



**UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y  
PEDAGÓGICAS**

**CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS**

**ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA DE  
TRANSPORTES “MAYRA ALEJANDRA S.R.L.” DE LA CIUDAD DE  
ILO, AÑO 2020 AL 2021**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. AGUILAR BRAVO CYNTHIA**

**BACH. ZUÑIGA PATIÑO MERCEDES RUTH**

**ASESOR:**

**DR. LUJAN MINAYA JULIO CESAR**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**INGENIERO COMERCIAL**

**MOQUEGUA PERÚ**

**2022**

## Índice de contenido

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de Tabla y gráficos .....	v
Resumen .....	vi
Abstrac.....	vii
Introducción.....	viii
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1. Descripción del problema.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2. Definición del problema.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.1. Problema principal: .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.2. Problemas secundarios:.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. Objetivos de la investigación .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.1. Objetivo Principal.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.2. Objetivos Específico .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.3. Justificación y limitaciones de la investigación. ....</b>	<b>11</b>
<b>1.4. Variables.....</b>	<b>11</b>
<b>1.5. Hipótesis de la investigación.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. Antecedentes de la Investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Bases teóricas. ....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Marco conceptual. ....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.1. Perfil Del Consumidor.....</b>	<b>30</b>
<b>2.3.2. Ventajas competitivas .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3.3. Análisis FODA de la empresa .....</b>	<b>33</b>
<b>2.3.4. La Oferta.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.5. Mercado Y Venta.....</b>	<b>37</b>
<b>2.3.6. Estrategia de Precios.....</b>	<b>41</b>
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1. Tipo de investigación. ....</b>	<b>42</b>
<b>3.2. Diseño de investigación. ....</b>	<b>42</b>

3.3. Población y muestra.....	42
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	43
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	43
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS....	44
4.1. Presentación de resultados por variable. ....	44
4.2. Contratacion de hipótesis.....	46
4.3. Discusión de resultados .....	50
5.1. Conclusiones.....	51
5.2. Recomendaciones .....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	53
ANEXOS .....	55

### Índice de Tabla y gráficos

Tabla 1 Indicadores Financieros. ....	46
Tabla 2: Punto de Equilibrio. ....	46
Tabla 3 Ratios Financieros.....	48

## Resumen

La investigación realiza tiene por finalidad conocer la factibilidad de la empresa de transportes Mayra Alejandra SRL proveniente de la provincia Ilo en los periodos siguientes: 2020 al 2021, dedicando se al rubro de servicio de transportes de personal, además de ser una empresa constituida como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada.

La Empresa Mayra Alejandra SRL está enfocado en traslado de personal en la Ciudad de ILO la cual cuenta con un local en ubicación estratégicamente comercial y lugar céntrico para su traslado a diversas zonas de la ciudad.

El principal objetivo de la empresa es atender los requerimientos del mercado en el menor tiempo posible y satisfacer sus necesidades brindándole calidad y buen servicio de atención al cliente, de esa manera fortalecer la imagen de la empresa, logrando diseñar estrategias para poder ingresar en el mercado. Cuenta con ventajas respecto a sus competidores haciéndose conocido por sus costos y calidad que ofrece sustancialmente bajos que el promedio del mercado.

Finalmente se llegó a concluir que: El mercado objetivo al cual se encuentra enfocado la empresa Mayra Alejandra SRL son las empresas contratistas y sub contratistas de minerías. El presupuesto de inversión para la empresa Mayra Alejandra SRL es de S/. 292,453.00, del cual S/. 90,000.00 es aporte y el S/. 202,453.00 préstamo de una entidad financiera. Según el análisis financiero se obtuvo un VAN de S/. 84,085.00 y un TIR de 2.22%, por lo cual se concluye que esta empresa es viable y factible.

**Palabras clave:** factibilidad, viabilidad, VAN y TIR.

## Abstrac

The purpose of the research carried out is to know the feasibility of the transport company Mayra Alejandra SRL from the Ilo province in the following periods: 2020 to 2021, dedicating itself to the field of personnel transport service, in addition to being a company constituted as a Company Limited Liability Commercial.

The Company Mayra Alejandra SRL is focused on the transfer of personnel in the City of ILO, which has a place in a strategically commercial location and a central place for its transfer to various areas of the city.

The main objective of the company is to meet the requirements of the market in the shortest possible time and satisfy its needs by providing quality and good customer service, thus strengthening the image of the company, managing to design strategies to enter the market. . It has advantages over its competitors, becoming known for its costs and quality that it offers substantially lower than the market average.

Finally, it was concluded that: The target market to which the company Mayra Alejandra SRL is focused are the mining contractors and subcontractors. The investment budget for the company Mayra Alejandra SRL is S/. 292,453.00, of which S/. 90,000.00 is a contribution and the S/. 202,453.00 loan from a financial institution. According to the financial analysis, a NPV of S/. 84,085.00 and an IRR of 2.22%, for which it is concluded that this company is viable and feasible.

**Keywords:** feasibility, feasibility, NPV and IRR.

## **Introducción**

Los objetivos de este estudio están diseñados a fin de conocer la factibilidad que tiene la empresa de transportes Mayra Alejandra SRL. la misma que quiere complacer a quienes usen el servicio . }

Realizar el estudio del target es indispensable para la empresa por que esta enfocándose en ver la realidad que afrontara si se ejecutase el servicio, esta información recopilada del target es empleada en diversos ámbitos de la empresa, puede ser en la parte económica mediante proyecciones , es una meta a futuro que se incremente la factibilidad.

Sin embargo si se analiza por el lado de la inversión que se emplea en este proyecto, todo el resultado de la investigación del mercado, tendrá como objetivo principal 2 cosas: primero servirá de apoyo en las decisiones a ejecutarse y segundo aunque los estudios tengan gastos estos gastos no serán considerados como tal, se consideraran una parte fundamental de inversión para el crecimiento de la empresa aprovechable.

# CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. Descripción del problema.

Gracias al incremento demográfico de la ciudad de Ilo y la presencia de empresas mineras en el departamento de Moquegua, en mercado se ha ampliado de tal manera que permite el ingreso de otras actividades, y sectores, por consiguiente introducir una empresa que tenga actividades relacionadas a este nuevo sector esta considerando se como rentable.

La incorporación de empresas mype hoy en dia esta trayendo utilidades generosas para los emprendedores, viendo todo este cambio provocado por el incremento demográfico y la recolección de minerales en Ilo, se ve justo una idea de negocio, que seria, la introducción de una empresa que brinde servicio de transporte a las empresas que efectúan su labor en las minas, además de ver la casi inexistencia de oferta en este rubro da a conocer que es una gran idea realizar estas actividades.

Por lo mismo del crecimiento poblacional, no se llega a abastecer la oferta de servicio, y la demanda esta siendo insatisfecha, al ejecutar una empresa como esta , se tiene grandes posibilidades de que llegue a complacer las necesidades del mercado , muy aparte de complacerlos , tambien se estaría complaciendo a los inversores de la empresa, y con ello se estaría mejorando la calidad de vida de distintas personas que estarían involucradas o formarían parte de alguna manera u otra de este proyecto.

Los motivos por los que se realiza este estudio es para poder dar a conocer a las personas que todo es posible con planeación y con un correcto manejo de información, que cualquiera sea quien sea , venga de donde venga, si se propone salir adelante lo puede hacer, es solo cuestión de realmente quererlo , las personas deben conocer que su capacidad no es limitada por nadie si no ellos son quienes se limitan.

## **1.2. Definición del problema.**

### **1.2.1. Problema principal:**

¿Es factible la empresa de transportes Mayra Alejandra SRL de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021?

### **1.2.2. Problemas secundarios:**

- ¿Cuál es el mercado objetivo para el servicio que ofrece la empresa Mayra Alejandra SRL?
- ¿Cuánto es el presupuesto de inversión para la empresa Mayra Alejandra SRL?
- ¿Es viable la empresa Mayra Alejandra SRL de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo Principal.**

Determinar la factibilidad de la empresa de transportes Mayra Alejandra SRL de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

### **1.3.2. Objetivos Específico**

- Identificar el mercado objetivo para el servicio que ofrece la empresa Mayra Alejandra SRL.
- Realizar el presupuesto de inversión para la empresa Mayra Alejandra SRL.



- Efectuar una evaluación económica y financiera a fin de determinar la viabilidad de la empresa Mayra Alejandra SRL de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

### **1.3.3. Justificación y limitaciones de la investigación.**

Resaltando los principales personajes que serán beneficiados gratuitamente por la ejecución del proyecto son los contratistas y sub contratistas, son personas jurídicas que conforman la demanda del sector, y complacerlos a ellos es la idea del proyecto, puesto que sin ellos esto no se daría como tal.

Este estudio servirá para investigaciones posteriores, como antecedente.

### **1.4. Variables.**

Como objeto de estudio se utilizará como única variable la factibilidad de la empresa Mayra Alejandra SRL.

### **1.5. Hipótesis de la investigación.**

H1: Es factible la creación de una empresa de transportes “Mayra Alejandra S.R.L.” de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

H0: No es factible la creación de una empresa de transportes “Mayra Alejandra S.R.L.” de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

Flores, L. y Palacios, A. (2016) en el trabajo realizado por ellos mismos titulado Estudio de factibilidad para el establecimiento de una granja avícola de ponedoras semi tecnificada en el municipio San Sebastián de Yalí, departamento de Jinotega en el periodo 2016 al 2019, se pusieron como obj, llegar a ver la prefactibilidad en este negocio.

