



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Administración de Empresas

PAPA RELLENA LISTA PARA FREIR

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Administración de Empresas**

ÑIQUEN TANCUN, ELLIOT

RUBIO HUAMAN, LIZZETT

SALAZAR MELENDEZ, OSCAR

YUPANQUI REYNOSO, CINTHIA

**Lima- Perú
2017**

DECLARACIÓN JURADA

Mediante el presente documento, todos los integrantes del grupo declaramos que la idea de negocio y desarrollo del proyecto que presentamos en este documento es de nuestra total autoría, es decir, para su elaboración no se ha copiado parcial o totalmente, extraído y/o modificado partes de otro proyecto del curso *Empresariado* en la modalidad presencial y/o del curso *Proyecto Integrador* en la modalidad virtual, de otros bloques de la profesora y de otros profesores, ni de ciclos anteriores, ni de otros grupos del mismo ciclo. Asimismo, las referencias a la bibliografía utilizada se indican en el documento y en el capítulo *Bibliografía*.

Grupo N° :

Integrantes :

Código de alumno	Apellidos y nombres	Firma
1430105	ÑIQUEN TANCUN, ELLIOT	_____
1520247	RUBIO HUAMAN, LIZZETT	_____
1530192	SALAZAR MELENDEZ, OSCAR	_____
1530198	YUPANQUI REYNOSO, CINTHIA	_____

La Molina, 20 de Junio del 2017

Índice

Capítulo I: Información general	1
1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	1
1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.....	1
1.3. Definición del negocio.....	3
1.4. Descripción del producto o servicio.....	5
1.5. Oportunidad de negocio.....	10
1.6. Estrategia genérica de la empresa.....	12
Capítulo II: Análisis del entorno	13
2.1. Análisis del Macro entorno	13
2.1.1. Del País (últimos 5 años o último año según corresponda)	13
2.1.2. Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda)	23
2.2. Análisis del Micro entorno.....	34
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	34
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.	34
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.....	34
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.....	35
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.	35
Capítulo III: Plan estratégico	36
3.1. Visión y misión de la empresa.....	36
3.2. Análisis FODA.....	36

3.3 Objetivos.	39
Capítulo IV: Estudio de mercado	40
4.1 Investigación de mercado	40
4.1.1 Criterios de segmentación.....	40
4.1.2 Marco muestral	40
4.1.3 Entrevistas a profundidad	42
4.1.4 Focus Group.....	45
4.1.5 Encuestas	48
4.2 Demanda y oferta	63
4.2.1 Estimación del mercado potencial.	63
4.2.2 Estimación del mercado disponible.	65
4.2.3 Estimación del mercado efectivo.	67
4.2.4 Estimación del mercado objetivo.....	69
4.2.5 Frecuencia de compra.	72
4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.	72
4.2.7 Estacionalidad.	76
4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.	76
4.3 Mezcla de marketing	84
4.3.1 Producto	84
4.3.2 Precio	88
4.3.3 Plaza.....	90

4.3.4 Promoción 4.3.4.1 Campaña de lanzamiento.....	91
Elaboración Propia.....	94
Elaboración Propia.....	95
Capítulo V: Estudio legal y organizacional.....	95
5.1 Estudio legal	95
5.1.1 Forma societaria	95
5.1.2 Registro de marcas y patentes	99
5.1.3 Licencias y autorizaciones	101
5.1.4 Legislación laboral	102
5.1.5 Legislación tributaria.....	104
5.1.6 Otros aspectos legales.....	105
5.1.7 Resumen del capítulo.....	108
5.2 Estudio organizacional	109
5.2.1 Organigrama funcional.	109
5.2.2 Servicios tercerizados.	110
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.	110
Elaboración propia.....	112
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.....	115
5.2.5 Aspectos laborales.....	116
Capítulo VI: Estudio técnico.....	122
6.1. Tamaño del proyecto	122

6.1.1. Capacidad instalada	122
6.1.2. Capacidad utilizada	124
6.1.3. Capacidad máxima	125
6.2 Procesos.....	126
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.	126
6.2.2 Programa de producción	130
6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos	138
6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos.	142
6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa.	146
6.3 Tecnología para el proceso	149
6.3.1 Maquinarias.	149
6.3.2 Equipos.....	149
6.3.3 Herramientas.....	150
6.3.4 Utensilios.....	151
6.3.5 Mobiliario.....	151
6.3.6 Útiles de oficina.....	152
6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	152
6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.	153
6.4 Localización.....	155
6.4.1 Macro localización.....	155
6.4.2 Micro localización.....	156

6.4.3 Gastos de adecuación.....	157
6.4.4 Gastos de servicios.	158
6.4.5 Plano del centro de operaciones.	158
6.4.6 Descripción del centro de operaciones.	159
6.5 Responsabilidad social frente al entorno.....	159
6.5.1 Impacto ambiental.	159
6.5.2 Con los trabajadores.	160
6.5.3 Con la comunidad.....	160
Capítulo VII: Estudio económico y financiero	161
7.1 Inversiones.....	162
7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.	162
7.1.2 Inversión en Activo Intangible.	163
7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	165
7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.	169
7.1.5 Inversión en capital de trabajo.....	171
7.1.6 Liquidación del IGV.....	174
7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.	176
7.2 Financiamiento.....	176
7.2.1 Estructura de financiamiento.	176
7.2.2 Financiamiento del activo fijo.	177
7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.	180

7.3 Ingresos anuales	183
7.3.1 Ingresos por ventas.	183
7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.	183
7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.	184
7.4 Costos y gastos anuales	186
7.4.1 Egresos desembolsables.....	186
7.4.2 Egresos no desembolsables	196
7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.....	198
7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.	199
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados	200
8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	200
8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.	201
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	201
8.4 Flujo de Caja Operativo.	203
8.5 Flujo de Capital.	203
8.6 Flujo de Caja Económico.....	204
8.7 Flujo del Servicio de la deuda.	205
8.8 Flujo de Caja Financiero.	206
Capítulo IX: Evaluación económico financiera.....	207
9.1 Cálculo de la tasa de descuento	207
9.1.1 Costo de oportunidad.....	207

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	208
9.2 Evaluación económica financiera	209
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad	209
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio.....	210
9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo	214
9.3.1 Variables de entrada.	214
9.3.2 Variables de salida.....	214
9.3.3 Análisis unidimensional.	215
9.3.4 Análisis multidimensional.....	215
9.3.5 Variables críticas del proyecto.	216
9.3.6 Perfil de riesgo.	216
Conclusiones	217
Recomendaciones	218
Anexo.....	219
Anexo N°1.....	219
Anexo N°2.....	221
Anexo N°3.....	223

Índice de Tablas

Tabla 1: Tabla de CCIU 4.....	1
Tabla 2: Tabla de clasificación Arancelaria	2
Tabla 3: Peru- Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo	5
Tabla 4: Ingredientes de sabores	6
Tabla 5: Tabla Nutricional Papa Amarilla	7
Tabla 6: Tabla Nutricional Papa Rellena	8
Tabla 7: Poblacion estimada y proyectada (miles de pers.).....	10
Tabla 8: Mujeres y hombres económicamente activos Nacional (miles de pers.)	11
Tabla 9:Mujeres y hombres económicamente activos Lima y Callao (miles de pers.)	11
Tabla 10: Perú Superficie	13
Tabla 11: Población	14
Tabla 12: PBI.....	15
Tabla 13: Población Economica.....	16
Tabla 14: Balanza Comercial Perú 2010- 2017	16
Tabla 15: Resumen balanza comercial	17
Tabla 16: PBI 1951-2016	17
Tabla 17: PBI 2010-2016	18
Tabla 18: Inflación	19
Tabla 19: Tipo de Cambio	19
Tabla 20: Indice de riesgo.....	20
Tabla 21: Proveedor Materia Prima.....	26
Tabla 22: Proveedor de Materia Prima.....	26
Tabla 23: Proveedor de Envase	27

Tabla 24: Competidores	27
Tabla 25: Matriz FODA	37
Tabla 26: Marco Muestral	40
Tabla 27: Pregunta N° 1	48
Tabla 28: Pregunta N°2	49
Tabla 29: Pregunta N°3	50
Tabla 30: Pregunta N°4	50
Tabla 31: Pregunta N° 5	51
Tabla 32: Pregunta N° 6	52
Tabla 33: Pregunta N° 7	52
Tabla 34: Pregunta N° 8	53
Tabla 35: Pregunta N°9	54
Tabla 36: Pregunta N° 10	54
Tabla 37: Pregunta N°11	55
Tabla 38: Pregunta N°12	56
Tabla 39: Pregunta N°13	56
Tabla 40: Pregunta N°14	57
Tabla 41: Pregunta N° 15	58
Tabla 42: Pregunta N° 16	59
Tabla 43: Pregunta N°17	59
Tabla 44: Pregunta N°18	60
Tabla 45: Pregunta N° 19	61
Tabla 46: Pregunta N°20	62
Tabla 47: Poblacion Lima Metropolitana	63

Tabla 48: Población económicamente activa 2004 - 20015	63
Tabla 49: Mercado potencial	64
Tabla 50: Mercado Disponible	65
Tabla 51: Calculo de mercado efectivo	67
Tabla 52: Mercado Efectivo por Zonas	67
Tabla 53: Resumen Mercado Efectivo Anual por Rellenos.....	69
Tabla 54: Cálculo de Mercado	70
Tabla 55: Mercado Objetivo	70
Tabla 56: Resumen Mercado Objetivo por tipo de relleno.....	71
Tabla 57: Frecuencia de consumo de la papa rellena.....	72
Tabla 58: Frecuencia de consumo de DOÑA PAPA	72
Tabla 59: Preferencia Sabor.....	73
Tabla 60: Compra mensual proyectada.....	73
Tabla 61: Compra mensual proyectada.....	74
Tabla 62: Demanda Anual	74
Tabla 63: Demanda total por tipo de relleno	75
Tabla 64: Estacionalidad de encuestados	76
Tabla 65: Estacionalidad Ajustada	76
Tabla 66: Precio Consumidor	77
Tabla 67: Precio a Supermercados	77
Tabla 68: Resumen ventas en Packs.....	77
Tabla 69: Resumen ventas en Soles	78
Tabla 70: Ventas de packs 2018.....	78
Tabla 71: Ventas en Soles 2018	79

Tabla 72: Ventas de packs 2019.....	79
Tabla 73: Ventas en Soles 2019	80
Tabla 74: Ventas de packs 2020.....	80
Tabla 75: Ventas en Soles 2020	81
Tabla 76: Ventas de packs 2021.....	81
Tabla 77: Ventas en Soles 2021	82
Tabla 78: Ventas de packs 2022.....	82
Tabla 79: Ventas en Soles 2022	83
Tabla 80: Precios por canales.....	89
Tabla 81: Campaña de Lanzamiento	93
Tabla 82: Cronograma publicitario.....	93
Tabla 83: Actividades Anuales de publicidad	94
Tabla 84: Costo cronograma anual.....	94
Tabla 85: Forma Societaria.....	95
Tabla 86: Accionistas	97
Tabla 87: Constitución de la empresa.....	98
Tabla 88: Marcas y patentes	100
Tabla 89: Licencias y Autorizaciones.....	102
Tabla 90: Legislación Laboral	103
Tabla 91: Legislación de libros	105
Tabla 92: Costo certificaciones	108
Tabla 93: Resumen del capítulo	109
Tabla 94: Puesto Gerente General	110
Tabla 95: Puesto Asistente Administrativo	111

Tabla 96: Puesto Jefe de Marketing y ventas	112
Tabla 97: Puesto Jefe de operaciones	112
Tabla 98: Puesto Responsable control de calidad	113
Tabla 99: Puesto Operario de almacen y despacho.....	114
Tabla 100: Puesto Operario de producción	115
Tabla 101: Forma de contratación	116
Tabla 102: Forma de contratación del personal tercerizado	117
Tabla 103: Planilla para todos los años del proyecto	119
Tabla 104: Planilla anual proyectada.....	120
Tabla 105: Gastos de servicios tercerizados proyectado	121
Tabla 106: Horario de los puestos de trabajo	121
Tabla 107: Capacidad instalada de peladora de papa.....	122
Tabla 108: Capacidad instalada de Marmita	122
Tabla 109: Capacidad instalada de moledora	123
Tabla 110: Capacidad instalada de batidora	123
Tabla 111: Capacidad instalada de empacadora al vacío	123
Tabla 112: Capacidad Utilizada	124
Tabla 113: Packs y horas	125
Tabla 114: Capacidad máxima	125
Tabla 115: Procesos en tiempos	127
Tabla 116: Actividades.....	127
Tabla 117: Programa de producción 2018	130
Tabla 118: Programa de producción 2019	131
Tabla 119: Programa de producción 2020	133

Tabla 120: Programa de producción 2021	134
Tabla 121: Programa de Producción 2022	135
Tabla 122: Resumen de Producción 2018 al 2022 (en unidades).	137
Tabla 123: Receta por pack	138
Tabla 124: Necesidad Materia prima- Lomo Saltado	139
Tabla 125: Necesidad Materia prima- Anticucho	140
Tabla 126: Necesidad Materia prima- Huachana.....	140
Tabla 127: Necesidad Materia prima- Clásica	141
Tabla 128: Resumen necesidad de materia prima total	141
Tabla 129: Compras Materia Prima.....	142
Tabla 130: Compra materia prima.....	143
Tabla 131: Requerimiento para quitar ojos	146
Tabla 132: Requerimiento máximo para quitar ojos.....	146
Tabla 133: Requerimiento para armar papa	146
Tabla 134: Requerimiento máximo para armar papa	147
Tabla 135: Requerimiento para preparar relleno	147
Tabla 136: Requerimiento máximo para preparar relleno	147
Tabla 137: Requerimiento para armado de cajas.....	148
Tabla 138: Requerimiento máximo para armado de cajas.....	148
Tabla 139: Requerimiento para caja final	148
Tabla 140: Requerimiento máximo para caja final.....	148
Tabla 141: Cronograma de actividades de producción	149
Tabla 142: Lista de maquinarias	149
Tabla 143: Lista de Equipos	149

Tabla 144: Lista de herramientas	150
Tabla 145: Lista de Utensilios	151
Tabla 146: Lista de Mobiliario.....	151
Tabla 147: Lista de Útiles de Oficina	152
Tabla 148: Programa compras máquinas y equipos.....	152
Tabla 149: Programa compras herramientas	153
Tabla 150: Programa de compras anual.....	154
Tabla 151: Clasificación.....	156
Tabla 152: Ponderación.....	156
Tabla 153: Resultado de Ponderación	157
Tabla 154: Gastos de adecuación	157
Tabla 155: Gastos de Servicios	158
Tabla 156: Cronograma de R.S.....	161
Tabla 157: Activo Fijo Depreciable	162
Tabla 158: Resumen Activo Fijo Depreciable	163
Tabla 159: Inversión en Activo Intangible.....	163
Tabla 160: Resumen Activos Intangibles	165
Tabla 161: Inversión en Gastos Pre-Operativos	165
Tabla 162: Inversión en Inventarios Iniciales.....	169
Tabla 163: Resumen compra de inventarios	170
Tabla 164: Inversión en capital de trabajo	171
Tabla 165: Liquidación del IGV año 1	174
Tabla 166: Resumen de estructura de inversiones	176
Tabla 167: Estructura de financiamiento.	176

Tabla 168: Aporte de cada socio en soles	177
Tabla 169: Plazo e interés para activo fijo	177
Tabla 170: Cronograma de pago Scotiabank.....	178
Tabla 171: Plazo e interés para capital de trabajo.....	180
Tabla 172: Cronograma de pagos Interbank	180
Tabla 173: Ingreso por venta en soles	183
Tabla 174: Porcentaje de Participación sobre las Ventas Totales	183
Tabla 175: Recuperación de capital de trabajo.....	183
Tabla 176: Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	184
Tabla 177: Presupuesto de materias prima para lomo saltado	186
Tabla 178: Presupuesto de materias prima para anticucho	187
Tabla 179: Presupuesto de materias prima para huachana	188
Tabla 180: Presupuesto de materias prima para clásica	189
Tabla 181: Resumen Presupuesto de materias prima.....	189
Tabla 182: Presupuesto de Mano de Obra Directa	190
Tabla 183: Presupuesto de costos indirectos	191
Tabla 184: Presupuesto de gastos de administración.	192
Tabla 185: Presupuesto de gastos de ventas.....	195
Tabla 186: Depreciación.....	196
Tabla 187: Amortización de intangibles	197
Tabla 188: Gasto por activos fijos no depreciables.	198
Tabla 189: Costo de Producción Unitario Promedio	198
Tabla 190: Costo Total Unitario Promedio	198
Tabla 191: Costo variables unitario	199

Tabla 192: Costo Fijo Unitario	200
Tabla 193: Estructura de precio	200
Tabla 194: Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	201
Tabla 195: Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal	201
Tabla 196: Indicadores de Rentabilidad.....	202
Tabla 197: Flujo de caja operativo	203
Tabla 198: Flujo de capital	203
Tabla 199: Flujo de Caja Económico	204
Tabla 200: Flujo del Servicio de la deuda.....	205
Tabla 201: Flujo de Caja Financiero	206
Tabla 202: CAPM	207
Tabla 203: COK propio.....	208
Tabla 204: WACC	208
Tabla 205: Indicadores	209
Tabla 206: VANE Y VANF	209
Tabla 207: TIRE Y TIRF	209
Tabla 208: TIRE Y TIRF MODIFICADO.....	209
Tabla 209: Período de recuperación descontado Económico	209
Tabla 210: Período de recuperación descontado Financiero	210
Tabla 211: B/C.....	210
Tabla 212: Costos variables, Costos fijos	210
Tabla 213: Punto de equilibrio 2018	211
Tabla 214: Punto de equilibrio 2019	212
Tabla 215: Punto de equilibrio 2020	212

Tabla 216: Punto de equilibrio 2021	212
Tabla 217: Punto de equilibrio 2022	212
Tabla 218: Estado de resultados	213
Tabla 219: Punto de Equilibrio en Unidades	213
Tabla 220: Punto de Equilibrio en Nuevos Soles	213
Tabla 221: Variables de entrada	214
Tabla 222: Análisis de Sensibilidad a Variación del Precio	214
Tabla 223: Análisis de Sensibilidad a Variación de Costos	215
Tabla 224: Análisis multidimensional	215
Tabla 225: Perfil de riesgo	216

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Anticuchero	6
Ilustración 2: Lomo Saltado.....	6
Ilustración 3: Pachamanca	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4: Presentación Anticuchera	9
Ilustración 5: Presentación Lomo Saltado.....	9
Ilustración 6: Presentación Tradicional	9
Ilustración 7: Presentación Huachana.....	9
Ilustración 8: Taper Interior	10
Ilustración 9: Consumo Mundial de Fast Food (Fuente: E.A.E Business School)	12
Ilustración 10: Mapa Peru.....	13
Ilustración 11: Establecimientos	29
Ilustración 12: Segunda Entrevista	45
Ilustración 13: Focus Group.....	47
Ilustración 14: Focus Group.....	48
Ilustración 15: Resultado Pregunta N°1 (Elaboración propia)	49
Ilustración 16: Resultado Pregunta N°2 (Elaboración propia)	49
Ilustración 17: Resultados pregunta N°3 (Elaboración Propia)	50
Ilustración 18: Resultados Pregunta N° 4 (Elaboración Propia)	51
Ilustración 19: Resultados Pregunta N°5(Elaboración Propia)	51
Ilustración 20: Resultados Pregunta N°6 (Elaboración Propia)	52
Ilustración 21: Resultados Pregunta N° 7 (Elaboración Propia)	53
Ilustración 22: Resultados Pregunta N° 8 (Elaboración Propia)	53
Ilustración 23: Resultados Pregunta N° 9 (Elaboración Propia)	54

Ilustración 24: Resultados Pregunta N° 10 (Elaboración Propia)	55
Ilustración 25: Resultados Pregunta N° 11 (Elaboración Propia)	55
Ilustración 26: Resultados Pregunta N° 12 (Elaboración Propia)	56
Ilustración 27: Resultados Pregunta N° 13 (Elaboración Propia)	57
Ilustración 28: Resultados Pregunta N° 14 (Elaboración Propia)	58
Ilustración 29: Resultados Pregunta N° 15 (Elaboración Propia)	58
Ilustración 30: Resultados Pregunta N° 16 (Elaboración Propia)	59
Ilustración 31: Resultados Pregunta N° 17 (Elaboración Propia)	60
Ilustración 32: Resultados Pregunta N° 18 (Elaboración Propia)	61
Ilustración 33: Resultados Pregunta N° 19 (Elaboración Propia)	62
Ilustración 34: Resultados Pregunta N° 20 (Elaboración Propia)	62
Ilustración 35: Logo Final	84
Ilustración 36: Logo Antiguo	84
Ilustración 37: Diseño Antiguo	85
Ilustración 38: Diseño Lomo Saltado Final.....	85
Ilustración 39: Diseño Tradicional Final	86
Ilustración 40: Diseño Anticuchero Final	86
Ilustración 41: Diseño Huachana Final.....	87
Ilustración 42: Presentación unidades Antigua.....	87
Ilustración 43: Presentación unidades final.....	88
Ilustración 44: Platos San Fernando	88
Ilustración 45: Plato Come en Casa.....	89
Ilustración 46: Plaza.....	90
Ilustración 47: Facebook Doña Papa	91

Ilustración 48: Instagram Doña Papa.....	92
Ilustración 49: Twitter Doña Papa.....	92
Ilustración 50: Flujograma.....	126
Ilustración 51: Flujograma papa rellena.....	127
Ilustración 52: Plano	158
Ilustración 53: Distribución de Plano	159
Ilustración 54: Resumen de estructura de inversiones en porcentajes	176
Ilustración 55: Aportes y deuda	177

Capítulo I: Información general

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

Razón Social: Rellenos criollos S.A.C

Razón Comercial: Doña Papa

Eslogan: Empápate la vida

Se ha estimado que la vida útil del negocio será de 5 años tomando como año base el 2018 al 2022, considerando la vida útil de los activos más importantes, tales como: las maquinarias, transporte entre otros. Asimismo, considerando que cada cierto periodo el mercado va presentando variaciones y cambios.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

Actividad Productiva: La actividad económica de la empresa es la producción y comercialización de papa rellena refrigerada lista para freír. Según la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) el código que le corresponde a la actividad comercial líneas arriba mencionada es la siguiente:

Tabla 1: Tabla de CCIU 4

CII	DESCRIPCION	INCLUYE	NO INCLUYE
U4			
		Esta clase comprende la elaboración de	No se incluyen
	Elaboración de	comidas y platos listos para consumir (es decir, preparados, condimentados y cocidos). Esos platos	las siguientes actividades: -
1075	comidas y platos preparados	se someten a algún proceso de conservación, como congelación o enlatado, y por lo general se envasan y etiquetan para la reventa, por lo que no se clasifica en esta clase la preparación de	Elaboración de alimentos frescos o de alimentos con un solo

comidas para su consumo inmediato, como en los restaurantes. Para que un plato pueda considerarse tal, debe contener por lo menos dos ingredientes principales claramente diferenciados. Se incluyen las siguientes actividades: - Elaboración de platos de carne o de pollo. - Elaboración de platos de pescado, incluido pescado con patatas fritas. - Elaboración de platos preparados de legumbres y hortalizas. - Elaboración de estofados enlatados y comidas preparadas al vacío. - Elaboración de otras comidas preparadas (como “cenas de televisión”, etc.). - Elaboración de pizza congelada o conservada de otra manera.	ingrediente principal; véase la división 10. - Preparación de comidas y platos para su consumo inmediato; véase la división 56. - Actividades de contratistas de servicio de comidas; véase la clase 5629.
--	--

Fuente: INEI

Partida Arancelaria: En cuanto a la clasificación arancelaria, al ser un producto nuevo en el mercado no se encuentra una partida específica para el producto. Sin embargo se considerara dentro del capítulo de preparaciones alimenticias diversas.

La partida arancelaria asignada al producto es **P.A 2106.90.90.00**

Tabla 2: Tabla de clasificación Arancelaria

SECCIÓN:IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS
CAPITULO:21	Preparaciones alimenticias diversas
21.0	Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.

<u>2106.10.11.00</u>	- - - De soya, con un contenido de proteína en base seca entre 65% y 75%
<u>2106.10.19.00</u>	- - - Los demás
<u>2106.10.20.00</u>	- - Sustancias proteicas texturadas
<u>2106.90</u>	- Las demás:
<u>2106.90.10.00</u>	- - Polvos para la preparación de budines, cremas, helados, postres, gelatinas y similares
<u>2106.90.21.00</u>	- - - Presentadas en envases acondicionados para la venta al por menor
<u>2106.90.29.00</u>	- - - Las demás
<u>2106.90.30.00</u>	- - Hidrolizados de proteínas
<u>2106.90.40.00</u>	- - Autolizados de levadura
<u>2106.90.50.00</u>	- - Mejoradores de panificación
<u>2106.90.61.00</u>	- - - A base de estevia
<u>2106.90.69.00</u>	- - - Las demás
<u>2106.90.71.00</u>	- - - Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí
<u>2106.90.72.00</u>	- - - Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, con una o más vitaminas, minerales u otras sustancias
<u>2106.90.73.00</u>	- - - Que contengan como ingrediente principal una o más vitaminas con uno o más minerales
<u>2106.90.74.00</u>	- - - Que contengan como ingrediente principal una o más vitaminas
<u>2106.90.79.00</u>	- - - Las demás
<u>2106.90.80.00</u>	- - Fórmulas no lácteas para niños de hasta 12 meses de edad
2106.90.90.00	- - Los demás

Fuente: Sunat

1.3. Definición del negocio.

La idea de negocio nace principalmente porque se busca aprovechar el crecimiento constante y la gran variedad de sabores y platos diferentes de la gastronomía peruana, es por

ello que la empresa Rellenos Criollos S.A.C tiene como idea de negocio la producción y comercialización de papa rellena refrigerada lista para freír con cuatro diferentes sabores peruanos, lo que permitirá que los clientes puedan llevar a su mesa un plato como la papa rellena que muchas veces prefieren no hacerlas por lo trabajoso que suele ser el proceso de preparación, adicional a eso el producto cuenta con cuatro sabores atractivos como: Relleno anticuchero, huachana, lomo saltado y de carne.

El producto consiste en facilitar el proceso de preparación de la papa rellena a mujeres y hombres entre 25 a 49 años que dispongan de poco tiempo para cocinarlas, que residan en los distritos de Lima metropolitana de nivel socioeconómico A y B, que visiten de forma constante supermercados.

Según un artículo publicado el 28 de octubre del 2015 por RPP NOTICIAS¹, en el cual Miguel Malo vocero de la organización mundial de la salud presenta un informe en el cual se muestra que el Perú tuvo un crecimiento alarmante de 260% en los últimos diez años en el consumo de comidas chatarras. Si bien es cierto el producto que se lanzara al mercado no es comida chatarra, gracias al informe se puede notar un precedente para saber que cada vez son más los peruanos que buscan productos que satisfagan la necesidad de tener un producto listo en sus mesas.

Durante los últimos años la mujer peruana viene adquiriendo un rol cada vez más protagónico en la sociedad peruana. Muchas mujeres trabajan, estudian, se dedican a su hogar y al cuidado de los hijos. Un artículo publicado en el diario el Comercio el 07 de marzo del 2016 menciona que debido a las cantidades de actividades que realizan las mujeres el patrón

¹<http://rpp.pe/lima/actualidad/oms-consumo-de-comida-chatarra-crecio-en-peru-en-260-en-ultimos-diez-anos-noticia-908754>

<http://elcomercio.pe/economia/dia-1/mujeres-maravilla-perfil-consumidora-peruana-hoy-noticia-1884234>

de consumo ha cambiado en los últimos años. Por lo cual buscan y están dispuestas a pagar por productos listos para servir.

Se muestra en el siguiente gráfico el ingreso promedio mensual en soles de mujeres y hombres, se puede observar que hay un crecimiento constante en el sueldo tanto en de ambos sexos.

Tabla 3: Peru- Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo

LIMA Y CALLAO	2010	2011	2012	2013	2014
Mujeres	989.8	1087.6	1211.3	1265.5	1326.3
Hombres	1459.7	1595.6	1705.0	1732.9	1859.8

Fuente: INEI

El canal de distribución que se utilizara es indirecto, se distribuirá el producto a supermercados y de forma paralela a bodegas, esto permitirá que los clientes tengan la posibilidad de encontrar el producto cuando hagan sus compras de forma semanal o quincenal en supermercados como también cuando lo necesiten a 1 o 2 cuadras de sus hogares.

1.4. Descripción del producto o servicio.

El producto está pensado en mujeres y hombres que quieren disfrutar de una papa rellena sin necesidad de pasar por el largo y pesado proceso de preparación, la papa rellena lista para freír será el producto exacto para poder disfrutarlo en una ocasión especial o para almuerzos, con cuatro diferentes sabores peruanos que serán irresistibles para el paladar de los clientes.

El proceso de preparación de la papa rellena lista para freír tiene como característica principal contar con el sabor natural y consistencia de una hecha en casa. Es por ello que no se utilizara ningún tipo de conservantes para evitar la variación en sabores.

El producto tendrá cuatro diferentes sabores, que se detallan a continuación:

- **Anticuchero**

El Anticucho es uno de los platos más representativos del Perú, es por ello que fue cuidadosamente elegido. El relleno consiste en finos y jugosos trozos de corazón de res previamente sazonados y cocinados acompañados de granos de choclo, sin perder su sabor particular.



Ilustración 1: Anticuchero

- **Lomo Saltado**

Otro plato típico es el lomo saltado por lo que en el relleno mantendremos todas las características que lleva el plato. El relleno de esta segunda presentación tiene trozos de carne salteado acompañados de tomate, cebolla y perejil picado.



Ilustración 2: Lomo Saltado

- **Huachana**

Este es otro de los platos que más nos representa en el sector gastronómico por su delicioso sabor, el relleno de esta presentación llevara trozos de salchicha huachana y huevo.



Ilustración 3: Huachana

- **Clásica**

Esta presentación es la tradicional papa rellena peruana de carne, la cual es altamente representativa en la gastronomía peruana. Esta presentación llevara carne molida, huevo, y cebolla picada.



Ilustración 4: Clásica

Tabla 4: Ingredientes de sabores

Anticuchero	Lomo Saltado	Huachana	Clásica
Agua, corazón de res, aji panca molido, choclo, vinagre, aceite vegetal, ajos, papa amarilla, harina, sal, pimienta y comino	Agua, lomo de res, cebolla, tomate, vinagre, aceite vegetal, ají amarillo, salsa de soya, culantro picado, ajos, harina, sal, pimienta y comino.	Agua, salchicha huachana, huevo, aceite vegetal, ajos, harina, sal, pimienta y comino.	Agua, carne molida, cebolla, vinagre, aceite vegetal, salsa de soya, ajos, harina, sal, pimienta y comino.

Fuente: Elaboración Propia

La papa amarilla es la principal materia prima, para C, potasio y magnesio para empezar es un alimento que está compuesto principalmente de agua, rico en vitamina, a continuación se detallara la tabla nutricional correspondiente, lo cual permitirá conocer cuál es su valor nutricional.

Tabla 5: Tabla Nutricional Papa Amarilla
INFORMACIÓN NUTRICIONAL

<u>Papa Amarilla sin cascara</u>			
Porciones: 1		100 gramos	
Calorías	103	Sodio	170 mg
Grasas Totales	4 g	Potasio	0 g

Saturadas	0 g	Hierro	4 mg
Poliinsaturados	0 g	Carbohidratos	23 g
Monoinsaturados	2 g	Fibra dietética	1 g
Trans	0 g	Azúcares	0 g
Colesterol	59 mg	Proteínas	2g
		Calcio	6 mg
Vitamina C	9 mg		
Vitamina A	0 mg		

*Los valores diarios de porcentaje están basados en una dieta de 2000 calorías. Tus valores diarios podrían ser superiores o inferiores dependiendo de tus necesidades calóricas.

Fuente: www.myfitnesspal.com

En el siguiente grafico se puede apreciar las propiedad nutricionales que tiene la papa rellena por 100 gr como también por cada porción que contiene la caja de presentación.

Tabla 6: Tabla Nutricional Papa Rellena
INFORMACIÓN NUTRICIONAL

<u>Papa Rellena</u>		
Porciones: 2	100 gr	Por porción
Calorías	110	225
Grasas Totales	4g	7g
Saturadas	2g	4g
Poliinsaturados	0g	0g
Monoinsaturados	2g	5g
Trans	0g	0g
Colesterol	59 mg	118 mg
Sodio	56 mg	115 mg
Potasio	376 g	753g
Carbohidratos	13g	26g
Fibra dietética	1g	2g
Azúcares	0g	1g
Proteínas	5g	9g
Vitamina C	15 mg	32g
Vitamina A	0 mg	0g

*Los valores diarios de porcentaje están basados en una dieta de 2000 calorías. Tus valores diarios podrían ser superiores o inferiores dependiendo de tus necesidades calóricas.

Fuente: www.myfitnesspal.com

Conservación y Duración: Debe mantenerse a una temperatura de -18°C , el producto una vez producido tiene una vigencia de seis meses mientras no se abra. Una vez abierto el producto tiene dos semanas de duración.

La presentación del producto será en una caja que contengan 4 unidades de papas rellanas selladas al vacío, esto permitirá que tenga mayor durabilidad y no necesite conservantes ni persegantes, por lo cual será un producto de preparación y gusto tal como sería hacerlo en casa.

La presentación del envase del producto será en una caja rectangular con las siguientes medidas:

- Largo: 15 cm,
- Ancho: 17 cm
- Alto: 8 cm



Ilustración 5: Presentación Anticuchera



Ilustración 4: Presentación Lomo Saltado



Ilustración 7: Presentación Huachana



Ilustración 6: Presentación Tradicional



Ilustración 8: Taper Interior

Dentro de la caja vendrá un envase de plástico, el cual contendrá en su interior las 4 unidades de papas rellenas selladas respectivamente al vacío.

1.5. Oportunidad de negocio.

Se identificó la oportunidad de negocio ya que cada vez son más las personas que quieren productos que faciliten sus vidas cotidianas sin dejar de lado el sabor casero, las proteínas y vitaminas correspondientes. Es por ello que se pensó en introducir al mercado la papa rellena lista para freír, a menudo las personas se privan de este plato en sus casas por el largo y pesado proceso de preparación.

El producto al dirigirse al tanto a hombres y mujeres se toma en cuenta el creciente rol de hombres y mujeres en el sector laboral, económico, entre otros. Para confirmar que el mercado al cual va dirigido el producto tiene una tendencia ascendente, se tomara en cuenta la población estimada proyectada.

Tabla 7: Poblacion estimada y proyectada (miles de pers.)

Lima y	2000	2005	2013	2015	2020
Callao					
Mujeres	3946	4320	4889	5046	5453
Hombres	3460	4154	4652	4792	5156

Fuente: INEI

Por otro lado, también es importante analizar la cantidad de personas económicamente activas a nivel nacional y distrital. Esto nos permite reafirmar que el mercado de productos dirigidos a hombres y mujeres está en crecimiento, el grafico muestra que durante los últimos 5 años la brecha de diferencia en cuanto a ser económicamente activos entre mujeres y hombres se está acortando con el pasar de los años.

Tabla 8: Mujeres y hombres económicamente activos Nacional (miles de pers.)

Nacional	2010	2011	2012	2013	2014
Mujeres	6994.1	7063.9	7136.8	7226	7204.8
Hombres	8741.6	8885.2	9005.4	9102.8	9191.6

Tabla 9: Mujeres y hombres económicamente activos Lima y Callao (miles de pers.)

Lima y Callao	2010	2011	2012	2013	2014
Mujeres	2442.1	2517.3	2574.7	2530.5	2533.9
Hombres	2956.8	2990.4	3053.7	3074.7	3064.4

Fuente: INEI

Según el docente David Vejarano Mantilla de la carrera de Ingeniería Agroindustrial de la universidad Privada del Norte² comenta que se hace cada día más común encontrar productos listos para su consumo, que son llamados productos de alta gama, cuya presencia está en aumento en el Perú como consecuencia del cambiante estilo de vida en el que se está inmerso.

Hoy en día es un fenómeno de consumo mundial el buscar productos listos, en el siguiente grafico se puede observar que américa es el continente con mayor consumo de comidas rápidas, lo que se convierte en una oportunidad de negocio para los próximos años.

² <http://blogs.upn.edu.pe/ingenieria/2015/11/18/alimentos-de-alta-gama-listos-para-consumir/>

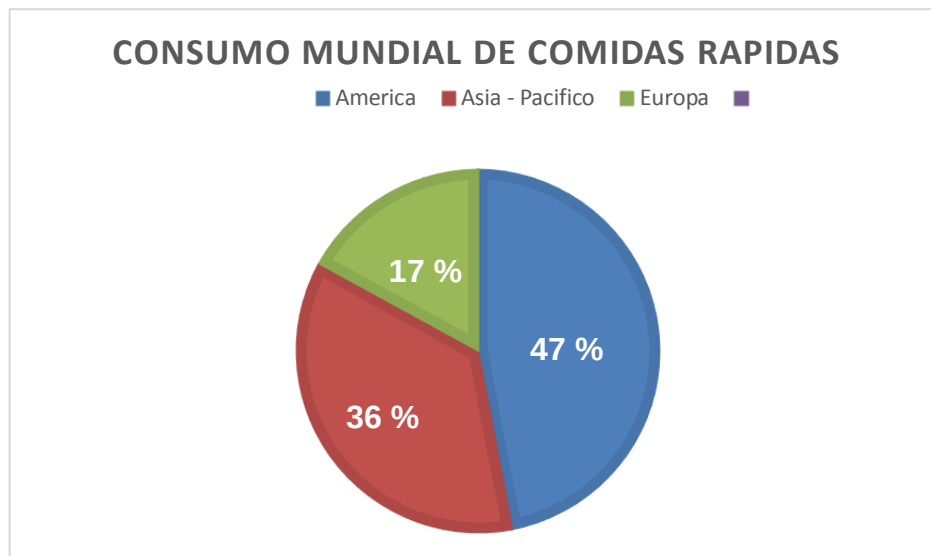


Ilustración 9: Consumo Mundial de Fast Food (Fuente: E.A.E Business School)

Se tiene conocimiento que la papa rellena es un plato que también se viene consumiendo de forma creciente en el país de México, tanto ha sido la acogida que desde el 2007 existe el restaurante “Sports, Drink & Food”³, que tiene como plato principal a la papa rellena con diferentes sabores de rellenos y ya cuenta con más de 10 restaurantes en el país de México. Esto nos permite ver que existe una oportunidad a mediano plazo de exportar el producto.

1.6. Estrategia genérica de la empresa.

Se utilizara una estrategia de diferenciación para el producto porque se tiene una rellena pre cosida lista para freír, que es un producto que actualmente no existe en el mercado, además de tener tres diferentes sabores de relleno muy representativos de la gastronomía peruana y valorada a nivel nacional como internacional.

La distribución del producto también tendrá una estrategia diferenciada, ya que al ser un producto refrigerado necesitara transportes refrigerados y una cadena de distribución eficiente para facilitar la adquisición de los clientes.

³ <http://www.laspapas.com.mx/sucursal/15>

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macro entorno

2.1.1. Del País (últimos 5 años o último año según corresponda)

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

El Perú es un país que tiene un poco más de 31 millones de personas de los cuales, gran parte está concentrada en la capital de Lima, es la ciudad que tiene la autoridad para controlar el progreso de las regiones naturales que son: Sierra, Costa y Selva. Este país es muy rico en el rubro alimenticio, turístico, entre otros en sus 24 regiones.

Tiene como países vecinos a Colombia, Chile, Ecuador, Brasil y Bolivia. Perú tiene una superficie de 1285215.6 km². El 82.5 % de los hogares peruanos cuenta con agua potable, mientras que el 79.7 % de hogares cuenta con teléfono móvil. Las ciudades más importantes y más pobladas de Perú son Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura e Iquitos.



Ilustración 10: Mapa Peru

Grafico 10: Perú Superficie

Tabla 10: Perú Superficie

PERÚ 2015	
Superficie	1 285 215.6 Km ²
Población estimada	31 826 018 Pers.
Esperanza de vida	75.0 Años
PEA	16 142.1 Miles

Cobertura de salud	61.9 %
Hogares c/ agua potable	82.5 %
Hogares c/ Telf. móvil	79.7 %
Hogares con internet	20.2 %
PBI per cápita	17 852.69

Fuente: INEI

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

2.1.1.2.1. Tasa de crecimiento de la población.

Tabla 11: Población

TABLA N° X: POBLACIÓN ESTIMADA Y PROYECTADA
POR SEXO Y TASA DE CRECIMIENTO, SEGÚN AÑOS
CALENDARIOS, 2010-2021

Años	Población			Crecimiento %
	Hombres	Mujeres	Total	
2010	14,768,901	14,693,032	29,461,933	1.14%
2011	14,935,396	14,862,298	29,797,694	1.13%
2012	15,103,003	15,032,872	30,135,875	1.13%
2013	15,271,062	15,204,082	30,475,144	1.11%
2014	15,438,887	15,375,288	30,814,175	1.10%
2015	15,605,814	15,545,829	31,151,643	1.08%
2016	15,772,385	15,716,240	31,488,625	1.07%
2017	15,939,059	15,886,959	31,826,018	1.06%
2018	16,105,008	16,057,176	32,162,184	1.04%
2019	16,269,416	16,226,094	32,495,510	1.01%
2020	16,431,465	16,392,893	32,824,358	0.99%
2021	16,591,315	16,557,701	33,149,016	0.97%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) -
Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050.

 Boletín de Análisis Demográfico N° 36.

Fuente: INEI

Según fuentes de INEI se proyecta que la población de peruanos bordeará los 32 millones el 2017, aunque la tasa de crecimiento poblacional se desaceleraría con respecto al último censo de 2007 debido a menores tasas de fecundidad, menor mortalidad infantil y un incremento de la población adulta. Las mujeres actualmente tienen 2.5 hijos cada una en su período de vida fértil, cuando hace 50 años tenían seis hijos en promedio.

2.1.1.2.2. *Ingreso per cápita.**Tabla 12: PBI*

 PRODUCTO BRUTO INTERNO PERUANO
 PER CAPITA 2010 - 2015

Año	Producto Bruto Interno por habitante	
	Soles	Tasa Anual Crecimiento
2010	14,147	13.24%
2011	15,875	12.22%
2012	16,861	6.21%
2013	17,840	5.80%
2014	18,523	3.83%
2015	19,342	4.42%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e
 Informática.

 Fuente: INEI

El crecimiento del Producto Bruto Interno Per Cápita en el Perú es una gran oportunidad para el proyecto ya que el ingreso de dinero por cada persona es mayor y pueden considerar dentro de sus presupuestos diarios o mensuales la compra de nuevos productos que les brinden ventajas.

2.1.1.2.2. Población económicamente activa.

Tabla 13: Población Económica

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN ÁMBITO

GEOGRÁFICO, 2011-2015

Ámbito	2011	2012	2013	2014	2015
geográfico					
Lima	5 030.1	5 144.1	5 133.3	5 121.4	5 231.1
Metropolitana					
Resto País	10 919.0	10 998.0	11 195.5	11 275.0	11 267.1
Total	15 949.1	16 142.1	16 328.8	16 396.4	16 498.1

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

Fuente: INEI

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

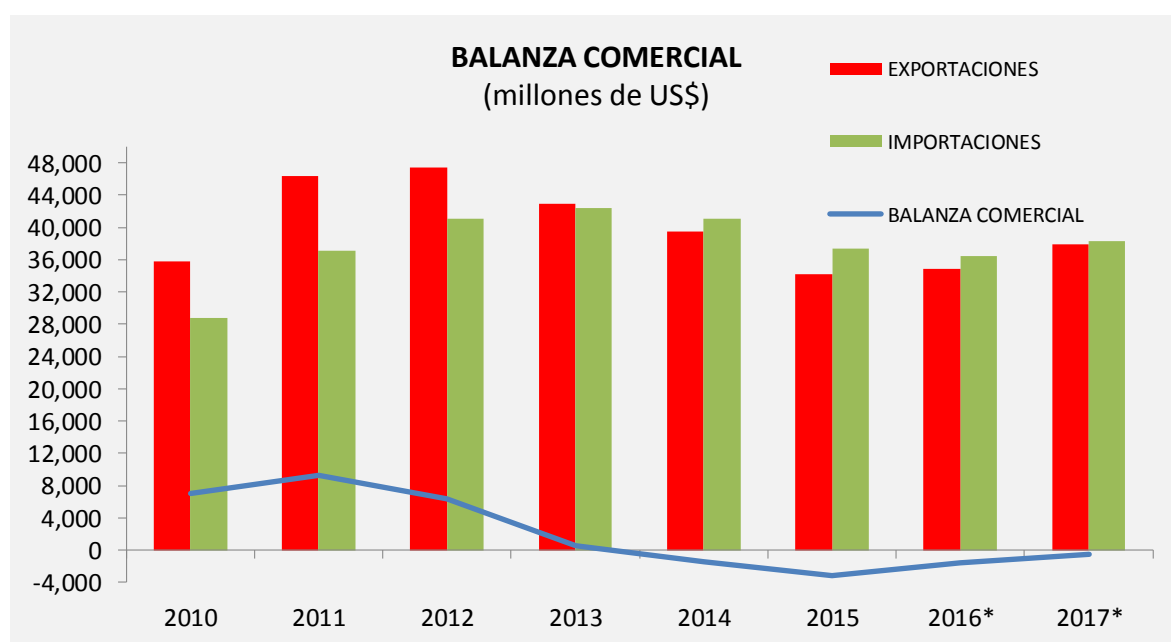
Tabla 14: Balanza Comercial Perú 2010- 2017

BALANZA COMERCIAL

AÑO	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial	% Crecimient.
2010	35,803.08	28,815.32	6,987.76	15.31%
2011	46,375.96	37,151.52	9,224.44	32.01%
2012	47,410.61	41,017.94	6,392.67	-30.70%
2013	42,860.64	42,356.18	504.45	-92.11%
2014	39,532.68	41,042.15	-1,509.47	-399.23%
2015	34,157.00	37,385.18	-3,228.18	113.86%
2016*	34,834.00	36,418.00	-1,584.00	-50.93%
2017*	37,859.00	38,324.00	-465.00	-70.64%

Fuente: BCR

Tabla 15: Resumen balanza comercial



La balanza comercial tiene una relación directa con la productividad y competitividad de un país; si un país no produce, no exporta, tendrá que importar lo que necesita y la importación requiere dinero, dinero que difícilmente se consigue si no se produce, sino se exporta, de allí que algunos países arrastren una pesada deuda externa. La balanza comercial en los últimos años en el Perú ha sido negativa lo cual indica que la inversión extranjera de productos peruanos ha sido baja y será un gran reto para el proyecto conseguir mercados y clientes fuera del país.

