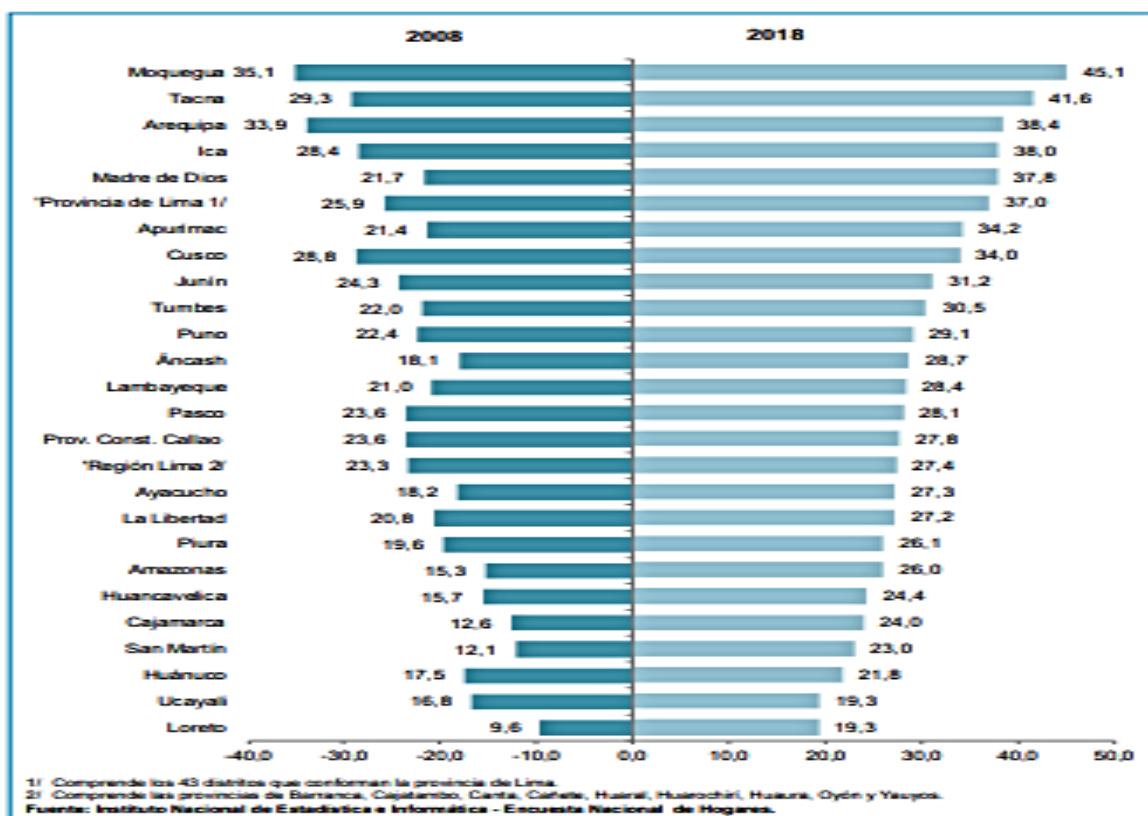


Figura 11. Nivel de educación superior en la Región La Libertad / INEI (2020).

c. Factores Tecnológicos

Es muy importante tener en cuenta estos factores, ya que están en constante cambio y debemos estar actualizados para el adecuado aprovechamiento de estas tecnologías.

- Incremento en el uso del internet

El uso del internet ha ido creciendo con el transcurrir de los años, pero se ha intensificado aún más en el escenario de Pandemia, las categorías que se han notado incremento son entretenimiento, compras, teletrabajo, etc. y el tiempo de navegación promedio es de 4 horas 14 min por persona como indica Datum International.

Tabla 30. Horas de uso de internet

Antes de la pandemia	Inicio de la pandemia	Durante la pandemia	Reinicio de actividades
3 horas 28 min	3 horas 46 min	4 horas 14 min	4 horas 04 min

Fuente: Datum -2020

- Auge de redes sociales

En la actualidad se está utilizando con más frecuencia las redes sociales como una manera de comunicarnos entre nosotros.

Tabla 31. Ranking de las páginas web más usadas

YOU TUBE	FACEBOOK	INSTAGRAM	WHATSAPP	EL COMERCIO
64%	54%	35%	30%	26%

Fuente: Datum-2020

2.3. Análisis del Micro entorno (PORTER)

Según (Villarán, 2009) se debe analizar profundamente los factores que podrían afectar directamente el desarrollo y desempeño de un negocio. De acuerdo con el modelo de Michael Porter (1979), estas fuerzas son:

a. Los competidores potenciales

Dada la coyuntura actual y el aumento en los nuevos canales de venta vía Internet y la modalidad de Delivery es posible que surjan nuevos negocios en el rubro de venta de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo.

b. Los competidores actuales

En la ciudad de Pacasmayo hay un reducido número de tiendas comerciales de ventas de repuestos y accesorios de vehículos menores, que tienen que buscar mecanismos para mantener su rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

c. Los productos o servicios sustitutos

Debido al golpe que ha sufrido nuestra economía se ha evidenciado una reducción en el poder adquisitivo de los ciudadanos, que hace priorizar gastos en servicios básicos y alimentación.

d. Los clientes

Por ser el principal medio de transporte dentro de la ciudad se ha visto el incremento de mototaxistas que buscan ofertas y precios accesibles a los repuestos y accesorios que necesitan.

También podemos mencionar la diversidad del segmento de mercado y cambios en hábitos de consumo y productos.

e. Los proveedores

La diversidad de proveedores establece la poca dependencia.

2.4. Determinación de Oferta y Demanda

“PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA TIENDA COMERCIAL DE REPUESTOS Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS MENORES EN LA CIUDAD DE PACASMAYO”

Esta encuesta es para conocer la oferta y demanda de repuestos y accesorios de vehículos menores en la ciudad de Pacasmayo.

***Obligatorio**

Nombre y Apellido *

1.- Edad:

- De 18 a 30 años
- De 31 a 45 años
- De 46 a 60 años
- Más de 60 años

2.-Sexo:

- Masculino
- Femenino

3.-Nivel de Instrucción

- Primaria
- Secundaria
- Superior Técnico
- Superior Universitario

4.- ¿Qué tipo de vehículo menor posee?

- Moto lineal
- Mototaxi
- Moto carguera
- Otro: _____

5.- La unidad vehicular que posee es:

- Propia
- Alquilada
- De la empresa en que trabaja
- Otro: _____

6.- De ser propia su unidad vehicular ¿Por qué razón decidió comprarla?

- Precio accesible
- Por trabajo
- Facilidad en el Tránsito
- Otro: _____

7.- ¿Cuál es el país de procedencia de su moto?

- Alemana
- Coreana
- China
- Japonesa
- Otro: _____

8.- ¿Cuál es la marca del vehículo menor que utiliza?

- Honda
- Italika
- Ronco
- Wanxin
- Zong Shen
- Otro: _____

9.- ¿A qué tienda acude a realizar la compra de repuestos y accesorios para su moto?

- Fermotos
- Motorepuestos Chávez
- Motorepuestos Ceci
- Multiservicios La Económica
- Motoservicios León
- Kamil Motors
- Otro: _____

10.- De los siguientes productos, ¿Cuáles compra con mayor frecuencia? Marque sólo 3 opciones.

- Aceite
- Amortiguadores
- Accesorios
- Baterías

- Embragues
- Filtros
- Lubricantes
- Partes eléctricas
- Partes del motor
- Neumáticos (llantas)
- Zapatas de freno
- Otro: _____

11.- Respecto a los productos marcados anteriormente, indique ¿con qué frecuencia los compra?

- Una vez por semana
- Cada 15 días
- Mensual
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Una vez al año
- Otro: _____

12.- ¿Cuánto gasta aproximadamente en la compra de estos repuestos y/o accesorios?

- Menos de s/.50
- De s/.50 a s/.199
- De s/.200 a s/.400
- Más de s/. 400

13.- ¿Qué es lo más importante para decidir la compra de un repuesto?

- Marca
- Garantía
- Precio
- Procedencia
- Otro: _____

Enviar



ANEXO 3. Validación del instrumento

3.1. Evaluación de encuesta para determinar Oferta y Demanda

IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: LUJÁN CORRO,

Mariano Wilmer

DNI: 41353638 **PROFESION:** Ingeniero Agroindustrial

LUGAR DE TRABAJO: Luján Ingenieros S.A.C.