Como conclusion del trabajo se han obtenido los sgts, resultados :

Los indicadores financieros arrojaron que seria buena idea ejecutar el proyecto y tambien dieron como resultado que este proyecto traería grandes beneficios para la población, y mas para quienes lo lleven acabo con un C/B de 1.20 ( 20%) utilidad.

Brandán, J. (2016), comenta en su trabajo conocida por el como: estudio de factibilidad para la instalación de un gimnasio en Lima Metropolitana orientado al NSE B y C y su obj, era realizar la evaluación de la viabilidad del gimnasio, con un rango de edad entre los 18 – 29 años, todo era explicativa.

Conclusiones, que lamentablemente el gimnasio no era del todo rentable por motivos que sus ingresos no se ascendían mas de lo que se necesitaba, perjudicando de esta manera a todos los involucrados, generando mas obligaciones que beneficios.

Flores, D. y Gómez, M. (2016) realizo un trabajo titulado : estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrece servicio de taxi estación para Lima Metropolitana , con objetivos claros y precisos de ver el manejo de inversión y ver cuales serán las estrategias que le servirán como pieza fundamental para la diferenciación y proporcionar a los clientes un servicio que realmente los complazca, les brinde la comodidad que esperan.

Como conclusión tenemos que en ese proyecto es rentable y beneficioso para todos. Los servicios que se dan en la ciudad son precarios , y no son para nada satisfactorio en algunos casos y en otros es aun peor por que la misma forma de vida de la sociedad no se les permite que puedan acceder al servicio.

Si se contase con un proyecto como ese tendría gran acogida por parte de la población de la ciudad. Asi mismo el target seleccionado para usar el servicio será de entre los 18-69 años personas con un nivel de ingreso económico de B, C Y D.

Para el proyecto se empleara la inversión del monto inicial de S/ 1'529,935, monto el cual sera financiados por 2 inversionistas como son Crediscotia ( I principal ) e Interbank ( I. secundario).

## 2.2. Bases teóricas.

### ➤ Factibilidad

Según Navarro, P. (2000), indica que la factibilidad es la unión de diversos conocimientos basado en una fuente de información, que permitirá a la empresa a conocer:

La existencia de condiciones aptas para el desarrollo del proyecto y si sería lo correcto o no. Tener en claro las externalidades que se producirán en el entorno con este proyecto.

Para la ejecución de un proyecto que brindara el servicio de generar un producto se toma en consideración, varios elementos los cuales convertirán en dependiente a la empresa, de ellos , sin estos elementos no será posible, llevar a cabo la realización del producto, por consiguiente si no se realiza no habrá meta a cumplir, además de esto, es necesario que la empresa sepa que los recursos o elementos de los que depende son limitados por lo que tendrá que planificar de manera minuciosa la designación de cada uno de ellos en cada parte del proceso de elaboración en un periodo de tiempo determinado .

En el inicio de las actividades de un proyecto es necesario y primordial que la empresa tenga en conocimiento que sea cual sea el proyecto a realizar todo será parte de la empresa, ya sea que se den de manera singular o plural.

Martínez, (2012), da a conocer se conoce a la facilidad que se tiene para proveer los recursos que se necesita en el proyecto en un horizonte de tiempo definido, tales como el financiamiento, estudios

Dubs de Moya, 2002), hace mención que un proyecto factible es la unión de todas las actividades que tienen algo en común, si se llegase a realizar, esta actividad traerá grandes beneficios, como el cumplimiento de las metas y complacer a las personas con lo que necesiten.

La Universidad Simón Rodríguez (1980) menciona que es una orientación que resuelve un determinado problema o carencia de un sujeto

Según Mejía et al., (2016) comenta que es analizar los factores que están relacionados a la elaboración del proyecto, es un modelo que permite ver la realidad, así mismo ofrece opciones de solución.

➤ Oferta

Hernandez (2008), menciona que el elemento que determina los resultados de la oferta es el precio y la cantidad, estos elementos son un complemento entre sí, sin ellos la oferta no podría darse.

➤ Costo beneficio

Gómez Salazar, Uribe Marín & Mora Cuartas, (2011), hacen mención a la capacidad medida de la inversión monetaria, que se genera, además entre más sea la conexión se incrementará los beneficios.

➤ TIR

Vásquez, y otros, (2017), indican que es un elemento muy útil al momento que verificar si la dirección de la empresa es la correcta, además de que permite abrirle paso a un Proyecto.

➤ VAN

Mete, (2014), menciona que con él, se genera las respuestas y las conclusiones del Proyecto, con toda la información se puede saber si en efecto el Proyecto es viable o no .

Fajardo Vaca, L., Girón Guerrero, y otros dan a conocer que el van es una formula numérica la cual consiste en obtener un resultado, resultado del cual dependerá la respuesta de si es aceptable que se ejecute el Proyecto.

➤ Viabilidad económica y financiera

Para Sapag (2011), da a conocer que este termino es se elabora un proyecto de probabilidad, si de acepta o no, con finalidad de ver los beneficios economicos que se obtendrán (p. 30)

### **2.3. Marco conceptual.**

La Empresa de Transportes de Personal Mayra Alejandra S.R.L. de la ciudad de Ilo. Proporciona un servicio que consiste en llevar a las personas a un lugar determinado, además de generarles un espacio de comodidad y un ambiente agradable, limpio y seguro , que aunque vayan a realizar un viaje corto llegan con bien a su destino .

En cuanto a las tarifas que se cobra por el traslado es fijado por el responsable directo con la minera, para la satisfacción de la demanda, el personal encargado de proporcionar el traslado será un sujeto cuya vida profesional se basa regido por sus principios y valores.

La idea es simplificar el costo y gestión de las empresas industriales para transportar a su personal tanto para la labor en la propia industria, así como la labor de fuera de ella a obras o proyectos fuera de la ciudad donde se encuentre la industria por la cual trabajaremos.

**RUC:** 20214920787

**Razón social:** EMP. TRANSPORTES MAYRA ALEJANDRA SRL.

**Objeto social:**

- Transporte de personal para todo tipo de empresas.
- Alquiler de vehículos como camionetas 4x4, Combi, Sprinter, Coaster y Buses, etc.
- Servicios de Transporte

Contamos con personal capacitado para el manejo de las unidades y personal y otros.

**Domicilio fiscal:** Mza. T Lote. 11 Ciudad Jardín (.) - Ilo

**Logo de la empresa****VISIÓN**

Solidar y comprometer a la empresa con sus clientes, siguiendo fielmente las reglas, generar una adaptación continua a las necesidades que tenga los demandantes, además de ser conscientes la importancia que son las externalidades que se provocaran en el ambiente y salvaguardar la seguridad del personal.

## **MISIÓN**

- Dar un servicio que satisfaga las necesidades de los demandantes, con una muy buena impresión de calidad.
- Ser los primeros en las mentes de los demandantes, cuando piensen en transporte, piensen en nosotros
- Ser considerada la opción más adecuada para la necesidad de los demandantes
- Proporcionar valor a nuestros clientes internos, dándoles a conocer que si nos importan.
- Renovar cada vez que sea necesario nuestro parque automotor.

## **VALORES**

- Servicio: Llegar a superar las expectativas de nuestros Clientes
- Calidad: Los diferentes servicios que proporcionaremos será dados con medidas propias para generar en el cliente la atención que necesita
- Honestidad: Siempre promoviendo la sinceridad como parte fundamental de la empresa, creando un vínculo y una imagen idónea de la empresa.

## **OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

- Nuestro objetivo principal es convertirnos en una empresa líder en el servicio de transportes de personal y alquiler de vehículos en la región Moquegua.
- La empresa generará ingreso para las familias del lugar además de brindarles confianza en el transcurso en el que se efectúa el servicio.
- Se tiene la ideología de lograr en un periodo aproximado de 6 meses un lugar estable dentro del mercado en el que se trabaja.



## **ESTRATEGIAS DE NEGOCIO**

- Nuestra estrategia se enfocara en la manera de atención que se les gestionara a los clientes, y nuestros servicios, serán efectuados con la mayor calidad posible.
- Parte fundamental de esta empresa es contar con equipos de tecnología de primera, para lo que el proveedor de los equipos y el mantenimiento correspondiente.
- Capacitación regulada por profesionales .
- Ampliar los horarios de atención los cuales serán más amplios que el de nuestros competidores.

### **Tamaño Actual Y Proyectado.**

En los servicios generales, existen diferentes y grandes cantidades de organizaciones que emplean su tiempo a ofrecer diferentes servicios.

El mercado antes en la Region de Moquegua era pequeño y suficiente para los ofertantes y demandantes, pero ahora con los diversos factores de crecimiento poblacional, ya no se abastecen los ofertantes, por lo que se estima que este negocio es rentable.

Por lo mismo del crecimiento demográfico y la población, se realizo el incremento de personal para las actividades mineras, por lo que contar con una de transporte de personal será muy solicitado en el mercado del sector.