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

2.1.1.4.1. PBI.

Tabla 16: PBI 1951-2016

PRODUCTO BRUTO INTERNO POR TIPO DE GASTO 1951 - 2016							
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1.Demanda Interna	14.9	7.7	7.3	7.3	2.2	3.1	0.9
a. Consumo privado	9.1	7.2	7.4	5.7	3.9	3.4	3.4
b. Consumo público	5.6	4.8	8.1	6.7	6.1	9.8	-0.5

c. Inversión bruta	37.8	10.0	6.5	11.4	-3.2	-0.7	-4.9
interna							
Inversión bruta fija	22.8	5.8	16.3	7.7	-2.5	-5.0	-5.0
- Privada	25.5	10.8	15.5	6.9	-2.3	-4.4	-6.1
- Pública	14.2	11.2	19.9	10.7	-3.4	-7.3	-0.5
2. Exportaciones	1.4	6.9	5.8	-1.3	-0.8	3.5	9.7
4. Importaciones	26.0	11.6	10.7	4.2	-1.4	2.5	-2.3
3. Producto Bruto	8.5	6.5	6.0	5.8	2.4	3.3	3.9
Interno							

Fuente: INEI Y BCR-

Tabla 17: PBI 2010-2016

PRODUCTO BRUTO INTERNO POR TIPO DE GASTO 2010- 2016 (Millones de soles)						
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. Demanda Interna	403,390	432,737	464,425	474,621	489,214	493,384
a. Consumo privado	252,507	271,305	286,837	298,063	308,207	318,707
b. Consumo público	44,063	47,634	50,802	53,886	59,148	58,839
c. Inversión bruta inter.	106,820	113,798	126,786	122,672	121,859	115,838
Inversión bruta fija	103,541	120,419	129,647	126,396	120,134	114,130
- Privada	84,028	97,020	103,749	101,370	96,926	91,032
- Pública	19,513	23,399	25,898	25,026	23,208	23,098
Variación de inventarios	3,279	-6,621	-2,861	-3,724	1,724	1,707
2. Exportaciones	112,310	118,819	117,286	116,294	120,383	132,048
4. Importaciones	108,648	120,283	125,345	123,640	126,787	123,810
3. Producto Bruto Inter.	407,052.0	431,273.0	456,365.6	467,275.8	482,809.0	501,621.9

Fuente: INEI Y BCR-

El crecimiento de la economía se mide por el aumento en el Producto Bruto Interno que es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en una economía durante un período de tiempo. Según INEI el PBI en Perú aumentó lo cual significa que se produce más, siendo una gran oportunidad para el proyecto porque indica que el consumo está incrementando.

2.1.1.4.2. Tasa de inflación

Tabla 18: Inflación

INFLACION 2010-2016	
Año	(Variación Promedio Anual)
2010	1.5 %
2011	3.4 %
2012	3.7 %
2013	2.8 %
2014	3.2 %
2015	3.5 %
2016	3.6 %

Fuente: INEI

Según la información de la INEI indica que la tasa de inflación incrementó en los últimos 4 años lo cual perjudicaría en los costos del producto ya que el precio de la materia prima incrementará y reduciría márgenes de rentabilidad o siendo menos competitivos en el mercado.

2.1.1.4.3. Tipo de cambio.

Tabla 19: Tipo de Cambio

HISTORIAL TIPO DE CAMBIO		
Año	Cierre	Crecimiento %

2010	S/.2.83	-6.19%
2011	S/.2.75	-2.52%
2012	S/.2.64	-4.23%
2013	S/.2.70	2.45%
2014	S/.2.84	5.05%
2015	S/.3.19	12.21%
2016	S/.3.38	6.00%

Fuente: BCRP, SBS

El incremento del tipo de cambio será beneficioso cuando se inicien actividades de exportación ya que por cada dólar se recibirá mayor cantidad de soles pero en el inicio del negocio será perjudicable por la compra de maquinarias que serán de mayores costos en la moneda nacional.

2.1.1.4.3. Riesgo País

Tabla 20: Índice de riesgo

Histórico Índice Riesgo País - Perú

FECHA	VALOR	VARIACION ANUAL
30/12/2011	216	-47%
31/12/2012	114	39%
31/12/2013	159	14%
31/12/2014	181	36%
31/12/2015	246	-29%
30/12/2016	175	-21%
FECHA	VALOR	ÚLTIMA VARIACION
3/04/2017	139	2,21%

Fuente: Ambito.com

El EMBI+ Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento promedio de los títulos soberanos peruanos frente al 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 internacionales.

El riesgo país de Perú cerró la sesión de hoy en 2.21 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.

2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Dentro del marco normativo los siguientes reglamentos son los que tienen vinculación directa con el proyecto de negocio:

Decreto Supremo N° 001-97-SA6:

Reglamento Higiénico Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano se basa en los siguientes principios:

- a. La prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y bebidas a través del aseguramiento de la inocuidad de los alimentos y bebidas.
- b. Buenas condiciones sanitarias de las instalaciones y medios de transporte que se utilizan en cada una de las etapas de la cadena alimentaria.
- c. Buenas prácticas de higiene en todas las operaciones y procesos que se ejecuten en cada una de las etapas de la cadena alimentaria.
- d. Desarrollo del autocontrol a través del Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos, en cada una de las etapas de la cadena alimentaria.

Decreto Legislativo N° 943:

Ley del Registro Único de Contribuyentes. Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y

sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Establece que los administrados están obligados a inscribirse en los registros de la Administración Tributaria aportando todos los datos necesarios y actualizando los mismos en la forma y dentro de los plazos establecidos por las normas pertinentes;

Criterio RM N° 615-2003-SA/DM:

Criterios Microbiológicos de Calidad Sanitaria e Inocuidad para los Alimentos y Bebidas de Consumo Humano. La presente norma se establece para garantizar la seguridad sanitaria de los alimentos y bebidas destinados al consumo humano.

La presente Norma Sanitaria es de obligatorio cumplimiento en todo el territorio nacional, para los siguientes efectos:

- 1) La obtención del Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas.
- 2) La obtención del Certificado Sanitario Oficial de Exportación.
- 3) La vigilancia y control sanitario que realiza la Autoridad Sanitaria.
- 4) La verificación o comprobación de la eficacia del Plan HACCP.
- 5) Control analítico de cada lote de producto antes de ser liberado para su comercialización, para el caso de las fábricas que aún no implementan el Sistema HACCP.
- 6) Aclarar dirigencias, inmovilizaciones, denuncias, operativos

LEY N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor:

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

2.1.2. Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda)

2.1.2.1 *Mercado internacional.*

Las exportaciones peruanas de productos nostálgicos sumaron US\$17,4 millones en el 2015 representando un crecimiento de 6% respecto al año anterior, es decir un incremento de US\$925 mil, según el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

A pesar de las distancias, hoy en día los peruanos en el exterior tienen la necesidad de consumir productos de su país de origen. Esto sumado al crecimiento de las comunidades de inmigrantes peruanos en el extranjero y el interés de conocer otros sabores, han llevado que en los últimos tres años se incremente de manera continua las exportaciones de productos nostálgicos.

Aunque los productos peruanos de mayor demanda son las cervezas y panetones las comidas peruanas serían una gran oportunidad para satisfacer las necesidades de los compatriotas fuera del país.

El CCEX resalta que la demanda de la mayoría de productos nostálgicos en el exterior dejó de ser temporal convirtiéndose en compras frecuentes con la finalidad de satisfacer al paladar peruano, pues considera que este mercado es importante con potencial para seguir creciendo y el que debe ir a la par con la gastronomía peruana mundialmente reconocida.

Este factor impulsaría que otros consumidores no peruanos opten por consumir productos nostálgicos. Por ello, se pueden plantear estrategias de mediano y largo plazo que busquen sumar a los extranjeros al consumo de productos “Made in Perú” para ampliar la demanda internacional y por ende, fortalecer la industria local de alimentos procesados.

En un restaurante Mexicano la “Papa Rellena” se ha convertido en el plato de mayor consumo. Karim Giries Barham Shanin con su local “Fabulosas Papas” comenzó con un

pequeño restaurante de tres mesas en Guadalajara y 11 años después se convirtió en una franquicia apetitosa con 18 locales en México, poniendo platillo principal papas rellenas. Por el formato no sólo hay interés en México, sino también en Estados Unidos, donde se planea inaugurar una tienda, además hay interesados en Colombia, Costa Rica y Ecuador.

Actualmente cada unidad de Las Fabulosas Papas atiende hasta seis mil clientes mensuales, quienes gastan entre 120 y 150 pesos en el lugar, donde además se puede tomar cerveza y ver diferentes deportes. Las Fabulosas Papas venden en promedio un millón de papas rellenas al año.

A nivel mundial, según Mintel, la facturación global de los platos preparados alcanzó los 93.800 millones de dólares y China es el principal país para el crecimiento de los precocinados. En 2015, en Reino Unido, las comidas preparadas disminuyeron -1,3% en volumen y en valor crecieron un 1,7%; en Francia y Alemania se mantuvieron estables en valor y tuvieron un ligero decrecimiento en volumen, mientras que en España crecieron un 1,2% en valor y 0,5% en volumen, cifras muy similares a Italia.

2.1.2.2 Mercado del consumidor.

El nuevo consumidor cuando compra alimentos busca comodidad y buen precio lo que llamamos conveniencia, es decir, la facilidad a la hora de comprar, de consumir y de preparar los alimentos se ha impuesto entre los consumidores.

Las industrias que elaboran productos precocinados están en crecimiento debido a la demanda creciente de este tipo de alimentos.

Para los hogares, el crecimiento de las compras de este tipo de platos también tiene que ver con el ahorro, aunque en este caso está más vinculado a un ahorro de tiempo, reduciendo mucho el desperdicio alimentario.

De acuerdo con las previsiones de las consultoras, se prevé un futuro optimista para este tipo de productos. Los productos congelados y refrigerados van a evolucionar ampliando la gama de productos.

Uno de los retos al que se enfrentan los fabricantes de platos precocinados es elaborar productos de calidad, con recetas o ingredientes que aporten un valor saludable. Los consumidores penalizan los platos que contienen muchos aditivos o conservantes y quieren conocer el origen de las materias primas y la composición del plato.

Por tanto, conocer el origen, las propiedades nutricionales y la utilización de materias primas de calidad o nuevas van a ser las líneas de desarrollo de este sector de la industria alimentaria.

Perfil del nuevo consumidor peruano:

Lleva siempre un dispositivo digital y usa intensamente las redes sociales para hacer conocer sus reclamos. A diferencia de hace unos años, el consumidor de hoy no se mantiene fiel a una marca. Hay tanta variedad y tantas maneras de enterarse de las novedades, que no vale la pena cerrarse a la posibilidad de una nueva experiencia.

Los consumidores esperan que las empresas tengan presencia tanto en el mundo físico como virtual. De hecho, mucha gente va a una tienda y, mientras revisa un producto, hace una pausa para consultar en su móvil acerca del mismo producto o uno similar que se vende en otra tienda. Son consumidores que tienen el poder de la información y saben usarla.

2.1.2.3 Mercado de proveedores.

En la actualidad, el Perú es uno de los principales productores de papa a nivel mundial. INEI precisó que las regiones que lideraron la producción en los tres primeros meses del 2016 fueron Huánuco (125.551 TN), La Libertad (123.495 TN), Cajamarca (99.651 TN) y

Puno (92.834 TN). Las cuatro regiones concentraron en conjunto el 50,8% de la producción nacional de papa.

Esto sin duda nos favorece en el sentido de que contamos con variedad de proveedores para poder elaborar nuestro producto basado en la papa. Adicionalmente, la exportación de este tubérculo entre enero y junio del 2016, creció en 64,9% respecto al similar periodo del año anterior, Esto indica que la producción de papas en el Perú sigue manteniendo su buena calidad.

Entre los principales proveedores de verduras y hierbas necesarias para la elaboración de la papa como los aderezos, tenemos a los siguientes:

Tabla 21: Proveedor Materia Prima

Nombre de la Empresa	Ubicación	Teléfono	Dirección Web
D' Primera Frutas y Verduras S.A.C.	San Luis	01-4742054	www.frutasyverduras.com.pe
Qori Papa W E.I.R.L.	Santa Anita	988054941	
Distribuidora Fruver Fresh E.I.R.L.	San Luis	994734299	www.fruverfresh.com

Elaboración Propia

En el caso de proveedores de especias, contamos con las siguientes empresas:

Tabla 22: Proveedor de Materia Prima

Nombre de la Empresa	Ubicación	Teléfono	Dirección Web
Agroinversiones La Huertita S.R.L	Cieneguilla	01-4799665	

Consorcio GLM S.A.C.	Pueblo	01-2613134	www.consorcioglm.com
Moran Alimentos del	Libre		
Peru S.A.C	Villa Maria del Triunfo	01-5704705	www.moran.com.pe

Elaboración Propia

Para los envases de plástico que debemos utilizar, tenemos las siguientes empresas:

Tabla 23: Proveedor de Envase

Nombre de la Empresa	Ubicación	Teléfono	Dirección Web
Hps Plásticos S.A.C.	Cercado de Lima	01-3301195	www.hpsplasticos.pe
Petro Pack S.A.C.	San Luis	01-3261689	www.petropack.com.pe
Plastienvases S.A.C.	San Juan Miraflores	01-4500778	www.plastienvases.com.pe

Elaboración Propia

2.1.2.4 Mercado competidor.

En la actualidad, en el mercado local no existe un producto igual al nuestro. Sin embargo, si existen una gran variedad de productos precocidos y alimentos preparados congelados que se ofrecen en la mayoría de supermercados, así como en los principales markets ubicados alrededor de la ciudad. Entre los principales tenemos los siguientes

Tabla 24: Competidores

Nombre del producto	Descripción	Imagen del Producto	Empresa
------------------------	-------------	---------------------	---------

5Cocina	Comida preparada congelada, lista para calentar en el microondas.		San Fernando S.A.
Gusto Peruano	Comida preparada congelada, lista para calentar en el microondas.		Eat In S.A.C.
Pastas Pina	Ravioles rellenos de carne precocidos.		Rosa Queirolo

Fuente: Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (CPI)⁴.

2.1.2.5 Mercado distribuidor.

Sabemos que este tipo productos son buscados frecuentemente en los supermercados, markets y mini markets al momento de realizar las compras para el hogar. Es por eso que para distribuir nuestro producto nos enfocaremos en los establecimientos antes mencionados de Lima Metropolitana. Distritos donde se conglomeran gran parte los niveles socioeconómicos A y B.

Es indispensable que nuestros puntos de distribución cuenten con una congeladora con el fin de poder mantener en buen estado el producto que ofrecemos y llegue en óptimas condiciones a manos del consumidor.

⁴ http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201405_1.pdf



Ilustración 8: Peru

Ilustración 11: Establecimientos

2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Por medio del DECRETO SUPREMO No 007-98-SA, se prueba el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, en el cual se indica que la Ley General de Salud No 26842 establece las normas generales sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas en protección de la salud.

Artículo 28: Sal para el consumo: La sal para el consumo humano debe estar libre de nitritos y de cualquier otra sustancia tóxica o peligrosa que determine la norma sanitaria y debe contener agregados de yodo y flúor en la proporción que fije el Ministerio de Salud.

Artículo 29: Calidad sanitaria del hielo: El hielo destinado al consumo directo y a la conservación de productos alimenticios, debe ser elaborado con agua potable y en establecimientos que cumplan con las disposiciones contenidas en el Título IV del presente reglamento.

El hielo producido debe cumplir con los requisitos físicos, químicos y bacteriológicos para el agua de consumo humano señalados en la norma que dicta el Ministerio de Salud.

Artículo 30: Ubicación de las fabricas: Las fábricas de alimentos y bebidas no deberán instalarse a menos de 150 metros del lugar en donde se encuentre ubicado algún establecimiento o actividad que por las operaciones o tareas que realizan ocasionen la proliferación de insectos, desprendan polvo, humos, vapores o malos olores, o sean fuente de contaminación para los productos alimenticios que fabrican.

Igual limitación rige para las actividades y establecimientos a que se refiere el párrafo precedente en el caso que en el lugar donde pretendan instalarse se encuentre ubicada una fábrica de alimentos y bebidas.

Los terrenos que hayan sido rellenos sanitarios, basurales, cementerios, pantanos o que están expuestos a inundaciones, no pueden ser destinados a la construcción de establecimientos que se dediquen a la fabricación de alimentos y bebidas. Las municipalidades verificarán el cumplimiento de lo dispuesto en la presente disposición, al momento de otorgar la licencia municipal respectiva.

Artículo 31: Exclusividad del local: Los locales destinados a la fabricación de alimentos y bebidas no tendrán conexión directa con viviendas ni con locales en los que se realicen actividades distintas a este tipo de industria.

Artículo 32: Vías de acceso: Las vías de acceso y áreas de desplazamiento que se encuentran dentro del recinto del establecimiento deben tener una superficie pavimentada apta para el tráfico al que están destinadas.

Artículo 33: Estructura y acabados: La estructura y acabado de los establecimientos dedicados a la fabricación de alimentos y bebidas deben ser contruidos con materiales impermeables y resistentes a la acción de los roedores.

En las salas de fabricación o producción:

a) Las uniones de las paredes con el piso deberán ser a mediacaña para facilitar su lavado y evitar la acumulación de elementos extraños.

b) Los pisos tendrán un declive hacia canaletas o sumideros convenientemente dispuestos para facilitar el lavado y el escurrimiento de líquidos.

c) Las superficies de las paredes serán lisas y estarán recubiertas con pintura lavable de colores claros.

d) Los techos deberán proyectarse, construirse y acabarse de manera que sean fáciles de limpiar, impidan la acumulación de suciedad y se reduzca al mínimo la condensación de agua y la formación de mohos.

en) Las ventanas y cualquier otro tipo de abertura deberán estar construidas de forma que impidan la acumulación de suciedad y sean fáciles de limpiar y deberán estar provistas de medios que eviten el ingreso de insectos u otros animales.

Artículo 34: Iluminación: Deberán estar provistas de medios que eviten el ingreso de insectos u otros animales.

El reacondicionamiento de locales ya construidos se sujeta a lo establecido en la presente disposición.

Los establecimientos industriales deben tener iluminación natural adecuada. La iluminación natural puede ser complementada con iluminación artificial en aquellos casos en que sea necesario, evitando que genere sombras, reflejo o encandilamiento.

La intensidad, calidad y distribución de la iluminación natural y artificial, deben ser adecuadas al tipo de trabajo, considerando los niveles mínimos de iluminación siguientes:

- a) 540 LUX en las zonas donde se realice un examen detallado del producto.
- b) 220 LUX en las salas de producción.
- c) 110 LUX en otras zonas.

Artículo 35: Ventilación: Las instalaciones de la fábrica deben estar provistas de ventilación adecuada para evitar el calor excesivo así como la condensación de vapor de agua y permitir la eliminación de aire contaminado. La corriente de aire no deberá desplazarse desde una zona sucia a otra limpia. Las aberturas de ventilación deben estar provistas de rejillas u otras protecciones de material anticorrosivo, instaladas de manera que puedan retirarse fácilmente para su limpieza.

Artículo 36: Distribución de los ambientes: Las instalaciones de las fábricas de alimentos y bebidas deben tener una distribución de ambientes que evite la contaminación cruzada de los productos por efecto de la circulación de equipos rodantes o del personal y por la proximidad de los servicios higiénicos a las salas de fabricación.

Artículo 37: Material de equipo y utensilios: El equipo y los utensilios empleados en la manipulación de alimentos, deben estar fabricados de materiales que no produzcan ni emitan sustancias tóxicas ni impregnen a los alimentos y bebidas de olores o sabores desagradables; que no sean absorbentes; que sean resistentes a la corrosión y sean capaces de soportar repetidas operaciones de limpieza y desinfección. Las superficies de los equipos y utensilios deben ser lisas y estar exentas de orificios y grietas.

Artículo 45: Cámaras de enfriamiento: Las fábricas de alimentos y bebidas que elaboran productos de fácil descomposición deben estar dotadas de cámaras de enfriamiento.

Artículo 56: Limpieza y desinfección del local: Inmediatamente después de terminar el trabajo de la jornada o cuantas veces sea conveniente, deberán limpiarse minuciosamente los pisos, las estructuras auxiliares y las paredes de las zonas de manipulación de alimentos. Deben tomarse las precauciones que sean necesarias para impedir que el alimento sea contaminado cuando las salas, el equipo y los utensilios se limpien o desinfecten con agua y detergente o con desinfectante.

Los desinfectantes deben ser apropiados al fin perseguido, debiendo eliminarse después de su aplicación cualquier residuo de modo que no haya posibilidad de contaminación de los alimentos.

La fábrica debe disponer de un programa de limpieza y desinfección, el mismo que será objeto de revisión y comprobación durante la inspección.

Artículo 58: Control de calidad sanitaria e inocuidad: Toda fábrica de alimentos y bebidas debe efectuar el control de calidad sanitaria e inocuidad de los productos que elabora. Dicho control se sustentará en el Sistema de Análisis de Riesgos y de Puntos de Control Críticos (HACCP), el cual será el patrón de referencia para la vigilancia sanitaria.

Artículo 94: La habilitación sanitaria de fábrica: Sólo por excepción y a pedido de parte, la DIGESA efectuará la habilitación sanitaria de las fábricas de alimentos y bebidas.

Artículo 96: Solicitud para habilitación de fábrica: Para obtener la habilitación sanitaria de fábrica, el interesado deberá presentar una solicitud a la DIGESA en la que debe consignar la siguiente información:

- a) Nombre o razón social del fabricante.
- b) Ubicación de la fábrica.
- c) Nombre y marca del producto o productos motivo de la habilitación.
- d) Memoria descriptiva del proceso de fabricación del producto.
- e) Plan HACCP de la fábrica, aplicado al producto o productos motivo de la habilitación.
- f) Nombres y firmas del interesado y del responsable de control de calidad.

Artículo 102: Obligatoriedad del Registro Sanitario: Sólo están sujetos a Registro Sanitario los alimentos y bebidas industrializados que se comercializan en el país.

Para efectos del Registro Sanitario, se considera alimento o bebida industrializado al producto final destinado al consumo humano, obtenido por transformación física, química o biológica de insumos de origen vegetal, animal o mineral y que contiene aditivos alimentarios⁵.

⁵ Fuente: Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)
http://www.digesa.sld.pe/Codex/D.S.007_98_SA.pdf

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

El nivel de competitividad es alto. Esto debido a que en la actualidad existe diversa variedad de productos preparados congelados, desde pequeños ravioles hasta masas de pizzas listas para ponerlas al microondas, así como contundentes platos de comida con diferentes aderezos.

Si bien es cierto no tenemos un producto de competencia directa, existen varias alternativas como productos sustitutos, tales como: platos preparados congelados con aderezos criollos, pastas pre cocidas, hamburguesas, Nuggets, sopas instantáneas, comida oriental pre cocidas, entre otros.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Se puede decir que el poder negociador de los clientes para con nosotros es alto. Esto se debe a que como hemos mencionado anteriormente, el cliente tiene variedad de productos para reemplazar el nuestro. Sin embargo, el hecho de que no exista un producto igual al que ofrecemos, juega a nuestro favor ya que, ante un antojo de papa rellena, somos la opción más rápida y práctica.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Poder de negociación de los proveedores bajo

El Perú es uno de los países con mayor diversidad de papas en el mundo, contando con 8 especies nativas domésticas y más de 3,000 variedades de las 5,000 que existen en Latinoamérica. La mayor producción de papa en Perú, según INEI al año 2016 se concentra en el departamento de Huánuco.

Existe en el mercado peruano una gran diversidad de proveedores de papa, esto indica que la posición de los proveedores sería débil, debido a la gran demanda que existe de este

tubérculo, por lo tanto el cambio de proveedor podría resultar relativamente sencillo, teniendo en cuenta que el producto final se elaborara en el establecimiento de producción de la empresa. Sin embargo el proveedor de la principal materia prima que es la papa, deberá cumplir a cabalidad con el tiempo, cantidad y calidad requerida por la empresa, de no cumplirla se optara por un segundo proveedor. La relación con todos los proveedores de materia prima, insumos y envases, será a mena y coordinada para crear buenas relaciones a un largo plazo.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Respecto a la amenaza de productos sustitutos no existe un producto igual a las papas rellenas pre cocidas listas para freír, pero estas podrían sustituirse si se realizan de manera casera, o manualmente. Si se toma en cuenta los productos pre cocidos como la masa de pizzas casi listas, empanadas listas para hornear, pastas pre cocidas, platos de comidas congeladas, las cuales son ofrecidas en supermercados con marca propia así como elaboradas por empresas como de la marca San Fernando, estas sí podrían ser un sustituto a la elección del consumidor, además de que cuentan con una publicidad masiva, calidad, prestigio y amplios canales de distribución. Se tiene en cuenta también a los sustitutos como a la causa rellena, papa a la huancaína las cuales se venden en restaurantes, o preparadas manualmente en casa. El nivel de fuerza es medio.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

En este rubro existen bajas barreras de entrada

- Economía de escala.- Grandes franquicias cuentan con economías de escala que les permite la reducción de sus costos unitarios y acceso favorable a las materias primas.

- **Diferenciación del producto.**- El producto está basado en la innovación y, creatividad logrando una ventaja competitiva en el mercado peruano en referencia a la modalidad de consumo.
- **Inversión.**- La necesidad de invertir en un volumen elevado de recursos es un gran obstáculo ya que existen gastos como la publicidad inicial así como gastos en la investigación y desarrollo.
- **Política gubernamental.**- Cumplir con las normas técnicas peruanas, y controles sanitarios de alimentos, exigidos por la Ley general de salud y norma sanitaria

Capítulo III: Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

VISION

Ser en el año 2022 una empresa de alta presencia a nivel nacional y de gran crecimiento continuo, posicionándonos con la marca Doña papa con un producto innovador, eficaz y práctico contribuyendo con el buen desarrollo productivo del país.

MISION

Nos enfocamos en la producción y comercialización de papas rellenas pre cocidas, un producto alimenticio único y rápido, teniendo en cuenta el buen gusto de las personas, destacando el sabor peruano, las cuales sobrepasen las expectativas de nuestros clientes, a través de un equipo humano comprometido, logrando resaltar el buen arte culinario en el Perú.

3.2. Análisis FODA.

FORTALEZAS

1. Ofrecer un producto innovador nuevo en el mercado.
2. Alto conocimiento en el proceso de producción

3. Conocimiento en procesos técnicos y administrativos para alcanzar los objetivos de la empresa.
4. Se cuenta con red de contactos para acceder a distribuidores.

OPORTUNIDADES

1. Creciente demanda en el consumo de comida rápida.
2. No se cuenta con competidores directos al ser un producto nuevo en el mercado
3. Mercado objetivo no está completamente atendido
4. Incremento de la demanda gastronómica, debido a programas como Mistura, impulsado por el Gobierno peruano.
5. Tendencia en compra de productos pre cocidos.

DEBILIDADES

1. Bajos recursos financieros para la inversión
2. Baja experiencia en el mercado alimenticio
3. Bajo posicionamiento en el mercado
4. No se cuenta con establecimiento propio para la producción.

AMENAZAS

1. Bajas barreras de entrada para nuevos competidores
2. Aumento de costos en materia prima e insumos.
3. Imitación del producto, por parte de grandes empresas.
4. Poca fidelidad de marcas en el mercado de consumo.
5. Cambios en la legislación peruana.

Tabla 25: Matriz FODA

ANALISIS FO	ANALISIS DO
-Se aprovechara el ofrecer al mercado	-Se podría aprovechar el impulso

un producto nuevo e innovador, reconocido por solucionar el tiempo de preparación que conlleva para consumir este producto, cubriendo la poca disponibilidad de tiempo que tiene el segmento de mercado dirigida, considerando la nula competencia directa.(F1,O2) -El contar con conocimientos en procesos técnicos y administrativos de gestión para el cumplimiento de los objetivos, nos permitirá establecer estrategias adecuadas que permitan atender de manera satisfactoria aquel mercado que no está aun completamente atendido (F3,O3)	gastronómico que existe actualmente en el Perú, así como la tendencia en compra de productos pre cocidos, para hacer de Papa fast, el más fácil y rápido para consumirlo siendo este netamente peruano, posicionándose así paulatinamente en el mercado.(D3,O4,O5) -Si tenemos una baja experiencia en el mercado alimenticio, esto no detendrá la oportunidad de crecimiento, si este productos está bien dirigido al mercado objetivo, considerando la alta demanda de comida rápida, evidenciando la agitada vida rutinaria que la mayoría de personas tiene actualmente, además de que la empresa no tiene competencia directa ofreciendo el mismo producto y con el mismo estilo de consumo (D2,O1,O2)
ANALISIS FA	ANALISIS DA
-El contar con una red de contactos de acceso a distribuidores, y el contar también con conocimientos administrativos, permitirá crear alianzas estratégicas con respecto a acuerdos de	-Investigar y tomar en cuenta locales de propios cercanos a los centro de distribución para poder abastecer de manera más rápida, la competencia de grandes industrias que podrían imitar el

pagos, tiempos de entrega, ante la posibilidad que surgiera cambios en relación a costos de insumos o materias primas, debido a fenómenos ambientales. (F3,F4, A2)	producto, poseen de manera eficaz la distribución de sus productos.(D4.A3)
-El ser como empresa los primeros en ofrecer un producto innovador y único, hará de este atractivo y de preferencia, aquellas empresas que entren debido a las bajas barreras de entrada que existe en este rubro tendrían que adoptar otros productos similares o igual , pero no serían los primeros en ser reconocidos .(F1,A1)	-Si la empresa tiene baja experiencia en el mercado alimenticio, es fundamental analizar e investigar el mercado o rubro dirigido ya que dará la opción de crear planes de contingencia ante cualquier evento natural, minimizando el impacto de las consecuencias.(D2,A2)

Fuente: propia - Elaboración: propia

3.3 Objetivos.

- Posicionar la marca de la empresa como líder en la categoría de papas rellenas pre cocidas listas para freír en un plazo de 3 años.
- Recuperar la inversión a los 4 años de haberse constituido la empresa.
- Crecimiento en ventas para cada año mínimo 3%
- Tener una rentabilidad mínima del 50% antes de finalizar el proyecto.
- Introducirnos en el mercado internacional a un plazo de 5 años.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Criterios de segmentación

Público Objetivo

- **Demográfico:** Hombres y mujeres de 20 a 54 años de edad
- **Geográfico:** Lima Metropolitana
- **Socio-económico:** Nivel Socio Económico A y B.

4.1.2 Marco muestral

Calcular la muestra:

$$385 = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2}$$

Z: 95% = 1.96 E: 5% = 0.05 P: 50% = 0.5 Q: 50% = 0.50

Tabla 26: Marco Muestral

MARCO MUESTRAL 2018

DISTRITOS	POBLACION TOTAL	ENTRE 20 - 54 AÑOS	20-54 AÑOS %	NSE A	NSE B	TOTAL AÑO 0	% CUOTA	N° ENCUESTAS
LIMA	294,431	151,012	51.29%	0.10%	28.20%	42,736	4.61%	18
ANCON	46,992	23,423	49.85%	0.30%	8.00%	1,944	0.21%	1
ATE	682,513	357,296	52.35%	0.00%	7.20%	25,725	2.77%	11
BARRANCO	32,479	16,232	49.98%	1.90%	41.30%	7,012	0.76%	3
BREÑA	82,242	41,571	50.55%	0.00%	35.70%	14,841	1.60%	6
CARABAYLLO	327,105	165,509	50.60%	0.00%	1.00%	1,655	0.18%	1
CHACLACAYO	47,041	23,686	50.35%	3.80%	50.90%	12,957	1.40%	6
CHORRILLOS	352,635	185,041	52.47%	1.10%	23.30%	45,150	4.87%	19
CIENEGUILLA	50,997	25,440	49.89%	6.00%	8.40%		0.39%	2

SAN MIGUEL	146,781	76,165	51.89%	0.80%	80.40%		6.67%	27
SANTA ANITA	247,428	133,488	53.95%	0.00%	9.30%	61,846	1.34%	5
SANTA MARIA DEL MAR	1,742	936	53.73%	19.80%	33.00%	12,414	0.05%	0
SANTA ROSA	20,311	10,323	50.82%	0.80%	22.10%	494	0.25%	1
SANTIAGO DE SURCO	372,885	194,915	52.27%	35.90%	43.60%	2,364	16.71%	67
SURQUILLO	98,947	51,219	51.76%	0.80%	56.40%	154,958	3.16%	13
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	485,867	250,799	51.62%	0.00%	1.00%	29,298	0.27%	1
TOTAL	9,132,947	4,753,090	51.52%			2,508	100.00%	400
						927,511		

Fuente: Ipsos Apoyo NSE A Y NSE B 2012, INEI 2015

En el Marco muestral indica la cantidad de encuestas para cada distrito de Lima

Metropolitana, obteniendo un total de 400 encuestas.

4.1.3 Entrevistas a profundidad

La primera entrevista a profundidad realizada fue con el señor Luis Campos Landauro quien ejerció durante 8 años en la empresa COMERCIA S.A como jefe de productos de marcas propias tales como A1, Selecta y la Cabaña. Tenía como funciones principales desarrollar líneas de productos, nuevos mercados y estrategias de marketing.

El objetivo de esta entrevista fue tener una perspectiva del mercado, del producto y estrategias para el marketing mix.

Sobre el Negocio:

Indico que hoy en día la vida de las personas es cada vez más agitada, que se vive metida en el tráfico, estudios, trabajo y familia entonces el tiempo es un factor que afecta a todas las personas hoy en día. Asimismo el consumidor peruano busca comidas que tengan buen sabor y sean rápidas de adquirir o preparar. Es por eso que el negocio de comidas rápidas es una gran oportunidad de negocio. Señala que la comida peruana es reconocida a nivel mundial por la gran variedad de gustos y sabores con la que se cuenta siendo esto una oportunidad más para los negocios.

Sobre la Idea de Negocio:

Menciona este producto es una buena idea de negocio ya que el consumo de la papa rellena es mínimo debido a la gran dificultad para la preparación; Como marca “DOÑA PAPA” le pareció corto, fonético y un nombre perfecto para el producto. Referente al empaque del producto le pareció muy bueno, con información claro y concisa.

Para el canal de distribución recomendó iniciar por ventas tradicionales que incluye a bodegas y minimarkets y también el canal moderno que son los autoservicios, el cual da estatus y presencia en el mercado de algún producto. Recomendó Tambo y Listo como principales minimarkets para vender los productos ya que hoy en día tienen bastantes establecimientos en Lima y calcula un consumo de 120 packs mensuales por local.

Señaló que un precio de S/10.00 a S/12.00 soles seria el adecuado para este producto, sin embargo se debe tomar en cuenta la rentabilidad para poder sostener el negocio a largo plazo, esto implica principalmente la inversión.

Recomendó promocionar el producto mediante redes sociales, como el Facebook, Instagram, Twitter ya que es la publicidad actualmente más utilizada y accesible. A largo plazo se podría invertir en televisión, revistas, eventos sociales y paneles; pero dependerá del capital con el que se cuente. Link de referencia: <https://youtu.be/QM8Un57t2FI>

La segunda entrevista a profundidad realizada fue con el señor Omar Carbajal quien actualmente es asistente de compras de productos de gran consumo de Supermercados Tottus, del área de productos congelados.

El objetivo de esta entrevista fue validar la aceptación del producto y la venta mediante supermercados y determinar la cantidad de la demanda del proyecto en base a las compras que realiza actualmente a la competencia, en este caso 5cina.

Sobre la Competencia:

Actualmente la distribución de los productos 5cina que realizan a cada uno de sus tiendas es de 300 a 350 unidades mensuales, y su competencia distribuye menores cantidades por cada tienda. En el caso de Metro, Wong y Plaza Vea entre 80 y 85 %, Makro y Vivanda entre 45 y 55 % pero que por la mayor cantidad de establecimientos que tienen la compra es mayor a la de ellos. El porcentaje de margen que trabajan para estos productos es de 20 % y la forma de pago es crédito a 90 días pero se permite hacer factoring.

Los meses más bajos de venta de estos productos son desde Enero a Marzo, principalmente porque en verano el consumidor piensa más en el cuidado de la figura personal.

Sobre la Idea de Negocio:

También mencionó que el producto es una buena idea de negocio ya que la papa rellena es un plato típico del Perú y que por la dificultad en preparación es el bajo consumo actual; la marca y el logo de “DOÑA PAPA” le pareció un nombre y una imagen muy fácil de recordar y mentalizar en los consumidores.

Señaló que un precio de S/9.90 soles sería el adecuado para el consumidor final.

La compra mensual que realizaría para cada tienda sería de 220 unidades aproximadamente, ya que estima un consumo de 6 a 7 packs diarios.

Para el lanzamiento y la publicidad del producto menciona que los supermercados no cobran para que una empresa pueda hacer degustaciones al público, que es mejor para ellos ya que impulsa al cliente a la compra. Esta información es clave para el plan de marketing ya que permitirá realizar degustaciones frecuentes.

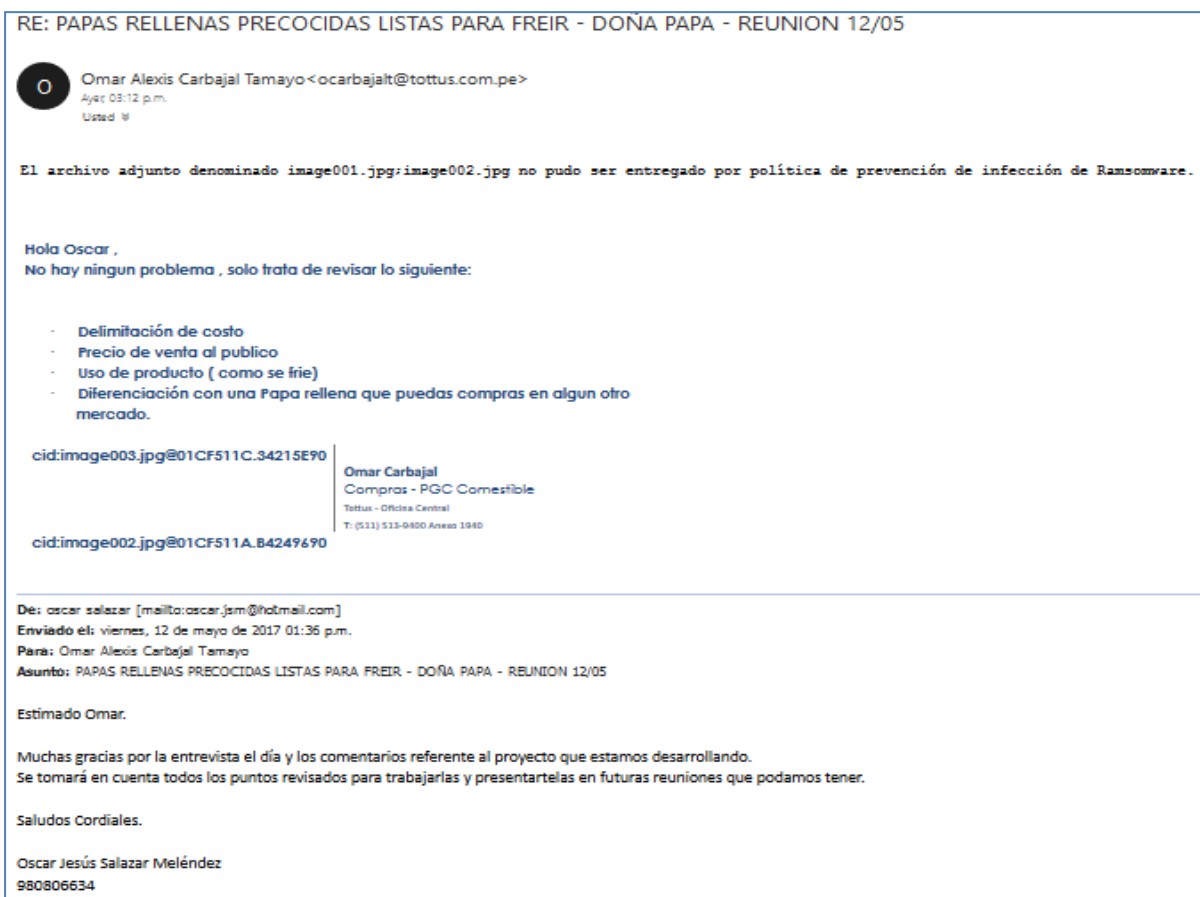


Ilustración 12: Segunda Entrevista

4.1.4 Focus Group

El focus group fue desarrollado sobre el “Estudio cualitativo para conocer los hábitos de compra y consumo de la papa rellena en la zona 7”. La técnica de FOCUS GROUP es un método cualitativo de gran precisión que ayudara a conocer los deseos, necesites, actitudes y reacciones de un al producto papa rellena lista para freír. Esta técnica consistirá en reunir a un grupo de 6 a 10 personas en una dinámica grupal, la cual es una herramienta muy importante para recibir retroalimentación de temas que requieren profundidad de información, puesto que permite a los participantes sentirse cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

Se realizó para este estudio dos Focus Group, de detalla a continuación el mercado objetivo que asistieron a la sesión.

Nº Perfil Nº.de Participantes

- GRUPO 1: Hombres y Mujeres de 25 a 49 años NSE A y B, 8 personas

Link de referencia: <https://youtu.be/KSh-wX8jy9s>

- GRUPO 2: Hombres y Mujeres de 25 a 49 años NSE A y B, 7 personas

Link de referencia: <https://youtu.be/HxpZjWFyMPI>

Hábitos de consumo:

La totalidad de los participantes manifestaron que si han consumido productos congelados y que los compran principalmente por temas de ahorro de tiempo.

La mayoría de los participantes manifestaron que los productos que más compran son hamburguesas, Nuggets, pastas, pizzas, platos preparados, mientras que la minoría manifestó que su más común compra es de papas congeladas pre cocidas.

La totalidad de los participantes indico que compran estos tipos de productos en supermercados, markets y minimarkets por los menos 3 veces al mes en cantidades que puedan servir para varias ocasiones o para consumo familiar.

Así mismo, la mayoría de los participantes manifestó que su principal motivo que los impulsa a consumir este tipo de producto es la fácil y rápida preparación, mientras que la minoría manifestó que los consumen por su sabor.

Referente a nuestro producto:

La totalidad de los asistentes al focus group indicaron que, si consumen papa rellena, y que lo realizan aproximadamente 3 veces al mes.

Luego de consumir los diferentes sabores ofrecidos, la gran mayoría de los participantes manifestó que los sabores anticuchera, lomo saltado, criolla y huachana fueron de su preferencia

La totalidad de los participantes manifestaron que les gustaría enterarse de la publicidad de nuestro producto por medio de las redes sociales y a la vez que prefieren encontrar las papas rellenas precocidas listas para freír en



Ilustración 13: Focus Group

supermercados, markets y supermarkets. Respecto al nombre del producto, la mayoría de los asistentes manifestaron que prefieren “Doña Papa” en vez de “Papa Fast” y en el caso del slogan “Empápate la vida”, todos indicaron que les parece bien. Por el lado de la cantidad en la presentación, la gran mayoría manifestó que prefieren encontrar dos unidades de papas en la presentación, una minoría manifestó que prefieren cuatro unidades dentro de la caja.

Respecto al precio, la mayoría manifestó que estarían dispuestos a pagar entre S/. 10 y S/. 12 por dos unidades y entre S/. 15 y S/. 19 por cuatro unidades.

Finalmente, todos los participantes de ambos focus manifestaron que les gusta la idea principalmente por el ahorro de tiempo que implica el preparar una papa rellena, adicionalmente indicaron que si las recomendarían.



Ilustración 14: Focus Group

4.1.5 Encuestas

Para obtener el tamaño de muestra se utilizó la técnica de Aleatorio simple, probabilístico.

Pregunta N° 1: ¿A qué actividad se dedica?

Tabla 27: Pregunta N° 1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Trabaja	118	29.5%
Estudia	70	17.50%
Trabaja y Estudia	205	51.25%
Otros	7	1.75%
Total	400	100%

Elaboración Propia

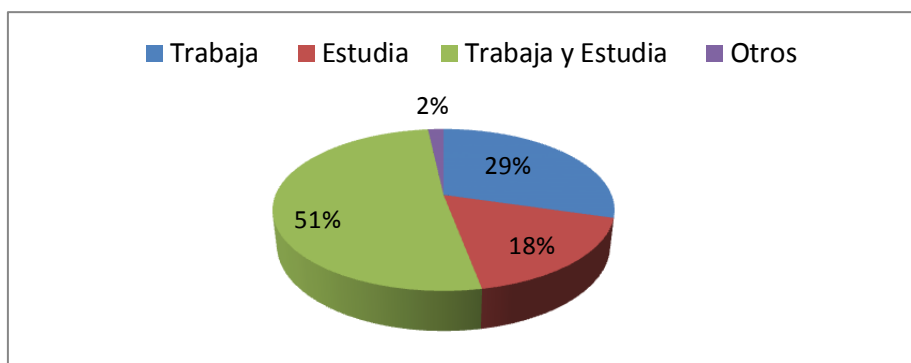


Ilustración 15: Resultado Pregunta N°1 (Elaboración propia)

De acuerdo al gráfico, existe una gran cantidad de personas que estudian y trabajan al mismo tiempo representado por un 51.25% seguido por los que solo trabajan, con un 17.50%.