CARGO QUE DESEMPEÑA: Gerente General

DIRECCION: Av. Daniel A. Carrión 363 Trujillo

TELEFONO FIJO: ----- **MOVIL:** 971127500

DIRECCION ELECTRONICA: mariano.lujancorro@gmail.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 28/06/2020

FIRMA DEL EXPERTO: __



Ing. Mariano Luján
Corro CIP 148263

I. PLANILLA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO.

CRITERIOS	APRECIACION CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	X			
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

APRECIACION CUALITATIVA: _____

OBSERVACIONES:

II. JUICIO DE EXPERTOS:

- En líneas generales, considera Ud. que los indicadores de las variables están inmersos en su contexto teórico de forma:

SUFICIENTE X	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
--------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

Considera que las respuestas del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

SUFICIENTE X	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
--------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

El instrumento diseñado mide la variable de manera:

SUFICIENTE X	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
--------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

- El instrumento diseñado es:

III. VALIDACION DEL INSTRUMENTO:

ITEMS	ESCALA				OBSERVACIONES
	<i>DEJAR</i>	<i>MODIFICAR</i>	<i>ELIMINAR</i>	<i>INCLUIR</i>	
01	X				
02	X				
03	X				
04	X				
05	X				
06	X				
07	X				
08	X				
09	X				
10	X				
11	X				
12	X				
13	X				

DESEARIA INCLUIR	COMO LO MODIFICARIA

3.2. Evaluación de encuesta para determinar Oferta y Demanda

IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: **MBA ING. DANIEL LI JIMÉNEZ**

DNI: **40546517**

PROFESION: **ING. INDUSTRIAL**

LUGAR DE TRABAJO: **UCV – EMPRESA INDEPENDIENTE**

CARGO QUE DESEMPEÑA: **DOCENTE TP - EMPRESARIO**

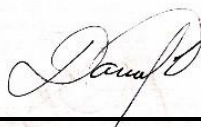
DIRECCION: **LAS HORTENSIAS 270 CALIFORNIA**

TELEFONO FIJO: **MOVIL: 931733762**

DIRECCION ELECTRONICA: **JLID@UCVVIRTUAL.EDU.PE**

FECHA DE EVALUACIÓN: **29/06/2020**

FIRMA DEL EXPERTO: _____



I. PLANILLA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO.

CRITERIOS	APRECIACION CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUEN O (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento			X	
Claridad en la redacción de los ítems			X	
Pertinencia de la variables con los indicadores			X	
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de la aplicación		X		

APRECIACION CUALITATIVA: ENCUESTA QUE PERMITE CONOCER EL TIPO DE VEHICULO MENOR, CARACTERÍSTICAS, MARCA Y PAÍS DE PROCEDENCIA Y ADEMÁS LA DEMANDA Y USO ACTUAL DE REPUESTOS Y ACCESORIOS, INCLUIDO PRESUPUESTO

OBSERVACIONES: NO EVALUA LA OFERTA POR QUE NO SE APLICA A LA COMPETENCIA, SI NO AL CLIENTE, POR LO QUE SOLO MIDE DEMANDA

II. JUICIO DE EXPERTOS:

- En líneas generales, considera Ud. que los indicadores de las variables están inmersos en su contexto teórico de forma:

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE (x)	INSUFICIENTE
------------	--------------------------------	--------------

OBSERVACION:

NO MIDE OFERTA

- Considera que las respuestas del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

SUFICIENTE (X)	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
----------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

EN EL CASO DE DEMANDA LAS RESPUESTAS MIDEN DE MANERA SUFICIENTE, NO EXISTEN RESPUESTAS PARA OFERTA

- El instrumento diseñado mide la variable de manera:

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE (X)	INSUFICIENTE
------------	--------------------------------	--------------

OBSERVACION:

ES INCOMPLETO PUESTO QUE NO MIDE OFERTA

- El instrumento diseñado es:
DEBE SER CORREGIDO Y REVISADO

III. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

ITEMS	ESCALA				OBSERVACIONES
	DEJAR	MODIFICAR	ELIMINAR	INCLUIR	
01	X				
02	X				
03	X				
04	X				
05	X				
06		X			DECIDE → DECIDIÓ
07	X				DE SU MOTO → DEL VEHÍCULO
08		X			¿Cuál ES LA MARCA DEL VEHÍCULO MENOR?
09	X				
10		X			HAY UN SIGNO DE INTERROGACION MAL PUESTO
11	X				
12	X				
13	X				

DESEARIA INCLUIR	COMO LO MODIFICARIA
<p>ESTA ENCUESTA SOLO EVALUA DEMANDA</p>	

3.3. Evaluación de encuesta para determinar Oferta y Demanda

EVALUACIÓN DE ENCUESTA PARA DETERMINAR OFERTA Y DEMANDA

IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: RONALD DAVILA LAGUNA
 DNI 22423027 PROFESION: INGENIERO INDUSTRIAL
 LUGAR DE TRABAJO: LIMA
 CARGO QUE DESEMPEÑA: DOCENTE
 DIRECCION: CALLE LAS MAROLIAS 150 SAN MIGUEL
 TELEFONO FIJO: _____ MOVIL: 969964618
 DIRECCION ELECTRONICA: ronalddavilalaguna@gmail.com
 FECHA DE EVALUACIÓN: 06/07/20
 FIRMA DEL EXPERTO: _____

1. PLANILLA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO.

CRITERIOS	APRECIACION CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento		✓		
Claridad en la redacción de los ítems		✓		
Pertinencia de las variables con los indicadores		✓		
Relevancia del contenido		✓		
Factibilidad de la aplicación		✓		

APRECIACION CUALITATIVA: Si tiene suficiencia y pertinencia

OBSERVACIONES:

2. JUICIO DE EXPERTOS:

- En líneas generales, considera Ud. que los indicadores de las variables están inmersos en su contexto teórico de forma:

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
-----------------------	----------------------------	--------------

OBSERVACIÓN:

- Considera que las respuestas del cuestionario miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
-----------------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

- El instrumento diseñado mide la variable de manera:

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
-----------------------	----------------------------	--------------

OBSERVACION:

- El instrumento diseñado es:

coherente y suficiente para su aplicación

3. VALIDACION DEL INSTRUMENTO:

ITEMS	ESCALA				OBSERVACIONES
	DEJAR	MODIFICAR	ELIMINAR	INCLUIR	
01	✓				
02	✓				
03	✓				
04	✓				
05	✓				
06	✓				
07	✓				
08	✓				
09	✓				
10	✓				
11	✓				
12	✓				
13	✓				

DESEARIA INCLUIR	COMO LO MODIFICARIA

ANEXO 4. Solicitud

COPID

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

**SOLICITA: Información de Transportista de
vehículos menores**

Sr. LUCIO CABANILLAS CABANILLAS
Presidente de la FETRAVEMEDP

YO Luz Inés Leiva Zárate, identificado con DNI. N°42141056, domiciliada en: Calle Francisco Aponte Mz "T" Lte 18, del sector El Porvenir, Jurisdicción del Distrito de Pacasmayo, Provincia de Pacasmayo y Departamento de La Libertad, ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:


Que, para desarrollar mi proyecto de tesis denominado: "Plan de negocios para la creación de una tienda comercial de venta de repuesto y accesorios para vehículos menores" en el distrito de Pacasmayo, **SOLICITO** a Ud. información sobre el número de Asociaciones y empresas de vehículos menores, así mismo el número de vehículos inscritos en dichas asociaciones y empresas.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a Usted Señor Presidente acceder a mi solicitud.

05 de junio del 2020


09/06/2020


Leiva Zárate Luz Inés
DNI. N° 42141056

ANEXO 5.



FEDERACIÓN DE TRANSPORTISTAS EN VEHÍCULOS MENORES DEL DISTRITO DE PACASMAYO “**FETRAVEMEDP**”

**INSCRITA EN LOS REGISTROS PÚBLICOS PARTIDA N° 11005225
FUNDADA EL 22 DE JUNIO DEL 2004 E INSCRITA CON ESCRITURA PÚBLICA EL 30 DE SETIEMBRE DEL 2009**

RESEÑA HISTÓRICA

FUNDACIÓN: Fundada el 22 de junio del 2004

INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS: El 30 de setiembre del 2009, número de Partida Registral 11005225

INTEGRANTES:

ASOCIACIONES	EMPRESAS
SERVITUOR	PUERTO ESCONDIDO BECH S.R.L
PAKATNAMU	MULTISERVICIOS M& C
TURISMO CHIMU	SEGUIDORES DE JESUS
JEHOVA ES MI PASTOR	MULTISERVICIOS PAKATNAMU
	LA PERLA DE PACASMAYO S.R.L
	TAKAYNAMU
	PACASMAYO SURF
	PROGRESO E.I.R.L

ACTUAL CONCEJO DIRECTIVO: Inscrito el 25 de setiembre del 2018. Titulo N° 02163695 SUNARP

Este concejo directivo tiene vigencia por el periodo de dos años a partir de la fecha de inscripción

PRESIDENTE: JOSE WEST CASTILLO (actualmente en licencia por enfermedad)

SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN: LUCIO PAÚL CABANILLAS CABANILLAS

SECRETARIO DE ECONOMIA: OCTAVIO CORTEZ CIRIACO

SECRETARIO DE ACTAS: Sr CARLOS MENDOZA MOSTACERO

SECRETARIO DE DEFENSA: WILDER QUIROZ ROMERO

PARADEROS DE FEDERACIÓN:

