



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PRE
COCIDOS A BASE DE PESCADO Y HARINA DE
QUINUA**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en las siguientes carreras:**

**CARLOS ALBERTO CASAS CARBAJAL –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**RICHARD LUIS VASQUEZ QUISPE –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**LUIS JUNIOR LARA TISZA –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**JULIO CESAR BARDALEZ CHAVARRY –
Administración de Empresas**

**RUDDY GIL BARDALES –
Administración de Empresas**

**Lima – Perú
2018**

Contenido

Índice de tablas.....	8
Índice de figuras	14
Resumen Ejecutivo.....	15
Capítulo I: Información general.....	16
1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación	16
1.2 Actividad económica, código CIIU, partida acancelaria	17
1.3 Definición del negocio y modelo CANVAS.....	17
1.4 Descripción del producto o servicio	18
1.4.1 Características del Producto.	18
1.5 Oportunidad de negocio	24
1.5.1 Justificación.	24
1.5.2 Segmentación.....	25
1.5.3 Geográficamente.	25
1.5.4 Comportamiento.	25
1.5.5 Distribución.	25
1.6 Estrategia genérica de la empresa	26
Capítulo II: Análisis del entorno	27
2.1 Análisis del Macro entorno	27
2.1.1 Del País.	31
2.1.2 Del Sector.	38
2.2 Análisis del Micro entorno	50
2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.	50
2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.....	52
2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.	54
2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.	55

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.....	55
Capítulo III: Plan estratégico	57
3.1 Visión y misión de la empresa	57
3.1.1 Visión.....	57
3.1.2 Misión.	57
3.2 Análisis FODA.....	57
3.3 Objetivos	59
Capítulo IV: Estudio de mercado	60
4.1 Investigación de mercado.....	60
4.1.1 Criterios de segmentación.	60
4.1.2 Marco muestral.	61
4.1.3 Entrevistas a profundidad.	63
4.1.4 Focus Group.	68
4.1.5 Encuestas.....	71
4.2 Demanda y oferta.....	82
4.2.1 Estimación del mercado potencial.....	82
4.2.2 Estimación del mercado disponible.....	84
4.2.3 Estimación del mercado efectivo.....	85
4.2.4 Estimación del mercado objetivo.....	88
4.2.5 Frecuencia de compra.	89
4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.	91
4.2.7 Estacionalidad.	91
4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.....	92
4.3 Mezcla de marketing	99
4.3.1 Producto.	99
4.3.2 Precio.	106

4.3.3 Plaza.....	108
4.3.4 Promoción.....	112
4.3.5 Promoción.....	113
Capítulo V: Estudio legal y organizacional	117
5.1 Estudio legal.....	117
5.1.1 Forma societaria	117
5.1.2 Registro de marcas y patentes.....	126
5.1.3 Licencias y autorizaciones	129
5.1.4 Legislación laboral	133
5.1.5 Legislación tributaria	137
5.1.6 Otros aspectos legales.....	138
5.1.7 Resumen del capítulo	140
5.2 Estudio Organizacional.....	140
5.2.1 Organigrama funcional.....	140
5.2.2 Servicios tercerizados	142
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo	142
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados	144
5.2.5 Aspectos laborales.....	144
Capítulo VI: Estudio Técnico.....	154
6.1 Tamaño del proyecto.....	154
6.1.1 Capacidad instalada	154
6.1.2 Capacidad utilizada.....	155
6.1.3 Capacidad máxima	155
6.2 Procesos	156
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción	156
6.2.2 Programa de producción.....	158

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos.....	163
6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos	167
6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa	169
6.3 Tecnología para el proceso	169
6.3.1 Maquinarias	171
6.3.2 Equipos.....	171
6.3.3 Herramientas	172
6.3.4 Utensilios	173
6.3.5 Mobiliario	173
6.3.6 Útiles de oficina.....	174
6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.....	174
6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso	175
6.3.9 Programa de compras posteriores	176
6.4 Localización	176
6.4.1 Macro localización	176
6.4.2 Micro localización.....	177
6.4.3 Gastos de adecuación	179
6.4.4 Gastos de servicios.....	180
6.4.5 Plano del centro de operaciones.....	180
6.4.6 Descripción del centro de operaciones	181
6.5 Responsabilidad social frente al entorno	181
6.5.1 Impacto ambiental.....	181
6.5.2 Con los trabajadores	182
6.5.3 Con la comunidad	182
Capítulo VII : Estudio Económico y Financiero.....	184
7.1 Inversiones.....	184

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable	184
7.1.2 Inversión Activo Intangible	185
7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos	186
7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales	187
7.1.5 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)	188
7.1.6 Liquidación del IGV	189
7.1.7 Resumen de estructura de inversiones	189
7.2 Financiamiento	190
7.2.1 Estructura de Financiamiento.....	190
7.2.2 Financiamiento del activo fijo	191
7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo	193
7.3 Ingresos anuales	193
7.3.1 Ingresos por ventas	193
7.3.2 Recuperación de Capital de trabajo	194
7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	195
7.4 Costos y Gastos anuales.....	196
7.4.1 Egresos Desembolsables	196
7.4.2 Egresos no Desembolsables.....	201
7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario	203
7.4.4 Costos fijos y variables unitarios	204
Capítulo VIII : Estados Financieros Proyectados	205
8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	205
8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	205
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal	206
8.4 Flujo de Caja Operativo	207
8.5 Flujo de Capital	207

8.6 Flujo de Caja Económico.....	208
8.7 Flujo del Servicio de la deuda.....	208
8.8 Flujo de Caja Financiero.....	208
Capítulo IX : Evaluación Económico Financiera.....	209
9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento.....	209
9.1.1 Costo de Oportunidad.....	209
9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	210
9.2 Evaluación Económica Financiera.....	210
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.....	210
9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio	213
9.3 Análisis de Sensibilidad y de riesgo.....	215
9.3.1 Variables de Entrada	215
9.3.2 Variables de Salida	215
9.3.3 Análisis Unidimensional	215
9.3.4 Análisis Multidimensional	217
Capítulo IX : Conclusiones y Recomendaciones.....	218
10.1 Conclusiones.....	218
10.2 Recomendaciones.....	218
Bibliografía.....	219
Anexos	220

Índice de tablas

Tabla 1	19
Tabla 2	20
Tabla 3	21
Tabla 4	22
Tabla 5	23
Tabla 6	24
Tabla 7	33
Tabla 8	34
Tabla 9	37
Tabla 10	40
Tabla 11	41
Tabla 12	41
Tabla 13	42
Tabla 14	45
Tabla 15	46
Tabla 16	47
Tabla 17	48
Tabla 18	56
Tabla 19	62
Tabla 20	63
Tabla 21	71
Tabla 22	83
Tabla 23	83
Tabla 24	84
Tabla 25	85
Tabla 26	86
Tabla 27	86
Tabla 28	87
Tabla 29	87
Tabla 30	87
Tabla 31	89
Tabla 32	89

Tabla 33	89
Tabla 34	90
Tabla 35	91
Tabla 36	91
Tabla 37	92
Tabla 38	92
Tabla 39	93
Tabla 40	93
Tabla 41	94
Tabla 42	94
Tabla 43	95
Tabla 44	95
Tabla 45	96
Tabla 46	96
Tabla 47	97
Tabla 48	98
Tabla 49	98
Tabla 50	99
Tabla 51	106
Tabla 52	108
Tabla 53	116
Tabla 54	125
Tabla 55	126
Tabla 56	128
Tabla 57	131
Tabla 58	132
Tabla 59	140
Tabla 60	145
Tabla 61	146
Tabla 62	147
Tabla 63	147
Tabla 64	147
Tabla 65	148
Tabla 66	148

Tabla 67	149
Tabla 68	149
Tabla 69	149
Tabla 70	150
Tabla 71	150
Tabla 72	151
Tabla 73	151
Tabla 74	151
Tabla 75	152
Tabla 76	153
Tabla 77	154
Tabla 78	155
Tabla 79	156
Tabla 80	157
Tabla 81	158
Tabla 82	158
Tabla 83	159
Tabla 84	159
Tabla 85	159
Tabla 86	160
Tabla 87	160
Tabla 88	160
Tabla 89	161
Tabla 90	161
Tabla 91	161
Tabla 92	162
Tabla 93	162
Tabla 94	162
Tabla 95	163
Tabla 96	163
Tabla 97	164
Tabla 98	164
Tabla 99	165
Tabla 100	165

Tabla 101	166
Tabla 102	166
Tabla 103	167
Tabla 104	167
Tabla 105	168
Tabla 106	168
Tabla 107	168
Tabla 108	169
Tabla 109	171
Tabla 110	171
Tabla 111	172
Tabla 112	172
Tabla 113	173
Tabla 114	173
Tabla 115	173
Tabla 116	174
Tabla 117	174
Tabla 118	175
Tabla 119	175
Tabla 120	176
Tabla 121	176
Tabla 122	177
Tabla 123	177
Tabla 124	179
Tabla 125	180
Tabla 126	184
Tabla 127	185
Tabla 128	186
Tabla 129	187
Tabla 130	188
Tabla 131	189
Tabla 132	190
Tabla 133	191
Tabla 134	193

Tabla 135	194
Tabla 136	194
Tabla 137	195
Tabla 138	196
Tabla 139	197
Tabla 140	198
Tabla 141	199
Tabla 142	200
Tabla 143	201
Tabla 144	202
Tabla 145	202
Tabla 146	203
Tabla 147	203
Tabla 148	204
Tabla 149	205
Tabla 150	206
Tabla 151	207
Tabla 152	207
Tabla 153	208
Tabla 154	208
Tabla 155	208
Tabla 156	209
Tabla 157	209
Tabla 158	210
Tabla 159	210
Tabla 160	211
Tabla 161	212
Tabla 162	212
Tabla 163	213
Tabla 164	213
Tabla 165	214
Tabla 166	214
Tabla 167	215
Tabla 168	215

Tabla 169	215
Tabla 170	216
Tabla 171	217

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Logotipo de la marca	16
<i>Figura 2.</i> Ubicación geográfica del pescado lisa a nivel global.....	20
<i>Figura 3.</i> Tecnología Pesca	30
<i>Figura 4.</i> <i>Habitantes en el Perú.</i>	32
<i>Figura 5.</i> PEA	35
<i>Figura 6.</i> <i>Cuadro de esfuerzo pesquero.</i>	44
<i>Figura 7.</i> <i>Identificación de PO.</i>	44
<i>Figura 8.</i> Ventas anuales en supermercados.....	49
<i>Figura 9.</i> Fotografía de Presentación de Integrantes Focus Group. Fuente: Elaboración propia.	69
<i>Figura 10.</i> Logotipo.....	100
<i>Figura 11.</i> <i>Nugget de pescado lisa.</i>	101
<i>Figura 12.</i> Bolsa de Nuggets.	102
<i>Figura 13.</i> Cajas de palito de pescado.	103
<i>Figura 14.</i> <i>Empaque de cajas.</i>	104
<i>Figura 15.</i> Empaque de bolsas de Nuggets de pescado.	105
<i>Figura 16.</i> Transporte productos congelados.....	105
<i>Figura 17.</i> Organigrama Estructural COPELI SAC.....	141
<i>Figura 18.</i> <i>Mapa de procesos de producción</i>	156
<i>Figura 19.</i> <i>Mapa de Ubicación de Local.</i>	178
<i>Figura 20.</i> <i>Foto Frontis Local</i>	179
<i>Figura 21.</i> <i>Foto Local</i>	179
<i>Figura 22.</i> <i>Plano de Operaciones</i>	180

Resumen Ejecutivo

El negocio consiste en producir y comercializar Nuggets y Palitos pre cocidos de pescado a base de pescado Lisa y harina de quinua, son los principales insumos diferenciadores en el mercado a cubrir, para el nivel socio económico A y B, localizado en la ciudad de Lima. Para el efecto, se utilizará los supermercados en la mayoría de los distritos de Lima (zona 6,7), pues representan el medio de acceso idóneo para cobertura el mercado objetivo del proyecto. Un aspecto idóneo para el desarrollo del proyecto es el creciente económico y tecnológico de supermercados e hipermercados, donde la industria de alimentos en general ha logrado alcanzar un singular dinamismo. Estos canales que son los denominados “autoservicios están localizados en la mayoría de los distritos de Lima y constituirían el medio de acceso idóneo al mercado objetivo del proyecto, en el cual se ubican los productos de pescados pre cocidos. La fórmula propuesta conlleva en si el objetivo de lograr un producto único en sus características con potencial orientado al bienestar principalmente de los niños.

Capítulo I: Información general

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

Se planifica que la empresa se encuentre registrado de la siguiente manera

- **Razón social:** Compañía Pescado Lisa S. A.C. (COPELISAC)
- **Razón comercial:** Ocean Foods
- **Tipo de empresa:** Sociedad Anónima Cerrada

Como parte del horizonte planificado, se espera en los próximos 5 años logremos un reconocimiento de la marca y diferenciación de la calidad de nuestros productos frente a la competencia. Para esto, se ha considerado competir en el mercado nacional a través de los siguientes productos:

- Nuggets
- Palitos

Por último, se planifica contar con el siguiente logotipo:



Figura 1. Logotipo de la marca

Fuente: Elaboración propia

1.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria

Actividad Económica: Elaboración y Conserva de Pescado.

Código CIU: 15127

Partida Arancelaria: 1604.18.00.00

1.3 Definición del negocio y modelo CANVAS

1.3.1.1 Definición del negocio.

El proyecto parte desde la producción y comercialización de productos pre cocidos en base al pescado Lisa.

Es un proyecto agroindustrial de carácter socioeconómico que beneficiará indirectamente a los pescadores de la zona garantizando la compra de su producto (pescado fresco de buena calidad), generando empleo directo e indirecto en la región.

El proceso del pescado se efectuará en el distrito de Lima, allí se instalará una planta de producción con toda la maquinaria necesaria para efectuar el proceso de precocido. La materia prima consta de pescado fresco Lisa. Este pescado crudo proviene de nuestro mar peruano ubicado en la zona del Pacífico.

Como producto final se obtienen Nuggets y Palitos pre cocidos empanado en harina de quinua con agradable sabor, disponible en 2 presentaciones: empacado en bolsa de 8 unidades y en caja de 10 unidades, todo esto genera una diferenciación en el producto.

Su comercialización principalmente estará orientado al modelo de negocio B2C teniendo como canal de distribución los AASS.

1.3.1.2 Modelo CANVAS.

<p>INFRAESTRUCTURA SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pescado Lisa <i>PERUPEZ SAC</i> • Harina de quinua. <i>Corp. Inca Health SAC</i> • Transporte frigorífico para distribución. <i>Esmeralda Corp. SAC</i> • Empaques biodegradables <i>Distugraf SAC</i> • Productora de eventos. <i>Compañía Peruana de E-Commerce S.A</i> 	<p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital propio 58% y Financiado 42% (MiBanco). • Gerente General experto en Marketing y Ventas de productos de consumo masivo. • Jefe de Operaciones experto en la cadena de producción de productos pre cocidos. • Equipos industriales de alta tecnología para la elaboración de productos pre cocidos (S/ 120,094.00) <p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negociación comercial de Nuggets y Palitos. • Cadena de producción de Nuggets y Palitos. • Control Total de Calidad de Nuggets y Palitos. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Nuggets y palitos de pescado Lisa empanizados con harina de Quinua.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutritivos: <i>Proteínas, Minerales y Vitaminas.</i> • Únicos en el Mercado: <i>Empanizados en harina de Quinua.</i> • Prácticos: <i>Fácil y rápida preparación</i> • Presentación atractiva: <i>Formas divertidas para los niños (palitos, pescaditos y estrellitas)</i> 	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención de consultas de clientes finales a través de redes sociales: Facebook e Instagram. • Campañas de degustación en supermercados. <p>CANALES DE DISTRIBUCION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadenas B2C: Supermercados Peruanos (Vivanda y Plaza Veja) e Hipermercados Tottus 	<p>SEGMENTACIÓN DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefes del hogar entre los 20 y 55 años de edad con niños entre 1 a 12 años, que buscan una alimentación nutritiva a base de pescado y quinua; y que sean fáciles de preparar. • Segmento socioeconómico A y B, de las zonas 6 y 7.
---	--	--	--	--

<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costo Total Unitario de Nuggets 7.39 soles. Costo Total Unitario de Palitos 7.74 soles.</p> <p>COSTOS FIJOS</p> <p>Gastos de Administración (<i>salario, servicios, local, útiles, responsabilidad social</i>) Gastos de Ventas (<i>salario, comisiones, pago servicios, publicidad y marketing</i>) Factoring Electrónico (TEA 10% y TEF 2.41% en pago 90 días). Activo Fijo Depreciable (<i>Régimen MYPE en 4 años</i>) mayores a 1/2 UIT Activo Fijo no Depreciable (<i>Devengados al año 1</i>) menores a 1/2 UIT Amortización de Intangibles Gasto Pre-Operativo (<i>Derecho Registrales, marketing - Diciembre 2018</i>)</p> <p>COSTOS VARIABLES</p> <p>Materia Prima (<i>Insumos y materiales</i>) Mano de Obra Directa (<i>Salario y beneficios Operarios</i>) Costos indirectos (<i>mantenimiento maquinarias, utensilios, local, pago servicios</i>)</p>	<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>Precio de Venta Unitario de Nuggets 9.44 soles. Precio de Venta Unitario de Palitos 10.62 soles.</p> <p style="text-align: center;"><i>Segmentación de ventas por producto</i></p> <p>Para el año 2023 proyectamos un crecimiento de 34% en el total de ventas. Condición de pago por supermercados a 90 días.</p> <p>RESULTADOS</p> <p>El costo promedio ponderado de capital es del 29.73% La rentabilidad mínima esperada por los socios es del 32.79% La tasa máxima de retorno económica es de 46.70%, con un valor de actual neto económico de 136,471 soles. La tasa máxima de retorno financiero es de 58.38%, con un valor de actual neto financiero de 131,019 soles. Por cada sol de inversión, el proyecto recibe 1.40 soles y gana 0.40 soles Por cada sol de inversión propia de accionistas, recibe 1.66 soles y gana 0.66 soles El análisis de sensibilidad multidimensional nos da como resultado dos variables de alto riesgo: el precio y la demanda (5% de margen pesimista).</p>
--	---

1.4 Descripción del producto o servicio

Productos pre cocidos a base de Pescado Lisa con Harina de Quinua.

1.4.1 Características del Producto.

El producto es una preparación no completada, envasados y conservados en frío, que requieren un tratamiento domestico adicional que podría ser hornearlos o freírlos. Dentro de las particularidades del producto ventajosas podemos destacar las

siguientes:

Alternativa Saludable. Contienen proteínas fundamentales de crecimiento de los niños como son fibra, omega-3, minerales o vitaminas.

Comida Rápida. Permitir cocinar rápidamente orientado al consumo de los hogares primordialmente para el consumo de los niños.

Larga Conservación. Mantienen sus propiedades nutritivas, organolépticas e higiénicas durante un año.

La Lisa

La Lisa conocido por su nombre científico como Mugil Cephalus, es una de las especies de gran proliferación en los mares a nivel mundial, dentro de sus principales características importantes para la elaboración del producto precocido de croquetas de Lisa tenemos las siguientes:

Tabla 1

Características físicas del pescado Lisa

Característica	Medición
Longitud (centímetros)	30 a 60
Peso (kg)	1,5 a 8
Edad (años)	4 a 16
Reproducción de huevos por hembra (millones)	0,5 a 2

Nota: Se encuentra dentro de los 8 pescados preferidos para el consumo humano. Fuente: FAO.

Geográficamente la Lisa, se encuentra en el océano atlántico occidental por el principalmente en Argentina, Brasil, México y el parte de Canadá, por el océano atlántico oriental en zonas de España y zonas de África. Por el lado del océano Pacífico de California hasta Chile.



Figura 2. Ubicación geográfica del pescado lisa a nivel global
 Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Mugil_Cephalus/es

En nuestro país el desembarque de Lisa para consumo humano es casi constante entre los años 2006 al 2014, representando un recurso de abundancia en el litoral peruano en función a los indicadores de desembarque obtenido.

Tabla 2

Desembarque de principales recursos marítimos

Especie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bonito	13.37	9.7	42.87	29.1	13.1	14.7	21.6	77.2	65.6
Liza	4.23	10.55	16.19	18.6	10.8	13.3	15.4	13.8	12.8
Caballa	102.3	62.4	92.9	110.6	20.5	46.9	25.0	58.3	48.7
Jurel	277.6	254.4	169.5	74.7	17.6	257.2	179.7	82.1	92.3

Nota: Según especie, 2006-2014 (Miles de Toneladas Métricas Brutas). Fuente: INEI.

La fluctuación de las otras especies muestra altos niveles de desembarques generando mayor variación a diferencia de la Lisa. El Ministerio de la Producción se pronuncia con campañas dirigidas a los consumidores a respetar las vedas y no consumir especies protegidas, y recomiendan el consumo de la lisa, bonito, pota y merluza.

Nutrientes de la Lisa

El consumo de la Lisa aporta en el desarrollo de los infantes debido a presencia de fosforo en las membranas celulares del cerebro es fundamental, mejora la formación del desarrollo de huesos y dientes, metabolismo celular o la formación de tejido muscular.

A continuación, se presenta el cuadro de la composición nutricional por 100 gramos del pescado Lisa.

Tabla 3

Composición nutricional por 100 gramos del pescado Lisa.

Nutrientes	Cantidad
Energía	119
Proteína	20.8
Grasa Total (g)	3.3
Colesterol (mg)	-
Glúcidos	0
Fibra (g)	-
Calcio (mg)	19
Hierro (mg)	1
Yodo (µg)	-
Vitamina A (mg)	37
Vitamina C (mg)	4.9
Vitamina D (µg)	-
Vitamina E (mg)	-
Vitamina B12 (µg)	-
Folato (µg)	-

Nota: Información de la Fundación Universitaria Iberoamericana.

Fuentes: FUI.

Harina de Quinua

La harina de quinua contiene un buen equilibrio de proteínas y carbohidratos, y no contiene gluten, esto es beneficioso para personas con enfermedades celiaca. Dentro de su composición nutricional predominan tres aminoácidos para el crecimiento: la cistina, que permite asimilar el azufre; la tirosina asociada al calcio y el fósforo; y el triptófano fundamental para el desarrollo normal del cerebro y otras funciones nerviosas.

Tabla 4

Composición en 100 gr. De producto.

COMPONENTES	INTEGRAL	DESGERMINADA
Energía (kcal.)	384	348
Proteínas	10.00	9.10
Grasa	5.30	2.60
Carbohidratos	72.70	72.10
Fibra	1.70	1.00
Minerales (mg)		
Calcio (Ca)	236.00	181.00
Fosforo (P)	80.00	61.00
Hierro (Fe)	7.50	3.70
Vitaminas (mg)		
Tiamina / Vitamina B1	0.30	0.19
Riboflavina / Vitamina B2	0.01	0.24
Niacina	0.40	0.70

Nota: Características de la quinua. Fuente: Quinoa.pe

Ajo

A continuación, se muestra el resumen de los principales nutrientes del ajo, en ellas se incluyen sus principales nutrientes, así como como la proporción de cada uno.

Tabla 5

Nutrientes del ajo

Nutrientes	Cantidad
Calorías	119 kcal.
Grasa	0,23 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	19 mg.
Carbohidratos	24,30 g.
Fibra	1,20 g.
Azúcares	2,21 g.
Proteínas	4,30 g.
Vitamina A	0,00 g.
Vitamina B12	0 g.
Hierro	1,20 mg.
Vitamina C	14 mg.
Calcio	17,80 mg.
Vitamina B3	1,02 mg.

Nota: Características del ajo. Fuente: Recuperada de <https://alimentos.org.es/ajo>

Cebolla

A continuación, se muestra el resumen de los principales nutrientes de la cebolla, en ellas se incluyen sus principales nutrientes, así como como la proporción de cada uno.

Tabla 6

Nutrientes de la Cebolla

Nutrientes	Cantidad
Calorías	31,85 kcal.
Grasa	0,25 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	3 mg.
Carbohidratos	5,30 g.
Fibra	1,80 g.
Azúcares	5,30 g.
Proteínas	1,19 g.
Vitamina A	1,40 g.
Vitamina B12	0 g.
Hierro	0,27 mg.
Vitamina C	6,90 mg.
Calcio	25,40 mg.
Vitamina B3	0,72 mg

Nota: Características de la Cebolla. Fuente: Recuperada de <https://alimentos.org.es/cebolla>

1.5 Oportunidad de negocio

1.5.1 Justificación.

Considerando que la preferencia de pescado del mercado nacional va en aumento de forma sostenida desde el año 2010, de 10 kilos a 16,5 kilos por habitantes; y si a esto le adicionamos que el consumo de pescado seguirá en alza por el precio y accesibilidad, lo que le permitirá consolidarse como el segundo producto preferido por los consumidores peruanos después del pollo, según viceministro de Pesca y Acuicultura, Héctor Soldi, en base a la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) del INEI. Nos permite soportar nuestro proyecto de negocio en el comercio de productos pre cocidos a base de Pescado con Quinoa.

El presente proyecto de negocio está enfocado en aprovechar los recursos que nos brinda el mar peruano, que cuenta con una gran variedad de especies que tienen un alto valor nutricional como el Omega 3. Adicionalmente, aprovechar el programa emblemático “A comer pescado” del Ministerio de la Producción para soportar nuestras estrategias de marketing para un mayor consumo de nuestros productos pre cocidos a base de Pescado con Quinoa.

1.5.2 Segmentación.

Planificamos que nuestro público objetivo sea los niños de 01 a 12 años de edad, considerando que el estrato socio – económico al que estaríamos relacionados sería los niveles B y C de la ciudad de Lima.

1.5.3 Geográficamente.

Como parte de nuestra estrategia se planifica que los primeros 3 años nos enfoquemos en fortalecer la marca en los principales distritos de la ciudad de Lima. Respecto a la distribución, este será a través de un servicio de transporte tercerizado.

1.5.4 Comportamiento.

Ocean Foods busca ser el producto pre cocido a base de pescado y harina de quinua que las familias limeñas usen a diario, a través de nuestra variedad de productos, sin temor a alimentar con frituras. Asimismo, buscamos ayudar a las madres de familia en incentivar el consumo de pescado a través de productos que son atractivos para los niños.

1.5.5 Distribución.

1.5.5.1 Supermercados.

Considerando que la estrategia comercial es soportar nuestro proyecto a través de B2C (Business to Customer), nos enfocaremos a la distribución de nuestros productos a través de las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Lima. Entre estos, se encuentran Metro, Plaza Vea, Tottus.

1.5.5.2 Redes sociales.

Se habilitará una página de Facebook donde se promocionará nuestro catálogo de productos e incentivaremos el consumo a través de promociones y alianzas con personajes públicos.

1.6 Estrategia genérica de la empresa

La estrategia principal de la empresa radica en la búsqueda constante de un producto que destaque insumos nutritivos y de bajo costo, lo que permitirá que los competidores y seguidores tengan una propuesta difícil de superar.

Otro factor importante de la empresa al interno es la infraestructura y los procesos de alta calidad para sustentar un producto de alta gama.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1 Análisis del Macro entorno

Político Legal.

Ley General de Pesca (Ley 25977,2013) cuyo objetivo principal es normar la actividad pesquera promoviendo el desarrollo sostenido de los recursos hidrobiológicos en el litoral peruano, asimismo incentiva la preservación del medio ambiente a través de la pesca responsable conservando la especie. Además, el Estado es el responsable del manejo y explotación racional de dichos recursos, velando por la protección de las especies, prevención y reducción de los daños o riesgos de contaminación en el mar peruano. Además, también establece la implementación del reglamento de sanciones e inspecciones pesqueras, talla mínima de captura, nivel de tolerancia de pesca incidental, cierre temporal de segmentos de litoral, entre otros.

La Ley 25977 es importante para nosotros como empresa, pues fomenta la formalidad en el sector, además de regular la pesca y evitar la depredación con la pesca ilegal.

Ley de Alimentación Saludable para niños y adolescentes (Ley 30021) consiste en la implementación de un semáforo en el etiquetado para los productos industrializados, con la finalidad de no seguir incentivando el consumo de alimentos altos en sodio, grasas, niveles altos de azúcar y grasas saturadas. El objetivo principal es disminuir la obesidad infantil y promover la alimentación saludable.

Esta ley es una oportunidad dado que nuestro producto es a base de pescado y quinua, dos componentes ricos en vitaminas y excelentes nutrientes que deben ser incluidos en una dieta balanceada; al tener el semáforo en verde en los empaques, el consumidor final rápidamente podrá identificar el producto como saludable incentivando de esta manera la elección y posteriormente la compra.

Es importante mencionar que el gobierno de la mano con el Ministerio de Producción viene impulsando de manera activa a través de programas y campañas como “A comer Pescado” el consumo de recursos hidrobiológicos. Tal es el caso de Festivales en plazas donde ponen a la venta el pescado y conservas a precios de

promoción, además ponen al alcance de la población diversas recetas culinarias a base de pescado.

En el 2018 el Ministerio de Producción implementó el programa “Pesca Ventura” en los talleres de verano de los 8 colegios públicos de inicial, de esta manera se busca incentivar la alimentación saludable desde temprana edad y prevenir enfermedades de malnutrición como la anemia.

Económico.

En los últimos 10 años, el Perú ha sido considerado como una de las economías de más rápido crecimiento con un promedio anual de 5.8%, esto permitió fortalecer la moneda nacional frente al dólar y al crecimiento de la productividad, además se creó un escenario de alto crecimiento y de baja inflación.

El crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) por habitante entre el 2011 y 2016, creció a una tasa media de 3.5% pasando de 13,634 nuevos soles por habitante en el 2011 a 15,914 nuevos Soles en el 2016, dicho valor es el más alto registrado desde 1950.

En 2017 el Producto Bruto Interno (PBI) registró un crecimiento de 2.5%, resultado por debajo de la meta proyectada de 2.8%. El avance de la economía fue sustentado por el sector primario, que se expandió 3.06%. La minería e hidrocarburos registró un crecimiento por tercer año consecutivo con 3.19%, esto gracias a la actividad minera de metales. Cabe mencionar que el sector pesquero también registró un crecimiento de 4.67% en el 2017, debido a la mayor captura de recursos en nuestro litoral.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) espera que el crecimiento en el 2018 sea de 4.5%, 5% en el 2019 y 2020; en tanto la inversión pública aumentaría en 15%, cifras superiores a sus últimas proyecciones. Los sectores de pesca, construcción y manufactura registrarán una recuperación durante los próximos tres años. El MEF indica que la estrategia política económica se basa en las siguientes reformas:

El sector pesquero logró consolidarse como el sector con mayor aporte del PBI en el último año, gracias a la producción de la anchoveta y a la exportación de harina

de pescado, registrando un crecimiento de 30.2%. Se espera que este comportamiento sea favorable, a pesar de que el sector se encuentra sujeto a los constantes cambios climáticos. En el 2017 con la llegada del niño Costero freno los indicadores que proyectaban un crecimiento mayor, para el 2018 se contó con la presencia de la Niña, la misma que en líneas generales tuvo un paso casi sin dejar daños a comparación a los del año pasado. El Ministerio de Producción elaboro una propuesta que establece objetivos hasta el 2030 con la finalidad de mitigar la vulnerabilidad del sector y asegurar su productividad frente a los cambios climáticos que se encuentra expuesto.

Según el ministerio de Agricultura y Riego, el Perú se consolido como el primer productor de quinua a nivel mundial con 79 mil 269 toneladas en el 2016.

Las oportunidades que nos ofrece el entorno económico son: El crecimiento sostenido del PBI para los próximos cinco años (performance positivo), incremento de la inversión pública, tasa de inflación moderada. Además, el país se ha comprometido a seguir impulsando las reformas macroeconómicas con la finalidad de atraer nuevos mercados e inversionistas privados.

Socio Cultural.

El consumo de pescado en nuestro país se viene incrementando en los últimos tres años, ya no solo se acostumbra a comer pescado solo en Semana Santa. En el año 2015 se consumió 625 mil toneladas entre pescado fresco, congelado y conserva; para el año 2016 el consumo se incrementó a 685 mil toneladas. El consumo de pescado fresco se incrementó en 13%, paso de 450 mil toneladas en el 2015 a 510 mil toneladas para el 2016. Es importante mencionar que el consumo de pescado congelado en todas sus presentaciones también se incrementó, paso de 106 a 117 mil toneladas respectivamente.

De acuerdo con la última encuesta nacional de hogares realizada por el Ministerio de Producción, el consumo per cápita de pescado paso de 10 kilos por habitante en el 2010 a 12.3 kilos en el 2015. Este incremento se da principalmente a la mayor extracción de pescado y a la preferencia en los hogares pues es menos costoso a comparación de otras carnes. Se estima que se consolidara como el segundo producto preferido después del pollo.

Tecnológico.

El sector pesquero a lo largo de los últimos 10 años ha ido implementando nuevas tecnologías en la pesca de fondo. En la actualidad las redes presentan innovación en su forma, pues cuentan con mallas cuadradas y rejillas para la liberación de aquellos peces pequeños escapen vivos y mantenerse dentro de la biomasa para su reproducción. Además, cuentan con monitoreo oceanográfico y pesquero mediante tecnología satelital.

El Perú cuenta con el Instituto del Mar del Perú, dicha entidad tiene un departamento especializado en investigaciones en hidroacústica, sensoramiento remoto y artes de pesca (DGIHSA), es responsable de realizar investigaciones científicas y tecnológicas para la evaluación de recursos hidrobiológicos, diversificación de los métodos de extracción y aumentar la eficiencia de las artes de pesca,



Figura 3. Tecnología Pesca

Fuente: Dirección general de investigaciones en hidroacústica, sensoramiento remoto y artes de pesca. Recuperado de http://www.imarpe.gob.pe/imarpe/index.php?id_seccion=I01700300000000000000

Se considera como una oportunidad las investigaciones que se desarrollan en tecnologías para aumentar la eficiencia, producción y salvaguardar la especie; de esta manera se garantiza el abastecimiento de nuestra materia prima principal. Como amenaza se tiene la poca tecnología que hay para controlar o mitigar el riesgo del calentamiento del mar y de los fenómenos climáticos a los que está expuesto nuestro mar.

2.1.1 Del País.

2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.

Según INEI, el Perú tiene 31 millones de habitantes 151 mil 643 personas. De dicha cifra el 50.1% son hombres y el 49.9% mujeres. La ciudad de Lima alberga a 9 millones 985,664 de habitantes.

El Perú ocupa el puesto 42 en tamaño de población a nivel mundial y el puesto 8 en América.

Los distritos con más habitantes se encuentran en ciudad de Lima, siendo siete: San Juan de Lurigancho, San Martín de Porres, Ate, Villa El Salvador, Comas, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores; dichos distritos sobrepasan los 400 mil habitantes.

El 53% de la población total es abarcada por las siguientes ciudades: Lima con 9'985,664 habitantes, La libertad con 1'882,405, Piura 1'858.617, Cajamarca 1'533,783 y Puno con 1'429,098 habitantes.

El menor número de habitantes se concentra en Madre de Dios con 140 mil 508 personas, sin embargo, es el tercer departamento con mayor superficie territorial (85 mil 300,54 km²) le sigue Ucayali (102 mil 399,94 km²) y Loreto (368 mil 799,48 km²).



Figura 4. Habitantes en el Perú.

Fuente: INEI. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/>

2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.

Se calcula que existen más de 32.16 millones de peruanos con una tasa de crecimiento anual de 1.01% según estimaciones de Ipsos.

También se estima que la población adulta, personas entre 21 a 59 años, representa el 51.1% de los peruanos. Esto revela un incremento paulatino de las poblaciones en edades adultas.

Por otro lado, en el caso de la capital, Lima metropolitana representa cerca de 41.2% de la población urbana a nivel nacional donde uno de cada 4 limeños vive en lima norte o en cono norte (Carabayllo, Ancón, Puente piedra, San Martín de Porres, Santa Rosa, Comas, Independencia y Los Olivos).

En Lima, San Juan de Lurigancho es el distrito más poblado con más de 1 millón de habitantes lo que comprende cerca del 12% de la población limeña.

En cuanto a la esperanza de vida, Ipsos calcula que esta es de 75 años en promedio para los peruanos.

2.1.1.2.1 Ingreso Per Cápita.

Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

El ingreso per cápita se ubica en 17852.69 nuevos soles.

2.1.1.2.2 Población económicamente activa.

Tabla 7

Población económicamente activa

Ámbito geográfico	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	14.907,228	15.156,844	15.451,348	15.738,052	15.948,81	16.143,079	16.326,451	16.396,35	16.498,365	16.903,68
Área de residencia										
Urbana	10.688,021	10.961,273	11.241,853	11.591,087	11.852,84	12.115,12	12.345,178	12.436,358	12.584,077	13.066,051
Rural	4.219,206	4.195,571	4.209,895	4.146,965	4.095,97	4.027,959	3.981,273	3.959,992	3.914,289	3.837,629
Región natural										
Costa	8.013,143	8.140,073	8.339,775	8.550,617	8.839,092	8.854	8.889,011	8.888,923	8.984,054	9.331,702
Sierra	4.960,289	5.074,046	5.147,052	5.178,48	5.255,904	5.214,812	5.346,356	5.388,196	5.423,011	5.420,778
Selva	1.933,795	1.942,725	1.964,52	2.008,954	2.053,813	2.074,267	2.091,084	2.119,231	2.091,301	2.151,2
Departamento										
Amazonas	219,927	218,891	223,217	228,281	231,935	225,479	230,057	227,392	229,655	235,978
Áncash	572,445	593,262	587,836	590,484	592,238	607,862	602,604	627,513	625,621	630,455
Apurímac	232,607	236,705	228,544	237,207	244,307	246,249	254,249	257,585	267,112	262,153
Arequipa	642,196	618,616	636,568	648,281	669,651	660,703	698,784	700,189	693,128	691,107
Ayacucho	320,098	329,931	325,426	334,084	341,094	333,703	352,637	365,429	361,093	365,925
Cajamarca	811,908	842,709	832,748	814,559	819,866	778,422	814,241	815,087	823,252	848,871
Callao	476,332	460,198	495,951	506,564	517,453	521,408	526,117	535,926	538,051	562,495
Cusco	677,026	712,086	731,617	711,535	736,102	749,126	780,272	757,353	765,913	761,614
Huancavelica	229,674	232,211	237,099	234,869	248,311	254,384	254,824	262,69	257,362	262,032
Huánuco	415,349	423,814	433,12	437,918	441,181	444,881	452,465	459,658	468,751	463,122
Ica	363,499	376,897	388,846	395,219	405,874	415,521	418,055	417,578	400,851	421,198
Junín	635,37	669,824	668,183	688,397	699,898	695,215	695,928	707,455	719,587	735,153
La Libertad	830,222	836,958	902,949	924,981	906,96	947,851	942,708	954,535	952,576	978,179
Lambayeque	605,544	610,423	632,076	638,141	633,85	636,124	647,899	630,554	635,728	653,712
Provincia de Lima 1/	4.106,347	4.238,846	4.286,154	4.433,239	4.509,357	4.621,681	4.600,831	4.585,408	4.693,29	4.884,291
Región Lima 2/	463,246	453,238	472,924	459,382	479,817	486,357	477,702	476,944	489,686	503,363
Loreto	478,447	456,892	464,397	471,249	479,636	500,691	516,878	506,394	507,701	515,35
Madre de Dios	63,583	66,079	68,217	70,607	70,852	74,282	76,906	77,68	80,587	80,128
Moquegua	98,203	93,039	96,695	99,11	100,147	103,911	105,899	104,614	103,627	106,974
Pasco	136,767	133,738	153,285	154,059	155,064	158,757	160,928	157,394	160,443	166,993
Piura	875,751	857,795	893,327	900,676	875,054	897,984	917,579	920,656	913,143	923,178
Puno	730,991	736,841	749,474	772,553	783,042	783,609	803,394	817,408	801,953	795,902
San Martín	403,944	401,593	405,377	426,058	438,556	425,374	437,027	439,998	426,4	454,142
Tacna	163,102	172,088	168,385	176,115	178,089	179,173	180,163	182,832	180,231	189,503
Tumbes	124,199	120,652	121,594	127,33	128,066	129,325	130,718	130,295	129,264	133,439
Ucayali	230,45	239,518	247,542	256,154	260,605	265,203	267,586	277,779	273,361	280,426

Nota: Ámbito geográfico, 2007 – 2016 (miles de personas). Fuente: INEI.

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

La balanza comercial registra la diferencia entre el valor de las exportaciones y el de las importaciones de bienes, registró un superávit de 6,266 millones de dólares. Las exportaciones peruanas se dividen en dos grupos: las tradicionales, que representen el 80% del total, entre las cuales se encuentran minería y pesca; y las no tradicionales que con 20% del total agrupan a agroindustrias, textiles, calzado, etc. En 2017, las primeras crecieron en 27% mientras que las segundas lo hicieron en 8.2%. El determinante fue el aumento del precio del cobre y del zinc en un entorno de mejoría de la economía mundial.

Tabla 8

Balanza Comercial / Trade Balance

	2016					2017							Ago. (13 Ago. 16)		Enero-Agosto					
	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Pago	Var%	2016		2017	Pago	Var%
1. EXPORTACIONES 2/	3 259	3 251	3 153	3 385	4 036	3 326	3 391	3 311	3 133	3 321	3 846	3 416	3 323	994	26,4	22 721	28 982	5 326	23,2	1. EXPORTS 2/
Productos tradicionales	2 362	2 312	2 192	2 275	2 827	2 346	2 746	2 429	2 328	2 627	2 899	2 429	2 325	503	23,9	18 210	23 692	4 629	25,1	Traditional products
Productos no tradicionales	899	939	961	1 110	1 209	980	645	882	805	694	947	987	998	491	11,1	4 511	7 290	659	14,6	Non-traditional products
Otros	8	7	12	12	8	12	11	11	8	8	11	8	11	2	30,1	40	40	19	31,3	Other products
2. IMPORTACIONES	3 199	3 179	3 190	3 076	3 024	2 967	2 942	2 984	2 978	3 199	3 962	3 198	3 499	321	10,3	22 722	24 917	2 195	9,7	2. IMPORTS
Bienes de consumo	796	841	785	765	727	824	860	772	886	786	772	799	872	76	8,8	5 486	5 960	527	9,2	Consumer goods
Insumos	1 412	1 362	1 382	1 279	1 227	1 421	1 385	1 342	1 427	1 482	1 391	1 294	1 227	176	12,5	9 769	11 287	1 818	18,3	Raw materials and intermediate goods
Bienes de capital	947	948	1 022	921	928	696	762	827	827	942	991	1 024	1 024	77	8,2	7 261	7 224	-37	-0,5	Capital goods
Otros bienes	12	27	12	21	19	26	3	19	24	8	8	22	7	-6	-28,1	107	112	-4	-3,5	Other goods
3. BALANZA COMERCIAL	60	71	263	309	1 012	359	449	328	155	122	884	218	124			8	3 165			3. TRADE BALANCE
<i>Nota:</i>																				
Variación porcentual respecto a similar período del año anterior: 3/																				
(Año 2007 = 100)																				
Índice de precios de E	1,2	1,3	1,2	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2							Índice de precios de E
Índice de precios de M	-1,2	-1,4	-0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3							Índice de precios de M
Términos de intercambio	1,8	1,7	1,0	1,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1							Términos de Intercambio
Índice de volumen de E	6,6	14,2	12,7	6,6	10,2	14,8	21,2	1,4	6,2	11,0	20,2	6,1	9,9							Índice de volumen de E
Índice de volumen de M	1,9	2,6	2,3	4,0	4,4	4,5	1,7	5,4	1,8	8,5	2,8	10,4	8,1							Índice de volumen de M
Índice de valor de E	6,8	16,1	14,1	10,6	24,6	24,4	46,7	11,3	11,7	22,6	42,3	1,9	20,4							Índice de valor de E
Índice de valor de M	0,3	2,1	2,5	6,6	5,8	4,5	8,9	10,0	8,4	15,6	6,0	15,7	10,1							Índice de valor de M

Nota: Valores FOB en millones de U\$\$. Fuente: INEI.

En 2016 el Perú exportó \$35,6 miles de millones, lo que es el 43º exportador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Perú han ingresado a una tasa anualizada del 8,33%, de \$47,2 miles de millones en 2016. Las exportaciones más recientes son lideradas por la exportación de mineral de cobre, que representa el 24,1% de las exportaciones totales de Perú, seguidas por oro, que representa el 18.1%.

En 2016 el Perú importó \$35,8 miles de millones, lo que es el 47^a importador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Perú han decrecido a una tasa anualizada del -5.006% de \$38,1 miles de millones en 2011 a \$35,8 miles de millones en 2016.

Las importaciones más recientes son lideradas por refinado de petróleo, que representa el 6,47% de las importaciones totales de Perú, seguido por coches, que representa el 4,61%.

PEA

Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

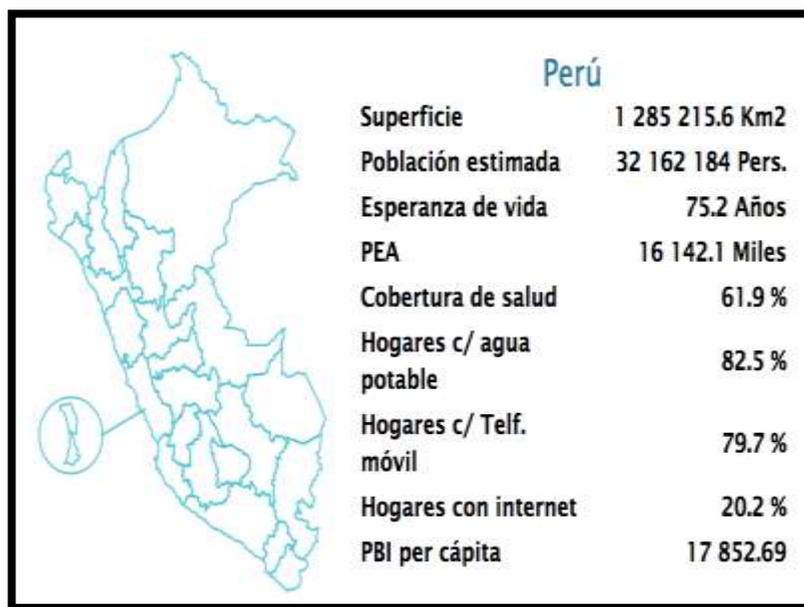


Figura 5. PEA

Fuente: INEI

2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

El Banco Central de Reserva (BCR) redujo su estimado de crecimiento del PBI a 4% para este año, menor | 4.2% proyectado en diciembre del 2017.