Pregunta N° 2: ¿Ha consumido alguna vez productos pre-cocidos o listos para freír?

Tabla 28: Pregunta N°2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	374	93.50%
No	26	6.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia



Ilustración 16: Resultado Pregunta N°2 (Elaboración propia)

El 93.50% de los encuestados respondió que si ha consumido productos pre cocidos o productos listos para freír, siendo este un indicador para el lanzamiento del producto.

Pregunta N° 3: ¿Con que frecuencia consume productos pre-cocidos o listos para freír?

Tabla 29: Pregunta N°3

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanal	47	11.75%
Quincenal	179	44.75%
Mensual	156	39.00%
Trimestral	18	4.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia

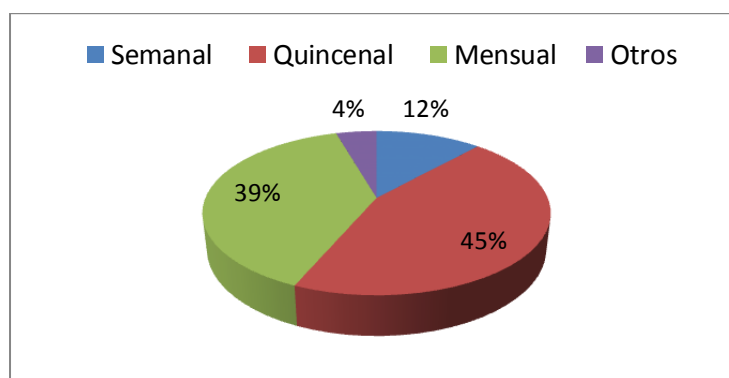


Ilustración 17: Resultados pregunta N°3 (Elaboración Propia)

Existe un 44.74% de personas que consume productos pre cocidos de manera quincenal, seguido del 39% que lo consume de manera mensual. Por lo tanto existe tendencia de uso de consumo de los productos pre cocidos.

Pregunta N° 4: ¿Consume papa rellena?

Tabla 30: Pregunta N°4

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	400	100%
No	0	0%
Total	400	100%

Elaboración Propia

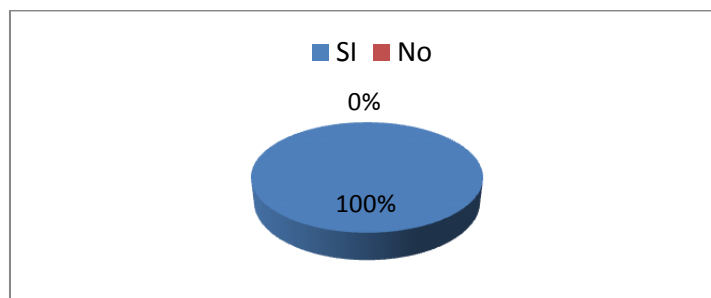


Ilustración 18: Resultados Pregunta N° 4 (Elaboración Propia)

De acuerdo al consumo de papas rellenas, el 100% de los encuestados respondieron que si consumen papa rellena, siendo favorable para el proyecto.

Pregunta N° 5: La papa rellena que suele consumir es de:

Tabla 31: Pregunta N° 5

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Elaboración propia	85	21.25%
En Restaurante	138	34.50%
Al paso	177	44.25%
Total	400	100%

Elaboración Propia

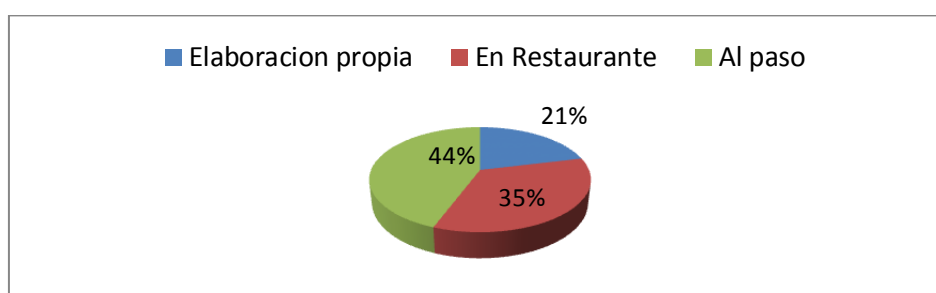


Ilustración 19: Resultados Pregunta N°5(Elaboración Propia)

El 44.25% consume la papa rellena al paso, seguido del 34.50% que lo consume en restaurantes. Solo el 21.25% lo elabora manualmente casa.

Pregunta N° 6: ¿Con que frecuencia consume papa rellena?

Tabla 32: Pregunta N° 6

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanal	42	10.5%
Quincenal	116	29.0%
Mensual	173	43.25%
Trimestral	69	17.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia

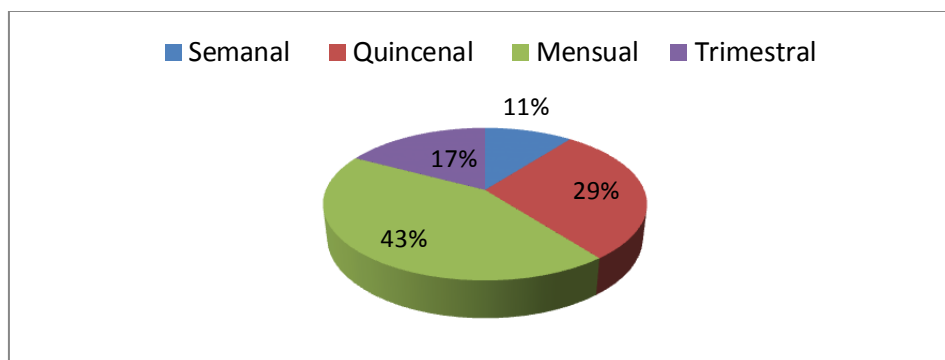


Ilustración 20: Resultados Pregunta N°6 (Elaboración Propia)

El 43.25% consume la papa rellena de manera mensual y el 29.0% de manera quincenal.

Pregunta N° 7: ¿Cuántas papas rellenas consume al mes?

Tabla 33: Pregunta N° 7

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
0-2 unid	169	42.25%
3-5 unid	187	46.75%
6-8 unid	44	11.0%
9-15 unid	0	0
Total	400	100%

Elaboración Propia

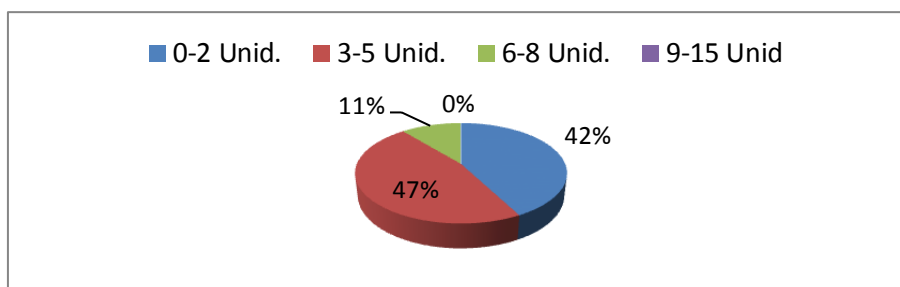


Ilustración 21: Resultados Pregunta N° 7 (Elaboración Propia)

El 46.75% consume de 3 a 5 unidades de papas rellenas, seguidas del 42.25% que consume hasta 2 unidades al mes.

Pregunta N° 8: ¿En qué estación del año consume más papas rellenas?

Tabla 34: Pregunta N° 8

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Verano	55	13.75%
Otoño	119	29.75%
Invierno	130	32.75%
Primavera	96	24.0%
Total	400	100%

Elaboración Propia

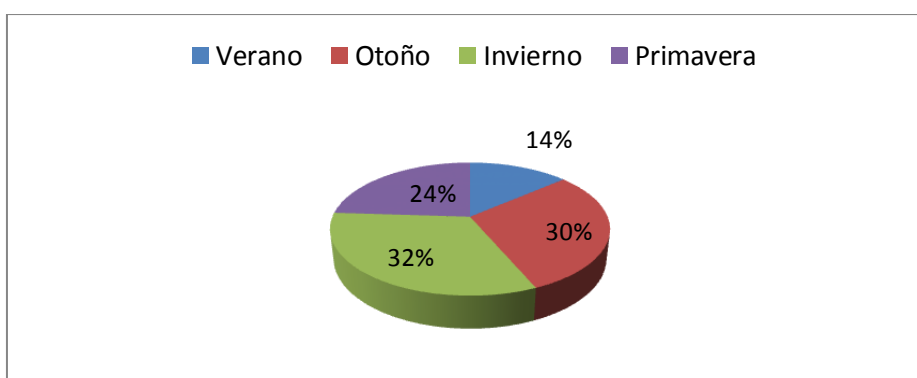


Ilustración 22: Resultados Pregunta N° 8 (Elaboración Propia)

El 32.75% consume más papa rellena en invierno seguido del 29.75% consume papa rellena en otoño.

Pregunta N° 9: ¿Qué le parece la idea de que ingrese el siguiente producto al mercado?

Tabla 35: Pregunta N°9

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	323	80.75%
Buena	77	19.75%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	400	100%

Elaboración Propia

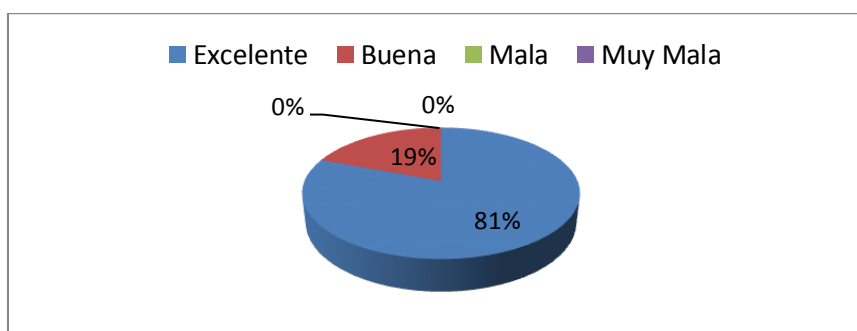


Ilustración 23: Resultados Pregunta N° 9 (Elaboración Propia)

Respecto a la idea de que ingrese este nuevo producto al mercado al 80.75% de los encuestados les pareció una excelente idea, seguido del 19.75% como una buena idea, por lo tanto la aprobación es favorable.

Pregunta N° 10: ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

Tabla 36: Pregunta N° 10

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	400	100%
No	0	0
Total	400	100%

Elaboración Propia

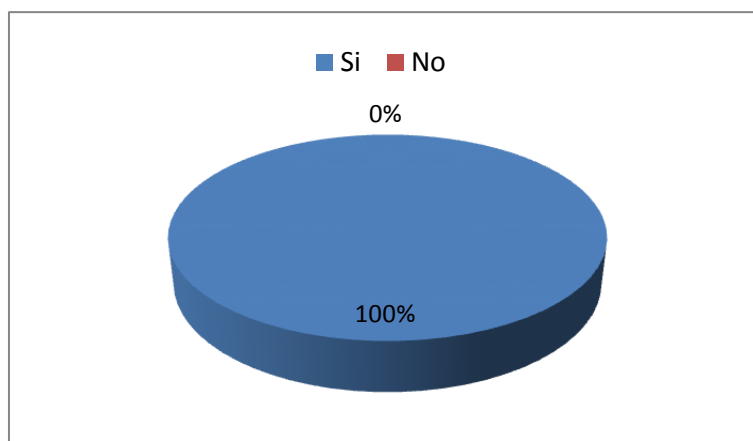


Ilustración 24: Resultados Pregunta N° 10 (Elaboración Propia)

El 100% de los encuestados respondieron que si estarían dispuestos a comprar el producto Doña papa.

Pregunta N° 11: ¿Con que frecuencia lo consumiría?

Tabla 37: Pregunta N°11

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanal	96	24%
Quincenal	211	52.75%
Mensual	75	18.75%
Trimestral	18	4.5%
Total	400	100%

Elaboración Propia

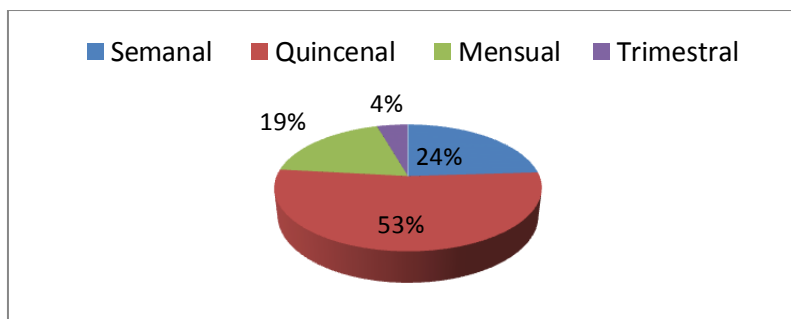


Ilustración 25: Resultados Pregunta N° 11 (Elaboración Propia)

El 52.75% de los encuestados respondieron que consumirían este nuevo producto de manera quincenal, seguido del 24% que indicaron que lo consumirían semanal.

Pregunta N° 12: ¿Escoja el tipo de relleno que preferiría?

Tabla 38: Pregunta N°12

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lomo saltado	127	31.75%
Anticucho	144	36%
Huachana	84	21%
Carne tradicional	45	11.25%
Total	400	100%

Elaboración Propia

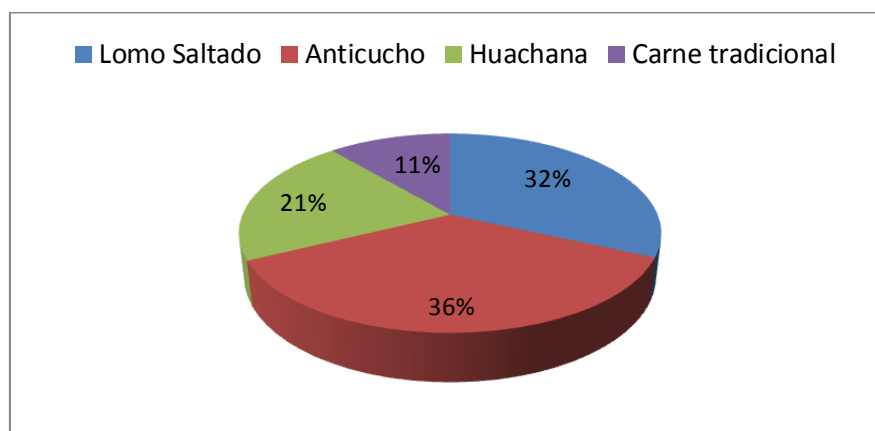


Ilustración 26: Resultados Pregunta N° 12 (Elaboración Propia)

El 31.75% de los encuestados preferiría de relleno el lomo saltado, seguido del anticuchero con un 36%, huachana 21% y finalmente carne tradicional con 11.25% de preferencia.

Pregunta N° 13: ¿Que nombre le gusta más como marca del producto?

Tabla 39: Pregunta N°13

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Papa fast	146	36-50%

Doña papa	186	46.50%
Papa lista	68	17%
Total	400	100%

Elaboración Propia

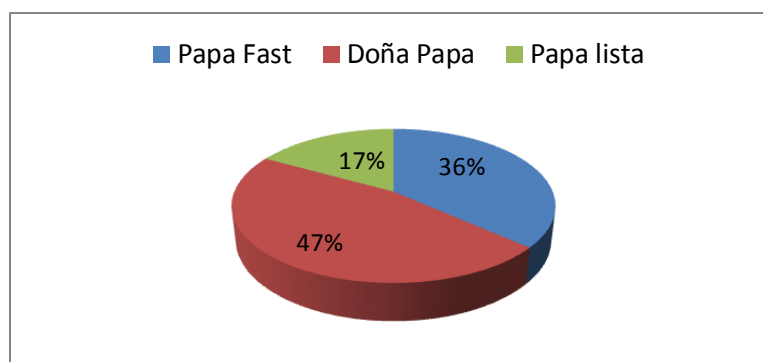


Ilustración 27: Resultados Pregunta N° 13 (Elaboración Propia)

El 47% de los encuestados aprobó “Doña papa” como nombre para la marca del producto.

Pregunta N° 14: ¿En qué lugares le gustaría encontrar el producto?

Tabla 40: Pregunta N°14

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	234	58.50%
Bodegas	55	13.75%
Minimarkets	105	26.25%
Otros	6	1.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia

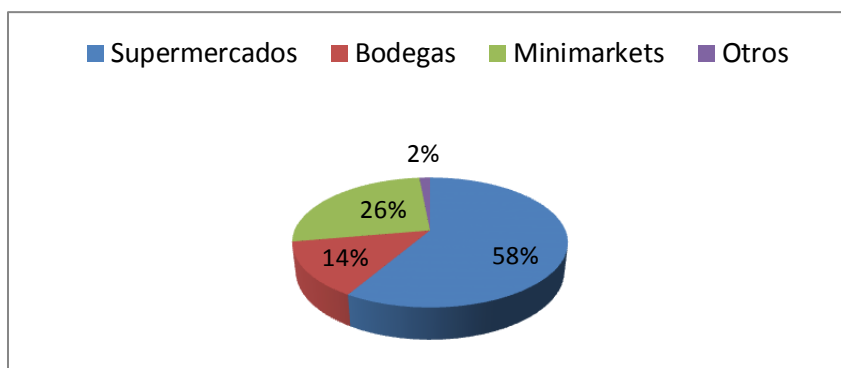


Ilustración 28: Resultados Pregunta N° 14 (Elaboración Propia)

El 58.50% de los encuestados preferiría encontrar el producto en supermercados, seguido de minimarkets con un 26.75%, bodegas 13.75% y en otros lugares 1.50%

Pregunta N° 15: ¿Qué cantidad de papas le gustaría por presentación?

Tabla 41: Pregunta N° 15

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
2 unidades	230	57.50%
4 unidades	102	25.50%
Ambas	68	17%
Total	400	100%

Elaboración Propia

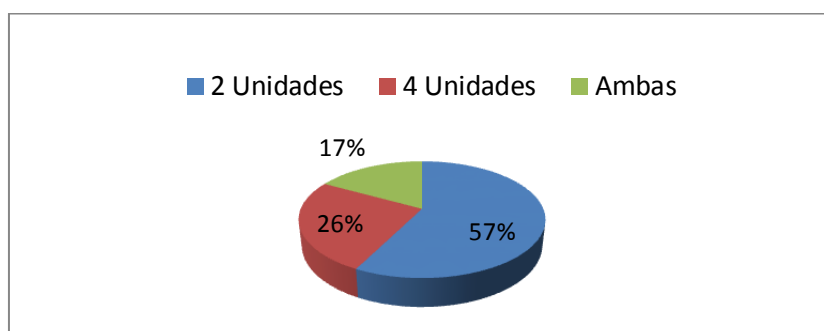


Ilustración 29: Resultados Pregunta N° 15 (Elaboración Propia)

El 57.50% de los encuestados preferiría una presentación de 2 unidades, seguido de la presentación de 4 unidades con un 25.50%, y finalmente ambas presentaciones con un 17%.

Pregunta N° 16: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 2 unidades?

Tabla 42: Pregunta N° 16

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
S/ 8.00	106	26.50%
S/10.00	249	62.25%
S/12.00	45	11.25%
Total	400	100%

Elaboración Propia

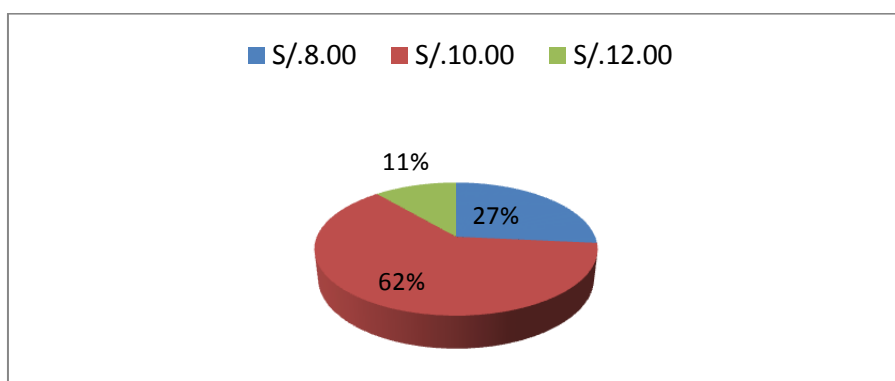


Ilustración 30: Resultados Pregunta N° 16 (Elaboración Propia)

De acuerdo al grafico el 62.25% de los encuestados pagaría S/ 10.00 por una presentación de 2 unidades del producto.

Pregunta N° 17: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 4 unidades?

Tabla 43: Pregunta N°17

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
S/ 15.00	120	30.00%
S/17.00	174	43.50%
S/19.00	106	26.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia

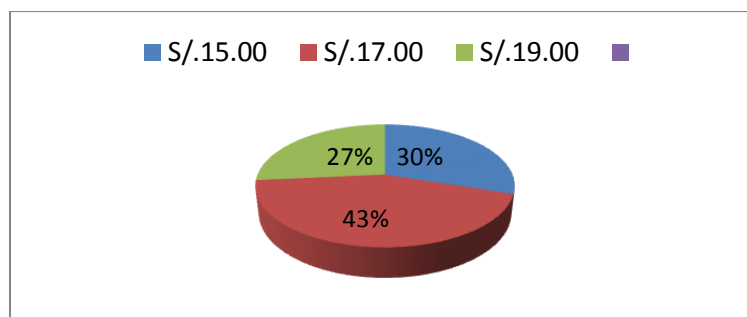


Ilustración 31: Resultados Pregunta N° 17 (Elaboración Propia)

De acuerdo al gráfico el 43.50% de los encuestados pagaría S/17 por una presentación de 4 unidades, seguido del 30% que pagaría S/ 15 por esta presentación.

Pregunta N° 18: ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse del producto?

Tabla 44: Pregunta N°18

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Facebook	211	52.57%
Twitter	44	11.00%
Radio	6	1.50%
Eventos sociales	9	2.25%
Revistas	16	4.00%
Pagina web	18	4.50%
Volantes	5	1.25%
Instagram	46	11.50%
Paneles publicitarios	45	11.25%
Total	400	100%

Elaboración Propia

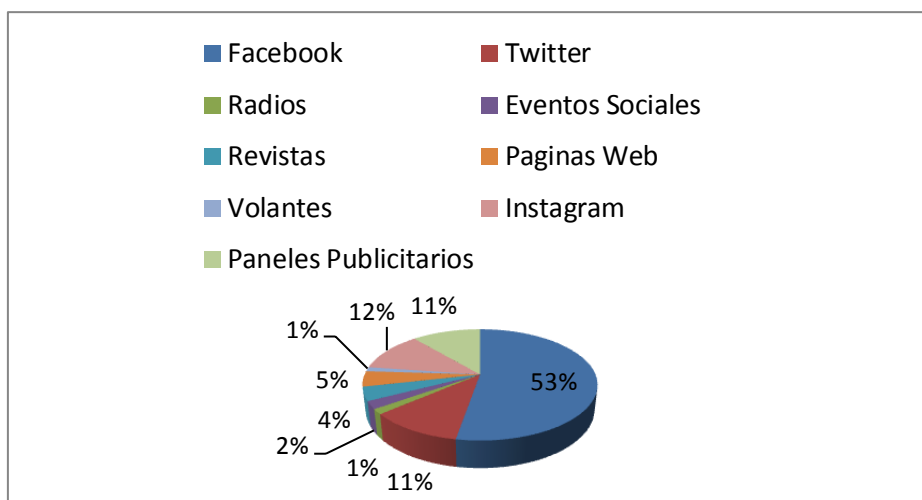


Ilustración 32: Resultados Pregunta N° 18 (Elaboración Propia)

El 52.57% de personas encuestadas respondieron que les gustaría enterarse del producto por medio facebook, seguido de instagram 11.50% , paneles publicitarios 11.25% y twitter con 11.00%

Pregunta N° 19: ¿Estaría dispuesto a pagar S/12.00 por una presentación de 2 unidades?

Tabla 45: Pregunta N° 19

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	302	75.50%
No	98	24.50%
Total	400	100%

Elaboración Propia

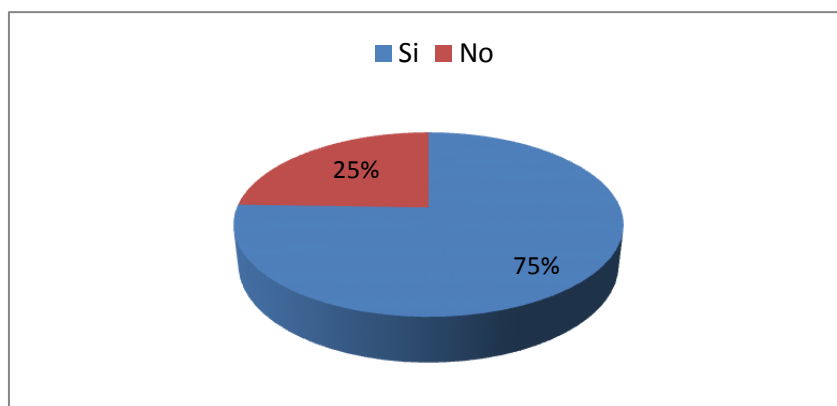


Ilustración 33: Resultados Pregunta N° 19 (Elaboración Propia)

El 75.50% de los encuestados respondieron que si estarían dispuestos a pagar S/12.00 por una presentación de 2 unidades.

Pregunta N° 20: ¿Estaría dispuesto a pagar S/19.00 por una presentación de 4 unidades?

Tabla 46: Pregunta N°20

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	232	58.00%
No	168	42.00%
Total	400	100%

Elaboración Propia

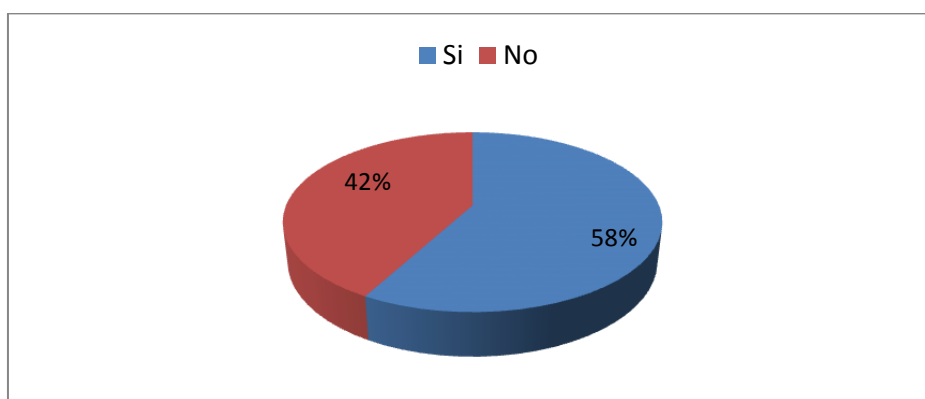


Ilustración 34: Resultados Pregunta N° 20 (Elaboración Propia)

El 58% de los encuestados estaría dispuesto a pagar S/ 19.00 por una presentación de 4 unidades y el 42% no estaría dispuesto a pagar ese precio por dicha presentación. Esto indica que poco más de la mitad si aprueba el precio de S/ 19.00

4.2 Demanda y oferta

4.2.1 Estimación del mercado potencial.

Para la realización del proyecto se están considerando los datos como año base 2015, en donde se muestra la población de Lima Metropolitana que llega a 8'894'412 de habitantes de todas las edades. La población está dividida por sexo, los hombres llegan a un total de 4'314'286 habitantes y las mujeres llegan a un total de 4'580'126 habitantes. Se puede indicar que existen más mujeres que hombres en Lima Metropolitana.

Tabla 47: Poblacion Lima Metropolitana

AÑO BASE :		2015	
Sexo :	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Número de Habitantes	4'314'286	4'580'126	8'894'412

Fuente: INEI 2015 Elaboración propia

Se considerara un Índice de crecimiento poblacional de 2.70%, lo cual resulta como promedio de los últimos 10 años de la población económicamente activa de Lima Metropolitana de los años 2005 al 2015, publicado por INEI. Este índice de crecimiento se utilizará para calcular el crecimiento de la población para los 5 años del horizonte del proyecto.

Según Ipsos Apoyo 2012, se obtuvieron los porcentajes de los niveles socioeconómicos A y B, el cual será utilizado para calcular el mercado potencial.

Tabla 48: Población económicamente activa 2004 - 20015

Población económicamente activa, según ámbito geográfico 2004 - 20015										
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Total	13886.	14356.	14903	15158	15448	15735	1594	16142.	16328.	16396.	1649
Lima	8	0	.3	.2	.2	.7	9.1	1	8	4	8.1
Metropolit	4019.7	4301.8	4588.	4722.	4785.	4942.	5030.	5144.1	5133.3	5121.4	5231.
ana			2	5	1	4	1				1

Fuente: INEI

Tabla 49: Mercado potencial

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022
LIMA	42,736	43,888	45,071	46,286	47,534
ANCON	1,944	1,997	2,050	2,106	2,162
ATE	25,725	26,419	27,131	27,862	28,613
BARRANCO	7,012	7,201	7,395	7,595	7,799
BREÑA	14,841	15,241	15,652	16,074	16,507
CARABAYLLO	1,655	1,700	1,746	1,793	1,841
CHACLACAYO	12,957	13,306	13,664	14,033	14,411
CHORRILLOS	45,150	46,367	47,617	48,900	50,218
CIENEGUILLA	3,663	3,762	3,864	3,968	4,075
COMAS	5,516	5,665	5,818	5,975	6,136
EL AGUSTINO	1,396	1,434	1,472	1,512	1,553
INDEPENDENCIA	3,030	3,111	3,195	3,281	3,370
JESUS MARIA	31,369	32,214	33,083	33,975	34,890
LA MOLINA	84,349	86,622	88,957	91,355	93,818
LA VICTORIA	29,926	30,733	31,561	32,412	33,286
LINCE	18,848	19,356	19,877	20,413	20,963
LOS OLIVOS	47,722	49,009	50,330	51,686	53,080
LURIGANCHO	8,389	8,615	8,847	9,085	9,330
LURIN	2,566	2,635	2,706	2,779	2,854
MAGDALENA DEL MAR	26,044	26,746	27,467	28,208	28,968
PUEBLO LIBRE	37,042	38,040	39,065	40,118	41,200
MIRAFLORES	43,563	44,738	45,943	47,182	48,454
PACHACAMAC	144	148	152	156	161
PUCUSANA	1,336	1,372	1,409	1,447	1,486
PUENTE PIEDRA	394	405	416	427	438
PUNTA HERMOSA	2,624	2,694	2,767	2,841	2,918
PUNTA NEGRA	2,213	2,272	2,334	2,397	2,461
RIMAC	5,428	5,575	5,725	5,879	6,038
SAN BARTOLO	1,908	1,960	2,013	2,067	2,123
SAN BORJA	61,275	62,927	64,623	66,365	68,154
SAN ISIDRO	28,826	29,603	30,400	31,220	32,061

SAN JUAN DE LURIGANCHO	11,947	12,269	12,600	12,939	13,288
SAN JUAN DE MIRAFLORES	10,830	11,122	11,422	11,730	12,046
SAN LUIS	18,803	19,310	19,830	20,365	20,914
SAN MARTIN DE PORRES	22,458	23,063	23,685	24,323	24,979
SAN MIGUEL	61,846	63,513	65,225	66,983	68,788
SANTA ANITA	12,414	12,749	13,093	13,446	13,808
SANTA MARIA DEL MAR	494	507	521	535	550
SANTA ROSA	2,364	2,428	2,493	2,560	2,629
SANTIAGO DE SURCO	154,958	159,135	163,424	167,829	172,353
SURQUILLO	29,298	30,087	30,898	31,731	32,586
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	2,508	2,576	2,645	2,716	2,790
TOTAL	927,511	952,513	978,188	1,004,555	1,031,633

Fuente: INEI 2015

En el cuadro del mercado potencial se puede indicar que en el año 2018 asciende a 659,102 personas y para el año 2022 asciende a 733,092 personas, debido al crecimiento de la población.

4.2.2 Estimación del mercado disponible.

Para estimar el mercado disponible se establecieron en la encuesta las preguntas 2 y 4, siendo:

Pregunta N° 2: ¿Ha consumido alguna vez productos pre-cocidos o listos para freír?

Respuesta si: 93.50%

Pregunta N° 4: ¿Consume papa rellena?

Respuesta si: 100%

Tabla 50: Mercado Disponible

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022
LIMA	39,959	41,036	42,142	43,278	44,444
ANCON	1,818	1,867	1,917	1,969	2,022
ATE	24,053	24,702	25,367	26,051	26,753
BARRANCO	6,556	6,733	6,915	7,101	7,292
BREÑA	13,876	14,250	14,634	15,029	15,434

CARABAYLLO	1,548	1,589	1,632	1,676	1,721
CHACLACAYO	12,114	12,441	12,776	13,121	13,474
CHORRILLOS	42,215	43,353	44,522	45,722	46,954
CIENEGUILLA	3,425	3,518	3,612	3,710	3,810
COMAS	5,158	5,297	5,440	5,586	5,737
EL AGUSTINO	1,305	1,341	1,377	1,414	1,452
INDEPENDENCIA	2,833	2,909	2,988	3,068	3,151
JESUS MARIA	29,330	30,120	30,932	31,766	32,622
LA MOLINA	78,866	80,992	83,175	85,417	87,720
LA VICTORIA	27,981	28,735	29,510	30,305	31,122
LINCE	17,622	18,097	18,585	19,086	19,601
LOS OLIVOS	44,620	45,823	47,058	48,327	49,629
LURIGANCHO	7,843	8,055	8,272	8,495	8,724
LURIN	2,399	2,464	2,530	2,598	2,668
MAGDALENA DEL MAR	24,351	25,008	25,682	26,374	27,085
PUEBLO LIBRE	34,634	35,567	36,526	37,511	38,522
MIRAFLORES	40,732	41,830	42,957	44,115	45,304
PACHACAMAC	135	139	142	146	150
PUCUSANA	1,249	1,283	1,317	1,353	1,389
PUENTE PIEDRA	368	378	389	399	410
PUNTA HERMOSA	2,453	2,519	2,587	2,657	2,728
PUNTA NEGRA	2,069	2,125	2,182	2,241	2,301
RIMAC	5,076	5,212	5,353	5,497	5,645
SAN BARTOLO	1,784	1,832	1,882	1,933	1,985
SAN BORJA	57,293	58,837	60,423	62,052	63,724
SAN ISIDRO	26,952	27,678	28,424	29,191	29,977
SAN JUAN DE LURIGANCHO	11,170	11,471	11,781	12,098	12,424
SAN JUAN DE MIRAFLORES	10,126	10,399	10,679	10,967	11,263
SAN LUIS	17,581	18,055	18,541	19,041	19,554
SAN MARTIN DE PORRES	20,998	21,564	22,145	22,742	23,355
SAN MIGUEL	57,826	59,384	60,985	62,629	64,317
SANTA ANITA	11,607	11,920	12,242	12,572	12,910
SANTA MARIA DEL MAR	462	474	487	500	514
SANTA ROSA	2,210	2,270	2,331	2,394	2,458
SANTIAGO DE SURCO	144,886	148,791	152,802	156,920	161,150
SURQUILLO	27,393	28,132	28,890	29,669	30,468
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	2,345	2,408	2,473	2,540	2,608
TOTAL	867,223	890,599	914,606	939,259	964,577

Fuente: INEI 2015

En el año 2018 el mercado disponible asciende a 616,261, y así crece durante los siguientes años siguientes, llegando al año 2022 con 685,441 de mercado disponible.

4.2.3 Estimación del mercado efectivo.

Para poder hallar el Mercado Efectivo, se identificó a las personas interesadas en comprar el producto utilizando la pregunta de la encuesta N° 10. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

Luego se adicionó las preguntas 12. ¿Escoja el tipo de relleno que preferiría? que determina el sabor preferido y por último la pregunta 19. ¿Estaría dispuesto a pagar S/. 12.00 por una presentación de 2 unidades? En el cual el entrevistado acepta el precio propuesto.

Tabla 51: Calculo de mercado efectivo

CÁLCULO DEL MERCADO EFECTIVO						
Fórmul	=	Merc	10. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?	Sabor	12. ¿Escoja el tipo de relleno que preferiría?	19. ¿Estaría dispuesto a pagar S/. 12.00 por una presentación de 2 unidades?
a para		ado	100.00%	Lomo Saltado	31.75%	75.50%
calcular		Disponi	100.00%	Anticucho	36.00%	75.50%
Mercado		ble x	100.00%	Huachana	21.00%	75.50%
Efectivo			100.00%	Carne tradicional	11.25%	75.50%

Fuente: Propia

Tabla 52: Mercado Efectivo por Zonas

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022
LIMA	30,169	30,982	31,817	32,675	33,555
ANCON	1,372	1,409	1,447	1,486	1,526
ATE	18,160	18,650	19,152	19,669	20,199
BARRANCO	4,950	5,083	5,221	5,361	5,506
BREÑA	10,477	10,759	11,049	11,347	11,653
CARABAYLLO	1,168	1,200	1,232	1,265	1,300
CHACLACAYO	9,146	9,393	9,646	9,906	10,173
CHORRILLOS	31,873	32,732	33,614	34,520	35,450

CIENEGUILLA					
	2,586	2,656	2,727	2,801	2,876
COMAS					
	3,894	3,999	4,107	4,218	4,331
EL AGUSTINO					
	986	1,012	1,039	1,067	1,096
INDEPENDENCIA					
	2,139	2,196	2,256	2,316	2,379
JESUS MARIA					
	22,144	22,741	23,354	23,983	24,630
LA MOLINA					
	59,544	61,149	62,797	64,490	66,228
LA VICTORIA					
	21,126	21,695	22,280	22,881	23,497
LINCE					
	13,305	13,664	14,032	14,410	14,799
LOS OLIVOS					
	33,688	34,596	35,529	36,487	37,470
LURIGANCHO					
	5,922	6,081	6,245	6,414	6,587
LURIN					
	1,811	1,860	1,910	1,962	2,014
MAGDALENA DEL MAR					
	18,385	18,881	19,390	19,913	20,449
PUEBLO LIBRE					
	26,149	26,853	27,577	28,321	29,084
MIRAFLORES					
	30,752	31,581	32,433	33,307	34,205
PACHACAMAC					
	102	105	108	110	113
PUCUSANA					
	943	969	995	1,022	1,049
PUENTE PIEDRA					
	278	286	293	301	309
PUNTA HERMOSA					
	1,852	1,902	1,953	2,006	2,060
PUNTA NEGRA					
	1,562	1,604	1,647	1,692	1,737
RIMAC					
	3,832	3,935	4,041	4,150	4,262
SAN BARTOLO					
	1,347	1,383	1,421	1,459	1,498
SAN BORJA					
	43,256	44,422	45,619	46,849	48,112
SAN ISIDRO					
	20,349	20,897	21,460	22,039	22,633
SAN JUAN DE LURIGANCHO					
	8,434	8,661	8,894	9,134	9,380
SAN JUAN DE MIRAFLORES					
	7,645	7,851	8,063	8,280	8,504
SAN LUIS					
	13,274	13,631	13,999	14,376	14,764
SAN MARTIN DE					

PORRES	15,853	16,281	16,720	17,170	17,633
SAN MIGUEL	43,658	44,835	46,044	47,285	48,559
SANTA ANITA	8,764	9,000	9,242	9,492	9,747
SANTA MARIA DEL MAR	349	358	368	378	388
SANTA ROSA	1,669	1,714	1,760	1,807	1,856
SANTIAGO DE SURCO	109,389	112,337	115,365	118,475	121,668
SURQUILLO	20,682	21,239	21,812	22,400	23,004
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	1,770	1,818	1,867	1,918	1,969
TOTAL	654,754	672,403	690,527	709,140	728,255

Fuente: INEI

Tabla 53: Resumen Mercado Efectivo Anual por Rellenos

MERCADO EFECTIVO POR RELLENOS ANUAL					
AÑOS:	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado (32%)	207,884	213,488	219,242	225,152	231,221
Anticucho (36%)	235,711	242,065	248,590	255,291	262,172
Huachana (21%)	137,498	141,205	145,011	148,919	152,934
Carne tradicional (11%)	73,660	75,645	77,684	79,778	81,929
	654,754	672,403	690,527	709,140	728,255

Elaboración Propia

En el año 2018 el mercado efectivo asciende a 465277 personas de las cuales 147725 personas son consumidores del sabor Lomo Saltado, 167500 del sabor Anticucho, 97708 del sabor Huachana y 52344 del sabor Carne Tradicional. Al año 2022 el mercado efectivo asciende a 517508 personas.

4.2.4 Estimación del mercado objetivo.

Para determinar la participación inicial en el mercado de Lima Metropolitana se tomó como referencia la demanda calculada en base a la entrevista realizada con el Sr. Omar Carbajal. Para el primer año la participación del mercado será el 6.90 % del mercado efectivo. Asimismo, según Jessica Fox, gerente de marketing de categorías de San Fernando

en una entrevista a Diario el comercio en el año 2014 indicó que el mercado de alimentos preparados y congelados tendría un crecimiento anual de 6,5%, según datos de Euromonitor. Dado que el producto pertenece a este sector se tomará un crecimiento de 1.5 % anual al ser un producto nuevo y la capacidad de producción e infraestructura no es igual al de la competencia.

Tabla 54: Cálculo de Mercado

CÁLCULO DEL MERCADO OBJETIVO				
Fórmula para calcular Mercado Objetivo	=	Mercado Efectivo x	Participación del mercado inicial 9.74%	% de crecimiento 3.00%

Fuente: Propia

Tabla 55: Mercado Objetivo

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022
LIMA	2,940	3,028	3,119	3,212	3,309
ANCON	134	138	142	146	151
ATE	1,770	1,823	1,877	1,934	1,992
BARRANCO	482	497	512	527	543
BREÑA	1,021	1,052	1,083	1,116	1,149
CARABAYLLO	114	117	121	124	128
CHACLACAYO	891	918	946	974	1,003
CHORRILLOS	3,106	3,199	3,295	3,394	3,496
CIENEGUILLA	252	260	267	275	284
COMAS	379	391	403	415	427
EL AGUSTINO	96	99	102	105	108
INDEPENDENCIA	208	215	221	228	235
JESUS MARIA	2,158	2,223	2,289	2,358	2,429
LA MOLINA	5,802	5,976	6,156	6,340	6,530
LA VICTORIA	2,059	2,120	2,184	2,249	2,317
LINCE	1,296	1,335	1,375	1,417	1,459
LOS OLIVOS	3,283	3,381	3,483	3,587	3,695
LURIGANCHO	577	594	612	631	649
LURIN	176	182	187	193	199
MAGDALENA DEL MAR	1,792	1,845	1,901	1,958	2,016
PUEBLO LIBRE	2,548	2,624	2,703	2,784	2,868
MIRAFLORES	2,997	3,087	3,179	3,275	3,373
PACHACAMAC	10	10	11	11	11
PUCUSANA	92	95	98	100	103

PUENTE PIEDRA	27	28	29	30	31
PUNTA HERMOSA	180	186	191	197	203
PUNTA NEGRA	152	157	161	166	171
RIMAC	373	385	396	408	420
SAN BARTOLO	131	135	139	143	148
SAN BORJA	4,215	4,341	4,472	4,606	4,744
SAN ISIDRO	1,983	2,042	2,104	2,167	2,232
SAN JUAN DE LURIGANCHO	822	846	872	898	925
SAN JUAN DE MIRAFLORES	745	767	790	814	838
SAN LUIS	1,293	1,332	1,372	1,413	1,456
SAN MARTIN DE PORRES	1,545	1,591	1,639	1,688	1,739
SAN MIGUEL	4,254	4,382	4,513	4,649	4,788
SANTA ANITA	854	880	906	933	961
SANTA MARIA DEL MAR	34	35	36	37	38
SANTA ROSA	163	167	173	178	183
SANTIAGO DE SURCO	10,659	10,979	11,308	11,648	11,997
SURQUILLO	2,015	2,076	2,138	2,202	2,268
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	173	178	183	189	194
TOTAL	63,802	65,716	67,687	69,718	71,810

Fuente: INEI

Tabla 56: Resumen Mercado Objetivo por tipo de relleno

MERCADO OBJETIVO POR RELLENOS ANUAL					
AÑOS:	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo					
Saltado	20,257	20,865	21,491	22,135	22,800
Anticucho	22,969	23,658	24,367	25,099	25,851
Huachana	13,398	13,800	14,214	14,641	15,080
Carne tradicional	7,178	7,393	7,615	7,843	8,079
	63,802	65,716	67,687	69,718	71,810

Fuente: Propia

En el año 2018 el mercado objetivo asciende a 32125 personas de las cuales 10200

personas son consumidores del sabor Lomo Saltado, 11565 del sabor anticucho, 6746 sabor

Huachana y 3614 del sabor Tradicional. Al año 2022 el mercado objetivo ascenderá a 66782

personas.