- TERMINAL TERRESTRE
- MERCADO ZONAL PUERTA 01,
- PUERTA PRINCIPAL TOTTUS

NOTA IMPORTANTE A LA POBLACIÓN DEL DISTRITO: INDICAR QUE LA FEDERACION DE TRANSPORTISTAS EN VEHICULOS MENORES DEL DISTRITO DE PACASMAYO “FETRAVEMEDP”. CUENTA CON UN COMITÉ DISCIPLINARIO (12 INTEGRANTES) IDENTIFICADOS CON SU CHALECO ROJO, LOS CONDUCTORES EN LOS PARADEROS AUTORIZADOS TRABAJAN CON SU CHALECO DE SU INSTITUCIÓN A LA QUE SE ENCUENTRAN AFILIADOS Y LA UNIDAD CON IDENTIFICACION VEHICULAR



Presidente



Dr. Lucio Paúl Cabanillas Cabanillas



Sec. de Organización

**JR. ALAMIRO CALDERON N° 12 - PACASMAYO
LA LIBERTAD - PERU**

ANEXO 6



FEDERACIÓN DE TRANSPORTISTAS EN VEHÍCULOS MENORES
DEL DISTRITO DE PACASMAYO

“FETRAVEMEDP”

INSCRITA EN LOS REGISTROS PÚBLICOS PARTIDA N° 11005225

FUNDADA EL 22 DE JUNIO DEL 2004 E INSCRITA CON ESCRITURA PÚBLICA EL 30 DE SETIEMBRE DEL 2009

Estadístico de unidades afiliadas a la FEDERACIÓN DE TRANSPORTISTAS EN VEHÍCULOS MENORES DEL DISTRITO DE PACASMAYO “FETRAVEMEDP”

ASOCIACIÓN O EMPRESA	CANTIDAD DE UNIDADES	PRESIDENTE/ O GERENTE
Asociación de Mototaxis SERVITUORS	37	Sr. WILIAM MIRANDA LEYVA
Asociación de Mototaxis PAKATNAMU	98	Prof. LUCIO PAÚLCABANILLAS CABANILLAS
Asociación de Mototaxis TURISMO CHIMU	50	Sr. OCTAVIO CORTEZ CIRIACO
Asociación de Mototaxis JEHOVA ES MI PASTOR	46	Sr. WILDER ELISEO QUIROZ ROMERO
Empresa TAKAYNAMO	36	Sr. DANILO URCIA LEÓN
Empresa MULTISERVICIOS PAKATNAMU	286	Sr. JORGE LUIS DIAZ CORTEZ
Empresa MULTISERVICIOS M&C S.R.L RUC: 20477450718	368	Sr. PERCY RODRIGUEZ MIRANDA
Empresa LA PERLA DE PACASMAYO S.R.L RUC:20482610278	193	Sr. FELIPE ESPINOZA ARANA
Empresa PACASMAYO SURF	22	Sra. EVA JARA OLIDEN
Empresa PUERTO ESCONDIDO BECH S.R.L	240	Prof. LUIS SÁNCHEZ SIPIRAN
Empresa SEGUIDORES DE JESÚS	178	Sr. FRANCISCO CHUQUIMANGO NOVOA
Empresa DE MOTOTAXIS EL PROGRESO E.I.R.L	22	Sr. RAÚL SANTISTEVAN PEÑA

La información proporcionada es hasta el mes de abril del año 2020. Según padrones alcanzados a esta institución “FETRAVEMEDP” por parte de las Asociaciones y Empresas afiliadas Formalmente.

Debemos recalcar que existen dos empresas más en la ciudad que se han formado pero no se encuentran afiliadas, en un momento solicitaron su afiliación con documento, recibiendo por parte de mi representada la respuesta formal con los requisitos vigentes, y que hasta la fecha no reingresaron su solicitud.

Esperamos señorita LEIVA ZÁRATE, Luz Inés contribuir con información por ser de carácter institucional y así poder realizar su proyecto de investigación para cumplir su meta trazada.

Pacasmayo 15 de junio del 2020



[Firma manuscrita]
Sr. Lucio Paul Cabanillas Cabanillas



JR. ALAMIRO CALDERON N° 12 - PACASMAYO
LA LIBERTAD - PERU

ANEXO 7. Indicadores Económicos –Financieros

7.1. Inversión Inicial

Resulta de vital importancia conocer la cantidad de dinero necesario para el desarrollo del presente proyecto.

Motorepuestos "El Porvenir"				
RECURSOS INICIALES				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INVERSIÓN PARCIAL	INVERSIÓN TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO				
POS IZI Smart	1	S/ 598.00	S/ 598.00	
Kit de Camara de vigilancia	1	S/ 810.00	S/ 810.00	S/ 1,408.00
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Computadora HP 290-P001BLA	1	S/ 1,999.00	S/ 1,999.00	
Impresora Canon MG 3110	1	S/ 780.00	S/ 780.00	S/ 2,779.00
EQUIPO DE OFICINA				
Anaqueles metálicos	3	S/ 250.00	S/ 750.00	
silla de escritorio	1	S/ 119.00	S/ 119.00	
sillas	3	S/ 40.00	S/ 120.00	
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 1,289.00
CAPITAL DE TRABAJO				
Inventario Mercadería		S/ 110,000.00	S/ 110,000.00	
Mano de obra (4 empleados)		S/ 5,800.00	S/ 5,800.00	
Servicios Públicos		S/ 790.00	S/ 790.00	
Alquiler		S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 117,190.00
DIFERIDOS				
Licencia de Funcionamiento	1	S/ 120.00	S/ 120.00	
Registro de Nombre Comercial	1	S/ 534.99	S/ 534.99	
Legalización de libros contables	1	S/ 20.00	S/ 20.00	
Otros trámites	1	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 874.99
INVERSIÓN TOTAL				S/ 123,540.99

Figura 12. Inversión inicial.

7.2. Origen de recursos

La figura 13 muestra el origen de los recursos en porcentaje indicando que el 57% corresponde a la aportación de los accionistas y el 43 % estará financiado por una entidad financiera.

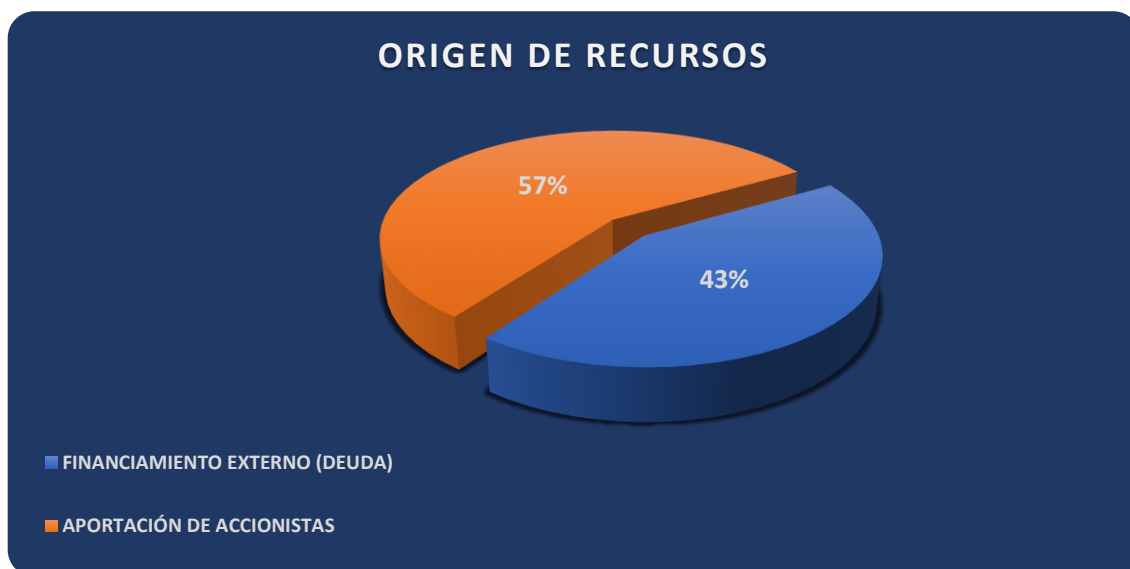


Figura 13. Origen de recursos.

7.3. Cronograma de financiamiento

Como se indicó anteriormente el monto a financiar es de S/.53 541 y luego de analizar a tres entidades financieras con sus respectivas tasas de interés se decidió que la mejor opción es Banco Falabella que ofrece una tasa de 12.42%.