Asimismo, se estimó que la inversión privada repuntaría en 5.5% y la inversión

pública subirá en 14.2% este año promovido por la reconstrucción del norte y las obras por los Juegos Panamericanos.

También redujo su proyección de la demanda interna esperada para este año de 4.4% prevista en su reporte de diciembre a 4.2% para este año impulsada por una mayor inversión pública asociado al gasto de la reconstrucción.

El MEF adelanto sus estimados, coincidiendo con las cifras oficiales en la que se muestra un crecimiento de 280% en el sector pesca, seguido del sector manufacturero en 11% y en tercer lugar el sector de telecomunicaciones.

Este repunte se debió a la expansión de la pesca marítima que creció 314.78% Según sus componentes, la captura de especies para consumo humano indirecto fue mayor en 1806.25% debido al importante desembarque de anchoveta.

2.1.1.4.1 Tasa de interés.

El Banco Central de Reserva (BCR) acordó mantener la tasa de interés de referencia en 3%, tomando en cuenta que la inflación en enero continuó disminuyendo y se ubicó en el tramo inferior del rango meta por tercer mes consecutivo.

La autoridad monetaria proyecta que la inflación se mantendrá alrededor del límite inferior de dicho rango en los primeros meses de 2018, para posteriormente converger a 2%.

En ente emisor explico que el crecimiento de la actividad económica se mantiene por debajo de su potencial y que la economía mundial sigue mostrando indicadores favorables, con señales positivas en las cotizaciones de las materias primas y en los flujos de capitales hacia economías emergentes, aunque con una mayor incertidumbre en los mercados financieros internacionales.

2.1.1.5 Tipo de cambio.

Tabla 9

Tipo de cambio al 23/03/2018

Tipo de Cambio al 23/03/2018		
MONEDA	COMPRA (S/)	VENTA (S/)
Dólar de N.A.	3.236	3.237
Dólar Canadiense	2.355	2.612
Libra Esterlina	4.560	4.656
Yen Japonés	0.031	0.032
Peso Mexicano		0.191
Corona Noruega	0.390	
Corona Sueca		0.421
Franco Suizo	3.253	3.440
Euro	3.984	4.019

Tipo de Cambio Mesa de Negociaciones del BCR (S/ por US\$)			
	PROMEDIO PONDERADO	MINIMO	MAXIMO
COMPRA	S/M	S/M	S/M
VENTA	S/M	S/M	S/M

Tipo de Cambio Mercado Profesional, Promedio Ponderado (S/)	
Dólar de N.A.	3.2353

Nota: Banco Central de Reserva del Perú. Fuente: BCR.

2.1.1.6 Riesgo País

El riesgo país de Perú cerró la sesión de hoy con 1.31 puntos porcentuales, ajustado después del cierre, subiendo tres puntos básicos respecto a la sesión anterior, según el EMBI+Perú calculado por el banco de inversión JP Morgan.

EN la región, Perú (1.31 puntos porcentuales) reporto el riesgo más bajo, seguido de Colombia (1.85) y México (1.95 puntos).

El EMBI+ Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento del bono del tesoro estadounidense.

Así se estima el riesgo político y la posibilidad de que un país pueda incumplir con sus obligaciones de pago a los acreedores internaciones.

2.1.1.7 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Decreto Supremo Nro. 01-94-PE

Reglamento de la Ley General de Pesca

Ley General de Salud

Ley Nro. 29571 Código de protección y defensa del consumidor

2.1.2 Del Sector.

2.1.2.1 Mercado internacional.

En la actualidad Perú no exporta Lisa (Mugil Cephalus), sin embargo, otros países, como Israel, si lo hacen. Para lograr ingresar a mercados internacionales debemos en primer lugar imitar las estrategias de éxito de estos países y tener en cuenta algunas consideraciones formuladas por el MINCETUR en su Plan de Desarrollo del Mercado de Estados Unidos de América, Así mismo, que los canales básicos (distribución) de estrategias de exportación son:

- Pasivamente atiende órdenes de compradores locales que después exportarán el producto

- Busque compradores locales que representen usuarios o clientes extranjeros
- 63
- Exporte directamente a través de intermediarios
- Exporte directamente
- Trabaje con un representante de ventas
- Trabaje con un distribuidor
- Establezca una oficina en el país objetivo

Del mismo modo, en el mencionado documento, Fernando González, director de operaciones para Santa Mónica Seafood Co., indica que “el mercado para el pescado en Estados Unidos está dividido en tres sectores predominantes que básicamente son los que cubren la totalidad del mercado. Los sectores están divididos en Hospitalidad, Institucional, y Detallista. Cada uno de estos sectores está dividido en diferentes subsectores. Usualmente el proveedor extranjero no podrá surtir directamente a los subsectores dada la complejidad de proporcionar servicio personalizado a larga distancia, pero con fines informativos a continuación se nombran los sub-canales más importantes:

Asimismo, en el Plan de Desarrollo del Mercado de Estados Unidos de América del MINCETUR se indica que debería ser abordada por medio de la organización de una misión comercial a sus oficinas. A esto le debe de seguir una misión reversible para reunir a los compradores interesados para que puedan inspeccionar las plantas peruanas, asimismo la oficina de comercio peruana en Estados Unidos debe de incluir a un vendedor con algo de conocimiento de los canales de pescado, el cual coincide cada vez más con el de otras comidas frescas.

La economía de los Estados Unidos es una economía mixta capitalista. Los recursos naturales son abundantes, aunque no soportan totalmente los requerimientos de la población. Su infraestructura es una de las más desarrolladas del mundo.

Según el Fondo Monetario Internacional, su PBI es de US\$15,7 billones equivalente al 24% del Producto Mundial Bruto.

A nivel de país individual es el PBI más grande en el mundo, aunque en el año 2008 era un 5% menor que el PBI de la Unión Europea.

Es el importador de bienes más grande a nivel internacional. En todo caso, es de esperar que la demanda de la población de Estados Unidos de NA crezca favoreciendo la demanda de productos acuícolas.

2.1.2.2 Mercado del consumidor.

Demanda Actual y Potencial de Lisa (Mugil Cephalus) en el Departamento de Lima

A nivel nacional PRODUCE tiene información estadística de su extracción marina hasta el 2012, con esos datos el volumen total de venta interna o consumo a nivel nacional, de acuerdo a datos de PRODUCE sería el siguiente:

Tabla 10

Volumen de venta de lisa

LISA	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Total Cosecha Acuicultura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extraccion Marina	19.137	12.121	6.975	4.233	10.549	16.185	18.594	10.779	13.335	15.428
TOTAL	19.137	12.121	6.975	4.233	10.549	16.185	18.594	10.779	13.335	15.428

Nota: Mugil Cephalus – Nacional (TM). Fuente: PRODUCE

Como se observa, los casi 16 mil Tm anuales de Lisa (Mugil Cephalus) dan un promedio de consumo a nivel nacional de solo 0,5 kg por persona. Del análisis de sustitutos se encuentra que hay una oportunidad de sustituir el Jurel, que incluso ahora se importa en época de veda, por Lisa (Mugil Cephalus), el detalle se puede revisar en el capítulo correspondiente a los sustitutos; si se lograra un consumo de Lisa (Mugil Cephalus) similar al que tiene el Jurel se podría llegar a un consumo per cápita de 3,3 kg año.

Bajo el supuesto de alcanzar un consumo per cápita de Lisa (Mugil Cephalus)

similar al del Jurel, la demanda potencial total de Lisa (Mugil Cephalus) a nivel Departamento de Lima podría llegar a 34,7 mil toneladas anuales.

Tabla 11

Lisa. Demanda actual y potencial Perú 2012

DEMANDA LISA	LIMA PROV (actual)	LIMA PROV (potencial)	LIMA MET (actual)	LIMA MET (potencial)	PERU (actual)	PERU (potencial)
Consumo Percapita (kg.año)	0,50	3,35	0,50	3,35	0,50	3,35
Poblacion (estimado INEI a junio 2012), Millones de habitantes	0,9	0,9	9,4	9,4	30,8	30,8
Demanda (miles TM)	0,47	3,1	4,7	31,6	15,4	103,3

Nota: Autor de la nota: MUGIL CEOHALUS. Fuente: PRODUCE

En Lima Metropolitana tiene dos terminales pesqueros mayoristas que registran ingreso diario de productos. En 2012 en Ventanilla se reportó un volumen de 3,870 TM anuales y en Villa María del Triunfo 997 TM anuales. Totalizando 4,867 TM anuales de Lisa (Mugil Cephalus).

Tabla 12

Estimación de la demanda de lima metropolitana y provincias 2013

	Pob. Estimada 2013	Consumo Lisa (kg)	Conocimiento Lisa (IMA 2013)	Consumo percapita Lisa (kg)	Poblacion con conocimiento Lisa	Consumo percapita ajustado Lisa	Demanda estimada Lisa anual (kg)
Lima Metropolitana	9.439.633	4.867.100	66,4%	0,5	6.267.320	0,8	4.867.100
Lima Moderna	1.252.299	648.668	66,7%	0,5	835.283	0,8	648.668
Lima Centro	778.146	421.194	69,7%	0,5	542.368	0,8	421.194
Lima Norte	2.370.717	1.546.491	84,0%	0,7	1.991.402	0,8	1.546.491
Lima Sur	1.783.415	1.166.146	84,2%	0,7	1.501.635	0,8	1.166.146
Lima Este	2.285.886	331.959	18,7%	0,1	427.461	0,8	331.959
Callao	969.170	752.642	100,0%	0,8	969.170	0,8	752.642
Lima Provincias	938.160	104.429	14,3%	0,1	134.472	0,8	104.429
Provincia de Barranca	123.009	-	0,0%	-	-	0,8	-
Provincia de Cañete	132.648	92.711	90,0%	0,7	119.383	0,8	92.711
Provincia de Huaral	150.892	11.718	10,0%	0,1	15.089	0,8	11.718
Provincia de Huaura	156.017	-	0,0%	-	-	0,8	-
Otras provincias (*)	375.594	-	0,0%	-	-	0,8	-
(*) Huarochiri, Cajatambo, Canta, Cayan	10.377.793	4.971.529	61,7%	0,5	6.401.792	0,8	4.971.529

Nota: Estimación 2013. Fuente: PRODUCE

2.1.2.3 Mercado Mayoristas

Tabla 13

Demanda por terminal mayorista.

	Demanda Diaria (kg)	Demanda Mensual (TM)	Demanda Anual (TM)	Demanda Anual (%)
Terminal Ventanilla	12.404	322,5	3.870,1	78%
Terminal VMT	3.195	83,1	997,0	20%
Mercados locales provincias	335	8,7	104,4	2%
Total Lima	15.934	414	4.972	100%

Nota: Lima 2012. Fuente: PRODUCE

En ambos mercados mayoristas tiene un posicionamiento de pescado de 2da categoría por elementos como el tipo de carne, precio, practicidad para la preparación de platos y frecuencia de ingreso a terminales, de acuerdo a las 23 entrevistas de profundidad realizadas en el estudio de campo, y en los mercado, según la misma fuente, se da el caso de ser usado en reemplazo de otros pescados de 2da categoría, lo cual confirma que el posicionamiento de “pescado de tercera categoría” en el público es más por su mala reputación que por las características propias del pez.

En los segmentos socio económicos A y B que se abastecen en autoservicios, la Lisa (*Mugil Cephalus*) no goza de popularidad en cuanto a niveles de demanda, y se encuentra en el último lugar de las preferencias de compra de pescados.

La Lisa (*Mugil Cephalus*) está catalogada como un pescado de tercera categoría y sin embargo tiene un nivel de demanda permanente y sostenida, tiene una demanda importante en los sectores D y E.

2.1.2.4 Mercado de proveedores.

La normatividad pesquera en el Perú tiene como objetivo promover el desarrollo sostenido de la Pesca como fuente de alimentación, empleo e ingresos, lograr un aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, optimizar los

beneficios sociales y económicos y armonizar su desarrollo con la preservación del medio ambiente y la conservación de la biodiversidad.

- Ley General de Pesca (Decreto Ley N° 25977)
- Reglamento de la Ley General de Pesca (D.S. N° 012-2001-PE)
- Reglamento de Ordenamiento Pesquero - Reglamento del Sistema de Seguimiento Satelital
- SISESAT D.S. N° 026-2003- PRODUCE (13.09.2003)
- Ley General del Ambiente – Ley N° 28611)
- D.S. N° 022—2009-PRODUCE, rige la pesca en alta mar.
- D.S. N° 010-2009-PRODUCE, rige la pesca en alta mar.

Los reglamentos de ordenamiento pesquero establecen principios, normas y medidas regulatorias, aplicables a los recursos hidrobiológicos que deben ser administrados como unidades poblacionales diferenciadas. Dichos documentos se aprueban mediante normas sectoriales. Se tienen reglamentos de ordenamiento pesquero del calamar gigante, bacalao de profundidad, jurel, caballa, merluza y atún.

Sobreexplotación o sobrepesca de los recursos provenientes de la pesca artesanal:

Se ha observado que la sobre explotación de los recursos hidrobiológicos tienden a disminuir los stocks poblacionales y a hacerlas menos disponibles para la flota pesquera artesanal, lo que ocasiona en primer lugar, el incremento de los costos y la disminución progresiva de la producción, incidiendo así en la baja productividad.

Disminución de los desembarques de los principales recursos hidrobiológicos de la pesca artesanal. Según las estadísticas de los informes de IMARPE, en el periodo 1997-2013 se observó un incremento en los desembarques generales de la pesca artesanal después del 2002, sin embargo este crecimiento se debió principalmente a la contribución de especies de oportunidad como la pota,

anchoveta, perico y concha de abanico, mientras que el aporte de las especies tradicionales como Lisa, Bonito, Cabrilla, Cachema, Coco, Cabinza, Lorna y Pejerrey, entre otras, en diferente medida se han visto afectados por el continuo esfuerzo de pesca aplicado a su captura.



Figura 6. Cuadro de esfuerzo pesquero.

Fuente: Produce

La distribución espacial de las empresas pesqueras industriales es:



Figura 7. Identificación de PO.

Fuente: CENPAR. Recuperada de <http://www.cenpar.org>

Existe concentración de estas empresas en Piura, Ancash y Lima, donde están también los puertos de mayor actividad en la costa peruana. Para las empresas identificadas como parte de la pesca industrial sólo se cuenta con tres variables descriptivas en la base de datos de SUNAT: experiencia (edad de empresa desde que se registró); rango de número de trabajadores; rango de nivel de ventas. Estas variables se muestran en el cuadro siguiente.

Tabla 14

Variables descriptivas de PO de pesca industrial

	PO	%
Experiencia		
0-1 años	246	25.7
2-5años	346	36.2
6-10años	173	18.1
>10años	191	20.0
Número trabajadores		
[0 - 5]	490	51.3
[5 - 10]	127	13.3
[11 - 20]	177	18.5
[21 - 50]	71	7.4
[51 - 100]	65	6.8
[101 - 200]	5	0.5
[201 a más]	21	2.2
Rango ventas (UITs)		
<75 - 100]	80	8.4
<150 - 300]	125	13.1
<300 - 500]	234	24.5
<500 - 850]	163	17.1
<850 - 1700]	161	16.8
<1700 - 2300]	79	8.3
<2900 a más	114	11.9
Total	956	100

Nota: PO. Fuente: SUNAT

En cuanto a los porcentajes de pesca de los productores de los principales puertos en los años 2014-2015 tenemos los siguientes resultados.

Tabla 15
Ingreso de recursos hidrobiológicos

Especie	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total	143 624	144 831	227 656	269 018	312 287	254 917	222 146	357 668	381 442	342 849	391 582
Pescados	28 223	22 369	41 737	63 200	76 994	74 713	31 375	134 424	103 365	68 827	83 210
Atún	349	769	22	183	484	212	1 354	454	573	607	2 265
Barrilete	12	831	90	-	514	1 218	455	547	211	149	384
Bonito	-	-	-	145	1 037	1 292	101	538	415	2 132	1 238
Caballa	4 791	2 787	11 537	10 532	22 367	30 135	185	14 805	3 119	12 427	18 500,41
Cabrilla	-	-	-	-	-	48	-	0	-	-	-
Congrio	1	-	-	1	22	32	3	9	31	28	-
Jurel	5 774	1 911	12 463	28 237	25 784	11 240	308	83 977	64 454	16 575	22 306
Lisa	1	-	12	12	5	16	20	100	277	117	155
Lorna	-	-	-	3	1	-	2	-	-	-	-
Merluza	8 655	7 761	8 199	9 272	9 290	10 965	8 972	9 559	8 554	15 790	13 048
Sardina	10	2	14	17	-	22	3	-	2	-	-
Tollo	1	5	-	1	3	10	10	18	56	0	23
Tiburón	3	4	-	62	47	143	465	287	85	245	534
Otros Pescados	8 626	8 299	9 400	14 735	17 440	19 380	19 497	24 130	25 588	20 758	24 759
Mariscos	115 367	122 404	185 918	205 771	235 255	180 189	190 761	223 233	278 049	273 997	308 331
Calamar	7 400	5 627	5 102	9 011	2 628	8 311	1 228	238	10 730	9 258	5 421
Caracol	205	346	324	266	458	193	6	6	27	79	1 243
Concha de Abanico 1/	3 443	2 954	3 322	4 087	4 542	7 545	10 320	6 164	7 669	12 543	8 340
Langostino 1/	4 253	6 315	8 063	9 791	9 465	8 800	10 630	5 636	17 045	12 279	15 810
Pota	97 562	102 836	162 491	175 896	213 671	155 103	166 723	209 301	241 749	239 088	276 529
Otros Mariscos	2 504	4 326	6 616	6 720	4 491	237	1 854	1 888	829	749	989
Equinodermos	34	58	1	47	38	15	10	11	28	25	40

Nota: Reportes diarios del Mercado Mayorista Pesquero de Villa María del Triunfo. Fuente: PRODUCE

PERÚ: INGRESO DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS AL MERCADO MAYORISTA PESQUERO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO SEGÚN ESPECIE, 2014 (TM)

Tabla 16

Producción de congelado de pescados y mariscos marítimos

Clasificación / Especie	Total	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Total	61 030,44	5 879,49	3 181,53	5 413,03	5 254,25	4 747,61	4 159,27	4 553,08	4 324,49	4 456,20	5 376,90	5 473,37	6 201,23
Pescados	48 151,37	3 062,98	4 314,89	4 341,49	3 548,98	3 009,08	3 413,35	3 623,63	3 009,67	3 583,13	4 243,42	4 371,50	5 028,64
Jurel	6 316,70	595,40	340,38	638,04	1 049,60	523,86	412,50	510,28	467,12	453,33	543,75	416,73	365,70
Perico	5 117,45	1 005,24	520,71	360,10	224,73	32,96	7,50	74,00	74,50	13,59	706,30	831,20	1 266,62
Bonito	4 269,84	268,99	240,50	351,26	393,49	279,64	266,52	303,65	218,84	163,00	499,50	756,50	527,95
Lisa	1 160,16	115,81	153,80	101,80	105,30	247,90	130,75	55,50	45,50	27,50	17,50	56	102,80
Merluza	2 952,22	101,92	139,83	251,36	231,33	277,28	345,20	435,60	384,37	421,83	65,50	94,90	203,10
Tollo	1 012,30	3,00	5,00	51,00	130,40	108,70	145,20	96,60	109,50	151	137,70	49,50	24,70
Caballa	1 202,67	272,37	291,79	154,97	86,28	121,86	55,70	82,50	26,70	4,50	26,60	34,50	44,70
Pejerrey	159,30	-	24,50	10	14,10	18,50	12	3,30	25,70	16,50	15,50	8,50	10,70
Chiri	586,25	50,60	34,00	46,70	49,70	44,40	29,40	83,50	64,80	81,20	36,10	35,80	30,05
Volador	941,90	26,90	54,80	66,20	52,10	78,80	24,90	66,40	116	215,20	129,80	67,60	43,20
Lorna	189,20	10,50	15,50	18,70	3,50	3	-	16,50	50	48,00	11	3	5,50
Cachema	205,60	33,10	16,50	0,70	1	17,60	12,50	32,70	15	19,80	19,60	3	34,10
Otros pescados	24 041,79	2 578,95	2 477,59	2 290,65	1 207,45	1 255,19	1 971,18	1 863,10	2 011,64	1 967,68	2 034,57	2 014,27	2 369,52
Mariscos	12 872,68	816,51	866,64	1 071,54	1 705,27	1 737,92	745,92	929,42	724,82	873,07	1 127,09	1 101,87	1 172,61
Pota	7 024,26	462,58	499,19	536,34	604,50	624,57	456,87	582,90	449,30	559,80	710,10	719,70	818,40
Choro	1 618,10	155,69	161,57	122,10	117,17	135,80	111,12	136,14	118,04	150,65	160,22	120,21	129,39
Langostino	1 563,77	136,52	118,72	116,00	124,09	135,19	96,66	133,86	98,18	123,52	167,87	157,01	156,16
Calamar	505,25	58,72	84,66	57,83	30,31	58,04	27,27	34,52	17,60	6,60	34,10	47,45	48,16
Cangrejo/jaiña	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pulpo	388,70	3,00	2,50	15,00	19,00	46,20	54,00	42,00	41,70	32,50	54,80	57,50	20,50
Concha negra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Concha de abanico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Camarón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros mariscos	1 772,60	-	-	224,27	810,20	738,13	-	-	-	-	-	-	-
Vegetales	6,39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,39	-	-
Yuyos	6,39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,39	-	-

Nota: Según especie, 2005-14. Fuente: PRODUCE

2.1.2.5 Mercado competidor.

La comercialización se unieron los supermercados Plaza Vea, Wong, Tottus y Metro, en donde se realizan degustaciones elaboradas a base a los productos ofrecidos por las empresas privadas y la entrega de recetarios al público consumidor, impulsando el consumo.

Supermercados Peruanos y CENCOSUD son las principales cadenas de supermercados, en términos de números de establecimientos, orientados principalmente a la venta directa al por menor. A nivel de zonas, Lima Moderna y Lima Norte han sido las que mayor número de establecimientos albergan en línea con el desempeño económico y aglomeración poblacional reportada.

Dentro de los comparativos de precios tenemos diversidad de precios y uso del pescado.

Tabla 17

Diversidad de precios de pescados en supermercados.

Producción	Producto	Pescado	Precio
Plaza Vea	Nuggets de pescado Disney congelado caja 300g	tilapia	S/ 12.90
Wong	Nuggets de pescado x 250g	no detalla	S/ 9.90
Piscis	hamburguesa de trucha piscis bolsa 500 g	trucha	S/ 12.90
Wong	porciones de perico Wong bolsa 500 g	perico	S/ 27.90
Wong	porciones de tollo azul Wong bolsa 500 g	tollo	S/ 15.50
Wong	porciones de pez espada Wong bolsa 500 g	pez-espada	S/ 27.90
Umi Food	hamburguesa de pescado Umi Food caja 500 g	no detalla	S/ 13.90
Wong	hamburguesa de pescado x 380g	no detalla	S/ 12.90
Wong	Nuggets de tilapia 325g	tilapia	S/ 11.90
Bells	hamburguesa de trucha Bells congelado bolsa 390g	trucha	S/ 14.90
Piscis	trucha ahumada piscis congelado paquete 250g	trucha	S/ 29.90

Nota: Listado de principales pescados usados en supermercados relacionados al sector del mercado objetivo. Fuentes: WONG, Plaza Vea y UMI Foods.

Como podemos apreciar tenemos diversidad de productos en el uso del pescado entre los principales figura tilapia, perico, pez espada, trucha. Sin embargo, los productos orientados al consumo de los niños destacan los dos primeros mencionados que son: Nuggets de Plaza Vea y Wong.

2.1.2.6 Mercado distribuidor.

Hemos considerado como mercado distribuidor los supermercados que a la vez impulsan las ventas de sus propios productos de marcas propias, según resultado

estaría en línea con el comportamiento del sector comercio, el cual pasaría de crecer 1% en el 2017 a 3% en el 2018, indicó el analista del Departamento de Estudios Económicos del Scotiabank, Carlos Asmat (Fuente. Periódico Gestión).

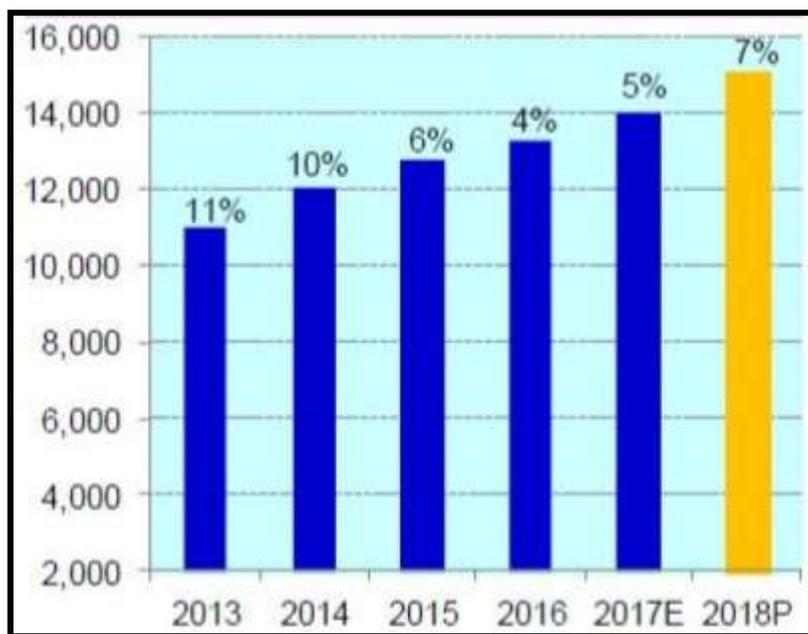


Figura 8. Ventas anuales en supermercados.

Fuente: PRODUCE. Recuperada de <https://gestion.pe/economia/ventas-supermercados-crecerian-7-ano-peru-s-15-000-millones-225506>

Como menciona el artículo mencionado el mercado de distribución ha tenido una transformación significativa, ya que los canales de distribución y atención hoy en día cumplen un rol importante para el sector de supermercados, como son los canales de omnicanalidad.

2.1.2.7 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Mediante el convenio de Cooperación Técnica entre el Ministerio de Educación y Ministerio de Salud Nro. 004-2008/MINSA indica los numero 6.1 y 6.2 del artículo 6 de la Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, establecen que las instituciones de educación básica regular

públicas y privadas, en todos sus niveles y en todo el territorio nacional, promueven los “quioscos y comedores escolares saludables”, los cuales brindan exclusivamente alimentos y bebidas saludables conforme a los estándares que establece el Ministerio de Salud, a través de un listado de alimentos adecuados para cada edad, basado en el reglamento.

El Ministerio de Salud por intermedio de la coordinadora de la Estrategia de Alimentación y Nutrición del Ministerio de Salud Julie Marica Oblitas (nutricionista), fomenta media los canales de prensa el consumo de pescado entre otras carnes son alimentos que deben consumir diariamente los niños en la etapa escolar a fin de contribuir en la prevención y combatir la anemia.

El ministro Pedro Olaechea a través del decreto supremo nro. 016-2017 PRODUCE se establece la continuidad del programa creado en octubre del 2012, promoviendo el consumo del pescado a nivel nacional mediante el programa A Comer Mas Pescado. Del mismo modo la prevención del consumo de pescado respetando épocas en veda y elevando el peso del pescado a consumir.

2.2 Análisis del Micro entorno

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Entre los principales competidores, se encuentran las siguientes empresas. Los cuales se apoyan para distribuir sus productos a través de las diferencias cadenas de supermercados a nivel nacional.

Piscis.

Razón Social	PISCIFACTORIAS DE LOS ANDES S. A
Página web	www.piscisperu.com.pe
Dirección	Paraje Ataquichque Nro. S/N, Junín, Perú
CIIU	05002

Pacific Star.

Razón Social	INVERSIONES PERU PACIFICO S. A
Página web	www.perupacifico.com.pe
Dirección	Cal. Calcio Nro. 119, Prov. Const. Del Callao, Perú
CIU	15127

Umi Foods.

Razón Social	UMI FOODS S. A.C.
Página web	www.umifoods.com
Dirección	Jr. Alfredo Maldonado Nro. 795 Dpto. 401, Pueblo libre, Perú
CIU	15127

Bells.

Razón Social	SUPERMERCADOS PERUANOS S. A
Página web	www.plazavea.com.pe
Dirección	Calle Morelli Nro. 181, San Borja, Perú
CIU	52118

Kontiki.

Razón Social	TECNOLOGICA DE ALIMENTOS S. A.
Página web	www.tasa.com.pe
Dirección	Jr. Vittore Scarpazza Carpacc Nro. 250, San Borja, Perú

CIU	15127
-----	-------

Wong.

Razón Social	E WONG S. A.
Página web	www.wong.com.pe
Dirección	Calle Augusto Angulo Nro. 130 Int. 227, Urb. San Antonio, Miraflores, Perú
CIU	52118

Tottus

Razón Social	HIPERMERCADOS TOTTUS S. A
Página web	www.tottus.com.pe
Dirección	Av. Angamos Este Nro. 1805, Surquillo, Perú
CIU	52118

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.

Nuestros principales clientes (objetivo) serán únicamente las cadenas de supermercados, las cuales se encuentran en el sector retail. Esto no quiere decir que, excluimos las preferencias de los clientes finales, en este caso las amas de casa. Considerando que las amas de casa han tomado un rol más protagónico al realizar las compras para el hogar, debido a que para el 2015 se identificó que al menos el 28% de hogares tienen como jefe a una mujer, según INEI.

A continuación, la relación de cadenas de supermercados que distribuiremos nuestros productos:

Tottus

Razón Social	HIPERMERCADOS TOTTUS S. A
Página web	www.tottus.com.pe
Dirección	Av. Angamos Este Nro. 1805, Surquillo, Perú
CIIU	52118

Plaza Veá

Razón Social	SUPERMERCADOS PERUANOS S. A
Página web	www.plazavea.com.pe
Dirección	Calle Morelli Nro. 181, San Borja, Perú
CIIU	52118

Metro

Razón Social	CENCOSUD RETAIL PERU S. A.
Página web	www.wong.com.pe
Dirección	Cal. Augusto Angulo Nro. 130, Miraflores Perú
CIIU	52118

Wong

Razón Social	E WONG S. A.
Página web	www.wong.com.pe
Dirección	Calle Augusto Angulo Nro. 130 Int. 227, Urb. San Antonio, Miraflores, Perú
CIIU	52118

Makro

Razón Social	MAKRO SUPERMAYORISTA S. A.
Página web	www.makro.com.pe
Dirección	Av. Jorge Chavez Nro. 1218, Surco, Perú
CIIU	51906

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Somos conscientes que el éxito de la calidad de nuestros productos se soporta en gran parte de la buena relación y calidad de nuestros proveedores, los cuales permitirán contar con insumos que nos permitan entregar productos finales que espera nuestro público objetivo.

Para nuestros diferentes productos, nuestros insumos y proveedores serían los siguientes:

- Pescado Lisa: Terminar pesquero de Ventanilla
- Harina de quinua: Mercado Mayorista de Lima
- Proteína de soya: Mercado Mayorista de Lima
- Cebolla en polvo: Mercado Mayorista de Lima
- Ajo en polvo: Mercado Mayorista de Lima
- Perejil en polvo: Mercado Mayorista de Lima
- Orégano en polvo: Mercado Mayorista de Lima
- Sal: Mercado Mayorista de Lima
- Pimienta blanca: Mercado Mayorista de Lima
- Aceite vegetal: Mercado Mayorista de Lima
- Estabilizador (polifosfato de sodio): Mercado Mayorista de Lima
- Antioxidantes (ácido ascórbico): Mercado Mayorista de Lima
- Acentuador de sabor (glutamato monosódico): Mercado Mayorista de Lima
- Galleta molida (harina de quinua, leche en polvo, huevo, manteca, margarina, azúcar blanca, pimienta negra): Mercado Mayorista de Lima

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

Respecto a los productos sustitutos, se consideran que estos tienen un alto impacto sobre nuestros productos ya que son los que lideran el mercado debido a factores como preferencia, precio y accesibilidad. Estos pueden ser, productos a base de carne de res, carne de cerdo, carne de pavo y pollo.

Cabe mencionar que a pesar de que los productos sustitutos es una amenaza alta, nuestros productos consideran insumos con características ricas en proteínas y nutrientes que no se encuentran en las mismas cantidades de los productos sustitutos. Permittiéndonos diferenciarnos en productos con un alto valor nutritivo.

Por último, si consideramos como insumos sustitutos del pescado al tofu, legumbres, frutos secos, soja, chíá, y lino, estos aún no son considerados como parte de los productos finales de nuestros competidores.

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

Considerando que nuestros productos son a base de pescado y los competidores no cuentan con un posicionamiento marcado en el sector a pesar de que son soportadas por grandes corporaciones de las mismas cadenas de supermercados. Esto nos lleva a identificar como principales barreras de entrada a la inversión necesario para ingresar al sector, el cumplimiento estricto de las políticas sanitarias (Ley N.º 27657 del Ministerio de Salud) y preservación del medio ambiente (Ley N.º 28245 del Ministerio del Ambiente)

5 Fuerzas de Porter.

Tabla 18

Análisis Porter

Análisis	Sustento	Impacto
Proveedores	Considerando que el insumo principal (pescado lisa) debe estar en el mejor estado posible y de una procedencia segura, se concluye que el impacto de la negociación con los proveedores es alto y se debería contar un portafolio de proveedores extenso para evitar déficit de insumos en la producción.	ALTO
Participantes nuevos	Las nuevas empresas pueden ofrecer productos con las mismas prestaciones que nosotros, asimismo estas pueden estar mejor soportadas tanto en infraestructura como financieramente.	ALTO
Compradores	Si bien nuestros compradores directos serán las cadenas de supermercados, indirectamente serán las amas de casa. Lo cual conlleva pensar y satisfacer sus necesidades en este último tipo de cliente	MEDIO
Sustitutos	Se consideran que estos tienen un alto impacto sobre nuestros productos ya que son los que lideran el mercado debido a factores como preferencia, precio y accesibilidad.	ALTO
Competidores de la industria	La tendencia de consumir pescado y sus derivados a raíz de la iniciativa del Ministerio de Producción, permite a los competidores focalizar y vender productos a base de pescado.	MEDIO

Capítulo III: Plan estratégico

3.1 Visión y misión de la empresa

A continuación, se presenta la propuesta de visión y misión de la empresa a partir del análisis del mercado, competidores y clientes.

3.1.1 Visión.

Ser la primera opción en mente de los clientes para la compra de productos congelados a base de pescado

3.1.2 Misión.

Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad, cumpliendo con los estándares que la industria requiere, buscando el bienestar de sus trabajadores, protegiendo el medio ambiente y maximizando la rentabilidad de la empresa

3.2 Análisis FODA

FORTALEZAS

- F1. Productos únicos en el mercado a base de Pescado Lisa y harina de Quinoa.
- F2. Disponibilidad del insumo, sin temporada de veda.
- F3. Composición nutricional del insumo, rico en vitaminas, hierro y calcio.
- F4. Ambientes propios y amplios para almacenamiento y conservación de insumos.
- F5. Conocimiento y experiencia en sector retail.
- F6. Conocimiento administración de empresas.
- F7. Nuestros insumos nos permiten fabricar productos de calidad que cumple con los estándares de la industria.

OPORTUNIDADES

- O1. Tendencia de consumo de alimentos saludables y nutritivos.
- O2. Crecimiento sostenible del consumo del pescado en el país.

- O3. Inversión del sector privado en cadenas de supermercados.
- O4. Incentivo del Ministerio de Producción para consumir pescado.
- O5. Aumentar nuestra cartera de proveedores de insumos.
- O6. Ampliar nuestro mercado con nuevos clientes en el exterior.

DEBILIDADES

- D1. Insumo perecible, riesgo de que se malogre en la producción.
- D2. Limitado capital de inversión.
- D3. Producto con fecha de caducidad corta.
- D4. Nuevos en el mercado.

AMENAZAS

- A1. Fenómenos climáticos expuestos en el litoral peruano, podrían originar un desabastecimiento del insumo principal como el pescado Lisa.
- A3. Comercialización de la marca propia de los Supermercados Metro, Wong, Plaza Vea y Tottus.
- A4. Desabastecimiento del insumo por manejo deficiente de la cadena de abastecimiento.
- A5. Empresas del sector que ven una oportunidad de negocio con nuestros insumos claves para la elaboración del mismo producto.

FO	DO
<p>F1-O1: Publicidad intensa en redes sociales. Se implementará módulo de degustación en los supermercados, promoviendo la marca y la propuesta de valor con nuestros dos principales insumos.</p> <p>F3-O4: Aprovechar el incentivo del ministerio de producción para el consumo de nuestro producto. Presentes en ferias y en campañas de Comida saludable.</p>	<p>D3-O3: Establecer campañas con los supermercados para que nos incluyan dentro de sus promociones, con la finalidad de que el producto tenga rotación. Realizar control estricto del inventario para tener como prioridad los productos próximos a vencer.</p> <p>D4-O1: Aprovecharemos al máximo el crecimiento del mercado saludable para incrementar el % de participación y posicionarnos en el mercado, pues nuestro producto es único.</p>
FA	DA
<p>F1-A3: Fidelizar al cliente con nuestro producto e incrementar el portafolio de productos a ofrecer. Ingresamos al mercado con una estrategia de precios competitiva.</p>	<p>D1-A4: Implementar un plan de acción que nos permita tener un mayor control al momento de la entrega del pescado por parte del proveedor, con la finalidad de que nos entregue el insumo en el tamaño correcto permitido, para la producción de alta calidad.</p>

3.3 Objetivos

- Ser un producto competitivo para la alimentación sana y natural de los niños, llegar a tener un espacio reconocido y diferenciado en el mercado.
- Ubicarnos en la mente de nuestros consumidores como referente de calidad e innovación en la línea de producto de Nuggets de lisa, diferenciarnos y destacarnos de nuestra competencia indirecta (productos de comida congelada: Nuggets de pollo, hamburguesas, Nuggets de perico).
- Incrementar el consumo de pescado para los niños de 1 a 12 años.
- Ofrecer un producto innovador, en base a pescado que tenga una presentación agradable a la vista del público sobre todo a las amas de casa.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1 Investigación de mercado

Esta sección nos permitirá identificar la información recopilada, procesada y analizada tanto en clientes, competidores y mercado. Con el objetivo de tomar decisiones sobre la estrategia a seguir cuando pongamos en el mercado nuestros productos a base de pescado.

4.1.1 Criterios de segmentación.

4.1.1.1 Segmentación Demográfica

En relación con la segmentación demográfica hemos considerado los siguientes parámetros:

Nivel Socioeconómico: Segmentos A y B, que involucra los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo libre, Magdalena, San Miguel, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina

Género: Hombres y Mujeres

Edad: Personas adultas que deciden las compras de alimentos en el hogar, comprendidas entre las edades de 18 a 56 años.

Ingresos: Orientado a personas que trabajen o reciban ingresos de otros para alimentación. Entre las personas que trabajan, se consideran trabajadores dependientes e independientes que perciban honorarios, negocios propios, ejecutivos, asesorías, entre otras actividades que les genera una remuneración.

Educación: Se presentan en distintos niveles de educación, entre estos podemos considerar estudios primarios, universitarios, postgrado; ya sea que estén incompletos o concluidos.

Ocupación: Considerando que nuestro segmento está orientado a personas decisoras en la compra de alimentos en el hogar, el tipo de ocupación y situación de este puede es variable.

4.1.1.2 Segmentación Geográfica

Nos hemos enfocado en la ciudad de Lima Metropolitana, el cual cuenta con una población de 9 millones 320 mil habitantes, al año 2018 según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Los distritos según los segmentos socioeconómicos son los siguientes:

- Distrito de Jesús María (Lima Centro – 71, 514 mil habitantes)
- Distrito de Lince (Lima Centro – 51, 144 mil habitantes)
- Distrito de Pueblo Libre (Lima Centro – 76, 437 mil habitantes)
- Distrito de Magdalena (Lima Centro – 54, 566 mil habitantes)
- Distrito de San Miguel (Lima Centro – 135, 366 mil habitantes)
- Distrito de Miraflores (Lima Centro – 82, 805 mil habitantes)
- Distrito de San Isidro (Lima Centro – 55, 006 mil habitantes)
- Distrito de San Borja (Lima Centro – 111, 808 mil habitantes)
- Distrito de Santiago de Surco (Lima Centro – 338, 509 mil habitantes)
- Distrito de La Molina (Lima Este – 166, 912 mil habitantes)

4.1.1.3 Segmentación conductual

Principalmente involucra personas que deciden sobre las compras de alimentos en el hogar, buscando realizar compras inteligentes tanto en producto, calidad y precio. A esto, se le suma que buscan consumir productos nutritivos e incentivar el consumo de pescado en el hogar. Considerando que las frituras son un sinónimo a comida no nutritiva, la estrategia alimenticia sobre los Nuggets y Palitos de pescado empanizado con harina de pescado atrae de manera positiva a los consumidores.

4.1.2 Marco muestral.

Considerando que nuestro marco muestral son los jefes del hogar de los niveles socioeconómico A y B, correspondientes a las zonas 6 y 7, cuyas edades están entre

los 20 y 55 años.

Para calcular el tamaño de muestra se utilizó la técnica de muestreo probabilístico para una población infinita. Con un 95% nivel de confianza, 50% probabilidad de éxito, 50% probabilidad fracaso y un 5% de margen de error.

La fórmula utilizada para que nuestra muestra sea 385 personas, es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * Probabilidad\ de\ éxito * Probabilidad\ de\ fracaso}{Margen\ de\ error^2}$$

Población proyectada

Considerando como base la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) sobre la cantidad de personas por distritito hasta el año 2015, se proyectó una tasa de crecimiento promedio por distritito hasta el año 2023.

Tabla 19

Población proyectada por distrito

DISTRITO	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jesus Maria	74,960	76,118	77,294	78,489	79,702	80,934
Lince	52,593	53,406	54,231	55,069	55,920	56,784
Pueblo Libre	79,698	80,930	82,181	83,451	84,741	86,051
Magdalena	57,229	58,113	59,011	59,923	60,849	61,789
San Miguel	141,886	144,079	146,306	148,567	150,863	153,195
Miraflores	85,790	87,116	88,462	89,829	91,217	92,627
San Isidro	56,758	57,635	58,526	59,431	60,349	61,282
San Borja	117,198	119,009	120,848	122,716	124,613	126,539
Surco	360,451	366,022	371,679	377,423	383,256	389,179
La Molina	179,728	182,506	185,327	188,191	191,099	194,052
TOTAL	1,206,291	1,224,934	1,243,865	1,263,089	1,282,609	1,302,432

Nota: Sector A y B. Fuente: Elaboración propia

Disgregación de la muestra

Para poder disgregar la muestra y poder saber cuántas encuestas se debe hacer en función al distrito, nos hemos soportado en los factores sociodemográficos antes mencionado y sobre la proyección del año 2018.

A continuación, el detalle del cálculo de encuestas por distrito:

Tabla 20

Marco muestral disgregada por distritos

DISTRITO	Poblacion 2018 según INEI	A	B	Factor Nse	Factor edad [20-55]	Mercado Potencial 2018	% de cuota	Cuota distribuida
Jesus Maria	74,960	13.50%	59.70%	73.20%	50.819%	27,885	5.80%	22
Lince	52,593	13.50%	59.70%	73.20%	51.473%	19,816	4.12%	16
Pueblo Libre	79,698	13.50%	59.70%	73.20%	50.198%	29,285	6.09%	23
Magdalena	57,229	13.50%	59.70%	73.20%	51.034%	21,379	4.45%	17
San Miguel	141,886	13.50%	59.70%	73.20%	51.890%	53,893	11.21%	43
Miraflores	85,790	34.00%	44.90%	78.90%	51.778%	35,048	7.29%	28
San Isidro	56,758	34.00%	44.90%	78.90%	49.891%	22,342	4.65%	18
San Borja	117,198	34.00%	44.90%	78.90%	51.572%	47,688	9.92%	38
Surco	360,451	34.00%	44.90%	78.90%	52.272%	148,660	30.92%	119
La Molina	179,728	34.00%	44.90%	78.90%	52.752%	74,805	15.56%	60
TOTAL	1,206,291					480801	100.00%	385

Nota: Sector A y B. Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Entrevistas a profundidad.

4.1.3.1 Especialista en Marketing

La investigación exploratoria fue realizada a Héctor Fernando Quintanilla Cuneo, especialista en marketing en Supermercados Peruanos en el área de Gerencia Decisional Foods, el aspecto principal de la entrevista fueron los factores relevantes en la comercialización de productos en Plaza Vea.