4.2.5 Frecuencia de compra.

Para calcular la frecuencia de compra de las papas rellenas por persona se ha tomado como base la pregunta N° 7. ¿Cuántas papas rellenas consume al mes? Teniendo como resultado que las personas consumen 37 papas rellenas al año.

Tabla 57: Frecuencia de consumo de la papa rellena

FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA PAPA RELLENA					
Respuestas	Cantidad	%	Consumo mes	Veces al año	Frecuencia de compra
0-2 Unid.	169	42.25%	1	12	5
3-5 Unid.	187	46.75%	4	48	22
6-8 Unid.	44	11.00%	7	84	9
9-15 Unid	0	0.00%		0	0
TOTAL	400	100.00%			37

Fuente: Propia

Para calcular la frecuencia de compra de las papas rellenas DOÑA PAPA por persona se ha tomado como base la pregunta N° 11. ¿Con que frecuencia lo consumiría? De la cual el resultado indica al año el cliente compraría 27 packs de dos unidades siendo 54 papas rellenas anuales, teniendo un promedio mensual sería de 4.5 papas.

Tabla 58: Frecuencia de consumo de DOÑA PAPA

FRECUENCIA DE CONSUMO DE DOÑA PAPA					
Respuestas	Cantidad	%	Consumo mes	Veces al año	Frecuencia de compra
Semanal	96	24.00%	4	48	12
Quincenal	211	52.75%	2	24	13
Mensual	75	18.75%	1	12	2
Trimestral	18	4.50%	0	4	0
TOTAL	400	100.00%			27

Fuente: Propia

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.

Para calcular la frecuencia de compra por sabor se ha tomado como base los resultados de la pregunta 12.

Tabla 59: Preferencia Sabor

FRECUENCIA POR SABOR			
Lomo Saltado	127	31.75%	8
Anticucho	144	36.00%	10
Huachana	84	21.00%	6
Carne tradicional	45	11.25%	3
TOTAL	400		27

Fuente: Propia

Para determinar la demanda fue importante los datos obtenidos en la entrevista realizada con el Sr. Omar Carbajal, en el cual se detalla la cantidad de compra posible que realizaría por cada establecimiento TOTTUS que son 170 packs mensuales y los porcentajes aproximados de compra que realizan actualmente los demás supermercados de los productos de la competencia. Asimismo, esta información fue validada mediante visitas a los diferentes supermercados y observando las cantidades de productos que tienen en sus congeladoras.

Tabla 60: Compra mensual proyectada

COMPRA MENSUAL PROYECTADA POR TIENDA		
TIENDAS	COMPRA MENSUAL	% POR TIENDA
TOTTUS	220	
METRO	187	85%
WONG	187	85%
PLAZA VEA	187	85%
VIVANDA	121	55%
MAKRO	110	45%
JET MARKET	100	45%
LISTO	90	41%
TAMBO	90	41%
TOTO	120	55%
MARKET		
TOTAL	1412	
GENERAL		

Fuente: Entrevista Alexis Carbajal – Asistente de compras de productos congelados SUPERMERCADOS TOTTUS.

En este cuadro se observa la cantidad de compra mensual proyectada por cada supermercado distribuido para un solo establecimiento.

Tabla 61: Compra mensual proyectada

SUPERMERCADO	QTY.	COMPRA DE PACKS
O	ESTABLECIMIENTOS	POR TIENDA
	EN LIMA	MENSUAL
JET MARKET	2	200
LISTO	47	4230
MAKRO	5	550
METRO	40	7480
PLAZA VEA	55	10285
TAMBO	87	7830
TOTO MARKET	1	120
TOTTUS	28	6160
VIVANDA	8	968
WONG	15	2805
TOTAL	288	40628
GENERAL		
	ANUAL	487536

Fuente: Entrevista Alexis Carbajal – Asistente de compras de productos congelados SUPERMERCADOS TOTTUS.

En este cuadro se observa la cantidad de establecimientos que tiene cada supermercado en Lima Metropolitana y la cantidad de compra total mensual y anual. Para el primer año la compra será de 245480 packs de papas rellenas y distribuida en 288 tiendas en Lima.

Tabla 62: Demanda Anual

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022
LIMA	22,464	23,138	23,832	24,547	25,283
ANCON	1,022	1,053	1,084	1,117	1,150
ATE	13,522	13,928	14,346	14,776	15,219
BARRANCO	3,686	3,796	3,910	4,028	4,148
BREÑA	7,801	8,035	8,276	8,524	8,780
CARABAYLLO	870	896	923	951	979
CHACLACAYO	6,810	7,015	7,225	7,442	7,665
CHORRILLOS	23,733	24,445	25,178	25,933	26,711
CIENEGUILLA	1,926	1,983	2,043	2,104	2,167
COMAS	2,900	2,987	3,076	3,169	3,264
EL AGUSTINO	734	756	779	802	826
INDEPENDENCIA	1,593	1,640	1,690	1,740	1,792
JESUS MARIA	16,489	16,983	17,493	18,018	18,558
LA MOLINA	44,337	45,667	47,037	48,448	49,902
LA VICTORIA	15,730	16,202	16,688	17,189	17,705
LINCE	9,907	10,204	10,510	10,826	11,150
LOS OLIVOS	25,085	25,837	26,612	27,411	28,233

LURIGANCHO	4,409	4,542	4,678	4,818	4,963
LURIN	1,349	1,389	1,431	1,474	1,518
MAGDALENA DEL MAR	13,690	14,101	14,524	14,959	15,408
PUEBLO LIBRE	19,470	20,055	20,656	21,276	21,914
MIRAFLORES	22,899	23,586	24,293	25,022	25,773
PACHACAMAC	76	78	81	83	85
PUCUSANA	702	723	745	767	790
PUENTE PIEDRA	207	213	220	226	233
PUNTA HERMOSA	1,379	1,420	1,463	1,507	1,552
PUNTA NEGRA	1,163	1,198	1,234	1,271	1,309
RIMAC	2,853	2,939	3,027	3,118	3,212
SAN BARTOLO	1,003	1,033	1,064	1,096	1,129
SAN BORJA	32,209	33,175	34,170	35,195	36,251
SAN ISIDRO	15,152	15,606	16,075	16,557	17,053
SAN JUAN DE LURIGANCHO	6,280	6,468	6,662	6,862	7,068
SAN JUAN DE MIRAFLORES	5,693	5,864	6,039	6,221	6,407
SAN LUIS	9,884	10,180	10,485	10,800	11,124
SAN MARTIN DE PORRES	11,805	12,159	12,523	12,899	13,286
SAN MIGUEL	32,508	33,484	34,488	35,523	36,589
SANTA ANITA	6,525	6,721	6,923	7,131	7,344
SANTA MARIA DEL MAR	260	268	276	284	292
SANTA ROSA	1,243	1,280	1,318	1,358	1,399
SANTIAGO DE SURCO	81,452	83,895	86,412	89,005	91,675
SURQUILLO	15,400	15,862	16,338	16,828	17,333
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	1,318	1,358	1,399	1,441	1,484
TOTAL	487,536	502,162	517,227	532,743	548,726

Fuente: Propia

Tabla 63: Demanda total por tipo de relleno

DEMANDA POR RELLENOS ANUAL					
AÑOS:	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo					
Saltado	171,146	176,280	181,569	187,016	192,626
Anticucho					
	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana					
	74,872	77,118	79,431	81,814	84,269
Carne tradicional					
	21,487	22,132	22,796	23,480	24,184
	487,536	502,162	517,227	532,743	548,726

Fuente: Propia

4.2.7 Estacionalidad.

El análisis de estacionalidad del producto se determinó mediante las encuestas realizadas y las entrevistas a profundidad. Los resultados que se detallan a continuación permitirán calcular en que fechas habrá mayor consumo.

Tabla 64: Estacionalidad de encuestados

PREGUNTA 8		
ESTACIÓN	CANTIDAD	%
Verano	82	20.50%
Otoño	108	27.00%
Invierno	122	30.50%
Primavera	88	22.00%
TOTAL PERSONAS	400	100%

Fuente: Propia

Los datos mostrados líneas arriba demuestran que hay un mayor consumo en invierno y el menor consumo es en verano ya que las personas se concentran en consumo de alimentos dietéticos.

Tabla 65: Estacionalidad Ajustada

AÑO	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4
1	20.50%	27.00%	30.50%	22.00%
2	20.50%	27.00%	30.50%	22.00%
3	20.50%	27.00%	30.50%	22.00%
4	20.50%	27.00%	30.50%	22.00%
5	20.50%	27.00%	30.50%	22.00%

Fuente: Propia

4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Se establece el precio al consumidor final y supermercados del producto según las encuestas y focus group realizados previamente.

Tabla 66: Precio Consumidor

PRECIO AL CONSUMIDOR FINAL			
PRECIO	VALOR VENTA	IGV	PRECIO VENTA
Papa Rellena Lomo	S/.	S/.	S/.
Saltado	8.39	1.51	9.90
Papa Rellena Anticuchera	S/.	S/.	S/.
	8.39	1.51	9.90
Papa Rellena Huachana	S/.	S/.	S/.
	8.39	1.51	9.90
Papa Rellena Clásica	S/.	S/.	S/.
	8.39	1.51	9.90

Fuente: Propia

Tabla 67: Precio a Supermercados

PRECIO A LOS SUPERMERCADOS			
PRECIO	VALOR VENTA	IGV	PRECIO VENTA
Papa Rellena Lomo	S/.	S/.	S/.
Saltado	5.69	1.02	6.71
Papa Rellena Anticuchera	S/.	S/.	S/.
	5.69	1.02	6.71
Papa Rellena Huachana	S/.	S/.	S/.
	5.69	1.02	6.71
Papa Rellena Clásica	S/.	S/.	S/.
	5.69	1.02	6.71

Fuente: Propia

El precio al consumidor final es de S/. 9.90 y el precio de venta a los supermercados será de S/. 6.71 incluido IGV. Partiendo de lo señalado y tomando en cuenta la data de la demanda proyectada se podrá obtener la cantidad de unidades y soles que se venderá por mes de los 5 años.

Tabla 68: Resumen ventas en Packs

PROGRAMA	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS (PACKS)					
Lomo Saltado	171146	176281	181569	187016	192627
Anticucho	220031	226632	233431	240434	247647
Huachana	74872	77118	79432	81815	84269
Carne tradicional	21488	22133	22796	23480	24185
Ventas Und	487537	502164	517228	532745	548728

Fuente: Propia

En el año inicial se estima ventas de 487537 pack de papas rellenas de 2 unidades y al 2022 asciende una venta de 548728 unidades.

Tabla 69: Resumen ventas en Soles

Programa ventas (soles)	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	973481.99	1002689.97	1032768.23	1063750.88	1095666.36
Anticucho	1251540.88	1289087.50	1327760.36	1367593.57	1408621.26
Huachana	425873.48	438648.78	451810.86	465365.41	479323.81
Carne tradicional	122224.19	125892.96	129664.12	133554.73	137564.78
Ventas (sin IGV)	2773120.54	2856319.22	2942003.56	3030264.58	3121176.21
IGV	499161.70	514137.46	529560.64	545447.62	561811.72
Ventas (con IGV)	3272282.24	3370456.68	3471564.20	3575712.20	3682987.93

Fuente: Propia

En el año inicial se estima ventas de S/.3272282.24 y al 2022 asciende una venta de S/. 3682987.93 incluido IGV.

Tabla 70: Ventas de packs 2018

MES	Estacionalidad	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	6.83%	11695	15035	5116	1468	33315
FEBRERO	6.83%	11695	15035	5116	1468	33315
MARZO	6.83%	11695	15035	5116	1468	33315
ABRIL	9.00%	15403	19803	6738	1934	43878
MAYO	9.00%	15403	19803	6738	1934	43878
JUNIO	9.00%	15403	19803	6738	1934	43878
JULIO	10.17%	17400	22370	7612	2185	49566
AGOSTO	10.17%	17400	22370	7612	2185	49566
SEPTIEMBRE	10.17%	17400	22370	7612	2185	49566
OCTUBRE	7.33%	12551	16136	5491	1576	35753
NOVIEMBRE	7.33%	12551	16136	5491	1576	35753
DICIEMBRE	7.33%	12551	16136	5491	1576	35753
TOTAL	100.00%	171146	220031	74872	21488	487537

Fuente: Propia

Tabla 71: Ventas en Soles 2018

MES	Lomo	Anticucho	Huachana	Carne	TOTAL
	Saltado			tradicional	
ENERO	66521.27	85521.96	29101.35	8351.99	189496.57
FEBRERO	66521.27	85521.96	29101.35	8351.99	189496.57
MARZO	66521.27	85521.96	29101.35	8351.99	189496.57
ABRIL	87613.38	112638.68	38328.61	11000.18	249580.85
MAYO	87613.38	112638.68	38328.61	11000.18	249580.85
JUNIO	87613.38	112638.68	38328.61	11000.18	249580.85
JULIO	98970.67	127239.99	43297.14	12426.13	281933.92
AGOSTO	98970.67	127239.99	43297.14	12426.13	281933.92
SEPTIEMBRE	98970.67	127239.99	43297.14	12426.13	281933.92
OCTUBRE	71388.68	91779.66	31230.72	8963.11	203362.17
NOVIEMBRE	71388.68	91779.66	31230.72	8963.11	203362.17
DICIEMBRE	71388.68	91779.66	31230.72	8963.11	203362.17
TOTAL	973481.99	1251540.88	425873.48	122224.19	2773120.54

Fuente: Propia

Tabla 72: Ventas de packs 2019

MES	Estacio	Lomo	Anticucho	Huachana	Carne	TOTAL
	nalidad	Saltado			tradicional	
ENERO	6.83%	12046	15487	5270	1512	34315
FEBRERO	6.83%	12046	15487	5270	1512	34315
MARZO	6.83%	12046	15487	5270	1512	34315
ABRIL	9.00%	15865	20397	6941	1992	45195
MAYO	9.00%	15865	20397	6941	1992	45195
JUNIO	9.00%	15865	20397	6941	1992	45195
JULIO	10.17%	17922	23041	7840	2250	51053
AGOSTO	10.17%	17922	23041	7840	2250	51053
SEPTIEMBRE	10.17%	17922	23041	7840	2250	51053
OCTUBRE	7.33%	12927	16620	5655	1623	36825
NOVIEMBRE	7.33%	12927	16620	5655	1623	36825
DICIEMBRE	7.33%	12927	16620	5655	1623	36825
TOTAL	100.00%	176281	226632	77118	22133	502164

Fuente: Propia

Tabla 73: Ventas en Soles 2019

MES	Lomo	Anticucho	Huachana	Carne	TOTAL
	Saltado			tradicional	
ENERO	68517.15	88087.65	29974.33	8602.69	195181.81
FEBRERO	68517.15	88087.65	29974.33	8602.69	195181.81
MARZO	68517.15	88087.65	29974.33	8602.69	195181.81
ABRIL	90242.10	116017.88	39478.39	11330.37	257068.73
MAYO	90242.10	116017.88	39478.39	11330.37	257068.73
JUNIO	90242.10	116017.88	39478.39	11330.37	257068.73
JULIO	101940.15	131057.23	44595.96	12799.12	290392.45
AGOSTO	101940.15	131057.23	44595.96	12799.12	290392.45
SEPTIEMBRE	101940.15	131057.23	44595.96	12799.12	290392.45
OCTUBRE	73530.60	94533.08	32167.58	9232.15	209463.41
NOVIEMBRE	73530.60	94533.08	32167.58	9232.15	209463.41
DICIEMBRE	73530.60	94533.08	32167.58	9232.15	209463.41
TOTAL	1002689.97	1289087.50	438648.78	125892.96	2856319.22

Fuente: Propia

Tabla 74: Ventas de packs 2020

MES	Estacio	Lomo	Anticucho	Huachana	Carne	TOTAL
	nalidad	Saltado			tradicional	
ENERO	6.83%	12407	15951	5428	1558	35344
FEBRERO	6.83%	12407	15951	5428	1558	35344
MARZO	6.83%	12407	15951	5428	1558	35344
ABRIL	9.00%	16341	21009	7149	2052	46551
MAYO	9.00%	16341	21009	7149	2052	46551
JUNIO	9.00%	16341	21009	7149	2052	46551
JULIO	10.17%	18460	23732	8076	2318	52585
AGOSTO	10.17%	18460	23732	8076	2318	52585
SEPTIEMBRE	10.17%	18460	23732	8076	2318	52585
OCTUBRE	7.33%	13315	17118	5825	1672	37930

NOVIEMBRE	7.33%	13315	17118	5825	1672	37930
DICIEMBRE	7.33%	13315	17118	5825	1672	37930
TOTAL	100.00%	181569	233431	79432	22796	517228

Fuente: Propia

Tabla 75: Ventas en Soles 2020

MES	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	70572.50	90730.29	30873.74	8860.38	201036.91
FEBRERO	70572.50	90730.29	30873.74	8860.38	201036.91
MARZO	70572.50	90730.29	30873.74	8860.38	201036.91
ABRIL	92949.14	119498.43	40662.98	11669.77	264780.32
MAYO	92949.14	119498.43	40662.98	11669.77	264780.32
JUNIO	92949.14	119498.43	40662.98	11669.77	264780.32
JULIO	104998.10	134988.97	45934.10	13182.52	299103.70
AGOSTO	104998.10	134988.97	45934.10	13182.52	299103.70
SEPTIEMBRE	104998.10	134988.97	45934.10	13182.52	299103.70
OCTUBRE	75736.34	97369.09	33132.80	9508.70	215746.93
NOVIEMBRE	75736.34	97369.09	33132.80	9508.70	215746.93
DICIEMBRE	75736.34	97369.09	33132.80	9508.70	215746.93
TOTAL	1032768.23	1327760.36	451810.86	129664.12	2942003.56

Fuente: Propia

Tabla 76: Ventas de packs 2021

MES	Estacio nalidad	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	6.83%	12779	16430	5591	1604	36404
FEBRERO	6.83%	12779	16430	5591	1604	36404
MARZO	6.83%	12779	16430	5591	1604	36404
ABRIL	9.00%	16831	21639	7363	2113	47947
MAYO	9.00%	16831	21639	7363	2113	47947
JUNIO	9.00%	16831	21639	7363	2113	47947
JULIO	10.17%	19013	24444	8318	2387	54162

AGOSTO	10.17%	19013	24444	8318	2387	54162
SEPTIEMBRE	10.17%	19013	24444	8318	2387	54162
OCTUBRE	7.33%	13715	17632	6000	1722	39068
NOVIEMBRE	7.33%	13715	17632	6000	1722	39068
DICIEMBRE	7.33%	13715	17632	6000	1722	39068
TOTAL	100.00%	187016	240434	81815	23480	532745

Fuente: Propia

Tabla 77: Ventas en Soles 2021

MES	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	72689.64	93452.23	31799.97	9126.24	207068.08
FEBRERO	72689.64	93452.23	31799.97	9126.24	207068.08
MARZO	72689.64	93452.23	31799.97	9126.24	207068.08
ABRIL	95737.58	123083.42	41882.89	12019.93	272723.81
MAYO	95737.58	123083.42	41882.89	12019.93	272723.81
JUNIO	95737.58	123083.42	41882.89	12019.93	272723.81
JULIO	108148.01	139038.68	47312.15	13578.06	308076.90
AGOSTO	108148.01	139038.68	47312.15	13578.06	308076.90
SEPTIEMBRE	108148.01	139038.68	47312.15	13578.06	308076.90
OCTUBRE	78008.40	100290.19	34126.80	9794.01	222219.40
NOVIEMBRE	78008.40	100290.19	34126.80	9794.01	222219.40
DICIEMBRE	78008.40	100290.19	34126.80	9794.01	222219.40
TOTAL	1063750.88	1367593.57	465365.41	133554.73	3030264.58

Fuente: Propia

Tabla 78: Ventas de packs 2022

MES	Estacio nalidad	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	6.83%	13163	16923	5758	1653	37496
FEBRERO	6.83%	13163	16923	5758	1653	37496
MARZO	6.83%	13163	16923	5758	1653	37496
ABRIL	9.00%	17336	22288	7584	2177	49386

MAYO	9.00%	17336	22288	7584	2177	49386
JUNIO	9.00%	17336	22288	7584	2177	49386
JULIO	10.17%	19584	25177	8567	2459	55787
AGOSTO	10.17%	19584	25177	8567	2459	55787
SEPTIEMBRE	10.17%	19584	25177	8567	2459	55787
OCTUBRE	7.33%	14126	18161	6180	1774	40240
NOVIEMBRE	7.33%	14126	18161	6180	1774	40240
DICIEMBRE	7.33%	14126	18161	6180	1774	40240
TOTAL	100.00%	192627	247647	84269	24185	548728

Fuente: Propia

Tabla 79: Ventas en Soles 2022

MES	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional	TOTAL
ENERO	74870.53	96255.79	32753.79	9400.26	213280.37
FEBRERO	74870.53	96255.79	32753.79	9400.26	213280.37
MARZO	74870.53	96255.79	32753.79	9400.26	213280.37
ABRIL	98609.97	126775.91	43139.14	12380.83	280905.86
MAYO	98609.97	126775.91	43139.14	12380.83	280905.86
JUNIO	98609.97	126775.91	43139.14	12380.83	280905.86
JULIO	111392.75	143209.83	48731.25	13985.75	317319.58
AGOSTO	111392.75	143209.83	48731.25	13985.75	317319.58
SEPTIEMBRE	111392.75	143209.83	48731.25	13985.75	317319.58
OCTUBRE	80348.87	103298.89	35150.41	10088.08	228886.26
NOVIEMBRE	80348.87	103298.89	35150.41	10088.08	228886.26
DICIEMBRE	80348.87	103298.89	35150.41	10088.08	228886.26
TOTAL	1095666.36	1408621.26	479323.81	137564.78	3121176.21

Fuente: Propia

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 Producto

Los resultados que se obtuvieron en los dos focus group realizados, encuestas y entrevistas dieron como conclusión mejoras y cambios para el empaque en cuanto a unidades, rellenos, nombre de la marca, eslogan, entre otros que se irán detallando a lo largo de este punto.

a) Logo y Marca

La marca del producto se cambió a DOÑA PAPA ya que fue la que tuvo mayores votos en las encuestas siendo así el más preferido por los encuestados. Por otro lado, los asistentes al focus mencionaron que el modelo del logo era muy básico, frío; mencionaron que querían ver en el logo más formas.

Logo Antiguo



Ilustración 36: Logo Antiguo

Logo Final



Ilustración 35: Logo Final

b) Empaque

En cuanto al empaque se agrando el diseño de la papa rellena que aparece, se cambió el color por dentro de la papa a un tono más amarillo ya que indicaron que tenía un color pálido y parecía crudo.

Empaque Antiguo



Ilustración 37: Diseño Antiguo

Empaque Final



Ilustración 38: Diseño Lomo Saltado Final

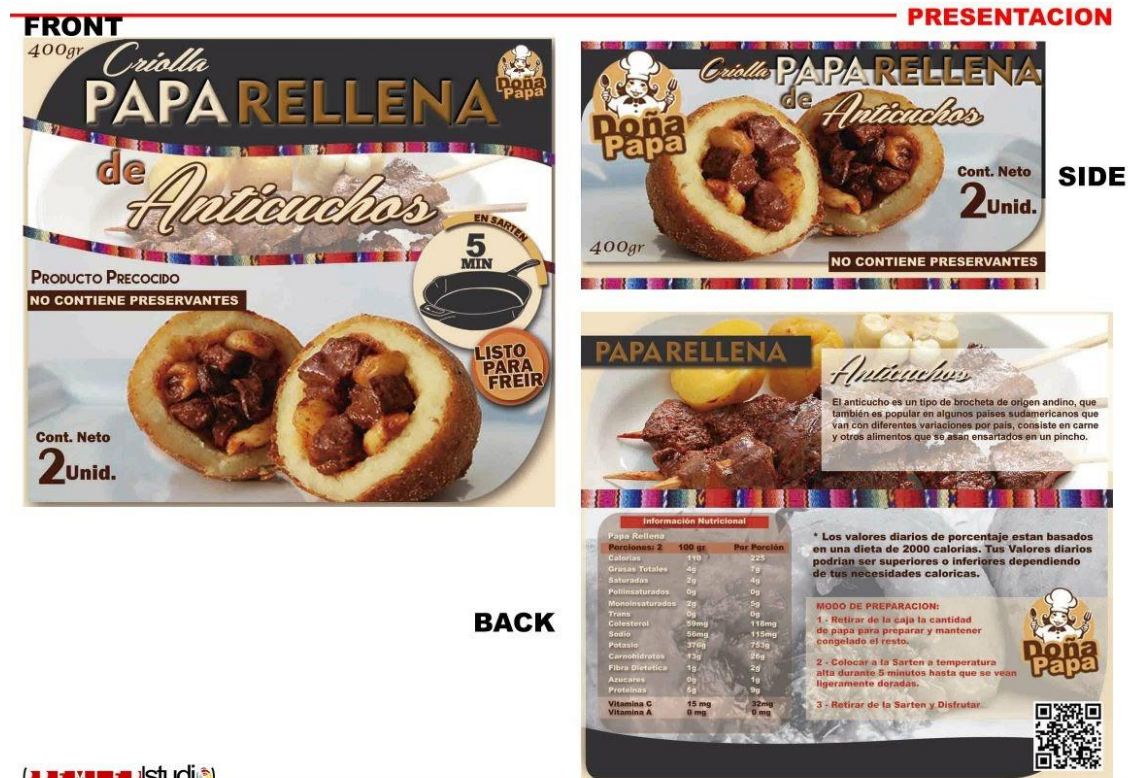


Ilustración 40: Diseño Anticuchero Final



Ilustración 39: Diseño Tradicional Final



Ilustración 41: Diseño Huachana Final

c) Presentación

La presentación inicial de 4 unidades se modificó a una presentación de 2 unidades ya que en los focus group realizados se mostró mayor aceptación a la presentación de 2 unidades porque era más accesible y podrían tener la posibilidad de probar 2 o 3 sabores distintos.

Presentación Antigua

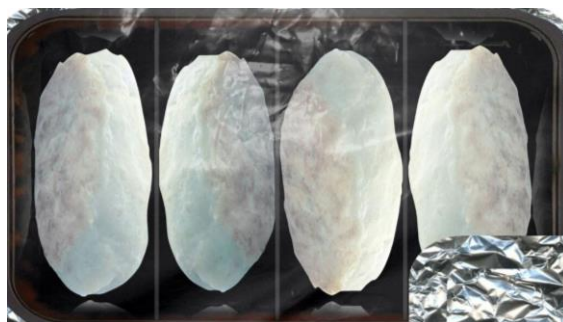


Ilustración 42: Presentación unidades Antigua

Presentación Final



Ilustración 43: Presentación unidades final

4.3.2 Precio

Al contar con un producto totalmente nuevo en el mercado y al no existir una empresa competidora directa, se procederá a analizar el precio de los productos más similares en el mercado.

San Fernando: Tiene una nueva línea de productos preparados lanzado en el 2014, que busca captar la preferencia de los jóvenes adultos que suelen tener menos tiempo para preparar sus alimentos. Teniendo ya seis diferentes platos con diferentes precios al público según el tipo de plato de 400 gr cada uno.

Arroz con Pollo	S/ 14.00
Arroz Chaufa	S/ 14.00
Frijoles con Seco de res y arroz	S/ 16.00
Spaguetti con albóndigas	S/ 16.00
Fetuccini al pesto con Apanado	S/ 16.00
Lasagna de carne	S/ 16.00



Ilustración 44: Platos San Fernando

Come en Casa: Es una empresa que ya cuenta con dos diferentes líneas de platos preparados como son Vine Sano y Gusto peruano. Se detallan los platos (400 gr) con mayores ventas y sus respectivos precios al público.

Aji de Gallina	S/ 16.00
Cordon Bleu	S/ 17.00
Chaufa de Quinua	S/ 15.99
Lomo Saltado	S/ 20.00



Ilustración 45: Plato Come en Casa

Precio sugerido al público: Al realizar las encuestas se verifico que el 75.5% de los encuestados estarían dispuestos a pagar S/. 12.00 soles por el pack que contiene dos unidades de papa rellena. Tomando en cuenta los precios mencionados líneas arriba de los competidores más cercanos se concluye que el precio estimado está dentro del mercado, ya que ambas empresas cuentan con una presentación de 400 gr al igual que Doña Papa.

Precio sugerido para Distribuidores: Se establece un precio sugerido de S/ 8.14 soles para los canales de distribución que se usarán como minimarkets, supermercados y bodegas. Ellos contarán con un margen de 20% de ganancia equivalente a S/ 2.03 soles para cada pack vendido, considerando que el precio sugerido de venta al público es de S/12.00 soles

Tabla 80: Precios por canales

Precio	PRECIO A DISTRIBUIDORES			PRECIO A CONSUMIDOR		
	Valor Venta	IGV	Precio Venta	Valor Venta	IGV	Precio Venta
Papa Rellena Lomo Saltado	S/.5.69	S/.1.02	S/.6.71	S/.8.39	S/.1.51	S/.9.90
Papa Rellena Anticuchera	S/.5.69	S/.1.02	S/.6.71	S/.8.39	S/.1.51	S/.9.90
Papa Rellena Huachana	S/.5.69	S/.1.02	S/.6.71	S/.8.39	S/.1.51	S/.9.90
Papa Rellena Clásica	S/.5.69	S/.1.02	S/.6.71	S/.8.39	S/.1.51	S/.9.90

Fuente: Propia

Estrategia de precio: Para el producto se utilizara la estrategia de penetración ya que se buscara ingresar al mercado con un precio menor al de la más cercana competencia considerando que se tiene un producto preparado y que contiene la misma cantidad en peso que la competencia.

4.3.3 Plaza

Debido a que no llegaremos al mercado por medio de nuestros propios recursos, es decir, no contaremos con lugares de venta directa propia como restaurantes o puestos, optaremos por una distribución de profundidad corta, ya que utilizaremos como intermediarios a minoristas, en este caso supermercados, markets y minimarkets para llegar a nuestro consumidor final.



Ilustración 46: Plaza

Así mismo, aplicaremos una distribución selectiva, ya que debido a que solo podemos distribuir nuestros productos en establecimientos que cuenten con una congeladora, nos enfocaremos en distribuirlos en supermercados y algunas cadenas de markets dentro de toda Lima metropolitana. Iniciaremos con los markets ya que nos dan facilidades para poder distribuir nuestros productos. Como segundo objetivo tenemos ingresar a las diferentes cadenas de supermercados de los distritos antes mencionados. Para ambos casos debemos tener en cuenta que las modalidades a proveedores de pago se dan de dos maneras:

Para el caso de markets y minimarkets se maneja un plazo de pago entre 15, 30 y 60 días. Esto depende básicamente del acuerdo que podamos llegar según los pedidos que se llegaran a realizar.

Para el caso de las cadenas de supermercados, se debe tener en cuenta que la modalidad de pago a proveedores es de 60 y 90 días. Así como el anterior caso, todo depende de la negociación a la que se pueda llegar dependiendo de los pedidos que se concreten.

4.3.4 Promoción

4.3.4.1 Campaña de lanzamiento

El objetivo principal de nuestra campaña de lanzamiento es dar a conocer nuestro producto, empezar a abarcar parte del mercado local y hacernos conocido a nivel de productos congelados, dando a conocer nuestros principales atributos como por ejemplo el ahorro de tiempo. Para esto contamos con las siguientes estrategias:

ATL

Según la investigación realizada por medio de los Focus Group y las encuestas, hemos determinado en relación a las preferencias de los consumidores que los medios a emplear para nuestra promoción serán por intermedio de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Twitter: <https://twitter.com/Doniapapa>

Facebook: <https://www.facebook.com/empapatedona.edp>

Instagram: <https://www.instagram.com/empapateendonapapa>



Ilustración 47: Facebook Doña Papa

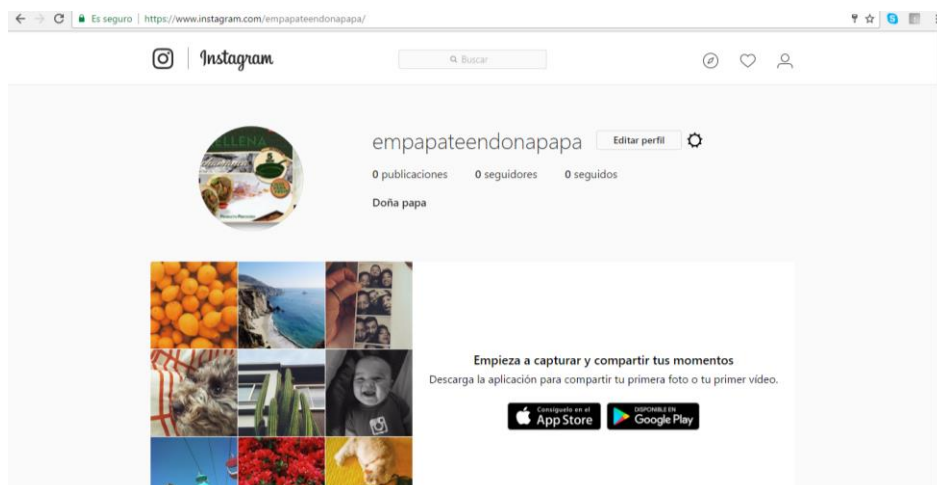


Ilustración 48: Instagram Doña Papa



Ilustración 49: Twitter Doña Papa

Paneles publicitarios en las principales avenidas de los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina.

Así mismo, contaremos con una página web donde se encontrará todo de información relacionada a la empresa y al producto. Adicionalmente, realizaremos publicidad en diarios y revistas. Teniendo en cuenta los diarios preferidos por nuestro público efectivo que son los sectores A y B, haremos publicidad en los diarios Gestión, El Comercio, Perú 21 y Publimetro.

BTL

Para aumentar el consumo de nuestros productos se desarrollar estrategias de ofertas como las siguientes:

Alianza estratégica con empresas productoras de productos complementarios (bebidas, salsas, vinos), para elaborar combos listos y combos virtuales publicitados en la página web. Adicionalmente, se realizarán activaciones con anfitrionas contratadas para que ofrezcan nuestro producto en sus diferentes sabores dentro de los supermercados donde se venda nuestro producto.

Tabla 81: Campaña de Lanzamiento

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Total Lanzamiento
Diseño Página Web	S/. 1,525.42	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,525.42
Dominio Web	S/. 440.68	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 440.68
Avisos en Diarios Locales	S/. 19,500.00	S/. 19,500.00	S/. 19,500.00	S/. 58,500.00
Redes Sociales	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 3,000.00
Paneles Publicitarios	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 30,000.00
Sampling	S/. 3,080.14	S/. 3,080.14	S/. 3,080.14	S/. 9,240.42
Activaciones	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 43,200.00
			TOTAL	S/. 145,906.52

Elaboración Propia

Tabla 82: Cronograma publicitario

LANZAMIENTO			
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo
Diseño Página Web	X		
Dominio Web	X		
Avisos en Diarios Locales	X	X	X
Redes Sociales	X	X	X
Paneles Publicitarios	X	X	X
Sampling	X	X	X
Activaciones	X	X	X

Elaboración Propia

4.3.4.2 Promoción para todos los años.

La campaña a realizar de manera anual se detalla de la siguiente manera.

Tabla 83: Actividades Anuales de publicidad

Publicidad Y Marketing	Redes Sociales	Paneles Publicitarios	Avisos En Diarios Locales	Activa ciones	Sam pling
Ene	x	x	x	x	x
Feb	x	x	x	x	x
Mar	x	x	x	x	x
Abr	x	x	x	x	x
May	x	x	x	x	x
Jun	x	x	x	x	x
Jul	x	x	x	x	x
Ago	x	x	x	x	x
Set	x	x	x	x	x
Oct	x	x	x	x	x
Nov	x	x	x	x	x
Dic	x	x	x	x	x

Elaboración Propia

Tabla 84: Costo cronograma anual

Publicidad y Marketing	Redes Sociales	Paneles Publicita rios	Avisos Diarios Locales	Activac iones	Sampli ng	SUB- TOTA L	IGV	TOTA L
ENERO	1000	10000	19500	14400	3080	47980	8082	56062
FEBRERO	1000	10000	19500	14400	3080	47980	8082	56062
MARZO	1000	10000	19500	14400	3080	47980	8082	56062
ABRIL	1000	10000	19500	14400	4057	48957	8082	57039
MAYO	1000	10000	19500	14400	4057	48957	8082	57039
JUNIO	1000	10000	19500	14400	4057	48957	8082	57039
JULIO	1000	10000	19500	14400	4583	49483	8082	57565
AGOSTO	1000	10000	19500	14400	4583	49483	8082	57565
SETIEMBRE	1000	10000	19500	14400	4583	49483	8082	57565
OCTUBRE	1000	10000	19500	14400	3306	48206	8082	56288
NOVIEMBR	1000	10000	19500	14400	3306	48206	8082	56288

E								
DICIEMBRE	1000	10000	19500	14400	3306	48206	8082	56288
TOTAL	12000	120000	234000	172800	45075	583875	96984	680859

Elaboración Propia

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1 Estudio legal

5.1.1 Forma societaria

Tabla 85: Forma Societaria

MODALIDAD	FORMA	FORMAS SOCIETARIAS		
	INDIVIDUAL			
Modalidad	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima
Características	Es constituida por voluntad de una sola persona. Es una persona Jurídica.	De dos a veinte personas.	De dos a veinte personas. El accionista que desee transferir sus acciones a terceros debe solicitar la aprobación de los demás accionistas.	De dos como mínimo. No existe número máximo.
Denominación	E.I.R.L.	S.R.L.	S.A.C.	S.A.
Órganos	Titular y Gerencia.	Junta general de socios y Gerentes.	Junta general de accionistas, directorio y gerencia.	Junta general de accionistas, directorio y gerencia.
Capital Social	Dinero, muebles o inmuebles.	Capital representado en acciones.	Capital representado en acciones.	Capital representado en acciones.
Duración		Indeterminada.	Determinada o	Determinada o

indeterminada.

indeterminada.

Fuente: <http://www.prompex.gob.pe/>

En el estudio legal de acuerdo a las comparaciones de las formas societarias existentes nuestra empresa RELLENOS CRIOLLOS S.A.C., ha decidido formar una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C). Según la Ley N°26887 (Ley General de Sociedades) en el Título I, Artículo N° 234, lo define como: “La sociedad anónima puede sujetarse al régimen de la sociedad anónima cerrada cuando tiene no más de veinte accionistas y no tiene acciones inscritas en el Registro Público del mercado de Valores. No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada”.

Para la constitución se debe realizar una minuta de constitución, luego se eleva la Escritura Pública en SUNARP y se inscribe en Registros de Personas Jurídicas. Se debe contar con el formato de solicitud de inscripción, copia del DNI de los representantes, escritura pública que contenga pacto social y estatuto, comprobante de depósito por el pago de derechos registrales. Se debe especificar la duración de la sociedad, ya sea determinado o Indeterminado. Se debe especificar los órganos, tales como la Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia. El capital social se debe realizar por medio de aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles, según sea el caso. Las transferencias de los bienes deben ser anotadas en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad. La transferencia de acciones no se inscribe en Registros Públicos. Cuenta con una auditoría externa anual si así lo pactase el estatuto o los Accionistas.

La razón social de la empresa será RELLENOS CRIOLLOS S.A.C. Se opta por este tipo de sociedad debido a los siguientes motivos:

La responsabilidad de los accionistas se encuentra limitada, es decir, que los accionistas no responden con su patrimonio personal ante cualquier contingencia de la sociedad,

Permite tener desde 02 hasta 20 accionistas. Se pueden vender las acciones que previamente deben ser ofrecidos a los socios fundadores, esto genera que los fundadores tengan derecho de preferencia, en caso de su negativa a su derecho preferente o de no estar al alcance del monto ofertado, se venden a otros que desean ingresar a la sociedad (esta es la característica principal de la SAC).

Para el Capital Social es necesario que los aportes puedan hacerse en moneda nacional y/o extranjera, mediante bancarización o en el caso, de aporte de bienes debe realizarse una tasación. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente, y cada acción debe ser pagada en por lo menos 25%.

La Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) es una forma especial de la Sociedad Anónima diseñada para sociedades pequeñas y en las que generalmente existe una relación estrecha entre los accionistas como en nuestro caso, nuestra empresa, estará enmarcada bajo el concepto de este tipo de sociedad.

La empresa RELLENOS CRIOLLOS S.A.C., contará con la participación de 4 accionistas que se distribuirán equitativamente el capital representado en acciones.

Tabla 86: Accionistas

Accionistas	Participación
ÑIQUEN TANCUN, ELLIOT	16.67%
RUBIO HUAMAN, LIZZETT	16.67%
SALAZAR MELENDEZ, OSCAR	16.67%
YUPANQUI REYNOSO, CINTHIA	16.67%
RODRIGUEZ CECILIA	16.67%

HERNÁNDEZ JOSE MANUEL	16.67%
TOTAL	100%

Actividades a seguir:

- Se realiza la búsqueda del nombre en SUNARP. Plazo de clasificación 24 horas
- Se reserva el nombre seleccionado en SUNARP. Duración de reserva 30 días.
- Elaborar la minuta de constitución.
- Elevación de minuta a escritura pública, teniendo el comprobante de depósito bancario del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa, certificado de búsqueda y reserva y el inventario detallado y valorizado de los bienes aportados.
- Inscripción de escritura en los registros públicos – SUNARP
- Tramitar el registro único del contribuyente (RUC) - SUNAT
- Legalizar los libros contables y Societarios ante notario – Según Régimen Tributario (hojas sueltas).
- Tramitar la licencia municipal de funcionamiento: Licencia Provisional (7 días) y definitiva 30 días previa Inspección de Defensa Civil. Presentando la fotocopia del RUC, certificado de zonificación, croquis de ubicación de la empresa, contrato de arrendamiento, copia de la escritura pública, recibo de pago por derecho de licencia y formulario de solicitud.
- Registro de Marca ante INDECOPI.

Tabla 87: Constitución de la empresa

Constitución de la Empresa				
Búsqueda del Nombre - SUNARP	1	S/.6.00	S/.0.00	S/.6.00

Reserva del Nombre - SUNARP	1	S/.18.00	S/.0.00	S/.18.00
Elaboración de Minuta	1	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
Apertura de Cuenta Corriente	1	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Tasa por derecho de inscripción (S/. 3.00 soles por cada S/. 1000.00 del capital Social)	1	S/.600.00	S/.0.00	S/.600.00
Derechos Notariales	1	S/.550.85	S/.99.15	S/.650.00
Derechos Registrales	1	S/.39.00	S/.0.00	S/.39.00
Legalización de 1 copia de Testimonio	1	S/.33.05	S/.5.95	S/.39.00
Copia Literal	1	S/.20.00	S/.0.00	S/.20.00
RUC	1	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Impresión de Comprobantes de Pago	1	S/.296.61	S/.53.39	S/.350.00
Sub total		S/.2,071.98	S/.250.02	S/.2,322.00

Elaboración Propia

5.1.2 Registro de marcas y patentes

El registro de marcas está a cargo de la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI.

Requisitos para la solicitud de registro de nombres comerciales

Para el registro de nombres comerciales en INDECOPI debe considerarse los siguientes requisitos:

1. Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
2. Indicar los datos de identificación del solicitante, para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

3. En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y será obligatorio presentar el documento de poder.
4. Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
5. Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros). Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
6. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
7. Consignar la(s) actividad(es) económica(s) que se desea(n) distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenecen (Clasificación Internacional de Niza).
8. Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
9. Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
10. Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles.

Tabla 88: Marcas y patentes

MARCAS Y PATENTES				
Búsqueda Fonética y Figurativa	1	S/.70.00	S/.0.00	S/.70.00

Registro Patente	1	S/.535.00	S/.0.00	S/.535.00
Anuncio en el Diario El Peruano	1	S/.152.54	S/.27.46	S/.180.00
Sub total		S/.757.54	S/.27.46	S/.785.00

Elaboración Propia

5.1.3 Licencias y autorizaciones

Actividades a desarrollar:

1. Solicitud con carácter de Declaración Jurada (Llenar Formulario Múltiple).
2. Adjuntar el recibo por costo de derecho de trámite el cual incluye inspección de Defensa Civil.
3. La vigencia de poder del representante legal actualizado, en caso de personas jurídicas, en caso de persona natural copia de DNI.
4. Documento que acredite la titularidad de la propiedad o en caso contrario un contrato de arrendamiento donde figure el nombre y apellidos del propietario.
5. Requisitos para la inspección de Defensa Civil:
6. Señalización
7. Extintor de polvo químico seco de 6kg por cada 25 m2
8. Planos Ubicación – Firmado Por Arquitecto
9. Plano de distribución de arquitectura – Firmado por Arquitecto
10. Detalle de cálculo de aforo por área – Firmado por Arquitecto
11. Plano de Señalización y rutas de evacuación – Firmado por Arquitecto
12. Certificado vigente de medición de resistencia de poso a tierra – Firmado por Ingeniero Electricista
13. Plan de Contingencia
14. Botiquín con medicamentos básicos
15. Detector de humo

Al ingresar la solicitud la evaluación dura aproximadamente 3 días para que el personal de Defensa Civil verifique las instalaciones para lo cual se deben tener todos los requisitos anteriormente mencionados para evitar observaciones.