N	Periodo	60	meses
	Tasa anual	12.42%	
TI	Tasa mensual	1.04%	
VP	Valor del prestamo	S/ 53,540.99	
SI	Saldo inicial	S/ 53,540.99	
PM	PAGO MENSUAL	S/ 1,202.38	

	MES	PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMOR.CAPITAL	PAGO MENSUAL	SALDO FINAL	Int. Anual	Am. Anual
AÑO 1	Enero	1	S/ 53,540.99	S/ 554.15	S/ 648.24	S/ 1,202.38	S/ 52,892.75		
	Febrero	2	S/ 52,892.75	S/ 547.44	S/ 654.94	S/ 1,202.38	S/ 52,237.81		
	Marzo	3	S/ 52,237.81	S/ 540.66	S/ 661.72	S/ 1,202.38	S/ 51,576.09		
	Abril	4	S/ 51,576.09	S/ 533.81	S/ 668.57	S/ 1,202.38	S/ 50,907.52		
	Mayo	5	S/ 50,907.52	S/ 526.89	S/ 675.49	S/ 1,202.38	S/ 50,232.02		
	Junio	6	S/ 50,232.02	S/ 519.90	S/ 682.48	S/ 1,202.38	S/ 49,549.54		
	Julio	7	S/ 49,549.54	S/ 512.84	S/ 689.55	S/ 1,202.38	S/ 48,859.99		
	Agosto	8	S/ 48,859.99	S/ 505.70	S/ 696.68	S/ 1,202.38	S/ 48,163.31		
	Septiembre	9	S/ 48,163.31	S/ 498.49	S/ 703.89	S/ 1,202.38	S/ 47,459.42		
	Octubre	10	S/ 47,459.42	S/ 491.20	S/ 711.18	S/ 1,202.38	S/ 46,748.24		
	Noviembre	11	S/ 46,748.24	S/ 483.84	S/ 718.54	S/ 1,202.38	S/ 46,029.70		
	Diciembre	12	S/ 46,029.70	S/ 476.41	S/ 725.98	S/ 1,202.38	S/ 45,303.72	S/ 6,191.34	S/ 8,237.27
AÑO 2	Enero	13	S/ 45,303.72	S/ 468.89	S/ 733.49	S/ 1,202.38	S/ 44,570.23		
	Febrero	14	S/ 44,570.23	S/ 461.30	S/ 741.08	S/ 1,202.38	S/ 43,829.15		
	Marzo	15	S/ 43,829.15	S/ 453.63	S/ 748.75	S/ 1,202.38	S/ 43,080.39		
	Abril	16	S/ 43,080.39	S/ 445.88	S/ 756.50	S/ 1,202.38	S/ 42,323.89		
	Mayo	17	S/ 42,323.89	S/ 438.05	S/ 764.33	S/ 1,202.38	S/ 41,559.56		
	Junio	18	S/ 41,559.56	S/ 430.14	S/ 772.24	S/ 1,202.38	S/ 40,787.32		
	Julio	19	S/ 40,787.32	S/ 422.15	S/ 780.24	S/ 1,202.38	S/ 40,007.08		
	Agosto	20	S/ 40,007.08	S/ 414.07	S/ 788.31	S/ 1,202.38	S/ 39,218.77		
	Septiembre	21	S/ 39,218.77	S/ 405.91	S/ 796.47	S/ 1,202.38	S/ 38,422.30		
	Octubre	22	S/ 38,422.30	S/ 397.67	S/ 804.71	S/ 1,202.38	S/ 37,617.59		
	Noviembre	23	S/ 37,617.59	S/ 389.34	S/ 813.04	S/ 1,202.38	S/ 36,804.54		
	Diciembre	24	S/ 36,804.54	S/ 380.93	S/ 821.46	S/ 1,202.38	S/ 35,983.09	S/ 5,107.98	S/ 9,320.63
AÑO 3	Enero	25	S/ 35,983.09	S/ 372.42	S/ 829.96	S/ 1,202.38	S/ 35,153.13		
	Febrero	26	S/ 35,153.13	S/ 363.83	S/ 838.55	S/ 1,202.38	S/ 34,314.58		
	Marzo	27	S/ 34,314.58	S/ 355.16	S/ 847.23	S/ 1,202.38	S/ 33,467.35		
	Abril	28	S/ 33,467.35	S/ 346.39	S/ 856.00	S/ 1,202.38	S/ 32,611.35		
	Mayo	29	S/ 32,611.35	S/ 337.53	S/ 864.86	S/ 1,202.38	S/ 31,746.49		
	Junio	30	S/ 31,746.49	S/ 328.58	S/ 873.81	S/ 1,202.38	S/ 30,872.69		
	Julio	31	S/ 30,872.69	S/ 319.53	S/ 882.85	S/ 1,202.38	S/ 29,989.83		
	Agosto	32	S/ 29,989.83	S/ 310.39	S/ 891.99	S/ 1,202.38	S/ 29,097.84		
	Septiembre	33	S/ 29,097.84	S/ 301.16	S/ 901.22	S/ 1,202.38	S/ 28,196.62		
	Octubre	34	S/ 28,196.62	S/ 291.84	S/ 910.55	S/ 1,202.38	S/ 27,286.07		
	Noviembre	35	S/ 27,286.07	S/ 282.41	S/ 919.97	S/ 1,202.38	S/ 26,366.10		
	Diciembre	36	S/ 26,366.10	S/ 272.89	S/ 929.50	S/ 1,202.38	S/ 25,436.60	S/ 3,882.13	S/ 10,546.48
AÑO 4	Enero	37	S/ 25,436.60	S/ 263.27	S/ 939.12	S/ 1,202.38	S/ 24,497.49		
	Febrero	38	S/ 24,497.49	S/ 253.55	S/ 948.84	S/ 1,202.38	S/ 23,548.65		
	Marzo	39	S/ 23,548.65	S/ 243.73	S/ 958.66	S/ 1,202.38	S/ 22,590.00		
	Abril	40	S/ 22,590.00	S/ 233.81	S/ 968.58	S/ 1,202.38	S/ 21,621.42		
	Mayo	41	S/ 21,621.42	S/ 223.78	S/ 978.60	S/ 1,202.38	S/ 20,642.82		
	Junio	42	S/ 20,642.82	S/ 213.65	S/ 988.73	S/ 1,202.38	S/ 19,654.09		
	Julio	43	S/ 19,654.09	S/ 203.42	S/ 998.96	S/ 1,202.38	S/ 18,655.12		
	Agosto	44	S/ 18,655.12	S/ 193.08	S/ 1,009.30	S/ 1,202.38	S/ 17,645.82		
	Septiembre	45	S/ 17,645.82	S/ 182.63	S/ 1,019.75	S/ 1,202.38	S/ 16,626.07		
	Octubre	46	S/ 16,626.07	S/ 172.08	S/ 1,030.30	S/ 1,202.38	S/ 15,595.76		
	Noviembre	47	S/ 15,595.76	S/ 161.42	S/ 1,040.97	S/ 1,202.38	S/ 14,554.79		
	Diciembre	48	S/ 14,554.79	S/ 150.64	S/ 1,051.74	S/ 1,202.38	S/ 13,503.05	S/ 2,495.06	S/ 11,933.55
AÑO 5	Enero	49	S/ 13,503.05	S/ 139.76	S/ 1,062.63	S/ 1,202.38	S/ 12,440.42		
	Febrero	50	S/ 12,440.42	S/ 128.76	S/ 1,073.63	S/ 1,202.38	S/ 11,366.80		
	Marzo	51	S/ 11,366.80	S/ 117.65	S/ 1,084.74	S/ 1,202.38	S/ 10,282.06		
	Abril	52	S/ 10,282.06	S/ 106.42	S/ 1,095.97	S/ 1,202.38	S/ 9,186.09		
	Mayo	53	S/ 9,186.09	S/ 95.08	S/ 1,107.31	S/ 1,202.38	S/ 8,078.79		
	Junio	54	S/ 8,078.79	S/ 83.62	S/ 1,118.77	S/ 1,202.38	S/ 6,960.02		
	Julio	55	S/ 6,960.02	S/ 72.04	S/ 1,130.35	S/ 1,202.38	S/ 5,829.67		
	Agosto	56	S/ 5,829.67	S/ 60.34	S/ 1,142.05	S/ 1,202.38	S/ 4,687.62		
	Septiembre	57	S/ 4,687.62	S/ 48.52	S/ 1,153.87	S/ 1,202.38	S/ 3,533.75		
	Octubre	58	S/ 3,533.75	S/ 36.57	S/ 1,165.81	S/ 1,202.38	S/ 2,367.94		
	Noviembre	59	S/ 2,367.94	S/ 24.51	S/ 1,177.88	S/ 1,202.38	S/ 1,190.07		
	Diciembre	60	S/ 1,190.07	S/ 12.32	S/ 1,190.07	S/ 1,202.38	S/ 0.00	S/ 925.56	S/ 13,503.05
			TOTAL	S/ 18,602.08	S/ 53,540.99	S/ 72,143.07		S/ 18,602.08	S/ 53,540.99

Figura 14. Cronograma de financiamiento Banco Falabella.