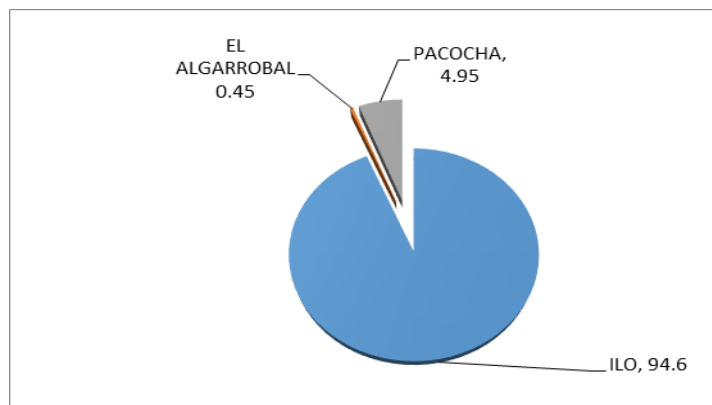
- ***Tendencias Del Mercado.***

Es favorable para la empresa, el como la tendencia del mercado se inclina para el lado de la empresa.

## Análisis Situacional

Moquegua, es la region considera como una de las que tiene mayor cantidad de minas por ende la mas explotada, siendo estas empresas las que realizan este tipo de actividad: Southern Copper Corporation, Angloamerican y demás. Este trabajo se requiere por que brindara información y la situación de su entorno a La Empresa de Transporte de Personal MAYRA ALEJANDRA S.R.L.

La Provincia de Ilo se ubica en la costa meridional del Perú, a 1,250 Km de Lima y es una de las tres provincias de la región Moquegua. ILO cuenta con tres distritos: Ilo, El Algarrobal y Pacocha. Según el INEI, Ilo en el 2015 tiene una población de 70,694 (INEI, 2015), con crecimiento poblacional de 1.6% en promedio anual. Del total de la población, el 94.6% está concentrado en el distrito de Ilo. La Provincia de Ilo se ubica en la costa meridional del Perú, a 1,250 Km de Lima y es una de las tres provincias de la región Moquegua



Moquegua: Superficie, Población y Densidad Poblacional 2015

Departamento y Provincia	Superficie (km <sup>2</sup> )	Población Estimada 2015	Densidad Poblacional Hab/km <sup>2</sup>
PERÚ 1/	1286966.66	31151643	24.2054779
MOQUEGUA 9/	15733.97	180477	11.4705316
MARISCAL NIETO	8671.58	81450	9.39275196
GENERAL SÁNCHEZ CERRÓN	5681.71	28333	4.98670295
ILO	1380.59	70694	51.205644

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

Extracción: Oficina de Gestión de la Información y Estadística

1/ Incluye: 4,996.28 km<sup>2</sup> que corresponde al lado peruano del lago Titicaca.

9/ Incluye: 0.09 km<sup>2</sup> de superficie insular oceánica.

Nota: Población Proyectada al 30 de Junio del 2015

SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO, 2012-2015

UBIGEO	DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	2012			2013			2014			2015		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
180000	MOQUEGUA	174 859	93 350	81 509	176 736	94 332	82 404	178 612	95 309	83 303	180 477	96 276	84 201
180100	MARISCAL NIETO	78 890	41 970	36 920	79 745	42 411	37 334	80 600	42 849	37 751	81 450	43 283	38 167
180101	MOQUEGUA	54 693	28 223	26 470	55 546	28 637	26 909	56 397	29 047	27 350	57 243	29 455	27 788
180102	CARUMAS	5 354	3 153	2 201	5 437	3 207	2 230	5 519	3 261	2 258	5 602	3 315	2 287
180103	CUCHUMBAYA	2 139	1 179	960	2 152	1 190	962	2 165	1 201	964	2 177	1 211	966
180104	SAMEGUA	6 581	3 386	3 195	6 553	3 353	3 200	6 525	3 320	3 205	6 496	3 286	3 210
180105	SAN CRISTOBAL	3 892	2 338	1 554	3 947	2 390	1 557	4 002	2 442	1 560	4 058	2 495	1 563
180106	TORATA	6 231	3 691	2 540	6 110	3 634	2 476	5 992	3 578	2 414	5 874	3 521	2 353
180200	GENERAL SÁNCHEZ CERRO	27 275	15 380	11 895	27 627	15 632	11 995	27 979	15 885	12 094	28 333	16 139	12 194
180201	OMATE	4 306	2 259	2 047	4 365	2 287	2 078	4 422	2 314	2 108	4 477	2 339	2 138
180202	CHOJATA	2 463	1 378	1 085	2 501	1 405	1 096	2 537	1 431	1 106	2 573	1 457	1 116
180203	COALAUQUE	1 212	685	527	1 183	669	514	1 154	653	501	1 125	637	488
180204	ICHUÑA	4 578	2 514	2 064	4 662	2 569	2 093	4 746	2 623	2 123	4 826	2 676	2 150
180205	LA CAPILLA	2 048	1 567	481	2 102	1 627	475	2 157	1 689	468	2 213	1 751	462
180206	LLOQUE	1 744	980	764	1 818	1 024	794	1 895	1 070	825	1 975	1 118	857
180207	MATALAUQUE	1 141	618	523	1 157	627	530	1 171	635	536	1 187	644	543
180208	PUQUINA	2 734	1 488	1 246	2 663	1 451	1 212	2 592	1 414	1 178	2 521	1 377	1 144
180209	QUINISTAQUILLAS	1 259	684	575	1 309	710	599	1 359	736	623	1 410	762	648
180210	UBINAS	3 736	2 073	1 663	3 709	2 064	1 645	3 680	2 054	1 626	3 649	2 042	1 607
180211	YUNGA	2 054	1 134	920	2 158	1 199	959	2 266	1 266	1 000	2 377	1 336	1 041
180300	ILO	68 694	36 000	32 694	69 364	36 289	33 075	70 033	36 575	33 458	70 694	36 854	33 840
180301	ILO	64 531	33 903	30 628	65 320	34 263	31 057	66 104	34 618	31 486	66 876	34 964	31 912
180302	EL ALGARROBAL	292	155	137	301	156	145	310	157	153	320	158	162
180303	PACOCAHA	3 871	1 942	1 929	3 743	1 870	1 873	3 619	1 800	1 819	3 498	1 732	1 766

En los indicadores sociales de la provincia de Ilo existen algunas mejoras. Sin embargo, La Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG, 2014), ilo cuenta con un 11.8 % de población en escasos recursos económicos, y un 1.3% de muy alta escases de recursos económicos, El coeficiente de desigualdad de los ingresos de Gini es de 0.29, inferior al indicador nacional de 0.44y en el 2013 el IDH (índice de desarrollo humano) es 0.6679.

DEPARTAMENTO		Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Población con Educ. secundaria completa		Años de educación (Pobloc. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
Moquegua	Provincia	habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	años	ranking	N.S. mes	ranking
	Ilo	68,694	91	0.6679	1	77.61	25	82.87	3	11.29	2	1160.1	2
1	Ilo	64,531	89	0.6598	37	77.56	334	82.30	106	11.13	52	1133.7	38
2	El Algarrobal	292	1826	0.7075	20	79.74	94	100.00	2	11.19	49	1211.7	26
3	Pacocha	3,871	1004	0.7920	2	78.01	287	97.22	15	13.32	9	1595.2	2

PNUD, 2013

## Caracterización económica de la provincia de Ilo

PEA es la denominación de las personas que esta actualmente con un trabajo por el que reciben cierta cantidad de recompensa monetaria. La ubicación principal de sus riquezas se basa en diversas actividades que genera la vasta zona geográfica.

Las personas que dedican su tiempo a trabajar es entre las edades de 14-64 años 2013, con un 46.32 %

## PEA DE LA PROVINCIA Y DISTRITOS DE ILO 2014

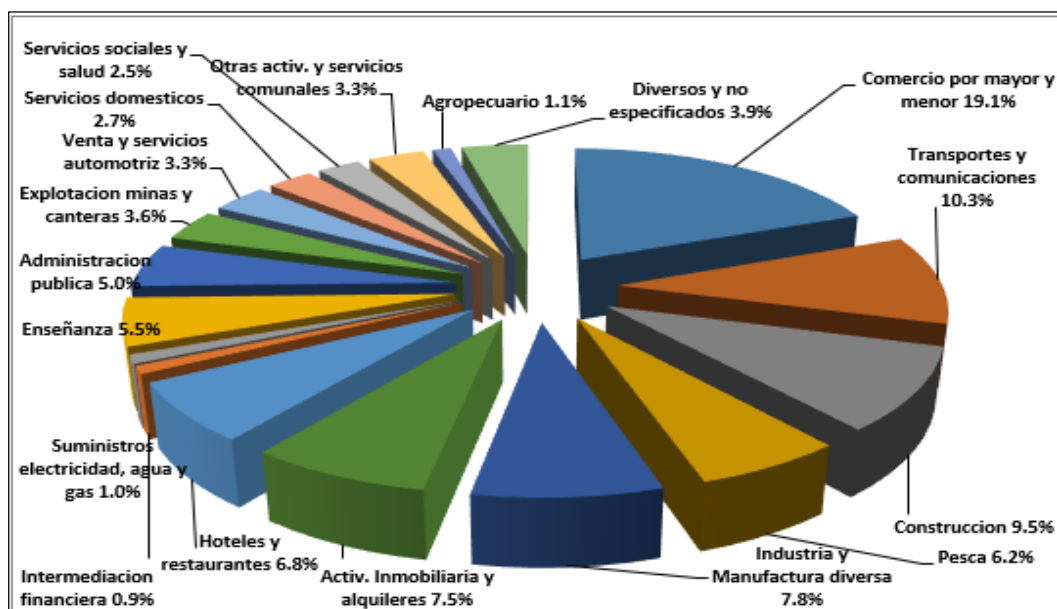
PROVINCIA / DISTRITOS	PEA ocupada	No PEA	PEA desocupada
Provincia Ilo	48.2	48.8	3.0
Ilo	48.1	48.7	3.2
El Algarrobal	81.3	17.7	1.0
Pacocha	46.4	51.8	1.8

Las labores que se ejecuten son las siguientes: comercio siendo la más ejecutada con 18.2 % , transportes con 10.2 % , comunicación construcción 9.2%, y demás actividades y actividades económicas no especificadas.