Tabla 89: Licencias y Autorizaciones

Licencias y Autorizaciones				
Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso	1	S/.38.87	S/.0.00	S/.38.87
Certificado de condiciones sanitarias	1	S/.43.07	S/.0.00	S/.43.07
Derechos de Licencia de Funcionamiento	1	S/.214.72	S/.38.65	S/.253.37
Gastos de autorización de anuncios	1	S/.335.22	S/.0.00	S/.335.22
Declaración jurada de condiciones de seguridad de Verificación Técnica y certificado de Defensa Civil	1	S/.129.39	S/.0.00	S/.129.39
Sub total		S/.761.27	S/.38.65	S/.799.92

Elaboración Propia

5.1.4 Legislación laboral

De conformidad con lo establecido en el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro Empresa y del Acceso al Empleo (Decreto Supremo N°007-2008-TR) publicado en el Diario El Peruano 30 de septiembre del 2008 y cuya vigencia fue a partir del 01 de octubre del mismo año, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida. Por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. En cuanto a la legislación laboral si existe la posibilidad de tener beneficios comparativos por el nivel de empresa. Previamente debe ser adoptada como

pequeña o micro empresa, estas características para los rubros resulta conveniente y se dan en base a las características de las PYME son dos:

Microempresa: De 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta un monto máximo de 150 UIT, es decir, S/. 607,500.00.

Pequeña Empresa: De 1 hasta 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta un monto máximo de 1,700 UIT, es decir, S/. 6'885,000.00.

Nuestra organización se encuentra enmarcada dentro de la categoría de Pequeña.

Tabla 90: Legislación Laboral

Detalle	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneraciones	S/.850.00	S/.850.00
Jornada, horario, descanso semanales y feriados.	8 horas diarias o 48 horas.	8 horas diarias o 48 horas.
Sobretasa natural	Sobretasa no aplicada en la jornada nocturna habitual	Sobretasa no aplicada en la jornada nocturna habitual
Asignación familiar	No	No
Descanso vacacional	15 días al año. Se puede reducir a 7 días	15 días al año. Se puede reducir a 7 días
CTS	No	15 remuneraciones por año. Tope 90 remuneraciones diarias
Gratificaciones	No	1/2 remuneración mensual en julio y diciembre
Indemnización por despido injustificado	10 remuneraciones diarias por año. Tope de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por año. Tope de 120 remuneraciones diarias
Seguro de Vida	No	Sí, cuando corresponde
Utilidades	No	Sí, cuando corresponde
Salud	Conductor, trabajador y derecho habientes	ESSALUD

	acceden: a.- ESSALUD	
	o b.- SIS familiar	
	subsidiado	
SCTR	No	Sí, cuando corresponde
Pensiones	Conductor y trabajador.	Afiliación y aporte,
	No afiliado y aporte	obligatorio al SNP o SPP
	opcional al SNP, SPP	
	O SPP (subsidiado).	
	Afiliado aporte obligatorio	

Fuente: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral>

5.1.5 Legislación tributaria

Nuestra empresa se acogerá al régimen MYPE tributario, el cual está dirigido a aquellos contribuyentes cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT, asimismo es requisito no tener vinculación directa o indirectamente en función del capital, con otras personas naturales o jurídicas, cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen el monto indicado.

Características del régimen

- El impuesto a la renta se determinará aplicando la escala de la siguiente manera: Hasta 15 UIT = 10 %, más de 15 UIT = 29.5 %.
- Los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta se pagarán de la siguiente manera: Contribuyentes cuyos ingresos netos anuales del ejercicio no superen las 300 UIT: uno por ciento (1,0%) a los ingresos netos obtenidos en el mes.
- Los libros contables que deberán llevar los contribuyentes de éste régimen son: Con ingresos netos anuales hasta 300 UIT: Registro de Ventas, Registro de Compras y Libro Diario de Formato Simplificado

Tratándose de contribuyentes que inicien actividades durante el 2017 y aquellos que provengan del Nuevo RUS, durante el ejercicio 2017, la SUNAT no aplicará las sanciones correspondientes a las siguientes infracciones, siempre que cumplan con subsanar la

infracción, de acuerdo a lo que establezca la SUNAT mediante resolución de superintendencia:

- Omitir llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros u otros medios de control exigidos por las leyes y reglamentos
- Llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros sin observar la forma y condiciones establecidas en las normas correspondientes.
- Llevar con atraso mayor al permitido por las normas vigentes, los libros de contabilidad u otros libros o registros.
- No exhibir los libros, registros u otros documentos que la Administración Tributaria solicite.
- No presentar las declaraciones que contengan la determinación de la deuda tributaria, dentro de los plazos establecidos.

Tabla 91: Legislación de libros

<i>LEGALIZACIÓN DE LIBROS</i>				
Libro de Diario	1	S/30.00	S/5.40	S/35.40
Libro de Registro de Compras	1	S/20.00	S/3.60	S/23.60
libro de Ventas e Ingresos	1	S/30.00	S/5.40	S/35.40
Sub total		S/80.00	S/14.40	S/94.40

Elaboración Propia

5.1.6 Otros aspectos legales

Implementación de Sistema HACCP

El sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point System o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control en su traducción al castellano), es el método de prevención que ha logrado el mayor grado de evolución, adopción y aceptación por las diversas organizaciones, empresas y gobiernos para obtener una adecuada seguridad en todos

los ámbitos de la producción primaria, transporte, elaboración, almacenamientos, distribución, comercialización y consumo de los alimentos. El HACCP analiza cada etapa del proceso que peligros pueden haber desde el punto de vista físico, biológico y químico y si encuentra un peligro crítico analiza cómo se tiene que hacer para eliminarlo o reducirlo a fin de que no atente a la salud del consumidor. El HACCP al final queda sustentado en un Manual de Procedimientos y Registros con sus respectivas acciones correctivas, monitoreo, etc. El contar con este sistema de inocuidad se obtienen los siguientes beneficios:

- Seguridad de que los productos que consumimos son inocuos y los procesos de elaboración seguros, eficientes y eficaces
- Reducción de reclamos, devoluciones, reprocesos y rechazos.
- Es una herramienta de Marketing, porque le da una buena imagen de credibilidad para el establecimiento, explotándolo como una ventaja competitiva que otros no tienen.
- Disminución en los costos y ahorro de recursos.
- Prevención óptima de las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA's).
- Proporciona evidencia de una manipulación segura y eficiente de los alimentos.
- Posicionamiento de la empresa
- Crece la conciencia del trabajo con Calidad entre los empleados.
- Aumento en el nivel de capacitación del personal.
- Aumento del nivel en que los clientes son satisfechos.

Para obtener la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, el fabricante presentará a la DIGESA una solicitud con carácter de declaración jurada consignando la información siguiente:

- ✓ Nombre o razón social del fabricante.

- ✓ Ubicación del establecimiento.
- ✓ Plan HACCP.
- ✓ Informe favorable de la evaluación técnica sanitaria emitido por un Organismo de Inspección autorizado por DIGESA o por un inspector sanitario de la DIGESA.
- ✓ Constancia de pago del derecho administrativo.

La duración del proceso de la validación del sistema HACCP es de 30 días hábiles.

Implementación BPM

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), es un conjunto de instrucciones operativas o procedimientos operacionales que tienen que ver con la prevención y control de la ocurrencia de peligros de contaminación.

Tiene que ver con el desarrollo y cumplimiento de nuevos hábitos de Higiene y de Manipulación, tanto por el personal involucrado en los procesos, como en las instalaciones donde se efectúa el proceso, en los equipos que se utilizan para hacer un producto, en la selección de los proveedores. La implementación de BPM es una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

El Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-S.A, establece la obligatoriedad del uso de BPM para todos los establecimientos elaboradores-industrializadores de alimentos.

Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano

La División de Registro Sanitario y Certificación Sanitaria tiene como objetivo evaluar el cumplimiento de los lineamientos técnico normativo y requisitos para el otorgamiento del Certificado de Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas industrializados, sean de

fabricación nacional o importada, así como generar un sistema único de codificación, sujetos a vigilancia y control sanitario. El trámite demora aproximadamente 7 días hábiles.

Decreto Legislativo 822 – Ley Sobre el derecho de Autor

El Derecho de Autor es un derecho humano reconocido en el artículo 27.2° de la Declaración Universal de Derechos Humanos: “Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.”

Mediante DECRETO LEGISLATIVO N° 716 se aprobó la Ley de La protección al consumidor, la misma que se desarrolla en el marco del sistema de economía social de mercado establecido por el artículo 115 de la Constitución Política del Perú.

Tabla 92: Costo certificaciones

<i>CERTIFICACIONES</i>				
<i>Validación Sistema HACCP</i>	1	S/.835.00	S/.150.30	S/.985.30
<i>Implementación HACPP</i>	1	S/.16,949.00	S/.3,051.00	S/.20,000.00
<i>Implementación BPM</i>	1	S/.21,186.00	S/.3,814.00	S/.25,000.00
<i>Registro Sanitario</i>	1	S/.390.00	S/.0.00	S/.390.00
<i>Registro Comer. Prod. Fabricados</i>	1	S/.70.80	S/.0.00	S/.70.80
<i>para Cons. Humano</i>				
<i>Sub total</i>		S/.39,431.00	S/.7,015.00	S/.46,446.00

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.

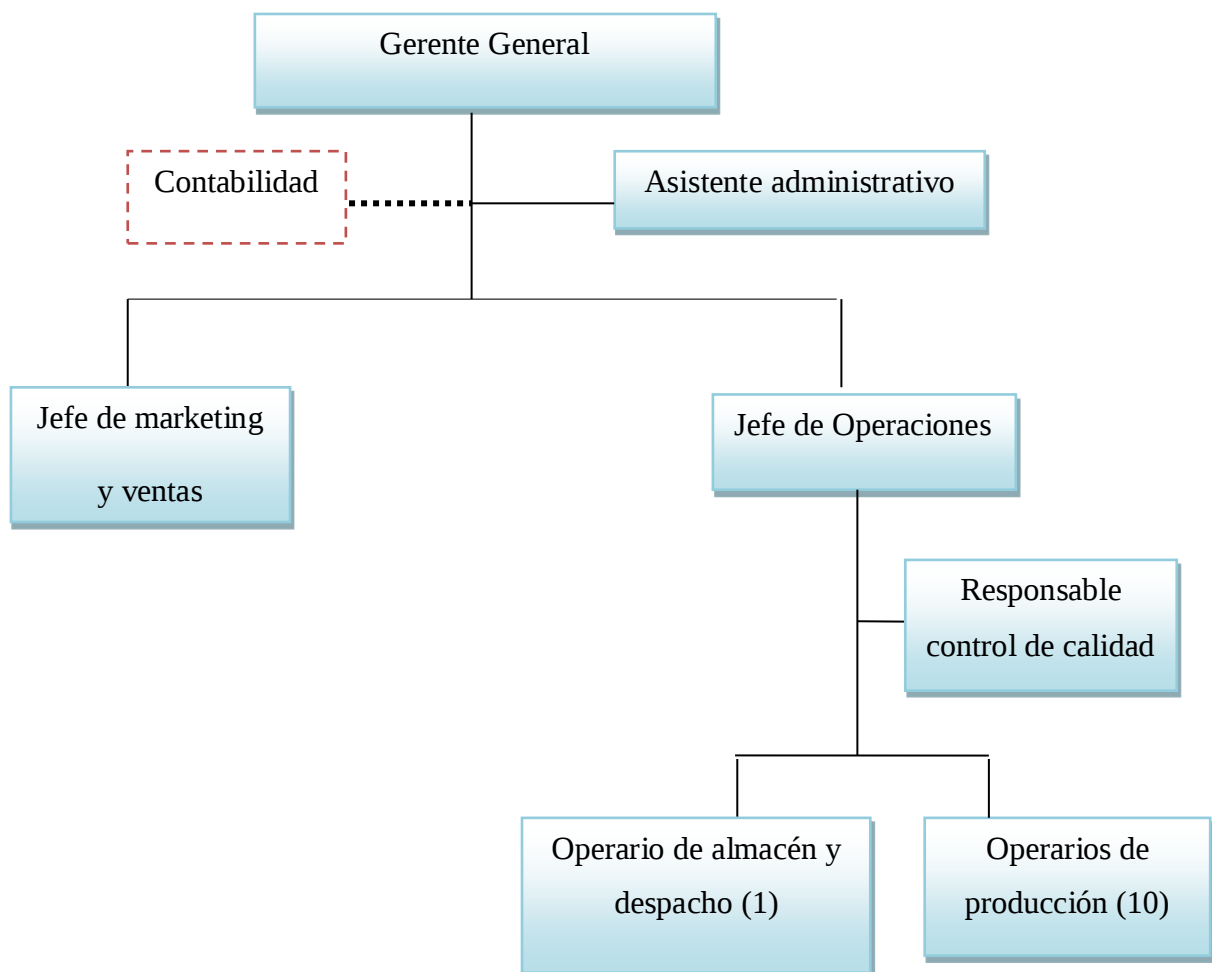
Tabla 93: Resumen del capítulo

Concepto	Valor	I.G.V.	Importe	Producción	Administración	Ventas
Gastos De Constitución	2,072	250	2,322	0	2,072	0
Marcas Y Patentes	758	27	785	0	606	152
Legalizacion De Libros	80	14	94	0	80	0
Licencias Y Autorizaciones	761	39	800	228	381	152
Certificaciones	39,431	7,015	46,446	11,829	19,716	7,886
Software	2,754	496	3,250	826	1,377	551
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	45,856	7,841	53,697	28% 12,884	53% 24,231	19% 8,741

Elaboracion Propia

5.2 Estudio organizacional

5.2.1 Organigrama funcional.



La empresa tendrá una estructura organizacional funcional, la cual estará debidamente representada por el Gerente general, quien se encargara de gestionar todas las decisiones de la empresa y de asegurar el cumplimiento de los objetivos, el Gerente general tendrá como apoyo la asesoría contable, y contara con un asistente administrativo. La empresa se contara con un Jefe de marketing y ventas. El área operativa estará compuesto por el Jefe de Operaciones quien tendrá a cargo a los operarios de toda el área productiva.

5.2.2 Servicios tercerizados.

1 Contador - Para la elaboración y firma de estados financieros.

2 Personal de seguridad – Seguridad al local de producción.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

Se describe los puestos de trabajo, así como las principales funciones del personal, las cuales aseguran las correctas actividades diarias a realizar.

Tabla 94: Puesto Gerente General

Área:	Gerencia general
Nombre del puesto:	Gerente general
Reporte jerárquico a:	Ninguno
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Dirección y supervisión de todas las áreas de la organización	
2.- Plantear y propiciar el cumplimiento de los objetivos de la organización	
3.- Plantear y desarrollar metas a corto y largo plazo para cada área de la organización	
4.- Coordinar con el área administrativa y contable temas financieros y análisis contables.	
5.- Representación general.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Universitario – Título post grado
Profesión:	Administración
Experiencia:	5 años
Habilidades:	Manejo de office avanzado, Ingles intermedio, capacidad de liderazgo, capacidad de análisis, manejo de personal, orientado a resultados.
CONDICIONES DEL PUESTO:	

Tipo de contrato:	Contrato a plazo indeterminado
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual.
Remuneración:	6,500
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Oficina Ate

Elaboración Propia

Tabla 95: Puesto Asistente Administrativo

Área:	Administrativa
Nombre del puesto:	Asistente administrativo
Reporte jerárquico a:	Gerente general
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Análisis de los Estados Financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia general.	
2.- Realizar informes y reportes solicitados por Gerencia.	
3.- Velar por el cumplimiento de las normas distribuidas a toda la organización.	
4.- Coordinar las tareas de contabilidad.	
5.- Llevar el registro y control de caja chica..	
6.- Administración del personal.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Universitario titulado
Profesión:	Administración, Finanzas, Contabilidad.
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Manejo de office avanzado, Ingles básico, capacidad de liderazgo, manejo de personal, orientado a resultados, capacidad de análisis, trabajo en equipo.
CONDICIONES DEL PUESTO:	
Tipo de contrato:	Contrato a plazo indeterminado
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual.
Remuneración:	2,500
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Oficina Ate

Elaboración propia

Tabla 96: Puesto Jefe de Marketing y ventas

Área:	Administrativa
Nombre del puesto:	Jefe de Marketing y ventas
Reporte jerárquico a:	Gerente General
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Llevar el reporte integral del nivel de ventas en los puntos de distribución	
2.- Identificar los indicadores de ventas en las zonas de distribución.	
3.- Elaboración de reportes de las ventas anuales y pronóstico de ventas.	
4.- Aplicar el plan de marketing	
5.- Elaborar informes sobre resultados sobre las campañas promocionales, entre otros.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Universitario titulado
Profesión:	Marketing, Publicidad, Comunicaciones
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Manejo de office avanzado, Ingles intermedio, proactivo, trabajo en equipo, orientado a resultados, conocimiento en mercadotecnia.
CONDICIONES DEL PUESTO:	
Tipo de contrato:	Contrato de plazo indeterminado
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual + comisiones
Remuneración:	4,000
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Oficina Ate

Elaboración Propia

Tabla 97: Puesto Jefe de operaciones

Área:	Operativa
Nombre del puesto:	Jefe de Operaciones
Reporte jerárquico a:	Gerente general
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Ejecución y supervisión de las operaciones del proceso de producción y proponer la aplicación de nuevas tecnologías para la gestión de su área.	
2.- Verificar los controles de calidad e indicadores de producción.	
3.- Reportar incidentes en el local de producción.	
4.- Coordinar los labores de los operarios del área.	
4.- Responsable de la existencia de materia prima, material de empaque y productos	

en proceso durante el desempeño de sus funciones.

5.- Velar por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos.

6.- Gestionar y planificar las actividades de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución.

PERFIL PROFESIONAL:

Grado académico:	Universitario titulado.
Profesión:	Administración, gestión logística, Ing. En alimentos, carreras afines.
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Manejo de office avanzado, Ingles intermedio, proactivo, trabajo en equipo, habilidad para resolución de problemas, conocimiento en producción, en alimentos procesados, orientado a resultados.

CONDICIONES DEL PUESTO:

Tipo de contrato:	Contrato a plazo indeterminado
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual
Remuneración:	4,500
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Oficina y local de producción Ate

Elaboración Propia

Tabla 98: Puesto Responsable control de calidad

Área:	Operativa
Nombre del puesto:	Responsable control de calidad
Reporte jerárquico a:	Jefe de Operaciones.
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Supervisar y asegurar que los productos cumplan con los requisitos mínimos de calidad y seguridad	
2.- Verificar la calidad de materia prima y calidad del proceso de producción.	
3.- Reportar las inspecciones realizadas sobre las óptimas características del producto.	
4.- Convocar a reuniones con el personal de producción para hablar sobre las fallas encontradas de existirse.	
5.- Determinar e informar las causas de algún problema o defecto que se presente en las operaciones de producción.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Técnico o universitario egresado
Profesión:	Químico, Técnico operador de alimentos, carreras afines.
Experiencia:	2 años

Habilidades:	Manejo de office avanzado, Ingles intermedio, proactivo, trabajo en equipo, orientado a resultados, conocimiento en alimentos procesados y en control de calidad, conocimientos en tecnología de alimentos, etc.
CONDICIONES DEL PUESTO:	
Tipo de contrato:	Contrato de naturaleza temporal
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual
Remuneración:	2,500
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Oficina y local de producción Ate
Elaboración Propia	

Tabla 99: Puesto Operario de almacen y despacho

Área:	Operativa
Nombre del puesto:	Operario de almacén y despacho
Reporte jerárquico a:	Jefe de Operaciones.
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Registra y lleva el control de materiales y equipos que ingresan y salen de almacén	
2.- Recibir, revisar y organizar los materiales y equipos adquiridos por la empresa.	
3.- Elabora guías de despacho y órdenes de compra.	
4.-Mantener en orden equipos y materiales, reportando cualquier anomalía.	
5.- despacho y distribución de los productos terminados.	
6.- Llevar el control detallado de los envíos realizados.	
7.- Mantenimiento de limpieza de oficinas, baños y áreas de producción.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Técnico o universitario egresado
Profesión:	Gestión logística, carreras afines
Experiencia:	1 año
Habilidades:	Responsable, proactivo, trabajo en equipo, conocimiento en gastronomía peruana, capacidad para trabajar bajo presión.
CONDICIONES DEL PUESTO:	
Tipo de contrato:	Contrato de naturaleza temporal
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual
Remuneración:	1,500
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados :

Ubicación física:	8:30-11:30 pm Local de producción Ate
Elaboración Propia	

Tabla 100: Puesto Operario de producción

Área:	Operativa
Nombre del puesto:	Operario de producción
Reporte jerárquico a:	Jefe de Operaciones.
PRINCIPALES FUNCIONES:	
1.- Elaboración general de los productos.	
2.- Recibir y verificar el buen estado de las materias primas para su posterior utilización.	
3.- Acondicionar el espacio de trabajo aplicando las medidas de seguridad e higiene, para evitar riesgos de contaminación y accidentes laborales.	
4.- Cumplir estrictamente con las normas de calidad del producto, haciendo uso de máquinas, equipos, materiales e insumos.	
5.- Mantenimiento e higiene de las maquinarias de su respectiva área.	
PERFIL PROFESIONAL:	
Grado académico:	Técnico o universitario egresado
Profesión:	Cocina, carreras afines
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Responsable, proactivo, trabajo en equipo, conocimiento cocina, capacidad para trabajar bajo presión.
CONDICIONES DEL PUESTO:	
Tipo de contrato:	Contrato de naturaleza temporal
Beneficios sociales:	Si
Tipo de sueldo:	Fijo mensual
Remuneración:	1,200
Horario:	L-V :8:00 am – 6:00 pm, Sábados : 8:30-11:30 pm
Ubicación física:	Local de producción Ate
Elaboración Propia	

5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Personal tercerizado: Contador

Principales funciones:

- Elaboración mensual de los estados financieros de la empresa, libros contables y firma de los mismos.

- Elaboración de declaraciones tributarias de la empresa.
- Realización de pago de impuestos y gestión tributaria.
- Análisis e interpretación de los balances.

Personal tercerizado: Agente de seguridad

Principales funciones:

- Seguridad y resguardo eficiente en el local de producción
- Dar un estricto cumplimiento a la vigilancia de protección de los bienes de la empresa, así como también da protección a los trabajadores que la conforman.

5.2.5 Aspectos laborales

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

Según el Decreto legislativo N° 728 y DS. N° 003-97-TR. En el título II De los contratos sujetos a modalidad, se menciona que los contratos a celebrarse podrán ser de acuerdo a las necesidades del mercado que fija como plazo máximo la contratación de hasta cinco (5) años del trabajador, que está sujeto a tres meses de prueba pudiendo el empleador resolver el contrato en este periodo.

Tabla 101: Forma de contratación

PERSONAL	TIPO DE CONTRATO	PLAZO
Gerente general	Contrato de naturaleza indeterminada	Indefinido
Asistente administrativo	Contrato de naturaleza indeterminada	Indefinido
Jefe de marketing y ventas	Contrato de naturaleza indeterminada	Indefinido
Jefe de producción y distribución	Contrato de naturaleza indeterminada	Indefinido
Asistente control de calidad	Contrato de naturaleza temporal	6 meses

Operario de almacén y despacho	Contrato de naturaleza temporal	6 meses
Operario de producción	Contrato de naturaleza temporal	6 meses

Elaboración Propia

Tabla 102: Forma de contratación del personal tercerizado

PERSONAL	CONTRATO	PLAZO
TERCERIZADO		
Contador	Locación de servicios	Tercerizado
Agente de seguridad	Locación de servicios	Tercerizado

Fuente: Propio

b. Régimen laboral de puestos de trabajo.

La empresa Rellenos criollos SAC, al ser considerados como una pequeña empresa, estaríamos bajo la normativa del régimen de promoción y formalización de las Mype, la cual ofrece los siguientes beneficios:

- Remuneración Mínima Vital para el trabajador (Una RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajos en sobretiempo
- Descanso vacacional de 15 días
- Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)
- Cobertura EsSalud.
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
- Cobertura de seguro de vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo -SCTR

- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad, equivalente a media remuneración cada una)
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.
- Derecho a la Compensación por Tiempo de servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración de servicios con un tope de 90 días de remuneración.

c. Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 103: Planilla para todos los años del proyecto

EMPLEADOS	TRABAJA	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	SUELDO ANUAL +	ESSALUD	SCTR	CTS	COSTO ANUAL	ESSALUD MENSUAL	CTS (MAYO Y NOV)	MONTO A PAGAR	GRAT. (JULIO Y DIC)
GERENTE GENERAL	1	6,500.00	78,000.00	7,085.00	85,085.00	7,020.00		3,790.80	95,895.80	585.00	1,895.40	6,500.00	3,542.50
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	2,500.00	30,000.00	2,725.00	32,725.00	2,700.00		1,458.00	36,883.00	225.00	729.00	2,500.00	1,362.50
JEFE DE OPERACIONES	1	4,500.00	54,000.00	4,905.00	58,905.00	4,860.00		2,624.40	66,389.40	405.00	1,312.20	4,500.00	2,452.50
RESPONSABLE CONTROL DE CALIDAD	1	2,500.00	30,000.00	2,725.00	32,725.00	2,700.00		1,458.00	36,883.00	225.00	729.00	2,500.00	1,362.50
ENCARGADO DE ALMACEN Y DESPACHO	1	1,500.00	18,000.00	1,635.00	19,635.00	1,620.00		874.80	22,129.80	135.00	437.40	1,500.00	817.50
OPERARIO	10	1,200	144,000.00	13,080.00	157,080.00	12,960.00	2,160.00	6,998.40	179,198.40	1,080.00	3,499.20	12,000.00	6,540.00
TOTAL									437,379.40				

Empleados	Trabajadore	Sueldo Mensual	Comisión	Sueldo Anual	Gratificacion es	Sueldo Anual + Gratificación	EsSalud	CTS	Costo Anual	EsSalud Mensual	CTS (Mayo y Nov)	MONTO A PAGAR	GRAT. (Julio y Dic)
JEFE DE VENTAS Y MARKETING	1	4,000.00	1,226.89	62,722.66	5,697.31	68,419.97	5,645.04	3,048.32	77,113.33	470.02	1,524.16	5,226.89	2,848.65
TOTAL									77,113.33				
TOTAL = 514,492.73													

Elaboración Propia

Tabla 104: Planilla anual proyectada

AÑOS	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
COSTO ANUAL	514,492.75	514,492.75	514,492.75	514,492.75	514,492.75

Elaboración Propia

A partir del 4to año del proyecto se muestra un incremento del 9% debido a que se contratara a 2 personales más del área de producción, por el creciente incremento de ventas

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

Tabla 105: Gastos de servicios tercerizados proyectado

PERSONAL	COSTO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	MENSUAL	2018	2019	2020	2021	2022
CONTADOR	800	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
SEGURIDAD	6,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
TOTAL	6,800	81,600	81,600	81,600	81,600	81,600

Elaboración Propia

Los gastos por servicios tercerizados están estimados para todos los años del proyecto, teniendo en cuenta que se hará uso de estos servicios por los 12 meses del año. e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Tabla 106: Horario de los puestos de trabajo

PERSONAL	HORAS	HORARIO DE TRABAJO
Gerente general	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Asistente administrativo	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Jefe de marketing y ventas	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Jefe de Operaciones (MOI)	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Resposable control de calidad (MOI)	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Operario de almacén y despacho	48 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
Operario de producción (MOD)	46 hrs semanales	Lunes a viernes: 8:00 am- 6:00 pm (1h de refrigerio) Sábados: 8:30 am – 11:30 pm
TERCERIZADOS		

Agente de seguridad	de 24 hrs del día	Lunes a domingo:7:00 am- 7:00 pm
Fuente: Propia		

Según la legislación laboral fiscalizada por el Ministerio de trabajo y promoción del empleo (MTPE), indica que la constitución política prevé como jornada máxima 8 horas diarias o 48 horas semanales.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada

Para calcular la capacidad instalada se consideró las 5 maquinarias con la cuenta la empresa.

En la maquina peladora de papas cada 4 minutos pela 15 kg de papa por lo cual la capacidad que te permite hacer al día será el siguiente:

Tabla 107: Capacidad instalada de peladora de papa

Descripción	Qty	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Peladora De	1	Ratio	0.0666	15	75	97	48
Papa En			7				
Acero Inox		Hora	1	225	1125	1452	726
		Día	7	1575	7875	10161	5081
		Laborable					

Elaboración Propia

En la marmita cada 20 minutos sancocha 75 kg de papa por lo cual la capacidad que te permite hacer al día será el siguiente:

Tabla 108: Capacidad instalada de Marmita

Descripción	Qty.	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
-------------	------	-----------	------	----	-------	----------------	-------

Marmita Con	1	Ratio	0.33	75	375	484	242
Agitador Mrv		HORA	1	225	1125	1452	726
100 – Lt./C		DIA	7	1575	7875	10161	5081
LABORABLE							

Elaboración Propia

En la maquina procesadora de alimentos cada 20 minutos muele 100 kg de papa por lo cual la capacidad que te permite hacer al día será el siguiente:

Tabla 109: Capacidad instalada de moledora

DESCRIPCION	QTY.	CAPACIDAD	HORA	KG	PAPAS	PAPAS RELLENAS	PACKS
MAQUINA	1	RATIO	0.33	100	500	645	323
PROCESADOR		HORA	1	300	1500	1935	968
DE		DIA	7	2100	10500	13548	6774
ALIMENTOS		LABORABLE					

Elaboración Propia

En la maquina batidora multifuncional cada 8 minutos mezcla 30 kg de papa por lo cual la capacidad que te permite hacer al día será el siguiente:

Tabla 110: Capacidad instalada de batidora

Descripcion	Qty.	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Batidora	1	Ratio	0.13	30	150	194	97
Multifuncional		HORA	1.00	225	1125	1452	726
30 Lt.		DIA	7	1575	7875	10161	5081
LABORABLE							

Elaboración Propia

En la maquina empacadora al vacío cada 30 segundos sella 6 packs por lo cual la capacidad que te permite hacer al día será el siguiente:

Tabla 111: Capacidad instalada de empacadora al vacío

Descripcion	Qty.	Capacidad	Hora	Papas Rellenas	Packs
Maquina	1	Ratio	0.01	12	6
Empacadora		HORA	1.00	1440	720
Al Vacio Doble		DIA	7	10080	5040
Sello 20		LABORABLE			

Elaboración Propia

Se puede observar que la cantidad máxima que se podría hacer al día sería de 5040 packs, que es la cantidad menor y del último proceso entre todas las máquinas.

6.1.2. Capacidad utilizada

Para calcular la capacidad utilizada de las maquinarias se considera la cantidad requerida del día más alto de producción de cada año, los cuales son los días de los meses de Julio y Agosto, cuando incrementa la venta.

Se debe considerar que las máquinas no pueden trabajar al 100 % porque el proceso de producción no lo permite, el proceso de producción diario en máquinas termina en el sellado al vacío.

Tabla 112: Capacidad Utilizada

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA	% UTILIZADO DIARIO
PELADORA DE PAPA EN ACERO INOX	2018	2128	2.93	42%
	2019	2192	3.02	43%
	2020	2258	3.11	44%
	2021	2326	3.20	46%
	2022	2395	3.30	47%
DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA	% UTILIZADO DIARIO
MARMITA CON AGITADOR MRV 100 – LT./C	2018	2128	2.93	42%
	2019	2192	3.02	43%
	2020	2258	3.11	44%
	2021	2326	3.20	46%
	2022	2395	3.30	47%
DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA	% UTILIZADO DIARIO
MAQUINA PROCESADOR DE ALIMENTOS	2018	2128	2.20	31%
	2019	2192	2.27	32%
	2020	2258	2.33	33%
	2021	2326	2.40	34%
	2022	2395	2.48	35%
DESCRIPCION	AÑO	PACKS	HORAS	% UTILIZADO

		DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	UTILIZADAS AL DIA	DIARIO
BATIDORA	2018	2128	2.93	42%
MULTIFUNCIONAL	2019	2192	3.02	43%
30 LT.	2020	2258	3.11	44%
	2021	2326	3.20	46%
	2022	2395	3.30	47%

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA	% UTILIZADO DIARIO
MAQUINA	2018	2128	2.96	42%
EMPACADORA AL	2019	2192	3.04	43%
VACIO DOBLE SELLO	2020	2258	3.14	45%
20	2021	2326	3.23	46%
	2022	2395	3.33	48%

Elaboración Propia

Según la capacidad utilizada en el día máximo de producción se puede hacer 2491 packs en 7 horas.

Tabla 113: Packs y horas

PACKS	HORAS
2128	5.98
356	1
2491	7

Elaboración Propia

6.1.3. Capacidad máxima

Para el cálculo de la capacidad máxima se considera tres turnos diarios, 24 días al mes y 12 meses del año interpretados en horas.

Tabla 114: Capacidad máxima

Descripción	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Peladora De	Diaria	21	4725	23625	30484	15242
Papa En Acero	MENSUAL	504	113400	567000	731613	365806
Inox	ANUAL	6048	1360800	6804000	8779355	4389677
Descripción	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas	Packs

					Rellenas	
Marmita Con	Diaria	21	4725	23625	30484	15242
Agitador Mrv	MENSUAL	504	113400	567000	731613	365806
100 – Lt./C	ANUAL	6048	1360800	6804000	8779355	4389677
Descripción	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Maquina	Diaria	21	6300	31500	40645	20323
Procesador De	MENSUAL	504	151200	756000	975484	487742
Alimentos	ANUAL	6048	1814400	9072000	11705806	5852903
Descripción	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Batidora	Diaria	21	4725	23625	30484	15242
Multifuncional	MENSUAL	504	113400	567000	731613	365806
30 Lt.	ANUAL	6048	1360800	6804000	8779355	4389677
Descripción	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Maquina	Diaria	21	0	0	0	15120
Empacadora Al	MENSUAL	504	0	0	0	362880
Vacio Doble	ANUAL	6048	0	0	0	4354560
Sello 20						

Elaboración Propia

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

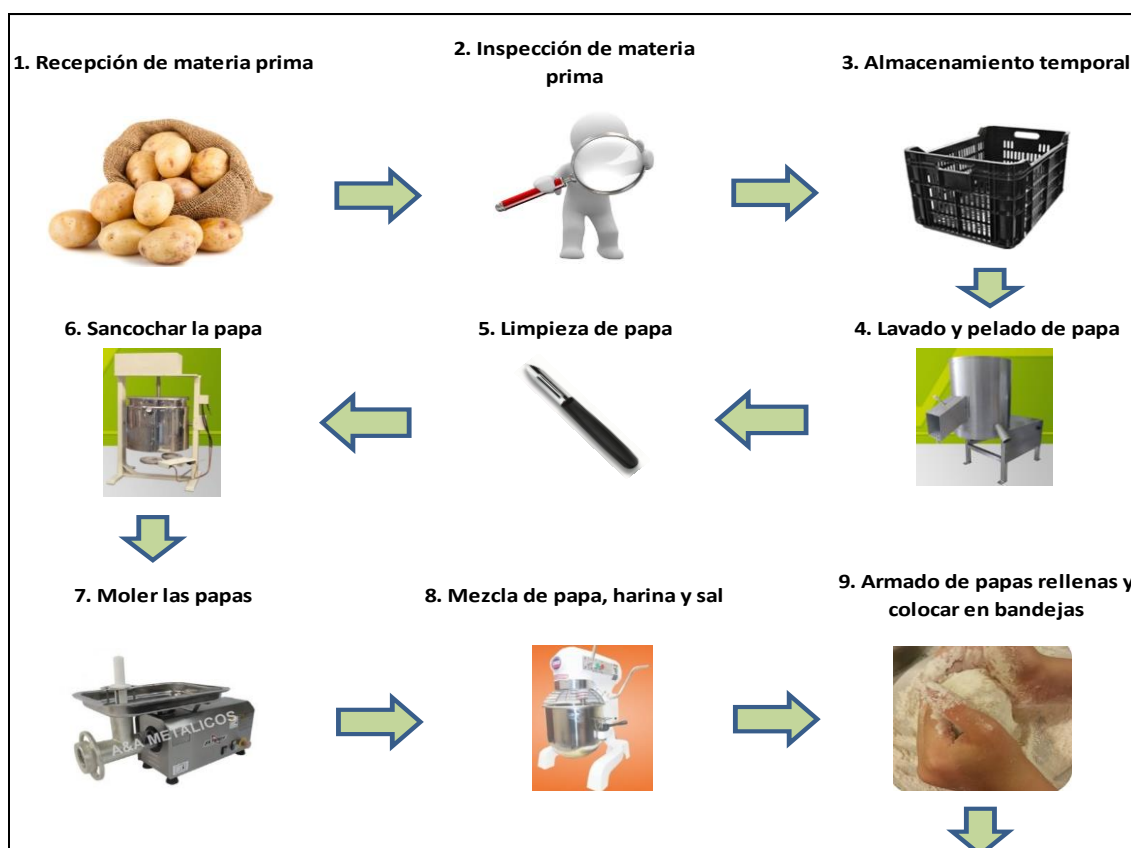




Ilustración 51: Flujograma papa rellena

Tabla 115: Procesos en tiempos

Nº	PROCESO	GANTT			TOTAL
1	pelado	2.93			2.93
2	quitar ojos	1.15			1.15
3	sancochar	2.13	0.07		2.20
4	moler	1.87	0.33		2.20
5	mezclar		2.93		2.93
6	relleno	0.69			0.69
7	armar papa		2.84	0.12	2.96
8	armar la caja	0.99			0.99
9	vacio		2.90	0.06	2.96
10	colocar caja				0.00
	HORA UTILIZADA	2.93	2.93	0.12	5.98

Elaboración Propia

Tabla 116: Actividades

ACTIVIDADES AUTOMATIZADAS	ACTIVIDADES MANUALES
Lavado y pelado de papas	Recepción de materia prima
Sancochado de papas	Almacenamiento temporal
Molición de papas	Inspección
Mezcla de masas	Limpieza de papa
Sellado al vacío	Armado de papas
	Armado de cajas
	Relleno y sellado de papas
	Colocar en bandeja
	Colocar en caja

Elaboración Propia

El proceso de producción inicia de la siguiente manera:

1. Recepción Materia Prima: Las papas, harina, sal entre otros insumos se reciben en sacos y/o bolsas exigiendo el mejor embalaje para garantizar la calidad apropiada de lo requerido. La duración de recepción y descarga debe ser de 30 minutos como máximo.
2. Inspección de materia prima: Se realiza un control de calidad para seleccionar los productos que se encuentren en un excelente estado y sean considerados en la producción. En esta inspección también se considera el pesado y comprobación de la orden de compra. La duración de la inspección debe ser de 45 minutos como máximo.
3. Almacenamiento temporal: Se colocan las papas en bandejas hasta pasar al proceso de lavado y pelado.
4. Lavado y pelado: Se introducen las papas a la máquina de lavado y pelado. Cada 4 minutos pela 15 kg de papa.
5. Limpieza de papa: Este proceso es para eliminar los ojos de las papas que no han sido eliminados en el proceso anterior, el tiempo es de 10 segundos por papa.
6. Sancochar la papa: Se colocan las papas en la marmita para que se sancochen, cada 20 minutos se sancocha 75 kg de papas.
7. Moler o triturar la papa: La papa sancochada se ingresa a la maquina procesadora para ser molida y posteriormente pueda ser mezclada. Cada 20 minutos muele 100 kg de papa.
8. Mezcla: El siguiente paso es mezclar la papa molida con harina y sal en la maquina batidora multifuncional, cada 8 minutos mezcla 30 kg de papa.

9. Armado de papas rellenas y colocar en bandejas: El siguiente paso es armar las papas rellenas agregando el relleno y posterior a eso colocar dos unidades por bandeja, el tiempo es de 20 segundos por bandeja.
10. Control de calidad: Se hace un control de calidad nuevamente para validar la estructura, peso y composición de la papa.
11. Sellado al vacío: Se introduce la bandeja a la maquina selladora al vacío, el tiempo por seis bandejas es de 30 segundos.
12. Inspección de calidad: Se realiza una breve inspección de calidad para garantizar el correcto sellado al vacío.
13. Colocar en caja: Se coloca la bandeja sellada al vacío en la caja de cartón.
14. Congelación: Se colocan las cajas con las bandejas en la cámara de frío.
15. Despacho: El despacho se hará semanalmente, previo a este proceso se hará el pegado de los rótulos correspondientes.