N	Periodo	60	meses
	Tasa anual	19.55%	
TI	Tasa mensual	1.63%	
VP	Valor del prestamo	S/ 53,540.99	
SI	Saldo inicial	S/ 53,540.99	
PM	PAGO MENSUAL	S/ 1,405.14	

	MES	PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMOR.CAPITAL	PAGO MENSUAL	SALDO FINAL	Int. Anual	Am. Anual
AÑO 1	Enero	1	S/ 53,540.99	S/ 872.27	S/ 532.86	S/ 1,405.14	S/ 53,008.13		
	Febrero	2	S/ 53,008.13	S/ 863.59	S/ 541.55	S/ 1,405.14	S/ 52,466.58		
	Marzo	3	S/ 52,466.58	S/ 854.77	S/ 550.37	S/ 1,405.14	S/ 51,916.21		
	Abril	4	S/ 51,916.21	S/ 845.80	S/ 559.33	S/ 1,405.14	S/ 51,356.88		
	Mayo	5	S/ 51,356.88	S/ 836.69	S/ 568.45	S/ 1,405.14	S/ 50,788.43		
	Junio	6	S/ 50,788.43	S/ 827.43	S/ 577.71	S/ 1,405.14	S/ 50,210.72		
	Julio	7	S/ 50,210.72	S/ 818.02	S/ 587.12	S/ 1,405.14	S/ 49,623.60		
	Agosto	8	S/ 49,623.60	S/ 808.45	S/ 596.68	S/ 1,405.14	S/ 49,026.92		
	Septiembre	9	S/ 49,026.92	S/ 798.73	S/ 606.41	S/ 1,405.14	S/ 48,420.51		
	Octubre	10	S/ 48,420.51	S/ 788.85	S/ 616.29	S/ 1,405.14	S/ 47,804.23		
	Noviembre	11	S/ 47,804.23	S/ 778.81	S/ 626.33	S/ 1,405.14	S/ 47,177.90		
	Diciembre	12	S/ 47,177.90	S/ 768.61	S/ 636.53	S/ 1,405.14	S/ 46,541.37	S/ 9,862.02	S/ 6,999.62
AÑO 2	Enero	13	S/ 46,541.37	S/ 758.24	S/ 646.90	S/ 1,405.14	S/ 45,894.47		
	Febrero	14	S/ 45,894.47	S/ 747.70	S/ 657.44	S/ 1,405.14	S/ 45,237.03		
	Marzo	15	S/ 45,237.03	S/ 736.99	S/ 668.15	S/ 1,405.14	S/ 44,568.88		
	Abril	16	S/ 44,568.88	S/ 726.10	S/ 679.03	S/ 1,405.14	S/ 43,889.85		
	Mayo	17	S/ 43,889.85	S/ 715.04	S/ 690.10	S/ 1,405.14	S/ 43,199.75		
	Junio	18	S/ 43,199.75	S/ 703.80	S/ 701.34	S/ 1,405.14	S/ 42,498.41		
	Julio	19	S/ 42,498.41	S/ 692.37	S/ 712.77	S/ 1,405.14	S/ 41,785.65		
	Agosto	20	S/ 41,785.65	S/ 680.76	S/ 724.38	S/ 1,405.14	S/ 41,061.27		
	Septiembre	21	S/ 41,061.27	S/ 668.96	S/ 736.18	S/ 1,405.14	S/ 40,325.09		
	Octubre	22	S/ 40,325.09	S/ 656.96	S/ 748.17	S/ 1,405.14	S/ 39,576.91		
	Noviembre	23	S/ 39,576.91	S/ 644.77	S/ 760.36	S/ 1,405.14	S/ 38,816.55		
	Diciembre	24	S/ 38,816.55	S/ 632.39	S/ 772.75	S/ 1,405.14	S/ 38,043.80	S/ 8,364.06	S/ 8,497.57
AÑO 3	Enero	25	S/ 38,043.80	S/ 619.80	S/ 785.34	S/ 1,405.14	S/ 37,258.46		
	Febrero	26	S/ 37,258.46	S/ 607.00	S/ 798.13	S/ 1,405.14	S/ 36,460.33		
	Marzo	27	S/ 36,460.33	S/ 594.00	S/ 811.14	S/ 1,405.14	S/ 35,649.19		
	Abril	28	S/ 35,649.19	S/ 580.78	S/ 824.35	S/ 1,405.14	S/ 34,824.84		
	Mayo	29	S/ 34,824.84	S/ 567.35	S/ 837.78	S/ 1,405.14	S/ 33,987.06		
	Junio	30	S/ 33,987.06	S/ 553.71	S/ 851.43	S/ 1,405.14	S/ 33,135.63		
	Julio	31	S/ 33,135.63	S/ 539.83	S/ 865.30	S/ 1,405.14	S/ 32,270.33		
	Agosto	32	S/ 32,270.33	S/ 525.74	S/ 879.40	S/ 1,405.14	S/ 31,390.93		
	Septiembre	33	S/ 31,390.93	S/ 511.41	S/ 893.73	S/ 1,405.14	S/ 30,497.20		
	Octubre	34	S/ 30,497.20	S/ 496.85	S/ 908.29	S/ 1,405.14	S/ 29,588.92		
	Noviembre	35	S/ 29,588.92	S/ 482.05	S/ 923.08	S/ 1,405.14	S/ 28,665.83		
	Diciembre	36	S/ 28,665.83	S/ 467.01	S/ 938.12	S/ 1,405.14	S/ 27,727.71	S/ 6,545.54	S/ 10,316.09
AÑO 4	Enero	37	S/ 27,727.71	S/ 451.73	S/ 953.41	S/ 1,405.14	S/ 26,774.31		
	Febrero	38	S/ 26,774.31	S/ 436.20	S/ 968.94	S/ 1,405.14	S/ 25,805.37		
	Marzo	39	S/ 25,805.37	S/ 420.41	S/ 984.72	S/ 1,405.14	S/ 24,820.64		
	Abril	40	S/ 24,820.64	S/ 404.37	S/ 1,000.77	S/ 1,405.14	S/ 23,819.88		
	Mayo	41	S/ 23,819.88	S/ 388.07	S/ 1,017.07	S/ 1,405.14	S/ 22,802.81		
	Junio	42	S/ 22,802.81	S/ 371.50	S/ 1,033.64	S/ 1,405.14	S/ 21,769.17		
	Julio	43	S/ 21,769.17	S/ 354.66	S/ 1,050.48	S/ 1,405.14	S/ 20,718.69		
	Agosto	44	S/ 20,718.69	S/ 337.54	S/ 1,067.59	S/ 1,405.14	S/ 19,651.09		
	Septiembre	45	S/ 19,651.09	S/ 320.15	S/ 1,084.99	S/ 1,405.14	S/ 18,566.11		
	Octubre	46	S/ 18,566.11	S/ 302.47	S/ 1,102.66	S/ 1,405.14	S/ 17,463.44		
	Noviembre	47	S/ 17,463.44	S/ 284.51	S/ 1,120.63	S/ 1,405.14	S/ 16,342.81		
	Diciembre	48	S/ 16,342.81	S/ 266.25	S/ 1,138.88	S/ 1,405.14	S/ 15,203.93	S/ 4,337.85	S/ 12,523.78
AÑO 5	Enero	49	S/ 15,203.93	S/ 247.70	S/ 1,157.44	S/ 1,405.14	S/ 14,046.49		
	Febrero	50	S/ 14,046.49	S/ 228.84	S/ 1,176.30	S/ 1,405.14	S/ 12,870.20		
	Marzo	51	S/ 12,870.20	S/ 209.68	S/ 1,195.46	S/ 1,405.14	S/ 11,674.74		
	Abril	52	S/ 11,674.74	S/ 190.20	S/ 1,214.94	S/ 1,405.14	S/ 10,459.80		
	Mayo	53	S/ 10,459.80	S/ 170.41	S/ 1,234.73	S/ 1,405.14	S/ 9,225.07		
	Junio	54	S/ 9,225.07	S/ 150.29	S/ 1,254.84	S/ 1,405.14	S/ 7,970.23		
	Julio	55	S/ 7,970.23	S/ 129.85	S/ 1,275.29	S/ 1,405.14	S/ 6,694.94		
	Agosto	56	S/ 6,694.94	S/ 109.07	S/ 1,296.06	S/ 1,405.14	S/ 5,398.88		
	Septiembre	57	S/ 5,398.88	S/ 87.96	S/ 1,317.18	S/ 1,405.14	S/ 4,081.70		
	Octubre	58	S/ 4,081.70	S/ 66.50	S/ 1,338.64	S/ 1,405.14	S/ 2,743.06		
	Noviembre	59	S/ 2,743.06	S/ 44.69	S/ 1,360.45	S/ 1,405.14	S/ 1,382.61		
	Diciembre	60	S/ 1,382.61	S/ 22.53	S/ 1,382.61	S/ 1,405.14	S/ 0.00	S/ 1,657.70	S/ 15,203.93
			TOTAL	S/ 30,767.18	S/ 53,540.99	S/ 84,308.17		S/ 30,767.18	S/ 53,540.99

Figura 15. Cronograma de financiamiento Caja Trujillo.