Conclusiones – Entrevista 1: - La entrevistada señala que los productos de Nuggets precocido y Palitos de pre cocidos de pescado es un producto viable en el sentido de durabilidad; sin embargo, es una propuesta interesante pero que su venta es de más demanda en verano, el factor según estudios internos de Plaza Vea tiene una demanda sobre todo en las estaciones de verano. - En cuanto a las bondades del producto que estamos lanzando se destaca la Quinoa que genera un aspecto importante para la alimentación de los niños, el consumidor de Nuggets de pescado es un segmento A y B, como hemos considerado, además concuerda con los resultados de la encuesta.

La ubicación del producto hacia el público se encuentra en la sección de congelado, a diferencia de otros productos similares hecho a base de pescado

ubicado en pescados frescos. Esto se debe a que el producto está destinado al consumo de los niños.

4.1.3.2 Especialista en Pescados y Mariscos

Datos del entrevistado

Nombre: Akira Luna Uyesu

Cargo: Jefe de cocina

Empresa: Restaurante Lima Thai

Objetivo de la entrevista

- Objetivo 1 Información sobre el pescado lisa.
- Objetivo 2 Conocer si es viable la mezcla entre el pescado lisa y la harina de quinua.
- Objetivo 3 Conocer la forma de preparar de los Nuggets y Palitos de pescado de Lisa.

Cuestionario

- Pregunta 1 ¿Cuál es su opinión acerca del pescado lisa?

Respuesta: El pescado lisa se ha vuelto un producto muy consumido en casa en las cevicheras y lo más importante es que siempre se encuentra en los mercados o supermercados que venden pescados y mariscos.

- Pregunta 2 ¿Qué beneficios tiene el pescado lisa?

Respuesta: El pescado lisa se encuentra dentro de los 8 pescados con mayor consumo humano, contiene energía proteínas y sobre todo se recomienda mucho en la alimentación sana.

- Pregunta 3 ¿Nos puede dar Ud. un alcance sobre como es el pescado lisa?

Respuesta: El pescado lisa es un pescado fuerte sin espina que difícilmente se deforma y para el producto que me comentas es muy recomendable ese tipo de pescado.

Pregunta 4 ¿Ud. ¿Qué tiene conocimiento sobre las mezclas a utilizar con los pescados? ¿Qué opinión tiene acerca de la mezcla del pescado lisa con harina de quinua?

Respuesta: Como te explique el pescado es fuerte, su pulpa permite combinar con cualquier harina y sobre todo si encuentras lisa fresca y grandes tu preparado no tendría ningún problema si aplicas todos los requisitos y cuidados.

- Pregunta 5 ¿Entonces mi proyecto es viable?

Respuesta: Es un producto viable, actualmente el consumo de pescado aumentado, por un tema de cuidado y salud los doctores recomiendan el consumo de estos alimentos y tratándose de productos enfocado a niños con mayor razón, si bien es cierto que tiene una competencia fuerte y quieren entrar a los supermercados con el ingrediente de quinua presenta una diferenciación con los demás productos.

Conclusión: El chef nos resolvió las preguntas más específicas y sobretodo las que teníamos más duda sobre la mezcla, nos dio el visto bueno ya que el pescado lisa, es un pescado con una pulpa blanca y fuerte y no tendría problema al combinar con los ingredientes extras.

Datos del entrevistado

Nombre: Paula Castillo Luketic

Cargo: Coordinador de Desarrollo de Producto

Empresa: Jefe de Producto

Objetivo de la entrevista

- Objetivo 1 Conocer el proceso de producción de los Nuggets y Palitos de pescado
- Objetivo 2 Conocer las operaciones técnicas de la elaboración de los Nuggets y Palitos de pescado
- Objetivo 3 Conocer el tipo de maquinaria que se necesita para el proceso de producción.

Cuestionario

- Pregunta 1 ¿Cuál es su opinión acerca del proceso de producción del Nuggets y Palitos de pescado?

Respuesta: El proceso de proyección de Nuggets y Palitos de pescado a nivel industrial involucra el uso de materia prima (pulpas de pescado) especias (condimentos) y harina. El proceso inicia con la recepción de la materia prima, luego descongelamiento, limpieza de la materia prima (pulpas), mezclado (adición de condimentos), reposo, moldeado, empanizado, frito y congelado.

- Pregunta 2 ¿Cuáles son los alcances adicionales que nos puede dar sobre las complejidades que tiene?

Respuesta: El proceso en general no es muy complejo, sin embargo, hay que controlar los puntos críticos como el descongelamiento de la materia prima para lograr una buena extracción de la proteína y ligado de la carne durante el mezclado. Asimismo, es importante considerar el congelamiento a -18°C para asegurar la vida útil

- Pregunta 3 ¿Nos puede dar Ud. un alcance sobre las mermas y desechos que tiene este producto?

Respuesta: Los desechos podrían tener diversos destinos de reproceso: una de las opciones que se está maneja a nivel de prueba es triturar las espinas junto a la carne que está pegada a ella y generar

paté de pescado. Otra opción es recuperar la carne pegada a las espinas y derivarla a conservas en grate.

- Pregunta 4 ¿Qué podemos hacer con los desechos? ¿Podrían derivarse como insumo para alimento balanceado?

Respuesta: Asimismo, se podría usar el mismo subproducto en cierto porcentaje como adición a la mezcla de Nuggets y Palitos y añadir una enzima (como la transglutaminasa) la cual reforzaría el tema de la formación de la masa de forma compacta.

- Pregunta 5 ¿Cuáles son los procesos críticos de producir los Nuggets y Palitos de pescado?

Respuesta: Como ya se comentó anteriormente dentro de los puntos críticos de control está en primer lugar el descongelamiento de la materia prima el cual debe ser óptimo para garantizar tener materia prima de buena calidad durante el proceso y lograr aprovechar la parte funcional. El segundo punto crítico de control es el congelamiento: el incluye 3 fases: refrigeración temperatura 4 grados, enfriamiento temperatura hasta -10 grados y congelación temperatura hasta -18 grados.

- Pregunta 6 ¿Cuál es su opinión acerca del producto que deseamos introducir en el mercado?

Respuesta: La introducción al mercado de productos derivados del pescado es una nueva tendencia para la alimentación saludable, es de conocimiento los grandes aportes nutrimentales que tiene el pescado como tal, sin embargo, la mayor parte de la industria pesquera a dedicado la extracción de pescado para la venta de harina a mercados internacionales para consumo animal. Cada vez son más las pesqueras que cuentan con un área de I+D que se encarga que proponer nuevas opciones del uso de esta materia prima para el consumo humano en diversas presentaciones.

- Pregunta 7 ¿Qué recomendaciones nos daría para determinar una adecuada composición química que no afecte la naturalidad del producto final?

Respuesta: Para conservar la naturalidad del producto y en el marco de hacer cumplir el nuevo proyecto de Ley Saludable yo recomiendo tener precaución en el uso de los aditivos altos en sodio tal es el caso de la Sal, si bien es cierto es un componente fundamental por el lado funcional sin embargo hay otros aditivos los cuales permiten su reemplazo hasta en 35% como el Cloruro de Potasio.

- Pregunta 8 ¿las presentaciones de los Nuggets en bolsas de 300grs y los Palitos en cajas de 350grs le parece adecuado?

Respuesta: A nivel industrial para facilidad en la logística del producto es preferible presentaciones de 250gr o 1Kg.

- Pregunta 9 ¿Qué la idea, o que sugerencias nos puede dar de adicionar harina de quinua para el empanizado?

Respuesta: Continuando con la tendencia de alimentos naturales, recomiendo que la harina sea de quinua germinada la cual genera un mejor aprovechamiento de los nutrientes y facilita su digestión

- Pregunta 10 ¿De acuerdo con la experiencia que Ud. tiene, ¿qué otras recomendaciones adicionales nos darían para que nuestro producto logre un rápido posicionamiento en el mercado de los productos precocidos en base a pescado?

Respuesta: Realizar varias pruebas con distintos saborizantes y con distintos tipos de harina probarlos con un panel de consumidores entrenados y finalmente hacer una evaluación mayor con consumidores frecuentes de este tipo de productos para medir su aceptación.

4.1.4 Focus Group.

Focus Group: Dirigido a padres de familia entre 23 y 39 años de edad.

Fecha del Focus: lunes 16 de abril del 2018.

Lugar: Av. Diagonal 176, Miraflores.

Integrantes:

- Anggie Espinoza Leiva, DNI 40390788.
- Franshesca Cardenas Cerna, DNI 45187459
- Segundo Maluquiz Díaz, DNI 43960096
- Johanna Fernández Ruiz, DNI 46060870
- Jennifer Arévalo Caycho, DNI 41871352
- Karen Moya Chupiyon, DNI 76152039
- Felipe Zorrilla Maravi, DNI 70065663



Figura 9. Fotografía de Presentación de Integrantes Focus Group. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones:

- La idea de Nuggets y Palitos de Pescado apanados con harina de quinua fue aceptada por todos los participantes.
- Todos coincidieron que es un producto nutritivo.

- Consideran que al estar apanado con harina de quinua es un factor muy importante para consumir el producto.
- El producto es agradable a pesar de que está hecho a base de pescado, coinciden en que casi no se siente el sabor de este y que sería una excelente opción para introducir en la dieta de sus pequeños hijos, pues informan que a ellos nos les gusta el pescado.
- Prefieren que el producto esté disponible en los siguientes supermercados: Tottus, Metro, Plaza Vea y Wong; justamente es nuestro nicho de mercado ya que es donde generalmente se compran productos pre cocidos.
- La principal característica que resaltan los participantes es la practicidad que tiene el producto, además de que es una forma divertida de darles pescado a sus hijos y que serán incluidos en la lonchera, reemplazando a los Nuggets de pollo que suelen envían en determinados días.
- La presentación elegida por cinco participantes para Nuggets y Palitos de pescado fue en caja de 350gr, porque consideran que conserva el sabor original y además es más estético.
- Dos participantes indicaron que el envase debería ser de bolsa hermética por un tema de costo, de esta forma el producto no costaría tanto al público.
- Todos coincidieron que deberíamos tener presentaciones más abundantes para el caso de Nuggets, y que en este caso podría llevar envase de bolsa. Las Presentaciones que indican son de 500gr y 1kg.
- Cinco participantes indicaron que no consumirían el producto tanto ellos como sus hijos de manera diaria, porque para prepararlos consumen mucho aceite.
- Todos los participantes coincidieron que los Nuggets deben tener forma de pescado para que sea más divertido y fácil de comer por sus hijos.
- Dos participantes indicaron el envase debería ser en forma de pescado y que debería contener figuras para colorear, de esta forma incentivan el consumo en sus hijos.

- El nombre de preferencia para el caso de los Nuggets fue: Ocean Foods.
- Los participantes indicaron que nuestros productos deberían estar ubicados en góndolas visibles en la misma vitrina que los productos pre cocidos de pollo.

4.1.5 Encuestas.

1. Cuál es su edad.

Tabla 21

Edad

<u>Edad</u>		%
20-30 años	146	31.74%
30-40 años	104	22.61%
40-50 años	140	30.43%
50-55 años	50	10.87%
Otros(fin de la encuesta)	20	4.35%
Total	460	100.00%

Nota: Edad del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

2. Genero

Tabla 19

Género

<u>Sexo</u>		%
Masculino	60	13.64%
Femenino	380	86.36%
Total	440	100.00%

Nota: Género sexual del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

3. Estado Civil

Tabla 20

Estado Civil

Estado civil		%
Soltero	160	36.36%
Casado	250	56.82%
Otro	30	6.82%
Total	440	100.00%

Nota: Estado civil del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4. ¿Cuál es el salario Familiar que percibe aproximadamente?

Tabla 21

Rango de Salarios

		%
a) 2500-3500(fin de la encuesta)	22	5.00%
b) 3500- 7300(fin de la encuesta)	17	3.86%
c) 7300-14200	301	68.41%
d) 14200 a más	100	22.73%
Total	440	100.00%

Nota: Rango de salarios del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

5. ¿Cuál es su distrito de residencia?

Tabla 22

Distrito de Residencia

<u>Distrito de residencia:</u>		%
Jesus Maria	22	5.57%
Lince	16	3.96%
Pueblo Libre	23	5.85%
Magdalena	17	4.27%
San Miguel	43	10.76%
Miraflores	28	7.00%
San Isidro	18	4.46%
San Borja	38	9.52%
Surco	119	29.69%
La Molina	60	14.94%
Otros(fin de la encuesta)	16	3.99%
Total	401	100.00%

Nota: Distrito de residencia del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

6. ¿Tiene hijos menores de 12 años?

Tabla 23

Cuenta con Hijos

¿CUENTA CON HIJOS?	CANTIDAD	%
a) Si	287	74.50%
b) No(fin de la encuesta)	98	25.50%
TOTAL	385	100.00%

Nota: Información de cantidad de hijos del encuestado. Fuente: Elaboración propia.

7. ¿En su familia se consume Nuggets de Pescado?

Tabla 24

Consume Nuggets

¿CONSUMEN NUGGET?	CANTIDAD	%
a) Si	233	60.5%
b) No(fin de la encuesta)	152	39.5%
TOTAL	385	14.50%

Nota: Consume Nuggets. Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Qué es lo que usted toma en cuenta al momento de comprar Nuggets de pescado? Califique del 1 al 5, donde 1 es muy importante y 5 es nada importante.

Tabla 25

Nivel de Importancia al comprar Nuggets

CUALIDAD	1	2	3	4	5	Total
	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante	
Sabor	56.50%	41.50%	0%	0%	0%	98.00%
Valor nutricional	35.40%	30.80%	25.40%	8.40%	0%	100.00%
Cantidad en gr del producto	10.60%	22.80%	34.50%	25.30%	6.80%	100.00%
Presentación del envase	20.70%	18.70%	12.90%	25.10%	22.60%	100.00%
Precio del producto	30.40%	26.40%	13.20%	8.40%	21.60%	100.00%
Marca	22.40%	23.40%	30.40%	15.20%	8.60%	100.00%

Nota: Nivel de importancia al comprar nuggets. Fuente: Elaboración propia.

9. ¿Con qué frecuencia compra Nuggets de pescado? Indicando la cantidad que escoge con mayor frecuencia

Tabla 26

Frecuencia de Compra

FRECUENCIA DE COMPRA	1 vez a la semana	2 veces al mes	1 vez al mes	Total
1 bolsa	84.50%	10.40%	5.10%	100.00%
2 bolsas	20.40%	74.50%	5.10%	100.00%
3 bolsas a más	4.00%	45.70%	50.30%	100.00%

Nota: Frecuencia de compra actual. Fuente: Elaboración propia

10. Indique las marcas de Nuggets de pescado que consume

Tabla 27

Preferencia de Marcas

MARCAS	%
Wong	36.36%
Tottus	29.55%
Piscis	7.10%
Bells	20.74%
Pacific start	2.56%
Umi foods	1.70%
Kontiki	1.99%
TOTAL	100.00%

Nota: Marcas de Nuggets de pescado. Fuente: Elaboración propia.

11. ¿Dónde suele comprarlos frecuentemente?

Tabla 28

Lugar de Compra

DONDE SUELEN COMPRAR	CANTIDAD	%
Supermercados	208	89.50%
Autoservicios / Tiendas de conveniencia	15	6.40%
Minimarkets	10	4.10%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Lugar de compra frecuente. Fuente: Elaboración propia.

12. ¿Cuál presentación de Nuggets de pescado que compra con mayor frecuencia?

Tabla 29

Presentación de Compra

	CANTIDAD	%
Bolsa de plástico(300-400 gr)	157	67.4%
Caja de cartón (300-400 gr)	76	32.6%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Presentación de compra que compraría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

13. ¿Cuál es el precio promedio que paga actualmente por los Nuggets de pescado?

Tabla 30

Precio Promedio que Paga Actualmente

PRECIOS	CANTIDAD	%
De 5 a 7 soles	87	37.4%
De 7 a 9 soles	71	30.4%
De 9 a 11 soles	48	20.4%
De 11 a más	27	11.8%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

14. ¿Con que fin consume Nuggets de pescado?

Tabla 31

Razón de Consumo

CUESTIONARIO	CANTIDAD	%
Para cuidar mi salud	29	12.45%
Por sus valores nutricionales	95	40.77%
Practicidad	75	32.19%
Preferencia por el pescado	34	14.59%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

15. ¿Conoce o ha escuchado sobre el pez lisa?

Tabla 32

Conocimiento del Pez Lisa

CUESTIONARIO	CANTIDAD	%
Si	135	57.94%
No	98	42.06%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

16. ¿Estaría usted dispuesto a probar Nuggets y/o Palitos de pescado Lisa empanizados con harina de quinua?

Tabla 33

Disponibilidad de Consumo

CUESTIONARIO	CANTIDAD	%
a) Definitivamente sí	106	45.50%
b) Si	71	30.4%
c) Tal vez	32	13.7%
d) No	24	10.4%
TOTAL	233	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

17. ¿Cuál de nuestras presentaciones compraría con mayor frecuencia?

Tabla 34

Presentación que Compraría

CUESTIONARIO	%
Bolsa de Nuggets de 300 gr (pasar a la pregunta 14)	54.50%
Caja Palitos de Pescado por 350 gr(pasar a la pregunta 15)	45.50%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de Nuggets de 300 gr?

Tabla 35

Disponibilidad de Pago para Bolsa de Nuggets 300gr

CUESTIONARIO	%
a) S/8.00-S/.10.00	38.20%
b) S/10.00-S/.12.00	29.40%
c) S/12.00 a más	32.40%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

19. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la presentación Caja Palitos de Pescado 350 gr?

Tabla 36

Disponibilidad de Pago para Caja de Palitos 350gr

CUESTIONARIO	%
a) S/9.00-S/.11.00	45.7%
b) S/11.00-S/.13.00	31.5%
c) S/13.00 a más	22.8%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

20. ¿Con que frecuencia estarías dispuesto a ir a comprar nuestros productos?

Tabla 37

Frecuencia de Compra de Producto

CUESTIONARIO	%
Semanal	40.00%
Quincenal	33.40%
Mensual	26.60%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

21. ¿Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra?

Tabla 38

Cantidad de Compra

CUESTIONARIO	bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
a) 1 unidad	44.30%	48.30%
b) 2 unidades	32.20%	34.50%
c) 3 a más unidades	23.50%	17.20%
TOTAL	100.00%	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

22. ¿En qué épocas del año le gustaría consumir o encontrar nuestro producto?

Tabla 39

Estacionalidad

CUESTIONARIO	Estacionalidad trimestral
a) Verano	9.30%
b) Otoño	8.40%
c) Invierno	7.90%
d) Primavera	8.20%
e) Todo el año	66.20%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

23. ¿Dónde le gustaría encontrar nuestros productos de Nuggets y/o Palitos de pescado Lisa empanizados con harina de quinua?

Tabla 40

Lugar de Compra

CUESTIONARIO	%
Metro	19.75%
plaza vez	19.33%
wong	20.38%
Vivanda	10.40%
Tottus	17.65%
Makro	4.10%
Candy	1.05%
Mass	1.58%
Otros	5.78%
TOTAL	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4.2 Demanda y oferta

4.2.1 Estimación del mercado potencial.

Para hallar el mercado potencial, tomamos las fuentes de INEI del 2010-2015 vigentes por tener información disgregada para nuestro estudio. Además, cruzamos dicha información con nuestros resultados de nuestro público potencial obtenidas de los resultados de nuestra encuesta, las preguntas son:

- ¿Cuál es el salario Familiar que percibe aproximadamente?
- ¿Tiene hijos menores a 12 años?

Preguntas filtro para obtener nuestro público general, las cuales fueron cruzadas con la información de APEIM y INEI respectivamente, para obtener nuestro segmento de posibles clientes.

Continuando con los cálculos estadísticos, del marco muestral obtenemos los siguientes porcentajes muestrales.

Tabla 22

Factor para hallar mercado potencial

	NSE A y B	Rango de Edad 20-55
Jesus Maria	73.20%	50.819%
Lince	73.20%	51.473%
Pueblo Libre	73.20%	50.198%
Magdalena	73.20%	51.034%
San Miguel	73.20%	51.890%
Miraflores	78.90%	51.778%
San Isidro	78.90%	49.891%
San Borja	78.90%	51.572%
Surco	78.90%	52.272%
La Molina	78.90%	52.752%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente tenemos un mercado potencial proyectado al 2019 hasta 2023 como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 23

Mercado potencial

Distrito	2019	2020	2021	2022	2023
Jesus Maria	28,316	28,753	29,198	29,649	30,107
Lince	20,123	20,433	20,749	21,070	21,395
Pueblo Libre	29,738	30,198	30,664	31,138	31,620
Magdalena	21,709	22,045	22,385	22,731	23,082
San Miguel	54,726	55,572	56,431	57,303	58,189
Miraflores	35,590	36,139	36,698	37,265	37,841
San Isidro	22,688	23,038	23,394	23,756	24,123
San Borja	48,425	49,173	49,933	50,705	51,489
Surco	150,958	153,291	155,660	158,065	160,508
La Molina	75,961	77,135	78,327	79,537	80,766
Mercado Potencial en personas	488,232	495,777	503,439	511,220	519,121

Nota: Precio promedio que del mercado potencial. Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Estimación del mercado disponible.

Considerando que para conocer el mercado disponible se debe primero identificar el mercado potencial (punto 4.2.1) y el factor de mercado disponible. Nos hemos soportado en las preguntas 1 y 2 de la encuesta para para obtener el factor del mercado disponible, que lo obtenemos de los resultados positivos de las preguntas anteriormente mencionado.

A continuación, el resultado del factor de mercado disponible:

Tabla 24

Factor mercado disponible

¿Tiene hijos menores a 12 años?	
	%
Si	75.50%
No	24.50%
Total	100.00%
En su familia se consume Nuggets de Pescado?	

	%
a) Si	44.80%
b) No(fin de la encuesta)	55.20%
Total	100.00%
Factor mercado disponible	33.824%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Una vez hallado el mercado disponible, procedemos a multiplicarlo por el mercado potencial de cada distrito para hallar el mercado disponible en personas.

Tabla 25

Mercado disponible

Distrito	2019	2020	2021	2022	2023
Jesus Maria	9,577	9,725	9,876	10,028	10,183
Lince	6,806	6,911	7,018	7,127	7,237
Pueblo Libre	10,059	10,214	10,372	10,532	10,695
Magdalena	7,343	7,456	7,572	7,689	7,807
San Miguel	18,511	18,797	19,087	19,382	19,682
Miraflores	12,038	12,224	12,413	12,604	12,799
San Isidro	7,674	7,792	7,913	8,035	8,159
San Borja	16,379	16,632	16,889	17,150	17,416
Surco	51,060	51,849	52,650	53,464	54,290
La Molina	25,693	26,090	26,493	26,903	27,318
Mercado Disponible en personas	165,140	167,690	170,283	172,914	175,586

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla anterior, nuestro mercado disponible para el año 2019 es de 220, 058 personas que estarían dispuestos a consumir Nuggets de pescado.

4.2.3 Estimación del mercado efectivo.

Para determinar el mercado efectivo utilizamos las preguntas 16 , 18 y 19 de la encuesta, obtuvimos los siguientes resultados.

Mercado efectivo por presentación= Mercado efectivo general* % de preferencia*
Factor disposición de compra

17. ¿Estaría usted dispuesto a probar Nuggets y/o Palitos de pescado Lisa empanizados con harina de quinua?

Tabla 26

Mercado efectivo

¿Estaría usted dispuesto a probar Nuggets y/o Palitos de pescado Lisa empanizados con harina de quinua?			
	%	Peso	Ponderado
a) Definitivamente sí	55.50%	100%	55.500%
b) Si	30.4%	75%	22.800%
c) Tal vez	6.7%	25%	1.675%
d) No	7.4%	0%	0.000%
Total	100.00%		79.975%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Luego hallamos el factor precio con las siguientes preguntas:

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de Nuggets de 300 gr?

Tabla 27

Precio promedio

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de Nuggets de 300 gr?	
a) S/8.00-S/.10.00	38.20%
b) S/10.00-S/.12.00	29.40%
c) S/12.00 a más	32.40%
Total	100.00%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

19. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la presentación Caja Palitos de Pescado por 350 gr?

Tabla 28

Pago por presentación

a) S/9.00-S/.11.00	45.7%
b) S/11.00-S/.13.00	31.5%
c) S/13.00 a más	22.8%
Total	100%
Factor precio presentación Caja Palitos de Pescado por 350 gr	54.30%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Una vez hallado los factores de compras de Nuggets y Palitos de Pescado, procedemos a multiplicar el mercado disponible por el factor de decisión de compra y el factor precio.

Tabla 29

Mercado Efectivo de Personas

Distrito	2019	2020	2021	2022	2023
Jesus Maria	7,659	7,778	7,898	8,020	8,144
Lince	5,443	5,527	5,613	5,700	5,788
Pueblo Libre	8,045	8,169	8,295	8,423	8,553
Magdalena	5,873	5,963	6,056	6,149	6,244
San Miguel	14,804	15,033	15,265	15,501	15,741
Miraflores	9,627	9,776	9,927	10,080	10,236
San Isidro	6,137	6,232	6,328	6,426	6,525
San Borja	13,099	13,301	13,507	13,716	13,928
Surco	40,835	41,466	42,107	42,758	43,418
La Molina	20,548	20,865	21,188	21,516	21,848
Mercado Efectivo general en personas	132,070	134,110	136,184	138,289	140,425

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30

Resumen de Mercado Efectivo

Resumen mercado efectivo	2019	2020	2021	2022	2023
Mercado efectivo presentación bolsa de Nuggets de 300 gr	44,482	45,170	45,868	46,577	47,297
Mercado efectivo presentación Caja Palitos de Pescado por 350 gr	32,630	33,134	33,646	34,166	34,694
Total mercado efectivo en personas	77,112	78,304	79,514	80,743	81,991

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

El mercado efectivo esta expresado en número de personas.

En el año 2019 el mercado efectivo asciende a 77112 personas.

En el año 2020 el mercado efectivo asciende a 78304 personas.

En el año 2021 el mercado efectivo asciende a 79514 personas.

En el año 2022 el mercado efectivo asciende a 80743 personas.

En el año 2023 el mercado efectivo asciende a 81991 personas.

4.2.4 Estimación del mercado objetivo.

Para halla el mercado objetivo tomamos la metodología de Pareto de 4:1, consideramos que los competidores y los predecesores obtienen un 80% del mercado copado por tener un producto con bastante variedad competitiva y productos similares. Del 20% restante se procede a tomar 15% orientando a un comportamiento conservador.

La tasa del mercado objetivo es 2019 (15% del 20%) equivalente al 3.00%, continuando hemos tomado una fórmula de crecimiento aritmética, ya que el crecimiento del lanzamiento de un producto nuevo no es proporcional al crecimiento poblacional.

Tabla 31

Tasa de crecimiento de mercado objetivo.

Distrito	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jesus Maria	74,960	76,118	77,294	78,489	79,702	80,934
Lince	52,593	53,406	54,231	55,069	55,920	56,784
Pueblo Libre	79,698	80,930	82,181	83,451	84,741	86,051
Magdalena	57,229	58,113	59,011	59,923	60,849	61,789
San Miguel	141,886	144,079	146,306	148,567	150,863	153,195
Miraflores	85,790	87,116	88,462	89,829	91,217	92,627
San Isidro	56,758	57,635	58,526	59,431	60,349	61,282
San Borja	117,198	119,009	120,848	122,716	124,613	126,539
Surco	360,451	366,022	371,679	377,423	383,256	389,179
La Molina	179,728	182,506	185,327	188,191	191,099	194,052
Total población	1,206,291	1,224,934	1,243,865	1,263,089	1,282,609	1,302,432
Tasa de crecimiento		1.545%	1.545%	1.546%	1.545%	1.546%
Tasa de crecimiento promedio	1.545%					
Tasa de crecimiento mercado objetivo (12.5% de 1.545%)	0.193%					

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

El total del mercado objetivo resultante se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 32

Total mercado objetivo

	2019	2020	2021	2022	2023
Tasas de mercado objetivo	3.00%	3.19%	3.39%	3.58%	3.77%
Distrito	2019	2020	2021	2022	2023
Mercado objetivo presentación bolsa de Nuggets de 300 gr	1,334	1,442	1,553	1,667	1,784
Mercado objetivo presentación Caja Palitos de Pescado por 350	979	1,058	1,139	1,223	1,309
Total mercado objetivo en personas	2,313	2,500	2,692	2,890	3,093

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4.2.5 Frecuencia de compra.

La frecuencia de compra lo hayamos en base a los resultados de las preguntas 16 y 17 del cuestionario. Para ello, primero se halló el ponderado promedio anual que estarían consumiendo nuestros productos.

Tabla 33

Frecuencia de compra al año

	%	Veces al año	Ponderado	
Semanal	40.00%	52	20.8	
Quincenal	33.40%	24	8.016	
Mensual	26.60%	12	3.192	
Total	100.00%		32.008	veces al año

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

A continuación, el porcentaje de compra en función a la cantidad (1, 2 o 3 a más unidades) tanto para bolsa de Nuggets y caja de palitos de pescado. Asimismo, de la frecuencia promedio.

Tabla 34

Frecuencia promedio al año

	bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
a) 1 unidad	44.30%	48.30%
b) 2 unidades	32.20%	34.50%
c) 3 a más unidades	23.50%	17.20%
Total	100.00%	100.00%
	Frecuencia ponderada	
Unidades promedio	bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
1	0.443	0.483
2	0.644	0.69
3	0.705	0.516
Unidades ponderadas por presentación en cada ocasión de compra	1.792	1.689
	bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
Frecuencia de compra en unidades al año	57.358	54.062
Participación	54.50%	45.50%
Frecuencia promedio	55.85828	unidades al año en promedio

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.

Procedemos a multiplicar el mercado objetivo por la frecuencia obtenida.

Tabla 35

Anual de la demanda

	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr	76,516	82,711	89,077	95,616	102,327
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	52,926	57,197	61,576	66,117	70,767
Total unidades a distribuir	129,442	139,908	150,653	161,733	173,094

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4.2.7 Estacionalidad.

Nuestros productos no tienen una estacionalidad determinada en el año.

Para hallar la estacionalidad utilizamos la pregunta 22.

El 66.20% es el porcentaje anual por ello se divide entre 4 con la finalidad de distribuirlos en las cuatro estaciones, finalmente sumamos los resultados de la encuesta obteniendo así el total de estacionalidad en % (25.85, 24.95, 24.45, 24.75).

Tabla 36

Estacionalidad

	Estacionalidad trimestral	Distribución de todo el año	Total estacionalidad
a) Verano	18.50%	10.80%	29.30%
b) Otoño	15.40%	10.80%	26.20%
c) Invierno	10.50%	10.80%	21.30%
d) Primavera	12.40%	10.80%	23.20%
e) Todo el año	43.20%		100.00%
Total	100.00%		

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que al ser el 2019 el primer año de operación, debemos castigar los 6 primeros meses debido a que la marca es débil, es por ello que durante el primer trimestre se castiga con un 40%, el segundo con el 20%.

Tabla 37

Determinación de Estacionalidad

Año	Verano(Enero-marzo)	Otoño(abril junio)	Invierno(Julio-setiembre)	Primavera(octubre-diciembre)	Total
2,019	14.7%	19.65%	31.45%	34.253%	100%
2,020	29.30%	26.20%	21.30%	23.20%	100%
2,021	29.30%	26.20%	21.30%	23.20%	100%
2,022	29.30%	26.20%	21.30%	23.20%	100%
2,023	29.30%	26.20%	21.30%	23.20%	100%

Nota: Determinación de estacionalidad. Fuente: Elaboración propia.

Redistribución de la demanda en forma mensual.

Tabla 38

Determinación de Estacionalidad Mensual

Estacionalidad 2019		Estacionalidad 2020-2023	
Enero	4.883%	Enero	9.767%
Febrero	4.883%	Febrero	9.767%
Marzo	4.883%	Marzo	9.767%
Abril	6.550%	Abril	8.733%
Mayo	6.550%	Mayo	8.733%
Junio	6.550%	Junio	8.733%
Julio	10.482%	Julio	7.100%
Agosto	10.482%	Agosto	7.100%
Septiembre	10.482%	Septiembre	7.100%
Octubre	11.418%	Octubre	7.733%
Noviembre	11.418%	Noviembre	7.733%
Diciembre	11.418%	Diciembre	7.733%
	100.000%		100.000%

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Para estimar las ventas por tipo de producto, se realizó en función a la estacionalidad (punto 4.2.7) y demanda estimada (punto 4.2.6).

A continuación, la estimación de ventas por tipo de producto y meses por año:

Año 2019

Tabla 39

Estimación de ventas para el año 2019

Programa de ventas en unidades				Total
	Estacionalidad 2019	Bolsa de Nuggets 300 gr	Caja Palitos de Pescado 350 gr	
Enero	4.883%	3,737	2,585	6,321
Febrero	4.883%	3,737	2,585	6,321
Marzo	4.883%	3,737	2,585	6,321
Abril	6.550%	5,012	3,467	8,478
Mayo	6.550%	5,012	3,467	8,478
Junio	6.550%	5,012	3,467	8,478
Julio	10.482%	8,021	5,548	13,569
Agosto	10.482%	8,021	5,548	13,569
Septiembre	10.482%	8,021	5,548	13,569
Octubre	11.418%	8,736	6,043	14,779
Noviembre	11.418%	8,736	6,043	14,779
Diciembre	11.418%	8,736	6,043	14,779
Total	100.000%	76,516	52,926	129,442

Nota: Estimación de ventas para el año 2019. Fuente: Elaboración propia.

Año 2020

Tabla 40

Estimación de ventas para el año 2020

	Estacionalidad 2020	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	9.767%	8,078	5,586	13,664
Febrero	9.767%	8,078	5,586	13,664
Marzo	9.767%	8,078	5,586	13,664
Abril	8.733%	7,223	4,995	12,219
Mayo	8.733%	7,223	4,995	12,219
Junio	8.733%	7,223	4,995	12,219
Julio	7.100%	5,872	4,061	9,933
Agosto	7.100%	5,872	4,061	9,933
Septiembre	7.100%	5,872	4,061	9,933
Octubre	7.733%	6,396	4,423	10,820
Noviembre	7.733%	6,396	4,423	10,820
Diciembre	7.733%	6,396	4,423	10,820
Total	100.000%	82,711	57,197	139,908

Nota: Estimación de ventas para el año 2020. Fuente: Elaboración propia.

Año 2021

Tabla 41

Estimación de ventas para el año 2021.

	Estacionalidad 2021	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	9.767%	8,700	6,014	14,714
Febrero	9.767%	8,700	6,014	14,714
Marzo	9.767%	8,700	6,014	14,714
Abril	8.733%	7,779	5,378	13,157
Mayo	8.733%	7,779	5,378	13,157
Junio	8.733%	7,779	5,378	13,157
Julio	7.100%	6,324	4,372	10,696
Agosto	7.100%	6,324	4,372	10,696
Septiembre	7.100%	6,324	4,372	10,696
Octubre	7.733%	6,889	4,762	11,650
Noviembre	7.733%	6,889	4,762	11,650
Diciembre	7.733%	6,889	4,762	11,650
Total	100.000%	89,077	61,576	150,653

Nota: Estimación de ventas para el año 2021. Fuente: Elaboración propia.

Año 2022

Tabla 42

Estimación de ventas para el año 2022.

	Estacionalidad 2022	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	9.767%	9,338	6,457	15,796
Febrero	9.767%	9,338	6,457	15,796
Marzo	9.767%	9,338	6,457	15,796
Abril	8.733%	8,350	5,774	14,125
Mayo	8.733%	8,350	5,774	14,125
Junio	8.733%	8,350	5,774	14,125
Julio	7.100%	6,789	4,694	11,483
Agosto	7.100%	6,789	4,694	11,483
Septiembre	7.100%	6,789	4,694	11,483
Octubre	7.733%	7,394	5,113	12,507
Noviembre	7.733%	7,394	5,113	12,507
Diciembre	7.733%	7,394	5,113	12,507
Total	100.000%	95,616	66,117	161,733

Nota: Estimación de ventas para el año 2022. Fuente: Elaboración propia.

Año 2023

Tabla 43

Estimación de ventas para el año 2023.

	Estacionalidad 2023	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	9.767%	9,994	6,912	16,906
Febrero	9.767%	9,994	6,912	16,906
Marzo	9.767%	9,994	6,912	16,906
Abril	8.733%	8,937	6,180	15,117
Mayo	8.733%	8,937	6,180	15,117
Junio	8.733%	8,937	6,180	15,117
Julio	7.100%	7,265	5,024	12,290
Agosto	7.100%	7,265	5,024	12,290
Septiembre	7.100%	7,265	5,024	12,290
Octubre	7.733%	7,913	5,473	13,386
Noviembre	7.733%	7,913	5,473	13,386
Diciembre	7.733%	7,913	5,473	13,386
Total	100.000%	102,327	70,767	173,094

Nota: Precio promedio que pagaría el encuestado. Fuente: Elaboración propia.

Para hallar el valor de venta neto, se realizó considerando que la bolsa de Nuggets será 10 soles y la caja de palitos serán 11 soles. Cabe mencionar que el único canal de distribución serán supermercados.

Tabla 44

Valor de venta neto

	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
Valor venta neto	S/. 8.00	S/. 9.00
Precio incluido el igv	S/. 9.44	S/. 10.62

Nota: Valor de venta neto. Fuente: Elaboración propia.

Considerando que ya se tiene el valor de venta neto por cada Nuggets y palitos de pescado, a continuación, se muestra la estimación de ventas por año y tipo de producto:

Año 2019

Tabla 45

Estimación del valor de ventas netas para el año 2019

2019	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	S/. 29,892.25	S/. 23,260.98	S/. 53,153.23
Febrero	S/. 29,892.25	S/. 23,260.98	S/. 53,153.23
Marzo	S/. 29,892.25	S/. 23,260.98	S/. 53,153.23
Abril	S/. 40,094.38	S/. 31,199.88	S/. 71,294.26
Mayo	S/. 40,094.38	S/. 31,199.88	S/. 71,294.26
Junio	S/. 40,094.38	S/. 31,199.88	S/. 71,294.26
Julio	S/. 64,166.15	S/. 49,931.58	S/. 114,097.72
Agosto	S/. 64,166.15	S/. 49,931.58	S/. 114,097.72
Septiembre	S/. 64,166.15	S/. 49,931.58	S/. 114,097.72
Octubre	S/. 69,889.89	S/. 54,385.57	S/. 124,275.45
Noviembre	S/. 69,889.89	S/. 54,385.57	S/. 124,275.45
Diciembre	S/. 69,889.89	S/. 54,385.57	S/. 124,275.45
Total valor de ventas	S/. 612,128.00	S/. 476,334.00	S/. 1,088,462.00
lgv	S/. 110,183.04	S/. 85,740.12	S/. 195,923.16
Ingresos	S/. 722,311.04	S/. 562,074.12	S/. 1,284,385.16

Nota: Estimación del valor de ventas netas para el año 2019. Fuente: Elaboración propia.

Año 2020.

Tabla 46

Estimación del valor de ventas netas para el año 2020.

2020	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	S/. 64,624.86	S/. 50,276.16	S/. 114,901.02
Febrero	S/. 64,624.86	S/. 50,276.16	S/. 114,901.02
Marzo	S/. 64,624.86	S/. 50,276.16	S/. 114,901.02
Abril	S/. 57,787.42	S/. 44,956.84	S/. 102,744.26
Mayo	S/. 57,787.42	S/. 44,956.84	S/. 102,744.26
Junio	S/. 57,787.42	S/. 44,956.84	S/. 102,744.26
Julio	S/. 46,979.85	S/. 36,548.88	S/. 83,528.73
Agosto	S/. 46,979.85	S/. 36,548.88	S/. 83,528.73
Septiembre	S/. 46,979.85	S/. 36,548.88	S/. 83,528.73
Octubre	S/. 51,170.54	S/. 39,809.11	S/. 90,979.65
Noviembre	S/. 51,170.54	S/. 39,809.11	S/. 90,979.65
Diciembre	S/. 51,170.54	S/. 39,809.11	S/. 90,979.65
Total valor de ventas	S/. 661,688.00	S/. 514,773.00	S/. 1,176,461.00
Igv	S/. 119,103.84	S/. 92,659.14	S/. 211,762.98
Ingresos	S/. 780,791.84	S/. 607,432.14	S/. 1,388,223.98

Nota: Estimación del valor de ventas netas para el año 2020. Fuente: Elaboración propia.

Año 2021.

Tabla 47

Estimación del valor de ventas netas para el año 2021

2021	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	S/. 69,598.83	S/. 54,125.30	S/. 123,724.13
Febrero	S/. 69,598.83	S/. 54,125.30	S/. 123,724.13
Marzo	S/. 69,598.83	S/. 54,125.30	S/. 123,724.13
Abril	S/. 62,235.13	S/. 48,398.74	S/. 110,633.87
Mayo	S/. 62,235.13	S/. 48,398.74	S/. 110,633.87
Junio	S/. 62,235.13	S/. 48,398.74	S/. 110,633.87
Julio	S/. 50,595.74	S/. 39,347.06	S/. 89,942.80
Agosto	S/. 50,595.74	S/. 39,347.06	S/. 89,942.80
Septiembre	S/. 50,595.74	S/. 39,347.06	S/. 89,942.80
Octubre	S/. 55,108.97	S/. 42,856.90	S/. 97,965.87
Noviembre	S/. 55,108.97	S/. 42,856.90	S/. 97,965.87
Diciembre	S/. 55,108.97	S/. 42,856.90	S/. 97,965.87
Total valor de ventas	S/. 712,616.00	S/. 554,184.00	S/. 1,266,800.00
Igv	S/. 128,270.88	S/. 99,753.12	S/. 228,024.00
Ingresos	S/. 840,886.88	S/. 653,937.12	S/. 1,494,824.00

Nota: Estimación del valor de ventas netas para el año 2021. Fuente: Elaboración propia.

Año 2022.

Tabla 48

Estimación del valor de ventas netas para el año 2022.

2022	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	S/. 74,707.97	S/. 58,116.84	S/. 132,824.81
Febrero	S/. 74,707.97	S/. 58,116.84	S/. 132,824.81
Marzo	S/. 74,707.97	S/. 58,116.84	S/. 132,824.81
Abril	S/. 66,803.71	S/. 51,967.96	S/. 118,771.67
Mayo	S/. 66,803.71	S/. 51,967.96	S/. 118,771.67
Junio	S/. 66,803.71	S/. 51,967.96	S/. 118,771.67
Julio	S/. 54,309.89	S/. 42,248.76	S/. 96,558.65
Agosto	S/. 54,309.89	S/. 42,248.76	S/. 96,558.65
Septiembre	S/. 54,309.89	S/. 42,248.76	S/. 96,558.65
Octubre	S/. 59,154.43	S/. 46,017.43	S/. 105,171.86
Noviembre	S/. 59,154.43	S/. 46,017.43	S/. 105,171.86
Diciembre	S/. 59,154.43	S/. 46,017.43	S/. 105,171.86
Total valor de ventas	S/. 764,928.00	S/. 595,053.00	S/. 1,359,981.00
Igv	S/. 137,687.04	S/. 107,109.54	S/. 244,796.58
Ingresos	S/. 902,615.04	S/. 702,162.54	S/. 1,604,777.58

Nota: Estimación del valor de ventas netas para el año 2022. Fuente: Elaboración propia.

Año 2023.

Tabla 49

Estimación del valor de ventas netas para el año 2023

2023	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr	Total
Enero	S/. 79,951.50	S/. 62,204.19	S/. 142,155.69
Febrero	S/. 79,951.50	S/. 62,204.19	S/. 142,155.69
Marzo	S/. 79,951.50	S/. 62,204.19	S/. 142,155.69
Abril	S/. 71,492.46	S/. 55,622.86	S/. 127,115.33
Mayo	S/. 71,492.46	S/. 55,622.86	S/. 127,115.33
Junio	S/. 71,492.46	S/. 55,622.86	S/. 127,115.33
Julio	S/. 58,121.74	S/. 45,220.11	S/. 103,341.85
Agosto	S/. 58,121.74	S/. 45,220.11	S/. 103,341.85
Septiembre	S/. 58,121.74	S/. 45,220.11	S/. 103,341.85
Octubre	S/. 63,306.30	S/. 49,253.83	S/. 112,560.14
Noviembre	S/. 63,306.30	S/. 49,253.83	S/. 112,560.14
Diciembre	S/. 63,306.30	S/. 49,253.83	S/. 112,560.14
Total valor de ventas	S/. 818,616.00	S/. 636,903.00	S/. 1,455,519.00
Igv	S/. 147,350.88	S/. 114,642.54	S/. 261,993.42
Ingresos	S/. 965,966.88	S/. 751,545.54	S/. 1,717,512.42

Nota: Estimación del valor de ventas netas para el año 2023. Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se resume las ventas netas e ingresos por producto y estimado para los próximos 5 años.

Tabla 50

Resumen de ingresos y crecimiento de ventas planificado al año 2023

Resumen Ingresos Supermercados	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr	S/. 612,128.00	S/. 661,688.00	S/. 712,616.00	S/. 764,928.00	S/. 818,616.00
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	S/. 476,334.00	S/. 514,773.00	S/. 554,184.00	S/. 595,053.00	S/. 636,903.00
Total valor de ventas	S/. 1,088,462.00	S/. 1,176,461.00	S/. 1,266,800.00	S/. 1,359,981.00	S/. 1,455,519.00
Igv	S/. 195,923.16	S/. 211,762.98	S/. 228,024.00	S/. 244,796.58	S/. 261,993.42
Ingresos	S/. 1,284,385.16	S/. 1,388,223.98	S/. 1,494,824.00	S/. 1,604,777.58	S/. 1,717,512.42
Crecimiento de las ventas		8.085%	7.679%	7.356%	7.025%

Nota: Crecimiento de ventas planificado para el año 2023. Fuente: Elaboración propia.

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 Producto.

Identidad del producto.