Inventario Final PT	25%	1280	1280	1280	1685	1685	1685	1903	1903	1903	1373	1373	1373	1318	18761
Inventario Inicial PT			-1280	-1280	-1280	-1685	-1685	-1685	-1903	-1903	-1903	-1373	-1373	-1373	-18723
Total UNIDADES Carne tradicional		2049	5272	5272	5677	6944	6944	7162	7844	7844	7314	5658	5658	5603	77194
			6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda Merma Sampling	1% 2.05%		1468	1468	1468	1934	1934	1934	2185	2185	2185	1576	1576	1576	21488
			15	15	15	19	19	19	22	22	22	16	16	16	215
Inventario Final PT	25%	368	368	368	484	484	484	547	547	547	394	394	394	379	5390
Inventario Inicial PT			-368	-368	-368	-484	-484	-484	-547	-547	-547	-394	-394	-394	-5379
Total UNIDADES		589	1513	1513	1629	1993	1993	2056	2251	2251	2098	1624	1624	1609	22154
TOTAL 2018		1333	34331	34331	36971	45217	45217	46639	51078	51078	47624	36843	36843	36485	502657
PRODUCCION DIARIA		556	1430	1430	1540	1884	1884	1943	2128	2128	1984	1535	1535	1520	

Elaboración Propia

Tabla 118: Programa de producción 2019

Año 2019	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lomo Saltado		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda		12046	12046	12046	15865	15865	15865	17922	17922	17922	12927	12927	12927	176281
Merma	1%	120	120	120	159	159	159	179	179	179	129	129	129	1763
Sampling	2%	247	247	247	325	325	325	367	367	367	265	265	265	3614
Inventario Final PT	25%	3012	3012	3967	3967	3967	4481	4481	4481	3232	3232	3232	3102	44166
Inventario Inicial PT		-3012	-3012	-3012	-3967	-3967	-3967	-4481	-4481	-4481	-3232	-3232	-3232	-44076

Total UNIDADES		12413	12413	13368	16349	16349	16863	18469	18469	17220	13322	13322	13192	181748
Anticucho		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda		15487	15487	15487	20397	20397	20397	23041	23041	23041	16620	16620	16620	226632
Merma	1%	155	155	155	204	204	204	230	230	230	166	166	166	2266
Sampling	2.05%	317	317	317	418	418	418	472	472	472	341	341	341	4646
Inventario Final	25%	3872	3872	5100	5100	5100	5761	5761	5761	4155	4155	4155	3988	56780
PT														
Inventario Inicial		-3872	-3872	-3872	-5100	-5100	-5100	-5761	-5761	-5761	-4155	-4155	-4155	-56664
PT														
Total UNIDADES		15959	15959	17187	21019	21019	21680	23744	23744	22138	17127	17127	16960	233660
Huachana		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda		5270	5270	5270	6941	6941	6941	7840	7840	7840	5655	5655	5655	77118
Merma	1%	53	53	53	69	69	69	78	78	78	57	57	57	771
Sampling	2.05%	108	108	108	142	142	142	161	161	161	116	116	116	1581
Inventario Final	25%	1318	1318	1736	1736	1736	1961	1961	1961	1414	1414	1414	1357	19326
PT														
Inventario Inicial		-1318	-1318	-1318	-1736	-1736	-1736	-1961	-1961	-1961	-1414	-1414	-1414	-19287
PT														
Total UNIDADES		5430	5430	5848	7152	7152	7377	8079	8079	7532	5828	5828	5771	79509
Carne tradicional		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda		1512	1512	1512	1992	1992	1992	2250	2250	2250	1623	1623	1623	22133
Merma	1%	15	15	15	20	20	20	23	23	23	16	16	16	221
Sampling	2.05%	31	31	31	41	41	41	46	46	46	33	33	33	454
Inventario Final	25%	379	379	498	498	498	563	563	563	406	406	406	390	5549
PT														
Inventario Inicial		-379	-379	-379	-498	-498	-498	-563	-563	-563	-406	-406	-406	-5538
PT														
Total UNIDADES		1559	1559	1678	2053	2053	2118	2319	2319	2162	1673	1673	1657	22819
TOTAL 2019		35361	35361	38081	46573	46573	48038	52610	52610	49051	37949	37949	37579	517736
PRODUCCION		1473	1473	1587	1941	1941	2002	2192	2192	2044	1581	1581	1566	
DIARIA														

Elaboración Propia

Tabla 119: Programa de producción 2020

Año 2020	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lomo Saltado		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	100.00%
Demanda		12407	12407	12407	16341	16341	16341	18460	18460	18460	13315	13315	13315	181569
Merma	1%	124	124	124	163	163	163	185	185	185	133	133	133	1816
Sampling	2%	254	254	254	335	335	335	378	378	378	273	273	273	3722
Inventario Final	25%	3102	3102	4086	4086	4086	4615	4615	4615	3329	3329	3329	3195	45489
PT														
Inventario Inicial		-3102	-3102	-3102	-4086	-4086	-4086	-4615	-4615	-4615	-3329	-3329	-3329	-45396
PT														
Total UNIDADES		12786	12786	13770	16840	16840	17369	19023	19023	17737	13721	13721	13587	187200
Anticucho		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		15951	15951	15951	21009	21009	21009	23732	23732	23732	17118	17118	17118	233431
Merma	1%	160	160	160	210	210	210	237	237	237	171	171	171	2334
Sampling	2.05%	327	327	327	431	431	431	487	487	487	351	351	351	4785
Inventario Final	25%	3988	3988	5253	5253	5253	5934	5934	5934	4280	4280	4280	4108	58485
PT														
Inventario Inicial		-3988	-3988	-3988	-5253	-5253	-5253	-5934	-5934	-5934	-4280	-4280	-4280	-58365
PT														
Total UNIDADES		16438	16438	17703	21650	21650	22331	24456	24456	22802	17640	17640	17468	240671
Huachana		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		5428	5428	5428	7149	7149	7149	8076	8076	8076	5825	5825	5825	79432
Merma	1%	54	54	54	71	71	71	81	81	81	58	58	58	794
Sampling	2.05%	111	111	111	147	147	147	166	166	166	119	119	119	1628
Inventario Final	25%	1357	1357	1788	1788	1788	2019	2019	2019	1457	1457	1457	1398	19904
PT														
Inventario Inicial		-1357	-1357	-1357	-1788	-1788	-1788	-2019	-2019	-2019	-1457	-1457	-1457	-19863
PT														
Total UNIDADES		5593	5593	6024	7367	7367	7598	8322	8322	7760	6003	6003	5944	81896
Carne tradicional		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		1558	1558	1558	2052	2052	2052	2318	2318	2318	1672	1672	1672	22796
Merma	1%	16	16	16	21	21	21	23	23	23	17	17	17	228

Sampling	2.05%	32	32	32	42	42	42	48	48	48	34	34	34	467
Inventario Final	25%	390	390	513	513	513	580	580	580	418	418	418	402	5715
PT														
Inventario Inicial		-390	-390	-390	-513	-513	-513	-580	-580	-580	-418	-418	-418	-5703
PT														
Total UNIDADES		1605	1605	1728	2114	2114	2181	2388	2388	2226	1723	1723	1707	23503
TOTAL 2020		36422	36422	39225	47970	47970	49478	54189	54189	50525	39087	39087	38706	533269
PRODUCCION		1518	1518	1634	1999	1999	2062	2258	2258	2105	1629	1629	1613	
DIARIA														

Elaboración Propia

Tabla 120: Programa de producción 2021

Año 2021	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lomo Saltado		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		12779	12779	12779	16831	16831	16831	19013	19013	19013	13715	13715	13715	187016
Merma	1%	128	128	128	168	168	168	190	190	190	137	137	137	1870
Sampling	2%	262	262	262	345	345	345	390	390	390	281	281	281	3834
Inventario Final	25%	3195	3195	4208	4208	4208	4754	4754	4754	3429	3429	3429	3291	46854
PT														
Inventario Inicial		-3195	-3195	-3195	-4208	-4208	-4208	-4754	-4754	-4754	-3429	-3429	-3429	-46758
PT														
Total UNIDADES		13169	13169	14182	17345	17345	17891	19593	19593	18268	14133	14133	13995	192816
Anticucho		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		16430	16430	16430	21639	21639	21639	24444	24444	24444	17632	17632	17632	240434
Merma	1%	164	164	164	216	216	216	244	244	244	176	176	176	2404
Sampling	2.05%	337	337	337	444	444	444	501	501	501	361	361	361	4929
Inventario Final	25%	4108	4108	5410	5410	5410	6112	6112	6112	4408	4408	4408	4231	60237
PT														
Inventario Inicial		-4108	-4108	-4108	-5410	-5410	-5410	-6112	-6112	-6112	-4408	-4408	-4408	-60114
PT														
Total UNIDADES		16931	16931	18233	22299	22299	23001	25190	25190	23486	18170	18170	17993	247890

Huachana		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		5591	5591	5591	7363	7363	7363	8318	8318	8318	6000	6000	6000	81815
Merma	1%	56	56	56	74	74	74	83	83	83	60	60	60	818
Sampling	2.05%	115	115	115	151	151	151	171	171	171	123	123	123	1677
Inventario Final PT	25%	1398	1398	1841	1841	1841	2080	2080	2080	1500	1500	1500	1440	20499
Inventario Inicial PT		-1398	-1398	-1398	-1841	-1841	-1841	-2080	-2080	-2080	-1500	-1500	-1500	-20457
Total UNIDADES		5761	5761	6204	7588	7588	7827	8572	8572	7992	6183	6183	6123	84352
Carne tradicional		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		1604	1604	1604	2113	2113	2113	2387	2387	2387	1722	1722	1722	23480
Merma	1%	16	16	16	21	21	21	24	24	24	17	17	17	235
Sampling	2.05%	33	33	33	43	43	43	49	49	49	35	35	35	481
Inventario Final PT	25%	402	402	529	529	529	597	597	597	431	431	431	414	5889
Inventario Inicial PT		-402	-402	-402	-529	-529	-529	-597	-597	-597	-431	-431	-431	-5877
Total UNIDADES		1653	1653	1780	2178	2178	2246	2460	2460	2294	1774	1774	1757	24208
TOTAL 2021 PRODUCCION DIARIA		37515	37515	40400	49409	49409	50964	55814	55814	52039	40260	40260	39868	549267
		1563	1563	1683	2059	2059	2124	2326	2326	2168	1677	1677	1661	

Elaboración Propia

Tabla 121: Programa de Producción 2022

Año 2022	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lomo Saltado		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		13163	13163	13163	17336	17336	17336	19584	19584	19584	14126	14126	14126	192627
Merma	1%	132	132	132	173	173	173	196	196	196	141	141	141	1926
Sampling	2%	270	270	270	355	355	355	401	401	401	290	290	290	3949
Inventario Final PT	25%	3291	3291	4335	4335	4335	4896	4896	4896	3532	3532	3532	0	44871

Inventario Inicial PT		-3291	-3291	-3291	-4335	-4335	-4335	-4896	-4896	-4896	-3532	-3532	-3532	-48162
Total UNIDADES Anticucho		13564	13564	14608	17865	17865	18426	20181	20181	18817	14557	14557	11025	195211
		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		16923	16923	16923	22288	22288	22288	25177	25177	25177	18161	18161	18161	247647
Merma	1%	169	169	169	223	223	223	252	252	252	182	182	182	2476
Sampling	2.05%	347	347	347	457	457	457	516	516	516	372	372	372	5077
Inventario Final PT	25%	4231	4231	5573	5573	5573	6295	6295	6295	4541	4541	4541	0	57689
Inventario Inicial PT		-4231	-4231	-4231	-5573	-5573	-5573	-6295	-6295	-6295	-4541	-4541	-4541	-61920
Total UNIDADES Huachana		17439	17439	18781	22968	22968	23690	25945	25945	24191	18715	18715	14174	250969
		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		5758	5758	5758	7584	7584	7584	8567	8567	8567	6180	6180	6180	84269
Merma	1%	58	58	58	76	76	76	86	86	86	62	62	62	843
Sampling	2.05%	118	118	118	155	155	155	176	176	176	127	127	127	1728
Inventario Final PT	25%	1440	1440	1897	1897	1897	2142	2142	2142	1545	1545	1545	0	19632
Inventario Inicial PT		-1440	-1440	-1440	-1897	-1897	-1897	-2142	-2142	-2142	-1545	-1545	-1545	-21072
Total UNIDADES Carne tradicional		5934	5934	6391	7816	7816	8061	8829	8829	8232	6368	6368	4823	85399
		6.83%	6.83%	6.83%	9.00%	9.00%	9.00%	10.17%	10.17%	10.17%	7.33%	7.33%	7.33%	
Demanda		1653	1653	1653	2177	2177	2177	2459	2459	2459	1774	1774	1774	24185
Merma	1%	17	17	17	22	22	22	25	25	25	18	18	18	242
Sampling	2.05%	34	34	34	45	45	45	50	50	50	36	36	36	496
Inventario Final PT	25%	414	414	545	545	545	615	615	615	444	444	444	0	5640
Inventario Inicial PT		-414	-414	-414	-545	-545	-545	-615	-615	-615	-444	-444	-444	-6054
Total UNIDADES		1703	1703	1834	2243	2243	2313	2534	2534	2363	1828	1828	1384	24509
TOTAL 2022 PRODUCCION		38640	38640	41614	50892	50892	52490	57489	57489	53603	41467	41467	31405	556088
		1610	1610	1734	2120	2120	2187	2395	2395	2233	1728	1728	1309	

DIARIA

Elaboración Propia

Resumen programa de producción

En el año 2018 la producción será de 502,657 packs y al año 2022 asciende la producción a 556,088 packs.

Tabla 122: Resumen de Producción 2018 al 2022 (en unidades).

PRODUCCIÓN (packs)	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	176,454	181,748	187,200	192,816	195,211
Anticucho	226,855	233,660	240,671	247,890	250,969
Huachana	77,194	79,509	81,896	84,352	85,399
Carne tradicional	22,154	22,819	23,503	24,208	24,509
Total packs	502,657	517,736	533,269	549,267	556,088
PRODUCCIÓN (kg papas)	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	27,350	28,171	29,016	29,886	30,258
Anticucho	35,163	36,217	37,304	38,423	38,900
Huachana	11,965	12,324	12,694	13,075	13,237
Carne tradicional	3,434	3,537	3,643	3,752	3,799
Total kg	77,9	80,2	82,6	85,1	86,1
	12	49	57	36	94

Elaboración Propia

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos

Tabla 123: Receta por pack

MATERIA PRIMA - INSUMOS POR PRODUCTO					
MATERIA PRIMA E INSUMO	Medida	Lomo Saltado	Anticucho	Huachana	Carne tradicional
Papa Blanca	kg	0.155	0.155	0.155	0.155
Papa Rosada	kg	0.155	0.155	0.155	0.155
Harina	kg	0.0098	0.0098	0.0098	0.0098
Sal	kg	0.0002	0.0002	0.0002	0.0002
Carne de Lomo	Kg	0.0558			
Cebolla	Kg	0.0118			
Tomate	Kg	0.0116			
Culantro	Pqt.	0.0002			
Aderezo Lomo saltado	Lt	0.016			
Aceite	Lt	0.02			
Corazón de Res	Kg		0.064		
Granos de choclo	Kg		0.0144		
Aderezo anticuchero	Kg		0.02		
Carbón	Kg		0.02		
Carne Molida	Kg			0.06	
Huevo	Und			0.012	
Cebolla	Kg			0.0024	
Aceituna	Und			2	
Aderezo Clásico	Lt			0.02	
Aceite	Lt			0.02	
Salchicha Huachana	Kg				0.056
Huevo	Und				0.024
Aceite	Lt				0.02
Caja 12 x 15 x 6 cm	und	1	1	1	1
Bandeja de plástico	und	1	1	1	1
Bolsa sellado al vacío	und	1	1	1	1
Caja grande 60 x 50 x 50	und	0.01	0.01	0.01	0.01
Plumones gruesos	und	0.01	0.01	0.01	0.01
Cintas de embalaje 110 y	und	0.00	0.00	0.00	0.00
Stickers	und	2.00	2.00	2.00	2.00

Elaboración Propia

COTIZACIONES						
MATERIA PRIMA E	Med ida	Costo con IGV	IGV	Costo sin IGV	Und receta	Equival encia

INSUMO						
Papa Blanca	kg	S/.88.50	S/ 13.500	S/. 75.00	kg	120
Papa Rosada	kg	S/. 112.10	S/.17.100	S/. 95.00	kg	120
Harina	kg	S/. 112.10	S/.17.100	S/. 95.00	kg	50
Sal	kg	S/. 31.86	S/. 4.860	S/. 27.00	kg	25
Carne de Lomo	Kg	S/. 25.96	S/. 3.960	S/. 22.00	Kg	1
Cebolla	Kg	S/. 2.12	S/. 0.324	S/. 1.80	Kg	1
Tomate	Kg	S/. 4.72	S/. 0.720	S/. 4.00	Kg	1
Culantro	Pqt.	S/.5.90	S/. 0.900	S/. 5.00	Pqt.	1
Aderezo Lomo saltado	Lt	S/. 11.80	S/.1.800	S/. 10.00	Lt	1
Aceite	Lt	S/.21.24	S/.3.240	S/. 18.00	Lt	5
Corazón de Res	Kg	S/.15.34	S/. 2.340	S/. 13.00	Kg	1
Granos de choclo	Kg	S/.9.44	S/.1.440	S/. 8.00	Kg	1
Aderezo anticuchero	Kg	S/. 11.80	S/.1.800	S/. 10.00	Kg	1
Carbón	Kg	S/.2.95	S/. 0.450	S/. 2.50	Kg	1
Carne Molida	Kg	S/.14.16	S/. 2.160	S/.12.00	Kg	1
Huevo	Und	S/.10.62	S/. 1.620	S/.9.00	Und	30
Cebolla	Kg	S/.2.12	S/.0.324	S/.1.80	Kg	1
Aceituna	Und	S/.9.44	S/.1.440	S/.8.00	Und	100
Aderezo Clásico	Lt	S/. 11.80	S/. 1.800	S/.10.00	Lt	1
Aceite	Lt	S/.21.24	S/.3.240	S/. 18.00	Lt	5
Salchicha Huachana	Kg	S/.15.34	S/. 2.340	S/.13.00	Kg	1
Huevo	Und	S/.10.62	S/.1.620	S/.9.00	Und	30
Aceite	Lt	S/.21.24	S/.3.240	S/.18.00	Lt	5
Caja 12 x 15 x 6 cm	und	S/.359.90	S/.54.900	S/.305.00	und	1000
Bandeja de plástico	und	S/.259.60	S/.39.600	S/.220.00	und	1000
Bolsa sellado al vacío	und	S/.188.80	S/.28.800	S/.160.00	und	1000
Caja grande 60 x 50 x 50	und	S/.3.54	S/.0.540	S/.3.00	und	
Plumones gruesos	und	S/. 2.71	S/. 0.414	S/.2.30	und	1
Cintas de embalaje 110 y	und	S/.154.58	S/.23.580	S/.131.00	und	76
Stickers	und	S/.11.80	S/.1.800	S/.10.00	und	1000
Elaboración Propia						

Tabla 124: Necesidad Materia prima- Lomo Saltado

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS - LOMO SALTADO						
Materia	Medida	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Papa Blanca	kg	27627	28455	29309	30188	30563
Papa Rosada	kg	27627	28455	29309	30188	30563

Harina	kg	1730	1782	1835	1891	1914
Sal	kg	35	36	37	39	39
Carne de Lomo	Kg	9946	10244	10551	10868	11003
Cebolla	Kg	2103	2166	2231	2298	2327
Tomate	Kg	2068	2130	2193	2259	2287
Culantro	Pqt.	36	37	38	39	39
Adereso Lomo saltado	Lt	2852	2937	3025	3116	3155
Aceite	Lt	3529	3635	3744	3857	3905
Caja 12 x 15 x 8 cm	und	178236	183583	189091	194764	197183
Bandeja de plastico	und	178236	183583	189091	194764	197183
Bolsa sellado al vacio	und	178236	183583	189091	194764	197183
Caja grande 60 x 50 x 50	und	1857	1912	1970	2029	2054
Plumones gruesos	und	891	918	945	974	986
Cintas de embalaje 110 y	und	594	612	630	649	657
Stickers	und	356473	367167	378182	389527	394366

Elaboración Propia

Tabla 125: Necesidad Materia prima- Anticucho

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS - ANTICUCHO						
Materia	Medida	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Papa Blanca	kg	35517.7	36583.2	37680.8	38811.1	39293.2
Papa Rosada	kg	35517.7	36583.2	37680.8	38811.1	39293.2
Harina	kg	2224.3	2291.0	2359.8	2430.5	2460.7
Sal	kg	45.4	46.7	48.1	49.6	50.2
Corazón de Res	Kg	14665.4	15105.3	15558.5	16025.2	16224.3
Granos de choclo	Kg	3299.7	3398.7	3500.7	3605.7	3650.5
Adereso anticuchero	Kg	4582.9	4720.4	4862.0	5007.9	5070.1
Carbón	Kg	4537.6	4673.7	4813.9	4958.3	5019.9
Caja 12 x 15 x 8 cm	und	229146	236020	243102	250394	253504
Bandeja de plastico	und	229146	236020	243102	250394	253504
Bolsa sellado al vacio	und	229146	236020	243102	250394	253504
Caja grande 60 x 50 x 50	und	2387	2459	2532	2608	2641
Plumones gruesos	und	1146	1180	1216	1252	1268
Cintas de embalaje 110 y	und	764	787	810	835	845
Stickers	und	458293	472041	486203	500788	507009

Elaboración Propia

Tabla 126: Necesidad Materia prima- Huachana

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS - HUACHANA						
Materia	Medida	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Papa Blanca	kg	12086	12448	12822	13207	13371
Papa Rosada	kg	12086	12448	12822	13207	13371
Harina	kg	757	780	803	827	837

Sal	kg	15	16	16	17	17
Salchicha Huachana	Kg	4367	4497	4632	4771	4831
Huevo	Und	1871	1927	1985	2045	2070
Aceite	Lt	1544	1590	1638	1687	1708
Caja 12 x 15 x 8 cm	und	77973	80312	82723	85204	86262
Bandeja de plastico	und	77973	80312	82723	85204	86262
Bolsa sellado al vacio	und	77973	80312	82723	85204	86262
Caja grande 60 x 50 x 50	und	812	837	862	888	899
Plumones gruesos	und	390	402	414	426	431
Cintas de embalaje 110 y	und	260	268	276	284	288
Stickers	und	155947	160624	165446	170409	172524

Elaboración Propia

Tabla 127: Necesidad Materia prima- Clásica

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS - CLASICA						
Materia	Medida	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Papa Blanca	kg	3469	3573	3680	3790	3837
Papa Rosada	kg	3469	3573	3680	3790	3837
Harina	kg	217	224	230	237	240
Sal	kg	4	5	5	5	5
Carne Molida	Kg	1343	1383	1424	1467	1485
Huevo	Und	269	277	285	293	297
Cebolla	Kg	54	55	57	59	59
Aceituna	Und	44756	46099	47481	48905	49512
Adereso Clasico	Lt	448	461	475	489	495
Aceite	Lt	443	456	470	484	490
Caja 12 x 15 x 8 cm	und	22378	23050	23741	24453	24756
Bandeja de plastico	und	22378	23050	23741	24453	24756
Bolsa sellado al vacio	und	22378	23050	23741	24453	24756
Caja grande 60 x 50 x 50	und	233	240	247	255	258
Plumones gruesos	und	112	115	119	122	124
Cintas de embalaje 110 y	und	75	77	79	82	83
Stickers	und	44756	46099	47481	48905	49512

Elaboración Propia

Tabla 128: Resumen necesidad de materia prima total

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA E INSUMOS - TOTAL						
Materia	Medida	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Papa Blanca	kg	78699	81060	83492	85996	87064
Papa Rosada	kg	78699	81060	83492	85996	87064
Harina	kg	4929	5076	5229	5386	5452
Sal	kg	101	104	107	110	111

Carne de Lomo	Kg	9946	10244	10551	10868	11003
Cebolla	Kg	2157	2222	2288	2357	2386
Tomate	Kg	2068	2130	2193	2259	2287
Culantro	Pqt.	36	37	38	39	39
Adereso Lomo saltado	Lt	2852	2937	3025	3116	3155
Aceite	Lt	5517	5682	5853	6028	6103
Corazón de Res	Kg	14665	15105	15559	16025	16224
Granos de choclo	Kg	3300	3399	3501	3606	3650
Adereso anticuchero	Kg	4583	4720	4862	5008	5070
Carbón	Kg	4538	4674	4814	4958	5020
Carne Molida	Kg	1343	1383	1424	1467	1485
Huevo	Und	269	277	285	293	297
Aceituna	Und	44756	46099	47481	48905	49512
Adereso Clasico	Lt	448	461	475	489	495
Salchicha Huachana	Kg	4367	4497	4632	4771	4831
Huevo	Und	1871	1927	1985	2045	2070
Caja 12 x 15 x 8 cm	und	507734	522966	538656	554815	561705
Bandeja de plastico	und	507734	522966	538656	554815	561705
Bolsa sellado al vacio	und	507734	522966	538656	554815	561705
Caja grande 60 x 50 x 50	und	5289	5448	5611	5779	5851
Plumones gruesos	und	2539	2615	2693	2774	2809
Cintas de embalaje 110 y	und	1692	1743	1796	1849	1872
Stickers	und	1015468	1045931	1077312	1109630	1123411

Elaboración Propia

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 129: Compras Materia Prima

MATERIA PRIMA	MEDIDA	PERIODICIDAD DE COMPRA
Adereso	Lt.	Semanal
Tomate	KG	Semanal
Cebolla	KG	Semanal
Culantro	KG	Semanal
Aceituna	KG	Semanal
Choclo en granos	KG	Semanal
Carne Molida	KG	Quincenal
Corazon de Res	KG	Quincenal
Salchicha Huachana	KG	Quincenal
Papa Blanca	KG	Mensual
Papa Rosada	KG	Mensual
Huevo	KG	Mensual
Harina	KG	Mensual
Sal	KG	Mensual

Aceite	Lt.	Mensual
Caja	Und.	Mensual
Taper de plastico	Und.	Mensual
Plastico de sellado al vacio	Und.	Mensual

Elaboración Propia

Tabla 130: Compra materia prima

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	449,024	462,495	476,369	490,661	496,756
Papa Blanca	17,267	17,785	18,318	18,868	19,102
Papa Rosada	21,871	22,527	23,203	23,899	24,196
Harina	3,287	3,386	3,487	3,592	3,637
Sal	38	39	40	42	42
Carne de Lomo	218,803	225,367	232,128	239,092	242,062
Cebolla	3,786	3,899	4,016	4,137	4,188
Tomate	8,270	8,518	8,774	9,037	9,149
Culantro	178	184	189	195	197
Adereso Lomo saltado	28,518	29,373	30,255	31,162	31,549
Aceite	12,706	13,087	13,480	13,884	14,057
Caja 12 x 15 x 8 cm	54,362	55,993	57,673	59,403	60,141
Bandeja de plastico	39,212	40,388	41,600	42,848	43,380
Bolsa sellado al vacio	28,518	29,373	30,255	31,162	31,549
Caja grande 60 x 50 x 50	5,570	5,737	5,909	6,086	6,162
Plumones gruesos	2,050	2,111	2,175	2,240	2,268
Cintas de embalaje 110 y Stickers	1,024	1,055	1,086	1,119	1,133
	3,565	3,672	3,782	3,895	3,944
Anticucho	501,473	516,517	532,014	547,973	554,779

Papa Blanca	22,199	22,864	23,550	24,257	24,558
Papa Rosada	28,118	28,962	29,831	30,725	31,107
Harina	4,226	4,353	4,484	4,618	4,675
Sal	49	50	52	54	54
Corazón de Res	190,650	196,369	202,261	208,328	210,916
Granos de choclo	26,398	27,190	28,005	28,845	29,204
Adereso anticuchero	45,829	47,204	48,620	50,079	50,701
Carbón	11,344	11,684	12,035	12,396	12,550
Caja 12 x 15 x 8 cm	69,890	71,986	74,146	76,370	77,319
Bandeja de plastico	50,412	51,925	53,482	55,087	55,771
Bolsa sellado al vacio	36,663	37,763	38,896	40,063	40,561
Caja grande 60 x 50 x 50	7,161	7,376	7,597	7,825	7,922
Plumones gruesos	2,635	2,714	2,796	2,880	2,915
Cintas de embalaje 110 y Stickers	1,317	1,356	1,397	1,439	1,457
	4,583	4,720	4,862	5,008	5,070
Huachana	140,213	144,419	148,754	153,217	155,118
Papa Blanca	7,554	7,780	8,014	8,254	8,357
Papa Rosada	9,568	9,855	10,151	10,455	10,585
Harina	1,438	1,481	1,526	1,571	1,591
Sal	17	17	18	18	18
Salchicha Huachana	56,765	58,467	60,222	62,029	62,799
Huevo	561	578	596	613	621
Aceite	5,558	5,725	5,897	6,074	6,149
Caja 12 x 15 x 8 cm	23,782	24,495	25,230	25,987	26,310

Bandeja de plastico	17,154	17,669	18,199	18,745	18,978
Bolsa sellado al vacio	12,476	12,850	13,236	13,633	13,802
Caja grande 60 x 50 x 50	2,437	2,510	2,585	2,663	2,696
Plumones gruesos	897	924	951	980	992
Cintas de embalaje 110 y Stickers	448	461	475	490	496
	1,559	1,606	1,654	1,704	1,725
Clásica	48,134	49,578	51,065	52,596	53,249
Papa Blanca	2,168	2,233	2,300	2,369	2,398
Papa Rosada	2,746	2,828	2,913	3,001	3,038
Harina	413	425	438	451	457
Sal	5	5	5	5	5
Carne Molida	16,112	16,596	17,093	17,606	17,824
Huevo	81	83	85	88	89
Cebolla	97	100	103	106	107
Aceituna	3,581	3,688	3,799	3,912	3,961
Adereso Clasico	4,476	4,610	4,748	4,891	4,951
Aceite	1,595	1,643	1,692	1,743	1,765
Caja 12 x 15 x 8 cm	6,825	7,030	7,241	7,458	7,551
Bandeja de plastico	4,923	5,071	5,223	5,380	5,446
Bolsa sellado al vacio	3,581	3,688	3,799	3,912	3,961
Caja grande 60 x 50 x 50	699	720	742	764	774
Plumones gruesos	257	265	273	281	285
Cintas de embalaje 110 y Stickers	129	132	136	140	142
	448	461	475	489	495

Total sin IGV						
	1,138,845	1,173,009	1,208,202	1,244,446	1,259,902	
IGV						
	204,992	211,142	217,476	224,000	226,782	
Total con IGV						
	1,343,837	1,384,151	1,425,678	1,468,447	1,486,684	

Elaboración Propia

6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa.

Para la producción se requerirán 10 operarios multifuncionales las cuales cumplirán con las siguientes funciones:

Para el proceso del quitado de ojos de las papas se requerirán de 8 personas, las cuales en el día más alto de producción del año 2018 se tomarán 1.15 horas en este proceso.

Tabla 131: Requerimiento para quitar ojos

Descripción	Qty.	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Quitar Ojos De La Papa	8	Ratio	0.003	0.2	1	1.29	0.6
		HORA	1.000	576	2880	3716	1858
		DIA	7	4032	20160	26013	13006
		LABORABLE					

Elaboración Propia

Tabla 132: Requerimiento máximo para quitar ojos

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA
QUITAR OJOS DE LA PAPA	2018	2128	1.15
	2019	2192	1.18
	2020	2258	1.22
	2021	2326	1.25
	2022	2395	1.29

Elaboración Propia

Para el proceso de armar las papas quitado de ojos se requerirán de 8 personas, las cuales en el día más alto de producción del año 2018 se tomarán 2.96 horas en este proceso.

Tabla 133: Requerimiento para armar papa

Descripción	Qty.	Capacidad	Hora	Kg	Papas	Papas Rellenas	Packs
Armar La Papa	8	Ratio	0.006	0.2	0.775	1	0.5

HORA	1.00	223.2	1116	1440	720.0
DIA	7	1562.4	7812	10080	5040
LABORABLE					

Elaboración Propia

Tabla 134: Requerimiento máximo para armar papa

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA
ARMAR LA PAPA	2018	2128	2.96
	2019	2192	3.04
	2020	2258	3.14
	2021	2326	3.23
	2022	2395	3.33

Elaboración Propia

Para el proceso de preparar el relleno (salchicha, lomo saltado, anticucho y carne molida) se requerirán de 4 personas, las cuales en el día más alto de producción del año 2018 se tomarán 0.69 horas en este proceso.

Tabla 135: Requerimiento para preparar relleno

DESCRIPCION	QTY.	CAPACIDAD	HORA	KG	PAPAS	PAPAS RELLENAS	PACKS
PREPARACION	4	RATIO	3	100		2500	1250
RELLENO		HORA	1	133		3333	1667
		DIA	7	933		23333	11667
LABORABLE							

Elaboración Propia

Tabla 136: Requerimiento máximo para preparar relleno

DESCRIPCION	AÑO	RELLENO DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA
PREPARACION	2018	91	0.69
RELLENO	2019	114	0.86
	2020	138	1.04
	2021	163	1.23
	2022	190	1.42

Elaboración Propia

Para el proceso de armar las cajas se requerirán de 9 personas, las cuales en el día más alto de producción del año 2018 se tomarán 0.99 horas en este proceso.

Tabla 137: Requerimiento para armado de cajas

DESCRIPCION	QTY.	CAPACIDAD	HORA	PACKS
ARMAR CAJA	9	RATIO	0.004	1
		HORA	1.0	2160
		DIA	7	15120
		LABORABLE		

Elaboración Propia

Tabla 138: Requerimiento máximo para armado de cajas

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA
ARMAR CAJA	2018	2128	0.99
	2019	2192	1.01
	2020	2258	1.05
	2021	2326	1.08
	2022	2395	1.11

Elaboración Propia

Para el proceso de colocar las bandejas en las cajas se requerirán de 9 personas, las cuales en el día más alto de producción del año 2018 se tomarán 0.33 horas en este proceso.

Tabla 139: Requerimiento para caja final

DESCRIPCION	QTY.	CAPACIDAD	HORA	KG	PAPAS	PAPAS RELLENAS	PACKS
COLOCAR EN CAJA FINAL	9	RATIO	0.001			2	1
		HORA	1.00			12960	6480
		DIA LABORABLE	7			90720	45360

Elaboración Propia

Tabla 140: Requerimiento máximo para caja final

DESCRIPCION	AÑO	PACKS DIARIOS MAXIMO REQUERIDOS	HORAS UTILIZADAS AL DIA
COLOCAR EN CAJA FINAL	2018	2128	0.33
	2019	2192	0.34
	2020	2258	0.35
	2021	2326	0.36
	2022	2395	0.37

Elaboración Propia

El cronograma de actividades diarias por cada operario es el siguiente:

Tabla 141: Cronograma de actividades de producción

N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
PROCESO MANUAL											
OPERA RIOS	Pelado de papas	Quitar ojos	Sanco char	Moler	Mezclar	Relle no	Armar papa	Armar la caja	Sellar al vacío	Colocar caja	Total horas por operador
1	2.93			2.93							5.86
4		1.15				0.69	2.96	0.99		0.33	6.10
1		1.15					2.96	0.99		0.33	5.42
1		1.15					2.96	0.99		0.33	5.42
1		1.15					2.96	0.99		0.33	5.42
1			2.20					0.99	2.96		6.14
1					2.93			0.99		0.33	4.25

Elaboración Propia

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinarias.

Tabla 142: Lista de maquinarias

Maquinaria					
Actividad	Equipo	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Lavador Y Pelador De Papas	1	3355.93	604.07	3960.00	3960.00
Marmita	1	8910.00	1603.80	10513.80	10513.80
Maq. Procesadora	1	4796.19	863.31	5659.50	5659.50
Mezcladora	1	3887.29	699.71	4587.00	4587.00
Sellador Al Vacío	1	9326.69	1678.81	11005.50	11005.50
Balanza De Gramos	4	42.37	7.63	50.00	200.00
Cocina Industrial	1	2076.27	373.73	2450.00	2450.00
				total sin lgv	S/. 32,521.86
				total lgv	S/. 5,853.94
				Total con lgv	S/. 38,375.80

Elaboración Propia

6.3.2 Equipos.

Tabla 143: Lista de Equipos

Equipos

Equipo	Cant idad	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Computadoras	5	1185.59	213.41	1399.00	6995.00
Laptop	2	1185.59	213.41	1399.00	2798.00
Impresora Multifuncional	1	719.49	129.51	849.00	849.00
Impresora Matricial	1	657.76	118.40	776.16	776.16
Impresora Zebra	1	1138.98	205.02	1344.00	1344.00
Cámaras De Seguridad X 8 Cam	1	1439.83	259.17	1699.00	1699.00
Microondas	1	177.12	31.88	209.00	209.00
Proyector	1	1355.08	243.92	1599.00	1599.00
Ecran De Pared	1	128.14	23.06	151.20	151.20
Ventilador	3	33.81	6.09	39.90	119.70
Aire Acondicionado 24000 Btu - De 35 A 50 M2	2	2694.07	484.93	3179.00	6358.00
Mesa De Acero Inoxidable 1.8 Mt	3	1848.00	332.64	2180.64	6541.92
Mesa De Acero Inoxidable 1 Mt	1	973.50	175.23	1148.73	1148.73
Cámara Frigorífica Modelo L4	1	44550.00	8019.00	52569.00	52569.00
Carretilla	1	169.49	30.51	200.00	200.00
Refrigeradora	1	846.61	152.39	999.00	999.00
Monitor 20 "	1	304.24	54.76	359.00	359.00
Teléfono Fijo	2	50.76	9.14	59.90	119.80
				total sin Igv	S/. 71,894.50
				total Igv	S/. 12,941.01
				Total con Igv	S/. 84,835.51

Elaboración Propia

6.3.3 Herramientas.

Tabla 144: Lista de herramientas

Herramientas					
Equipo	Cantidad	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Pantalón	12	21.19	3.81	25.00	300.00
Cascos	12	7.20	1.30	8.50	102.00
Lentes	12	6.78	1.22	8.00	96.00
Mascarillas X 5 Und	2	2.46	0.44	2.90	5.80
Guantes Quirúrgico	1	8.47	1.53	10.00	10.00
Polos	12	8.47	1.53	10.00	120.00
Botas	12	21.61	3.89	25.50	306.00

Mallas Para La Cabeza X100 Und	1	41.53	7.47	49.00	49.00
Señalizaciones	40	0.68	0.12	0.80	32.00
Manguera	2	127.03	22.87	149.90	299.80
Botiquin	3	50.76	9.14	59.90	179.70
Extintores Pqs Abc	9	57.54	10.36	67.90	611.10
				total sin Igv	S/. 1,789.32
				total Igv	S/. 322.08
					S/. 2,111.40

Elaboración Propia

6.3.4 Utensilios.

Tabla 145: Lista de Utensilios

Utensilio					
Utensilios	Cantidad	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Ollas	6	228.81	41.19	270.00	1620.00
Cucharones	6	10.17	1.83	12.00	72.00
Zartenes	6	1.69	0.31	2.00	12.00
Tenedores	2	25.34	4.56	29.90	59.80
Bandejas	20	8.47	1.53	10.00	200.00
Cuchillos	2	25.34	4.56	29.90	59.80
Tablas Para Picar	6	29.66	5.34	35.00	210.00
Pelador De Papa	12	6.78	1.22	8.00	96.00
Baldes	8	15.25	2.75	18.00	144.00
				total sin Igv	S/. 2,096.27
				total Igv	S/. 377.33
				Total con Igv	S/. 2,473.60

Elaboración Propia

6.3.5 Mobiliario.

Tabla 146: Lista de Mobiliario

Mobiliario					
Mobiliario	Cantidad	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Escritorio En "L" + Repostero	1	1419.49	255.51	1675.00	1675.00
Sillas Fijas	2	50.76	9.14	59.90	119.80
Silla Gerencia	1	169.41	30.49	199.90	199.90
Reloj De Pared	3	33.81	6.09	39.90	119.70
Pizarra Acrílica/Corcho	4	33.81	6.09	39.90	159.60
Repostero	1	466.02	83.88	549.90	549.90
Escritorios X 4	1	3044.07	547.93	3592.00	3592.00
Sillas C/ Ruedas	4	50.76	9.14	59.90	239.60

Mesa De Reunión + 4 Sillas	1	338.90	61.00	399.90	399.90
CASILLERO X 12	1	966.10	173.90	1140.00	1140.00
Mesa Comedor X 6	2	296.53	53.37	349.90	699.80
Tacho De Basura	6	21.19	3.81	25.00	150.00
				total sin Igv	S/. 7,665.42
				total Igv	S/. 1,379.78
				Total con Igv	S/. 9,045.20

Elaboración Propia

6.3.6 Útiles de oficina.

Tabla 147: Lista de Útiles de Oficina

Útiles					
Útiles	Cantidad	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV	Total con IGV
Lapiceros	15	0.30	0.05	0.35	5.25
Tijeras	6	1.19	0.21	1.40	8.40
Archivadores Colores	6	3.81	0.69	4.50	27.00
Sobre Manila Paq X 50 Und	1	7.71	1.39	9.10	9.10
Engrapador	6	6.61	1.19	7.80	46.80
Perforador	6	4.36	0.79	5.15	30.90
Papel Bond	10	7.80	1.40	9.20	92.00
Calculadora	6	6.61	1.19	7.80	46.80
tampón	6	2.54	0.46	3.00	18.00
Toners	2	169.49	30.51	200.00	400.00
Cuadernos	6	2.54	0.46	3.00	18.00
Fólder Manila Pqte X 25	1	4.24	0.76	5.00	5.00
Caja De Grapas	12	2.50	0.45	2.95	35.40
Caja De Clips	6	1.27	0.23	1.50	9.00
Insumos De Aseo	1	211.86	38.14	250.00	250.00
				total sin Igv	S/. 848.86
				total Igv	S/. 152.79
				Total con Igv	S/. 1,001.65

Elaboración Propia

6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 148: Programa compras máquinas y equipos

Maquinaria	Cantidad	Frecuencia	Veces al Año	Costo por máquina	Costo por año
Lavador Y Pelador De Papas	1	Semestral	2	S/. 300.00	S/. 600.00
Marmita	1	Semestral	2	S/. 300.00	S/. 600.00

Maq. Procesadora	1	Semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00
Mezcladora	1	Semestral	2	S/. 200.00	S/. 400.00
Sellador Al Vacio	1	Semestral	2	S/. 350.00	S/. 700.00
Cocina Industrial	1	Semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00
Computadoras	5	Semestral	2	S/. 35.00	S/. 350.00
Laptop	2	Semestral	2	S/. 95.00	S/. 380.00
Impresora Multifuncional	1	Semestral	2	S/. 35.00	S/. 70.00
Impresora Matricial	1	Semestral	2	S/. 40.00	S/. 80.00
Impresora Zebra	1	Semestral	2	S/. 40.00	S/. 80.00
Camaras De Seguridad X 8 Cam	1	Semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00
Proyector	1	Semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00
Aire Acondicionado 24000 Btu	2	Semestral	2	S/. 300.00	S/.
- De 35 A 50 M2					1,200.00
Camara Frigorifica Modelo L4	1	Trimestral	4	S/. 800.00	S/.
					3,200.00
Refrigeradora	1	Anual	1	S/. 120.00	S/. 120.00
Extintores Pqs Abc	9	Anual	1	S/. 25.00	S/. 225.00

Elaboración Propia

6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 149: Programa compras herramientas

Equipo o utensilio	Periodo compra
Balanza De Gramos	Anual
Ollas	Anual
Cucharones	Anual
Zartenes	Anual
Tenedores	Anual
Bandejas	Anual
Cuchillos	Anual
Tablas Para Picar	Anual
Pelador De Papa	Anual
Baldes	Anual
Lapiceros	Mensual
Tijeras	Mensual
Archivadores Colores	Mensual
Sobre Manila Paq X 50 Und	Mensual
Engranpador	Mensual
Perforador	Mensual
Papel Bond	Mensual
Calculadora	Mensual
Tampon	Mensual
Toners	Mensual

Cuadernos	Mensual
Fólder Manila Pqte X 25	Mensual
Caja De Grapas	Mensual
Caja De Clips	Mensual
Insumos De Aseo	Mensual
Sillas Fijas	5 años
Silla Gerencia	5 años
Reloj De Pared	5 años
Pizarra Acrilica/Corho	5 años
Repostero	5 años
Sillas C/ Ruedas	5 años
Mesa De Reunion + 4 Sillas	5 años
CASILLERO X 12	5 años
Mesa Comedor X 6	5 años
Tacho De Basura	5 años

Elaboración Propia

Tabla 150: Programa de compras anual

Programa de compras posteriores						
Ítem	Compra Total	al año	Compras año 2017	Compras año 2018	Compras año 2019	Compras año 2021
Balanza De Gramos	S/. 200.00	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Ollas	S/. 1,620.00	1	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00
Cucharones	S/. 72.00	1	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00
Zartenes	S/. 12.00	1	S/. 12.00	S/. 12.00	S/. 12.00	S/. 12.00
Tenedores	S/. 59.80	1	S/. 59.80	S/. 59.80	S/. 59.80	S/. 59.80
Bandejas	S/. 200.00	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Cuchillos	S/. 59.80	1	S/. 59.80	S/. 59.80	S/. 59.80	S/. 59.80
Tablas Para Picar	S/. 210.00	1	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 210.00
Pelador De Papa	S/. 96.00	1	S/. 96.00	S/. 96.00	S/. 96.00	S/. 96.00
Baldes	S/. 144.00	1	S/. 144.00	S/. 144.00	S/. 144.00	S/. 144.00
Lapiceros	S/. 5.25	12	S/. 63.00	S/. 63.00	S/. 63.00	S/. 63.00
Tijeras	S/. 8.40	12	S/. 100.80	S/. 100.80	S/. 100.80	S/. 100.80
Archivadores	S/. 27.00	12	S/. 324.00	S/. 324.00	S/. 324.00	S/. 324.00
Colores						
Sobre Manila Paq X 50 Und	S/. 9.10	12	S/. 109.20	S/. 109.20	S/. 109.20	S/. 109.20
Engranpador	S/. 46.80	12	S/. 561.60	S/. 561.60	S/. 561.60	S/.

						561.60
Perforador	S/. 30.90	12	S/. 370.80	S/. 370.80	S/. 370.80	S/. 370.80
Papel Bond	S/. 92.00	12	S/. 1,104.00	S/. 1,104.00	S/. 1,104.00	S/. 1,104.00
Calculadora	S/. 46.80	12	S/. 561.60	S/. 561.60	S/. 561.60	S/. 561.60
Tampon	S/. 18.00	12	S/. 216.00	S/. 216.00	S/. 216.00	S/. 216.00
Toners	S/. 400.00	12	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00
Cuadernos	S/. 18.00	12	S/. 216.00	S/. 216.00	S/. 216.00	S/. 216.00
Fólder Manila Pqte X 25	S/. 5.00	12	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00
Caja De Grapas	S/. 35.40	12	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80
Caja De Clips	S/. 9.00	12	S/. 108.00	S/. 108.00	S/. 108.00	S/. 108.00
Insumos De Aseo	S/. 250.00	12	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Sillas Fijas	S/. 119.80	1	S/. 119.80	-	-	-
Silla Gerencia	S/. 199.90	1	S/. 199.90	-	-	-
Reloj De Pared	S/. 119.70	1	S/. 119.70	-	-	-
Pizarra Acrilica/Corho	S/. 159.60	1	S/. 159.60	-	-	-
Repostero	S/. 549.90	1	S/. 549.90	-	-	-
Sillas C/ Ruedas	S/. 239.60	1	S/. 239.60	-	-	-
Mesa De Reunion + 4 Sillas	S/. 399.90	1	S/. 399.90	-	-	-
CASILLERO X 12	S/. 1,140.00	1	S/. 1,140.00	-	-	-
Mesa Comedor X 6	S/. 699.80	1	S/. 699.80	-	-	-
Tacho De Basura	S/. 150.00	1	S/. 150.00	-	-	-
Total			S/. 18,471.60	S/. 14,693.40	S/. 14,693.40	S/. 14,693.40

Elaboración Propia

6.4 Localización

6.4.1 Macro localización.

Tenemos ya establecido que el local para las operaciones de la empresa estará ubicado en el distrito de Ate, departamento de Lima, Perú.

Se llegó a esta determinación debido a que este distrito es conocido por sus amplias zonas industriales, su ubicación céntrica con las principales avenidas de Lima y sus bajos costos en servicios públicos. Cabe destacar que para la elección del local se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de evaluación:

Tabla 151: Clasificación

Calificación	Clasificación
5	Excelente
4	Muy Bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Malo

Elaboracion Propia

Tabla 152: Ponderación

Factores a Considerar	Peso	Santa Anita		Ate		Comas		Callao	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
	%								
Costo de Alquiler	30%	3	0.9	5	1.5	4	1.2	4	1.2
Costo de Servicios	20%	4	0.8	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Públicos									
Facilidad de Acceso	20%	3	0.6	4	0.8	3	0.6	2	0.4
Cercanía a Clientes	30%	4	1.2	4	1.2	3	0.9	3	0.9
TOTAL	100%	14	3.5	17	4.3	14	3.5	12	3.1

Elaboracion Propia

6.4.2 Micro localización.

Una vez que seleccionado el distrito de Ate, evaluamos las posibles ubicaciones dentro del distrito que pueden aplicar para ser nuestro local.