Es decir, la PEA de la Provincia de Ilo se ubica un 67.9% en actividades terciarias de comercio y servicios, un 17.3% en actividades secundarias de industria (manufacturera y construcción) y 10.9% en actividades primarias de pesca, explotación minería y agropecuaria.

## PROVINCIA DE ILO: ESTRUCTURA DE LA P.E.A. OCUPADA

ACTIVIDADES ECONOMICAS	PROVINCIA ILO	DISTRITO ILO	DISTRITO EL ALGARROBAL	DISTRITO PACOCHA
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1.1	1.0	46.2	0.8
Pesca	6.2	6.8	3.0	1.2
Explotación de minas y canteras	3.6	1.7	1.1	30.1
Industria manufacturera	7.8	8.1	1.3	3.3
Suministro de electricidad, gas y agua	1.0	0.8	0.4	2.7
Construcción	9.5	9.9	8.8	4.2
Venta y reparación vehículos automotrices	3.3	3.5	1.3	4.8
Comercio por mayor y menor	19.1	20.1	6.9	7.9
Hoteles y restaurantes	6.8	7.1	3.1	1.9
Transporte, almacén. y comunicaciones	10.3	10.9	1.9	3.9
Intermediación financiera	0.9	0.8	0.1	1.7
Actividad inmobiliaria y alquileres	7.5	7.4	3.5	8.8
Administración pública y defensa nacional	5.0	5.1	7.2	3.5
Enseñanza	5.5	5.4	8.0	8.7
Servicios sociales y de salud	2.5	2.3	1.9	4.3
Otras actividades y servicios comunales	3.3	3.3	1.9	3.1
Servicio domestico	2.7	2.8	0.7	3.0
Actividades económicas no especificadas	3.9	3.0	2.7	6.1
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

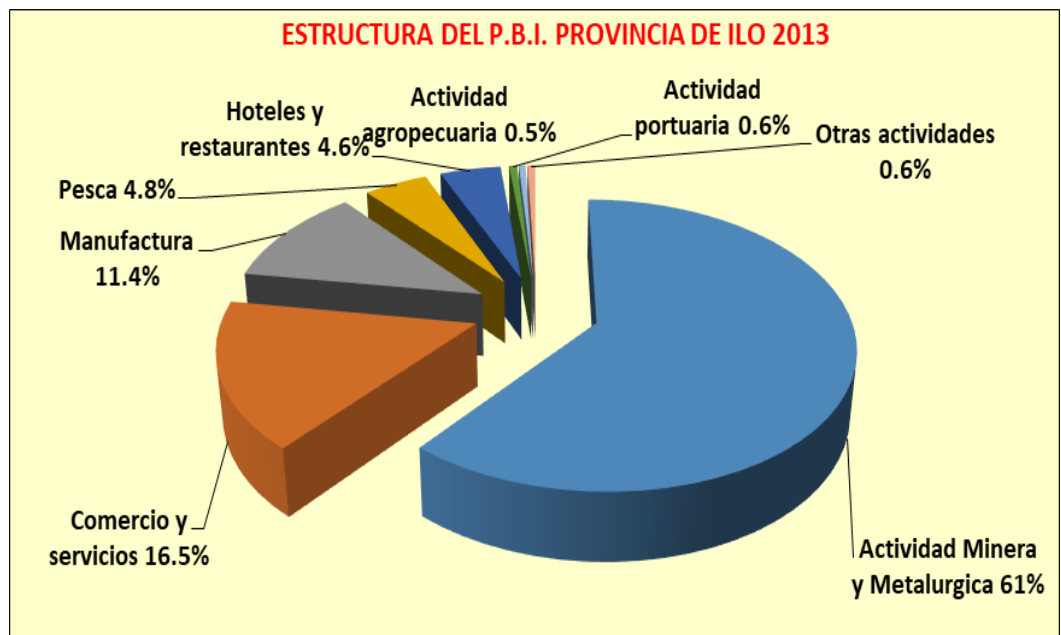


Dentro PBI no constata los impuestos I, los beneficios que trae consigo son identificar todas aquellas acciones que tienen como propósito adquirir ganancias monetarias.

En el año 2014 el PBI de Ilo es de mil ciento sesenta soles en la PMN de S/. 1,121, la información de los ingresos en referencia, a ellos se adecuan, los aspectos de la provincia las cuales se obtienen las características que distinguirá a la P. ilo.

**PROVINCIA DE ILO: ESTRUCTURA DEL P.B.I. PROVINCIAL 2013**

ACTIVIDADES ECONOMICAS	PARTICIPACION
Actividad minera y metalúrgica	61.0%
Comercio y servicios	16.5%
Manufactura	11.4%
Pesca	4.8%
Hoteles y restaurantes	4.6%
Actividad portuaria	0.6%
Actividad agropecuaria	0.5%
Otras actividades diversas	0.6%



En la Minera se llevan a cabo acciones que traen beneficios monetarios de 61% , aunque su aporte en manufactura sea baja , todo se equilibra con la con la minera, la empresa que desarrolla estas actividades es Southern Perú.

### **La actividad pesquera**

Esta actividad es conocida como la mas importante debió que trae consigo el empleo en el puerto y con ello incrementa el comercio.

Para la Provincia de Ilo este tipo de actividad representa un gran aporte al PBI 4.8% .

### **Actividad industrial manufacturera**

Esta actividad se incrementa con el pasar de los años lo que permite que ingrese una cantidad de 11.4% del pbi a Ilo. De manera general el aporte brindado por este sector es de 27.7% en el periodo de 2013 es un sector que con cada paso del tiempo, eleva la riqueza en donde se efectúan.

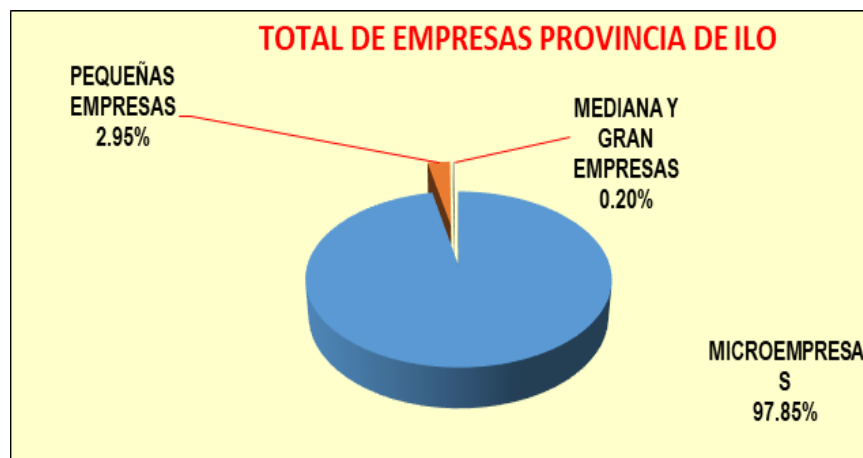
### **Actividad en el sector comercio y servicios**

Es uno de los sectores que se ha podido ver en la data, un ingreso de 19.1%, entre las diversas actividades, generan un 4.6% a la provincia. Además el ingreso que se percibe dependerá mucho de los sectores primarios y secundarios, estos son los que provocan mas el incremento económico en la provincia.

Según la data obtenida esta conformada por 864 empresas, que en un % es 95% mientras que el 5% es solo de comercio may. Y en todas las actividades que se realizan en la provincia las mas destacables son el de comerio con las ventas de productos de primera necesidad.

La generación de energía se da mediante la empresa de ENESUR ,existen a parte de ella 2 centrales que proveen energía , su ubicación es al norte de ilo, de 261 MW de vapor y diésel.

Hoy en dia ENESUR brinda sus servicios en un 16% y con el paso de los años su posicionamiento es asegurada, la necesidad de adquirir gas incrementa en la provincia , por el proyecto de la construcción del gasoducto SP. Si todo eso llega se a suceder ilo se estaría convirtiendo automáticamente en el polo energético, hasta podría pasarle la energía al país Vecino.