El producto que lanzaremos al mercado será Nuggets hechos a base de pescado lisa en presentación normal (bolsa), con harina de quinua, para el consumo directo, de tal manera se podrá satisfacer a un público que les gusta comer pre cocidos y comer pescado. Es un producto diferenciado ya que ofrece una buena calidad con una ventaja competitiva.

La Marca.

El grupo para definir el nombre, investigo por internet los nombres comunes sobre Nuggets de pescado, buscando información general nos decidimos por

Ocean Food, que es referente a océano por el producto sobre pescado, así que nos pareció oportuno tomar el nombre que es poco conocido, pero que tiene significado con nuestro producto a ofrecer. Además, es fácil de recordarlo y pronunciarlo.

El logotipo



Figura 10. Logotipo

Fuente: Elaboración propia.

Los colores usados para el logotipo de Nuggets de pescado son el celeste y naranja, colores clásicos del mar y los Nuggets, del cual proviene nuestro producto.

Las letras son clásicas, lo cual la imagen con referencia al pescado forma un diseño llamativo y fácil de recordar.

Contenido del empaque.

En el empaque estará toda la información relevante para el consumidor como el sabor, los ingredientes, se informará acerca de que no contiene gluten, la fecha de vencimiento, los valores nutricionales, las medidas de seguridad, la

cantidad, peso neto, empresa que fabrica, RUC y dirección de la misma y el sello de preparado en el Perú.



Figura 11. Nugget de pescado lisa.

Fuente: Elaboración propia.

Presentaciones:

- Según el resultado de las encuestas, el público objetivo la principal característica que resaltan los participantes es la practicidad que tiene el producto, además de que es una forma divertida de darles pescado a sus hijos y que serán incluidos en la lonchera, reemplazando a los Nuggets de pollo que suelen envían en determinados días.

Por lo que el producto tendrá estas dos presentaciones:

Nugget de pescado de Lisa (8 unidades) 300g

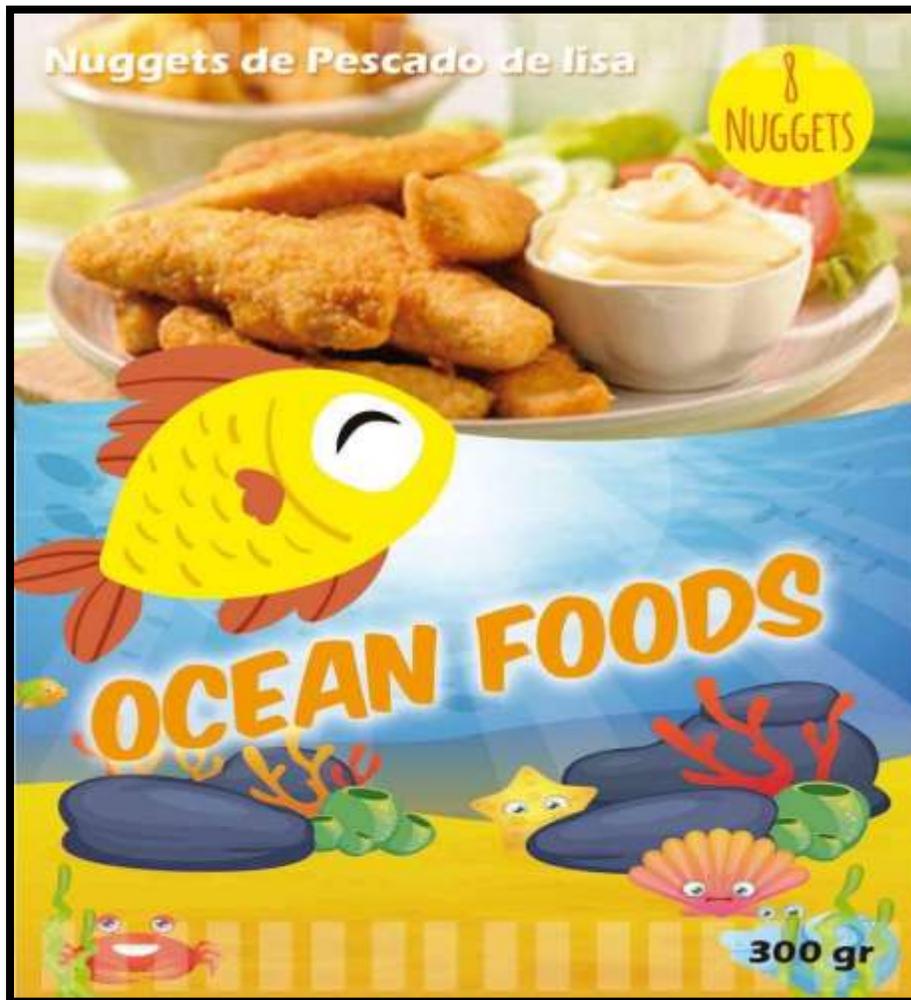


Figura 12. Bolsa de Nuggets.

Fuente: Elaboración propia

Palito de pescado lisa (10 unidades) 350 gr.



Figura 13. Cajas de palito de pescado.

Fuente: Elaboración propia.

✓ **Características:**

Aspecto: Producto conformado, de forma irregular, empanado uniforme.

Color: Característico de producto empanado.

Diseño: Característicos de productos para el consumo de niños.

Olor: Característico a producto empanado pre frito.

Sabor: Característico a carne de pescado pré-frita, empanada.

Textura: Firme y elástica.

Condiciones de empaque y embalaje:

Los Nuggets de pescado se presentan con un peso de 300 gr, envasados en bolsas de polietileno litografiadas a granel.

Los palitos de pescado de lisa en presentación caja de 350gr, en caja.

El embalaje se realiza en cartón corrugado, con un peso neto de 8 kg, debidamente identificadas y con toda la información necesaria según la NC 101-2001, norma general para el etiquetado de los alimentos pre envasados.

Condiciones de almacenamiento.

El producto se almacenará en amaras de manteamiento congelado, garantizando una temperatura en el centro térmico del mismo que no exceda los -18°C .

Vida útil.

El producto tiene una vida útil (caducidad) de 120 días a partir de la fecha de producción, información contenida en las bolsas litografiadas y etiquetas adhesivas de las cajas.

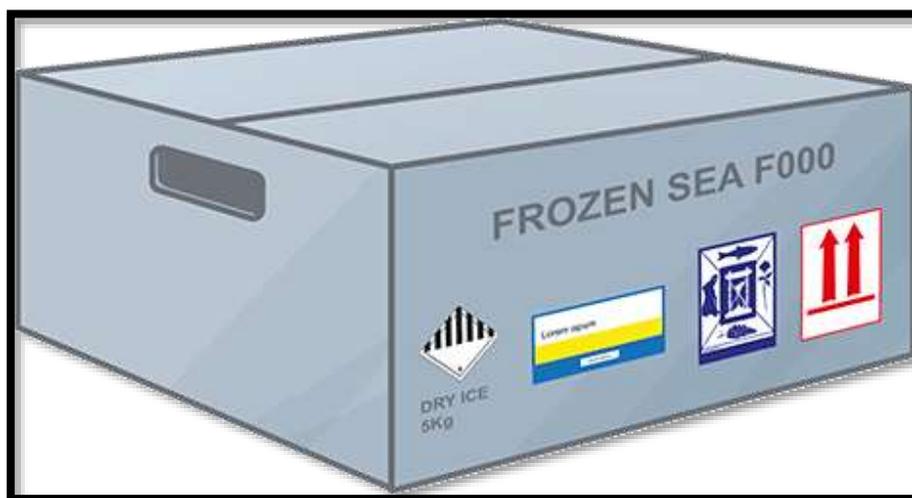


Figura 14. Empaque de cajas.

Fuente: Frozen Sea food.



Figura 15. Empaque de bolsas de Nuggets de pescado.
Fuente: Frozen Sea food.

Transporte.



Figura 16. Transporte productos congelados.
Fuente: www.carroceriashalcon.com

4.3.2 Precio.

Considerando que nuestro producto es dirigido al segmento A y B, ponemos énfasis en que el producto que cumpla las exigencias del segmento, elaboramos un planeamiento para cubrir con las estrategias operacionales tercerizando parte de nuestros procesos de producción, comercialización, esto nos lleva a realizar cálculos en base a los costos de materia prima, producción y procesos operacionales.

Dentro de los costos de insumos, según información del Ministerio de la Producción (PRODUCE) el pescado Lisa se vende al por mayor en el terminal de Villa María del Triunfo y Ventanilla en 4.50 soles el kilo. Además, requerimos de otros insumos deshidratados lo cuales según la publicación del Ministerio de Agricultura y Riego la Quinoa blanca 5.40 soles por kg., el Ajo cuesta 4.18 soles por kg., la Cebolla 0.55 soles por kg., resaltamos que estos costos deben adicionarse un margen de 30% adicional por el insumo deshidratado entregado por el proveedor.

Otros insumos tipos especies que requerimos son Perejil, Orégano, Sal, Pimienta Blanca, Estabilizador (polifosfato de Sodio), Antioxidantes (ácido ascórbico), Acentuador de sabor (glutamato monosódico) tienen un precio promedio de 20 soles por kilo según el mercado de pequeñas y medianas empresas recopilados de la web Agroforum. Por último, el aceite vegetal fluctúa en 26 soles un galón de 5 litros.

Partiendo de la recopilación de información detallamos el siguiente:

Tabla 51

Costo variable de insumos.

Insumo	Costo por Mayor	Costo Unitario Nuggets 300 gr.	Costo Unitario Palitos 350 gr.
Pescado Lisa	4.5 soles el kilo	S/ 1.35	S/ 1.575
Quinoa polvo	5.4 soles por kg + 30% de proceso deshidratación ≈ 7.02 soles por Kg	S/ 0.4212 60 gr.	S/ 0.4563 65 gr.
Ajo polvo	4.18 soles por kg + 30% de proceso deshidratación ≈ 5.434 soles por Kg	S/ 0.0408 7 gr.	S/ 0.0425

			8 gr.
Cebolla polvo	0.55 soles por kg + 30% de proceso deshidratación ≈ 1.85 soles por Kg	S/ 0.2312 125 gr.	S/ 0.2405 130 gr.
Aceite Vegetal	26 soles por 5 litros equivalen a 5.2 soles el litro	S/ 0.26 50 ml.	S/ 0.2704 52 ml.
Perejil *	Las especias al por mayor fluctúan en 20 soles por kilo	1 ml.	1 ml.
Orégano *		1 ml.	1 ml.
Sal *		15 ml.	15 ml.
Pimienta Blanca *		1 ml.	1 ml.
Estabilizador *		2.ml. 0.8%	2.4ml. 0.8%
Antioxidantes *		60ml.	65ml.
Acentuador de sabor *		800ml.	850ml.
* Total Especies		880 ml. en Nuggets Y 935.4 ml en producto Palitos	S/ 0.0176
Total Costo		S/ 2.3208	S/ 2.6017

Nota: Costo variable de insumos. Fuente: Elaboración propia.

Continuando con los costos variables tenemos el Envase, Precinto de Seguridad, Etiqueta para la Caja representa un valor de 3.25 soles y para la Bolsa 3.70 soles.

Como resultado obtenemos un total en bruto de costos variables de insumo de Nuggets en para la unidad de caja de Nuggets de Pescado de 300gr., es de 5.5708 soles, y para la unidad de bolsa de Palito de Pescado de 350 gr. es de 6.3017 soles.

Tomando en cuenta los precios de competidos indirecta que superan los 12.00 soles, referencial que nos permite evaluar un precio aceptable para nuestro público objetivo más el valor agregado anteriormente mencionado, consideramos la siguiente:

Tabla 52

Propuesta de precio en los supermercados.

Producto	Costo variable Total	Precio al Supermercado	Precio al Público SIN IGV	Precio Final
Costo Unitario Nuggets 300 gr.	S/ 5.58	S/ 8.14	S/ 10.17	S/ 12.00
Costo Unitario Palitos 350 gr.	S/ 6.30	S/ 9.50	S/ 11.90	S/ 14.00

Nota: Propuesta de precio en los supermercados. Fuente: Elaboración propia.

Concluimos, que tenemos un margen de 31.44% sin considerar el costo fijo, representativo según los estudios cuantitativos dentro del margen de aceptación. Así mismo nuestro producto nuevo en el mercado peruano tiene un margen de 33.68% sin considerar el costo fijo, lo cual representa nivel de aceptación según las encuestas de nuestro público objetivo.

4.3.3 Plaza.

El canal previsto para el presente negocio, se base en un canal indirecto corto. El cual las ventas serán soportadas únicamente a través de las cadenas de supermercados, los cuales serán los puntos de venta directo con el cliente final.

Los puntos de ventas a través de los supermercados serán en los distritos correspondientes de los sectores socioeconómicos A y B.

A continuación, la relación de supermercados que distribuiremos nuestros productos de Nuggets y Palitos de pescado:

Jesús María, Lince, Pueblo libre, Magdalena, San Miguel, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina

Plaza Veá

Jesús María

- **Dirección 1:** Av. Brasil 1599 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Felipe Santiago Salaverry S/N. Intersección con la Av. Punta del Este - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Lince

- **Dirección:** Av. Arequipa No 2250 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:30 am a 10:00 pm

San Miguel

- **Dirección:** Av. La Paz 2561 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:30 am a 10:00 pm

San Isidro

- **Dirección 1:** Av. Camino Real 1335 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Belén manzana V lote s/n - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 3:** Av. Paseo de la República # 3440 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

San Borja

- **Dirección 1:** Calle Remington 151-159 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Angamos Este 2337 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

- **Dirección 3:** Calle Morelli cuadra uno (Centro Comercial La Rambla)- **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Surco

- **Dirección 1:** Av. Tomás Marsano 5000- **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Jacarandá 890 Urb. Valle Hermoso - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 3:** Mz. B2 Lt 10 Urb. Los Rosales Surco. (cdra 1 de Av. Ayacucho) - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 4:** Av. Aviación 5150 Tienda B Urb. Residencial Higuiereta - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 5:** Av. Jacarandá 890 Urb. Valle Hermoso - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 6:** Av. Javier Prado Este 4200 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

La Molina

- **Dirección 1:** Av. La Molina 1080 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Raúl Ferrero 1205 Urb. Remanso II Etapa - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Miraflores

- **Dirección:** 4651 Avenida Arequipa - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Vivanda

Magdalena

- **Dirección 1:** Av. Javier Prado Oeste 999 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

San Isidro

- **Dirección 1:** Av. Libertadores 596 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. Juan Antonio Pezet 1340 – 1360 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 3:** Av. Dos de mayo 1410- **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Surco

- **Dirección:** Av. La Encalada cuadra 5, esquina con av. Angamos Este, cuadra 15, Monterrico - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Miraflores

- **Dirección 1:** Esquina de la avenida Benavides con la calle Alcanfores - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 12:00 am
- **Dirección 2:** Av. José Pardo 715 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 10:00 pm

Tottus

San Miguel

- **Dirección:** Av. La Marina N° 2355 Urbanización Maranga - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

San Isidro

- **Dirección:** Calle Las Begonias 785 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

San Borja

- **Dirección 1:** Av. San Luis 2399 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Av. San Luis 2399 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

Surco

- **Dirección:** Av. Los Próceres Nro. 1030 Int. 7 Fondo. Santa Amalia - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 8:00 am a 10:00 pm

La Molina

- **Dirección 1:** Av. La Fontana 790 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 10:00 pm
- **Dirección 2:** Calle N° 7 cruce con Calle El Sauce - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 10:00 pm

Miraflores

- **Dirección 1:** Av. 28 de Julio 1003 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 12:00 am
- **Dirección 2:** Av. Comandante Espinar 719 - **Horario de atención:** Todos los días, incluyendo feriados, de 7:00 am a 10:00 pm

4.3.4 Promoción.

4.3.4.1 Campaña de lanzamiento.

Presentar el lanzamiento de una nueva marca de utilizando el canal de las redes sociales, focalizando en nuestro público objetivo, el objetivo principal captar, motivo y atraer el consumo en base a los sentimientos e influencias, esto

representa un estudio analítico cualitativo de los factores que impactan en la selección del producto. Para esto requerimos elaborar un plan estratégico que utilice las redes sociales como Facebook e Instagram que son fuentes informativas y de conectividad como nuestro segmento A y B.

El plan estratégico de lanzamiento consta de tres etapas importantes, Análisis Sensitivo, consiste en identificar los indicadores, tendencias y factores prioritarios del público objetivo para determinar nuestro mensaje de lanzamiento en las redes sociales, además implica el análisis sensorial hacia el producto, que se basa en las características que importan a nuestro público objetivo.

Como segunda etapa tenemos el planeamiento de lanzamiento, recopilación de especialista en publicación en redes sociales que llegue a fidelizar y encuadrar el mensaje de la marca.

Por último, activaremos nuestros canales de lanzamiento, así mismo partiremos de la premisa que será un canal en constante monitoreo como canal informativo y de valor agregado al cliente.

4.3.5 Promoción.

4.3.5.1 Campaña de lanzamiento.

Presentar el lanzamiento de una nueva marca de utilizando el canal de las redes sociales, focalizando en nuestro público objetivo, el objetivo principal captar, motivo y atraer el consumo en base a los sentimientos e influencias, esto representa un estudio analítico cualitativo de los factores que impactan en la selección del producto. Para esto requerimos elaborar un plan estratégico que utilice las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, que son fuentes informativas y de conectividad como nuestro segmento A y B.

El plan estratégico de lanzamiento consta de tres etapas importantes, Análisis Sensitivo, consiste en identificar los indicadores, tendencias y factores prioritarios del público objetivo para determinar nuestro mensaje de lanzamiento en las redes sociales, además implica el análisis sensorial hacia el producto, que se basa en las características que importan a nuestro público objetivo.

Como segunda etapa tenemos el planeamiento de lanzamiento, recopilación de especialista en publicación en redes sociales que llegue a fidelizar y encuadrar el mensaje de la marca.

Por último, activaremos nuestros canales de lanzamiento, así mismo partiremos de la premisa que será un canal en constante monitoreo como canal informativo y de valor agregado al cliente.

4.3.5.2 Promoción para todos los años.

El objetivo principal en esta etapa es dar a conocer los beneficios de consumir nuestro producto, además de darnos a conocer en el mercado de congelados para finalmente fidelizar a los clientes con nuestra propuesta diferenciada.

Para ello utilizaremos los medios digitales fuertemente durante los dos primeros años, apoyándonos también con eventos presenciales como participar en Ferias de pescado, Ferias de Comida Saludable y Ferias Escolares con la finalidad de que estos reboten en las redes.

Posteriormente a partir del tercer año y hasta que finalice el quinto año, la promoción será respaldada por el marketing digital a través de nuestra página web y en nuestras dos redes sociales más importantes como Facebook e Instagram, con la finalidad de tener contacto más directo con nuestros clientes finales y además seguir haciéndonos conocidos dentro del mercado.

4.3.5.2.1 Medios Digitales

- Publicidad intensa en Facebook, darnos a conocer como empresa y presentar los productos de Ocean Foods resaltando que está hecho a base de pescado y apanado con harina de quinua, promoviendo de esta manera los beneficios de consumirlos.
- Elaboración de recetas acompañando los clásicos Nuggets de Pescado y Palitos.
- Comunicar nuestros eventos programados, además agregaremos fotos para evidenciar nuestra presencia como marca en eventos gastronómicos y escolares.

- Responderemos a las sugerencias y/o consultas a través de nuestra página web y de Facebook.
- Promoción de sorteos por Likes y compartir nuestra página en sus muros de Facebook, otorgando como premio canastas y merchandising a los ganadores, de esta manera incentivamos a ganar número de seguidores.

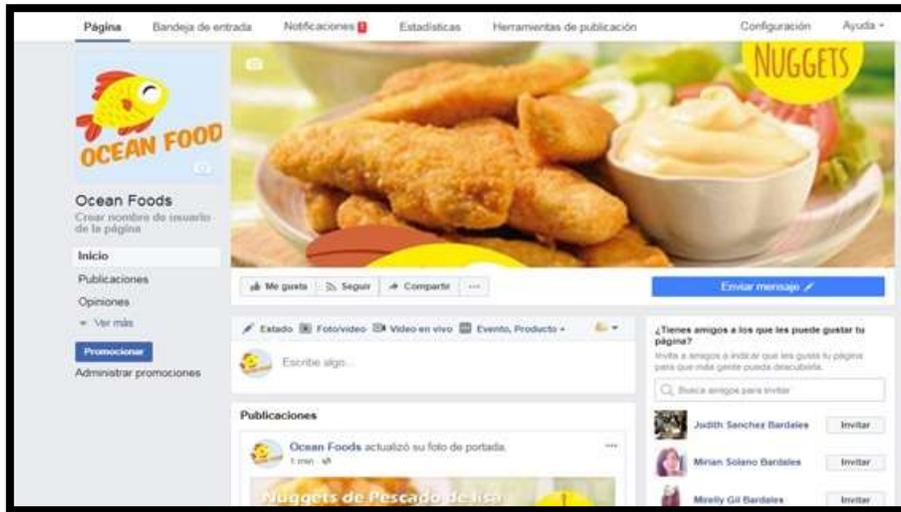


Figura 17. Fan Page Facebook. Fuente: Elaboración Propia

4.3.5.2.2 Presencial

- Instalación de góndolas con impulsadoras haciendo degustación a los clientes de los supermercados, promoviendo reconocimiento y promoción de COPELI SAC. Estas activaciones se realizaran de jueves a sábado entre la 2:00 pm y 8:00 pm.
- Asistir a Ferias de consumo de pescado que realizan las municipalidades de Lima y el gobierno en los mercados más importantes del país.
- Promoción en la revista Somos edición los sábados para incentivar el reconocimiento de nuestros productos ubicados en los supermercados limeños.

Tabla 53

Presupuesto – Promoción.

Concepto	Preoperativo	2019	2020	2021	2022	2023
Lanzamiento	S/. 17,873					
Publicidad	S/. 0	S/. 11,660	S/. 12,390	S/. 12,390	S/. 8,260	S/. 8,260
Revistas	S/. 0	S/. 11,660	S/. 12,390	S/. 12,390	S/. 8,260	S/. 8,260
REDES SOCIALES		S/. 11,750				
COMMUNITY MANAGER		S/. 11,160				
ENVIO MAILING		S/. 590				
PROMOCION DE VENTAS		S/. 15,491				
Impulsadoras Part Time		S/. 10,240				
Degustaciones		S/. 4,012				
Eventos		S/. 1,239				
Total gasto de Promoción	S/. 17,873	S/. 38,901	S/. 39,631	S/. 39,631	S/. 35,501	S/. 35,501

Nota: Promoción de presupuesto. Fuente: Elaboración propia.

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1 Estudio legal

5.1.1 Forma societaria

A. Actividades

En cuando a la constitución de la empresa se ha considerado utilizar la denominación Sociedad Anónima Cerrada (SAC), el cual estará conformada por cinco accionistas. Por elección decidimos elegir esta sociedad, ya que nuestros accionistas mantienen el desarrollo de nuestra actividad económica con el mínimo de personas.

La Sociedad Anónima Cerrada (SAC) está regulada por la Ley General de Sociedades – Ley N° 26887 de fecha 9 de diciembre de 1997 y por el Decreto Supremo N° 093-2002-EF del 15 de junio del 2002 – Texto Único ordenado de la ley del Mercado de Valores.

Las razones de esta elección serian básicamente las siguientes:

- Es una figura dinámica y recomendable para una empresa de envergadura pequeña o mediana, permite al grupo de accionistas intervenir en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social.
- Una SAC no tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Protección del patrimonio personal de los accionistas frente al patrimonio del negocio y sus riesgos.
- Capital Social: no hay mínimo y puede ser en dinero o bienes muebles e inmuebles. El aporte dinerario necesariamente se debe realizar a través de un depósito en algún banco a nombre de la SAC, luego comprobante de depósito se insertará en la escritura Pública de constitución o en la del aumento del capital, según corresponda.

- Mayor credibilidad y presencia en el mercado. Las personas esperan hacer negocios con empresas constituidas como personas jurídicas y las prefieren frente a las personas naturales dado que hay una percepción de permanencia en el tiempo que va más allá de los percances que pueda tener una persona natural y proyecta de esta manera la imagen de ser una organización estable y no improvisada. ^[L]_[SEP]
- Mejor acceso a las entidades bancarias y de crédito. Los bancos y financieras siempre esperan que las empresas estén constituidas en forma de personas jurídicas y por ello hay más facilidad para acceder a sus productos crediticios.
- Existencia de ventajas tributarias. Si bien como persona natural y sin constituir ninguna persona jurídica se puede tener acceso a todas las ventajas tributarias de la ley, el tener una persona jurídica permite acreditar con mayor facilidad el derecho a gozar de las mismas al tener el patrimonio personal ^[L]_[SEP] separado claramente del negocio. ^[L]_[SEP]
- En el Perú, si bien la información de las personas que son socios de una persona jurídica es una información que se puede obtener, lo cierto es que se tiene un relativo anonimato que hoy en día, por temas de seguridad personal y familiar, puede ser muy importante.
- Si no se constituye una S.A.C., persona jurídica, los socios deben regular todos los aspectos de su relación. En cambio, al tener una persona jurídica ya existe una regulación general dada por la ley que le facilita regular la relación entre los socios. ^[L]_[SEP]
- Mayor estabilidad del negocio. Cualquier incapacidad o incluso muerte de los socios no la afecta, pues la sociedad tiene existencia más allá de la situación personal de los socios. ^[L]_[SEP]
- Mayor control sobre las decisiones que se tomen en el negocio. Al tener constituida una sociedad se evita el riesgo que alguno de los

socios tome decisiones unilaterales que afecten el negocio, dado que en los estatutos de constitución de la sociedad usted regulará quienes son los autorizados a tomar las decisiones a nombre de la empresa.

- Fácil transferencia de la propiedad, pues se transfieren acciones que son los documentos que acreditan la participación de la sociedad.

Para constituir una empresa se debe contar previamente con un perfil o proyecto de la inversión técnicamente viable y financieramente rentable. Teniendo ello, ahora se afronta el problema del denominado “papeleo”, necesario para poder comenzar a operar sin tener problemas con ninguna autoridad municipal, administrativa o tributaria.

Entre las modalidades de constitución comercial de empresas, reconocida por la Ley de Sociedades Mercantiles, la más adecuada es la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada, porque la responsabilidad está “repartida” en varios socios y los proveedores.

- a) Se debe buscar un nombre para la empresa que no sea existente, para lo cual se verificará en Registros Públicos. Una vez, confirmado de que no haya nombres iguales, se realiza una reserva en un plazo de 30 días. En este caso el nombre elegido por los accionistas es “Copeli SAC”.
- b) Se elaborará la Minuta, redactada por un abogado, en el cual se incluirán los datos de los socios, sea nombres, apellidos, DNI y su aportación a la empresa.
- c) Procedimiento de la Escritura Pública.
- d) Inscripción en Registros Públicos.
- e) Inscripción en la SUNAT, para obtener la personalidad jurídica y el número de RUC.
- f) Obtener la autorización para la impresión de los comprobantes de pago.

- g) Comprar y legalizar libros contables, dependiendo del régimen tributario al cual se halla dirigido la empresa.
- h) Legalizar el Libro de Planillas en el Ministerio de Trabajo. No importa las horas que trabajen los trabajadores, de igual manera, estarán en planilla.
- i) Inscribir a los trabajadores de la empresa en ESSALUD.
- j) Acudir a la Municipalidad para solicitar la Licencia de Funcionamiento Municipal respectiva en el respectivo distrito en donde va a estar ubicado el negocio.

Pasos para constituir una empresa SAC

Paso 1) Búsqueda y reserva del nombre

Verificar en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP que no exista en el mercado un nombre (razón social) igual o similar al de nuestra empresa, que es Copeli SAC. Al buscar los nombres existentes, se debe asegurar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al que vamos a usar. Una vez realizada la búsqueda y confirmado el hecho de que no existen nombres iguales o similares, se debe reservar la razón social a fin de que otra empresa no pueda inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días. La SUNARP emitirá un certificado de la reserva.

Paso 2) Elaboración de la minuta

La minuta es un documento donde los miembros de la futura empresa manifiestan su voluntad de constituirla, en este se estipulan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a esta. Esta debe contener lo siguiente:

- a) Fotocopia de DNI cada socio y su cónyuge.
- b) Constancia de búsqueda mercantil y solicitud de Reserva de Nombre o razón social de la empresa de la SUNARP.
- c) Señalar los aportes como capital, que pueden ser en un bien mueble (máquinas, equipos, muebles y enseres), bien inmueble o dinero. El sustento de estos podrán ser el comprobante de depósito, descripción del bien (marca, modelo, serie y valoración), el que corresponda.
- d) Indicar el aporte de cada socio en dinero.
- e) Indicar el nombre de la empresa, fines y domicilio. Con ello se define
- f) el objeto y/o la actividad que la empresa desarrollará. La minuta se presenta ante la notaría para la elevar a escritura pública.

Paso 3) Trámite en la notaría; escritura pública

La minuta de constitución se presenta en la notaría a fin de elevarla al registro de escrituras públicas. Para ello se debe presentar los siguientes requisitos: Los documentos que se deben llevar junto con la minuta son:

- a) Copia de DNI
- b) Constancia de búsqueda mercantil y solicitud de Reserva de Nombre o razón social de la empresa, otorgada por la SUNARP.

- c) Indicar el monto del capital de la empresa, ya sea en bien mueble, inmueble o dinero.
- d) Minuta. Con todos estos requisitos el notario emite la escritura pública de constitución de la empresa, otorgando un testimonio de escritura pública y parte notarial.

Paso 4) Inscripción en la SUNARP Para el trámite de inscripción en Registros Públicos se deberá presentar lo siguiente:

- a) Copia del DNI del representante.
- b) Formulario registral.
- c) Parte notarial de la Escritura Pública de Constitución de la empresa.
- d) Archivo digital de la escritura pública.
- e) Realizar los pagos correspondientes.

Una vez que se cumplen con estos requisitos, la SUNARP brinda una respuesta por escrito que puede ser: anotación de inscripción (inscripción), esquila de observación (incumplimiento de requisitos), o esquila de tacha (trámite denegado).

Todos estos pasos son si se quiere realizar los trámites por cuenta propia, pero si se quiere ahorrar tiempo se podría acudir a las siguientes entidades: una notaría, b) la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) y c) El Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) del Ministerio de la Producción, cuyos servicios no tienen costo a excepción de los gastos de notaría que corren por cuenta del empresario.

Procedimientos administrativos

a) Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Las personas jurídicas podrán obtener su número de RUC presentando el formulario correspondiente, adjuntando el original y una copia del Testimonio de la escritura de constitución de la persona jurídica inscrita en Registros Públicos y además Copia certificada de la ficha registral.

Asimismo, la persona jurídica deberá inscribir a los representantes legales con el formulario que corresponda, adjuntando el documento que los acredite, debidamente inscrito en los registros públicos, que podría ser certificado de vigencia de poder.

b) Requisitos para obtener el RUC

Este número identificará a la empresa como contribuyente fiscal; y se obtiene inscribiéndose en el Registro Único de Contribuyentes en las Oficinas de la SUNAT. Para obtener el RUC se debe presentar los siguientes documentos:

DNI y recibo de servicios básicos donde estará ubicada la empresa.

A la vez que se obtiene el RUC, se debe determinar a qué régimen tributario se acogerá la empresa para el pago de los impuestos, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), o al Régimen General.

c) Permiso de emisión recibos de pago

La SUNAT es quien otorga el permiso para la impresión de comprobantes de pago, que son documentos que toda empresa está

obligada a otorgar. Estos comprobantes pueden ser: boletas de venta, facturas, guías de remisión, notas de crédito, notas de débito y liquidación de compra.

d) Adquirir y legalizar los libros contables y planillas

Llevar libros contables dependerá del régimen tributario al que se haya adecuado la empresa. Estos deben ser legalizados en una notaría.

En cuanto al libro de planillas, no importa las horas de trabajo, de todos modos, tiene que existir una planilla. La autorización y legalización de las planillas es en el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Los siguientes son los requisitos para las planillas:

- Solicitud y formato que corresponda.
- Anexar el libro o las hojas sueltas, las cuales deben estar enumeradas.
- Copia del RUC.
- Pago respectivo (1 por ciento de la UIT por cada 100 hojas).

e) Inscripción de trabajadores en ESSALUD

Este trámite se realiza a través de un formulario que se obtiene de la SUNAT. Este registro permite que los trabajadores puedan acceder a las prestaciones que otorga ESSALUD ante cualquier eventualidad. Para ello la empresa debe pagar mensualmente a ESSALUD el 9% del sueldo total percibido por el trabajador.

Órganos de la empresa

- Junta General de Accionistas: es el órgano supremo de la sociedad. Está integrado por el total de socios que conforman la empresa. Es la reunión de los accionistas debidamente convocada para decidir sobre algunos temas de importancia para la empresa.
- Gerente: es la persona e quien recae la representación legal y de gestión de sociedad. El Gerente convoca a la Junta de Accionistas. El gerente es nombrado por la Junta General de Accionistas. La duración del cargo es por tiempo indefinido, salvo disposición del estatuto. Sus atribuciones deben ser precisadas en el estatuto.
- Sub-Gerente: reemplaza al Gerente en caso de ausencia.
- Directorio: el nombramiento de un Directorio por la Junta Directiva es facultativo (no es obligatorio).

La razón social de nuestra empresa será Copeli SAC, integrada por cinco (05) accionistas:

Tabla 54

Participación de accionistas (en S/. y %)

Socio	Participación (%)	Participación (S/.)
Bardalez Chavarry, Julio	20%	50,000
Casas Carbajal, Carlos	20%	50,000
Gil Bardales, Ruddy	20%	50,000
Lara Tisza, Luis	20%	50,000
Vásquez Quispe, Richard	20%	50,000

Nota: Participación de accionistas. Fuente: Elaboración propia.

B. Valorización

Tabla 55

Tabla de valorización de la forma societaria

Actividades	Entidad	Duración	Costo S/.
Búsqueda de nombre (razón social) igual o similar	SUNARP	10 a 30 minutos	5.00
Reserva de la razón social	SUNARP	30 días	20.00
Preparación de la minuta	Abogado	2 días	690.00
Procedimientos en la notaria; escritura publica	Notaria	1 día	150.00
Registro en SUNARP	SUNARP	15 a 35 días	90.00
Elaboración de facturas electrónicas	SUNAT	1 hora	Gratuito
Obtención de RUC	SUNAT	1 día	Gratuito
Legalización de libros contables	Notaria	2 días	150.00
Libros de planillas	MTPE	5 días	15.00
Elaboración de estatutos	Notaria		320.00
TOTAL			1440.00

Nota: Tabla de valorización de la forma societaria. Fuente: Elaboración propia.

5.1.2 Registro de marcas y patentes

A. Actividades

Una vez constituida COPELI SAC, el siguiente paso es registrar la marca. Este trámite se realiza en INDECOPI, ente responsable de

cautelar y proteger la propiedad y derechos de autor.

INDECOPI es el organismo encargado de registrar las marcas, a través de la Oficina de Signos Distintivos.

Los requisitos son los siguientes:

- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente.
- Señalar los datos del solicitante. En nuestro caso se debe indicar el número del RUC.

COPELI SAC

- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias).
- Señalar el signo que se registrará e indicar de tipo denominativo es: mixto, tridimensional, figurativo u otro.
 - Si es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar una impresión en blanco y negro o colores, con las siguientes medidas: 5 cm de largo y 5 cm de ancho.
 - Se sugiere enviar una copia del logotipo en formato JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes de 1 a 3 pixeles, al email logos-dsd@indecopi.gob.pe.
- Señalar los productos y/o servicios que se distinguirán con el signo, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- Firmar la solicitud.
- Anexar el comprobante de pago (costo de S/. 534.99 que equivale entre 14-46% de la UIT). El pago se realiza en el Banco de la Nación.

En caso no se adjunte alguno de los requisitos señalados, se otorgará un plazo de 60 días hábiles improrrogables para proceder con la subsanación. Caso contrario, la solicitud de registro se considerará como no presentada y el INDECOPI dispondrá su archivamiento.

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, INDECOPI emitirá una orden de publicación, la cual el solicitante deberá presentarse en las oficinas del diario oficial El Peruano para solicitar su publicación por única vez. El costo de la publicación será asumido por el solicitante. El solicitante tendrá 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, para su publicación en el diario oficial El Peruano.

B. Valorización

Tabla 56.

Tabla de valorización de registro de marcas y patentes

Actividades	Entidad	Costo S/.
Búsqueda de antecedentes fonéticos. Este tipo de indagación permite al usuario obtener un listado de los signos registrados o solicitados con anterioridad que pudieran tener algún elemento fonético común con la denominación que es objeto de búsqueda, dentro de la clase especificada.	INDECOPI	110.51
Registro de marca y otros signos (Marcas de Producto, Servicio, Colectiva y de Certificación, Nombre Comercial y Lema Comercial)	INDECOPI	534.99
Registro de marca de producto y/o servicio (por clase adicional) Publicar la solicitud de Registro de Marca	INDECOPI Diario El Peruano	533.30 590.00
Total		S/. 1768.80

Nota: Tabla de valorización de registro de marcas y patentes. Fuente: Elaboración propia.

5.1.3 Licencias y autorizaciones

A. Actividades

De acuerdo a la Ley de Licencia de Funcionamiento, están obligados a obtener dicha autorización, las personas jurídicas, naturales, nacionales o extranjeros, de derecho privado o público, incluyendo empresas o entidades del estado, regionales o municipales, que desarrollen con o sin finalidad de lucro actividades de comercio, industriales.

Copeli estará ubicada en San Juan de Miraflores, para ellos deberá gestionar en dicho distrito la respectiva Licencia Municipal de Funcionamiento,

Requisitos para la solicitud de la licencia de funcionamiento:

- Licencia de funcionamiento con un área de más de 100 M2 a 500 M2 - SJM
- Formato declaración Jurada.
- Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales según corresponda.
- Número de D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica, u otros colectivos, o tratándose de personas naturales que actúe mediante representación.
- Copia de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Inspección previa de Condiciones de Seguridad en Edificaciones
- Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite.

Requisitos Específicos.

De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud.

- Informar en el formato de solicitud de declaración jurada sobre el número de estacionamiento de acuerdo a la normativa vigente.
- Copia simple de la autorización sectorial contenida en el Decreto Supremo N° 006- 2013-PCM o norma que lo sustituya o reemplace.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos en el que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitorea de la ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de licencia del local por el cual se solicita la licencia. Derecho de tramite: S/. 402.34

Inicio de procedimientos Trámite Documentario DIGESA:

Procedimiento a seguir es el de Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano.

Base legal

Ley N° 26842, Ley General de Salud del 20/07/97, Art. 91. D.S. N°007-98-SA. Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas del 25/09/98, Arts. 105°y 107°, Cuarta Disposición Transitoria y Final. Ley N° 28405, Ley de Rotulado de Productos Industriales manufacturados del 30/11/04, Art. 5°. Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor del 02/09/10.

D.S. 010-2010-MINCETUR, Establecen disposiciones Reglamentarias referidas a la Ventanilla Única de Comercio Exterior del 09/07/10, Arts. 2°, 4° y 5°. Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General del 11/04/01, Art. 40° sub numeral 40.1.1.

Notas

- El Registro Sanitario se otorga por producto o grupo de productos y fabricante. Se considera grupo de productos aquellos elaborados por un mismo fabricante, que tienen la

misma composición cualitativa de ingredientes básicos que identifica al grupo y que comparten los mismos aditivos alimentarios.

- El Pago se efectuará a través de la VUCE
- El documento con el número de Registro Sanitario se entregará en un plazo máximo de siete (7) días hábiles, conforme a lo dispuesto en el artículo 92° de la Ley N° 26842.

La SUCE y los requisitos deben presentarse por vía electrónica a través de la VUCE.

- Solicitud Única de Comercio Exterior - SUCE
- Resultados de los análisis físico, químico y microbiológico del producto terminado, confirmando Su aptitud de acuerdo a la normatividad sanitaria vigente, otorgado por un laboratorio acreditado o del laboratorio del control de calidad de la fábrica.
- Certificado de Libre Comercialización o similar o Certificado Sanitario emitido por la Autoridad Competente del país de origen, en original o copia refrendada por el consulado respectivo, cuando el alimento o bebida sea importado.
- Información que contendrá el rotulado o etiquetado.
- Análisis bromatológico practicado por laboratorio acreditado por INDECOPI para los Alimentos y Bebidas de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.
- Comprobante de Pago de Derecho de Trámite.

B. Valorización

Tabla 57

Valorización de Licencia en la Municipalidad de Centro de Lima (S/.)

Actividad	S/.
Licencia de Funcionamiento – Municipalidad de Centro de Lima (más de 100 M ² hasta 500 M ²)	140.00
Inspección Técnica	135.00
Registro Sanitario de Alimento de Consumo Humano	390.00
Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados en el País.	71.00
Carnet de Sanidad	48.00
Certificado de Defensa Civil	82.40
Costo Total	S/. 795.4

Nota: Elaboración propia.

Valorizar las actividades.

Los gastos para la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP serían los siguientes:

Tabla 58

Valorización de otras autorizaciones.

Tramite	Precio en S/.
Compra de código de barras	341.95
Consultoría	2500.00
Solicitud de Validación	985.30
Total	3827.25

Nota: Macroconsult SA y GS1 Perú. Fuente: <http://www.gs1pe.org/somos/index.html>

5.1.4 Legislación laboral

A. Actividades

Los trabajadores de COPELI SAC estén bajo las condiciones de un contrato de trabajo, ya que es un acuerdo el cual beneficia a ambas partes y que facilitará el funcionamiento de la empresa. El contrato de los empleados será anual, existiendo la posibilidad a renovación. La empresa trabajará bajo el régimen especial para la micro y pequeña empresa.

Planillas

El Ministerio de Trabajo exige la entrega del libro de planillas (el cual se puede encontrar de manera electrónica en la página web de la Sunat – Formato PDT 601), asimismo se debe anexar el DNI de los empleados y una copia simple del RUC, en los plazos establecidos por dicha entidad.

Jornada de trabajo

La jornada laboral señala que los empleados deben trabajar un tiempo máximo de 8 horas o 48 horas semanales (Ley N° 27671). La empresa puede establecer jornadas compensatorias de trabajo, así como reducir o ampliar el número de días de la jornada de trabajo a la semana. Cabe resaltar que de acuerdo a este régimen únicamente recibirán la mitad de la CTS en los meses de mayo y noviembre, los cuales se depositarán en cualquiera de las empresas del sistema financiero elegida por cada trabajador.

Gratificaciones

Las gratificaciones se darán en julio y en diciembre (Fiestas Patrias y Navidad).

Vacaciones Los trabajadores tendrán derecho a vacaciones por un periodo serán de 15 días después de un año laborando en la empresa desde la fecha de ingreso del trabajador.

Es salud – seguridad social

Cubre las prestaciones de salud, accidentes de trabajo y enfermedades. Son

afiliados los trabajadores activos dependientes, socios de cooperativas de trabajadores, pensionistas y trabajadores independientes incorporados por mandato de Ley especial. Equivalente al 9% del salario pagado a cada trabajador.

Seguridad Social - fondos de pensiones

El seguro social que equivale aproximadamente al 13% del salario, siendo de obligatorio pago y a cargo del trabajador, pudiendo elegir entre el sistema público o el sistema privado de pensiones.

Seguro contra riesgos de accidentes de trabajo (SCTR): A través de la Compañía Seguros Rímac, se asegurará al personal mediante el seguro SCTR, donde se asegura a los trabajadores de la empresa que se encuentran expuestos a actividades de riesgo determinadas por ley, otorgándoles una cobertura por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

Contrato de Locación de Servicio:

Para la contratación de los siguientes servicios:

- Contabilidad.
- Servicio de reparto de mercadería
- Servicio de seguridad.

Ley N 29245 del Decreto Legislativo N 1038 que regulan los Servicios de Tercerización. Esta ley regula todos los casos en que procede la tercerización, sean requisitos, derechos y obligaciones, de igual manera, las sanciones que les aplican a las empresas que desnaturalizan el uso de este método de vinculación empresarial. El Outsourcing de las áreas mencionadas permitirá a la empresa COPELI SAC optimizar costos de operación, así como evitar la concentración de riesgo. Asimismo, el proveedor del servicio ofrece una mejor calidad en su trabajo, por ser este su especialidad, esto le permitirá a COPELI SAC enfocarse de forma eficiente a las actividades del negocio.

Contrato Indeterminado:

En el cual los trabajadores pueden ser contratos por meses, años indefinidos y no es necesario llevarlo al Ministerio de Trabajo.

Se decidió que todos los empleados contarán con un contrato indeterminado, con base al desenvolvimiento, desempeño, trabajo, compromiso y responsabilidad, renovaremos y extenderemos el contrato, caso contrario, procederemos a cortar el lazo laboral.

Todos nuestros empleados pasarán a formar parte de planilla como lo exige la ley, de manera que, contarán con todos los derechos y beneficios sociales. Por lo tanto, para el caso de nuestro capital humano, será acogida al régimen de legislación laboral que contempla la celebración de contratos por tiempo indeterminado, sin embargo, pueden celebrarse contratos según necesidades y movimientos por naturaleza del negocio como, por ejemplo:

El contrato por inicio o lanzamiento de una nueva actividad.

El contrato temporal por inicio de una nueva actividad es aquel celebrado entre un empleador y un trabajador originados por el inicio de una nueva actividad empresarial. Su duración máxima es de tres años.

- Gerente General.
- Asistente de Gerencia.
- Ejecutivo de Ventas
- Jefe de producción y operaciones.

Contrato de Trabajo de Naturaleza Temporal

Decreto Legislativo N° 72827.