Tabla 153: Resultado de Ponderación

Factores a	Peso	S/.6,700.00		S/.6,500.00		S/.6,400.00	
considerar	%	Av. Javier Prado		Av. Huarochiri		Calle Valencia	
		Este 7124 - 380 m2		1253 - 420 m2		156 - 400 m2	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Costo de Alquiler	30%	4	1.2	5	1.5	4	1.2
Costo de Servicios	20%	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Públicos							
Facilidad de Acceso	20%	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Cercanía a Clientes	30%	4	1.2	4	1.2	3	0.9
TOTAL	100%	15	3.8	17	4.3	14	3.5

Elaboración Propia

6.4.3 Gastos de adecuación.

Tabla 154: Gastos de adecuación

Actividad	Valor de Venta	IGV 18%	Precio de Venta
Albañilería	S/.1,271.19	S/.228.81	S/.1,500.00
Equipamiento de Puertas y Ventanas	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
Acondicionamiento de S.S.H.H.	S/.677.97	S/.122.03	S/.800.00
Instalaciones eléctricas	S/.1,271.19	S/.228.81	S/.1,500.00
Pintado de Áreas	S/.1,525.42	S/.274.58	S/.1,800.00
TOTAL	S/.5,254.2	S/.945.8	S/.6,200.0

Elaboración Propia

6.4.4 Gastos de servicios.

Tabla 155: Gastos de Servicios

Gastos de Servicios			
Detalle	Valor Venta	IGV 18%	Precio Venta
Luz	S/.2,542.37	S/.457.63	S/.3,000.00
Agua	S/.1,694.92	S/.305.08	S/.2,000.00
Teléfono/Internet/Cable	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
Gas	S/.211.86	S/.38.14	S/.250.00
Alquiler de Local	S/.5,508.47	S/.991.53	S/.6,500.00
TOTAL ALQUILER Y SERVICIOS	S/.10,466.10	S/.1,883.90	S/.12,350.00

Elaboración Propia

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

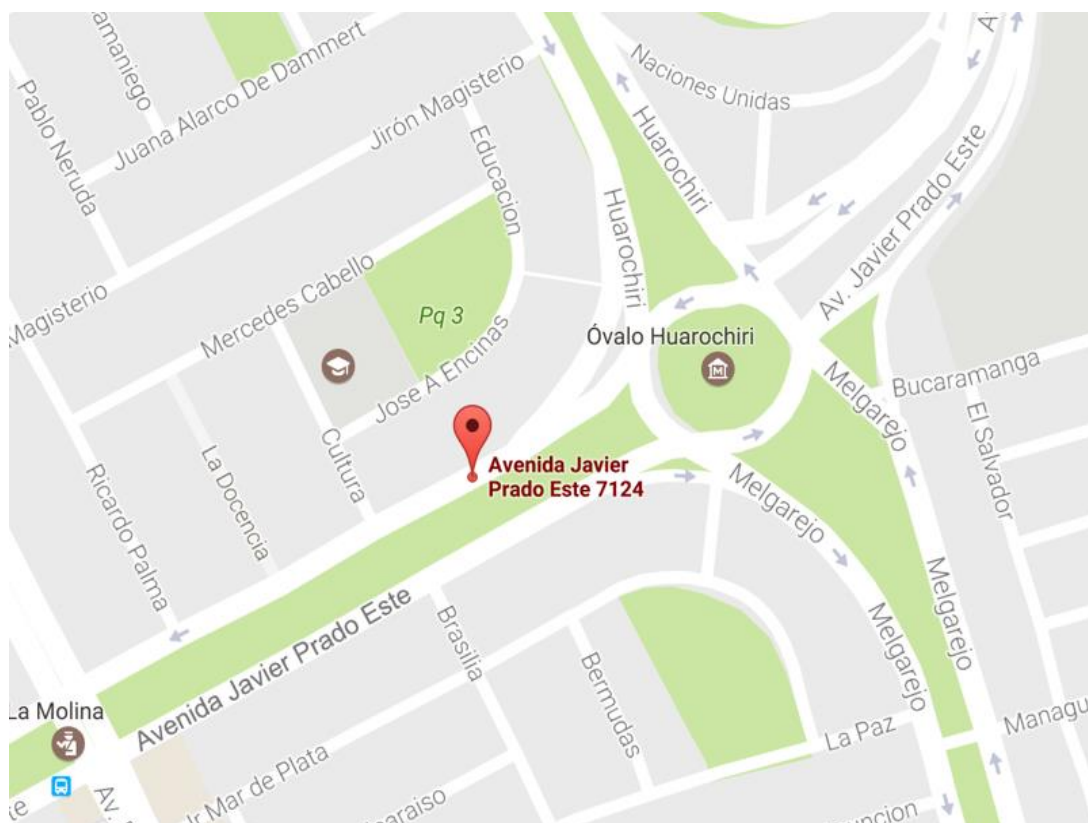


Ilustración 52: Plano

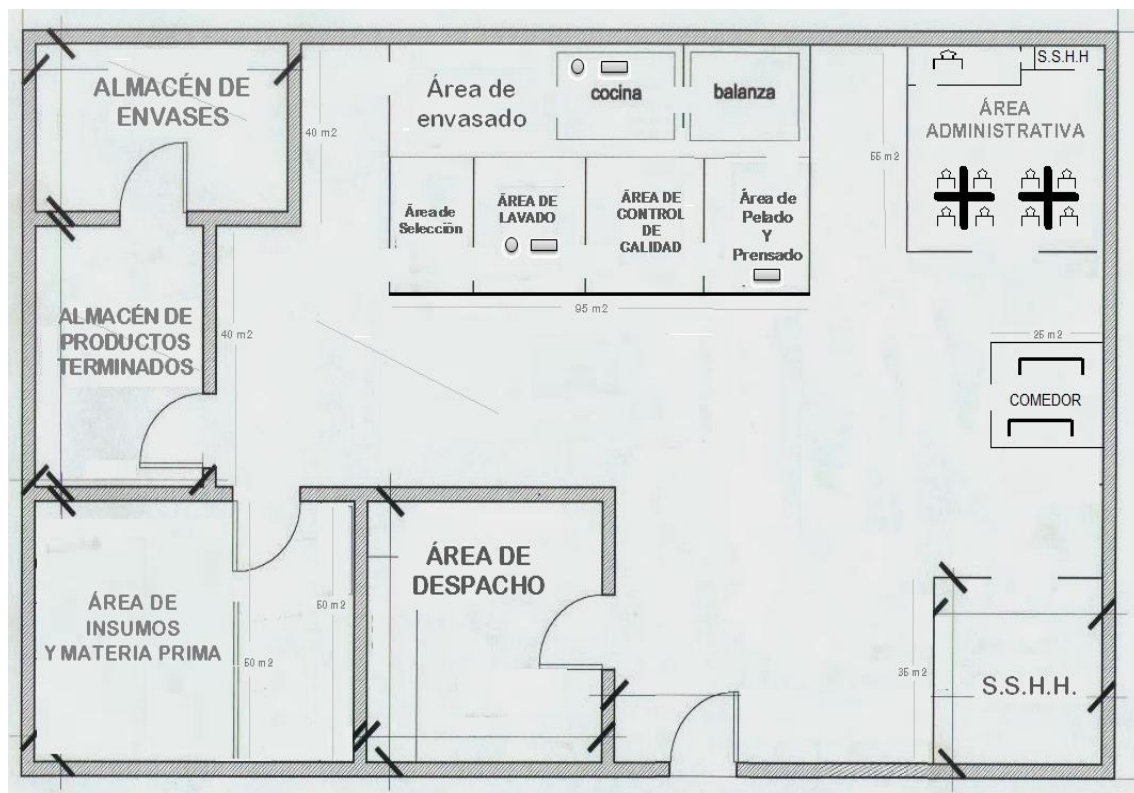


Ilustración 53: Distribución de Plano

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

El local destinado para ser el centro de operaciones de nuestra empresa estará ubicado en un local alquilado con dirección Av. Huarochirí 1253 Ate, Lima - Perú, que cuenta con un área de 420 m². Por otro lado, el precio del alquiler mensual es de S/. 5,100. Se deberá pagar una garantía por el monto equivalente a 1 meses de alquiler y un mes por pago adelantado, sistema 1x1.

6.5 Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1 Impacto ambiental.

Actualmente el tema ambiental es muy importante a nivel mundial, nuestra empresa también se compromete con el cuidado del medio ambiente para esto tenemos considerado realizar las siguientes acciones:

- Publicar mensajes e imágenes de cuidado del medio ambiente dentro de nuestra página web, estimulando el ahorro energético, consumo responsable de electricidad y el reciclaje.

Adicionalmente, utilizaremos material reciclado y biodegradable con el fin de evitar el consumo de papel u objetos que afecten el medio ambiente

6.5.2 Con los trabajadores.

Teniendo en cuenta que los trabajadores de la empresa son parte fundamental en el éxito de la misma, nos preocuparemos por ofrecer un ambiente adecuado de trabajo, con las condiciones de seguridad e higiene necesarias para trabajar cómodamente.

Se facilitarán las herramientas y equipos necesarios para que los trabajadores realicen sus actividades de la manera más óptima posible. Al integrarse cada empleado a la empresa, les daremos a conocer los lineamientos de la empresa, tales como la misión, visión y valores, para que de esta manera se puedan identificar con nuestros objetivos.

Respecto a las remuneraciones, estas estarán acorde con lo que, en el mercado laboral, además se pagarán los días 15 y 30 de cada mes.

6.5.3 Con la comunidad.

En un esfuerzo por mejorar la calidad de vida de la población, nuestra empresa avanza mano a mano con socios, colaboradores, proveedores, empresas aliadas, gobiernos y clientes, entre otros, que comparten sus principios y valores. Bajo esta premisa, como empresa peruana, generamos puestos de empleo para otorgar posibilidades de trabajo para más peruanos. Además, tenemos establecido que nuestra empresa no aceptará el trabajo infantil.

Adicionalmente, promoveremos actividades benéficas con el fin de ayudar a personas de escasos recursos, cuidando al medio ambiente, y fomentando buenos valores en los ciudadanos como en nuestros trabajadores.

Tabla 156: Cronograma de R.S

MES	Alimenta A Un Niño	Chocolatada Navideña	Recolección De Objetos De Reciclaje	Crecimiento De Área Verdes
Detalle	Desayunos para niños de la zona	Regalos, chocolatada y animación	Vidrios, Plásticos y papeles	Entrega de semillas
Enero				
Febrero				
Marzo				
Abril				
Mayo	X		X	X
Junio				
Julio				
Agosto				
Septiembre				
Octubre				
Noviembre	X		X	X
Diciembre		X		

Elaboración Propia

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para la inversión de activos fijos tangibles se ha considerado todos los equipos y mobiliarios básicos. A continuación se muestra el cuadro de la inversión en activos fijos:

Tabla 157: Activo Fijo Depreciable

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Producción			91,391	16,450	107,842
LAVADOR Y PELADOR DE PAPAS	1	3356	3356	604	3960
MARMITA	1	8910	8910	1604	10514
MAQ. PROCESADORA	1	4796	4796	863	5660
MEZCLADORA	1	3887	3887	700	4587
SELLADOR AL VACIO	1	9327	9327	1679	11006
COCINA INDUSTRIAL	1	2076	2076	374	2450
AIRE ACONDICIONADO 24000 BTU - DE 35 A 50 M2	2	2694	5388	970	6358
MESA DE ACERO INOXIDABLE 1.8 MT	3	1848	5544	998	6542
CAMARA FRIGORIFICA MODELO L4	1	44550	44550	8019	52569
COMPUTADORAS	3	1186	3557	640	4197
Administración			10,815	1,947	12,762
COMPUTADORAS	1	1186	1,186	213	1,399
LAPTOP	2	1186	2,371	427	2,798
CAMARAS DE SEGURIDAD X 8 CAM	1	1440	1,440	259	1,699
PROYECTOR	1	1355	1,355	244	1,599
ESCRITORIO EN "L" + REPOSTERO	1	1419	1,419	256	1,675
ESCRITORIOS X 4	1	3044	3,044	548	3,592
Ventas			2,325	418	2,743
COMPUTADORAS	1	1186	1,186	213	1,399
IMPRESORA ZEBRA	1	1139			

TOTAL ACTIVO FIJO

1,139 205 1,344

104,531 18,816 123,347

Elaboración Propia

Tabla 158: Resumen Activo Fijo Depreciable

ACTIVOS FIJOS	AÑO 0
PRODUCCION	S/. 107,841.72
ADMINISTRACION	S/. 12,762.00
VENTAS	S/. 2,743.00
TOTAL COSTO ACTIVO FIJO (SIN IGV)	S/. 104,531
IGV	S/. 18,816
TOTAL INVERSION ACTIVO FIJO DEPRECIABLE (INC IGV)	S/. 123,347

Elaboración Propia

7.1.2 Inversión en Activo Intangible.*Tabla 159: Inversión en Activo Intangible*

Concepto	Valor	I.G.V	Importe	Producción	Administración	Ventas
Gastos de Constitución	2,072	250	2,322	0	2,072	0
Búsqueda del Nombre - SUNARP	6	0	6	0	100% 6	0
Reserva del Nombre - SUNARP	18	0	18	0	100% 18	0
Elaboración de Minuta	508	92	600	0	100% 508	0
Apertura de Cuenta Corriente	0	0	0	0	100% 0	0
Tasa por derecho de inscripción (S/. 3.00 soles por cada S/. 1000.00 del capital Social)	600	0	600	0	100% 600	0
Derechos Notariales	551	99	650	0	100% 551	0
Derechos Registrales	39	0	39	0	100% 39	0
Legalización de 1 copia de Testimonio	33	6	39	0	100% 33	0
Copia Literal	20	0	20	0	100% 20	0
RUC	0	0	0	0	100% 0	0
Impresión de Comprobantes de Pago	297	53	350	0	100% 297	0
MARCAS Y PATENTES	758	27	785	0	606	152

Búsqueda Fonética y Figurativa	70	0	70	0	80%	56	20%	14
Registro Patente	535	0	535	0	80%	428	20%	107
Anuncio en el Diario El Peruano	153	27	180	0	80%	122	20%	31
LEGALIZACION DE LIBROS	80	14	94	0		80		0
Libro de Diario	30	5	35	0	100%	30		0
Libro de Registro de Compras	20	4	24	0	100%	20		0
libro de Ventas e Ingresos	30	5	35	0	100%	30		0
Licencias y Autorizaciones	761	39	800	228		381		152
Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso	39	0	39	30%	50%	19	20%	8
Certificado de condiciones sanitarias	43	0	43	30%	50%	22	20%	9
Derechos de Licencia de Funcionamiento	215	39	253	30%	50%	107	20%	43
Gastos de autorización de anuncios	335	0	335	30%	50%	168	20%	67
Declaración jurada de condiciones de seguridad de	129	0	129	30%	50%	65	20%	26
Verificación Técnica y certificado de Defensa Civil								
Certificaciones	39,431	7,015	46,446	11,829		19,716		7,886
Validación Sistema HACCP	835	150	985	30%	50%	418	20%	167
Implementación HACPP	16,949	3,051	20,000	30%	50%	8,475	20%	3,390
Implementación BPM	21,186	3,814	25,000	30%	50%	10,593	20%	4,237
Registro Sanitario	390	0	390	30%	50%	195	20%	78
Registro Comer. Prod. Fabricados para Cons. Humano	70.8	0	71	30%	50%	35	20%	14
Software	2,754	496	3,250	826		1,377		551
Diseño Página Web	1,356	244	1,600	30%	50%	678	20%	271
Dominio Web	441	79	520	30%	50%	220	20%	88

Antivirus	483	87	570	30%	145	50%	242	20%	97
MS Office	475	85	560	30%	142	50%	237	20%	95
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	45,856	7,841	53,697		12,884		24,231		8,741

Elaboración Propia

Tabla 160: Resumen Activos Intangibles

ACTIVOS FIJOS	AÑO 0
Gastos De Constitución	S/. 2,322.00
Marcas Y Patentes	S/. 785.00
Legalización De Libros	S/. 94.40
Licencias Y Autorizaciones	S/. 799.92
Certificaciones	S/. 46,446.10
Software	S/. 3,250.00
TOTAL COSTO ACTIVO FIJO (SIN IGV)	S/. 45,856.43
IGV	S/. 7,840.99
TOTAL INVERSION ACTIVO FIJO DEPRECIABLE (INC IGV)	S/. 53,697.42

Elaboración Propia

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Tabla 161: Inversión en Gastos Pre-Operativos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total	Producción	Administración	Ventas
Activo Fijo No Depreciable			7,551	1,359	8,910	2,902	3,097	1,552
BALANZA DE GRAMOS	4	42	169	31	200	100%	169	0%
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	719	719	130	849	0%	0	50%
IMPRESORA MATRICIAL	1	658	658	118	776	0%	0	50%
MICROONDAS	1	177	177	32	209	35%	62	35%
ECRAN DE PARED	1	128	128	23	151	0%	0	100%
VENTILADOR	3	34	101	18	120	0%	0	100%
CARRETILLA	1	169	169	31	200	0%	0	0%
REFRIGERADORA	1	847	847	152	999	35%	296	35%
TELEFONO FIJO	2	51	102	18	120	0%	0	50%

SILLAS FIJAS	2	51	102	18	120	0%	0	%	100	102	%	0
SILLA GERENCIA	1	169	169	30	200	0%	0	%	100	169	0%	0
RELOJ DE PARED	3	34	101	18	120	0%	0	%	50	51	50	51
PIZARRA	4	34	135	24	160	33	45	%	33	45	34	46
ACRILICA/CORHO	1	466	466	84	550	0%	0	%	100	466	0%	0
REPOSTERO	4	51	203	37	240	0%	0	%	100	203	0%	0
SILLAS C/ RUEDAS	1	339	339	61	400	0%	0	%	100	339	0%	0
MESA DE REUNION + 4 SILLAS	2	297	593	107	700	33	196	%	34	202	33	196
MESA COMEDOR X 6	1	974	974	175	1,149	100	974	%	0%	0	0%	0
MESA DE ACERO INOXIDABLE 1 MT	1	966	966	174	1,140	100	966	%	0%	0	0%	0
CASILLERO x 12	1	304	304	55	359	50	152	%	50	152		0
MONITOR 20 "	6	21	127	23	150	33	42	%	33	42	34	43
TACHO DE BASURA						%		%			%	
Enseres Diversos y Útiles de Oficina		4,734		852	5,587		3,365		1,224		146	
PANTALON	12	21	254	46	300	34	86	%	33	84	33	84
CASCOS	12	7	86	16	102	100	86	%	0%	0	0%	0
LENTES	12	7	81	15	96	100	81	%	0%	0	0%	0
MASCARILLAS x 5 und	2	2	5	1	6	100	5	%	0%	0	0%	0
GUANTES QUIRURGICO	1	8	8	2	10	100	8	%	0%	0	0%	0
POLOS	12	8	102	18	120	33	34	%	33	34	34	35
BOTAS	12	22	259	47	306	100	259	%	0%	0	0%	0
MALLAS PARA LA CABEZA x100 und	1	42	42	7	49	100	42	%	0%	0	0%	0
SEÑALIZACIONES	40	1	27	5	32	34	9	%	33	9	33	9
MANGUERA	2	127	254	46	300	100	254	%	0%	0	0%	0
BOTIQUIN	3	51	152	27	180	60	91	%	40	61	0%	0
EXTINTORES PQS ABC	9	58	518	93	611	60	311	%	40	207	0%	0

OLLAS	6	229	1,373	247	1,620	100 %	1,373	0%	0	0%	0
CUCHARONES	6	10	61	11	72	100 %	61	0%	0	0%	0
ZARTENES	6	2	10	2	12	100 %	10	0%	0	0%	0
TENEDORES	2	25	51	9	60	100 %	51	0%	0	0%	0
BANDEJAS	20	8	169	31	200	100 %	169	0%	0	0%	0
CUCHILLOS	2	25	51	9	60	100 %	51	0%	0	0%	0
TABLAS PARA PICAR	6	30	178	32	210	100 %	178	0%	0	0%	0
PELADOR DE PAPA	12	7	81	15	96	100 %	81	0%	0	0%	0
BALDES	8	15	122	22	144	100 %	122	0%	0	0%	0
LAPICEROS	15	0.30	4	1	5	20 %	1	40 %	2	40 %	2
TIJERAS	6	1	7	1	8	0%	0	80 %	6	20 %	1
ARCHIVADORES COLORES	6	4	23	4	27	0%	0	100 %	23	0%	0
SOBRE MANILA PAQ X 50 UND	1	8	8	1	9	0%	0	100 %	8	0%	0
ENGRANPADOR	6	7	40	7	47	0%	0	100 %	40	0%	0
PERFORADOR	6	4	26	5	31	0%	0	100 %	26	0%	0
PAPEL BOND	10	8	78	14	92	0%	0	80 %	62	20 %	16
CALCULADORA	6	7	40	7	47	0%	0	100 %	40	0%	0
Tampon	6	3	15	3	18	0%	0	100 %	15	0%	0
Toners	2	169	339	61	400	0%	0	100 %	339	0%	0
Cuadernos	6	3	15	3	18	0%	0	100 %	15	0%	0
Fólder Manila pqte x 25	1	4	4	1	5	0%	0	100 %	4	0%	0
caja de Grapas	12	3	30	5	35	0%	0	100 %	30	0%	0
caja de Clips	6	1	8	1	9	0%	0	100 %	8	0%	0
Insumos de aseo	1	212	212	38	250	0%	0	100 %	212	0%	0
Servicios Públicos y Otros			10,466	1,884	12,350		6,136		2,665		1,665

Luz	1	2,542	2,542	458	3,000	60%	1,525	25%	636	15%	381
Agua	1	1,695	1,695	305	2,000	60%	1,017	25%	424	15%	254
Teléfono/Internet/Cable	1	508	508	92	600	15%	76	45%	229	40%	203
Gas	1	212	212	38	250	100%	212	0%	0	0%	0
Alquiler de Local	1	5,508	5,508	992	6,500	60%	3,305	25%	1,377	15%	826
Remuneraciones			39,960	0	39,960		24,387		10,628		4,945
GERENTE GENERAL	1	7,675	7,675	0	7,675	0%	0	100%	7,675	0%	0
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	2,952	2,952	0	2,952	0%	0	100%	2,952	0%	0
JEFE DE VENTAS Y MARKETING	1	4,945	4,945	0	4,945	0%	0	0%	0	100%	4,945
JEFE DE OPERACIONES	1	5,314	5,314	0	5,314	100%	5,314	0%	0	0%	0
RESPONSABLE CONTROL DE CALIDAD	1	2,952	2,952	0	2,952	100%	2,952	0%	0	0%	0
ENCARGADO DE ALMACEN Y DESPACHO	1	1,771	1,771	0	1,771	100%	1,771	0%	0	0%	0
OPERARIO	10	14,350	14,350	0	14,350	100%	14,350	0%	0	0%	0
Marketing Pre Operativo			78,166	14,070	92,236		0		0		78,166
Diseño Página Web	1	1,525	1,525	275	1,800	0%	0	0%	0	100%	1,525
Dominio Web	1	441	441	79	520	0%	0	0%	0	100%	441
Redes Sociales	1	3,000	3,000	540	3,540	0%	0	0%	0	100%	3,000
Paneles Publicitarios	1	30,000	30,000	5,400	35,400	0%	0	0%	0	100%	30,000
Activaciones	1	43,200	43,200	7,776	50,976	0%	0	0%	0	100%	43,200
SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			140,877	18,165	159,042		36,789		17,614		86,474

Garantía de Alquiler			5,508	992	6,500
Local	1	5,508	5,508	992	6,500
		8			
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			146,386	19,157	165,542
Elaboración Propia					

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.

Tabla 162: Inversión en Inventarios Iniciales

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Inversión Total
Papa Blanca	2,088	0.63			
			1,305	235	1,540
Papa Rosada	2,088	0.79			
			1,653	298	1,951
Harina	131	1.90			
			249	45	294
Sal	3	1.08			
			3	1	4
Carne de Lomo	264	22.00			
			5,808	1,045	6,853
Cebolla	58	1.80			
			104	19	123
Tomate	55	4.00			
			220	40	260
Culantro	1	5.00			
			5	1	6
Adereso Lomo saltado	76	10.00			
			760	137	897
Aceite	147	3.60			
			529	95	624
Corazón de Res	390	13.00			
			5,070	913	5,983
Granos de choclo	88	8.00			
			704	127	831
Adereso anticuchero	122	10.00			
			1,220	220	1,440
Carbón	121	2.50			
			303	54	357
Carne Molida	36	12.00			
			432	78	510
Huevo	8	0.30			
			2	0	3
Aceituna	1,190	0.08			
			95	17	112
Adereso Clasico	12	10.00			
			120	22	142
Salchicha Huachana	116	13.00			
			1,508	271	1,779
Huevo	50	0.30			
			15	3	18

Caja 12 x 15 x 8 cm	13,471	0.31			
			4,109	740	4,848
Bandeja de plastico	13,471	0.22			
			2,964	533	3,497
Bolsa sellado al vacio	13,471	0.16			
			2,155	388	2,543
Caja grande 60 x 50 x 50	141	3.00			
			423	76	499
Plumones gruesos	68	2.30			
			156	28	185
Cintas de embalaje 110 y	45	1.72			
			78	14	92
Stickers	27,000	0.01			
			270	49	319
TOTAL SOLES			30,260	5,447	35,707

Elaboración Propia

Tabla 163: Resumen compra de inventarios

Concepto	Valor Total	I.G.V.	Inversión Total
Materia Prima			
	20,106	3,619	23,725
Materiales de embalaje			
	10,155	1,828	11,982
TOTAL SOLES	30,260	5,447	35,707

Elaboración Propia

	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Comisión de ventas	947	947	947	1,248	1,248	1,248	1,410	1,410	1,410	1,017	1,017	1,017
ESSALUD	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125	3,125
Suministros, Servicios y Alquileres (Incl. IGV)												
Energía eléctrica												
Agua	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Teléfono e Internet	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Arbitrios	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Alquiler de local	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
Tercerizados	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800
Suministros												
Diversos	993	993	993	993	993	993	993	993	993	993	993	993
Plan anual de BPM y HACCP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	45,000
Mantenimiento de Maq. Equipos	0	0	800	0	0	3,715	0	0	800	0	0	3,940
Alquiler de transporte para despacho	1,912	1,912	1,912	2,549	2,549	2,549	2,761	2,761	2,761	2,124	2,124	2,124
Actividades												
Respons. Social	0	0	0	0	1,150	0	0	0	0	0	1,150	2,000

Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad	56,062	56,062	56,062	57,039	57,039	57,039	57,565	57,565	57,565	56,288	56,288	56,288
Impuestos												
Pago a Cuenta												
Imp. Renta	0	1,895	1,895	1,895	2,496	2,496	2,496	2,819	2,819	2,819	2,034	2,034
Pagos de IGV al Estado	0	0	0	0	3,293	13,608	18,155	18,155	19,442	9,915	9,739	9,155
Gasto Financiero												
Préstamo												
Factoring	0	1,895	1,895	1,895	2,496	2,496	2,496	2,819	2,819	2,819	2,034	2,034
Cuotas del préstamo	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929	8,929
Total Egresos en Efectivo	216,331	220,121	227,980	251,138	265,221	273,464	305,991	287,712	280,564	239,108	248,637	305,685
Ingresos menos Egresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saldo Final de Caja	(216,331)	(212,847)	(217,221)	(244,752)	(215,468)	(194,426)	(205,912)	(160,941)	(108,824)	(15,249)	(23,919)	(89,637)
Máximo Déficit Mensual Acumul.	(244,752)											
Inversión en Capital de Trabajo	(244,752)											

Elaboración Propia

IGV Neto	(50,269)													
		8,476	8,476	7,277	14,754	14,579	13,608	18,155	18,155	19,442	9,915	9,739	9,155	
Crédito Fiscal	(50,269)	(41,793)	(33,317)	(26,040)	(11,286)									
						0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de IGV														
	0	0	0	0	0	3,293	13,608	18,155	18,155	19,442	9,915	9,739	9,155	

Elaboración Propia

7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 166: Resumen de estructura de inversiones

Rubro	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo Fijo	104,531	18,816	123,347	20%
Activos Intangibles	45,856	7,841	53,697	9%
Gastos Pre Operativos	146,386	19,157	165,542	27%
Inventarios Iniciales	30,260	5,447	35,707	6%
Capital de Trabajo	244,752	0	244,752	39%
TOTAL	571,786	51,260	623,046	100%

Elaboración Propia

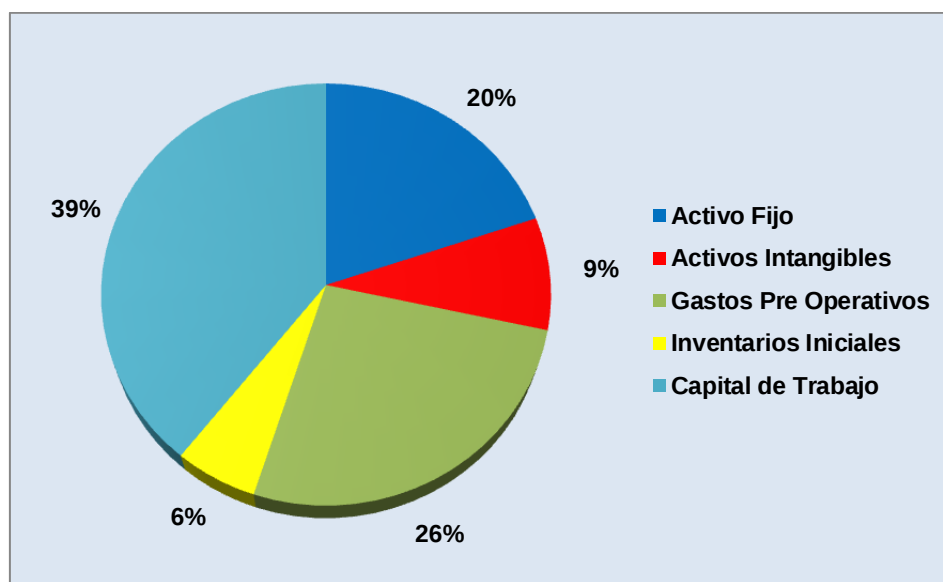


Ilustración 54: Resumen de estructura de inversiones en porcentajes

7.2 Financiamiento

7.2.1 Estructura de financiamiento.

Tabla 167: Estructura de financiamiento.

Tipo	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Aportes		Deuda	
				Monto	%	Monto	%
Activo Fijo	104,531	18,816	123,347	0	0.0%	123,347	100.0%
Activos Intangibles	45,856	7,841	53,697	53,697	100.0%	0	0.0%
Gastos Pre Operativos	146,386	19,157	165,542	165,542	100.0%	0	0.0%

Inventarios					100.0%		0.0%
Iniciales	30,260	5,447	35,707	35,707		0	
Capital de					30.0%		70.0%
Trabajo	244,752	0	244,752	73,426		171,327	
TOTAL					52.7%		47.3%
	571,786	51,260	623,046	328,373		294,673	

Elaboración Propia

Tabla 168: Aporte de cada socio en soles

APORTE DE CADA SOCIO (En Nuevos Soles)	
Ñiquen Elliot	54,729
Rubio Lissett	54,729
Salazar Oscar	54,729
Yupanqui Cinthya	54,729
Rodriguez Cecilia	54,729
Hernández Jose Manuel	54,729
TOTAL	328,373

Elaboración Propia

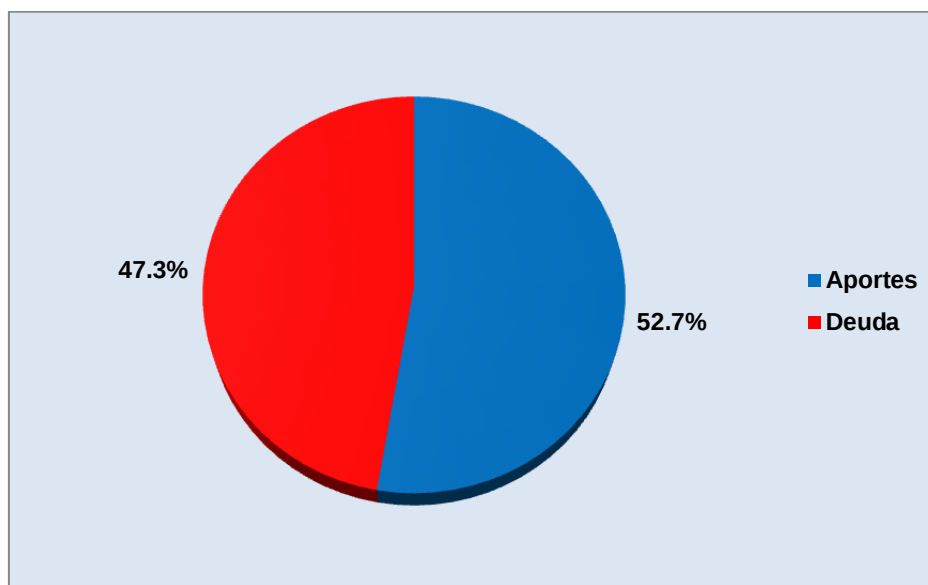


Ilustración 55: Aportes y deuda

7.2.2 Financiamiento del activo fijo.

Tabla 169: Plazo e interés para activo fijo

Préstamo	123,347	
TCEA	25.00%	Scotiabank
TEM	1.88%	
Plazo	5	años
Plazo	60	meses
Cuota Mensual	3,443	

Elaboración Propia

Tabla 170: Cronograma de pago Scotiabank

Cronograma de Pagos						
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	123,347	2,315	1,128	3,443	683	122,218
2	122,218	2,294	1,150	3,443	677	121,069
3	121,069	2,272	1,171	3,443	670	119,898
4	119,898	2,250	1,193	3,443	664	118,705
5	118,705	2,228	1,215	3,443	657	117,489
6	117,489	2,205	1,238	3,443	651	116,251
7	116,251	2,182	1,262	3,443	644	114,989
8	114,989	2,158	1,285	3,443	637	113,704
9	113,704	2,134	1,309	3,443	630	112,395
10	112,395	2,110	1,334	3,443	622	111,061
11	111,061	2,085	1,359	3,443	615	109,702
12	109,702	2,059	1,384	3,443	607	108,317
13	108,317	2,033	1,410	3,443	600	106,907
14	106,907	2,007	1,437	3,443	592	105,470
15	105,470	1,980	1,464	3,443	584	104,006
16	104,006	1,952	1,491	3,443	576	102,515
17	102,515	1,924	1,519	3,443	568	100,995
18	100,995	1,896	1,548	3,443	559	99,447
19	99,447	1,867	1,577	3,443	551	97,871
20	97,871	1,837	1,607	3,443	542	96,264
21	96,264	1,807	1,637	3,443	533	94,627
22	94,627	1,776	1,667	3,443	524	92,960
23	92,960	1,745	1,699	3,443	515	91,261
24	91,261	1,713	1,731	3,443	505	89,531

25						
	89,531	1,680	1,763	3,443	496	87,768
26						
	87,768	1,647	1,796	3,443	486	85,971
27						
	85,971	1,614	1,830	3,443	476	84,141
28						
	84,141	1,579	1,864	3,443	466	82,277
29						
	82,277	1,544	1,899	3,443	456	80,378
30						
	80,378	1,509	1,935	3,443	445	78,443
31						
	78,443	1,472	1,971	3,443	434	76,472
32						
	76,472	1,435	2,008	3,443	423	74,464
33						
	74,464	1,398	2,046	3,443	412	72,418
34						
	72,418	1,359	2,084	3,443	401	70,334
35						
	70,334	1,320	2,123	3,443	389	68,210
36						
	68,210	1,280	2,163	3,443	378	66,047
37						
	66,047	1,240	2,204	3,443	366	63,843
38						
	63,843	1,198	2,245	3,443	354	61,598
39						
	61,598	1,156	2,287	3,443	341	59,311
40						
	59,311	1,113	2,330	3,443	328	56,981
41						
	56,981	1,069	2,374	3,443	316	54,606
42						
	54,606	1,025	2,419	3,443	302	52,188
43						
	52,188	980	2,464	3,443	289	49,724
44						
	49,724	933	2,510	3,443	275	47,214
45						
	47,214	886	2,557	3,443	261	44,656
46						
	44,656	838	2,605	3,443	247	42,051
47						
	42,051	789	2,654	3,443	233	39,397
48						
	39,397	739	2,704	3,443	218	36,693
49						
	36,693	689	2,755	3,443	203	33,938
50						
	33,938	637	2,807	3,443	188	31,132
51						

	31,132	584	2,859	3,443	172	28,272
52	28,272	531	2,913	3,443	157	25,360
53	25,360	476	2,968	3,443	140	22,392
54	22,392	420	3,023	3,443	124	19,369
55	19,369	364	3,080	3,443	107	16,289
56	16,289	306	3,138	3,443	90	13,151
57	13,151	247	3,197	3,443	73	9,954
58	9,954	187	3,257	3,443	55	6,698
59	6,698	126	3,318	3,443	37	3,380
60	3,380	63	3,380	3,443	19	(0)
Totales		83,263	123,347	206,609	24,562	

Elaboración Propia

7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.

Tabla 171: Plazo e interés para capital de trabajo

Préstamo			
		171,327	
TCEA	30.00%	Interbank	
TEM	2.21%		
Plazo		años	
	5		
Plazo		meses	
	60		
Cuota Mensual			
	5,183		

Elaboración Propia

Tabla 172: Cronograma de pagos Interbank

Cronograma de Pagos						
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	171,327	3,787	1,396	5,183	1,136	169,931
2	169,931	3,756	1,427	5,183	1,127	168,504
3	168,504	3,725	1,458	5,183	1,117	167,046
4	167,046	3,692	1,491	5,183	1,108	165,555

5	165,555	3,660	1,524	5,183	1,098	164,032
6	164,032	3,626	1,557	5,183	1,088	162,474
7	162,474	3,591	1,592	5,183	1,077	160,883
8	160,883	3,556	1,627	5,183	1,067	159,256
9	159,256	3,520	1,663	5,183	1,056	157,593
10	157,593	3,484	1,700	5,183	1,045	155,894
11	155,894	3,446	1,737	5,183	1,034	154,157
12	154,157	3,408	1,775	5,183	1,022	152,381
13	152,381	3,368	1,815	5,183	1,010	150,566
14	150,566	3,328	1,855	5,183	998	148,712
15	148,712	3,287	1,896	5,183	986	146,816
16	146,816	3,245	1,938	5,183	974	144,878
17	144,878	3,202	1,981	5,183	961	142,897
18	142,897	3,159	2,024	5,183	948	140,873
19	140,873	3,114	2,069	5,183	934	138,804
20	138,804	3,068	2,115	5,183	920	136,689
21	136,689	3,021	2,162	5,183	906	134,528
22	134,528	2,974	2,209	5,183	892	132,318
23	132,318	2,925	2,258	5,183	877	130,060
24	130,060	2,875	2,308	5,183	862	127,752
25	127,752	2,824	2,359	5,183	847	125,393
26	125,393	2,772	2,411	5,183	832	122,981
27	122,981	2,718	2,465	5,183	816	120,517
28	120,517	2,664	2,519	5,183	799	117,998
29	117,998	2,608	2,575	5,183	782	115,423
30	115,423	2,551	2,632	5,183	765	112,791
31						

	112,791	2,493	2,690	5,183	748	110,102
32	110,102	2,434	2,749	5,183	730	107,352
33	107,352	2,373	2,810	5,183	712	104,542
34	104,542	2,311	2,872	5,183	693	101,670
35	101,670	2,247	2,936	5,183	674	98,734
36	98,734	2,182	3,001	5,183	655	95,734
37	95,734	2,116	3,067	5,183	635	92,667
38	92,667	2,048	3,135	5,183	615	89,532
39	89,532	1,979	3,204	5,183	594	86,328
40	86,328	1,908	3,275	5,183	572	83,054
41	83,054	1,836	3,347	5,183	551	79,706
42	79,706	1,762	3,421	5,183	529	76,285
43	76,285	1,686	3,497	5,183	506	72,788
44	72,788	1,609	3,574	5,183	483	69,214
45	69,214	1,530	3,653	5,183	459	65,561
46	65,561	1,449	3,734	5,183	435	61,827
47	61,827	1,367	3,816	5,183	410	58,011
48	58,011	1,282	3,901	5,183	385	54,110
49	54,110	1,196	3,987	5,183	359	50,123
50	50,123	1,108	4,075	5,183	332	46,048
51	46,048	1,018	4,165	5,183	305	41,883
52	41,883	926	4,257	5,183	278	37,626
53	37,626	832	4,351	5,183	250	33,275
54	33,275	736	4,448	5,183	221	28,827
55	28,827	637	4,546	5,183	191	24,281
56	24,281	537	4,646	5,183	161	19,635
57	19,635	434	4,749	5,183	130	14,886

58						
	14,886	329	4,854	5,183	99	10,032
59						
	10,032	222	4,961	5,183	67	5,071
60						
	5,071	112	5,071	5,183	34	(0)
Totales						
	139,655	171,327	310,981	41,896		

Elaboración Propia

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas.

Tabla 173: Ingreso por venta en soles

RUBRO	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	973,482	1,002,690	1,032,768	1,063,751	1,095,666
Anticucho	1,251,541	1,289,088	1,327,760	1,367,594	1,408,621
Huachana	425,873	438,649	451,811	465,365	479,324
Carne tradicional	122,224	125,893	129,664	133,555	137,565
TOTAL VENTA	2,773,121	2,856,319	2,942,004	3,030,265	3,121,176
I.G.V. de Ventas	499,162	514,137	529,561	545,448	561,812
VENTA CON I.G.V.	3,272,282	3,370,457	3,471,564	3,575,712	3,682,988

Elaboración Propia

Tabla 174: Porcentaje de Participación sobre las Ventas Totales

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	35%	35%	35%	35%	35%
Anticucho	45%	45%	45%	45%	45%
Huachana	15%	15%	15%	15%	15%
Carne tradicional	4%	4%	4%	4%	4%

Elaboración Propia

7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.