**NÚMERO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS ACTIVAS POR TAMAÑO DE EMPRESA  
SEGÚN PROVINCIAS**

Provincia	Total Empresas	%	Micro	Pequeña	Mediana-grande
<b>Total</b>	<b>558</b>	<b>100.0%</b>	<b>543</b>	<b>14</b>	<b>1</b>
MARISCAL NIETO	330	59.1%	321	9	-
ILO	218	39.1%	212	5	1
GENERAL SANCHEZ CERRO	10	1.8%	10	-	-

FUENTE: CENSO MANUFACTURA, 2007 - SUNAT REGISTRO RUC, 2011

ELABORACIÓN: PRODUCE-DVMYPE-DGI/Directorio de Empresas Industriales, Septiembre 2011

NOTA: Micro (de 0 a 150 UIT), Pequeña (de 151 a 1700 UIT), Mediana y grande (de 1701 a más UIT)



**NÚMERO DE EMPRESAS NO MANUFACTURERAS ACTIVAS POR TAMAÑO DE EMPRESA  
SEGÚN PROVINCIAS**

Provincia	Total empresas	%	Micro	Pequeña	Mediana y grande
<b>Total</b>	<b>9 154</b>	<b>100.0%</b>	<b>8 924</b>	<b>218</b>	<b>12</b>
MARISCAL NIETO	4 671	51.0%	4 577	90	4
ILO	4 264	46.6%	4 129	127	8
GENERAL SANCHEZ CERRO	219	2.4%	218	1	-

FUENTE: CENSO MANUFACTURA, 2007 - SUNAT REGISTRO RUC, 2011

ELABORACIÓN: PRODUCE-DVMYPE-DGI/Directorio de Empresas Industriales, Septiembre 2011

NOTA: Micro (de 0 a 150 UIT), Pequeña (de 151 a 1700 UIT), Mediana y grande (de 1701 a más UIT)



### Grandes inversiones en marcha que impactarían en el puerto de Ilo

UNIDADES EN OPERACIÓN Y PROYECTOS EN EXPLORACIÓN EN MOQUEGUA			
Mina	Empresa	Mineral principal	Estado
Acumulación Mariela	Aruntani S.A.C.	Plata y oro	Operación
Chucapaca	Canteras Del Hallazgo S.A.C.	Oro	Exploración
Cocotea	Southern Peru Copper Corporation Sucursal del Perú	Cobre, plata y oro	Operación
Colquemayo	Compañía De Minas Buenaventura S.A.A.	Cobre y plata	Exploración en evaluación
Cotapaccha	Minera Gold Fields Peru S.A.	Oro	Exploración
Cuajone	Southern Peru Copper Corporation Sucursal del Perú	Cobre, plata y oro	Ampliación
Fundición	Southern Peru Copper Corporation Sucursal del Perú	Cobre y oro	Ampliación
Los Calatos	Minera Hampton Peru S.A.C	Cobre y molibdeno	Exploración
Minas De Cobre Chapi	Minera Pampa De Cobre S.A.	Cobre	Operación
Ref. de Cobre - Ilo	Southern Peru Copper Corporation Sucursal del Perú	Cobre y oro	Operación
Tassa	Bear Creek Mining Company Sucursal del Perú	Cobre	Exploración

Fuente: Ministerio de Energía y Minas

La empresa minera tiene pensado invertir US\$ 3,000 millones, Southern unos US\$ 600 millones, en la refinería de Ilo, agregándose también unos cuantos montos más, para la ampliación de Ilo, y otras cantidades como para la instalación de la petroquímica, además de ello los proyectos que tienen las regiones cercanas estarían afectando a esta provincia.

Los proyectos son:

- a) Corredor vial turístico productivo del sur
- b) Gaseoducto Sur Peruano y Petroquímica
- c) Plataforma Logística del Sur
- d) Programa de minería con Valor Agregado
- e) Mega Puerto Sur
- f) Programa de servicios básicos
- g) Sistema ferroviario sur.
- h) Proyecto integral de camélidos sudamericanos
- i) Programa de afianzamiento de cuencas y su adaptación al cambio climático
- j) Programa de implementación de energías renovables

En los próximos se efectuarán inversiones en la capacidad para realizar la producción de explotación, todo genera un proceso de crecimiento, el cual la provincia estará resultando con grandes beneficios, como es el de cerrar las brechas.

Análisis del Entorno.

➤ Entorno macro

El estudio de la macroeconomía es positiva, mas para el lado de la demanda del mercado .

Hoy en día la política da cavidad a nuevos proyectos, y esta no se cierra a ninguna opción, además de tener una amplia sensibilidad de progreso en proyectos, cada proyecto representa una oportunidad de desarrollo en la forma de vida de las personas que resultan afectadas por el proyecto.

➤ **Entorno micro**

La cantidad de empresas que se dedican al rubro de transportes y todos los demás servicios , realizan sus actividades en todas las diversas minas que se encuentran en la provincia de Ilo .

**2.3.1. Perfil Del Consumidor.**

• **Segmentación.**

Segmento enfocado es:

- Empresas contratistas
- Empresas sub contratistas

- **Geográficamente;** se tiene la limitación del target , basado solo en la población de Ilo , optando como demanda a las empresas del rubro de actividades mineras, que requieren el traslado de su personal para efectuar con sus actividades.
- **Sicográficamente;** la limitación del target es basado a todas las empresas que contratan servicios de transporte , si como preferencia de ellos, se les proporcionara un excelente servicio, y seguridad en el tramo.
- **Mercado potencial;** Es la union clientes de diferentes Empresas o Corporaciones que requieren nuestro servicio siendo este aun material de planeación.



- **Competidores Claves.**

Las empresas que forman parte del grupo de competidores , están diferenciándose con sus características que , se recojeran, estudiaran y finalmente se mejoraran, además de contar con debilidades, que se espera esta empresa supere, para proporcionar un servicio inolvidable.

Identificación de las debilidades.

- Inadecuada atención
- Pésima calidad en los productos
- No contar con la teconogia adecuada .
- Tener retrasos en el tiempo que se brinda el servicio.

Cuando se identifica las debilidades, lo que se debe efectuar es regular las políticas en el área de ventas, con finalidad de que proceda de esta manera a corrección de las debilidades y lograr pertenecer a una posición en el mercado.

Algunas de las debilidades encontradas en los rivales son : calidad, precio, y la forma de atención, todas las debilidades de los demás , se deben consideran oportunidades

, y aprovecharlas dependerá de un sistema de corrección idónea, además de la planificación.

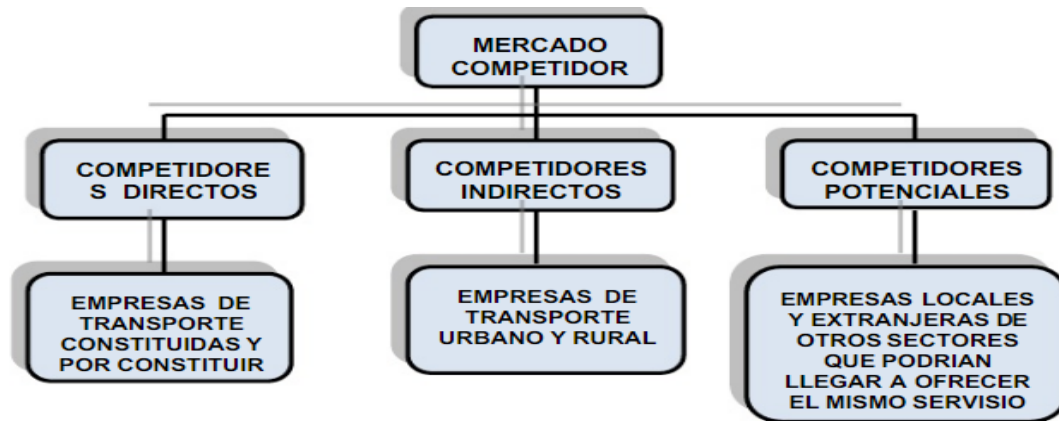
- a) Las características de los rivales son de suma importancia para que la empresa logre su posicionamiento dentro del mercado.
- b) El éxito del proyecto dependerá del crecimiento del target.
- c) Otro factor que será de suma importancia es el impacto que se generara en el mercado .
- d) El acceso de pago de algunas empresas para cancelar el servicio .
- e) Las reglas del C, Trabajo : las obligaciones de su target par con la empresa , no superara el tiempo de 15 días, y las obligaciones de pago no superara los 30 días.
- f) La creación del vinculo de la empresa con el target, es indispensable , para una correcta relacion.
- g) El personal contara con un alto nivel de conocimiento.
- h) Se perfeccionara la cultura de la empresa, de tal manera que esta asegura una buena relacion entre todos los involucrados.

Basándose en los resultados de las investigación se deduce que Ilo tiene un mercado que cuenta con una gran numero de empresas, consideradas rivales. Las empresas que llevan dentro del mercado laborando o algunas que ingresan por medio de otras.

### **2.3.2. Ventajas competitivas**

Ofrecer un servicio, nuevo y diferente que brinde el mejor servicio, que la competencia, genera una gran ventaja, y asegura su posicionamiento en el mercado.

Agrupación de las categorías:



### Ventajas

- Proporciona una adecuada manera en la atención.
- Empresa con un lugar idóneo dentro del mercado.