Ley de Productividad y Competitividad Laboral:

Los objetivos de la presente ley son: fomentar la capacitación y formación laboral de los trabajadores como un mecanismo de mejoramiento de sus ingresos y la productividad del trabajo; garantizar los ingresos de los trabajadores, así como la protección contra el despido arbitrario respetando las

normas constitucionales; así como unificar las normas sobre contratación laboral y consolidar los beneficios sociales existentes.

Esté regirá para la contratación de los siguientes trabajadores:

Operarios

En el caso de la creación de un negocio nuevo como es el caso de COPELI SAC, el Decreto Supremo No. 003 – 97 “Ley de Productividad y Competitividad Laboral” en su Título II: De los Contratos de Trabajo sujetos a modalidad y, en su capítulo II Contratos de naturaleza Temporal: Contrato por inicio o incremento de actividades, declarado en su artículo 57, la celebración de un contrato de término definido en el mismo, renovable y con vigencia de hasta tres (03) años.

En el texto completo y general del decreto supremo se establecen las obligaciones de ley tanto del empleador como del trabajador para la duración del contrato en mención, así como las posibilidades de término del mismo por cualquiera de ambas partes con derechos y obligaciones de ley. Se deja en claro que el empleador en el tiempo que conste dicho contrato está obligado a mantener los derechos laborales de sus trabajadores.

Remuneración. Los trabajadores tienen derecho a percibir una remuneración por los servicios laborales que brindan hacia la empresa, derecho que se encuentra respaldado por la Ley Artículo 24 “El trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure, para él y su familia, el bienestar material y espiritual. Las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los trabajadores y de los empleadores”. Por lo descrito y amparado en el decreto Supremo Nro. 022-2007-TR Tienen derecho a percibir, por lo menos, la remuneración mínima vital que asciende a S/. 930.00 Nuevos Soles mensuales así mismo se establecerá sueldos acordes al puesto y responsabilidades. Fuente Perú 21.2018

5.1.5 Legislación tributaria

En los que respecta a la tributación, Copeli SAC estará afecta al Decreto Legislativo N° 1269 del Régimen MYPE Tributario (RMT). Esta norma es para empresas cuyo ingreso no superen las 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) en el ejercicio gravable, es decir, que no superen los (S/. 7,055,000.00). A este régimen tributario se pueden acoger todo tipo de empresas de cualquier volumen o tamaño, Asimismo, pueden inscribirse las pequeñas empresas conducidas por Personas Naturales o por Personas Jurídicas.

A. Actividades

Copeli SAC por el nivel de ventas que tiene proyectado comercializará estará bajo el Régimen General (RG), el cual es un régimen tributario que comprende a las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría.

Copeli SAC generará rentas de tercera categoría. Este régimen permite la emisión de los siguientes comprobantes: facturas, boletas de venta, 89 liquidaciones de compra, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras, notas de crédito y notas de débito, guías de remisión.

Libros contables

Nuestra empresa al ser una persona jurídica, cuyos ingresos superarán los 100 UIT, debe llevar contabilidad completa en todos los casos. Asimismo, debe llevar adicionalmente cualquier otro libro especial a que estuviera obligada debido al tipo de organización o a otras circunstancias particulares (planillas, actas, etc.).

Los libros contables que se debemos llevar son: diario, mayor, registro de ventas e ingresos, registro de compras, libro de inventarios y balances, registro de consignaciones (si corresponde), planillas de pago, caja y bancos, inventario y balances, matrícula de acciones, si corresponde y otros, según corresponda.

Impuestos a pagar

Impuesto a la Renta-IR (30% de las utilidades)

Este impuesto se determina al finalizar el año, a través de una declaración y pago que se realizan dentro de los tres primeros meses, en base al cronograma de la SUNAT. Las declaraciones y pagos mensuales son considerados pagos a cuenta, que regularizan con la declaración anual del IR (27%).

Impuesto General a las Ventas (IGV)

Los compradores están obligados a pagar el IGV por las operaciones que efectúan (ventas o prestación de servicios). Este tributo se abona al fisco. El monto mensual del IGV a pagar se determinará deduciendo el crédito fiscal del Impuesto Bruto generado por las operaciones realizadas. La declaración y pago del IGV se efectuará cada mes, según el cronograma de obligaciones tributarias. El IGV es de 18%.

5.1.6 Otros aspectos legales

A. Actividades

Licencia Sanitaria

Este trámite se realiza en el Ministerio de Salud, quien realiza una inspección a la empresa sobre las condiciones higiénicas y de seguridad necesarias para el almacenamiento del producto, así como de nuestros trabajadores. En nuestro caso, visitarán nuestra fábrica y verificarán algunos requisitos como contar con servicios higiénicos, extintores, etc.

Registro Sanitario

El registro sanitario es la autorización para fabricar, envasar e importar un producto destinado al consumo humano. Este documento certifica que los alimentos y/o bebidas son inocuos. Esta certificación se gestiona en la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) del Ministerio de la Salud. Los siguientes son los requisitos:

- Solicitud Única de Comercio Exterior
- Resultados de los análisis físico, químico y microbiológico del producto terminado, confirmando su aptitud de acuerdo a la normatividad sanitaria vigente, otorgado por un laboratorio acreditado o del laboratorio del control de calidad de la fábrica.
- Constancia de Libre Comercialización o similar o Certificado Sanitario aprobado por la Autoridad Competente del país de origen, original o copia validada por el consulado respectivo, cuando el producto es importado.
- Detalle de la información del rotulado o etiquetado.
- Análisis bromatológicos de un laboratorio acreditado por INDECOPI para los Alimentos y Bebidas de regímenes especiales, además de indicar el valor nutricional.
- Constancia de pago.

Evaluaciones médicas de los trabajadores

Todos los trabajadores deberán someterse, anualmente, a los correspondientes análisis médicos, en particular para la detección de posibles portadores asintomáticos de enfermedades zoonóticas. Las evaluaciones médicas se realizarán a través de un establecimiento de salud del Ministerio de Salud que cuenten con servicio de laboratorio y, en caso el médico considere pertinente, servicio de Rayos X. Los requisitos son:

- Pago correspondiente a la atención y a los exámenes médicos y DNI en original.

B. Valorización

Tabla 59

Tabla de valorización de las licencias sanitarias (S/.)

Actividades	Entidad	Costo S/.
Registro Sanitario. Duración del trámite: 7 días útiles	DIGESA	390.00
Total		S/. 390.00

Nota: Elaboración propia.

5.1.7 Resumen del capítulo

Cuadro valorizado de todos los puntos previos, distribuido por las áreas de Administración, Ventas y Operaciones / Producción.

5.2 Estudio Organizacional

5.2.1 Organigrama funcional

La empresa COPELI SAC, está compuesta por ocho empleados y un Gerente General, quien dirige la empresa, un empleado en la plana Administrativa, dos empleados en la plana de Marketing y cinco empleados en Operaciones. Además, arriba de la estructura organizacional se encuentra la Directiva conformada por los accionistas.

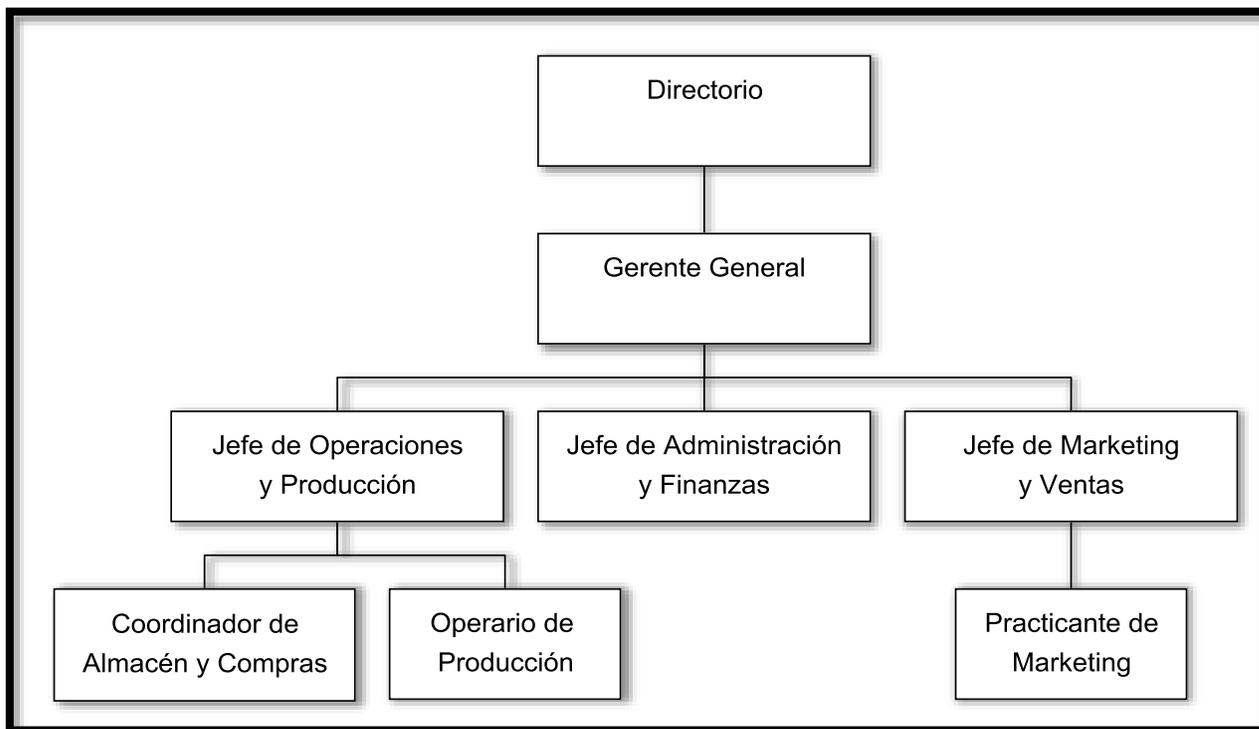


Figura 17. Organigrama Estructural COPELI SAC.

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Servicios tercerizados

Copeli SAC decide tercerizar las siguientes operaciones laborales, por ser trabajos de servicios por horas específicas en el CORE del negocio.

- Contabilidad.
- Limpieza.
- Legal.
- Seguridad.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo

Los puestos de trabajo que conforman funciones relevantes en la empresa son detallados a continuación.

Gerencia General

El Gerente General cumple un rol CEO, con experiencia en el rubro de Retail, con conocimientos en Marketing, tendrá como funciones las siguientes:

- Tomar de decisiones sobre las acciones estratégicas en todas las áreas de la empresa.
- Establecer el planeamiento estratégico de la organización, los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Comunicar y vigilar a los accionistas los estados financieros y la buena marcha del negocio.

Jefe de Administración, Finanzas

El jefe administrativo-financiero debe cubrir competencias de gestión y experiencia en la administración financiera, legal, contable, costos y marketing que estén en línea con las estrategias de la empresa.

- Responsable de las finanzas, estrategias monetarias, técnicas y manejo económicos internos y externas.
- Analizar aspectos monetarios cubriendo las expectativas y alineado con las estrategias de la organización.

- Responsable del cumplimiento de las declaraciones, pagos y responsabilidades de la empresa.
- Análisis de Costos, presentación de resultados a alto nivel.
- Velar por el cumplimiento de la planilla, gestión, declaración y confortabilidad de los trabajadores de la compañía.

Jefe de Marketing y Ventas.

Puesto fundamental para el área, con mucha experiencia en la gestión, análisis y maneja de comercialización del modelo AASS, para un canal de distribución directa. Dentro de sus principales funciones encontramos:

- Gestionar el logro de un nivel de aceptación alto con nuestros aliados comerciales (supermercados).
- Responsable del aseguramiento de la relación con nuestros aliados claves.
- Análisis presupuestal, proyección, tendencias de consumo de nuestro público objetivo.
- Proponer estrategias de marketing para captación de clientes.
- Fidelizar y aseguramiento de segmento atractivo.
- Ejecutar campañas, estimación de plan de campañas.

Jefe de Operaciones y Producción

El Jefe de Operaciones tiene un perfil profesional con base en ingeniería industrial que vele por la eficiencia y aseguramiento en la productividad.

- Gestionar el cumplimiento de los tratos pactados con los contratos con nuestro aliado comercial.
- Análisis resultados de los procesos productivos.
- Evaluar propuestas de proveedores.
- Constante mejoramientos de los procesos.
- Asignar acción del Ingeniero Industrial para el aseguramiento de la operatividad los tratos pactados.

- Análisis de costos variables de producción.
- Gestionar con el cumplimiento de la producción, logística y distribución.
- Reportar el cumplimiento de los tratos pactados.
- Análisis de procesos, proveedores, costos.
- Asegurar control de calidad de la producción.

Operarios de Maquinarias.

Altos conocimientos técnicos de manejo de maquinaria de producción, además de tener capacidades manuales con el pescado.

- Atender actividades manuales operativas con el pescado.
- Elaborar control, manipulación, mantenimiento y revisión de las máquinas de producción.

5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados

Dentro de los servicios tercerizados, incluye lo siguiente:

- Contabilidad; la firma anual de los Estados Financieros de la empresa.
- Limpieza; mantenimiento diario de la limpieza de los ambientes públicos de la empresa.
- Legal; asistencia legal puntual de tratados, contratos y otros aspectos legales.
- Seguridad; personal de seguridad controlador de los accesos y revisión de entradas y salida de la planta.

5.2.5 Aspectos laborales

A. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados

El personal de COPELI SAC es de nivel de confianza alto, conformado con personal referido, reclutado y seleccionado en función a una evaluación por tres exámenes primordiales (test psicológico, examen de conocimiento, entrevista con el líder de Área y Gerente General).

La contratación es por intermedio de correos internos al personal, redes sociales (LinkedIn, Bolsa de Trabajo de Universidades), buscando colocar a personal del entorno y reduciendo el costo de reclutamiento.

Para los servicios tercerizados, cumple el mismo objetivo el banco de servicios tercerizando en la red profesional previa evaluación.

B. Régimen laboral de puestos de trabajos

La contratación del personal de COPELI SAC, está bajo el régimen laboral de actividades privadas en el Perú.

Según Yesenia Morales “el contrato a plazo fijo o determinado. El empleado y empleador acuerdan que el vínculo laboral solo sea por un tiempo determinado o actividad específica. El plazo no puede superar los cinco años”.

Dicho esto, el trabajador goza de las siguientes remuneraciones.

Tabla 60

Remuneraciones de Pago

Remuneraciones
Sueldo Bruto
Gratificación
Pago de CTS
Essalud
Bono ley(9% de las gratificaciones)
SCTR 1% del sueldo

Nota: Elaboración propia.

C. Planilla para todos los años del proyecto

A continuación, se describe la planilla para los 5 próximos años del ejercicio de COPELI SAC.

Tabla 61.

Planilla General de COPELI SAC

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual
Administración	Gerente General	1	1	1	1	1	S/. 7,000
Administración	Jefe de Administración y Finanzas	1	1	1	1	1	S/. 3,500
Comercial	Jefe de Marketing y Ventas	1	1	1	1	1	S/. 3,500
Comercial	Practicante de Marketing	1	1	1	1	1	S/. 930
Operaciones	Jefe de Operaciones y producción	1	1	1	1	1	S/. 4,000
Operaciones	Coordinador de abastacimiento y compras	1	1	1	1	1	S/. 2,500
Operaciones	Operarios de Maquinarias	3	4	4	5	5	S/. 1,000
	Total de Trabajadores	9	10	10	11	11	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 62

Planilla Personal Administración Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual - Año 1	Remuneración Mensual - Año 2	Remuneración Mensual - Año 3	Remuneración Mensual - Año 4	Remuneración Mensual - Año 5
Administración	Gerente General	1	1	1	1	1	S/. 7,000				
Administración	Jefe de Administración y Finanzas	1	1	1	1	1	S/. 3,500				

Nota: Elaboración propia.

Tabla 63

Provisión de Planilla Personal Administración Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro de provisiones	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	S/. 7,000.00	S/. 84,000.00																
Jefe de Administración y Finanzas	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00																
Total Sueldo Bruto	S/. 10,500.00	S/. 126,000.00																
Gratificación(1/12)	S/. 875.00	S/. 10,500.00																
Total Sueldo	S/. 11,375.00	S/. 136,500.00																
CTS(1/24)	S/. 473.96	S/. 5,687.50																
Essalud (9%)	S/. 945.00	S/. 11,340.00																
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 78.75	S/. 945.00																
SCTR 1% del sueldo	S/. 105.00	S/. 1,260.00																
Gasto total Administrativo	S/. 12,977.71	S/. 155,732.50																

Nota: Elaboración propia.

Tabla 64

Pago de Planilla de Personal Administración Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro de pagos	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Bruto	S/. 10,500.00	S/. 126,000.00																
Gratificación	S/. 875.00	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 5,250.00	S/. 0.00		S/. 0.00		S/. 5,250.00	S/. 10,500.00				
Pago de CTS	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 2,369.79						S/. 2,843.75		S/. 5,213.54	S/. 5,687.50	S/. 5,687.50	S/. 5,687.50	S/. 5,687.50
Essalud		S/. 945.00	S/. 11,340.00															
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 78.75							S/. 472.50					S/. 472.50	S/. 945.00				
SCTR 1% del sueldo	S/. 105.00	S/. 1,260.00																
Pago Total planilla administrativa	S/. 11,558.75	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 13,919.79	S/. 11,550.00	S/. 17,272.50	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 14,393.75	S/. 17,272.50	S/. 155,258.54	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50

Tabla 65

Pago de Planilla de Personal Comercial Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022	Remuneración Mensual S/. 2023
Comercial	Jefe de Marketing y Ventas	1	1	1	1	1	S/. 3,500.00				
Comercial	Practicante de Marketing	1	1	1	1	1	S/. 930.00				

Nota: Pago de planilla de personal operaciones. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 66

Provisión de Planilla Personal Comercial Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro de provisiones	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Jefe de Marketing y Ventas	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00																
Practicante de Marketing	S/. 930.00	S/. 11,160.00																
Total Sueldo Bruto	S/. 4,430.00	S/. 53,160.00																
Gratificación(1/12)	S/. 369.17	S/. 4,430.00																
Total Sueldo	S/. 4,799.17	S/. 57,590.00																
CTS(1/24)	S/. 199.97	S/. 2,399.58																
Essalud (9%)	S/. 398.70	S/. 4,784.40																
Bono ley(9% de las gratific)	S/. 33.23	S/. 398.70																
SCTR 1% del sueldo	S/. 44.30	S/. 531.60																
Gasto planilla fija de ventas	S/. 5,475.36	S/. 65,704.28																
Comisión ventas 2%		S/. 1,063.06	S/. 1,063.06	S/. 1,063.06	S/. 1,425.89	S/. 1,425.89	S/. 1,425.89	S/. 2,281.95	S/. 2,281.95	S/. 2,281.95	S/. 2,485.51	S/. 2,485.51	S/. 2,485.51	S/. 21,769.24	S/. 23,529.22	S/. 25,336.00	S/. 27,199.62	S/. 29,110.38
Total gasto planilla ventas	S/. 5,475.36	S/. 6,538.42	S/. 6,538.42	S/. 6,538.42	S/. 6,901.24	S/. 6,901.24	S/. 6,901.24	S/. 7,757.31	S/. 7,757.31	S/. 7,757.31	S/. 7,960.87	S/. 7,960.87	S/. 7,960.87	S/. 87,473.52	S/. 89,233.50	S/. 91,040.28	S/. 92,903.90	S/. 94,814.66

Nota: Pago de planilla de personal operaciones. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 67

Pago de Planilla de Personal Comercial Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro de pagos	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Bruto	S/. 4,430.00	S/. 53,160.00																
Gratificación	S/. 369.17	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 2,215.00	S/. 0.00		S/. 0.00		S/. 2,215.00	S/. 4,430.00				
Pago de CTS	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 999.83						S/. 1,199.79		S/. 2,199.62	S/. 2,399.58	S/. 2,399.58	S/. 2,399.58	S/. 2,399.58
Essalud		S/. 398.70	S/. 4,784.40															
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 33.23							S/. 199.35					S/. 199.35	S/. 398.70				
SCTR 1% del sueldo	S/. 44.30	S/. 531.60																
Comisión ventas 2%	S/. 0.00	S/. 1,063.06	S/. 1,063.06	S/. 1,063.06	S/. 1,425.89	S/. 1,425.89	S/. 1,425.89	S/. 2,281.95	S/. 2,281.95	S/. 2,281.95	S/. 2,485.51	S/. 2,485.51	S/. 2,485.51	S/. 21,769.24	S/. 23,529.22	S/. 25,336.00	S/. 27,199.62	S/. 29,110.38
Pago total de ventas	S/. 4,876.69	S/. 5,936.06	S/. 5,936.06	S/. 5,936.06	S/. 6,298.89	S/. 7,298.71	S/. 6,298.89	S/. 9,569.30	S/. 7,154.95	S/. 7,154.95	S/. 7,358.51	S/. 8,558.30	S/. 9,772.86	S/. 87,273.56	S/. 89,233.50	S/. 91,040.28	S/. 92,903.90	S/. 94,814.66

Nota: Pago de planilla de personal operaciones. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 68

Pago de Planilla de Personal Producción Proyectado de diciembre 2018 al 2023 (MOD)

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022	Remuneración Mensual S/. 2023
Operaciones	Operarios de Maquinarias	3	4	4	5	5	S/. 1,000.00				

Nota: Pago de planilla personal producción proyectado 2018 al 2023. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 69

Provisión de Planilla Personal Producción Proyectado de diciembre 2018 al 2023 (MOD)

Cuadro de provisiones	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Operarios de Maquinarias	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00												
Total Sueldo Bruto	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00												
Gratificación(1/12)	S/. 250.00	S/. 3,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00												
Total Sueldo	S/. 3,250.00	S/. 39,000.00	S/. 52,000.00	S/. 52,000.00	S/. 65,000.00	S/. 65,000.00												
CTS(1/24)	S/. 135.42	S/. 1,625.00	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,708.33	S/. 2,708.33												
Essalud (9%)	S/. 270.00	S/. 3,240.00	S/. 4,320.00	S/. 4,320.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00												
Bono ley(9% de las gratificacio	S/. 22.50	S/. 270.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 450.00	S/. 450.00												
Sctr(1%)	S/. 30.00	S/. 360.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 600.00	S/. 600.00												
Costo MOD	S/. 3,707.92	S/. 44,495.00	S/. 59,326.67	S/. 59,326.67	S/. 74,158.33	S/. 74,158.33												

Nota: Pago de planilla personal producción proyectado 2018 al 2023. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 70

Pago de Planilla de Personal Producción Proyectado de diciembre 2018 al 2023 (MOD)

Cuadro de pagos	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Bruto	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00												
Gratificación	S/. 250.00	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 1,500.00	S/. 0.00		S/. 0.00		S/. 1,500.00	S/. 3,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Pago de CTS	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 677.08						S/. 812.50		S/. 1,489.58	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,708.33	S/. 2,708.33
Essalud		S/. 270.00	S/. 3,240.00	S/. 4,320.00	S/. 4,320.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00											
Bono ley(9% de las gratificacio	S/. 22.50							S/. 135.00					S/. 135.00	S/. 270.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Sctrl(1%)	S/. 30.00	S/. 360.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 600.00	S/. 600.00												
Pago planilla MOD	S/. 3,302.50	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,977.08	S/. 3,300.00	S/. 4,935.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 4,112.50	S/. 4,935.00	S/. 44,359.58	S/. 59,326.67	S/. 59,326.67	S/. 74,158.33	S/. 74,158.33

Nota: Pago de planilla de personal operaciones. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 71

Pago de Planilla de Personal Operaciones Proyectado de diciembre 2018 al 2023 (MOI)

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022	Remuneración Mensual S/. 2023
Operaciones	Jefe de Operaciones y producción	1	1	1	1	1	S/. 4,000.00				
Operaciones	Coordinador de abastecimiento y compras	1	1	1	1	1	S/. 2,500.00				

Nota: Pago de planilla de personal operaciones. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 72

Provisión de Planilla Personal Operaciones Proyectado de diciembre 2018 al 2023 (MOI)

Cuadro de provisiones	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Jefe de Operaciones y producción	S/. 4,000.00	S/. 48,000.00																
Coordinador de abastacamiento y comp	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00																
Total Sueldo Bruto	S/. 6,500.00	S/. 78,000.00																
Gratificación(1/12)	S/. 541.67	S/. 6,500.00																
Total Sueldo	S/. 7,041.67	S/. 84,500.00																
CTS(1/24)	S/. 293.40	S/. 3,520.83																
Essalud (9%)	S/. 585.00	S/. 7,020.00																
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 48.75	S/. 585.00																
Sctr(1%)	S/. 65.00	S/. 780.00																
Costo MOI	S/. 8,033.82	S/. 96,405.83																

Nota: Pago de planilla de personal operaciones 2018 al 2023. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 73

Pago de Planilla de Personal Operaciones Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro de pagos	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Bruto	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00	S/. 78,000.00											
Gratificación	S/. 541.67	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 3,250.00	S/. 0.00		S/. 0.00		S/. 3,250.00	S/. 6,500.00				
Pago de CTS	S/. 0.00		S/. 0.00	S/. 0.00		S/. 1,467.01						S/. 1,760.42		S/. 3,227.43	S/. 3,520.83	S/. 3,520.83	S/. 3,520.83	S/. 3,520.83
Essalud		S/. 585.00	S/. 585.00	S/. 585.00	S/. 585.00	S/. 585.00	S/. 585.00	S/. 7,020.00										
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 48.75							S/. 292.50					S/. 292.50	S/. 585.00				
Sctr(1%)	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 780.00											
Pago planilla MOI	S/. 7,155.42	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 8,617.01	S/. 7,150.00	S/. 10,692.50	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 8,910.42	S/. 10,692.50	S/. 96,112.43	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83

Nota: Pago de planilla de personal operaciones 2018 al 2023. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 74

Pago de Planilla de Personal Operaciones Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Cuadro resumen	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Pago Total planilla administrativa	S/. 11,558.75	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 13,919.79	S/. 11,550.00	S/. 17,272.50	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 14,393.75	S/. 17,272.50	S/. 155,258.54	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50	S/. 155,732.50
Pago total de ventas	S/. 4,876.69	S/. 5,936.06	S/. 5,936.06	S/. 5,936.06	S/. 6,298.89	S/. 7,298.71	S/. 6,298.89	S/. 9,569.30	S/. 7,154.95	S/. 7,154.95	S/. 7,358.51	S/. 8,558.30	S/. 9,772.86	S/. 87,273.56	S/. 89,233.50	S/. 91,040.28	S/. 92,903.90	S/. 94,814.66
Pago planilla MOD	S/. 3,302.50	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,977.08	S/. 3,300.00	S/. 4,935.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 4,112.50	S/. 4,935.00	S/. 44,359.58	S/. 59,326.67	S/. 59,326.67	S/. 74,158.33	S/. 74,158.33
Pago planilla MOI	S/. 7,155.42	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 8,617.01	S/. 7,150.00	S/. 10,692.50	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 7,150.00	S/. 8,910.42	S/. 10,692.50	S/. 96,112.43	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83	S/. 96,405.83
Total pago de planillas	S/. 26,893.36	S/. 27,936.06	S/. 27,936.06	S/. 27,936.06	S/. 28,298.89	S/. 33,812.60	S/. 28,298.89	S/. 42,469.30	S/. 29,154.95	S/. 29,154.95	S/. 29,358.51	S/. 35,974.97	S/. 42,672.86	S/. 383,004.11	S/. 400,698.50	S/. 402,505.28	S/. 419,200.57	S/. 421,111.33

Nota: Pago de planilla de personal operaciones 2018 al 2023. Fuente: Elaboración propia.

D. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto

Tabla 75

Pago de Planilla de Personal Operaciones Proyectado de diciembre 2018 al 2023

Servicios tercerizados	CANTIDAD	Monto en S/.	frecuencia	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Contabilidad	1	S/. 400	Mensual	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 4,800.00				
Limpieza	2	S/. 930	Mensual	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 1,860.00	S/. 22,320.00				
Legal	1	S/. 500	Mensual	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 6,000.00				
Seguridad	2	S/. 1,000	Mensual	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00				
Total servicios tercerizados				S/. 900.00	S/. 4,760.00	S/. 57,120.00															

Nota: Pago de planilla de personal. Fuente: Elaboración propia.

E. Horario de trabajo de puestos de trabajo

El horario es uniforme para la plana administrativa y operativa, como política de la empresa esta designado un horario de lunes a viernes de 8.00 pm hasta las 5.00 pm con un refrigerio de 45 minutos. Como se aprecia el trabajador tiene 40 horas semanales inferior a lo mencionado según ley, sin embargo, consideramos un factor importante en promover un beneficio al trabajador e incrementar tiempos efectivo.

Tabla 76

Horario General de COPELI SAC

Área	Puestos	Turno	Lunes a Viernes	refrigerio
Administración	Gerente General	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Administración	Jefe de Administración y Finanzas	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Comercial	Jefe de Marketing y Ventas	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Comercial	Practicante de Marketing	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Operaciones	Jefe de Operaciones y producción	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Operaciones	Coordinador de abastacimiento y compras	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos
Operaciones	Operarios de Maquinarias	1	8.00 am - 17.00 pm	45 minutos

Nota: Horario general de COPELI. Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VI: Estudio Técnico

6.1 Tamaño del proyecto

6.1.1 Capacidad instalada

A. Criterios

Para obtener la capacidad instalada de la planta del proceso de producción de Nuggets y Palitos de pescado, se han contemplado lo siguiente:

- La Planta trabajara un horario de 8 horas diarias y 22 días al mes.
- Se contempló la siguiente maquinaria:

Balanza de acero

Mezcladora

Moldeadora

Empanizadora

Freidora

Frigorífico

Empaquetadora

B. Cálculos

Tabla 77

Capacidad Instalada

Mezcladora	
Capacidad en kg/hora	70kg/hora
Horas de trabajo al día de esta máquina	6 horas
Capacidad diaria en kg	420
Capacidad mensual en kg (22 días)	9240
Capacidad anual instalada en kg	110880

Nota: Capacidad instalada. Fuente: Elaboración propia.

6.1.2 Capacidad utilizada

A. Criterios

Para poder determinar la capacidad usada de nuestra planta se deberá tener en cuenta diversos factores como lo son: el mantenimiento de las máquinas, el horario de descanso y refrigerio de cada personal, el tiempo de trabajo de cada máquina. Para este proyecto se considera como capacidad normal un turno de trabajo de los operarios de 8 horas semanales y 22 días mensuales; Para el caso de las maquinas se considera el uso diario de 6 horas consecutivas excluyendo las horas de mantenimiento.

B. Cálculos

Tabla 78

Capacidad Utilizada

	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir	83,665	89,878	96,663	103,519	110,529
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir a producir	57,871	62,153	66,820	71,582	76,439
Total unidades a producir	141,535	152,031	163,483	175,102	186,968
Kg a producir	45,354	48,717	52,386	56,110	59,912
	2019	2020	2021	2022	2023
Total Kg a producir(Tamaño normal)	45,354	48,717	52,386	56,110	59,912
Capacidad anual instalada en kg	110,880	110,880	110,880	110,880	110,880
% de utilización	40.90%	43.94%	47.25%	50.60%	54.03%
Capacidad ociosa	59.10%	56.06%	52.75%	49.40%	45.97%

Nota: Capacidad utilizada. Fuente: Elaboración propia.

6.1.3 Capacidad máxima

A. Criterios

Para hallar la capacidad máxima de producción se determina la cantidad en Kilogramos de materia prima por hora de funcionamiento que cada máquina puede elaborar. Como información se puede considerar que cada máquina trabaja un turno de 24 horas como máximo, sin embargo, el uso real de la maquina son de 8 horas por día.

B. Cálculos

Tabla 79

Capacidad Instalada

Capacidad máxima asumiendo 3 turnos de 8 horas	
Capacidad en kg/hora	70kg/hora
Capacidad en un turno de 8 horas en kg	420
Capacidad diaria asumiendo 3 turnos(trabajando 24 horas) en kg	1260

Nota: Capacidad instalada. Fuente: Elaboración propia.

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción

Con el objetivo de llevar a cabo la producción de los productos de nuggets y palitos de pescado, se ha considerado el siguiente proceso de producción.



Figura 18. Mapa de procesos de producción

Fuente: Elaboración propia

A continuación, el detalle de los tiempos planificados por cada actividad que involucra el proceso de producción. Cabe mencionar que los 42 minutos planificado equivale a 120 Kilos de producción diaria (X Nuggets - X palitos) y X Kilos de pulpa de pescado utilizado a diario.

Tabla 80

Tiempos estimados para el proceso de producción

N°	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Limpieza	Se lava el pescado, se retira el espinazo y cabeza, y se filetea	0.3 horas
2	Extracción	Una vez limpio el pescado, se retira piel, espina, músculo	0.14 horas
3	Dosificación	Se añade los ingredientes (ajo, cebolla, perejil, orégano, sal, pimienta, estabilizados, antioxidante, acentuador)	0.26 horas
4	Mezclado	Se mezclan todos los ingredientes (pescado de lisa, ajo, cebolla, perejil, orégano, sal, pimienta, estabilizado, antioxidantes, acentuador) homogéneamente hasta formar una pasta consistente para la preparación de la pulpa	1 hora
5	Moldeado	Se formarán las diferentes formas de nuggets con los moldes hechos a la medida para darles el mismo tamaño a todos. Entre los modelos tendremos estrella de mar, delfín, tiburón y palitos	0.5 horas
6	Empanizado	Inicia el proceso de apanado de los nuggets y palitos en la harina de quinua	0.5 horas
7	Fritado	Se pasa por la máquina freidora en aceite vegetal a 180°C	0.2 horas
8	Congelación	Se congela los productos a una temperatura de -20°C	2 horas
9	Pesado	Clasificación de nuggets y palitos en función a la presentación de cada producto final (bolsa/caja)	0.2 horas
10	Control de Calidad	Los productos terminados son evaluados bajo un sub proceso de control de calidad, el cual involucra la evaluación de peso, textura y apariencia	1 hora
11	Empacado	Envasado de nuggets y palitos en función a la presentación de cada producto final (bolsa/caja)	1 hora
12	Lotificación	Se codifica los nuggets y palitos, y se añade un SKU para su distribución	0.3 horas
TOTAL			7.4 horas

Nota: Tiempos estimados para el proceso de producción. Fuente: Elaboración propia.

6.2.2 Programa de producción

Considerando el cálculo de la demanda y la venta proyectada para el periodo 2019 – 2023, se realizó el programa de producción.

Producción de Nuggets

Tabla 81

Programa de producción nuggets periodo 2019 – 2023

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr		76,516	82,711	89,077	95,616	102,327
Sampling	1.00%	2.00%	1.75%	1.50%	1.25%	1.00%
Inventario final		3%	3%	3%	3%	3%
Merma de producto terminado		7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 82

Programa de producción nuggets año 2019

2018-2019			dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Bolsa de Nuggets de 300 gr	%		4.88%	4.88%	4.88%	6.55%	6.55%	6.55%	10.48%	10.48%	10.48%	11.42%	11.42%	11.42%	100.00%	
Unidades vendidas			3,737	3,737	3,737	5,012	5,012	5,012	8,021	8,021	8,021	8,736	8,736	8,736	76,516	
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	765	75	75	75	100	100	100	160	160	160	175	175	175	1,530
MERMA	7.00%	UNIDADES	54	262	262	262	351	351	351	561	561	561	612	612	612	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UNIDADES		112	112	112	150	150	150	241	241	241	262	262	262	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES		-	-112	-112	-112	-150	-150	-150	-241	-241	-241	-262	-262	
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir			819	4,185	4,073	4,073	5,501	5,463	5,463	8,833	8,743	8,743	9,544	9,522	9,522	83,665

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

Programa de producción nuggets año 2020

2020			ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	Total
Bolsa de Nuggets de 300 gr	%		9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	8,078	8,078	8,078	7,223	7,223	7,223	5,872	5,872	5,872	6,396	6,396	6,396	82,711
SAMPLING	1.75%	UNIDADES	141	141	141	126	126	126	103	103	103	112	112	112	1,447
MERMA	7.00%	UNIDADES	565	565	565	506	506	506	411	411	411	448	448	448	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UNIDADES	242	242	242	217	217	217	176	176	176	192	192	192	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-262	-242	-242	-242	-217	-217	-217	-176	-176	-176	-192	-192	
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir			8,765	8,785	8,785	7,830	7,855	7,855	6,346	6,386	6,386	6,972	6,956	6,956	89,878

Nota: Elaboración propia.

Tabla 84

Programa de producción nuggets año 2021

2021			ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	Total
Bolsa de Nuggets de 300 gr	%		9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas		UN	8,700	8,700	8,700	7,779	7,779	7,779	6,324	6,324	6,324	6,889	6,889	6,889	89,077
SAMPLING	1.50%	UN	130	130	130	117	117	117	95	95	95	103	103	103	1,336
MERMA	7.00%	UN	609	609	609	545	545	545	443	443	443	482	482	482	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN	261	261	261	233	233	233	190	190	190	207	207	207	
INVENTARIO INICIAL		UN	-192	-261	-261	-261	-233	-233	-233	-190	-190	-190	-207	-207	
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir			9,508	9,439	9,439	8,413	8,441	8,441	6,818	6,862	6,862	7,491	7,474	7,474	96,663

Nota: Elaboración propia.

Tabla 85

Programa de producción nuggets año 2022

2022			ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	Total
Bolsa de Nuggets de 300 gr	%		9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas		UN	9,338	9,338	9,338	8,350	8,350	8,350	6,789	6,789	6,789	7,394	7,394	7,394	95,616
SAMPLING	1.25%	UN	117	117	117	104	104	104	85	85	85	92	92	92	1,195
MERMA	7.00%	UN	654	654	654	585	585	585	475	475	475	518	518	518	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN	280	280	280	251	251	251	204	204	204	222	222	222	
INVENTARIO INICIAL		UN	-207	-280	-280	-280	-251	-251	-251	-204	-204	-204	-222	-222	
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir			10,182	10,109	10,109	9,010	9,039	9,039	7,302	7,349	7,349	8,023	8,004	8,004	103,519

Nota: Elaboración propia.

Tabla 86

Programa de producción nuggets año 2023

2023		ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	Total
Bolsa de Nuggets de 300 gr	%	9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas	UN	9,994	9,994	9,994	8,937	8,937	8,937	7,265	7,265	7,265	7,913	7,913	7,913	102,327
SAMPLING	1.00% UN	100	100	100	89	89	89	73	73	73	79	79	79	1,023
MERMA	7.00% UN	700	700	700	626	626	626	509	509	509	554	554	554	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00% UN	300	300	300	268	268	268	218	218	218	237	237	237	
INVENTARIO INICIAL	UN	-222	-300	-300	-300	-268	-268	-268	-218	-218	-218	-237	-237	
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir		10,871	10,793	10,793	9,620	9,651	9,651	7,796	7,846	7,846	8,566	8,546	8,546	110,529

Nota: Elaboración propia.

Tabla 87

Resumen programa de producción nuggets periodo 2019 – 2023

Resumen de producción	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr a producir	819	83,665	89,878	96,663	103,519	110,529

resumen de sampling y stock	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Sampling	819	1,530	1,447	1,336	1,195	1,023
Stock inicial	0	0	262	192	207	222
Stock final	0	262	192	207	222	237

Nota: Elaboración propia.

Producción Palitos

Tabla 88.

Programa de producción palitos periodo 2019 – 2023

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Caja Palitos de Pescado por 350 gr		52,926	57,197	61,576	66,117	70,767
Sampling	1.00%	2.00%	1.75%	1.50%	1.25%	1.00%
Inventario final		3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
Merma de producto terminado		7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 89

Programa de producción palitos año 2019

2019-2019			dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	%			4.88%	4.88%	4.88%	6.55%	6.55%	6.55%	10.48%	10.48%	10.48%	11.42%	11.42%	11.42%	100.00%
Unidades vendidas				2,585	2,585	2,585	3,467	3,467	3,467	5,548	5,548	5,548	6,043	6,043	6,043	52,926
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	529	52	52	52	69	69	69	111	111	111	121	121	121	1,059
MERMA	7.00%	UNIDADES	37	181	181	181	243	243	243	388	388	388	423	423	423	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UNIDADES		78	78	78	104	104	104	166	166	166	181	181	181	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES		-	-78	-78	-78	-104	-104	-104	-166	-166	-166	-181	-181	
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir			566	2,895	2,817	2,817	3,805	3,779	3,779	6,110	6,047	6,047	6,602	6,587	6,587	57,871

Nota: Elaboración propia.

Tabla 90

Programa de producción palitos año 2020

2020			ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	Total
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	%		9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas		UN	5,586	5,586	5,586	4,995	4,995	4,995	4,061	4,061	4,061	4,423	4,423	4,423	57,197
SAMPLING	1.75%	UN	98	98	98	87	87	87	71	71	71	77	77	77	1,001
MERMA	7.00%	UN	391	391	391	350	350	350	284	284	284	310	310	310	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN	168	168	168	150	150	150	122	122	122	133	133	133	
INVENTARIO INICIAL		UN	-181	-168	-168	-168	-150	-150	-150	-122	-122	-122	-133	-133	
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir			6,061	6,075	6,075	5,415	5,432	5,432	4,388	4,416	4,416	4,821	4,810	4,810	62,153

Nota: Elaboración propia.

Tabla 91

Programa de producción palitos año 2021

2021			ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	Total
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	%		9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas		UN	6,014	6,014	6,014	5,378	5,378	5,378	4,372	4,372	4,372	4,762	4,762	4,762	61,576
SAMPLING	1.50%	UN	90	90	90	81	81	81	66	66	66	71	71	71	924
MERMA	7.00%	UN	421	421	421	376	376	376	306	306	306	333	333	333	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN	180	180	180	161	161	161	131	131	131	143	143	143	
INVENTARIO INICIAL		UN	-133	-180	-180	-180	-161	-161	-161	-131	-131	-131	-143	-143	
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir			6,573	6,525	6,525	5,816	5,835	5,835	4,713	4,744	4,744	5,178	5,167	5,167	66,820

Nota: Elaboración propia.

Tabla 92

Programa de producción palitos año 2022

2022		ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	Total
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	%	9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas	UN	6,457	6,457	6,457	5,774	5,774	5,774	4,694	4,694	4,694	5,113	5,113	5,113	66,117
SAMPLING	1.25%	UN 81	81	81	72	72	72	59	59	59	64	64	64	826
MERMA	7.00%	UN 452	452	452	404	404	404	329	329	329	358	358	358	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN 194	194	194	173	173	173	141	141	141	153	153	153	
INVENTARIO INICIAL		UN -143	-194	-194	-194	-173	-173	-173	-141	-141	-141	-153	-153	
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir		7,041	6,990	6,990	6,230	6,251	6,251	5,049	5,082	5,082	5,547	5,535	5,535	71,582

Nota: Elaboración propia.

Tabla 93

Programa de producción palitos año 2023

2023		ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	Total
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	%	9.77%	9.77%	9.77%	8.73%	8.73%	8.73%	7.10%	7.10%	7.10%	7.73%	7.73%	7.73%	100.00%
Unidades vendidas	UN	6,912	6,912	6,912	6,180	6,180	6,180	5,024	5,024	5,024	5,473	5,473	5,473	70,767
SAMPLING	1.00%	UN 69	69	69	62	62	62	50	50	50	55	55	55	708
MERMA	7.00%	UN 484	484	484	433	433	433	352	352	352	383	383	383	
INVENTARIO FINAL 3% del presente mes	3.00%	UN 207	207	207	185	185	185	151	151	151	164	164	164	
INVENTARIO INICIAL		UN -153	-207	-207	-207	-185	-185	-185	-151	-151	-151	-164	-164	
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir		7,518	7,465	7,465	6,653	6,675	6,675	5,392	5,426	5,426	5,924	5,910	5,910	76,439

Nota: Elaboración propia.

Tabla 94

Resumen programa de producción palitos periodo 2019 – 2023

Resumen de producción						
	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Caja Palitos de Pescado por 350 gr a producir	566	57,871	62,153	66,820	71,582	76,439
resumen de sampling y stock						
	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Sampling	566	1,059	1,001	924	826	708
Stock inicial	0	0	181	133	143	153
Stock final	0	181	133	143	153	164

Nota: Elaboración propia.

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos

Considerando las recomendaciones de los expertos en elaboración de los procesos de producción de nuggets, se ha tomado la siguiente receta.