N	Periodo	60	meses
	Tasa anual	34.33%	
TI	Tasa mensual	2.86%	
VP	Valor del prestamo	S/ 53,540.99	
SI	Saldo inicial	S/ 53,540.99	
PM	PAGO MENSUAL	S/ 1,877.28	

	MES	PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMOR.CAPITAL	PAGO MENSUAL	SALDO FINAL	Int. Anual	Am. Anual
AÑO 1	Enero	1	S/ 53,540.99	S/ 1,531.72	S/ 345.56	S/ 1,877.28	S/ 53,195.43		
	Febrero	2	S/ 53,195.43	S/ 1,521.83	S/ 355.45	S/ 1,877.28	S/ 52,839.98		
	Marzo	3	S/ 52,839.98	S/ 1,511.66	S/ 365.62	S/ 1,877.28	S/ 52,474.36		
	Abril	4	S/ 52,474.36	S/ 1,501.20	S/ 376.08	S/ 1,877.28	S/ 52,098.28		
	Mayo	5	S/ 52,098.28	S/ 1,490.45	S/ 386.84	S/ 1,877.28	S/ 51,711.45		
	Junio	6	S/ 51,711.45	S/ 1,479.38	S/ 397.90	S/ 1,877.28	S/ 51,313.54		
	Julio	7	S/ 51,313.54	S/ 1,467.99	S/ 409.29	S/ 1,877.28	S/ 50,904.26		
	Agosto	8	S/ 50,904.26	S/ 1,456.29	S/ 421.00	S/ 1,877.28	S/ 50,483.26		
	Septiembre	9	S/ 50,483.26	S/ 1,444.24	S/ 433.04	S/ 1,877.28	S/ 50,050.22		
	Octubre	10	S/ 50,050.22	S/ 1,431.85	S/ 445.43	S/ 1,877.28	S/ 49,604.80		
	Noviembre	11	S/ 49,604.80	S/ 1,419.11	S/ 458.17	S/ 1,877.28	S/ 49,146.62		
	Diciembre	12	S/ 49,146.62	S/ 1,406.00	S/ 471.28	S/ 1,877.28	S/ 48,675.35	S/ 17,661.73	S/ 4,865.64
AÑO 2	Enero	13	S/ 48,675.35	S/ 1,392.52	S/ 484.76	S/ 1,877.28	S/ 48,190.59		
	Febrero	14	S/ 48,190.59	S/ 1,378.65	S/ 498.63	S/ 1,877.28	S/ 47,691.96		
	Marzo	15	S/ 47,691.96	S/ 1,364.39	S/ 512.89	S/ 1,877.28	S/ 47,179.06		
	Abril	16	S/ 47,179.06	S/ 1,349.71	S/ 527.57	S/ 1,877.28	S/ 46,651.49		
	Mayo	17	S/ 46,651.49	S/ 1,334.62	S/ 542.66	S/ 1,877.28	S/ 46,108.84		
	Junio	18	S/ 46,108.84	S/ 1,319.10	S/ 558.18	S/ 1,877.28	S/ 45,550.65		
	Julio	19	S/ 45,550.65	S/ 1,303.13	S/ 574.15	S/ 1,877.28	S/ 44,976.50		
	Agosto	20	S/ 44,976.50	S/ 1,286.70	S/ 590.58	S/ 1,877.28	S/ 44,385.92		
	Septiembre	21	S/ 44,385.92	S/ 1,269.81	S/ 607.47	S/ 1,877.28	S/ 43,778.44		
	Octubre	22	S/ 43,778.44	S/ 1,252.43	S/ 624.85	S/ 1,877.28	S/ 43,153.59		
	Noviembre	23	S/ 43,153.59	S/ 1,234.55	S/ 642.73	S/ 1,877.28	S/ 42,510.86		
	Diciembre	24	S/ 42,510.86	S/ 1,216.16	S/ 661.12	S/ 1,877.28	S/ 41,849.75	S/ 15,701.78	S/ 6,825.60
AÑO 3	Enero	25	S/ 41,849.75	S/ 1,197.25	S/ 680.03	S/ 1,877.28	S/ 41,169.72		
	Febrero	26	S/ 41,169.72	S/ 1,177.80	S/ 699.48	S/ 1,877.28	S/ 40,470.23		
	Marzo	27	S/ 40,470.23	S/ 1,157.79	S/ 719.50	S/ 1,877.28	S/ 39,750.74		
	Abril	28	S/ 39,750.74	S/ 1,137.20	S/ 740.08	S/ 1,877.28	S/ 39,010.66		
	Mayo	29	S/ 39,010.66	S/ 1,116.03	S/ 761.25	S/ 1,877.28	S/ 38,249.41		
	Junio	30	S/ 38,249.41	S/ 1,094.25	S/ 783.03	S/ 1,877.28	S/ 37,466.38		
	Julio	31	S/ 37,466.38	S/ 1,071.85	S/ 805.43	S/ 1,877.28	S/ 36,660.95		
	Agosto	32	S/ 36,660.95	S/ 1,048.81	S/ 828.47	S/ 1,877.28	S/ 35,832.47		
	Septiembre	33	S/ 35,832.47	S/ 1,025.11	S/ 852.17	S/ 1,877.28	S/ 34,980.30		
	Octubre	34	S/ 34,980.30	S/ 1,000.73	S/ 876.55	S/ 1,877.28	S/ 34,103.75		
	Noviembre	35	S/ 34,103.75	S/ 975.65	S/ 901.63	S/ 1,877.28	S/ 33,202.12		
	Diciembre	36	S/ 33,202.12	S/ 949.86	S/ 927.42	S/ 1,877.28	S/ 32,274.69	S/ 12,952.32	S/ 9,575.05
AÑO 4	Enero	37	S/ 32,274.69	S/ 923.33	S/ 953.96	S/ 1,877.28	S/ 31,320.74		
	Febrero	38	S/ 31,320.74	S/ 896.03	S/ 981.25	S/ 1,877.28	S/ 30,339.49		
	Marzo	39	S/ 30,339.49	S/ 867.96	S/ 1,009.32	S/ 1,877.28	S/ 29,330.17		
	Abril	40	S/ 29,330.17	S/ 839.09	S/ 1,038.19	S/ 1,877.28	S/ 28,291.97		
	Mayo	41	S/ 28,291.97	S/ 809.39	S/ 1,067.90	S/ 1,877.28	S/ 27,224.08		
	Junio	42	S/ 27,224.08	S/ 778.84	S/ 1,098.45	S/ 1,877.28	S/ 26,125.63		
	Julio	43	S/ 26,125.63	S/ 747.41	S/ 1,129.87	S/ 1,877.28	S/ 24,995.76		
	Agosto	44	S/ 24,995.76	S/ 715.09	S/ 1,162.19	S/ 1,877.28	S/ 23,833.57		
	Septiembre	45	S/ 23,833.57	S/ 681.84	S/ 1,195.44	S/ 1,877.28	S/ 22,638.13		
	Octubre	46	S/ 22,638.13	S/ 647.64	S/ 1,229.64	S/ 1,877.28	S/ 21,408.48		
	Noviembre	47	S/ 21,408.48	S/ 612.46	S/ 1,264.82	S/ 1,877.28	S/ 20,143.66		
	Diciembre	48	S/ 20,143.66	S/ 576.28	S/ 1,301.00	S/ 1,877.28	S/ 18,842.66	S/ 9,095.34	S/ 13,432.03
AÑO 5	Enero	49	S/ 18,842.66	S/ 539.06	S/ 1,338.22	S/ 1,877.28	S/ 17,504.43		
	Febrero	50	S/ 17,504.43	S/ 500.77	S/ 1,376.51	S/ 1,877.28	S/ 16,127.93		
	Marzo	51	S/ 16,127.93	S/ 461.39	S/ 1,415.89	S/ 1,877.28	S/ 14,712.04		
	Abril	52	S/ 14,712.04	S/ 420.89	S/ 1,456.39	S/ 1,877.28	S/ 13,255.64		
	Mayo	53	S/ 13,255.64	S/ 379.22	S/ 1,498.06	S/ 1,877.28	S/ 11,757.58		
	Junio	54	S/ 11,757.58	S/ 336.36	S/ 1,540.92	S/ 1,877.28	S/ 10,216.67		
	Julio	55	S/ 10,216.67	S/ 292.28	S/ 1,585.00	S/ 1,877.28	S/ 8,631.67		
	Agosto	56	S/ 8,631.67	S/ 246.94	S/ 1,630.34	S/ 1,877.28	S/ 7,001.32		
	Septiembre	57	S/ 7,001.32	S/ 200.30	S/ 1,676.99	S/ 1,877.28	S/ 5,324.34		
	Octubre	58	S/ 5,324.34	S/ 152.32	S/ 1,724.96	S/ 1,877.28	S/ 3,599.38		
	Noviembre	59	S/ 3,599.38	S/ 102.97	S/ 1,774.31	S/ 1,877.28	S/ 1,825.07		
	Diciembre	60	S/ 1,825.07	S/ 52.21	S/ 1,825.07	S/ 1,877.28	S/ 0.00	S/ 3,684.72	S/ 18,842.66
			TOTAL	S/ 59,095.89	S/ 53,540.99	S/ 112,636.88		S/ 59,095.89	S/ 53,540.99

Figura 16. Cronograma de financiamiento Banco Interbank.