### 2.3.3. Análisis FODA de la empresa

El análisis de los factores son determinantes , mas por que debido a ellos la empresa puede correr el riesgo de caída, los factores pueden deben ser controlados , mediante decisiones asertivas , medidas de cuidado y mejoramiento de los procesos con los que la empresa cuenta para su correcto funcionamiento , además el beneficio que trae consigo el análisis de estos factores permiten a la empresa contrarrestar cualquier acto que realicen las empresas de la competencia.

## **FORTALEZAS**

- La capacitación que tiene el personal de la empresa es pertinente para el inicio de sus actividades .
- La instalación de la infraestructura se realiza de tal manera que es la mas idónea para las actividades que se ejecutaran dentro de ella.
- La implementación de las estrategias de marketing deberán ser coordinadas con los documentos en los se constata la planificación de la empresa.
- Contar con el servicio periódico de mantenimiento para las maquinarias y de esa manera asegurar el bienestar del personal.

## **DEBILIDADES**

- Los intereses del personal con la de la empresa son completamente diferentes, estos no se vinculan por ningún lado ni en ninguna situación.
- El manejo de los responsables de la situación de la empresa, no es la mas adecuada ni optima, lo que tiene por consecuencia es la creación de cuellos de botellas.
- La ampliación de la información de la empresa se ve afecta gravemente por un manejo erróneo de publicidad.
- Al ser nueva dentro del mercado es difícil que la empresa cuente con un posicionamiento que le permita crecer espontáneamente.

## **OPORTUNIDADES**

- el incremento de proyectos en Ilo gradualmente elevaran la necesidad del mercado, en el rubro de transportes, lo que facilitaría obtener mas utilidades en el futuro.
- La gran cantidad de target que no esta siendo complacido en sus requerimientos.
- Existencia de demanda insatisfecha en el mercado.



- El aumento de mas subcontratas , permite la necesidad de este rubro .

### **AMENAZAS**

- Aumento de la cantidad de competidores en el mercado .
- Tener mayor responsabilidades con factores políticos del país no beneficia a la economía de la empresa.
- El nivel del precio de la principal materia que se requiere para el funcionamiento de las actividades, baja los niveles de ingreso de la empresa.
- La falta de valores y ética por parte de la competencia .

#### **2.3.4. La Oferta.**

Es la acción de ofrecer algo a cambio de obtener un beneficio, sin dejar de lado la ideología que cada producto o servicio que sea incorporado al mercado tendrá que tener siempre como eje central las carencias del segmento.

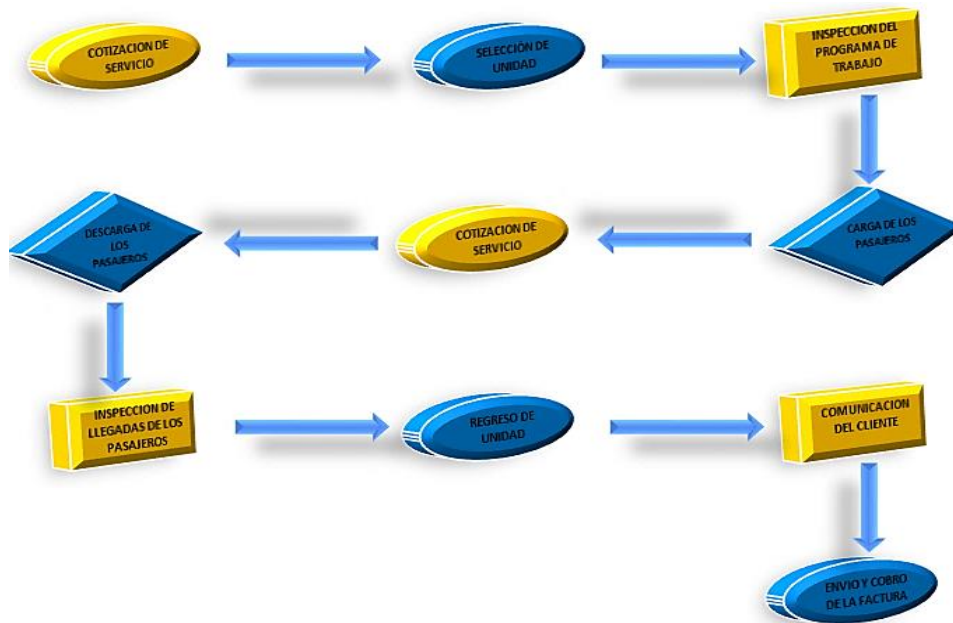
#### **Productos o Servicios a Ofrecer.**

La prevención de cualquier error o mal manejo de los programas afectara de manera directa en las actividades de la empresa, contar con un plan de contingencia en situaciones futuras es lo mejor para asegurar el cumplimiento de la empresa. Crear formas con lo que la demanda perciba la diferencia entre los servicios, beneficiara mucho a la empresa.

#### **Procesos Productivos**

#### **Flujo del Proceso del Servicio**

Solo se dará manejo a actividades de producción de servicios,



### **Tecnología de Producción de Servicios**

Es la principal herramienta en la producción de servicios, son los aspectos de las Unidad de transporte, que generar diferencia en el servicio.

### **Tecnología**

- En las unidades de transporte solo se empleara la tecnología, y tambien la mano de obra.
- La manufactura: se dará por parte de la colaboración de las personas que dispongan sus actividades en la empresa.

Utilizaremos unidades de transporte como son:

- 03 camionetas Rural (Combi Toyota) Año 2007-2008
- 03 camionetas Rural (Camioneta 4x4 Toyota) Año 2007-2008
- 02 camionetas Rural (Sprinter Mercedes Benz) Año 2006-2007

- 02 ómnibus 30 asientos (Coaster Mercedes Benz) Año 2007-2008
- 02 ómnibus 50 asientos (Bus Mercedes Benz) Año 2007

### **Actividades previas al inicio de la producción**

Las acciones que se realizaran como primer paso son las siguientes.

- Tramitar ante la Municipalidad Provincial de Ilo la Licencia de funcionamiento.
- Tramitar ante SUNAT la apertura del RUC y la impresión de boletas de venta.
- Tramitar ante la Institución financiera el préstamo.
- Adquirir los muebles, equipos, enseres y materiales de la empresa, así como desarrollar capacitación al personal sobre el uso de dichos vehículos.
- Acondicionamiento del Local y Vehículos.

### **2.3.5. Mercado Y Venta.**

Lugar o zona en donde se determina la acción de ambas partes pertenecientes al intercambio de algo , siendo el caso de MAYRA ALEJANDRA SRL, su mercado es transporte de personal.

### **Cientes Claves.**

El costo del servicio es dependerá de factores determinantes, como es los costos de producción. En un concurso es fundamental el precio que se pide por el servicio muchas veces depende del precio quien sera el ganador.

La empresa si quiere tiene la opción de reducir el costo de retribución por el servicio, pero como todo , tiene un limite, el cual se produce cuando la empresa llega a interferir en los costos que realizo.

### **Estrategia de Captación de Clientes.**

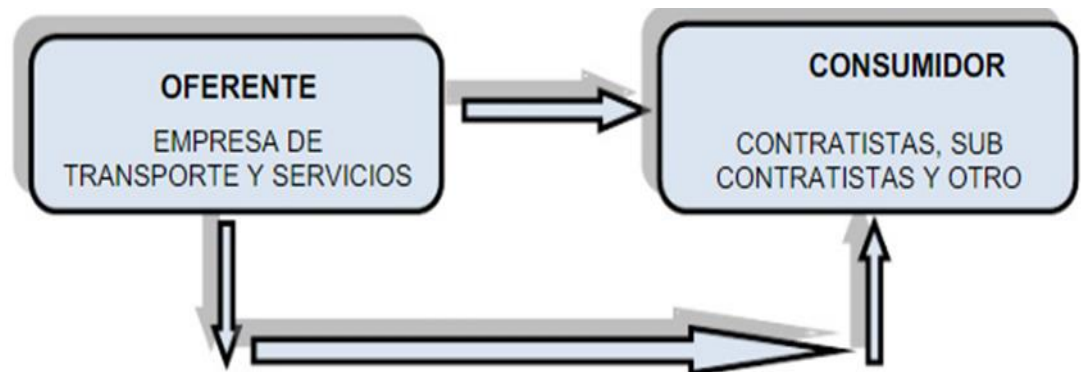
- La experiencia en este rubro es fundamental para asegurar la seguridad del personal a trasladar.
- Contar con un servicio de supervisión le permitirá , a la empresa estar al pendiente de todo sus maquinarias.
- Quienes supervisan tiene la obligación de velar de manera indirecta el bienestar de los pasajeros a bordo del transporte .
- La supervisión que se dará será de manera constante , persuasiva , ya sea en el inicio del tramo como durante y al finalizar el tramo.
- La demostración de confianza y seguridad al personal es vital para la empresa.
- Un factor importante es la comunicación que se genera entre todos los involucrados en el proceso que se da el servicio.
- Estar al pendiente de los nuevos proyectos que se iran ejecutando la cual permitirá que las empresa de este rubro obtengan contratos con las empresas , es una estrategia , que se toma en cuenta siempre.