Producción Nuggets

Tabla 95

Materia prima necesario para elaborar bolsa de nuggets de 300 gr

Producto 1: Nugget de Pescado	Cantidad en gramos o unidad	UM	Precio Kg/litro/unidad	% merma	Costo por kilo/unidad	costo unitario	Frecuencia de compra
Pescado Lisa	150	gramos	S/. 4.50	40%	S/. 4.50	S/. 0.95	Mensual
Quinoa Polvo	20	gramos	S/. 7.00		S/. 5.93	S/. 0.12	Mensual
Ajo Polvo	11	gramos	S/. 5.40		S/. 4.58	S/. 0.05	Mensual
Cebolla Polvo	12	gramos	S/. 1.85		S/. 1.57	S/. 0.02	Mensual
Aceite Vegetal	17	mililitro	S/. 3.70		S/. 3.14	S/. 0.05	Mensual
Perejil	5	gramos	S/. 0.30		S/. 0.25	S/. 0.00	Mensual
Orégano	6	gramos	S/. 0.50		S/. 0.42	S/. 0.00	Mensual
Sal	12	gramos	S/. 0.95		S/. 0.81	S/. 0.01	Mensual
Pimienta Blanca	5	gramos	S/. 1.10		S/. 0.93	S/. 0.00	Mensual
Estabilizador	20	gramos	S/. 1.35		S/. 1.14	S/. 0.02	Mensual
Antioxidantes	33	gramos	S/. 1.12		S/. 0.95	S/. 0.03	Mensual
Acentuador de sabor	9	gramos	S/. 0.95		S/. 0.81	S/. 0.01	Mensual
						S/. 1.27	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 96

Materiales necesarios para elaborar bolsa de nuggets de 300 gr

Materiales	Cantidad	gramos ,unidad o millar	Precio unidad	Merma en %	Costo por kilo/unidad	costo unitario	Frecuencia de compra	Pedido minimo
Precinto de seguridad	1	unidad	S/. 0.00800	5%	S/. 0.0068	S/. 0.00712	Trimestral	MILLAR
Envase	1	unidad	S/. 0.10000	1%	S/. 0.0847	S/. 0.08559	Trimestral	MILLAR
Etiqueta	1	Unidad	S/. 0.02000	1%	S/. 0.0169	S/. 0.01712	Trimestral	MILLAR
						S/. 0.11		
Total costo unitario de materia prima						S/. 1.38		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 97

Materia prima necesario para elaborar bolsa de nuggets de 300 gr periodo 2019 – 2023

1: Nugget de Pescado (unidad	2019	2020	2021	2022	2023
Pescado Lisa	kg	17570	18874	20299	21739	23211
Quinoa Polvo	kg	1673	1798	1933	2070	2211
Ajo Polvo	kg	920	989	1063	1139	1216
Cebolla Polvo	kg	1004	1079	1160	1242	1326
Aceite Vegetal	kg	1422	1528	1643	1760	1879
Perejil	kg	418	449	483	518	553
Orégano	kg	502	539	580	621	663
Sal	kg	1004	1079	1160	1242	1326
Pimienta Blanca	kg	418	449	483	518	553
Estabilizador	kg	1673	1798	1933	2070	2211
Antioxidantes	kg	2761	2966	3190	3416	3647
Acentuador de sabor	kg	753	809	870	932	995

Nota: Elaboración propia.

Producción palitos

Tabla 98

Materia prima necesario para elaborar caja de palitos de 350 gr

Producto 2: Palitos de Pescado	Cantidad	UM	Precio Kg/litro/unidad	% merma	Costo por kilo/unidad	costo unitario	Frecuencia de compra
Pescado Lisa	175	gramos	S/. 4.50	40.00%	S/. 4.50	S/. 1.10	Mensual
Quinoa Polvo	25	gramos	S/. 7.00		S/. 5.93	S/. 0.15	Mensual
Ajo Polvo	13	gramos	S/. 5.40		S/. 4.58	S/. 0.06	Mensual
Cebolla Polvo	14	gramos	S/. 1.85		S/. 1.57	S/. 0.02	Mensual
Aceite Vegetal	19	mililitro	S/. 3.70		S/. 3.14	S/. 0.06	Mensual
Perejil	7	gramos	S/. 0.30		S/. 0.25	S/. 0.00	Mensual
Orégano	8	gramos	S/. 0.50		S/. 0.42	S/. 0.00	Mensual
Sal	14	gramos	S/. 0.95		S/. 0.81	S/. 0.01	Mensual
Pimienta Blanca	7	gramos	S/. 1.10		S/. 0.93	S/. 0.01	Mensual
Estabilizador	22	gramos	S/. 1.35		S/. 1.14	S/. 0.03	Mensual
Antioxidantes	35	gramos	S/. 1.12		S/. 0.95	S/. 0.03	Mensual
Acentuador de sabor	11	gramos	S/. 0.95		S/. 0.81	S/. 0.01	Mensual
						S/. 1.48	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 99

Materiales necesarios para elaborar caja de palitos de 350 gr

Materiales	Cantidad	Cantidad	Precio unidad	Merma en % (si hubiese)	Costo por kilo/unidad	costo unitario	Frecuencia de compra	Pedido	
Pecinto de seguridad	1	unidad	S/. 0.008	5.00%	S/. 0.007	S/. 0.01	Trimestral	MILLAR	
Caja	1	unidad	S/. 0.250	1.00%	S/. 0.212	S/. 0.21	Trimestral	MILLAR	
Etiqueta	1	Unidad	S/. 0.030	1.00%	S/. 0.025	S/. 0.03	Trimestral	MILLAR	
						S/. 0.24			
						Total costo unitario de materia prima	S/. 1.73		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 100

Materia prima necesario para elaborar caja de palitos de 350 gr periodo 2019 – 2023

Palitos de Pescado	unidad	2019	2020	2021	2022	2023
Pescado Lisa	kg	14178	15228	16371	17538	18728
Quinoa Polvo	kg	1447	1554	1671	1790	1911
Ajo Polvo	kg	752	808	869	931	994
Cebolla Polvo	kg	810	870	935	1002	1070
Aceite Vegetal	kg	1100	1181	1270	1360	1452
Perejil	kg	405	435	468	501	535
Orégano	kg	463	497	535	573	612
Sal	kg	810	870	935	1002	1070
Pimienta Blanca	kg	405	435	468	501	535
Estabilizador	kg	1273	1367	1470	1575	1682
Antioxidantes	kg	2025	2175	2339	2505	2675
Acentuador de sabor	kg	637	684	735	787	841

Nota: Elaboración propia.

Tabla 101

Resumen total de consumo de materia prima periodo 2019 – 2023

Resumen total de materias primas	Unidad	2019	2020	2021	2022	2023
Pescado Lisa	kg	31748	34102	36670	39277	41939
Quinoa Polvo	kg	3120	3351	3604	3860	4122
Ajo Polvo	kg	1673	1797	1932	2069	2210
Cebolla Polvo	kg	1814	1949	2095	2244	2396
Aceite Vegetal	kg	2522	2709	2913	3120	3331
Perejil	kg	823	884	951	1019	1088
Orégano	kg	965	1036	1115	1194	1275
Sal	kg	1814	1949	2095	2244	2396
Pimienta Blanca	kg	823	884	951	1019	1088
Estabilizador	kg	2946	3165	3403	3645	3892
Antioxidantes	kg	4786	5141	5529	5922	6323
Acentuador de sabor	kg	1390	1493	1605	1719	1836

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102

Resumen total de materiales periodo 2019 – 2023

Resumen total de materiales	Unidad	2019	2020	2021	2022	2023
Precinto de seguridad	unidad	148612	159633	171658	183857	196316
Bolsa de plástico	unidad	84501	90777	97630	104555	111634
Caja	unidad	58449	62775	67488	72298	77204
Etiqueta Nuggets	unidad	84501	90777	97630	104555	111634
Etiqueta palitos de pescado	unidad	58449	62775	67488	72298	77204

Nota: Elaboración propia.

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos

A continuación, la programación de compra de materia prima y materiales

Tabla 103

Programa de compras materia prima (pedido mínimo y frecuencia)

Programa de compras materia prima	Pedido mínimo	Costo por unidad de compra	Frecuencia de compra
Pescado Lisa	20 kg	S/. 4.50	Mensual
Quinoa Polvo	sacos de 5 kg	S/. 29.66	Mensual
Ajo Polvo	Bolsas de 5 kg	S/. 22.88	Mensual
Cebolla Polvo	Bolsas de 5 kg	S/. 7.84	Mensual
Aceite Vegetal	Galonera de 30 litros	S/. 94.07	Mensual
Perejil	Bolsas de 2 kg	S/. 0.51	Mensual
Orégano	Bolsas de 1 kg	S/. 0.42	Mensual
Sal	sacos de 20 kg	S/. 16.10	Mensual
Pimienta Blanca	bolsa de 1 kg	S/. 0.93	Mensual
Estabilizador	Frasco de 1 kg	S/. 1.14	Mensual
Antioxidantes	Pote 5 kg	S/. 4.75	Mensual
Acentuador de sabor	Bolsa de 5 kg	S/. 4.03	Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 104

Programa de compras materiales (pedido mínimo y frecuencia)

Programa de compras de materiales	Pedido mínimo	Costo por unidad de compra	Frecuencia de compra
Precinto de seguridad	1 millar	S/. 6.78	trimestral
Bolsa de plástico	1 millar	S/. 84.75	trimestral
Caja	1 millar	S/. 211.86	trimestral
Etiqueta Nuggets	1 millar	S/. 16.95	trimestral
Etiqueta palitos de pescado	1 millar	S/. 25.42	trimestral

Nota: Elaboración propia.

Tabla 105

Programa de compras materia prima periodo 2019 – 2023

Programa de compras materia prima	2019	2020	2021	2022	2023
Pescado Lisa	31748	34102	36670	39277	41939
Quinoa Polvo	624	670	721	772	824
Ajo Polvo	335	359	386	414	442
Cebolla Polvo	363	390	419	449	479
Aceite Vegetal	84	90	97	104	111
Perejil	412	443	476	510	544
Orégano	965	1036	1115	1194	1275
Sal	91	97	105	112	120
Pimienta Blanca	823	884	951	1019	1088
Estabilizador	2946	3165	3403	3645	3892
Antioxidantes	3091	3318	3555	2449	1265
Acentuador de sabor	278	299	321	344	367

Nota: Elaboración propia.

Tabla 106

Programa de compras materiales periodo 2019 – 2023

Programa de compras de materiales	Pedido mínimo	Frecuencia de compra	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Precinto de seguridad	1 millar	trimestral	2	22			29			47			51			149	160	172	184	196
Bolsa de plástico	1 millar	trimestral	1	12			17			27			29			85	91	98	105	112
Caja	1 millar	trimestral	1	9			11			18			20			58	63	67	72	77
Etiqueta Nuggets	1 millar	trimestral	1	12			17			27			29			85	91	98	105	112
Etiqueta palitos de pescado	1 millar	trimestral	1	9			11			18			20			58	63	67	72	77

Nota: Elaboración propia.

Tabla 107

Comparativo costo de materia prima vs valor de venta al distribuidor aproximado

	Bolsa de Nuggets de 300 gr	Caja Palitos de Pescado por 350 gr
Costo unitario de materia prima	S/. 1.38	S/. 1.73
Valor de venta neto al distribuidor	S/. 8.00	S/. 9.00
% del valor de venta	17.19%	19.18%

Nota: Elaboración propia.

6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa

6.3 Tecnología para el proceso

Tabla 108.

Cotización de Equipos de Producción

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	COSTO
BALANZA DE ACERO	 <p>BALANZA DE PLATAFORMA MODELO: PQ 2 MARCA: E-ACCURA Proveedor: INVERCORP PERU SAC</p>	S/1320.00
MOLEDORA	 <p>MOLEDORA MODELO: MMX-32 MARCA TORREY MEDIDAS 60 CM. X 127 CM X 110 CM. Proveedor: INVERCORP PERU SAC</p>	S/27720.00
FORMADORA	 <p>MODELO: MFM-MARCA TORREY MEDIDAS 90 CM. X 185 CM X 1140 CM. Proveedor: ALICO SA</p>	S/24380.00

<p>EMPANIZADORA</p>	 <p>MEDIDAS 86 CM. X 110CM X 165 CM. Proveedor: ALICO SA</p>	<p>S/21340.00</p>
<p>FREIDORA</p>	 <p>MEDIDAS 95CM. X 110CM X 165 CM. Proveedor: ALICO SA</p>	<p>S/18860.00</p>
<p>CAMARA FRIGORIFICA</p>	 <p>MODELO: MODELO CS 40 MARCA: TORREY MEDIDAS 127 CM. X 211 CM. X 83 CM. Proveedor: INVERCORP PERU SAC</p>	<p>S/11187.00</p>

EMPACADORA	 <p>MODELO: MODELO 450-S-LCD MARCA: TORREY MEDIDAS 680 X 600 X 1050MM Proveedor: INVERCORP PERU SAC</p>	S/15287.00
------------	---	------------

6.3.1 Maquinarias

Tabla 109

Maquinarias de Producción

Maquinarias para Producción depreciable	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	valor de venta unitario	Valor de venta total	igv	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Balanza de Acero Inoxidable 400k	1	S/. 1,320	S/. 1,119	S/. 1,118.64	S/. 201	S/. 1,320	5 años	S/. 130	Semestral
Moldeadora	1	S/. 24,380	S/. 20,661	S/. 20,661.02	S/. 3,719	S/. 24,380	5 años	S/. 450	Semestral
Empanizadora	1	S/. 21,340	S/. 18,085	S/. 18,084.75	S/. 3,255	S/. 21,340	5 años	S/. 280	Semestral
Freidora y Rebozadora	1	S/. 18,860	S/. 15,983	S/. 15,983.05	S/. 2,877	S/. 18,860	5 años	S/. 280	Semestral
Camara Frigorífica	1	S/. 11,187	S/. 9,481	S/. 9,480.51	S/. 1,706	S/. 11,187	5 años	S/. 350	Semestral
Mezcladora	1	S/. 27,720	S/. 23,492	S/. 23,491.53	S/. 4,228	S/. 27,720	5 años	S/. 350	Semestral
Empaquetadora	1	S/. 15,287	S/. 12,955	S/. 12,955.08	S/. 2,332	S/. 15,287	5 años	S/. 350	Semestral
			TOTAL	S/. 101,774.58	S/. 18,319.42	S/. 120,094.00			

Nota: Elaboración propia.

6.3.2 Equipos

Tabla 110

Equipos para Producción

Equipos para Producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Lavadero	2	S/. 950.00	S/. 805.08	S/. 1,610.17	S/. 289.83	S/. 1,900.00	5 años	S/. 80.00	semestral
Mesa de Acero Inoxidables 3x1.5mtrs	4	S/. 850.00	S/. 720.34	S/. 2,881.36	S/. 518.64	S/. 3,400.00	5 años	S/. 100.00	semestral
Contenedores Industriales	4	S/. 1,500.00	S/. 1,271.19	S/. 5,084.75	S/. 915.25	S/. 6,000.00	5 años	S/. 100.00	semestral
				S/. 9,576.27	S/. 1,723.73	S/. 11,300.00			

Nota: Elaboración propia.

Tabla 111

Equipos de Oficina

Equipos de oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Computadoras Intel	6	S/. 1,499.00	S/. 1,270.34	S/. 7,622.03	S/. 1,371.97	S/. 8,994.00	Cada 3 años	lo aplica - Leasing Operativ	anual
Laptop HP	4	S/. 1,899.00	S/. 1,609.32	S/. 6,437.29	S/. 1,158.71	S/. 7,596.00	Cada 3 años	lo aplica - Leasing Operativ	anual
Impresora Multifuncional Marca Brother	1	S/. 870.29	S/. 737.53	S/. 737.53	S/. 132.76	S/. 870.29	Cada 3 años	lo aplica - Leasing Operativ	anual
Ventilador Industrial de techo	4	S/. 169.00	S/. 143.22	S/. 572.88	S/. 103.12	S/. 676.00	Cada 5 años	No aplica	anual
Horno Microondas 20L Oster	1	S/. 219.00	S/. 185.59	S/. 185.59	S/. 33.41	S/. 219.00	Cada 5 años	No aplica	anual
Friobar	1	S/. 399.00	S/. 338.14	S/. 338.14	S/. 60.86	S/. 399.00	Cada 5 años	No aplica	anual
				15893.4661	2860.823898	18754.29			

Nota: Elaboración propia.

6.3.3 Herramientas

Tabla 112

Herramientas

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	FRECUENCIA DE COMPRA
Jabas	50	62.3	S/. 53	S/. 2,639.83	S/. 475	S/. 3,115	Anual
Tachos de basura	4	59.9	S/. 51	S/. 203.05	S/. 37	S/. 240	Binual
Botas de seguridad	12	59.9	S/. 51	S/. 609.15	S/. 110	S/. 719	Anual
Guantes PVC	12	9.9	S/. 8	S/. 100.68	S/. 18	S/. 119	Semestral
Guantes de Descarne	12	8.9	S/. 8	S/. 90.51	S/. 16	S/. 107	Semestral
Uniformes	24	46.9	S/. 40	S/. 953.90	S/. 172	S/. 1,126	Semestral
TOTAL				S/. 4,597.12	S/. 827.48	S/. 5,424.60	

Nota: Elaboración propia.

6.3.4 Utensilios

Tabla 113

Utensilios

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Cuchillos Crono#8	24	S/. 63	S/. 53.31	S/. 1,279	S/. 230	S/. 1,510	anual
Coladores Estándar	24	S/. 15	S/. 12.63	S/. 303	S/. 55	S/. 358	Semestral
Bandejas de Acero	24	S/. 12	S/. 10.08	S/. 242	S/. 44	S/. 286	Semestral
Palas de Mano	24	S/. 8	S/. 6.69	S/. 161	S/. 29	S/. 190	Trimestral
Escobas	2	S/. 9	S/. 7.63	S/. 15	S/. 3	S/. 18	anual
Plumero	1	S/. 3	S/. 2.54	S/. 3	S/. 0	S/. 3	semestral
Recogedores	2	S/. 10	S/. 8.47	S/. 17	S/. 3	S/. 20	anual
Desinfectante	2	S/. 10	S/. 8.47	S/. 17	S/. 3	S/. 20	mensual
Desatorador	1	S/. 7.0	S/. 5.93	S/. 6	S/. 1	S/. 7	semestral
Bolsa de Basura Grande x 100	1	S/. 15	S/. 12.71	S/. 13	S/. 2	S/. 15	mensual
Bolsa de Basura Pequeña x 100	1	S/. 7	S/. 5.93	S/. 6	S/. 1	S/. 7	mensual
Jabon Liquido	1	S/. 6	S/. 5.08	S/. 5	S/. 1	S/. 6	mensual
Perfumador	3	S/. 6	S/. 4.75	S/. 14	S/. 3	S/. 17	mensual
Alcohol 1lt	1	S/. 15	S/. 12.71	S/. 13	S/. 2	S/. 15	mensual
Trapos (Waipe)	4	S/. 4	S/. 2.97	S/. 12	S/. 2	S/. 14	mensual
Papel higienico(plancha de 24 rollos)	2	S/. 30	S/. 25.42	S/. 51	S/. 9	S/. 60	mensual
TOTAL				S/. 2,156.10	S/. 388.10	S/. 2,544.20	

Nota: Elaboración propia.

6.3.5 Mobiliario

Tabla 114

Tabla Mobiliario de Oficina

Mobiliario de Oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Estante Pie Metalico	6	S/. 299.00	S/. 253	S/. 1,520.34	S/. 274	S/. 1,794
Escritorios	8	S/. 250.00	S/. 212	S/. 1,694.92	S/. 305	S/. 2,000
Sillas de Escritorio	8	S/. 99.90	S/. 85	S/. 677.29	S/. 122	S/. 799
Mesas de Plastico	6	S/. 119.90	S/. 102	S/. 609.66	S/. 110	S/. 719
Sillas de Plastico	18	S/. 26.90	S/. 23	S/. 410.34	S/. 74	S/. 484
Sillas de Metal	6	S/. 79.90	S/. 68	S/. 406.27	S/. 73	S/. 479
				S/. 5,318.81	S/. 957.39	S/. 6,276.20

Nota: Elaboración propia.

Tabla 115

Tabla Mobiliario de Producción

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Estantes de Metal	10	S/. 200	S/. 169	S/. 1,694.07	S/. 305	S/. 1,999
				S/. 1,694.07	S/. 304.93	S/. 1,999.00

Nota: Elaboración propia.

6.3.6 Útiles de oficina

Tabla 116

Tabla Útiles de Oficina

Detalle	Proveedor	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Set Lapiceros Color Azul x4	Tay Loy	5	S/. 2.0	S/. 2	S/. 8	S/. 2	S/. 10	Semestral
Set de Lapices x4	Tay Loy	5	S/. 2.7	S/. 2	S/. 11	S/. 2	S/. 14	Semestral
Post-it Amarillo Pastel 3x3	Tay Loy	8	S/. 4.3	S/. 4	S/. 29	S/. 5	S/. 34	Semestral
Engrapador Metal	Tay Loy	4	S/. 8.7	S/. 7	S/. 29	S/. 5	S/. 35	Anual
Grapas (caja x 1000)	Tay Loy	4	S/. 0.6	S/. 1	S/. 2	S/. 0	S/. 2	Semestral
Clips Mariposas	Tay Loy	4	S/. 3.6	S/. 3	S/. 12	S/. 2	S/. 14	Semestral
Sobre Manila Pack x50	Tay Loy	4	S/. 9.7	S/. 8	S/. 33	S/. 6	S/. 39	Semestral
Folders Manila Pack x 25	Tay Loy	4	S/. 11.7	S/. 10	S/. 40	S/. 7	S/. 47	Semestral
Tampon	Tay Loy	2	S/. 2.6	S/. 2	S/. 4	S/. 1	S/. 5	Semestral
Libro de Actas	Tay Loy	4	S/. 21.3	S/. 18	S/. 72	S/. 13	S/. 85	Semestral
Papel Fotocopia Xerox A4 7	Tay Loy	6	S/. 9.7	S/. 8	S/. 49	S/. 9	S/. 58	Trimestral
Bandeja Porta Documentos	Tay Loy	4	S/. 28.6	S/. 24	S/. 97	S/. 17	S/. 114	Anual
Archivador Oficio Lomo Alto	Tay Loy	12	S/. 4.7	S/. 4	S/. 48	S/. 9	S/. 56	Anual
					S/. 436.02	S/. 78.48	S/. 514.50	

Nota: Elaboración propia.

6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos

Tabla 117

Tabla Programa de Mantenimiento de Máquinas y Equipos de Producción

Mantenimiento Maquinarias y equipos de producción	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	jun-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Balanza de Acero Inoxidable	1	S/. 130	Semestral	S/. 130	S/. 130	S/. 260				
Moldeadora	1	S/. 450	Semestral	S/. 450	S/. 450	S/. 900				
Empanizadora	1	S/. 280	Semestral	S/. 280	S/. 280	S/. 560				
Freidora y Rebozadora	1	S/. 280	Semestral	S/. 280	S/. 280	S/. 560				
Camara Frigorifica	1	S/. 350	Semestral	S/. 350	S/. 350	S/. 700				
Mezcladora	1	S/. 350	Semestral	S/. 350	S/. 350	S/. 700				
Empaquetadora	1	S/. 350	Semestral	S/. 350	S/. 350	S/. 700				
Lavadero	2	S/. 80	semestral	S/. 160	S/. 160	S/. 320				
Mesa de Acero Inoxidables	4	S/. 100	semestral	S/. 400	S/. 400	S/. 800				
Contenedores Industriales	4	S/. 100	semestral	S/. 400	S/. 400	S/. 800				
Costo mantenimiento Maquinarias				S/. 3,150.00	S/. 3,150.00	S/. 6,300.00				
Igv				S/. 567.00	S/. 567.00	S/. 1,134.00				
Monto				S/. 3,717.00	S/. 3,717.00	S/. 7,434.00				

Nota: Elaboración propia.

6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso

Tabla 118

Tabla Reposición de Herramientas

Reposición de herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	dic-18	jun-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Jabas	50	S/. 62.30	S/. 52.80	S/. 2,639.83		S/. 2,639.83					
Tachos de basura	4	S/. 59.90	S/. 50.76	S/. 203.05			S/. -	S/. 203.05		S/. 203.05	
Botas de seguridad	12	S/. 59.90	S/. 50.76	S/. 609.15		S/. 609.15					
Guantes PVC	12	S/. 9.90	S/. 8.39	S/. 100.68	S/. 100.68	S/. 100.68	S/. 201.36				
Guantes de Descarne	12	S/. 8.90	S/. 7.54	S/. 90.51	S/. 90.51	S/. 90.51	S/. 181.02				
Uniformes	24	S/. 46.90	S/. 39.75	S/. 953.90	S/. 953.90	S/. 953.90	S/. 1,907.80				
				S/. 4,597.12	S/. 1,145.08	S/. 4,394.07	S/. 5,539	S/. 5,742	S/. 5,539	S/. 5,742	S/. 5,539
				S/. 827.48	S/. 206.12	S/. 790.93	S/. 997.05	S/. 1,033.60	S/. 997.05	S/. 1,033.60	S/. 997.05
				S/. 5,424.60	S/. 1,351.20	S/. 5,185.00	S/. 6,536.20	S/. 6,775.80	S/. 6,536.20	S/. 6,775.80	S/. 6,536.20

Nota: Elaboración propia.

Tabla 119

Tabla Reposición de Utensilios

Reposición de utensilios y útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	2019	2020	2021	2022	2023
Cuchillos Crono#8	24	S/. 62.90	S/. 53.31	S/. 1,279.32	anual	S/. 1,279	S/. 1,279	S/. 1,279	S/. 1,279	S/. 1,279
Coladores Estándar	24	S/. 14.90	S/. 12.63	S/. 303.05	Semestral	S/. 606	S/. 606	S/. 606	S/. 606	S/. 606
Bandejas de Acero	24	S/. 11.90	S/. 10.08	S/. 242.03	Semestral	S/. 484	S/. 484	S/. 484	S/. 484	S/. 484
Palas de Mano	24	S/. 7.90	S/. 6.69	S/. 160.68	Trimestral	S/. 643	S/. 643	S/. 643	S/. 643	S/. 643
Escobas	2	S/. 9.00	S/. 7.63	S/. 15.25	anual	S/. 15	S/. 15	S/. 15	S/. 15	S/. 15
Plumero	1	S/. 3.00	S/. 2.54	S/. 2.54	semestral	S/. 5	S/. 5	S/. 5	S/. 5	S/. 5
Recogedores	2	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 16.95	anual	S/. 17	S/. 17	S/. 17	S/. 17	S/. 17
Desinfectante	2	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 16.95	mensual	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203
Desatorador	1	S/. 7.00	S/. 5.93	S/. 5.93	semestral	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12
Bolsa de Basura Grande x 10	1	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 12.71	mensual	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153
Bolsa de Basura Pequeña x	1	S/. 7.00	S/. 5.93	S/. 5.93	mensual	S/. 71	S/. 71	S/. 71	S/. 71	S/. 71
Jabon Liquido	1	S/. 6.00	S/. 5.08	S/. 5.08	mensual	S/. 61	S/. 61	S/. 61	S/. 61	S/. 61
Perfumador	3	S/. 5.60	S/. 4.75	S/. 14.24	mensual	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171
Alcohol 1Lt	1	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 12.71	mensual	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153
Trapos (Waipe)	4	S/. 3.50	S/. 2.97	S/. 11.86	mensual	S/. 142	S/. 142	S/. 142	S/. 142	S/. 142
Papel higienico(plancha de	2	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 50.85	mensual	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610
					Total valor de venta	S/. 4,625	S/. 4,625	S/. 4,625	S/. 4,625	S/. 4,625
					Igv	S/. 833	S/. 832.58	S/. 833	S/. 833	S/. 833
					Monto	S/. 5,458	S/. 5,458	S/. 5,458	S/. 5,458	S/. 5,458

Nota: Elaboración propia.

6.3.9 Programa de compras posteriores

Tabla 120

Tabla Programa de Compras Posteriores Útiles de Oficina

Reposición de útiles de oficina	Frecuencia de recompra	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Set Lapiceros Color Azul x4	Semestral	S/. 8	S/. 17				
Set de Lapices x4	Semestral	S/. 11	S/. 23				
Post-it Amarillo Pastel 3x3	Semestral	S/. 29	S/. 58				
Engrapador Metal	Anual	S/. 29	S/. 29	S/. 29	S/. 29	S/. 29	S/. 29
Grapas (caja x 1000)	Semestral	S/. 2	S/. 4				
Clips Mariposas	Semestral	S/. 12	S/. 24				
Sobre Manila Pack x50	Semestral	S/. 33	S/. 66				
Folders Manila Pack x 25	Semestral	S/. 40	S/. 79				
Tampon	Semestral	S/. 4	S/. 9				
Libro de Actas	Semestral	S/. 72	S/. 144				
Papel Fotocopia Xerox A4 75gr	Trimestral	S/. 49	S/. 197				
Bandeja Porta Documentos 2 Pisos	Anual	S/. 97	S/. 194				
Archivador Oficio Lomo Alto	Anual	S/. 48	S/. 48	S/. 48	S/. 48	S/. 48	S/. 48
Total valor venta reposición		S/. 436	S/. 893				
Igv		S/. 78.48	S/. 160.81				
Monto		S/. 514.50	S/. 1,054.20				

Nota: Elaboración propia.

Tabla 121

Tabla Programa de Compras Posteriores Equipos de Oficina

Reposición Equipos de oficina	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Computadoras Intel	S/. 7,622.03			S/. 7,622.03		
Laptop HP	S/. 6,437.29			S/. 6,437.29		
Impresora Multifuncional Marca Br	S/. 737.53			S/. 737.53		
Total valor venta	S/. 14,796.86	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 14,796.86	S/. 0.00	S/. 0.00
Igv	S/. 2,663.43	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 2,663.43	S/. 0.00	S/. 0.00
Monto	S/. 17,460.29	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 17,460.29	S/. 0.00	S/. 0.00

Nota: Elaboración propia.

6.4 Localización

6.4.1 Macro localización

Nuestro Local Industrial se encontrara ubicado en el departamento de Lima, provincia de Lima, distrito de Lima Cercado. Elegimos este distrito por ser un punto céntrico nuestro mercado objetivo y proveedores, además de ser un distrito que cuenta con

zonas industriales, por lo tanto no habría inconvenientes para tramitar la licencia de funcionamiento.

Para elegir el distrito de Cercado de Lima hemos considerado los siguientes factores

Tabla 122

Tabla Ponderadora de Macro Localización

Criterios	Peso	Ate	Total	Santa Anita	Total	Cercado de Lima	Total
Cercanía a Proveedores	0.4	1	0.4	2	0.8	4	1.6
Cercanía a Mercado Objetivo	0.4	1	0.4	2	0.8	5	2
Permisos Municipales	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Totales	1		1.6		2.4		4.4

Nota: Elaboración propia.

La ponderación se tomó del 1 al 5, siendo el número 5 una posición buena respecto al distrito seleccionado y el número 1 una posición desfavorable.

6.4.2 Micro localización

Para elegir nuestro local comercial y oficina al mismo tiempo, hemos tomado en cuenta nuestro requerimiento como planta industrial, además el Centro de Lima es punto céntrico tanto para nuestros proveedores como a los distritos que estamos apuntando que son las Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Tabla 123

Tabla de Ponderado de Micro Localización

Criterios	Peso	Ate	Total	Santa Anita	Total	Cercado de Lima	Total
Cercanía Mercado Objetivo	0.3	2	0.6	2	0.6	5	1.5
Costo de Alquiler	0.3	3	0.9	3	0.9	4	1.2
Infraestructura Local	0.2	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Acceso Vial	0.2	2	0.4	3	0.6	5	1
Totales	1		2.5		2.7		4.5

Nota: Elaboración propia

Hemos elegido alquilar un local industrial ubicado en el Jr. Austria 1396, Lima Cercado.

Este local cuenta con un área total de 700 metros cuadrados y está dentro de la Zona industrial de dicho distrito, ideal para las operaciones que vamos a realizar, este local es muy amplio con una infraestructura adecuada para producción, almacenamiento y tiene también un área de oficinas.



Figura 19. Mapa de Ubicación de Local.

Fuente: Elaboración propia



Figura 20. Foto Frontis Local

Fuente: Elaboración propia



Figura 21. Foto Local

Fuente: Elaboración propia

6.4.3 Gastos de adecuación

Tabla 124

Tabla Gastos de Adecuación

Cantidad	Descripcion	Costo Unitario	Total Costo (sin IGv)	Total Costo (con IGv)
1	Fumigacion Local	S/. 580.00	S/. 104.40	S/. 684.40
10	Galones de Pintura	S/. 2,190.00	S/. 394.20	S/. 2,584.20
1	Instalaciones Diversas	S/. 1,200.00	S/. 216.00	S/. 1,416.00
8	Extintores	S/. 2,400.00	S/. 432.00	S/. 2,832.00
3	Mano de Obra Pintor	S/. 1,350.00	S/. 243.00	S/. 1,593.00
1	Tecnico Revision de Instalaciones	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 944.00
1	Temperatura	S/. 2,800.00	S/. 504.00	S/. 3,304.00
1	Sensores de Humo	S/. 2,480.00	S/. 446.40	S/. 2,926.40
	Total	S/. 13,800.00	S/. 2,484.00	S/. 16,284.00

Nota: Elaboración propia.

6.4.4 Gastos de servicios

Tabla 125

Tabla Gastos de Servicios

Cantidad	Descripcion	Costo Mensual	Costo por Año
12	Luz	S/. 1,800.00	S/. 21,600.00
12	Agua	S/. 950.00	S/. 11,400.00
12	Telefono, Cable e Internet	S/. 189.00	S/. 2,268.00
12	Alquiler local	S/. 14,700.00	S/. 176,400.00
1	Garantia	S/. 14,700.00	S/. 14,700.00
1	Mes de Adelanto	S/. 14,700.00	S/. 14,700.00
Total		S/. 47,039.00	S/. 241,068.00

Nota: Elaboración propia.

6.4.5 Plano del centro de operaciones

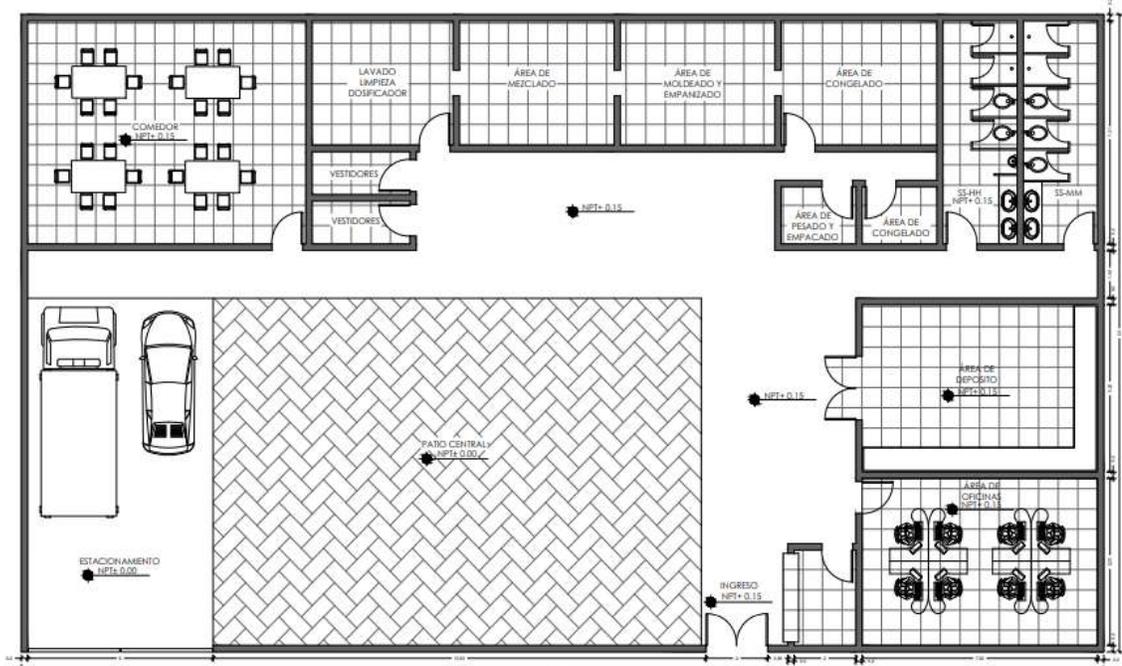


Figura 22. Plano de Operaciones

Fuente: Elaboración propia

6.4.6 Descripción del centro de operaciones

El local industrial cuenta con área total de 700 metros cuadrados de área de terreno totalmente techados con nave de calaminas de excelente altura, cuenta con oficinas en el primer piso y depósito, en el segundo piso se puede ubicar el comedor. También cuenta con un amplio patio y zona de estacionamiento ideal para zona de carga y descarga de la materia prima y producto terminado, además tiene dos baños uno para hombres y otro para mujeres.

El área construida será utilizada para las oficinas, depósito, baños y vestuarios para el personal. Contamos con amplio patio para maniobras y para la zona de carga y descarga tanto de materia prima y producto terminado.

6.5 Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1 Impacto ambiental

Estamos comprometidos a cuidar y preservar el medio ambiente, para ello vamos a contribuir con el uso adecuado de nuestros materiales e insumos con la finalidad de generar el menor impacto posible. Implementaremos una adecuada política de manejo de residuos sólidos, reciclaje, entre otros, cumpliendo de esta manera con todas las normas que la industria alimentaria requiere.

Por otro lado como empresa estamos en contra de la pesca ilegal, es por ello que nuestro proveedor de pescado Pesquera Diamante S.A.C está constituida legalmente y se ampara bajo la Ley General de la Pesca N° 25977, la misma que tiene dentro de sus políticas extraer los recursos hidrobiológicos de manera sostenida y responsable, evitando la depredación del mar.

Estamos utilizando bolsa biodegradable para el empaque de Nuggets y empaque de cartón reciclado para la Caja de Palitos.

Dentro de nuestra Planta llevaremos un plan de reciclaje y separación de residuos aportando manera positiva con el medio ambiente. Estableceremos colores a los tachos de basura, separándolos por tipos: Sólido (color azul), Cartón/Papel (color

amarillo), Plástico (color verde), y Vidrio (color blanco).

6.5.2 Con los trabajadores

COPELI S.A.C es consciente que los trabajadores son el recurso más valioso que tenemos como empresa, es por ello que estamos comprometidos con cada uno respetando el horario laboral, descanso semanal y con los beneficios sociales que les corresponde. Ello implica:

- Brindar empleo formal, es decir todos nuestros colaboradores se encontrarán en planilla; de esta manera obtendrán los beneficios sociales que les corresponden por Ley.
- Ambientes de trabajo seguros, cada espacio donde el colaborador trabaje deberá tener las condiciones de seguridad e higiene con la finalidad que trabaje tranquilo, cómodo y sea más productivo.
- Clima Organizacional adecuado, estableceremos comunicación directa con cada uno con la finalidad de obtener la información de primera mano, para poder identificar oportunidades de mejoras con nuestros clientes y proveedores.
- Capacitaciones de los Procesos más importantes por lo menos dos veces al año.
- Programa de Inducción para nuevos colaboradores.
- Implementar el Programa de Salud y Seguridad en el Trabajo.
- Implementar Pack de Reconocimientos, el mismo que tendrá un día libre por cumpleaños y dos Full Days al año con el compromiso de logro de Objetivos.

6.5.3 Con la comunidad

COPELI S.A.C busca contribuir con la comunidad brindando productos nutritivos, promoviendo el consumo de pescado a través de Nuggets y Palitos los mismos que están apanados con harina de quinua, resaltando de esta manera los beneficios de consumir productos sanos, con alto contenido de vitaminas y hierro además con bajo nivel de grasas trans. Hemos planeado las siguientes actividades.

Participación a través de donativos de Nuggets y Palitos de Pescado en días festivos

en eventos dirigidos para madres y niños. Escogeremos una institución educativa de los distritos a las cuales estamos apuntando y organizaremos un programa que incluyan juegos, regalos con la finalidad de resaltar la importancia de consumir pescado y por supuesto nuestros productos. Las fechas a escoger serian: Día de la Madre, Día del Pescador y Día del Niño.

Capítulo VII : Estudio Económico y Financiero

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable

Según las NICS se considera depreciable todo activo cuyo valor supere al ¼ de UIT y/o cuya vida útil sea mayor a 1 año.

Tabla 126

Inversión Activo Fijo Depreciable

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Operaciones			125,249.32	22,544.88	147,794.20
Activos fijos depreciables operaciones			106,859.32	19,234.68	126,094.00
Balanza de Acero Inoxidable 400k	1	S/. 1,118.64	S/. 1,118.64	S/. 201.36	S/. 1,320.00
Moldeadora	1	S/. 20,661.02	S/. 20,661.02	S/. 3,718.98	S/. 24,380.00
Empanizadora	1	S/. 18,084.75	S/. 18,084.75	S/. 3,255.25	S/. 21,340.00
Freidora y Rebozadora	1	S/. 15,983.05	S/. 15,983.05	S/. 2,876.95	S/. 18,860.00
Camara Frigorífica	1	S/. 9,480.51	S/. 9,480.51	S/. 1,706.49	S/. 11,187.00
Mezcladora	1	S/. 23,491.53	S/. 23,491.53	S/. 4,228.47	S/. 27,720.00
Empaquetadora	1	S/. 12,955.08	S/. 12,955.08	S/. 2,331.92	S/. 15,287.00
Contenedores Industriales	4	S/. 1,271.19	S/. 5,084.75	S/. 915.25	S/. 6,000.00
Acondicionamiento de Local			S/. 18,390.00	S/. 3,310.20	S/. 21,700.20
fumigación local	1	S/. 580.00	S/. 580.00	S/. 104.40	S/. 684.40
galones de pintura	10	S/. 219.00	S/. 2,190.00	S/. 394.20	S/. 2,584.20
instalaciones diversas	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 216.00	S/. 1,416.00
extintores	8	S/. 240.00	S/. 1,920.00	S/. 345.60	S/. 2,265.60
mano de obra pintor	3	S/. 900.00	S/. 2,700.00	S/. 486.00	S/. 3,186.00
tecnico de revisión de instalaciones	1	S/. 800.00	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 944.00
Aire Acondicionado	1	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 504.00	S/. 3,304.00
Sensores de humo	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 216.00	S/. 1,416.00
camaras de seguridad/Fibrado/Mano de Obra	15	S/. 333.33	S/. 5,000.00	S/. 900.00	S/. 5,900.00
Administración			S/. 11,518.64	S/. 2,073.36	S/. 13,592.00
Computadoras Intel	4	S/. 1,270.34	S/. 5,081.36	S/. 914.64	S/. 5,996.00
Laptop HP	4	S/. 1,609.32	S/. 6,437.29	S/. 1,158.71	S/. 7,596.00
Ventas			S/. 2,540.68	S/. 457.32	S/. 2,998.00
Computadoras Intel	2	S/. 1,270.34	S/. 2,540.68	S/. 457.32	S/. 2,998.00
TOTAL ACTIVO FIJO DEPRECIABLE			S/. 139,308.64	S/. 25,075.56	S/. 164,384.20

Nota: Elaboración propia.

7.1.2 Inversión Activo Intangible

Gastos por derechos de funcionamiento del local. Involucran las patentes, marcas, gastos de constitución, licencias que ustedes mismos han averiguado,(algunos gravan y no gravan IGV).

Tabla 127

Inversión Activo Intangible

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitucion de la empresa			S/. 1,440.00	S/. -	S/. 1,440.00
Busqueda de nombre (razón social) igual o similar	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. -	S/. 5.00
Reserva de la razón social	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. -	S/. 20.00
Preparación de la minuta	1	S/. 690.00	S/. 690.00	S/. -	S/. 690.00
Procedimientos en la notaria, escritura pública	1	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. -	S/. 150.00
Registro en SUNARP	1	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. -	S/. 90.00
Elaboración de facturas electrónicas	1	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Obtención de RUC	1	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Legalización de libros contables	1	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. -	S/. 150.00
Libros de planillas	1	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. -	S/. 15.00
Elaboración de estatus	1	S/. 320.00	S/. 320.00	S/. -	S/. 320.00
Marcas y patentes			S/. 1,768.80	S/. -	S/. 1,768.80
Búsqueda de antecedentes fonéticos	1	S/. 110.51	S/. 110.51	S/. -	S/. 110.51
Registro de marca y otros signos	1	S/. 534.99	S/. 534.99	S/. -	S/. 534.99
Registro de marca de producto y/o servicio	1	S/. 533.30	S/. 533.30	S/. -	S/. 533.30
Publicar la solicitud de registro de marca	1	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. -	S/. 590.00
Licencias y autorizaciones			S/. 866.40	S/. -	S/. 866.40
Licencia de funcionamiento	1	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. -	S/. 140.00
Inspección técnica	1	S/. 135.00	S/. 135.00	S/. -	S/. 135.00
Registro Sanitario de Alimento de Consumo Humano	1	S/. 390.00	S/. 390.00	S/. -	S/. 390.00
Certificado de libre comercialización de alimentos	1	S/. 71.00	S/. 71.00	S/. -	S/. 71.00
Carnet de Sanidad	1	S/. 48.00	S/. 48.00	S/. -	S/. 48.00
Certificado de Defensa Civil	1	S/. 82.40	S/. 82.40	S/. -	S/. 82.40
TOTAL			S/. 4,075.20	S/. -	S/. 4,075.20

Nota: Elaboración propia.