7.4. Balance inicial

Como indica (Weinberger,2009) el balance es una “fotografía” del negocio donde se muestran los activos, pasivos y el patrimonio.

BALANCE INICIAL AÑO 0		
<i>Motorepuestos "El Porvenir"</i>		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja	S/	110,000.00
Inventarios	S/	7,190.00
TOTALACTIVO CIRCULANTE		S/ 117,190.00
ACTIVO NO CORRIENTE		
Maquinaria y Equipo	S/	1,408.00
Equipo de Computo	S/	2,779.00
Equipo de Oficina	S/	1,289.00
Equipo de Transporte	S/	-
Edificios	S/	-
TOTALACTIVO FIJO		S/ 5,476.00
ACTIVO DIFERIDO		
Licencia de Funcionamiento	S/	120.00
Registro de Nombre Comercial	S/	534.99
Legalización de libros contables	S/	20.00
Otras trámites	S/	200.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO		S/ 874.99
TOTALACTIVO		S/ 123,540.99
PASIVO		
PASIVO A LARGO PLAZO		
APOYO FINANCIERO	S/	53,540.99
TOTAL PASIVO		S/ 53,540.99
CAPITAL CONTABLE		
Aportac. Capital Social	S/	70,000.00
TOTAL CAPITAL		S/ 70,000.00
SUMA PASIVO + CAPITAL		S/ 123,540.99

Figura 17. Balance inicial.

7.5. Remuneración del personal

Se menciona el sueldo de los colaboradores que formarán parte del negocio.

Tabla 32. Remuneración de personal

MANO DE OBRA DIRECTA			
Personal	Forma de Contrato	Cantidad	Monto de Pago
Vendedor -Cajero	Planilla	1	S/ 1,200.00
Almacenero	Planilla	1	S/ 1,200.00
TOTAL			S/ 2,400.00

MANO DE OBRA INDIRECTA			
Personal	Forma de Contrato	Cantidad	Monto de Pago
Administrador	Planilla	1	S/ 1,800.00
Contador	Planilla	1	S/ 1,600.00
TOTAL			S/ 3,400.00

7.6. Concentrado de ventas, costos y gastos año 1

Tabla 33. Concentrado de ventas año 1

VENTAS AÑO 1					
PRODUCTO	PRECIO	Unidades (MES)	VENTAS MENSUAL	UNIDADES (ANUAL)	VENTAS ANUALES
Accesorios	S/ 10.40	231	S/ 2,401.22	2,771	S/ 28,814.61
Amortiguador	S/ 72.00	132	S/ 9,499.32	1,583	S/ 113,991.85
Aros	S/ 136.40	132	S/ 17,995.94	1,583	S/ 215,951.22
Bateria Koyo	S/ 69.60	82	S/ 5,739.17	990	S/ 68,870.07
Cadena de arrastre 150 L	S/ 16.90	231	S/ 3,901.98	2,771	S/ 46,823.73
Catalinas c/protector	S/ 13.52	181	S/ 2,452.67	2,177	S/ 29,432.06
Filtro aire C125G	S/ 10.66	231	S/ 2,461.25	2,771	S/ 29,534.97
Guardas	S/ 25.09	198	S/ 4,965.37	2,375	S/ 59,584.49
Faros posteriores	S/ 84.00	198	S/ 16,623.81	2,375	S/ 199,485.73
Llantas 410-18	S/ 134.20	231	S/ 30,984.94	2,771	S/ 371,819.24
Pin piston C125	S/ 0.65	330	S/ 214.39	3,958	S/ 2,572.73
Rodajes 6905	S/ 2.60	165	S/ 428.79	1,979	S/ 5,145.47
Timones c/ protector	S/ 32.50	132	S/ 4,287.89	1,583	S/ 51,454.65
TOTALES	S/ 608.52	2474	S/ 101,956.74	29685	S/ 1,223,480.82

Tabla 34. Concentrado de costos año 1

COSTOS DE VENTA AÑO 1					
PRODUCTO	COSTO	Unidades (MES)	COSTO MENSUAL	UNIDADES (ANUAL)	COSTO ANUAL
Accesorios	S/ 8.00	231	S/ 1,847.09	2771	S/ 22,165.08
Amortiguador	S/ 60.00	132	S/ 7,916.10	1583	S/ 94,993.21
Aros	S/ 124.00	132	S/ 16,359.94	1583	S/ 196,319.29
Bateria Koyo	S/ 58.00	82	S/ 4,782.64	990	S/ 57,391.73
Cadena de arrastre 150 L	S/ 13.00	231	S/ 3,001.52	2771	S/ 36,018.26
Catalinas c/protector	S/ 10.40	181	S/ 1,886.67	2177	S/ 22,640.05
Filtro aire C125G	S/ 8.20	231	S/ 1,893.27	2771	S/ 22,719.21
Guardas	S/ 19.30	198	S/ 3,819.52	2375	S/ 45,834.22
Faros posteriores	S/ 70.00	198	S/ 13,853.18	2375	S/ 166,238.11
Llantas 410-18	S/ 122.00	231	S/ 28,168.12	2771	S/ 338,017.49
Pin piston C125	S/ 0.50	330	S/ 164.92	3958	S/ 1,979.03
Rodajes 6905	S/ 2.00	165	S/ 329.84	1979	S/ 3,958.05
Timones c/ protector	S/ 25.00	132	S/ 3,298.38	1583	S/ 39,580.50
TOTALES	S/ 520.40	2474	S/ 87,321.18	29685	S/ 1,047,854.22

Tabla 35. Concentrado de gastos fijos de administración

GASTOS GENERALES	MENSUAL		ANUALES	
SALARIOS	S/	7,076.00	S/	84,912.00
MANTENIMIENTO	S/	200.00	S/	2,400.00
LUZ ELÉCTRICA	S/	300.00	S/	3,600.00
SERVICIO DE AGUA	S/	200.00	S/	2,400.00
TELEFONO E INTERNET	S/	90.00	S/	1,080.00
ALQUILER	S/	600.00	S/	7,200.00
SUMA DE LOS GASTOS	S/	8,466.00	S/	101,592.00

Tabla 36. Utilidad antes de impuestos año 1

	MENSUAL		ANUALES	
VENTAS TOTALES	S/	93,752.03	S/	1,125,024.32
COSTOS DE VENTAS O PRODUCCIÓN	S/	80,543.02	S/	966,516.28
GASTOS FIJOS MENSUALES	S/	8,466.00	S/	101,592.00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS año 1	S/	4,743.00	S/	56,916.04

7.7. Depreciación

Motorepuestos "El Porvenir"						
PORCENTAJE DE DEPRECIACION QUE MARCA LA LEY						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		10%	10%	10%	10%	10%
Equipo de Computo		10%	10%	10%	10%	10%
Equipo de Oficina		10%	10%	10%	10%	10%
Amortizacion activo diferido						
DEPRECIACIONES ANUALES						
	Monto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	S/ 1,408.00	S/ 140.80	S/ 140.80	S/ 140.80	S/ 140.80	S/ 140.80
Equipo de Computo	S/ 2,779.00	S/ 277.90	S/ 277.90	S/ 277.90	S/ 277.90	S/ 277.90
Equipo de Oficina	S/ 1,289.00	S/ 128.90	S/ 128.90	S/ 128.90	S/ 128.90	S/ 128.90
TOTAL	S/ 5,476.00	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60
Amortizacion activo diferido	S/ 874.99	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
DEPRECIACIONES ACUMULADAS						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		S/ 140.80	S/ 281.60	S/ 422.40	S/ 563.20	S/ 704.00
Equipo de Computo		S/ 277.90	S/ 555.80	S/ 833.70	S/ 1,111.60	S/ 1,389.50
Equipo de Oficina		S/ 128.90	S/ 257.80	S/ 386.70	S/ 515.60	S/ 644.50
TOTAL		S/ 547.60	S/ 1,095.20	S/ 1,642.80	S/ 2,190.40	S/ 2,738.00
Amortizacion activo diferido		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
SALDO POR DEPRECIAR						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo		S/ 1,267.20	S/ 1,126.40	S/ 985.60	S/ 844.80	S/ 704.00
Equipo de Computo		S/ 2,501.10	S/ 2,223.20	S/ 1,945.30	S/ 1,667.40	S/ 1,389.50
Equipo de Oficina		S/ 1,160.10	S/ 1,031.20	S/ 902.30	S/ 773.40	S/ 644.50
TOTAL DE PENDIENTE DE DEPRECIAR			S/ 4,380.80	S/ 3,833.20	S/ 3,285.60	S/ 2,738.00
		S/ 874.99	S/ 874.99	S/ 874.99	S/ 874.99	S/ 874.99
VALOR DE SALVAMENTO AÑO 5						S/ 3,612.99

Figura 18. Depreciación.