### **Canales de Venta/Distribución.**

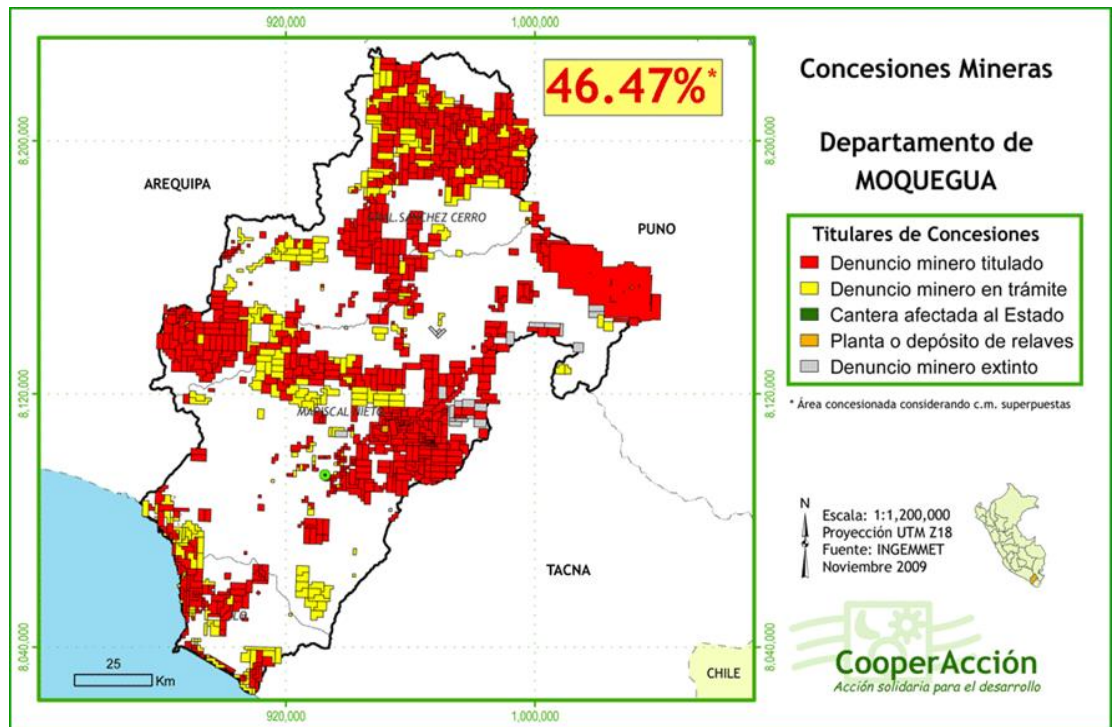
El servicio que brinda esta empresa no requiere de intermediarios, por lo que será directo , además en el caso de que se requiera por algún motivo alguna otra unidad de servicio, esto será solo de la empresa.

En el caso de que se requiera ejecutar una actividad diferente, todo eso se realizara en las instalaciones de la empresa ,en la que se cuenta con todo los requerimientos.

Si se llega se a dar un problema o se tenga alguna dificultad ya sea técnico , operativo y/o adm, o financiero, se resolver eficientemente.



El alcance de nuestra distribución será en todos los proyectos mineros del distrito de ILO y expandirnos a nivel Provincial y Regional.



El establecimiento de nuestros locales y oficinas será en la ciudad de Ilo (sede central) y otras oficinas en donde se encuentran demandando nuestro servicio (sub sedes).

### **Promoción y Publicidad**

Las decisiones que se tendrán en cuenta serán realizadas en un documento el cual se vera la planificación de todas las estrategias que se tomaran en cuenta para una correcta ejecución de servicio de la empresa.

Además la transmisión de información se efectuara a través de todos los medios de comunicación existentes en periodos de tiempo distintos.

### **Campaña Publicitaria**

- Incentivar a la demanda es la decisión mas correcta, mediante las características como demostrar que la empresa es confiable , y de calidad.
- La estrategia esta basada básicamente en volantes, afiches , y demás medios que permitan y logren llegar hacia el target objetivo.

### **2.3.6. Estrategia de Precios.**

Están conformadas por las decisiones y pensamientos que se ejecutan a fin de lograr las metas de la empresa.

Los siguientes párrafos son las estrategias que se tomaran en consideración.

- a) Penetración : se llega a dar cuando se genera una alteración de los precios en la empresa, estando por debajo de los demás del mercado.
- b) Alineamiento : situación dado en el momento en que el valor esta en un punto no muy inferior ni superior.
- c) Selección : es el precio dado en consideración de los consumidores del servicio, que se encuentra por encima.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Tipo de investigación.**

El proyecto se toma como referencia para estructurarlo a las bases y/o características propias de la investigación como una investigación de cantidades y de calidad todas siendo descritas en el proyecto, de modo que se tomaran informaciones de fuentes financieras de la empresa, de esta manera poder hallar la factibilidad de este proyecto.

### **3.2. Diseño de investigación.**

La forma en como se desarrollara la investigación será en base a la V1 factibilidad, siendo esta variable la razón para encontrar el objetivo del proyecto.

### **3.3. Población y muestra.**

Para estudiar, evaluar, como se daría la factibilidad de la empresa es necesario contar a la mano toda la documentación en la que se describe las acciones realizadas por la empresa. Denominando así la población como los registros de libros de la empresa Mayra Alejandra SRL, durante el periodo 2020 – 2021.



### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Variable	Técnica	Instrumento	Utilidad
<b>Factibilidad</b>	Análisis documental	Documentos	de Medición
	Observación	gestión	la factibilidad/viabilidad
		Documentos financieros	

### 3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Pasada la recolección de información de los libros, como acción siguiente se llena toda la data en el programa que tenga las herramientas mas acorde a lo que busca en el proyecto, siendo el ideal Microsoft Excel.

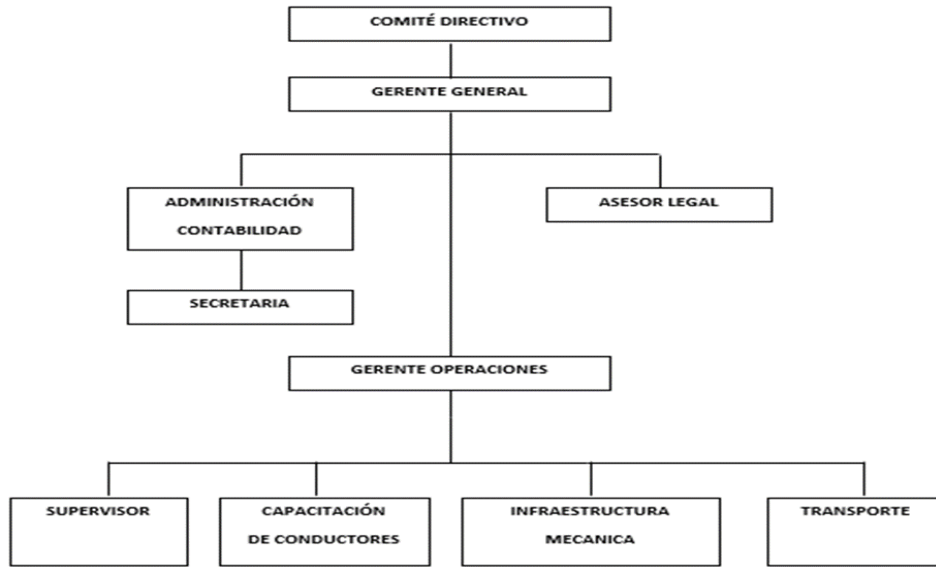
## CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

### 4.1. Presentación de resultados por variable.

La empresa de transportes de personal Mayra Alejandra SRL se encuentra ubicada en la provincia de Ilo de la Región de Moquegua, que como se ve en la imagen está ubicado por Ciudad Jardín – Ilo.



## Organigrama



## 4.2. Contratacion de hipótesis

H1: Es factible la creación de una empresa de transportes “Mayra Alejandra S.R.L.” de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

H0: No es factible la creación de una empresa de transportes “Mayra Alejandra S.R.L.” de la ciudad de Ilo, año 2020 al 2021.