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos

Son los gastos que se realizan antes de iniciar las actividades (Diciembre 2018)

Son ACTIVOS NO TANGIBLES

Se considera el alquiler de 01 mes adelanto y 01 de garantía

Tabla 128

Inversión Gastos Pre- Operativos

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activos fijos no depreciables			S/ 9,119.57	S/ 1,641.52	S/ 10,761.09
Operaciones y producción			S/ 6,185.59	S/ 1,113.41	S/ 7,299.00
Lavadero	2	S/ 805.08	S/ 1,610.17	S/ 289.83	S/ 1,900.00
Mesa de Acero Inoxidables 3x1.5 mtrs	4	S/ 720.34	S/ 2,881.36	S/ 518.64	S/ 3,400.00
Estantes de Metal	10	S/ 169.41	S/ 1,694.07	S/ 304.93	S/ 1,999.00
Administración			S/ 1,834.14	S/ 330.15	S/ 2,164.29
Ventas			S/ 1,099.83	S/ 197.97	S/ 1,297.80
Escritorios	2	S/ 211.86	S/ 423.73	S/ 76.27	S/ 500.00
Sillas de Escritorio	2	S/ 84.66	S/ 169.32	S/ 30.48	S/ 199.80
Estante Pie Metalico	2	S/ 253.39	S/ 506.78	S/ 91.22	S/ 598.00
Utensilios, Enseres			S/ 7,189.24	S/ 1,294.06	S/ 8,483.30
Utiles de produccion			S/ 6,753.22	S/ 1,215.58	S/ 7,968.80
Herramientas			S/ 4,597.12	S/ 827.48	S/ 5,424.60
Utiles y utensilios			S/ 2,156.10	S/ 388.10	S/ 2,544.20
Utiles de Administración			S/ 436.02	S/ 78.48	S/ 514.50
Marketing de Lanzamiento(etapa preoperativa)			S/ 52,180.90	S/ 9,392.56	S/ 61,573.46
Elaboración FanPage	1	S/ 635.59	S/ 635.59	S/ 114.41	S/ 750.00
Revista Somos	1	S/ 697.85	S/ 697.85	S/ 125.61	S/ 823.46
Merchandising - cubiertos con logo de la compañía	1	S/ 5,084.75	S/ 5,084.75	S/ 915.25	S/ 6,000.00
Productora de impulsadoras	1	S/ 3,389.83	S/ 3,389.83	S/ 610.17	S/ 4,000.00
Ingresos supermercados Plaza Vea y Vivanda	1	S/ 25,423.73	S/ 25,423.73	S/ 4,576.27	S/ 30,000.00
Ingresos supermercados, hipermercados totus	1	S/ 16,949.15	S/ 16,949.15	S/ 3,050.85	S/ 20,000.00
Remuneraciones diciembre			S/ 26,893.36	S/ -	S/ 26,893.36
Pago Total planilla administrativa	1	S/ 11,558.75	S/ 11,558.75	S/ -	S/ 11,558.75
Pago total de ventas	1	S/ 4,876.69	S/ 4,876.69	S/ -	S/ 4,876.69
Pago planilla MOD	1	S/ 3,302.50	S/ 3,302.50	S/ -	S/ 3,302.50
Pago planilla MOI	1	S/ 7,155.42	S/ 7,155.42	S/ -	S/ 7,155.42
Servicios básicos y diversos diciembre			S/ 3,390.68	S/ 448.32	S/ 3,839.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	1	S/ 10,169.49	S/ 10,169.49	S/ 1,830.51	S/ 12,000.00
SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			S/ 108,943.23	S/ 14,606.98	S/ 123,550.21
Garantía de Alquiler	2	S/ 10,169.49	S/ 20,338.98	S/ 3,661.02	S/ 24,000.00
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			S/ 129,282.21	S/ 18,267.99	S/ 147,550.21

Nota: Elaboración propia

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales

Se considera netamente el costo de la materia prima del sampling de Diciembre 2018

Tabla 129

Inversión Inventarios Iniciales

DESCRIPCION	cantidad					
Producto 1: Nugget de Pescado	819					
Materias primas bolsa de nuggets de pescado 300 gr	Unidad	dic-18	costo unitario	Costo total	Igv	monto
Pescado Lisa	kg	172	S/. 4.50	S/. 773.69	S/. -	S/. 773.69
Quinoa Polvo	kg	16	S/. 5.93	S/. 97.14	S/. 17.48	S/. 114.62
Ajo Polvo	kg	9	S/. 4.58	S/. 41.21	S/. 7.42	S/. 48.63
Cebolla Polvo	kg	10	S/. 1.57	S/. 15.40	S/. 2.77	S/. 18.18
Aceite Vegetal	kg	14	S/. 3.14	S/. 43.64	S/. 7.86	S/. 51.50
Perejil	kg	4	S/. 0.25	S/. 1.04	S/. 0.19	S/. 1.23
Orégano	kg	5	S/. 0.42	S/. 2.08	S/. 0.37	S/. 2.46
Sal	kg	10	S/. 0.81	S/. 7.91	S/. 1.42	S/. 9.33
Pimienta Blanca	kg	4	S/. 0.93	S/. 3.82	S/. 0.69	S/. 4.50
Estabilizador	kg	16	S/. 1.14	S/. 18.73	S/. 3.37	S/. 22.11
Antioxidantes	kg	27	S/. 0.95	S/. 25.64	S/. 4.62	S/. 30.26
Acentuador de sabor	kg	7	S/. 0.81	S/. 5.93	S/. 1.07	S/. 7.00
Envase	Unidad	dic-18				
Precinto de seguridad	unidad	860	S/. 0.01	S/. 5.83	S/. 1.05	S/. 6.88
Bolsa de plástico	unidad	827	S/. 0.08	S/. 70.08	S/. 12.61	S/. 82.69
Etiqueta Nuggets	unidad	827	S/. 0.02	S/. 14.02	S/. 2.52	S/. 16.54
				S/. 1,126.16	S/. 63.45	S/. 1,189.61

DESCRIPCION	cantidad
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	566

Materias primas caja de palitos de pescado 350 gr	Unidad	dic-18	costo unitario	Costo total	Igv	monto
Pescado Lisa	kg	139	S/. 4.50	S/. 624.35	S/. -	S/. 624.35
Quinoa Polvo	kg	14	S/. 5.93	S/. 83.99	S/. 15.12	S/. 99.10
Ajo Polvo	kg	7	S/. 4.58	S/. 33.69	S/. 6.06	S/. 39.75
Cebolla Polvo	kg	8	S/. 1.57	S/. 12.43	S/. 2.24	S/. 14.67
Aceite Vegetal	kg	11	S/. 3.14	S/. 33.74	S/. 6.07	S/. 39.81
Perejil	kg	4	S/. 0.25	S/. 1.01	S/. 0.18	S/. 1.19
Orégano	kg	5	S/. 0.42	S/. 1.92	S/. 0.35	S/. 2.27
Sal	kg	8	S/. 0.81	S/. 6.38	S/. 1.15	S/. 7.53
Pimienta Blanca	kg	4	S/. 0.93	S/. 3.70	S/. 0.67	S/. 4.36
Estabilizador	kg	12	S/. 1.14	S/. 14.25	S/. 2.57	S/. 16.82
Antioxidantes	kg	20	S/. 0.95	S/. 18.81	S/. 3.39	S/. 22.20
Acentuador de sabor	kg	6	S/. 0.81	S/. 5.02	S/. 0.90	S/. 5.92
Envase	Unidad	dic-18				
Precinto de seguridad	unidad	595	S/. 0.01	S/. 4.03	S/. 0.73	S/. 4.76
Caja	unidad	572	S/. 0.21	S/. 121.18	S/. 21.81	S/. 142.99
Etiqueta palitos de pescado	unidad	572	S/. 0.03	S/. 14.54	S/. 2.62	S/. 17.16
				S/. 979.04	S/. 63.84	S/. 1,042.88

Inventario inicial	Valor	Igv	Monto
Producto 1: Nugget de Pescado	S/. 1,126.16	S/. 63.45	S/. 1,189.61
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	S/. 979.04	S/. 63.84	S/. 1,042.88
Total inventarios	S/. 2,105.21	S/. 127.29	S/. 2,232.49

Nota: Elaboración propia.

7.1.5 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)

Este método supone calcular cada mes, los flujos de ingresos y egresos proyectados para determinar su déficit acumulado máximo. Se realiza durante todo el periodo de recuperación del proyecto. Es el dinero que nos ayudará a operar sin faltantes de efectivo en todos los años del proyecto (2018 – 2023).

Tabla 130

Inversión en Capital de Trabajo

(Importes en Nuevos Soles)	4.88%	4.88%	4.88%	6.55%	6.55%	6.55%	10.48%	10.48%	10.48%	11.42%	11.42%	11.42%
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo Inicial de Caja	0	(11,296)	(8,087)	(3,833)	1,643	6,264	6,649	17,224	40,803	34,202	28,918	31,885
Ventas netas supermercado	53,153	53,153	53,153	71,294	71,294	71,294	114,098	114,098	114,098	124,275	124,275	124,275
IGV Ventas	S/9,567.58	S/9,567.58	S/9,567.58	S/12,832.97	S/12,832.97	S/12,832.97	S/20,537.59	S/20,537.59	S/20,537.59	S/22,369.58	S/22,369.58	S/22,369.58
Facturación	62,721	62,721	62,721	84,127	84,127	84,127	134,635	134,635	134,635	146,645	146,645	146,645
Factoring scotiabank	0.024113689	S/. 1,512	S/. 1,512	S/. 1,512	S/. 2,029	S/. 2,029	S/. 3,247	S/. 3,247	S/. 3,247	S/. 3,536	S/. 3,536	S/. 3,536
Cobranza al contado neta	0	S/. 61,208	S/. 61,208	S/. 61,208	S/. 82,099	S/. 82,099	S/. 82,099	S/. 131,389	S/. 131,389	S/. 143,109	S/. 143,109	S/. 143,109
Total cobranza al contado		61,208	61,208	61,208	82,099	82,099	82,099	131,389	131,389	143,109	143,109	143,109
Total Egresos en Efectivo		72,505	69,295	65,041	80,455	75,835	75,449	114,165	90,586	97,187	114,190	139,420

Insumos totales sin igv	10,036	9,845	9,921	13,195	13,291	13,469	21,190	21,013	21,056	22,893	26,871	31,233
Igv Insumos	520	520	534	684	713	745	1,099	1,099	1,103	1,187	1,910	2,695
Materiales	3,459	0	0	4,608	0	0	7,383	0	0	8,020	0	0
Igv materiales	623	0	0	829	0	0	1,329	0	0	1,444	0	0
Sueldos	27,936	27,936	27,936	28,299	33,813	28,299	42,469	29,155	29,155	29,359	35,975	42,673
Servicios y suministros sin igv	14,385.11	14,385.11	14,595.11	15,449.96	15,449.96	20,818.01	17,962.46	17,962.46	18,172.46	18,559.88	18,559.88	29,175.90
IGV Telefono e internet	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Igv mantenimiento	0	0	0	0	0	567	0	0	0	0	0	567
Igv recarga de extintores												110
IGV ALQUILER	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831	1,831
IGV ENERGIA	275	275	275	368	368	368	589	589	589	642	642	642
IGV AGUA	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145
Igv herramientas	-	-	-	-	-	206.12	-	-	-	-	-	790.93
Igv de reposición de utensilios y utiles de limpieza	23.46	23.46	52.38	23.46	23.46	152.02	23.46	23.46	52.38	23.46	23.46	388.10
Igv de reposición de utiles de oficina	-	-	8.88	-	-	64.57	-	-	8.88	-	-	78.48
Igv rebate	287.03	287.03	287.03	384.99	384.99	384.99	616.13	616.13	616.13	671.09	671.09	671.09
Igv servicios y suministros	2,578.49	2,578.49	2,616.29	2,770.16	2,770.16	3,736.41	3,222.41	3,222.41	3,260.21	3,329.95	3,329.95	5,240.83
Igv serv tercerizado limpieza	284	284	284	284	284	284	284	284	284	284	284	284
Igv seguridad	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305
Igv servicios tercerizados	589	589	589	589	589	589	589	589	589	589	589	589
Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad sin igv	6,030	5,871	1,980	5,780	930	930	10,971	930	930	5,780	930	930
IGV PUBLICIDAD (el community manager ni las anfitrionas gravan igv)	198	889	189	153	0	0	1,087	0	0	153	0	0
Actividades sociales y eventos de beneficencia	0	0	0	1,200	1,200	0	0	0	0	0	0	2,500
Igv de evento responsabilidad social	0	0	0	216	216	0	0	0	0	0	0	450
Pago a Cuenta Imp. Renta (1.0% de las ventas del mes pasado)	0	532	532	532	713	713	713	1,141	1,141	1,141	1,243	1,243
Pagos de IGV al Estado								9,328	15,631	15,586	15,667	16,541
Ingresos menos Egresos del mes	(11,296)	(8,087)	(3,833)	1,643	6,264	6,649	17,224	40,803	34,202	28,918	31,885	3,688
Saldo Acumulado	(11,296)	(19,383)	(23,215)	(21,572)	(15,308)	(8,659)	8,565	49,368	83,570	112,488	144,374	148,062
Máximo Déficit Mensual Acumul.		(23,215)										
Caja Mínima Requerida 1 días de las ventas mensuales promedio		(3,489)										
Inversión en Capital de Trabajo		(26,704)										

Nota: Elaboración propia.

7.1.6 Liquidación del IGV

	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19
igv ventas		9,568	9,568	9,568	12,833	12,833	12,833	20,538	20,538	20,538	22,370	22,370	22,370
igv egresos	43,471	4,508	4,577	3,928	5,242	4,288	5,071	7,327	4,906	4,952	6,703	5,829	8,975
igv compras m prima		520	520	534	684	713	745	1,099	1,095	1,103	1,187	1,910	2,695
igv materiales		623	0	0	829	0	0	1,329	0	0	1,444	0	0
igv servicios y suministros		2,578	2,578	2,616	2,770	2,770	3,736	3,222	3,222	3,260	3,330	3,330	5,241
igv servicios tercerizados		589	589	589	589	589	589	589	589	589	589	589	589
igv publicidad		198	889	189	153	0	0	1,087	0	0	153	0	0
igv responsabilidad social		0	0	0	216	216	0	0	0	0	0	0	450
igv inversiones	43,471												
igv neto	(43,471)	5,059	4,991	5,640	7,591	8,545	7,762	13,211	15,631	15,586	15,667	16,541	13,395
credito fiscal	(43,471)	(43,471)	(38,411)	(33,421)	(27,781)	(20,190)	(11,645)	(3,883)					
neto a pagar		(38,411)	(33,421)	(27,781)	(20,190)	(11,645)	(3,883)	9,328	15,631	15,586	15,667	16,541	13,395

Nota: Elaboración propia.

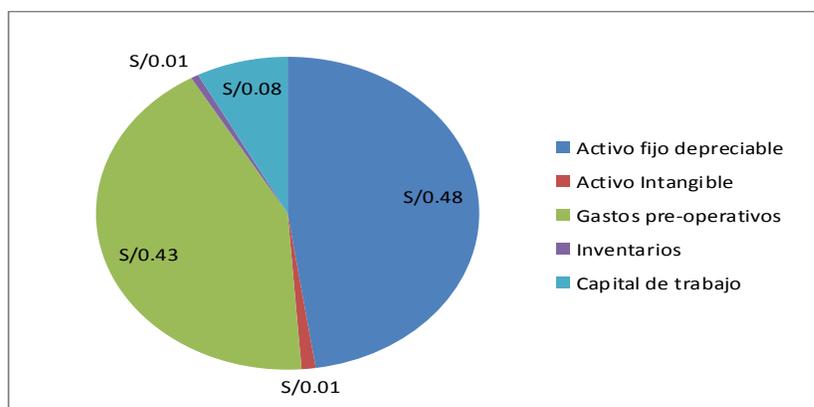
7.1.7 Resumen de estructura de inversiones

Consisten en la suma de los 5 pilares para conocer la inversión de nuestro proyecto.

Tabla 131

Estructura de Inversiones

	Valor	Igv	Monto total	%
Activo fijo depreciable	S/ 139,308.64	S/ 25,075.56	S/ 164,384.20	S/ 0.48
Activo Intangible	S/ 4,075.20	S/ -	S/ 4,075.20	S/ 0.01
Gastos pre-operativos	S/ 129,282.21	S/ 18,267.99	S/ 147,550.21	S/ 0.43
Inventarios	S/ 2,105.21	S/ 127.29	S/ 2,232.49	S/ 0.01
Capital de trabajo	S/ 26,704.16	S/ -	S/ 26,704.16	S/ 0.08
	301,475.42	43,470.84	344,946.26	100.000%



Nota: Elaboración propia.

7.2 Financiamiento

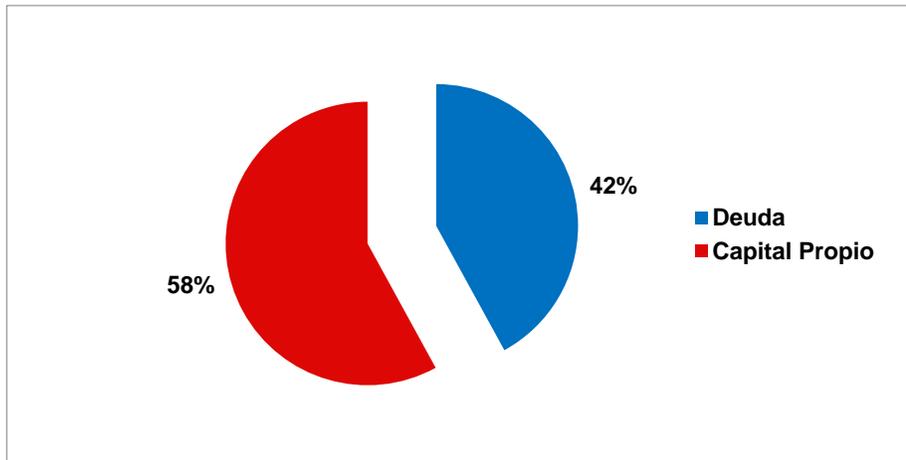
7.2.1 Estructura de Financiamiento

La inversión en efectivo de cada socio (05) será de S/ 40,000.00 . Se contará con 2 tipos de financiamiento bancario (Activo Fijo / Capital de trabajo).

Tabla 132

Estructura de Financiamiento

	Monto de inversion	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	S/ 164,384.20	S/ 131,507.36	S/ 32,876.84
Activo Intangible	S/ 4,075.20		S/ 4,075.20
Gastos pre-operativos	S/ 147,550.21		S/ 147,550.21
Inventarios	S/ 2,232.49		S/ 2,232.49
Capital de trabajo	S/ 26,704.16	S/ 13,438.90	S/ 13,265.26
	S/ 344,946.26	S/ 144,946.26	S/ 200,000.00
		42.020%	57.980%



Nota: Elaboración propia.

7.2.2 Financiamiento del activo fijo

Consideramos que nos encontramos como empresa en el régimen MYPE, trabajaremos con el banco Mi Banco. Se contará con 2 tipos de financiamiento bancario (Activo Fijo / Capital de trabajo)

Tabla 133

Cronograma de Financiamiento Activo Fijo

Préstamo activo fijo	131,507	
TCEA(MI BANCO)	35.80%	
TCEM	2.58290%	
Plazo	4	años
Plazo	48	meses
Cuota Mensual	4,811	

Cronograma de Pagos					
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Saldo Final
1	131,507	3,397	1,415	4,811	130,093
2	130,093	3,360	1,451	4,811	128,641
3	128,641	3,323	1,489	4,811	127,153
4	127,153	3,284	1,527	4,811	125,625
5	125,625	3,245	1,567	4,811	124,059
6	124,059	3,204	1,607	4,811	122,452
7	122,452	3,163	1,649	4,811	120,803
8	120,803	3,120	1,691	4,811	119,112
9	119,112	3,077	1,735	4,811	117,377
10	117,377	3,032	1,780	4,811	115,597
11	115,597	2,986	1,826	4,811	113,771
12	113,771	2,939	1,873	4,811	111,898
13	111,898	2,890	1,921	4,811	109,977
14	109,977	2,841	1,971	4,811	108,006
15	108,006	2,790	2,022	4,811	105,985
16	105,985	2,737	2,074	4,811	103,911
17	103,911	2,684	2,128	4,811	101,783
18	101,783	2,629	2,182	4,811	99,601
19	99,601	2,573	2,239	4,811	97,362
20	97,362	2,515	2,297	4,811	95,065
21	95,065	2,455	2,356	4,811	92,709
22	92,709	2,395	2,417	4,811	90,292
23	90,292	2,332	2,479	4,811	87,813
24	87,813	2,268	2,543	4,811	85,270
25	85,270	2,202	2,609	4,811	82,661
26	82,661	2,135	2,676	4,811	79,984
27	79,984	2,066	2,746	4,811	77,239
28	77,239	1,995	2,816	4,811	74,422
29	74,422	1,922	2,889	4,811	71,533
30	71,533	1,848	2,964	4,811	68,569
31	68,569	1,771	3,040	4,811	65,529
32	65,529	1,693	3,119	4,811	62,410
33	62,410	1,612	3,199	4,811	59,210
34	59,210	1,529	3,282	4,811	55,928
35	55,928	1,445	3,367	4,811	52,561
36	52,561	1,358	3,454	4,811	49,108
37	49,108	1,268	3,543	4,811	45,565
38	45,565	1,177	3,635	4,811	41,930
39	41,930	1,083	3,728	4,811	38,202
40	38,202	987	3,825	4,811	34,377
41	34,377	888	3,924	4,811	30,453
42	30,453	787	4,025	4,811	26,428
43	26,428	683	4,129	4,811	22,300
44	22,300	576	4,235	4,811	18,064
45	18,064	467	4,345	4,811	13,719
46	13,719	354	4,457	4,811	9,262
47	9,262	239	4,572	4,811	4,690
48	4,690	121	4,690	4,811	(0)
Totales		99,442	82,400	173,212	

	2018	2019	2020	2021	2022
Prestamo	131,507				
Amortizacion		(19,609)	(26,629)	(36,162)	(49,108)
Interes		(38,129)	(31,109)	(21,575)	(8,629)
Total	131,507	(57,737)	(57,737)	(57,737)	(57,737)

Nota: Elaboración propia.

7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo

Tabla 134

Cronograma de Capital de Trabajo

Préstamo capital de trabajo	13,439	
TCEA (MI BANCO)	40.15%	
TEM	2.85279%	
Plazo	1	años
Plazo	12	meses
Cuota Mensual	1,338	

Cronograma de Pagos						
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	13,439	383	955	1,338	113	12,484
2	12,484	356	982	1,338	105	11,502
3	11,502	328	1,010	1,338	97	10,492
4	10,492	299	1,039	1,338	88	9,453
5	9,453	270	1,069	1,338	80	8,384
6	8,384	239	1,099	1,338	71	7,285
7	7,285	208	1,130	1,338	61	6,155
8	6,155	176	1,163	1,338	52	4,992
9	4,992	142	1,196	1,338	42	3,796
10	3,796	108	1,230	1,338	32	2,566
11	2,566	73	1,265	1,338	22	1,301
12	1,301	37	1,301	1,338	11	(0)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Prestamo	13,439					
Amortizacion		(13,439)	0			
Interes		(2,620)	0			
Total cuota	13,439	(16,059)	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas

Se utilizara Factoring de Scotiabank . La TEA es 29%, como cobramos a 90 días, la tasa es de 6.57% trimestral. Detallamos los ingresos anuales incluida la comisión mencionada.

Tabla 135

Ingresos Anuales Proyectados

Canal Supermercado		2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr	8.00	S/. 612,128	S/. 661,688	S/. 712,616	S/. 764,928	S/. 818,616
Caja Palitos de Pescado por 350	9.00	S/. 476,334	S/. 514,773	S/. 554,184	S/. 595,053	S/. 636,903
TOTAL VENTA		S/. 1,088,462	S/. 1,176,461	S/. 1,266,800	S/. 1,359,981	S/. 1,455,519
I.G.V. de Ventas		S/. 195,923	S/. 211,763	S/. 228,024	S/. 244,797	S/. 261,993
Facturación		S/. 1,284,385	S/. 1,388,224	S/. 1,494,824	S/. 1,604,778	S/. 1,717,512
Factoring scotiabank	2.4114%	S/. 30,971	S/. 33,475	S/. 36,046	S/. 38,697	S/. 41,416
Cobranza al contado neta		S/. 1,253,414	S/. 1,354,749	S/. 1,458,778	S/. 1,566,080	S/. 1,676,097

Total Ingresos	2019	2020	2021	2022	2023
Bolsa de Nuggets de 300 gr	S/. 612,128	S/. 661,688	S/. 712,616	S/. 764,928	S/. 818,616
Caja Palitos de Pescado por 350	S/. 476,334	S/. 514,773	S/. 554,184	S/. 595,053	S/. 636,903
TOTAL VENTA	S/. 1,088,462	S/. 1,176,461	S/. 1,266,800	S/. 1,359,981	S/. 1,455,519
I.G.V. de Ventas	S/. 195,923.16	S/. 211,762.98	S/. 228,024.00	S/. 244,796.58	S/. 261,993.42
Facturación	S/. 1,284,385.16	S/. 1,388,223.98	S/. 1,494,824.00	S/. 1,604,777.58	S/. 1,717,512.42
Factoring scotiabank	S/. 30,971	S/. 33,475	S/. 36,046	S/. 38,697	S/. 41,416
Ingreso neto	S/. 1,253,413.90	S/. 1,354,748.78	S/. 1,458,778.28	S/. 1,566,080.47	S/. 1,676,096.86

Nota: Elaboración propia.

7.3.2 Recuperación de Capital de trabajo

La recuperación del capital de trabajo se logra a través de la suma de la inversión de capital de trabajo de cada año. Se logra recuperar el capital de trabajo en el año 2023 y reduciendo considerablemente a partir del año 2019.

El ratio de necesidad de capital de trabajo es de 2.13%.

Tabla 136

Recuperación de Capital de Trabajo

	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas con igv neto(descontado Factoring)		1,253,414	1,354,749	1,458,778	1,566,080	1,676,097
Capital de trabajo necesario		26,704	28,863	31,079	33,366	35,709
Inversion capital de trabajo	(26,704)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	
Recuperación de capital de trabajo						35,709

Nota: Elaboración propia.

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo

Es el ingreso neto después de impuestos proveniente de liquidar los activos, en nuestro caso al estar en el régimen de Pyme liquidamos al cuarto año tal como se detalla en el cuadro adjunto.

Tabla 137

Valor de Desecho

Año 0													
Descripción	Can tida	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util	Deprec. (4años)	V.Libros (5º)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Utilidad/Pér dida	Ir 29.5%	Valor de Desecho
Operaciones			125,249.32	22,544.88	147,794.20		125,249.32	0.00		42,743.73	42,743.73	12,609.40	30,134.33
Balanza de Acero Inoxidable	1	S/. 1,118.64	S/. 1,118.64	S/. 201.36	S/. 1,320.00	4	S/ 1,118.64	0.00	40%	S/ 447.46	S/ 447.46	S/ 132.00	S/ 315.46
Moldeadora	1	S/ 20,661.02	S/ 20,661.02	S/ 3,718.98	S/ 24,380.00	4	S/ 20,661.02	0.00	40%	S/ 8,264.41	S/ 8,264.41	S/ 2,438.00	S/ 5,826.41
Empanizadora	1	S/ 18,084.75	S/ 18,084.75	S/ 3,255.25	S/ 21,340.00	4	S/ 18,084.75	0.00	40%	S/ 7,233.90	S/ 7,233.90	S/ 2,134.00	S/ 5,099.90
Freidora y Rebozadora	1	S/ 15,983.05	S/ 15,983.05	S/ 2,876.95	S/ 18,860.00	4	S/ 15,983.05	0.00	40%	S/ 6,393.22	S/ 6,393.22	S/ 1,886.00	S/ 4,507.22
Camara Frigorifica	1	S/ 9,480.51	S/ 9,480.51	S/ 1,706.49	S/ 11,187.00	4	S/ 9,480.51	0.00	40%	S/ 3,792.20	S/ 3,792.20	S/ 1,118.70	S/ 2,673.50
Mezcladora	1	S/ 23,491.53	S/ 23,491.53	S/ 4,228.47	S/ 27,720.00	4	S/ 23,491.53	0.00	40%	S/ 9,396.61	S/ 9,396.61	S/ 2,772.00	S/ 6,624.61
Empaquetadora	1	S/ 12,955.08	S/ 12,955.08	S/ 2,331.92	S/ 15,287.00	4	S/ 12,955.08	0.00	40%	S/ 5,182.03	S/ 5,182.03	S/ 1,528.70	S/ 3,653.33
Contenedores Industriales	4	S/ 1,271.19	S/ 5,084.75	S/ 915.25	S/ 6,000.00	4	S/ 5,084.75	0.00	40%	S/ 2,033.90	S/ 2,033.90	S/ 600.00	S/ 1,433.90
Acondicionamiento del local	1	S/ 18,390.00	S/ 18,390.00	S/ 3,310.20	S/ 21,700.20	4	S/ 18,390.00	0.00	0%	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Administración			11,518.64	2,073.36	13,592.00		S/ 11,518.64	0.00		S/ 3,455.59	S/ 3,455.59	S/ 1,019.40	S/ 2,436.19
Computadoras Intel	4	S/ 1,270.34	S/ 5,081.36	S/ 914.64	S/ 5,996.00	4	S/ 5,081.36	0.00	30%	S/ 1,524.41	S/ 1,524.41	S/ 449.70	S/ 1,074.71
Laptop HP	4	S/ 1,609.32	S/ 6,437.29	S/ 1,158.71	S/ 7,596.00	4	S/ 6,437.29	0.00	30%	S/ 1,931.19	S/ 1,931.19	S/ 569.70	S/ 1,361.49
Ventas			S/ 2,540.68	S/ 457.32	S/ 2,998.00		S/ 2,540.68	0.00		S/ 762.20	S/ 762.20	S/ 224.85	S/ 537.35
Computadoras Intel	2	S/ 1,270.34	S/ 2,540.68	S/ 457.32	S/ 2,998.00	4	S/ 2,540.68	0.00	30%	S/ 762.20	S/ 762.20	S/ 224.85	S/ 537.35
TOTAL ACTIVO FIJO			S/139,308.64	S/ 25,075.56	S/ 164,384.20		S/ 139,308.64	0.00		S/46,961.53	S/ 46,961.53	S/ 13,853.65	S/33,107.88
												IGV(Valor	S/ 8,453.07
												Valor de	S/41,560.95

Nota: Elaboración propia.

7.4 Costos y Gastos anuales

7.4.1 Egresos Desembolsables

7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos

Se detalla los insumos y materiales considerados para la elaboración de bolsas y cajas de productos pre cocidos de pescado.

Considerar que los productos de origen agrícola y ganaderos no gravan IGv, esto aplica para nuestro Pescado Lisa.

Tabla 138

Presupuesto de Materia Prima e Insumos

Insumos	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Pescado Lisa(no grava igv)	S/. 7,146	S/. 6,955	S/. 6,955	S/. 9,394	S/. 9,328	S/. 9,328	S/. 15,083	S/. 14,929	S/. 14,929	S/. 16,297	S/. 16,261	S/. 16,261	S/. 142,865	S/. 153,459	S/. 165,016	S/. 176,745	S/. 188,724
Quinoa Polvo	S/. 926	S/. 901	S/. 901	S/. 1,217	S/. 1,209	S/. 1,209	S/. 1,954	S/. 1,934	S/. 1,934	S/. 2,111	S/. 2,107	S/. 2,107	S/. 18,509	S/. 19,881	S/. 21,378	S/. 22,898	S/. 24,450
Ajo Polvo	S/. 383	S/. 373	S/. 373	S/. 503	S/. 500	S/. 500	S/. 808	S/. 800	S/. 800	S/. 873	S/. 871	S/. 871	S/. 7,654	S/. 8,222	S/. 8,841	S/. 9,470	S/. 10,111
Cebolla Polvo	S/. 142	S/. 138	S/. 138	S/. 187	S/. 186	S/. 186	S/. 300	S/. 297	S/. 297	S/. 324	S/. 324	S/. 324	S/. 2,844	S/. 3,055	S/. 3,285	S/. 3,519	S/. 3,757
Aceite Vegetal	S/. 396	S/. 385	S/. 385	S/. 520	S/. 516	S/. 516	S/. 835	S/. 826	S/. 826	S/. 902	S/. 900	S/. 900	S/. 7,907	S/. 8,494	S/. 9,134	S/. 9,783	S/. 10,446
Perejil	S/. 11	S/. 11	S/. 11	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 22	S/. 22	S/. 22	S/. 24	S/. 24	S/. 24	S/. 209	S/. 225	S/. 242	S/. 259	S/. 277
Orégano	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 27	S/. 27	S/. 27	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 409	S/. 439	S/. 472	S/. 506	S/. 540
Sal	S/. 81	S/. 64	S/. 64	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 161	S/. 145	S/. 145	S/. 161	S/. 161	S/. 161	S/. 1,465	S/. 1,562	S/. 1,691	S/. 1,803	S/. 1,932
Pimienta Blanca	S/. 38	S/. 37	S/. 37	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 81	S/. 80	S/. 80	S/. 88	S/. 88	S/. 88	S/. 767	S/. 824	S/. 887	S/. 950	S/. 1,014
Estabilizador	S/. 168	S/. 164	S/. 164	S/. 222	S/. 220	S/. 220	S/. 356	S/. 352	S/. 352	S/. 384	S/. 383	S/. 383	S/. 3,370	S/. 3,621	S/. 3,893	S/. 4,170	S/. 4,453
Antioxidantes	S/. 670	S/. 741	S/. 817	S/. 892	S/. 1,073	S/. 1,251	S/. 1,429	S/. 1,468	S/. 1,510	S/. 1,552	S/. 5,577	S/. 9,940	S/. 14,670	S/. 15,748	S/. 16,869	S/. 11,622	S/. 6,001
Acentuador de sabor	S/. 56	S/. 56	S/. 56	S/. 72	S/. 72	S/. 72	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 129	S/. 129	S/. 129	S/. 1,119	S/. 1,204	S/. 1,292	S/. 1,385	S/. 1,477
Total sin IGv	S/. 10,036	S/. 9,845	S/. 9,921	S/. 13,195	S/. 13,291	S/. 13,469	S/. 21,190	S/. 21,013	S/. 21,056	S/. 22,893	S/. 26,871	S/. 31,233	S/. 201,791	S/. 216,733	S/. 233,001	S/. 243,109	S/. 253,183
IGv	S/. 520	S/. 520	S/. 534	S/. 684	S/. 713	S/. 745	S/. 1,099	S/. 1,095	S/. 1,103	S/. 1,187	S/. 1,910	S/. 2,695	S/. 10,607	S/. 11,389	S/. 12,237	S/. 11,946	S/. 11,603
Total con IGv	S/. 10,557	S/. 10,365	S/. 10,454	S/. 13,879	S/. 14,004	S/. 14,215	S/. 22,289	S/. 22,109	S/. 22,159	S/. 24,080	S/. 28,780	S/. 33,929	S/. 212,398	S/. 228,123	S/. 245,238	S/. 255,055	S/. 264,785

Materiales	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Precinto de seguridad	S/. 148	S/. 0	S/. 0	S/. 198	S/. 0	S/. 0	S/. 317	S/. 0	S/. 0	S/. 344	S/. 0	S/. 0	S/. 1,008	S/. 1,082	S/. 1,164	S/. 1,246	S/. 1,331
Bolsa de plástico	S/. 1,055	S/. 0	S/. 0	S/. 1,406	S/. 0	S/. 0	S/. 2,253	S/. 0	S/. 0	S/. 2,447	S/. 0	S/. 0	S/. 7,161	S/. 7,693	S/. 8,274	S/. 8,861	S/. 9,461
Caja	S/. 1,825	S/. 0	S/. 0	S/. 2,431	S/. 0	S/. 0	S/. 3,895	S/. 0	S/. 0	S/. 4,232	S/. 0	S/. 0	S/. 12,383	S/. 13,300	S/. 14,298	S/. 15,317	S/. 16,357
Etiqueta Nuggets	S/. 211	S/. 0	S/. 0	S/. 281	S/. 0	S/. 0	S/. 451	S/. 0	S/. 0	S/. 489	S/. 0	S/. 0	S/. 1,432	S/. 1,539	S/. 1,655	S/. 1,772	S/. 1,892
Etiqueta palitos de pescado	S/. 219	S/. 0	S/. 0	S/. 292	S/. 0	S/. 0	S/. 467	S/. 0	S/. 0	S/. 508	S/. 0	S/. 0	S/. 1,486	S/. 1,596	S/. 1,716	S/. 1,838	S/. 1,963
Total sin IGv	S/. 3,459	S/. 0	S/. 0	S/. 4,608	S/. 0	S/. 0	S/. 7,383	S/. 0	S/. 0	S/. 8,020	S/. 0	S/. 0	S/. 23,470	S/. 25,209	S/. 27,106	S/. 29,035	S/. 31,003
IGv	S/. 623	S/. 0	S/. 0	S/. 829	S/. 0	S/. 0	S/. 1,329	S/. 0	S/. 0	S/. 1,444	S/. 0	S/. 0	S/. 4,225	S/. 4,538	S/. 4,879	S/. 5,226	S/. 5,581
Total con IGv	S/. 4,082	S/. 0	S/. 0	S/. 5,438	S/. 0	S/. 0	S/. 8,712	S/. 0	S/. 0	S/. 9,464	S/. 0	S/. 0	S/. 27,695	S/. 29,747	S/. 31,986	S/. 34,261	S/. 36,584

Total resumen materia prima	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	2020	2021	2022	2023
Insumos	S/. 10,036	S/. 9,845	S/. 9,921	S/. 13,195	S/. 13,291	S/. 13,469	S/. 21,190	S/. 21,013	S/. 21,056	S/. 22,893	S/. 26,871	S/. 31,233	S/. 201,791	S/. 216,733	S/. 233,001	S/. 243,109	S/. 253,183
Materiales	S/. 3,459	S/. 0	S/. 0	S/. 4,608	S/. 0	S/. 0	S/. 7,383	S/. 0	S/. 0	S/. 8,020	S/. 0	S/. 0	S/. 23,470	S/. 25,209	S/. 27,106	S/. 29,035	S/. 31,003
Total valor de venta	S/. 13,496	S/. 9,845	S/. 9,921	S/. 17,803	S/. 13,291	S/. 13,469	S/. 28,573	S/. 21,013	S/. 21,056	S/. 30,913	S/. 26,871	S/. 31,233	S/. 225,261	S/. 241,943	S/. 260,107	S/. 272,144	S/. 284,186
lgv	S/. 1,142.89	S/. 520.25	S/. 533.84	S/. 1,513.74	S/. 713.29	S/. 745.35	S/. 2,428.13	S/. 1,095.22	S/. 1,102.84	S/. 2,630.84	S/. 1,909.80	S/. 2,695.11	S/. 14,831.26	S/. 15,927.13	S/. 17,116.38	S/. 17,171.79	S/. 17,183.14
Precio	S/. 14,638.43	S/. 10,365.29	S/. 10,454.36	S/. 19,317.13	S/. 14,004.41	S/. 14,214.56	S/. 31,000.80	S/. 22,108.66	S/. 22,158.63	S/. 33,543.88	S/. 28,780.36	S/. 33,928.51	S/. 240,092.47	S/. 257,869.76	S/. 277,223.38	S/. 289,315.90	S/. 301,368.87

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa

Se considera el crecimiento de empleados a lo largo de los 5 años y la remuneración correspondiente. Se considera todos los beneficios según ley para el régimen MYPE.

Tabla 139

Presupuesto de Mano de Obra Directa

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022	Remuneración Mensual S/. 2023
Operaciones	Operarios de Maquina	3	4	4	5	5	S/. 1,000.00				

Cuadro de provisiones	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Operarios de Maquinarias	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00
Total Sueldo Bruto	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00
Gratificación(1/12)	S/. 250.00	S/. 3,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Total Sueldo	S/. 3,250.00	S/. 39,000.00	S/. 52,000.00	S/. 52,000.00	S/. 65,000.00	S/. 65,000.00
CTS(1/24)	S/. 135.42	S/. 1,625.00	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,708.33	S/. 2,708.33
Essalud (9%)	S/. 270.00	S/. 3,240.00	S/. 4,320.00	S/. 4,320.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00
Bono ley(9% de las gratificacion)	S/. 22.50	S/. 270.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Sctr(1%)	S/. 30.00	S/. 360.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Costo MOD	S/. 3,707.92	S/. 44,495.00	S/. 59,326.67	S/. 59,326.67	S/. 74,158.33	S/. 74,158.33

Cuadro de pagos	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Bruto	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 48,000.00	S/. 48,000.00	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00
Gratificación	S/. 250.00	S/. 3,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Pago de CTS	S/. 0.00	S/. 1,489.58	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,708.33	S/. 2,708.33
Essalud	S/. 0.00	S/. 3,240.00	S/. 4,320.00	S/. 4,320.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00
Bono ley(9% de las gratificacion)	S/. 22.50	S/. 270.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Sctr(1%)	S/. 30.00	S/. 360.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Pago planilla MOD	S/. 3,302.50	S/. 44,359.58	S/. 59,326.67	S/. 59,326.67	S/. 74,158.33	S/. 74,158.33

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.3 Presupuesto de Costos Indirectos

Tabla 140

Presupuesto de Costos Indirectos

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Jefe de Operaciones y producción					
Coordinador de abastecimiento y compras					
Básicos	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000
Gratificación	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
Sub Total	84,500	84,500	84,500	84,500	84,500
Pago de CTS	3,227	3,521	3,521	3,521	3,521
Essalud	7,020	7,020	7,020	7,020	7,020
Bono ley(9% de las gratificaciones)	585	585	585	585	585
Sctr(1%)	780	780	780	780	780
Total gasto	96,112	96,406	96,406	96,406	96,406
Utensilios y herramientas	10,164.58	10,367.63	10,164.58	10,367.63	10,164.58
Jabas	2,640	2,640	2,640	2,640	2,640
Tachos de basura	0	203	0	203	0
Botas de seguridad	609	609	609	609	609
Guantes PVC	201	201	201	201	201
Guantes de Descarne	181	181	181	181	181
Uniformes	1,908	1,908	1,908	1,908	1,908
Total herramientas	5,539.15	5,742.20	5,539.15	5,742.20	5,539.15
Cuchillos Crono#8	1,279	1,279	1,279	1,279	1,279
Coladores Estándar	606	606	606	606	606
Bandejas de Acero	484	484	484	484	484
Palas de Mano	643	643	643	643	643
Escobas	15	15	15	15	15
Plumero	5	5	5	5	5
Recogedores	17	17	17	17	17
Desinfectante	203	203	203	203	203
Desatorador	12	12	12	12	12
Bolsa de Basura Grande x 100	153	153	153	153	153
Bolsa de Basura Pequeña x 100	71	71	71	71	71
Jabon Liquido	61	61	61	61	61
Perfumador	171	171	171	171	171
Alcohol 1Lt	153	153	153	153	153
Trapos (Waipe)	142	142	142	142	142
Papel higienico(plancha de 24 rollos)	610	610	610	610	610
Total Utensilios y útiles de limpieza	4,625	4,625	4,625	4,625	4,625
IGV Utensilios y herramientas	1,829.62	1,866.17	1,829.62	1,866.17	1,829.62
Servicios	76,138.68	77,760.24	79,529.53	81,324.47	83,157.71
Recarga extintores	610	610	610	610	610
Teléfono e Internet 70%	1,345	1,345	1,345	1,345	1,345
energía eléctrica(luz) 70%	21,866	23,488	25,257	27,052	28,885
agua 70%	6,763	6,763	6,763	6,763	6,763
Mantenimiento maquinaria y equipos de producción	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300
Limpieza	18,915	18,915	18,915	18,915	18,915
Seguridad	20,339	20,339	20,339	20,339	20,339
I.G.V. Serv.	13,704.96	13,996.84	14,315.32	14,638.40	14,968.39
alquiler local 70%	85,423.73	85,423.73	85,423.73	85,423.73	85,423.73
Igv alquiler	15,376.27	15,376.27	15,376.27	15,376.27	15,376.27
Total Gasto sin IGV	267,839.42	269,957.43	271,523.67	273,521.66	275,151.85
Total Gasto con IGV	298,750.28	301,196.72	303,044.88	305,402.50	307,326.13
Igv de CIF	30,910.86	31,239.29	31,521.21	31,880.85	32,174.28

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.4 Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 141

Presupuesto de Gastos de Administración

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General					
Jefe de Administración y Finanzas					
Básicos	S/ 126,000.00				
Gratificación	S/ 10,500.00				
Sub Total	S/ 136,500.00				
Pago de CTS	S/ 5,213.54	S/ 5,687.50	S/ 5,687.50	S/ 5,687.50	S/ 5,687.50
Essalud	S/ 11,340.00				
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/ 945.00				
SCTR 1% del sueldo	S/ 1,260.00				
Total Gasto	S/ 155,258.54	S/ 155,732.50	S/ 155,732.50	S/ 155,732.50	S/ 155,732.50
Servicios	S/ 13,364.08	S/ 13,827.38	S/ 14,332.89	S/ 14,845.73	S/ 15,369.51
Teléfono e Internet 20%	S/ 384.41				
energía eléctrica(luz) 20%	S/ 6,247.47	S/ 6,710.77	S/ 7,216.28	S/ 7,729.12	S/ 8,252.90
agua 20%	S/ 1,932.20				
Contabilidad	S/ 4,800.00				
IGV Servicios	S/ 1,541.53	S/ 1,624.93	S/ 1,715.92	S/ 1,808.23	S/ 1,902.51
alquiler local 20%	S/ 24,406.78				
Igv alquiler	S/ 4,393.22				
Utiles de Oficina	S/ 893.39				
Set Lapiceros Color Azul x4	S/ 16.95				
Set de Lapices x4	S/ 22.88				
Post-it Amarillo Pastel 3x3	S/ 58.31				
Engrapador Metal	S/ 29.49				
Grapas (caja x 1000)	S/ 4.07				
Clips Mariposas	S/ 24.41				
Sobre Manila Pack x50	S/ 65.76				
Folders Manila Pack x 25	S/ 79.32				
Tampon	S/ 8.81				
Libro de Actas	S/ 144.41				
Papel Fotocopia Xerox A4 75gr	S/ 197.29				
Bandeja Porta Documentos 2 Pisos	S/ 193.90				
Archivador Oficio Lomo Alto	S/ 47.80				
IGV Utiles de Oficina	S/ 160.81				
Actividades Respons. Social	S/ 4,900.00				
Actividades sociales y eventos de beneficien	S/ 4,900.00				
I.G.V. Activ. Respons. Social	S/ 882.00				
Total Gasto sin IGV	S/ 198,822.79	S/ 199,760.05	S/ 200,265.56	S/ 200,778.40	S/ 201,302.18
Total Gasto con IGV	S/ 205,800.36	S/ 206,821.01	S/ 207,417.51	S/ 208,022.66	S/ 208,640.73
IGV Gastos administrativos	S/ 6,977.56	S/ 7,060.96	S/ 7,151.95	S/ 7,244.26	S/ 7,338.54

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.5 Presupuesto de Gastos de Ventas

Se considera la planilla del personal de ventas proyectado por año. También se considera las comisiones de ventas. El IGV del sampling ya está contabilizado en las compras de materia prima.