7.8. Estado de resultados proyectado

Según(Weinberger,2009) en este estado financiero se muestra la ganancia(utilidad) o pérdida de un período determinado, es decir, la rentabilidad del negocio desde un punto de vista operativo.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS						
<i>Motorepuestos "El Porvenir"</i>						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos	1,223,480.82	1,610,247.58	2,206,441.74	3,105,787.40	4,435,064.41	
Costo de venta	1,047,854.22	1,379,101.89	1,889,714.37	2,659,961.94	3,798,425.65	
Utilidad Bruta	S/ 175,626.60	S/ 231,145.69	S/ 316,727.38	S/ 445,825.46	S/ 636,638.75	
menos						
Gastos Fijos.	101,592.00	133,707.26	183,212.38	257,889.74	368,266.55	
Depreciación	547.60	547.60	547.60	547.60	547.60	
Gastos y productos financ.	6,191.34	5,107.98	3,882.13	2,495.06	925.56	
Utilidad antes de	S/ 67,295.66	S/ 91,782.84	S/ 129,085.27	S/ 184,893.05	S/ 266,899.04	
ISR (Impuesto sobre la renta)	20,188.70	27,534.85	38,725.58	55,467.92	80,069.71	Tasa 30%
Utilidad Neta	S/ 47,106.96	S/ 64,247.99	S/ 90,359.69	S/ 129,425.14	S/ 186,829.33	
UTILIDADES RETENIDAS	S/ 18,842.79	S/ 25,699.20	S/ 36,143.88	S/ 51,770.06	S/ 74,731.73	40%
UTILIDADES POR REPARTIR	S/ 28,264.18	S/ 38,548.79	S/ 54,215.81	S/ 77,655.08	S/ 112,097.60	% Aportacion por socio
Dividendos por socio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
SOCIO 1	S/ 14,132.09	S/ 19,274.40	S/ 27,107.91	S/ 38,827.54	S/ 56,048.80	50%
SOCIO 2	S/ 14,132.09	S/ 19,274.40	S/ 27,107.91	S/ 38,827.54	S/ 56,048.80	50%
Total por repartir	\$ 28,264.18	\$ 38,548.79	\$ 54,215.81	\$ 77,655.08	\$ 112,097.60	
INVERSION DE POR SOCIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
SOCIO 1	40%	55%	77%	111%	160%	
SOCIO 2	40%	55%	77%	111%	160%	

Figura 19. Estado de resultados proyectado.

7.9. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
<i>Motorepuestos "El Porvenir"</i>						
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	S/ 169,605.99	S/ 204,162.93	S/ 257,165.66	S/ 337,731.37	S/ 458,551.96	
Inventario final de M. Prima	S/ 5,800.00	S/ 5,800.00	S/ 5,800.00	S/ 5,800.00	S/ 5,800.00	
Inventario final de Prod. Term.	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	
Total Activo Circulante	S/ 176,005.99	S/ 210,562.93	S/ 263,565.66	S/ 344,131.37	S/ 464,951.96	
ACTIVO NO CORRIENTE						
Maquinaria y Equipo	S/ 1,408.00	S/ 1,408.00	S/ 1,408.00	S/ 1,408.00	S/ 1,408.00	
Equipo de Computo	S/ 2,779.00	S/ 2,779.00	S/ 2,779.00	S/ 2,779.00	S/ 2,779.00	
Equipo de Oficina	S/ 1,289.00	S/ 1,289.00	S/ 1,289.00	S/ 1,289.00	S/ 1,289.00	
Equipo de Transporte	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
Edificios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
Activo Fijo Bruto	S/ 5,476.00	S/ 5,476.00	S/ 5,476.00	S/ 5,476.00	S/ 5,476.00	
Depreciación del periodo	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60	S/ 547.60	
Depreciación acumulada	S/ 547.60	S/ 1,095.20	S/ 1,642.80	S/ 2,190.40	S/ 2,738.00	
Total Activo Fijo	\$ 4,928.40	\$ 4,380.80	\$ 3,833.20	\$ 3,285.60	\$ 2,738.00	
ACTIVO DIFERIDO						
Propiedad Intelectual	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	
Registro de Nombre Comercial	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 534.99	
Otros seguros	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	
Total Activo Diferido	S/ 854.99	S/ 854.99	S/ 854.99	S/ 854.99	S/ 854.99	
TOTAL ACTIVO	S/ 181,789.38	S/ 215,798.72	S/ 268,253.85	S/ 348,271.96	S/ 468,544.95	
PASIVOS						
PASIVO A CORTO PLAZO						
ISR Y PTU por pagar	S/ 20,188.70	S/ 27,534.85	S/ 38,725.58	S/ 55,467.92	S/ 80,069.71	
PASIVO A LARGO PLAZO						
Financiamiento	S/ 45,303.72	S/ 35,983.09	S/ 25,436.60	S/ 13,503.05	S/ 0.00	
TOTAL PASIVO	S/ 65,492.42	S/ 63,517.94	S/ 64,162.18	S/ 68,970.97	S/ 80,069.71	
CAPITAL						
Capital Social	S/ 70,000.00	S/ 70,000.00	S/ 70,000.00	S/ 70,000.00	S/ 70,000.00	
Utilidad del Ejercicio	S/ 47,106.96	S/ 64,247.99	S/ 90,359.69	S/ 129,425.14	S/ 186,829.33	
Dividendos pagados		S/ 28,264.18	S/ 38,548.79	S/ 54,215.81	S/ 77,655.08	
Utilidades retenidas (acumuladas)		S/ 18,842.79	S/ 44,541.98	S/ 80,685.86	S/ 132,455.91	
TOTAL CAPITAL	S/ 117,106.96	S/ 153,090.78	S/ 204,901.67	S/ 280,110.99	S/ 389,285.24	
SUMA PASIVO + CAPITAL	S/ 182,599.38	S/ 216,608.72	S/ 269,063.85	S/ 349,081.96	S/ 469,354.95	
Diferencias	-810.00	-810.00	-810.00	-810.00	-810.00	

Figura 20. Balance general proyectado.

7.10. Punto de equilibrio

Una vez establecidos los costos fijos y variables, es importante conocer el número mínimo de productos o servicios que se debe vender para que el negocio no pierda dinero, es decir, para que sus ingresos sean iguales a sus costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO NUMERICO

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTO VOLUMEN UTILIDAD							ESCENARIOS
UNIDADES	INGRESOS	COSTOS FIJOS	C.VARIABLE	COSTO TOTAL	UTILIDAD		
0	S/ -	S/ 101,592.00	S/ -	S/ 101,592.00	-S/ 101,592.00		Pesimista
2283	S/ 94,113.91	S/ 101,592.00	S/ 80,604.17	S/ 182,196.17	-S/ 88,082.26		PUNTO DE EQUILIBRIO
4567	S/ 188,227.82	S/ 101,592.00	S/ 161,208.34	S/ 262,800.34	-S/ 74,572.52		
6850	S/ 282,341.73	S/ 101,592.00	S/ 241,812.51	S/ 343,404.51	-S/ 61,062.78		
9134	S/ 376,455.64	S/ 101,592.00	S/ 322,416.68	S/ 424,008.68	-S/ 47,553.04		
11417	S/ 470,569.55	S/ 101,592.00	S/ 403,020.85	S/ 504,612.85	-S/ 34,043.31		
13701	S/ 564,683.46	S/ 101,592.00	S/ 483,625.02	S/ 585,217.02	-S/ 20,533.57		
15984	S/ 658,797.37	S/ 101,592.00	S/ 564,229.19	S/ 665,821.19	-S/ 7,023.83		
18268	S/ 752,911.27	S/ 101,592.00	S/ 644,833.36	S/ 746,425.36	S/ 6,485.91		
20551	S/ 847,025.18	S/ 101,592.00	S/ 725,437.53	S/ 827,029.53	S/ 19,995.65		
22835	S/ 941,139.09	S/ 101,592.00	S/ 806,041.70	S/ 907,633.70	S/ 33,505.39		
25118	S/ 1,035,253.00	S/ 101,592.00	S/ 886,645.88	S/ 988,237.88	S/ 47,015.13		
27402	S/ 1,129,366.91	S/ 101,592.00	S/ 967,250.05	S/ 1,068,842.05	S/ 60,524.87		
29685	S/ 1,223,480.82	S/ 101,592.00	S/ 1,047,854.22	S/ 1,149,446.22	S/ 74,034.60	Esperado	
31969	S/ 1,317,594.73	S/ 101,592.00	S/ 1,128,458.39	S/ 1,230,050.39	S/ 87,544.34		
34252	S/ 1,411,708.64	S/ 101,592.00	S/ 1,209,062.56	S/ 1,310,654.56	S/ 101,054.08		
36536	S/ 1,505,822.55	S/ 101,592.00	S/ 1,289,666.73	S/ 1,391,258.73	S/ 114,563.82	Optimista	

Figura 21. Punto de equilibrio numérico.