### Tabla 1: Indicadores Financieros.

#### 1.1.1. VANE, VANF, TIR y TIRF

<b>TIRF</b>	<b>6.70%</b>
<b>VANF</b>	<b>S/. 83,440</b>
<b>TIR</b>	<b>2.22%</b>
<b>VAN</b>	<b>S/. 84,085</b>

**Tabla 2: Indicadores Financieros.**

MESES	INGRESOS	COSTOS	0.0047	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		S/. 292,453.00	1.0000	S/. 0.00	S/. 292,453.00
1	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9953	S/. 49,865.63	S/. 32,032.95
2	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9907	S/. 49,632.36	S/. 31,883.09
3	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9860	S/. 49,400.18	S/. 31,733.95
4	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9814	S/. 49,169.08	S/. 31,585.49
5	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9768	S/. 48,939.07	S/. 31,437.74
6	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9723	S/. 48,710.13	S/. 31,290.67
7	S/. 50,100.00	S/. 45,493.50	0.9677	S/. 48,482.27	S/. 44,024.51
8	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9632	S/. 48,255.47	S/. 30,998.60
9	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9587	S/. 48,029.73	S/. 30,853.59
10	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9542	S/. 47,805.04	S/. 30,709.25
11	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9497	S/. 47,581.41	S/. 30,565.59
12	S/. 50,100.00	S/. 45,493.50	0.9453	S/. 47,358.82	S/. 43,004.36
13	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9409	S/. 47,137.28	S/. 30,280.29
14	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9365	S/. 46,916.77	S/. 30,138.64
15	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9321	S/. 46,697.29	S/. 29,997.65
16	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9277	S/. 46,478.84	S/. 29,857.32
17	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9234	S/. 46,261.41	S/. 29,717.65
18	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9191	S/. 46,045.00	S/. 29,578.63
19	S/. 50,100.00	S/. 45,493.50	0.9148	S/. 45,829.60	S/. 41,615.75
20	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9105	S/. 45,615.21	S/. 29,302.54
21	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9062	S/. 45,401.82	S/. 29,165.46
22	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.9020	S/. 45,189.43	S/. 29,029.02
23	S/. 50,100.00	S/. 32,183.50	0.8978	S/. 44,978.03	S/. 28,893.23
24	S/. 50,100.00	S/. 45,493.50	0.8936	S/. 44,767.63	S/. 40,651.42
				<b>S/. 1,134,547.51</b>	<b>S/. 1,070,800.38</b>
				<b>B/C</b>	<b>1.060</b>

**Tabla 3: Ratios Financieros.**

<b>1. RATIOS DE LIQUIDEZ</b>	<b>1ER TRIMESTRE</b>	<b>2DO TRIMESTRE</b>	<b>3ER TRIMESTRE</b>	<b>4TO TRIMESTRE</b>	<b>5TO TRIMESTRE</b>	<b>6TO TRIMESTRE</b>	<b>7MO TRIMESTRE</b>	<b>8VO TRIMESTRE</b>
<b>Liquidez General (AC/PC)</b>	1.01	1.06	0.90	0.87	1.05	1.10	0.94	0.90
<b>Prueba Acida ( (AC-EXIS)/PC)</b>	0.88	0.93	0.76	0.73	0.92	0.97	0.80	0.76
<b>Prueba Defensiva (CB/PC)</b>	0.72	0.78	0.59	0.56	0.76	0.81	0.63	0.60
<b>Capital de Trabajo (AC-PC)</b>	587	3083	-4311	-5863	2426	4790	-2719	-4348

<b>2. RATIOS DE GESTION O ACTIVIDAD</b>	<b>1ER TRIMESTRE</b>	<b>2DO TRIMESTRE</b>	<b>3ER TRIMESTRE</b>	<b>4TO TRIMESTRE</b>	<b>5TO TRIMESTRE</b>	<b>6TO TRIMESTRE</b>	<b>7MO TRIMESTRE</b>	<b>8VO TRIMESTRE</b>
<b>Rotacion de Inmueble Maquinaria y Equipo</b>	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55
<b>Rotacion de existencias</b>	8.06	8.06	9.59	9.59	8.06	8.06	9.59	9.59
<b>Rotacion de caja y bancos</b>	83.57	89.63	63.73	60.09	88.27	94.01	67.84	64.01
<b>Rotacion de activos totales</b>	0.47	0.47	0.49	0.49	0.47	0.47	0.48	0.49
<b>Rotacion de activo fijo</b>	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55

<b>4. RATIOS DE RENTABILIDAD</b>	<b>1ER TRIMESTRE</b>	<b>2DO TRIMESTRE</b>	<b>3ER TRIMESTRE</b>	<b>4TO TRIMESTRE</b>	<b>5TO TRIMESTRE</b>	<b>6TO TRIMESTRE</b>	<b>7MO TRIMESTRE</b>	<b>8VO TRIMESTRE</b>
<b>Rentabilidad sobre la inversion</b>	0.17	0.17	0.15	0.15	0.17	0.17	0.15	0.15
<b>Rentabilidad sobre el patrimonio</b>	0.37	0.27	0.19	0.16	0.16	0.14	0.10	0.09
<b>Rentabilidad sobre ventas</b>	0.36	0.36	0.30	0.30	0.36	0.36	0.30	0.30
<b>Margen comercial</b>	0.66	0.66	0.60	0.60	0.66	0.66	0.60	0.60

### **4.3. Discusión de resultados**

Una vez analizada la data se llega a obtener la información que indicaría que la empresa Mayra Alejandra SRL es factible.

Martínez, (2012), da a conocer se conoce a la facilidad que se tiene para proveer los recursos que se necesita en el proyecto en un horizonte de tiempo definido, tales como el financiamiento, estudios

Brandán, J. (2016), comenta en su trabajo conocida por el como: estudio de factibilidad para la instalación de un gimnasio en Lima Metropolitana orientado al NSE B y C y su obj, era realizar la evaluación de la viabilidad del gimnasio, con un rango de edad entre los 18 – 29 años, todo era explicativa.

Conclusiones, que lamentablemente el gimnasio no era del todo rentable por motivos que sus ingresos no se ascendían mas de lo que se necesitaba, perjudicando de esta manera a todos los involucrados, generando mas obligaciones que beneficios.

Respecto a nuestro resultado obtenido según el análisis financiero se obtuvo un VAN de S/. 84,085.00 y un TIR de 2.22%, por lo cual se concluye que esta empresa es viable, rentable y factible. Por lo tanto, no se coincide con el autor Brandan (2016) ya que su proyecto no es rentable desde el punto de vista del VAN y en nuestro caso si lo es. Por lo cual se puede decir que la empresa Mayra Alejandra SRL viene produciendo suficientes beneficios para seguir creciendo.



## CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

Primera: El mercado objetivo al cual se encuentra enfocado la empresa Mayra Alejandra SRL son las empresas contratistas y sub contratistas de minerías.

Segunda: Según el análisis financiero se obtuvo un VAN de S/. 84,085.00 y un TIR de 2.22%, por lo cual se concluye que esta empresa es viable y factible.

Tercera: Analizando los datos obtenidos en el ejercicio, en los ratios de rentabilidad se aprecia que desde el 1er trimestre hasta el 8vo trimestre , los números son positivos.

## **5.2. Recomendaciones**

Primera: Encontrar una ubicación adecuada para una empresa, por que esta le permitirá a los clientes tener acceso y facilidad para cuando se requiera de sus servicios

Segunda: La empresa debe de aprovechar todas oportunidades que se les presente cuando ingresen en el mercado, además el contar con la tecnología de hoy en día si se sabe como utilizar en la empresa le resultara mucha mas factible, por que brindara un servicio diferenciado.

Tercera : La difusión de la información y los beneficios del servicio que ofrece la empresa servirá para que esta se posicione dentro de las preferidas por la demanda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brandán, J. (2016). *Estudio de factibilidad para la instalación de un gimnasio en Lima Metropolitana orientado al NSE B y C. (Tesis de pregrado). Universidad de Lima, Lima, Perú.*
- Dubs de Moya, R. (2002). *El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación, 3 (2), 0.*
- Fajardo Vaca, L., Girón Guerrero, M., Vásquez Fajardo, C., Fajardo Vaca, L., Zúñiga Santillán, X., Solís Granda, E., & Pérez Salazar, J. (2019). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO COMO PARÁMETROS DE EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES. REVISTA INVESTIGACION OPERACIONAL, 40(4), 469-474. Obtenido de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=136929594&lang=es&site=ehost-live>*
- Flores, L. y Palacios, A. (2016). *Estudio de factibilidad para el establecimiento de una granja avícola de ponedoras semi tecnificada en el municipio San Sebastián de Yalí, departamento de Jinotega en el periodo 2016 – 2019. Tesis de pregrado. Universidad Nacional Agraria, Managua, Nicaragua.*
- Flores, D. y Gómez, M. (2016). *Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que ofrece servicio de taxi estación para Lima Metropolitana. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.*
- Gómez Salazar, E. A., Uribe Marín, R., & Mora Cuartas, A. M. (2011). *Análisis de riesgo en proyectos. Colombia: Universidad Eafit ISBN: 978-958-4480125.*

- Hernández, A. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. 5 ed. México
- Martínez D.C., (2012). *Estrategias para promover la accesibilidad, cobertura y calidad en el sistema de transporte público urbano para la población con discapacidad física: caso Bogotá*. Tesis para maestría, Colombia.
- Mejía, C., Cruz, E., Carballo, A., Blancas, Z. (2016). *Apertura de posgrado mediante el estudio de factibilidad y viabilidad en UPFIM*. *Revista de Sistemas y Gestión Educativa*, 3 (8), 1-10.
- Mete, M. (2014). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7), 67-85. Obtenido de 18 <https://search.scielo.org/?lang=es&count=15&from=0&output=site&sort=&format=summary&fb=&page=1&q>
- Navarro, P. (2012). *Práctica Profesionalizante III*. (1era edición). Argentina. Editorial: Ministerio de Educación Tucumán.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y evaluación* (2ª edición ed.). (I. Fernández Maluf, Ed.) Chile: Pearson Educación.
- Universidad Simón Rodríguez (1980). *Alcances generales sobre técnicas andragógicas de aprendizaje*. Caracas, Ven.
- Vásquez García, A., Matus, J., Cetina Alcalá, V., Sangerman, D., Rendón, G., & Caamal, I. (2017). *Análisis de rentabilidad de una empresa integradora de aprovechamiento de madera de pino*. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(3), 649-659. doi:10.29312