Tabla 142

Presupuesto de Gastos de Ventas

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Jefe de Marketing y Ventas					
Practicante de Marketing					
Básicos	S/ 53,160.00	S/ 53,160.00	S/ 53,160.00	S/ 53,160.00	S/ 53,160.00
Gratificación	S/ 4,430.00	S/ 4,430.00	S/ 4,430.00	S/ 4,430.00	S/ 4,430.00
Sub Total	S/ 57,590.00	S/ 57,590.00	S/ 57,590.00	S/ 57,590.00	S/ 57,590.00
Pago de CTS	S/ 2,199.62	S/ 2,399.58	S/ 2,399.58	S/ 2,399.58	S/ 2,399.58
Essalud	S/ 4,784.40	S/ 4,784.40	S/ 4,784.40	S/ 4,784.40	S/ 4,784.40
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/ 398.70	S/ 398.70	S/ 398.70	S/ 398.70	S/ 398.70
SCTR 1% del sueldo	S/ 531.60	S/ 531.60	S/ 531.60	S/ 531.60	S/ 531.60
Comisión ventas 2%	S/ 21,769.24	S/ 23,529.22	S/ 25,336.00	S/ 27,199.62	S/ 29,110.38
Total Gasto	S/ 87,273.56	S/ 89,233.50	S/ 91,040.28	S/ 92,903.90	S/ 94,814.66
Serv.	S/ 36,935.90	S/ 39,807.52	S/ 42,770.45	S/ 45,822.30	S/ 48,950.33
Teléfono e Internet 10%	S/ 192.20	S/ 192.20	S/ 192.20	S/ 192.20	S/ 192.20
energía eléctrica(luz) 10%	S/ 3,123.73	S/ 3,355.39	S/ 3,608.14	S/ 3,864.56	S/ 4,126.45
agua 10%	S/ 966.10	S/ 966.10	S/ 966.10	S/ 966.10	S/ 966.10
Rebate 3%	S/ 32,653.86	S/ 35,293.83	S/ 38,004.00	S/ 40,799.43	S/ 43,665.57
IGV Serv.	S/ 6,648.46	S/ 7,165.35	S/ 7,698.68	S/ 8,248.01	S/ 8,811.06
alquiler local 10%	S/ 12,203.39	S/ 12,203.39	S/ 12,203.39	S/ 12,203.39	S/ 12,203.39
Igv alquiler	S/ 2,196.61	S/ 2,196.61	S/ 2,196.61	S/ 2,196.61	S/ 2,196.61
Publicidad y Marketing	S/ 45,497.23	S/ 45,925.45	S/ 45,670.02	S/ 41,847.59	S/ 41,453.93
Periodicos	S/ 9,881.56	S/ 10,500.00	S/ 10,500.00	S/ 7,000.00	S/ 7,000.00
Envío Mailing	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Comunity Manager	S/ 11,160.00	S/ 11,160.00	S/ 11,160.00	S/ 11,160.00	S/ 11,160.00
Productora de degustadoras	S/ 16,000.00	S/ 16,000.00	S/ 16,000.00	S/ 16,000.00	S/ 16,000.00
Degustaciones	S/ 3,400.00	S/ 3,400.00	S/ 3,400.00	S/ 3,400.00	S/ 3,400.00
Eventos	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00
Sampling	S/ 3,505.67	S/ 3,315.45	S/ 3,060.02	S/ 2,737.59	S/ 2,343.93
IGV Publicidad y Marketing	S/ 2,669.68	S/ 2,781.00	S/ 2,781.00	S/ 2,151.00	S/ 2,151.00
Total Gasto sin IGV	S/181,910.08	S/187,169.86	S/191,684.14	S/192,777.18	S/ 197,422.31
Igv gastos de ventas	S/ 11,514.75	S/ 12,142.96	S/ 12,676.29	S/ 12,595.62	S/ 13,158.67
Pago area de ventas sin sampling	S/190,755.15	S/196,531.82	S/201,579.43	S/ 203,221.81	S/ 208,429.98

Nota: Elaboración propia.

7.4.2 Egresos no Desembolsables

Los egresos no desembolsables no son considerados como activos, para este proyecto aplicaría únicamente en el año 2019. No ocasionan salidas de caja al no ser depreciables.

7.4.2.1 Depreciación

Tabla 143

Depreciación

Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según sunat	2019	2020	2021	2022	2023
Operaciones			S/. 125,249.32		S/. 31,312.33	S/. 31,312.33	S/. 31,312.33	S/. 31,312.33	S/. 0.00
Balanza de Acero Inoxidable 400k	1	S/. 1,118.64	S/. 1,118.64	25%	S/. 279.66	S/. 279.66	S/. 279.66	S/. 279.66	
Moldeadora	1	S/. 20,661.02	S/. 20,661.02	25%	S/. 5,165.25	S/. 5,165.25	S/. 5,165.25	S/. 5,165.25	
Empanizadora	1	S/. 18,084.75	S/. 18,084.75	25%	S/. 4,521.19	S/. 4,521.19	S/. 4,521.19	S/. 4,521.19	
Freidora y Rebozadora	1	S/. 15,983.05	S/. 15,983.05	25%	S/. 3,995.76	S/. 3,995.76	S/. 3,995.76	S/. 3,995.76	
Camara Frigorifica	1	S/. 9,480.51	S/. 9,480.51	25%	S/. 2,370.13	S/. 2,370.13	S/. 2,370.13	S/. 2,370.13	
Mezcladora	1	S/. 23,491.53	S/. 23,491.53	25%	S/. 5,872.88	S/. 5,872.88	S/. 5,872.88	S/. 5,872.88	
Empaquetadora	1	S/. 12,955.08	S/. 12,955.08	25%	S/. 3,238.77	S/. 3,238.77	S/. 3,238.77	S/. 3,238.77	
Contenedores Industriales	4	S/. 1,271.19	S/. 5,084.75	25%	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	
Acondicionamiento del local	1	S/. 18,390.00	S/. 18,390.00	25%	S/. 4,597.50	S/. 4,597.50	S/. 4,597.50	S/. 4,597.50	
Administración			S/. 11,518.64		S/. 2,879.66	S/. 2,879.66	S/. 2,879.66	S/. 2,879.66	S/. 0.00
Computadoras Intel	4	S/. 1,270.34	S/. 5,081.36	25%	S/. 1,270.34	S/. 1,270.34	S/. 1,270.34	S/. 1,270.34	
Laptop HP	4	S/. 1,609.32	S/. 6,437.29	25%	S/. 1,609.32	S/. 1,609.32	S/. 1,609.32	S/. 1,609.32	
Ventas			S/. 2,540.68		S/. 635.17	S/. 635.17	S/. 635.17	S/. 635.17	S/. 0.00
Computadoras Intel	2	S/. 1,270.34	S/. 2,540.68	25%	S/. 635.17	S/. 635.17	S/. 635.17	S/. 635.17	
			S/. 139,308.64		S/. 34,827.16	S/. 34,827.16	S/. 34,827.16	S/. 34,827.16	S/. 0.00

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.2 Amortización de Intangibles

Con respecto al tema de amortización de intangibles, se van a amortizar los intangibles a valor de venta y los gastos pre operativos amortizables(no se considera el activo fijo no depreciable ni la garantía de alquiler ni el acondicionamiento del local ya que está siendo depreciado)

Para un efecto tributario mayor en el primer año procederemos a amortizar todos los gastos pre-operativos en el primer año de operación.

Tabla 144

Amortización Intangible

	2019	2020	2021	2022	2023
Amortización de Intangibles	407.52	407.52	407.52	407.52	407.52
amortizacion administrativa 100%	407.52	407.52	407.52	407.52	407.52

Gastos pre-operativos amortizables

	Valor	I.G.V.	Importe
Utensilios, Enseres	S/ 7,189.24	S/ 1,294.06	S/ 8,483.30
Marketing de Lanzamiento	S/ 52,180.90	S/ 9,392.56	S/ 61,573.46
Remuneraciones diciembre	S/ 26,893.36	S/ -	S/ 26,893.36
Servicios diciembre	S/ 3,390.68	S/ 448.32	S/ 3,839.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	S/ 10,169.49	S/ 1,830.51	S/ 12,000.00
Total gasto pre-operativo amortizables	S/ 99,823.66	S/ 12,965.45	S/ 112,789.12

	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Amortización de Gasto pre-operativos</i>	<i>S/ 9,982.37</i>				
amortizacion operaciones 70%	S/ 6,987.66				
amortizacion administrativa 20%	S/ 1,996.47				
amortizacion ventas 10%	S/ 998.24				

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables

Los gastos por activos fijos no depreciables se devengan como gasto el primer año de operaciones.

Tabla 145

Gastos por Activos Fijos no Depreciables

	2019	2020	2021	2022	2023
Operaciones y producción	S/ 6,185.59				
Administración	S/ 1,834.14				
Ventas	S/ 1,099.83				
Total gasto por activo fijo no depreciable	S/ 9,119.57	0.0	0.0	0.0	0.0

Nota: Elaboración propia.

7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario

Tabla 146

Costo de Producción Unitario Nuggets

Costo unitario Bolsa de Nuggets de 300 gr

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima	1.38	1.38	1.38	1.38	1.38
Mano de Obra Directa	0.34	0.42	0.39	0.46	0.43
Costos Indirectos	2.07	1.93	1.80	1.69	1.59
Total Costo de Producción unitario	3.79	3.73	3.57	3.53	3.39
Gastos Administrativos	1.54	1.43	1.33	1.24	1.16
Gastos de Venta	1.41	1.34	1.27	1.19	1.14
Gastos de factoring	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
Depreciación Activo Fijo	0.27	0.25	0.23	0.22	0.00
Amortización de Intangibles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.08	0.07	0.07	0.06	0.06
Gasto por activo fijo no depreciable	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo Total unitario	7.39	7.06	6.71	6.48	6.00
Valor de venta al canal	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Margen	0.61	0.94	1.29	1.52	2.00
Margen en%	7.64%	11.79%	16.09%	19.03%	25.05%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 147

Costo de Producción Unitario Palitos de Pescado

Costo unitario Caja Palitos de Pescado por 350 gr

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima	1.73	1.73	1.73	1.73	1.73
Mano de Obra Directa	0.34	0.42	0.39	0.46	0.43
Costos Indirectos	2.07	1.93	1.80	1.69	1.59
Total Costo de Producción unitario	4.14	4.08	3.92	3.88	3.74
Gastos Administrativos	1.54	1.43	1.33	1.24	1.16
Gastos de Venta	1.41	1.34	1.27	1.19	1.14
Gastos de factoring	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
Depreciación Activo Fijo	0.27	0.25	0.23	0.22	0.00
Amortización de Intangibles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.08	0.07	0.07	0.06	0.06
Gasto por activo fijo no depreciable	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo Total unitario	7.74	7.41	7.06	6.83	6.35
Valor de venta al canal	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
Margen	1.26	1.59	1.94	2.17	2.65
Margen en%	14.01%	17.69%	21.52%	24.13%	29.48%

Nota: Elaboración propia.

7.4.4 Costos fijos y variables unitarios

Tabla 148

Costos Fijos y Variables Unitarios

	2019	2020	2021	2022	2023
unidades vendidas	129,442.00	139,908.00	150,653.00	161,733.00	173,094.00
Materia prima	225,261.21	241,942.63	260,107.00	272,144.11	284,185.72
Luz	31,237.35	33,553.86	36,081.42	38,645.61	41,264.52
Comisión ventas 2%	21,769.24	23,529.22	25,336.00	27,199.62	29,110.38
Sampling	3,505.67	3,315.45	3,060.02	2,737.59	2,343.93
Mano de Obra Directa	44,495.00	59,326.67	59,326.67	74,158.33	74,158.33
Factoring scotiabank	30,971.26	33,475.20	36,045.72	38,697.11	41,415.56
Costos Variables	357,239.73	395,143.02	419,956.83	453,582.37	472,478.45
Costo Variable Unitario Promedio	2.76	3.16	3.12	3.14	3.07
Costos Indirectos Fijo	245,973.28	246,469.73	246,266.68	246,469.73	246,266.68
Gastos Administrativos Fijo	192,575.32	193,049.28	193,049.28	193,049.28	193,049.28
Gastos de Venta Fijo	109,972.95	109,911.37	109,007.98	104,576.17	103,620.79
Depreciación Activo Fijo	34,827.16	34,827.16	34,827.16	34,827.16	0.00
Amortización de Intangibles	407.52	407.52	407.52	407.52	407.52
Amortización de Pre Operativos	9,982.37	9,982.37	9,982.37	9,982.37	9,982.37
(-) Activos fijos no depreciables	9,119.57	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos Fijos	602,858.17	594,647.43	593,540.99	589,312.23	553,326.64
costo fijo unitario	4.66	4.25	3.94	3.64	3.20
Costo total unitario	7.42	7.41	7.06	6.78	6.26

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII : Estados Financieros Proyectados

8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

En el estado de Ganancias y Pérdidas no se considera el IGV y su única finalidad es la de calcular el monto a pagar el impuesto a la renta. Se procede a realizar uno sin gasto financiero.

Tabla 149

Estados de Ganancias y Pérdidas sin Gastos Financieros

Rubro	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
Ventas	1,088,462	1,176,461	1,266,800	1,359,981	1,455,519	
Factoring scotiabank	30,971	33,475	36,046	38,697	41,416	
Ventas neto	1,057,491	1,142,986	1,230,754	1,321,284	1,414,103	
(-) Costo de Ventas	537,596	571,227	590,957	619,824	633,496	
(-) Materia Prima	225,261	241,943	260,107	272,144	284,186	
(-) Mano de Obra	44,495	59,327	59,327	74,158	74,158	
(-) Costos Indirectos	267,839	269,957	271,524	273,522	275,152	
Utilidad Bruta	519,895	571,759	639,797	701,460	780,608	
(-) Gastos Operativos	435,069	432,147	437,167	438,773	409,114	
(-)Gastos Administrativos	198,823	199,760	200,266	200,778	201,302	
(-)Gastos de Venta	181,910	187,170	191,684	192,777	197,422	
(-)Depreciación Activo Fijo	34,827	34,827	34,827	34,827	0	
(-)Amortización de Intangibles	408	408	408	408	408	
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	9,982	9,982	9,982	9,982	9,982	
Gasto por activo fijo no depreciable	9,120	0	0	0	0	
EBIT o Resultado Operativo	84,826	139,612	202,630	262,687	371,493	
(+) Ingresos Financieros						
(-) Gastos Financieros						
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						46,961.53
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)						0.00
Resultado antes de I. Renta	84,826	139,612	202,630	262,687	371,493	46,962
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	8,483	41,186	59,776	77,493	109,590	13,854
Resultado Neto	76,343	98,427	142,854	185,194	261,903	33,108

Nota: Elaboración propia.

8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal

En el estado de Ganancias y Pérdidas no se considera el IGV y su única finalidad es la de calcular el monto a pagar el impuesto a la renta. Se procede a realizar uno sin gasto financiero y otro con gasto financiero para calcular el monto del escudo. Se agrega el gasto financiero por intereses calculados en el programa de financiamiento.

Para hallar el escudo fiscal se resta los impuestos a la renta calculados en ambos estados financieros.

Tabla 150

Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y EF

Rubro	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación	análisis vertical				
							2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	1,088,462	1,176,461	1,266,800	1,359,981	1,455,519		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Factoring scotiabank	30,971	33,475	36,046	38,697	41,416						
Ventas netas	1,057,491	1,142,986	1,230,754	1,321,284	1,414,103						
(-) Costo de Ventas	537,596	571,227	590,957	619,824	633,496		49.39%	48.55%	46.65%	45.58%	43.52%
(-) Materia Prima	225,261	241,943	260,107	272,144	284,186		20.70%	20.57%	20.53%	20.01%	19.52%
(-) Mano de Obra	44,495	59,327	59,327	74,158	74,158		4.09%	5.04%	4.68%	5.45%	5.09%
(-) Costos Indirectos	267,839	269,957	271,524	273,522	275,152		24.61%	22.95%	21.43%	20.11%	18.90%
Utilidad Bruta	519,895	571,759	639,797	701,460	780,608	0	47.76%	48.60%	50.50%	51.58%	53.63%
(-) Gastos Operativos	435,069	432,147	437,167	438,773	409,114	0	39.97%	36.73%	34.51%	32.26%	28.11%
(-)Gastos Administrativos	198,823	199,760	200,266	200,778	201,302	0	18.27%	16.98%	15.81%	14.76%	13.83%
(-)Gastos de Venta	181,910	187,170	191,684	192,777	197,422	0	16.71%	15.91%	15.13%	14.17%	13.56%
(-)Depreciación Activo Fijo	34,827	34,827	34,827	34,827	0	0	3.20%	2.96%	2.75%	2.56%	0.00%
(-)Amortización de Intangibles	408	408	408	408	408	0	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	9,982	9,982	9,982	9,982	9,982	0	0.92%	0.85%	0.79%	0.73%	0.69%
Gasto por activo fijo no depreciable	9,120	0	0	0	0	0					
EBIT o Resultado Operativo	84,826	139,612	202,630	262,687	371,493	0	7.79%	11.87%	16.00%	19.32%	25.52%
(+) Ingresos Financieros							0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Gastos Financieros	40,749	31,109	21,575	8,629	0		3.74%	2.64%	1.70%	0.63%	0.00%
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						46,962	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)						0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Resultado antes de I. Renta	44,077	108,504	181,055	254,058	371,493	46,962	4.05%	9.22%	14.29%	18.68%	25.52%
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	4,408	32,009	53,411	74,947	109,590	13,854	0.40%	2.72%	4.22%	5.51%	7.53%
Resultado Neto	39,669	76,495	127,644	179,111	261,903	33,108	3.64%	6.50%	10.08%	13.17%	17.99%
Escudo Fiscal	4,075	9,177	6,365	2,546	0	0					

Nota: Elaboración propia.

8.4 Flujo de Caja Operativo

Se considera las entradas y salidas de efectivo con IGV.

Tabla 151

Flujo de caja operativo

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
Ingresos por Ventas		1,284,385	1,388,224	1,494,824	1,604,778	1,717,512	
Factoring		30,971	33,475	36,046	38,697	41,416	
Ingresos neto		1,253,414	1,354,749	1,458,778	1,566,080	1,676,097	
(-) Costos operativos		1,076,458	1,208,324	1,267,926	1,333,518	1,401,653	25,968
(-) Materia Prima		240,092	257,870	277,223	289,316	301,369	
(-) Mano de Obra Directa		44,360	59,327	59,327	74,158	74,158	
(-) Costos Indirectos		298,750	301,197	303,045	305,403	307,326	
(-) Gastos Administrativos		205,800	206,821	207,418	208,023	208,641	
(-) Gastos de Venta		190,755	196,532	201,579	203,222	208,430	
(-) Impuesto a la Renta		8,483	41,186	59,776	77,493	109,590	13,854
(-) Pago de IGV		88,218	145,393	159,558	175,904	192,139	12,114
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		176,956	146,425	190,852	232,562	274,444	(25,968)

Nota: Elaboración propia.

8.5 Flujo de Capital

Tabla 152

Flujo de capital

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
Activo fijo depreciable	(164,384)						
Activo Intangible	(4,075)						
Gastos pre-operativos	(147,550)						
Inventarios	(2,232)						
Capital de trabajo	(26,704)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	0	35,709
Recuperacion de garantía							24,000
Valor salvamento activo fijo + Igv							55,415
FLUJO DE CAPITAL	(344,946)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	0	115,124

Nota: Elaboración propia.

8.6 Flujo de Caja Económico

Tabla 153

Flujo de caja económico

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
FLUJO DE CAPITAL	(344,946)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	0	115,124
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156

Nota: Elaboración propia.

8.7 Flujo del Servicio de la deuda

Tabla 154

Flujo de servicio de la deuda

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
FLUJO DE CAPITAL	(344,946)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	0	115,124
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156
Préstamo	144,946						
Cuotas de reembolso del préstamo		(73,797)	(57,737)	(57,737)	(57,737)	0	
Escudo Fiscal		4,075	9,177	6,365	2,546	0	
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	144,946	(69,722)	(48,560)	(51,373)	(55,192)	0	0

Nota: Elaboración propia.

8.8 Flujo de Caja Financiero

Tabla 155

Flujo de caja financiero

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidación
FLUJO DE CAPITAL	(344,946)	(2,159)	(2,216)	(2,286)	(2,344)	0	115,124
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156
Préstamo	144,946						
Cuotas de reembolso del préstamo		(73,797)	(57,737)	(57,737)	(57,737)	0	
Escudo Fiscal		4,075	9,177	6,365	2,546	0	
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	144,946	(69,722)	(48,560)	(51,373)	(55,192)	0	0
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(200,000)	105,075	95,648	137,194	175,027	274,444	89,156

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX : Evaluación Económico Financiera

9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento

9.1.1 Costo de Oportunidad

9.1.1.1 CAPM

Tasa Libre de riesgo + [Beta Apalancado*(Rendimiento del mercado – Tasa Libre de Riesgo)] + Riesgo País Actual

Tabla 156

Calculo de CAPM

Concepto	Base	Sigla	Dato
Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 1928-2017	RM	11.53%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 1928-2017	TLR	5.15%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	57.98%
% Financiamiento	Estructura de financiamiento del proyecto	D	42.02%
Tasa Impuesto a la Renta	Impuesto a la renta vigente	I	29.50%
Beta Desapalancada	Food Processing	BD	0.55
Riesgo País mayo 2018	BCR	RP	1.35%
Beta Apalancado	$BA = BD * \{1 + (D/E) * (1 - I)\}$	BA	0.83
Costo Capital Propio α/	$KP = TLR + [BA * (RM - TLR)] + RP$	KP	11.8%

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2 COK propio

Procedemos a tomar en cuenta el costo de oportunidad propio de cada socio. Se detalla las inversiones de cada socio en vez de invertir en el proyecto.

COK Propio: Rentabilidad esperada * Ponderación.

Tabla 157

Calculo de COK

	rentabilidad esperada de la inversion propia de cada socio
Socio 1(deposito a plazo fijo credi scotiabank)	2.50%
Socio2(deposito a plazo fijo banco financiero)	5.75%
Socio 3(deposito a plazo fijo banco falabella)	4.50%
Socio 4(deposito a plazo fijo banco ripley)	4.15%
Socio 5(deposito a plazo fijo Interbank)	5.50%
Cok promedio	4.48%
Factor de riesgo(TCEa neta mas alta+ cok promedio)/cok promedio	7.3
Cok proio	32.79%

Nota: Elaboración propia.

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El Costo del Capital Propio Ajustado se empleará para descontar el Flujo Financiero.

El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) se emplea para descontar el Flujo Económico.

Tabla 158

Calculo de WACC

Concepto	Monto	%	Costo	Costo neto	wacc
Deuda activo fijo	S/. 131,507.36	38.12%	35.80%	25.24%	9.622%
Deuda capital de trabajo	S/. 13,438.93	3.90%	40.15%	28.31%	1.103%
Capital propio	S/. 200,000.00	57.98%	32.79%	32.79%	19.009%
	S/. 344,946.29				29.73%

Nota: Elaboración propia.

9.2 Evaluación Económica Financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

9.2.1.1 VANE y VANF

Para hallar el VAN hemos traído a valor presente los flujos de caja futuros para restar el flujo de caja del año 0, esto se realiza por el concepto del valor de dinero en el tiempo.

Para hallar el VANE hemos descontando los flujos de caja económicos con el wacc.

Tabla 159

Calculo del VANE y VANF

El VANE se determina a partir del flujo de caja económico, es la ganancia neta para la empresa o proyecto después de inversiones. En nuestro caso es mayor a 0, entonces es viable.

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidacion
FLUJO ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156

29.73% wacc

VANE 136,471

El VANF evalúa la rentabilidad del proyecto incluyendo el financiamiento externo

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidacion
FLUJO FINANCIERO	(200,000)	105,075	95,648	137,194	175,027	274,444	89,156

32.79% COK PROPIO

VANF 131,019

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado

Tabla 160

Calculo de TIRE, TIRF y TIRME

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidacion
FLUJO ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156
FLUJO FINANCIERO	(200,000)	105,075	95,648	137,194	175,027	274,444	89,156

TIRE y TIRF

TIRE	46.70%
TIRF	58.38%

El TIRME toma como costo de oportunidad de reinversión el WACC a diferencia del TIRMF que toma el COK propio. Considerando el wacc y cok respectivamente para las Reinversiones.

CONCEPTO	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023	Liquidacion
FLUJO ECONOMICO	(344,946)	174,797	144,208	188,566	230,219	274,444	89,156
FLUJO FINANCIERO	(200,000)	105,075	95,648	137,194	175,027	274,444	89,156

TIR Modificado (TIRM) a/

TIRME	37.15%
TIRMF	44.42%

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.3 Período de Recuperación descontado

Según el análisis realizado, llegamos a la siguiente conclusión :El proyecto recupera la inversión en 3 años y 6 meses y los Accionistas recuperan la inversión en 3 años y dos meses.

Tabla 161

Período de recuperación descontado

Flujo Económico Descontado	(344,946)	134,735	85,680	86,358	81,269	74,676	18,699
Acumulado	(344,946)	(210,212)	(124,531)	(38,173)	43,095	117,772	136,471

Período de Recupero Económico 3.47 años
Equivalente a: 3 años 6 meses

Flujo Financiero Descontado	(200,000)	79,131.15	54,246.56	58,597.54	56,298.76	66,480.72	16,264.60
Acumulado	(200,000)	(120,869)	(66,622)	(8,025)	48,274	114,755	131,019

Período de Recupero Financiero 3.14 años
Equivalente a: 3 año 2 meses

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.4 Análisis Beneficio/Costo (B/C)

Se llegó al siguiente resultado.

Por cada sol de inversión el proyecto recibe 1.40 soles y se gana 0.40 soles

Por cada sol de inversión propia los accionistas reciben 1.66 soles y se gana 0.66 soles

Tabla 162

Análisis Beneficio

Análisis Beneficio/Costo (B/C)

Relación B/C Económico:	1.40
Relación B/C Financiero:	1.66

Nota: Elaboración propia.

9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio

Es la cantidad de productos que deben ser vendidos para cubrir nuestros costos y gastos totales.

9.2.2.1 Costos Variables, Costos Fijos

En los siguientes cuadros se detallara las

Tabla 163

Análisis costos variables y costos fijos

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas (en Soles)	1,088,462	1,176,461	1,266,800	1,359,981	1,455,519
unidades vendidas	129,442	139,908	150,653	161,733	173,094
Valor de Venta Promedio	8.41	8.41	8.41	8.41	8.41
Materia prima	225,261	241,943	260,107	272,144	284,186
Luz	31,237	33,554	36,081	38,646	41,265
Comisión ventas 2%	21,769	23,529	25,336	27,200	29,110
Sampling	3,506	3,315	3,060	2,738	2,344
Mano de Obra Directa	44,495	59,327	59,327	74,158	74,158
Factoring scotiabank	30,971	33,475	36,046	38,697	41,416
Rebate 4%	43,538	47,058	50,672	54,399	58,221
Costos Variables	400,778	442,201	470,629	507,982	530,699
Costo Variable Unitario Promedio	3.10	3.16	3.12	3.14	3.07
Costos Indirectos Fijo	245,973	246,470	246,267	246,470	246,267
Gastos Administrativos Fijo	192,575	193,049	193,049	193,049	193,049
Gastos de Venta Fijo	109,973	109,911	109,008	104,576	103,621
Depreciación Activo Fijo	34,827	34,827	34,827	34,827	0
Amortización de Intangibles	408	408	408	408	408
Amortización de Pre Operativos	9,982	9,982	9,982	9,982	9,982
(-) Activos fijos no depreciables	9,120	0	0	0	0
Costos Fijos	602,858	594,647	593,541	589,312	553,327

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2 Estado de Resultados (costeo directo)

Tabla 164

Análisis costeo directo

Resultados (Costeo Directo)	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	1,088,462	1,176,461	1,266,800	1,359,981	1,455,519
(-) Costos Variables(incluido el factoring)	400,778	442,201	470,629	507,982	530,699
Margen de Contribución	687,684	734,260	796,171	851,999	924,820
(-) Costos Fijos	602,858	594,647	593,541	589,312	553,327
Utilidad Operativa	84,826	139,612	202,630	262,687	371,493
(+) Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(-) Gastos Financieros	40,749	31,109	21,575	8,629	0
(-) Pérdida Venta Activo Fijo	0	0	0	0	0
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
Resultado antes de I. Renta	44,077	108,504	181,055	254,058	371,493
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	4,408	32,009	53,411	74,947	109,590
Resultado Neto	39,669	76,495	127,644	179,111	261,903

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades

Tabla 165

Análisis punto de equilibrio en unidades

Punto de Equilibrio unidades	113,475	113,306	112,311	111,868	103,563
Bolsa de Nuggets de 300 gr	61844	61752	61209	60968	56442
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	51631	51554	51101	50900	47121

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles

Tabla 166

Análisis punto de equilibrio en unidades

Punto de Equilibrio (En Soles)	S/. 954,200	S/. 952,769	S/. 944,392	S/. 940,674	S/. 870,848
Bolsa de Nuggets de 300 gr	S/. 520,039	S/. 519,259	S/. 514,694	S/. 512,667	S/. 474,612
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	S/. 434,161	S/. 433,510	S/. 429,698	S/. 428,007	S/. 396,236

Nota: Elaboración propia.

9.3 Análisis de Sensibilidad y de riesgo

9.3.1 Variables de Entrada

Tabla 167

Variables de Entrada

variables de entrada
Demanda
Precio
Costos de materia prima

Nota: Elaboración propia.

9.3.2 Variables de Salida

Para las variables de salida hemos considerado los indicadores de rentabilidad obtenidos.

Tabla 168

Variables de Salida

VANE	136,471
VANF	131,019
TIRE	46.70%
TIRF	58.38%
TIRME	37.15%
TIRMF	44.42%

Nota: Elaboración propia.

9.3.3 Análisis Unidimensional

La Demanda proyectada podría disminuir hasta en 7.671% y el Proyecto seguiría siendo viable.

Tabla 169

Análisis Unidimensional

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda de Bienes Proyectada	129,442	139,908	150,653	161,733	173,094
Bolsa de Nuggets de 300 gr	76,516	82,711	89,077	95,616	102,327
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	52,926	57,197	61,576	66,117	70,767
VANE					136,471
TIRE					46.70%
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN EN LA DEMANDA					-7.671%
Demanda de Bienes Proyectada	119,512	129,176	139,096	149,326	159,816
Bolsa de Nuggets de 300 gr	70,646	76,366	82,244	88,281	94,477
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	48,866	52,809	56,852	61,045	65,338
NUEVO VANE					0
NUEVO TIR					29.73%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 170

Análisis de Sensibilidad unidimensional de la Variación del Precio

Valor de venta sin igv	DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL				
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precios sin igv					
Bolsa de Nuggets de 300 gr	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
VANE					136,471
TIRE					46.70%
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN EN EL PRECIO					-5.95%
Precios sin igv					
Bolsa de Nuggets de 300 gr	7.52	7.52	7.52	7.52	7.52
Caja Palitos de Pescado por 350 gr	8.46	8.46	8.46	8.46	8.46
NUEVO VANE					0
NUEVO TIR					29.73%

Nota: Elaboración propia.

Los Precios proyectados podrían disminuir hasta en 5.95% y el Proyecto seguiría siendo viable.

9.3.4 Análisis Multidimensional

En el análisis consideramos las tres variables al mismo tiempo y en los tres escenarios, con lo que se determinó que a pesar de los escenarios posibles el proyecto sigue siendo viable para la empresa como para el accionista, para hallar este resultado hemos ponderado los pesos del VANE y VANF tal como detallamos en el cuadro.

Tabla 171

Análisis Multidimensional

	Pesimista	Base	optimista
Demanda	-5%	0%	5%
Precio	-5%	0%	5%
Costos de materia prima	10%	0%	0%

VANE	-114,020	136,471	340,445
VANF	-79,263	131,019	310,605
TIRE	16.61%	46.70%	73.51%
TIRF	18.54%	58.38%	95.53%

Pesos de ocurrencia	25%	50%	25%
---------------------	-----	-----	-----

VANE esperado	124,842
VANF esperado	123,345

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX : Conclusiones y Recomendaciones

10.1 Conclusiones

- El proyecto es rentable considerando que se obtendría un VANE de 136,471 soles y un TIRE de 46.70%, el cual es mayor al WACC de 29.73%. Permitiendo recuperar la inversión económica a partir del tercer año y 6 meses.
- Se financiará el proyecto a través de capital propio de los 5 accionista por un total de S/ 200,000, que representa el 58% de la inversión total y será asignado para los activos intangibles, gastos pre operativos y una parte de la inversión inicial en Producto Terminado y Capital de trabajo. La diferencia de inversión (42%) será financiada a través de 2 préstamos, uno por S/ 131,507 para Activos Fijo Tangibles y el otro por S/ 13,438 para Capital de Trabajo. La TCEA para los préstamos son de 25.90% y 40.15% respectivamente.

10.2 Recomendaciones

Convenio con productos complementarios alimenticios que sean de acompañamiento para nuestro producto, esto con el fin de reducir nuestro riesgo de demanda ya que es un riesgo alto en nuestro análisis dimensional asumiendo donde tenemos un margen critico de 7.61% en la disminución de nuestra demanda.

Tenemos con margen de 5% de disminución en nuestro precio lo cual es riesgoso ya que genera un VANE en negativo, sin embargo, en este escenario poco probable, estamos recomendando aumentar nuestro valor de venta ya que creemos que actualmente nuestro precio es menor a nuestra competencia, y su nuestro análisis de precios podemos competir con un precio mayor.

Bibliografía

- Alvarez, I. (15 de febrero, 2018). Crecimiento del PBI en el 2017 no alcanzó la meta oficial [Elcomercio.pe]. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/crecimiento-pbi-2017-alcanzo-meta-oficial-noticia-497394>.
- Carpio, D. (15 de diciembre, 2017). EY: actividad pesquera registrará un crecimiento de 30.2% al cierre del presente año [Gestión.pe]. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/ey-actividad-pesquera-registrara-crecimiento-30-2-al-cierre-del-presente-ano-222291>
- Ghezzi, P. (2015). Guía de Buenas Prácticas Pesqueras. Recuperado el 20 de marzo, 2018 de: <http://www.produce.gob.pe/documentos/pesca/pesca-artesanal/guia-de-buenas-practicas-pesqueras.pdf>
- Ghezzi, P. (2015). Manual para la constitución y manejo de cooperativas pesqueras de servicios. Recuperado el 10 de abril, 2018 de: <http://www.produce.gob.pe/documentos/pesca/pesca-artesanal/manual-constitucion-y-manejo-de-cooperativas.pdf>
- Huaman, Segundo (2015). Elaboración de embutidos tipo Hot Dog y Mortaderla a partir de *Brachyplatystoma flavicans* (Dorado) (Tesis de maestría). Recuperada de Repositorio de la universidad de nacional de amazonia peruana de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4420/Segundo_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Schiffner, E. (1996). Elaboración casera de carnes y embutidos. Zaragoza: Acrabia editorial
- Al año 2021, el Perú alcanzará los 33 millones 149 mil habitantes (2013, 12 de junio). Recuperado de: <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/16754.pdf>

Anexos

Anexo 1 – Cuestionario Focus Group

Objetivo: Determinar aspectos cualitativos que tiene el consumidor de productos precocidos a base de pescado, y de esta forma medir la percepción del cliente sobre la penetración al mercado de los Nuggets y Palitos de pescados con harina de quinua en la ciudad de Lima. También se desea conocer aspectos cuantitativos de la adquisición del producto.

Información: El Focus Group se realizará el miércoles 16 de abril del 2018 en Avenida Diagonal 176, Miraflores, contando con la participación de 7 personas (2 hombres y 5 mujeres), quienes cumplen con los criterios de segmentación exigidos de acuerdo al modelo de negocio.

Guía de indagación

Población de 23 a 39 años

Introducción

- Explicar el concepto del producto.
- Mostrar el producto: envase físico, muestras del producto, degustaciones.

1. Reacciones ante los atributos buscados en los productos de Nuggets a base de pescado de lisa apanados con harina de quinua (presentación en bolsa de 8 unidades de 300gr) y Palitos a base de pescado de lisa apanados con harina de quinua (presentación en caja de 10 unidades de 350gr)

- ¿Es usted consumidor de Nuggets y Palitos de pescado?
- De manera general, ¿Cuál es el concepto que tiene sobre Nuggets y Palitos de pescado?
- ¿Cuáles son las características que le atraen consumir Nuggets y Palitos de pescado?

- Cuando se hace mención de productos pre cocidos de pescado, ¿Qué es lo primero que usted grafica o asocia este producto en su mente? ¿En qué piensan? ¿Qué más? ¿Con qué otras cosas lo asocian? ¿Qué sensaciones? ¿Qué sentimientos? ¿Por qué?
- ¿Cuál es la reflexión que tiene usted sobre Nuggets y Palitos de pescado?
- ¿Cuál es la descripción final que tiene usted acerca del consumo de Nuggets y Palitos de pescado?
- Si tuviera que asociar los aspectos negativos de los Nuggets de Pescado ¿Cuáles serían esos elementos de juicio o factores por los cuales no consumirías?
- ¿Cuál sería los Nuggets y Palitos de pescado que usted consumiría? ¿Qué aspecto característico debería tener?
- ¿Cómo podría desarrollar una presentación final apropiada de Nuggets y Palitos de pescado?
- ¿Cuáles son las marcas de Nuggets y Palitos de pescado que conoce? ¿Cuál es la más conocida? ¿Cuál es la que usted tiene como favorita? ¿De qué fruta es la que usted consume?
- ¿Qué tipo de envase contiene el Nuggets y Palitos de pescado de su preferencia?

2. Reacciones acerca de los hábitos de consumo

Para consumidores:

- ¿Qué marca de Nuggets y Palitos de pescado compra? ¿Tiene una segunda marca de preferencia? ¿Por qué? ¿Cuál es la diferencia entre ambas marcas? ¿De qué depende su decisión de compra referente a esa marca?
- ¿Qué miembros de la familia consumen el Nuggets y Palitos de pescado? ¿Qué familiares? (esposo(a), hijos, hermanos, padres)

- ¿En qué ocasiones consumen Nuggets y Palitos de pescado? ¿En qué otras circunstancias u ocasiones consumen este producto?
- ¿Cuántas unidades compran en una ocasión o en todo caso cuál es la frecuencia de consumo de los Nuggets y Palitos de pescado?
- ¿Qué tipo de pescado es de su preferencia? ¿Por qué? ¿Cuándo uno u otro?
- ¿Cuánto es lo que paga por cada unidad de Nuggets y Palitos de pescado?
- En lugar de consumir Nuggets y Palitos de pescado, ¿Qué otro producto lo elige como un sustituto? ¿Por qué?

3. Reacciones respecto a las marcas (estilos de compra)

- ¿Qué factor incide en la decisión de compra de su marca preferida? ¿Qué elemento define su decisión de compra de Nuggets y Palitos de pescado? ¿En cuanto a los miembros de la familia, uno de ellos intercede en la decisión de la compra de Nuggets y Palitos de pescado?
- ¿Cuál es el lugar de compra de mayor frecuencia del producto (supermercados, bodegas, otros)?
- Definitivamente, ¿qué marca de Nuggets y Palitos de pescado es la que consume? En este acápite se debe mostrar las figuras de las siguientes marcas:
 - a) Piscis
 - b) Pacific Star
 - c) Umi Foods
 - d) Wong
 - e) Bells
 - f) Kontiki
 - g) Tottus

h) Otra marca

- ¿Cuánto es lo máximo que usted paga por Nuggets y Palitos de pescado de su preferencia y presentación de cuantos gramos es la que mayormente consume?

4. Presentación del concepto del nuevo Nuggets a base de pescado de lisa apanados con harina de quinua (presentación en bolsa de 8 unidades de 300gr) y Palitos a base de pescado de lisa apanados con harina de quinua (presentación en caja de 10 unidades de 350gr)

Se deberá entregar a cada invitado participante una copia del concepto y su lectura se hará en forma continua para poder aclarar cualquier duda sobre el nuevo Nuggets y Palitos a base de pescado de lisa apanado con harina de quinua que estamos lanzando al mercado de Lima.

- ¿Qué le parece la explicación? (esperar reacciones espontáneas)
- ¿Qué ideas se le ha venido a la mente mientras se lo explicábamos? ¿Qué sensaciones le genera la nueva propuesta de Nuggets y Palitos a base de pescado de lisa apanado con harina de quinua?
- ¿Provoca su consumo? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- ¿Compraría el producto? ¿En qué ocasiones lo compraría? ¿en dónde lo desearía encontrar?
- ¿Cómo se están imaginando el néctar de mango ciruelo? ¿Cómo descubrirían la idea de esta nueva propuesta en la industria Nuggets y Palitos de pescado con harina de pescado?
- ¿Cómo se imaginan su envase? (esperar reacciones espontáneas)
- ¿Qué opinión le merece que los Nuggets y Palitos de pescado empanados con harina de pescado?
- ¿Qué nombre nos sugiere usted para el lanzamiento de nuestros Nuggets y Palitos de pescado empanado con harina de quinua? Aquí se puede hacer propuestas o ideas de nombres referenciales. Sin embargo, se deja a criterio.

- ¿Qué bondades pueden apreciar de esta nueva presentación de Nuggets y Palitos de pescado empanizado con harina de pescado? ¿Qué aspectos negativos o desventajas observan? ¿Por qué?
 - a) Positivo:
 - b) Negativo:
- Frente a la competencia, ¿Le parece una buena alternativa los Nuggets y Palitos de pescado de Lisa empanizado con harina de pescado en presentación en bolsa de 8 unidades de 300gr y caja de 10 unidades de 350gr respectivamente? ¿Qué cambios le haría? ¿Cuáles son las ventajas frente a la competencia?

Agradecimiento y despedida

	<p>GRAN CAPACIDAD: El Molino Maicador 1000-32, cuenta con un contenedor tipo tolva con capacidad de 30 kg. *Ideal para los contenedores de gran capacidad pueden colocar productos de simple abarrote que para ser molidos por los agua del sistema de riego, evitando el proceso de molienda. *Alta Velocidad de Producción. *Gran capacidad de molienda de más de 30 kg/min (1.8 TONN por hora), así se hace ideal para Caracoles, supermaicados, caracoles hidratable y amapachados. *Fácil Usar. *Cuenta con 4 tambores, 2 galletas con filos (dentadas) y 2 filos, lo que facilita la tarea de mover el agua de un lugar a otro. *DISPONIBLES CON NEUMÁTICOS HORIZONTALS. *Desarma agua y salida de molienda de forma fácil y rápida en necesidad de mantenimiento. *MOTOR DE SEGURIDAD. *Cuenta con 1 sensor de seguridad ubicado estratégicamente en la tolva, para que si se alcanza el nivel se apague automáticamente. *Moto de 1hp, Cable, Pata, Cota para fondeo y chasis.</p> <p>Datos Técnico: -Motor: 7.5 Tróvicos -Rodaje: 200 volt -Ruedas Incluido: 6" -Peso Neto: 212 Kg -Peso con empaque: 267 Kg</p>
	<p>BALANZA DE PLATAFORMA \$400.00 \$400.00 MODELO: PQ 2 MARCA: E-ACCURA MEIDAS PLATAFORMA : 60 X 45 CM</p> <p>Características: - Simple manejo y funcionamiento eficiente - Calibración Automática - Convertible en 60 o 80 - Pantalla de Cristal Líquido LCD con Retro Iluminación LED Intenso - 99 datos acumulativos - Función de cuenta - Señal de batería baja, indicador de carga y apagado automático para prolongar la vida de la batería. - Modelo con Plataforma de acero inoxidable 60 x 45 cm. - Plataforma en acero. - Armazón en acero de aluminio fundido. - Capacidades de 3000g /1000g /600g. - Especificaciones - Resoluble sistema 1/3.000 (Disponible en 1/6.000)</p>
	<p>CONSERVADOR DE PRODUCTOS CONGELADOS EN ACERO INOXIDABLE \$3,590.00 \$3,590.00 MODELO CS 40 MARCA: TORREY MEIDAS (FRENTE ALTO PROFUNDIDAD) 127 CM. X 211 CM. X 83 CM.</p> <p>EFECTIVA EFECTIVA (20.2" DE PROFUNDIDAD) - Reduce hasta en 75% en el consumo de energía. - Reduce la pérdida de calor al interior del equipo. - MANTENIMIENTO FACILITADO DE ACCESO: ACCESIBILIDAD - puertas ajustables en forma horizontal con losuta más ligeros y durables</p> <p>PUERTAS CON AISLAMIENTO - Una capa de 10 cm que ofrece 100 veces aislamiento. Las juntas de cierre mediante su forma de U, ayudan a evitar el escape del contenido.</p> <p>CONTROL DE TEMPERATURA DIGITAL - Muestra siempre la temperatura ideal para el producto, que necesita congelar.</p> <p>TRABAJO CONGELADO RETIENE - El uso más de profundidad, para que si siempre en problemas con alimentos de hasta 45 o 60cm.</p> <p>CONSERVADOR DE LARGA VIDA ÚTIL - Alisa a largo y ofrece un mantenimiento preventivo. - El fácil acceso, de mantenimiento permite rápidamente limpiar y en cualquier condición por más tiempo.</p> <p>Datos Técnico: - Capacidad en peso líquido: 40 KG - Capacidad en Litros: 720 L - Refrigeración: 6" 60W - Rodaje Incluirse: 200 g - Tipo de Instalación: Paredada - Compresor(s): 1/4 hp - Rango de temperatura: 0° C a -24° C - Dimensiones: 127x211x83 cm. (Incluido transporte)</p>
TOTAL	

BANCO : BCP
MONEDA : DOLARES
NUMERO : 156-193574-5-61
RAZON SOCIAL : INVERSIONES Y CORPORACION PERU SAC