Tabla 175: Recuperación de capital de trabajo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		2,773,121	2,856,319	2,942,004	3,030,265	3,121,176
Capital de trabajo						

necesario	244,752	252,095	259,658	267,448	275,471
Inversión capital de trabajo	(244,752)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)
Recuperación de capital de trabajo					275,471
Elaboración Propia					

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 176: Valor de Desecho Neto del activo fijo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util	Deprec. (5 años)	V. Libros (5º año)	V. Merc. (%)	V. Mercado (Sol es)	Valor de Desecho
Operaciones			91,391	16,450	107,842		79,949	33,011		19,906	23,772
LAVADO R Y PELADOR DE PAPAS	1	3,356	3,356	604	3,960	3	5,593	-	20%	671	473
MARMITA	1	8,910	8,910	1,604	10,514	3	14,850	-	18%	1,604	1,131
MAQ. PROCESADORA MEZCLADORA	1	4,796	4,796	863	5,660	3	7,994	-	10%	480	338
DORA	1	3,887	3,887	700	4,587	3	6,479	-	15%	583	411
SELLADO R AL VACIO	1	9,327	9,327	1,679	11,006	3	15,544	-	20%	1,865	1,315
COCINA INDUSTRIAL	1	2,076	2,076	374	2,450	3	3,460	-	8%	166	117
AIRE ACONDICIONADO 24000 BTU - DE 35 A 50 M2	2	2,694	5,388	970	6,358	10	1,347	4,041	10%	539	1,572
MESA DE	3					10			5%		

ACERO		1,848	5,54	998	6,542		924	4,620		277	1,558
INOXIDA			4								
BLE 1.8											
MT											
CAMARA	1					10			30%		
FRIGORIF		44,55	44,5	8,01	52,56		22,27	22,27		13,3	15,993
ICA		0	50	9	9		5	5		65	
MODELO											
L4											
COMPUT	3					4			10%		
ADORAS		1,186	3,55	640	4,197		1,482	2,075		356	863
			7								
Administración											
			10,8	1,94	12,76		6,593	4,518		1,14	2,139
			15	7	2					3	
COMPUT	1					4			10%		
ADORAS		1,186	1,18	213	1,399		1,482	-		119	84
			6								
LAPTOP	2					4			10%		
		1,186	2,37	427	2,798		1,482	889		237	429
			1								
CAMARA	1					10			5%		
S DE		1,440	1,44	259	1,699		720	720		72	263
SEGURID			0								
AD X 8											
CAM											
PROYECT	1					10			10%		
OR		1,355	1,35	244	1,599		678	678		136	295
			5								
ESCRITO	1					10			13%		
RIO EN		1,419	1,41	256	1,675		710	710		185	339
"L" +			9								
REPOSTE											
RO											
ESCRITO	1					10			13%		
RIOS X 4		3,044	3,04	548	3,592		1,522	1,522		396	728
			4								
Ventas											
			2,32	418	2,743		2,051	569		210	316
			5								
COMPUT	1					4			10%		
ADORAS		1,186	1,18	213	1,399		1,482	-		119	84
			6								
IMPRESO	1					10			8%		
RA		1,139	1,13	205	1,344		569	569		91	232
ZEBRA			9								

TOTAL ACTIVO FIJO							
	104,	18,8	123,3	88,59	38,09	21,2	26,227
	531	16	47	3	9	59	
						IGV	
							3,827
					Valor de Desecho		
					con IGV		30,053

Elaboración Propia

7.4 Costos y gastos anuales

7.4.1 Egresos desembolsables

7.4.1.2 Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 177: Presupuesto de materias prima para lomo saltado

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	449,024	462,495	476,369	490,661	496,756
Papa Blanca	17,267	17,785	18,318	18,868	19,102
Papa Rosada	21,871	22,527	23,203	23,899	24,196
Harina	3,287	3,386	3,487	3,592	3,637
Sal	38	39	40	42	42
Carne de Lomo	218,803	225,367	232,128	239,092	242,062
Cebolla	3,786	3,899	4,016	4,137	4,188
Tomate	8,270	8,518	8,774	9,037	9,149
Culantro	178	184	189	195	197
Adereso Lomo saltado	28,518	29,373	30,255	31,162	31,549
Aceite	12,706	13,087	13,480	13,884	14,057
Caja 12 x 15 x 8 cm	54,362	55,993	57,673	59,403	60,141
Bandeja de plastico	39,212	40,388	41,600	42,848	43,380
Bolsa sellado al vacio	28,518	29,373	30,255	31,162	31,549

Caja grande 60 x 50 x 50	5,570	5,737	5,909	6,086	6,162
Plumones gruesos	2,050	2,111	2,175	2,240	2,268
Cintas de embalaje 110 y Stickers	1,024	1,055	1,086	1,119	1,133
Concepto	3,565	3,672	3,782	3,895	3,944
	2018	2019	2020	2021	2022
Anticucho	253,251	316,373	382,710	452,398	515,596
Papa Blanca	11,218	14,014	16,952	20,039	22,839
Papa Rosada	14,209	17,751	21,473	25,383	28,929
Harina	2,136	2,668	3,227	3,815	4,348
Sal	25	31	37	44	50
Corazón de Res	96,344	120,358	145,594	172,105	196,148
Granos de choclo	13,340	16,665	20,159	23,830	27,159
Adereso anticuchero	23,160	28,932	34,999	41,371	47,151
Carbón	5,733	7,161	8,663	10,240	11,671
Caja 12 x 15 x 6 cm	35,318	44,121	53,373	63,091	71,905
Bandeja de plastico	25,476	31,825	38,498	45,509	51,866
Bolsa sellado al vacio	18,528	23,146	27,999	33,097	37,721
Caja grande 60 x 50 x 50	3,619	4,521	5,469	6,464	7,367
Plumones gruesos	1,332	1,664	2,012	2,379	2,711
Cintas de embalaje 110 y Stickers	499	623	754	891	1,016
	2,316	2,893	3,500	4,137	4,715

Elaboración Propia

Tabla 178: Presupuesto de materias prima para anticucho

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Anticucho	501,473	516,517	532,014	547,973	554,779
Papa Blanca	22,199	22,864	23,550	24,257	24,558
Papa Rosada	28,118	28,962	29,831	30,725	31,107
Harina	4,226	4,353	4,484	4,618	4,675
Sal	49	50	52	54	54
Corazón de Res	190,650	196,369	202,261	208,328	210,916
Granos de choclo	26,398	27,190	28,005	28,845	29,204
Adereso					

anticuchero	45,829	47,204	48,620	50,079	50,701
Carbón	11,344	11,684	12,035	12,396	12,550
Caja 12 x 15 x 8 cm	69,890	71,986	74,146	76,370	77,319
Bandeja de plastico	50,412	51,925	53,482	55,087	55,771
Bolsa sellado al vacio	36,663	37,763	38,896	40,063	40,561
Caja grande 60 x 50 x 50	7,161	7,376	7,597	7,825	7,922
Plumones gruesos	2,635	2,714	2,796	2,880	2,915
Cintas de embalaje 110 y Stickers	1,317	1,356	1,397	1,439	1,457
	4,583	4,720	4,862	5,008	5,070

Elaboración Propia

Tabla 179: Presupuesto de materias prima para huachana

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Huachana	140,213	144,419	148,754	153,217	155,118
Papa Blanca	7,554	7,780	8,014	8,254	8,357
Papa Rosada	9,568	9,855	10,151	10,455	10,585
Harina	1,438	1,481	1,526	1,571	1,591
Sal	17	17	18	18	18
Salchicha Huachana	56,765	58,467	60,222	62,029	62,799
Huevo	561	578	596	613	621
Aceite	5,558	5,725	5,897	6,074	6,149
Caja 12 x 15 x 8 cm	23,782	24,495	25,230	25,987	26,310
Bandeja de plastico	17,154	17,669	18,199	18,745	18,978
Bolsa sellado al vacio	12,476	12,850	13,236	13,633	13,802
Caja grande 60 x 50 x 50	2,437	2,510	2,585	2,663	2,696
Plumones gruesos	897	924	951	980	992
Cintas de embalaje 110 y	448	461	475	490	496

Stickers	1,559	1,606	1,654	1,704	1,725
----------	-------	-------	-------	-------	-------

Elaboración Propia

Tabla 180: Presupuesto de materias prima para clásica

Clásica	48,134	49,578	51,065	52,596	53,249
Papa Blanca	2,168	2,233	2,300	2,369	2,398
Papa Rosada	2,746	2,828	2,913	3,001	3,038
Harina	413	425	438	451	457
Sal	5	5	5	5	5
Carne Molida	16,112	16,596	17,093	17,606	17,824
Huevo	81	83	85	88	89
Cebolla	97	100	103	106	107
Aceituna	3,581	3,688	3,799	3,912	3,961
Adereso Clasico	4,476	4,610	4,748	4,891	4,951
Aceite	1,595	1,643	1,692	1,743	1,765
Caja 12 x 15 x 8 cm	6,825	7,030	7,241	7,458	7,551
Bandeja de plastico	4,923	5,071	5,223	5,380	5,446
Bolsa sellado al vacio	3,581	3,688	3,799	3,912	3,961
Caja grande 60 x 50 x 50	699	720	742	764	774
Plumones gruesos	257	265	273	281	285
Cintas de embalaje 110 y Stickers	129	132	136	140	142
	448	461	475	489	495

Elaboración Propia

Tabla 181: Resumen Presupuesto de materias prima

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
----------	------	------	------	------	------

Lomo

Saltado	449,024	462,495	476,369	490,661	496,756
Anticucho	501,473	516,517	532,014	547,973	554,779
Huachana	140,213	144,419	148,754	153,217	155,118
Clásica	48,134	49,578	51,065	52,596	53,249
Total	1,138,845.09	1,173,009.27	1,208,202.03	1,244,446.42	1,259,901.98
IGV	204,992.12	211,141.67	217,476.37	224,000.36	226,782.36
Total con IGV	1,343,837.20	1,384,150.94	1,425,678.40	1,468,446.77	1,486,684.34

Elaboración Propia

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 182: Presupuesto de Mano de Obra Directa

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidad de operarios					
Operario - Básicos	10	10	10	10	10
Básicos	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000
S.C.T.R.	2,160	2,160	2,160	2,160	2,160
Gratificación	13,080	13,080	13,080	13,080	13,080
Sub Total	159,240	159,240	159,240	159,240	159,240
CTS	6,998	6,998	6,998	6,998	6,998
ESSALUD	12,960	12,960	12,960	12,960	12,960
Gasto Mano de Obra Directa	179,198	179,198	179,198	179,198	179,198
Pago Gratificación	13,080	13,080	13,080	13,080	13,080
Pago CTS	6,415	6,998	6,998	6,998	6,998
Pago Mano de Obra Directa	176,455	177,038	177,038	177,038	177,038

Elaboración Propia

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

Tabla 183: Presupuesto de costos indirectos

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Mano de Obra Indirecta					
Jefe Operaciones- Básicos	1	1	1	1	1
Responsable C.C. - Básicos	1	1	1	1	1
Encargado de almacén y despacho-basico	1	1	1	1	1
Básicos	102,000	102,000	102,000	102,000	102,000
Gratificación	9,265	9,265	9,265	9,265	9,265
Sub Total	111,265	111,265	111,265	111,265	111,265
CTS	4,957	4,957	4,957	4,957	4,957
ESSALUD	9,180	9,180	9,180	9,180	9,180
Gasto de Personal	125,402	125,402	125,402	125,402	125,402
Pago Gratificación	9,265	9,265	9,265	9,265	9,265
Pago CTS	4,544	4,957	4,957	4,957	4,957
Comisión de ventas	13,866	14,282	14,710	15,151	15,606
Total Pago de Personal	138,855	139,684	140,112	140,554	141,008
Servic. Públ. y Contrib. Munic.	33,966	33,966	33,966	33,966	33,966
Luz	18,305	18,305	18,305	18,305	18,305
Agua	12,203	12,203	12,203	12,203	12,203
Teléfono/Internet/Cable	915	915	915	915	915
Gas	2,542	2,542	2,542	2,542	2,542
Arbitrios	0	0	0	0	0
I.G.V.	6,114	6,114	6,114	6,114	6,114
Alquiler de Local	39,661	39,661	39,661	39,661	39,661
I.G.V.					

	7,139	7,139	7,139	7,139	7,139
Alquiler de transporte para despacho					
IGV	23,760	24,300	25,380	26,460	26,460
Mantenimiento de Maquinaria	4,277	4,374	4,568	4,763	4,763
LAVADOR Y PELADOR DE PAPAS	6,182	6,182	6,182	6,182	6,182
MARMITA	508	508	508	508	508
MAQ. PROCESADORA	508	508	508	508	508
MEZCLADORA	254	254	254	254	254
SELLADOR AL VACIO	339	339	339	339	339
COCINA INDUSTRIAL	593	593	593	593	593
COMPUTADORAS	254	254	254	254	254
IMPRESORA MATRICIAL	178	178	178	178	178
IMPRESORA ZEBRA	68	68	68	68	68
AIRE ACONDICIONADO 24000 BTU - DE 35 A 50 M2	68	68	68	68	68
CAMARA FRIGORIFICA MODELO L4	508	508	508	508	508
EXTINTORES PQS ABC	2,712	2,712	2,712	2,712	2,712
I.G.V.	191	191	191	191	191
Total Gasto sin IGV	1,113	1,113	1,113	1,113	1,113
Total Gasto con IGV	242,837	243,793	245,302	246,823	247,277
	261,480	262,533	264,236	265,951	266,406

Elaboración Propia

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.

Tabla 184: Presupuesto de gastos de administración.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
GERENTE GENERAL	1	1	1	1	1
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	1	1	1	1
Básicos	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000

Gratificación					
	9,810	9,810	9,810	9,810	9,810
Sub Total					
	117,810	117,810	117,810	117,810	117,810
CTS					
	5,249	5,249	5,249	5,249	5,249
ESSALUD					
	9,720	9,720	9,720	9,720	9,720
Gastos de Personal					
	132,779	132,779	132,779	132,779	132,779
Pago Gratificación					
	9,810	9,810	9,810	9,810	9,810
Pago CTS					
	4,811	5,249	5,249	5,249	5,249
Total Pago de Personal					
	132,341	132,779	132,779	132,779	132,779
Serv. y Contrib. Municipales					
	15,458	15,458	15,458	15,458	15,458
Luz					
	7,627	7,627	7,627	7,627	7,627
Agua					
	5,085	5,085	5,085	5,085	5,085
Teléfono/Internet/Cable					
	2,746	2,746	2,746	2,746	2,746
Gas					
	0	0	0	0	0
Arbitrios					
	0	0	0	0	0
IGV					
	2,782	2,782	2,782	2,782	2,782
Suministros Diversos soles					
	10,095	10,095	10,095	10,095	9,254
LAPICEROS					
	53	53	53	53	49
TIJERAS					
	85	85	85	85	78
ARCHIVADORES COLORES					
	275	275	275	275	252
SOBRE MANILA PAQ X 50 UND					
	93	93	93	93	85
ENGRANPADOR					
	476	476	476	476	436
PERFORADOR					
	314	314	314	314	288
PAPEL BOND					
	936	936	936	936	858
CALCULADORA					
	476	476	476	476	436

Tampon	183	183	183	183	168
Toners	4,068	4,068	4,068	4,068	3,729
Cuadernos	183	183	183	183	168
Fólder Manila pqte x 25	51	51	51	51	47
caja de Grapas	360	360	360	360	330
Insumos de aseo	2,542	2,542	2,542	2,542	2,331
IGV	1,817	1,817	1,817	1,817	1,666
Mantenimiento de Equipos	1,602	1,602	1,602	1,602	1,602
COMPUTADORAS	59	59	59	59	59
LAPTOP	322	322	322	322	322
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	59	59	59	59	59
CAMARAS DE SEGURIDAD X 8 CAM	254	254	254	254	254
PROYECTOR	254	254	254	254	254
AIRE ACONDICIONADO 24000 BTU - DE 35 A 50 M2	508	508	508	508	508
REFRIGERADORA	203	203	203	203	203
IGV	288	288	288	288	288
Actividades Respons. Social	3,644	3,644	3,644	3,644	3,644
Alimenta a un niño	1,017	1,017	1,017	1,017	1,017
Chocolatada Navideña	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695
Recolección de Objetos de Reciclaje	593	593	593	593	593
Crecimiento de Área Verdes	339	339	339	339	339
IGV	656	656	656	656	656
Alquiler de Local	16,525	16,525	16,525	16,525	16,525
IGV	2,975	2,975	2,975	2,975	2,975

Servicios Tercerizados					
	81,600	81,600	81,600	81,600	81,600
Contador					
	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
Seguridad					
	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
IGV					
	14,688	14,688	14,688	14,688	14,688
Total Gasto sin IGV					
	251,608	251,608	251,608	251,608	251,608
Total Gasto con IGV					
	274,814	274,814	274,814	274,814	274,662
Elaboración Propia					

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 185: Presupuesto de gastos de ventas

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Jefe de ventas y marketing	1	1	1	1	1
Jefe de ventas y marketing	1	1	1	1	1
Básicos					
	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
Comision de ventas					
	13,866	14,282	14,710	15,151	15,606
Gratificación					
	5,697	5,697	5,697	5,697	5,697
Sub Total					
	67,563	67,979	68,407	68,849	69,303
CTS					
	3,048	3,048	3,048	3,048	3,048
ESSALUD					
	5,645	5,645	5,645	5,645	5,645
Gasto de Personal					
	62,391	62,391	62,391	62,391	62,391
Pago Gratificación					
	5,697	5,697	5,697	5,697	5,697
Pago CTS					
	2,794	3,048	3,048	3,048	3,048
Total Pago de Personal					
	62,137	62,391	62,391	62,391	62,391
Serv. y Contrib.					
Municipales					
Luz					
	4,576	4,576	4,576	4,576	4,576
Agua					
	3,051	3,051	3,051	3,051	3,051

Teléfono/Internet/Cable					
	2,441	2,441	2,441	2,441	2,441
IGV					
	1,812	1,812	1,812	1,812	1,812
Alquiler de Local					
	9,915	9,915	9,915	9,915	9,915
IGV					
	1,785	1,785	1,785	1,785	1,785
Mantenimiento de Equipos					
	59	59	59	59	59
COMPUTADORAS					
	59	59	59	59	59
IGV					
	11	11	11	11	11
Publicidad y Marketing					
	583,875	561,352	535,882	561,903	532,375
Redes Sociales					
	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
Paneles Publicitarios					
	120,000	115,500	110,250	115,763	109,396
Avisos en Diarios Locales					
	234,000	225,225	214,988	225,737	213,321
Activaciones					
	172,800	166,320	158,760	166,698	157,530
Sampling					
	45,075	41,707	38,655	39,814	37,542
IGV					
	96,984	93,536	89,501	93,976	89,070
Total Gasto sin IGV					
	666,308	643,786	618,315	644,336	614,808
Total Gasto con IGV					
	766,900	740,929	711,424	741,920	707,485
Elaboración Propia					

7.4.2 Egresos no desembolsables

7.4.2.1 Depreciación.

Tabla 186: Depreciación

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Operaciones					
	15,990	15,990	15,990	15,990	15,990
LAVADOR Y PELADOR DE PAPAS					
	1,119	1,119	1,119	1,119	1,119
MARMITA					
	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
MAQ. PROCESADORA					

	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599
MEZCLADORA					
	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296
SELLADOR AL VACIO					
	3,109	3,109	3,109	3,109	3,109
COCINA INDUSTRIAL					
	692	692	692	692	692
AIRE ACONDICIONADO 24000 BTU - DE 35 A 50 M2	269	269	269	269	269
MESA DE ACERO INOXIDABLE 1.8 MT	185	185	185	185	185
CAMARA FRIGORIFICA MODELO L4	4,455	4,455	4,455	4,455	4,455
COMPUTADORAS	296	296	296	296	296
Administración					
	1,319	1,319	1,319	1,319	1,319
COMPUTADORAS	296	296	296	296	296
LAPTOP	296	296	296	296	296
CAMARAS DE SEGURIDAD X 8 CAM	144	144	144	144	144
PROYECTOR	136	136	136	136	136
ESCRITORIO EN "L" + REPOSTERO	142	142	142	142	142
ESCRITORIOS X 4	304	304	304	304	304
Ventas					
	410	410	410	410	410
COMPUTADORAS	296	296	296	296	296
IMPRESORA ZEBRA	114	114	114	114	114
Total Depreciación					
	17,719	17,719	17,719	17,719	17,719

Elaboración Propia

7.4.2.2 Amortización de intangibles.

Tabla 187: Amortización de intangibles

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Producción					

	2,577	2,577	2,577	2,577	2,577
Administración					
	4,846	4,846	4,846	4,846	4,846
Ventas					
	1,748	1,748	1,748	1,748	1,748
Total Amortización					
	9,171	9,171	9,171	9,171	9,171

Elaboración Propia

7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables.

Tabla 188: Gasto por activos fijos no depreciables.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Producción					
	7,358	7,358	7,358	7,358	7,358
Administración					
	3,523	3,523	3,523	3,523	3,523
Ventas					
	17,295	17,295	17,295	17,295	17,295
Total Amortización					
	28,175	28,175	28,175	28,175	28,175

Elaboración Propia

7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 189: Costo de Producción Unitario Promedio

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en número de unidades	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Lomo Saltado	171,146	176,281	181,569	187,016	192,627
Anticucho	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana	74,872	77,118	79,432	81,815	84,269
Carne tradicional	21,488	22,133	22,796	23,480	24,185
Costos de Producción					
Materia Prima	1,138,845	1,173,009	1,208,202	1,244,446	1,259,902
Mano de Obra Directa	179,198	179,198	179,198	179,198	179,198
Costos Indirectos	268,761	269,717	271,226	272,747	273,202
Total Costo de Producción	1,586,805	1,621,925	1,658,626	1,696,392	1,712,302
Costo Unitario Promedio	3.25	3.23	3.21	3.18	3.12

Elaboración Propia

Tabla 190: Costo Total Unitario Promedio

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
----------	------	------	------	------	------

Venta en Unidades	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Lomo Saltado	171,146	176,281	181,569	187,016	192,627
Anticucho	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana	74,872	77,118	79,432	81,815	84,269
Carne tradicional	21,488	22,133	22,796	23,480	24,185
Costos Totales					
Materia Prima	1,138,845	1,173,009	1,208,202	1,244,446	1,259,902
Mano de Obra Directa	179,198	179,198	179,198	179,198	179,198
Costos Indirectos	268,761	269,717	271,226	272,747	273,202
Gastos de Administración	251,608	251,608	251,608	251,608	251,608
Gastos de venta	666,308	643,786	618,315	644,336	614,808
Total Costos	2,504,721	2,517,318	2,528,549	2,592,336	2,578,718
Costo Total Unitario Promedio	5.14	5.01	4.89	4.87	4.70

Elaboración Propia

7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 191: Costo variables unitario

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Lomo Saltado	171,146	176,281	181,569	187,016	192,627
Anticucho	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana	74,872	77,118	79,432	81,815	84,269
Carne tradicional	21,488	22,133	22,796	23,480	24,185
Costos Variables					
Materia Prima	1,138,845	1,173,009	1,208,202	1,244,446	1,259,902
Mano de Obra Directa	179,198	179,198	179,198	179,198	179,198
Costos Indirectos	268,761	269,717	271,226	272,747	273,202
Total Costos Variables	1,586,805	1,621,925	1,658,626	1,696,392	1,712,302
Costo Variable Unitario	3.25	3.23	3.21	3.18	3.12

Elaboración Propia

Tabla 192: Costo Fijo Unitario

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Lomo Saltado	171,146	176,281	181,569	187,016	192,627
Anticucho	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana	74,872	77,118	79,432	81,815	84,269
Carne tradicional	21,488	22,133	22,796	23,480	24,185
Costos Fijos					
Gastos de Administración	251,608	251,608	251,608	251,608	251,608
Gastos de venta	666,308	643,786	618,315	644,336	614,808
Total Costos Fijos	917,916	895,393	869,923	895,944	866,415
Costo Fijo Unitario	1.88	1.78	1.68	1.68	1.58

Elaboración Propia

Tabla 193: Estructura de precio

ESTRUCTURA DE PRECIO		
Detalle	Monto	%
Valor de venta	5.69	
Costos Variables	3.25	57%
Materia Prima	2.34	41%
Mano de Obra Directa	0.37	6%
Costos Indirectos	0.55	10%
Costos Fijo	1.88	33%
Gastos de Administración	0.52	9%
Gastos de venta	1.37	24%
COSTO TOTAL	5.14	90%
MARGEN	0.55	10%

Elaboración Propia

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

- 1 La proyección considera un Horizonte de Evaluación de 5 años.
- 2 El inicio de operaciones de la empresa es en enero del 2018.
- 3 El plazo pre operativo comprende el último mes del 2017.
- 4 Todos los importes están expresados en soles.
- 5 Las tasas del Impuesto a la Renta son del 29.5%
- 6 Las adquisiciones de la empresa son al contado.
- 7 Las ventas tienen crédito a 90 días.
- 8 Los rubros del Estado de Ganancias y Pérdidas no incluyen IGV.
- 9 Los rubros de los Flujos de Caja sí incluyen IGV.
- 10 La asignación por Centros de Costo considera Producción,

Administración y Ventas.

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.*Tabla 194: Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.*

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	2,773,121	2,856,319	2,942,004	3,030,265	3,121,176
(-) Costo de Ventas	(1,617,065)	(1,621,925)	(1,658,626)	(1,696,392)	(1,712,302)
(-) Materia Prima e Insumos	(1,169,106)	(1,173,009)	(1,208,202)	(1,244,446)	(1,259,902)
(-) Mano de Obra	(179,198)	(179,198)	(179,198)	(179,198)	(179,198)
(-) Costos Indirectos	(268,761)	(269,717)	(271,226)	(272,747)	(273,202)
Utilidad Bruta	1,156,055	1,234,394	1,283,377	1,333,873	1,408,874
(-) Gastos Operativos	(956,741)	(934,219)	(908,748)	(934,769)	(904,400)
(-) Administrativos	(261,702)	(261,702)	(261,702)	(261,702)	(260,861)
(-) De Ventas	(666,308)	(643,786)	(618,315)	(644,336)	(614,808)
(-) Depreciación	(1,319)	(1,319)	(1,319)	(1,319)	(1,319)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(20,818)	(20,818)	(20,818)	(20,818)	(20,818)
(-) Amortización de Intangibles	(6,594)	(6,594)	(6,594)	(6,594)	(6,594)
EBIT o Resultado Operativo	199,314	300,175	374,629	399,103	504,474
(-) Impuesto a la Renta	72,372	92,479	113,799	120,231	150,855
Resultado Neto	126,942	207,697	260,830	278,872	353,619

Elaboración Propia

8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.*Tabla 195: Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal*

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	2,773,121	2,856,319	2,942,004	3,030,265	3,121,176
(-) Costo de Ventas	(1,617,065)	(1,621,925)	(1,658,626)	(1,696,392)	(1,712,302)
(-) Materia Prima	(1,169,106)	(1,173,009)	(1,208,202)	(1,244,446)	(1,259,902)
(-) Mano de Obra	(179,198)	(179,198)	(179,198)	(179,198)	(179,198)
(-) Costos Indirectos	(268,761)	(269,717)	(271,226)	(272,747)	(273,202)

Utilidad Bruta	1,156,055	1,234,394	1,283,377	1,333,873	1,408,874
(-) Gastos Operativos	(956,741)	(934,219)	(908,748)	(934,769)	(904,400)
(-) Administrativos	(261,702)	(261,702)	(261,702)	(261,702)	(260,861)
(-) De Ventas	(666,308)	(643,786)	(618,315)	(644,336)	(614,808)
(-) Depreciación	(1,319)	(1,319)	(1,319)	(1,319)	(1,319)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(20,818)	(20,818)	(20,818)	(20,818)	(20,818)
(-) Amortización de Intangibles	(6,594)	(6,594)	(6,594)	(6,594)	(6,594)
EBIT o Resultado Operativo	199,314	300,175	374,629	399,103	504,474
(+) Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(-) Gastos Financieros	(69,543)	(60,102)	(48,017)	(11,968)	(4,629)
(+/-) Ganancia (Pérdida) Venta A.F.	0	0	0	0	(11,872)
(+) Otros Ingresos (Gastos)	0	0	0	0	0
Resultado antes de Imp. Renta	129,771	240,073	326,612	387,136	487,973
Compensación Pérdida Tributaria	0	0	0	0	0
Nueva Base Imponible	129,771	240,073	326,612	387,136	487,973
(-) Impuesto a la Renta	59,704	80,356	103,733	117,761	146,160
Resultado Neto	70,067	159,718	222,879	269,375	341,814
Escudo Fiscal	20,515	17,730	14,165	9,599	3,751

Elaboración Propia

Tabla 196: Indicadores de Rentabilidad

Indicadores de Rentabilidad					
Margen Bruto (U.Bruta/Ventas)	41.7%	43.2%	43.6%	44.0%	45.1%
Margen EBITDA (EBITDA/Ventas)	8.2%	11.5%	13.7%	14.1%	17.1%
Margen EBIT (EBIT/Ventas)	7.2%	10.5%	12.7%	13.2%	16.2%
Margen Neto (Resultado/Ventas)	2.5%	5.6%	7.6%	8.9%	11.0%

Elaboración Propia

8.4 Flujo de Caja Operativo.

Tabla 197: Flujo de caja operativo

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas		3,001,992	3,329,625	3,429,508	3,532,394	3,905,755
(-) Costos operativos		(2,846,877)	(2,906,299)	(2,911,634)	(2,984,875)	(2,956,155)
(-) Materia Prima e Insumos		(1,343,837)	(1,384,151)	(1,425,678)	(1,468,447)	(1,486,684)
(-) Mano de Obra Directa		(176,455)	(177,038)	(177,038)	(177,038)	(177,038)
(-) Costos Indirectos		(261,067)	(262,533)	(264,236)	(265,951)	(266,406)
(-) Gastos Administrativos		(269,783)	(270,220)	(270,220)	(270,220)	(269,228)
(-) Gastos de Venta		(766,646)	(740,929)	(711,424)	(741,920)	(707,485)
(-) Impuesto a la Renta		72,372	92,479	113,799	120,231	150,855
(-) Pago de IGV		(101,461)	(163,906)	(176,835)	(181,529)	(200,169)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		155,115	423,325	517,874	547,519	949,599

Elaboración Propia

8.5 Flujo de Capital.

Tabla 198: Flujo de capital

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Inversión en Activo Fijo	(123,347)	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles	(53,697)	0	0	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(165,542)	0	0	0	0	0
Inventarios Iniciales	(35,707)	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	(244,752)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	275,471
Recuperación Garantía de Alquiler		0	0	0	0	6,500
Valor de Desecho		0	0	0	0	30,053

FLUJO DE CAPITAL	(623,046)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	312,025
-------------------------	------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Elaboración Propia

8.6 Flujo de Caja Económico.

Tabla 199: Flujo de Caja Económico

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por						
Ventas		3,001,992	3,329,625	3,429,508	3,532,394	3,905,755
(-) Costos operativos		(2,846,877)	(2,906,299)	(2,911,634)	(2,984,875)	(2,956,155)
(-) Materia Prima		(1,343,837)	(1,384,151)	(1,425,678)	(1,468,447)	(1,486,684)
(-) Mano de Obra Directa		(176,455)	(177,038)	(177,038)	(177,038)	(177,038)
(-) Costos Indirectos		(261,067)	(262,533)	(264,236)	(265,951)	(266,406)
(-) Gastos Administrativos		(269,783)	(270,220)	(270,220)	(270,220)	(269,228)
(-) Gastos de Venta		(766,646)	(740,929)	(711,424)	(741,920)	(707,485)
(-) Impuesto a la Renta		72,372	92,479	113,799	120,231	150,855
(-) Pago de IGV	0	(101,461)	(163,906)	(176,835)	(181,529)	(200,169)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		155,115	423,325	517,874	547,519	949,599
Inversión en Activo Fijo	(123,347)	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles	(53,697)	0	0	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(165,542)	0	0	0	0	0
Inventarios Iniciales	(35,707)	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	(244,752)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	275,471
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	0	0	6,500
Valor de Desecho	0	0	0	0	0	30,053
FLUJO DE CAPITAL	(623,046)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	312,025

FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(623,046)	147,772	415,763	510,085	539,495	1,261,624
--------------------------------	------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------

Elaboración Propia

8.7 Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 200: Flujo del Servicio de la deuda

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas		3,001,992	3,329,625	3,429,508	3,532,394	3,905,755
(-) Costos operativos		(2,846,877)	(2,906,299)	(2,911,634)	(2,984,875)	(2,956,155)
(-) Materia Prima		(1,343,837)	(1,384,151)	(1,425,678)	(1,468,447)	(1,486,684)
(-) Mano de Obra Directa		(176,455)	(177,038)	(177,038)	(177,038)	(177,038)
(-) Costos Indirectos		(261,067)	(262,533)	(264,236)	(265,951)	(266,406)
(-) Gastos Administrativos		(269,783)	(270,220)	(270,220)	(270,220)	(269,228)
(-) Gastos de Venta		(766,646)	(740,929)	(711,424)	(741,920)	(707,485)
(-) Impuesto a la Renta		72,372	92,479	113,799	120,231	150,855
(-) Pago de IGV	0	(101,461)	(163,906)	(176,835)	(181,529)	(200,169)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		155,115	423,325	517,874	547,519	949,599
Inversión en Activo Fijo	(123,347)	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles	(53,697)	0	0	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(165,542)	0	0	0	0	0
Inventarios Iniciales	(35,707)	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	(244,752)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	275,471
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	0	0	6,500
Valor de Desecho	0	0	0	0	0	30,053
FLUJO DE CAPITAL	(623,046)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	312,025

FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(623,046)	147,772	415,763	510,085	539,495	1,261,624
Préstamo	294,673	0	0	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(103,518)	(103,518)	(103,518)	(103,518)	(103,518)
Escudo Fiscal		20,515	17,730	14,165	9,599	3,751
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	294,673	(83,003)	(85,788)	(89,353)	(93,919)	(99,767)
Elaboración Propia						

8.8 Flujo de Caja Financiero.

Tabla 201: Flujo de Caja Financiero

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas		3,001,992	3,329,625	3,429,508	3,532,394	3,905,755
(-) Costos operativos		(2,846,877)	(2,906,299)	(2,911,634)	(2,984,875)	(2,956,155)
(-) Materia Prima		(1,343,837)	(1,384,151)	(1,425,678)	(1,468,447)	(1,486,684)
(-) Mano de Obra Directa		(176,455)	(177,038)	(177,038)	(177,038)	(177,038)
(-) Costos Indirectos		(261,067)	(262,533)	(264,236)	(265,951)	(266,406)
(-) Gastos Administrativos		(269,783)	(270,220)	(270,220)	(270,220)	(269,228)
(-) Gastos de Venta		(766,646)	(740,929)	(711,424)	(741,920)	(707,485)
(-) Impuesto a la Renta		72,372	92,479	113,799	120,231	150,855
(-) Pago de IGV	0	(101,461)	(163,906)	(176,835)	(181,529)	(200,169)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		155,115	423,325	517,874	547,519	949,599
Inversión en Activo Fijo	(123,347)	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles	(53,697)	0	0	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(165,542)	0	0	0	0	0
Inventarios	(35,707)					

Iniciales		0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	(244,752)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	275,471
Recuperación						
Garantía de Alquiler	0	0	0	0	0	6,500
Valor de Desecho	0	0	0	0	0	30,053
FLUJO DE CAPITAL	(623,046)	(7,343)	(7,562)	(7,790)	(8,024)	312,025
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(623,046)	147,772	415,763	510,085	539,495	1,261,624
Préstamo	294,673	0	0	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(103,518)	(103,518)	(103,518)	(103,518)	(103,518)
Escudo Fiscal		20,515	17,730	14,165	9,599	3,751
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	294,673	(83,003)	(85,788)	(89,353)	(93,919)	(99,767)
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(328,373)	64,769	329,975	420,731	445,576	1,161,857

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.

Tabla 202: CAPM

Costo de Oportunidad del Capital (COK)	Modelo CAPM	Fuente
Rendimiento del Mercado USA (S&P 500) (RM)	11.01%	Damodaran 1966-2015
Tasa Libre de Riesgo USA (T-Bonds) (TLR)	7.12%	Damodaran 1966-2015
Beta Desapalancada (BD)	0.61	Damodaran Food Processing
Porcentaje de Endeudamiento (%D)	47.3%	
Porcentaje de Aporte Propio (%E)	52.7%	
Riesgo País (RP)	1.48%	BCR Promedio 2016
Tasa de Impuesto a la Renta (TImpR)	29.50%	Vigente para fines del

	2021
Beta Apalancada, calculada con la fórmula:	0.82
$BA = BD * \{ [1 + (\%D/\%E)] * (1 - T_{ImpR}) \}$	
Costo de Oportunidad Modelo CAPM	11.80%
$Ke = TLR + [BA * (RM - TLR)] + RP$	
Elaboración Propia	

9.1.1.2 COK propio.

Tabla 203: COK propio

Accionista	Alternativa de Inversión	Rentabilidad
Ñiquen Elliot	Financiera TFC + de 360 días	6.50%
Rubio Lizzett	CMAC Arequipa + de 360 días	7.25%
Salazar Oscar	CRAC Raíz + de 360 días	8.00%
Yupanqui Cinthia	Banco Cencosud + de 360 días	5.50%
Rodriguez Cecilia	Financiera Efectiva	7.00%
Hernández Jose Manuel	Caja Sullana	6.30%
	Promedio rentabilidad	6.76%
	Factor riesgo	5.44
	COK (Propio)	36.76%

Elaboración Propia

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 204: WACC

Componente	Monto	%	Costo
Deuda Activo Fijo		19.8%	25.00%
	123,347		
Deuda Capital de Trabajo		27.5%	30.00%
	171,327		
Aportes Propios		52.7%	36.76%
	328,373		
Totales		100.0%	
	623,046		
Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)			28.68%

Elaboración Propia

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

Tabla 205: Indicadores

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO ECONOMICO	(623,046)					
FLUJO FINANCIERO	(328,373)	147,772	415,763	510,085	539,495	1,261,624
		64,769	329,975	420,731	445,576	1,161,857

Elaboración Propia

9.2.1.1 VANE y VANF.

Tabla 206: VANE Y VANF

VANE	
536,661	
VANF	
430,166	

Elaboración Propia

9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado.

Tabla 207: TIRE Y TIRF

TIRE	56.38%
TIRF	77.30%

Elaboración Propia

Tabla 208: TIRE Y TIRF MODIFICADO

TIRME	39.22%
TIRMF	52.48%

Elaboración Propia

9.2.1.3 Período de recuperación descontado.

Tabla 209: Período de recuperación descontado Económico

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo Económico	(623,046)					
Descontado		114,838	251,093	239,401	196,773	357,603
Acumulado	(623,046)	(508,208)	(257,115)	(17,715)		
					179,058	536,661
Período de Recupero Económico	4.07	años				
Equivalente a:	4	años				
Equivalente a:	0	meses				
Equivalente a:		días				

27

Elaboración Propia

Tabla 210: Período de recuperación descontado Financiero

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo Financiero	(328,373)					
Descontado		47,360	176,430	164,492	127,382	242,875
Acumulado	(328,373)	(281,013)	(104,582)			
				59,909	187,291	430,166
Período de Recupero		años				
Financiero	2.6358					
Equivalente a:		años				
	2					
Equivalente a:		meses				
	7					
Equivalente a:		días				
	19					

Elaboración Propia

9.2.1.4 Análisis Beneficio / Costo (B/C).*Tabla 211: B/C*

Relación B/C Económico:	
	1.86
Relación B/C Financiero:	
	2.31

Elaboración Propia

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio**9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos.***Tabla 212: Costos variables, Costos fijos*

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas (en Soles)					
	2,773,121	2,856,319	2,942,004	3,030,265	3,121,176
Venta en Unidades	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Valor de Venta Promedio	5.69	5.69	5.69	5.69	5.69
Materia Prima	1,138,845	1,173,009	1,208,202	1,244,446	1,259,902
Mano de Obra Directa	179,198	179,198	179,198	179,198	179,198
Costos Indirectos	268,761	269,717	271,226	272,747	273,202
Costos Variables	1,586,805	1,621,925	1,658,626	1,696,392	1,712,302

Costo Variable Unitario Promedio	3.25	3.23	3.21	3.18	3.12
Gastos Administrativos	251,608	251,608	251,608	251,608	251,608
Gastos de Venta	666,308	643,786	618,315	644,336	614,808
Depreciación Activo Fijo	1,319	1,319	1,319	1,319	1,319
Amortización de Intangibles	6,594	6,594	6,594	6,594	6,594
Amortización Pre Operativos	20,818	20,818	20,818	20,818	20,818
Costos Fijos	946,647	924,124	898,654	924,675	1,044,927
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	389,041	375,943	362,176	369,313	406,978
Punto de Equilibrio (En Soles)	2,212,873	2,138,371	2,060,066	2,100,657	2,314,899

Elaboración Propia

Tabla 213: Punto de equilibrio 2018

Punto de Equilibrio del año 2018				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	946,647	0	946,647
487,537	2,773,121	946,647	1,586,805	2,533,452
389,041	2,212,873	946,647	1,266,226	2,212,873

Elaboración Propia

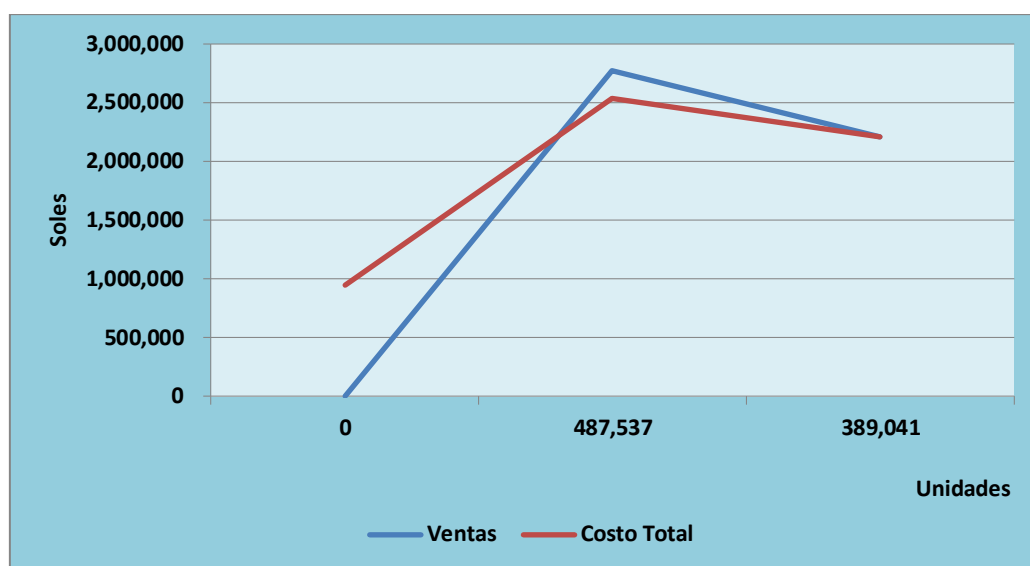


Tabla 214: Punto de equilibrio 2019

Punto de Equilibrio del año 2019				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	924,124	0	924,124
375,943	2,138,371	924,124	1,214,247	2,138,371
502,164	2,856,319	924,124	1,621,925	2,546,049

Elaboración Propia

Tabla 215: Punto de equilibrio 2020

Punto de Equilibrio del año 2020				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	898,654	0	898,654
362,176	2,060,066	898,654	1,161,413	2,060,066
517,228	2,942,004	898,654	1,658,626	2,557,280

Elaboración Propia

Tabla 216: Punto de equilibrio 2021

Punto de Equilibrio del año 2021				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	924,675	0	924,675
369,313	2,100,657	924,675	1,175,983	2,100,657
532,745	3,030,265	924,675	1,696,392	2,621,067

Elaboración Propia

Tabla 217: Punto de equilibrio 2022

Punto de Equilibrio del año 2022				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	1,044,927	0	1,044,927
406,978	2,314,899	1,044,927	1,269,972	2,314,899
548,728	3,121,176	1,044,927	1,712,302	2,757,229

Elaboración Propia

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 218: Estado de resultados

Resultados (Costeo Directo)	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	2,212,873	2,138,371	2,060,066	2,100,657	2,314,899
(-) Costos Variables	(1,266,226)	(1,214,247)	(1,161,413)	(1,175,983)	(1,269,972)
Margen de Contribución	946,647	924,124	898,654	924,675	1,044,927
(-) Costos Fijos	(946,647)	(924,124)	(898,654)	(924,675)	(1,044,927)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

Elaboración Propia

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Tabla 219: Punto de Equilibrio en Unidades

Productos	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	136,570	131,972	127,139	129,644	142,867
Anticucho	175,579	169,667	163,454	166,675	183,674
Huachana	59,746	57,734	55,620	56,716	62,500
Carne tradicional	17,147	16,570	15,962	16,277	17,937
Total	389,041	375,943	362,176	369,313	406,978

Elaboración Propia

9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.

Tabla 220: Punto de Equilibrio en Nuevos Soles

Productos	2018	2019	2020	2021	2022
Lomo Saltado	776,811	750,660	723,171	737,419	812,629
Anticucho	998,695	965,070	929,732	948,051	1,044,740
Huachana	339,835	328,393	316,370	322,603	355,503
Carne tradicional	97,531	94,249	90,794	92,584	102,028
Total	2,212,873	2,138,371	2,060,066	2,100,657	2,314,899

Elaboración Propia

9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1 Variables de entrada.

Tabla 221: Variables de entrada

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL					
Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
VARIABLES DE ENTRADA					
Demanda de Bienes					
Proyectada	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Lomo Saltado	171,146	176,281	181,569	187,016	192,627
Anticucho	220,031	226,632	233,431	240,434	247,647
Huachana	74,872	77,118	79,432	81,815	84,269
Carne tradicional	21,488	22,133	22,796	23,480	24,185
VANE					536,661
TIRE					56.38%
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN EN LA DEMANDA					0.35%
VARIABLES DE SALIDA					
Nueva Demanda de Bienes					
	485,818	500,393	515,404	530,866	546,793
Lomo Saltado	170,542	175,659	180,929	186,356	191,948
Anticucho	219,255	225,833	232,608	239,586	246,774
Huachana	74,608	76,846	79,152	81,526	83,972
Carne tradicional	21,412	22,055	22,716	23,397	24,100
NUEVO VANE					0.00
NUEVO TIR					28.68%

Elaboración Propia

9.3.2 Variables de salida.

Tabla 222: Análisis de Sensibilidad a Variación del Precio

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL					
Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
VARIABLES DE ENTRADA					
Precio Proyectado	5.69	5.69	5.69	5.69	5.69
VANE					536,661

TIRE					56.38%
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DEL PRECIO					0.35%
VARIABLES DE SALIDA					
Nuevo Precio	5.67	5.67	5.67	5.67	5.67
NUEVO VANE					0.00
NUEVO TIR					28.68%

Elaboración Propia

9.3.3 Análisis unidimensional.

Tabla 223: Análisis de Sensibilidad a Variación de Costos

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL					
Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
VARIABLES DE ENTRADA					
Costos Directos					
	1,520,292	1,561,189	1,602,717	1,645,485	1,663,723
Materia Prima					
	1,343,837	1,384,151	1,425,678	1,468,447	1,486,684
Mano de Obra					
Directa	176,455	177,038	177,038	177,038	177,038
VANE					536,661
TIRE					56.38%
PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LOS COSTOS					13.59%
VARIABLES DE SALIDA					
Nuevos Costos					
Directos	1,726,935	1,773,391	1,820,563	1,869,144	1,889,861
Materia Prima					
	1,526,496	1,572,289	1,619,461	1,668,042	1,688,759
Mano de Obra					
Directa	200,440	201,102	201,102	201,102	201,102
NUEVO VANE					0.00
NUEVO TIR					28.68%

Elaboración Propia

9.3.4 Análisis multidimensional.

Tabla 224: Análisis multidimensional

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL					
Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
VARIABLES DE ENTRADA					
Demanda de Bienes					
Proyectada	487,537	502,164	517,228	532,745	548,728
Precio Proyectado	5.69	5.69	5.69	5.69	5.69
Costos Directos					
	1,520,292	1,561,189	1,602,717	1,645,485	1,663,723

Materia Prima	1,343,837	1,384,151	1,425,678	1,468,447	1,486,684
Mano de Obra Directa	176,455	177,038	177,038	177,038	177,038
VANE					536,661
TIRE					56.38%
% DISMINUCIÓN EN DEMANDA Y PRECIO Y SUBIDA EN COSTOS					3.58%
VARIABLES DE SALIDA					
Nueva Demanda de Bienes					
Nuevo Precio	470,065	484,167	498,692	513,652	529,063
Nuevos Costos Directos	5.48	5.48	5.48	5.48	5.48
	1,574,777	1,617,139	1,660,155	1,704,456	1,723,347
Materia Prima	1,391,998	1,433,756	1,476,772	1,521,073	1,539,964
Mano de Obra Directa	182,779	183,383	183,383	183,383	183,383
NUEVO VANE					0.00
NUEVO TIR					28.68%

Elaboración Propia

9.3.5 Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas del proyecto son la disminución de la demanda y el precio y la elevación de los costos de materia prima y mano de obra directa

9.3.6 Perfil de riesgo.

Tabla 225: Perfil de riesgo

Variable de Entrada	Escenario Normal	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
1. Demanda de Bienes	VANE		
	536,661	0	1,340,732
	Variación % en Ventas (Unidades)		
	0.00%	-0.35%	0.35%
	Ventas en 5 años (Unidades)		
	2,588,402	2,579,274	2,597,530
2. Precios	VANE		
	536,661	0	1,340,732
	Variación % en Precios		

	0.00%	-0.35%	0.35%
	Ventas en 5 años (Soles)		
3. Costos	17,199,273	15,862,773	17,434,271
	VANE		
	536,661	0	1,816,582
	Variación % en Costos		
	0.00%	13.59%	-13.59%
	Costos en 5 años (Soles)		
	7,993,406	9,079,894	6,906,919
Elaboración Propia			

Conclusiones

Respecto a la idea de negocio:

La idea de negocio de papas rellenas precocidas listas para freír es una gran oportunidad de negocio en la actualidad ya que las personas buscan comer rico y rápido por el poco tiempo que cuentan al día.

Respecto al proyecto:

Se financiará el proyecto a través de capital propio de los accionistas por un total de S/.328, 373, que representa el 52.70% de la inversión total y será asignado para los activos intangibles, gastos pre operativos, inventarios iniciales y una parte del capital de trabajo. La diferencia de inversión (43.70%) será financiada a través de 2 préstamos, uno por S/. 123,347 para Activos Fijo Tangibles y el otro por S/. 171,327 para parte del Capital de Trabajo. La TCEA para los prestamos son de 25.00% y 30.00% respectivamente. Se menciona que el proyecto es rentable considerando que se obtendría un VANE de S/. 536,661 y un TIRE de 56.38%, el cual es mayor al WACC de 28.68%. Es preciso mencionar que el tiempo de recuperación es extenso, sin embargo, logramos cerrar favorablemente para el cuarto año, obteniendo ganancias a la liquidación del mismo.

Revisando el aspecto financiero vemos que también resulta rentable, ya que se obtendría un VANF de S/. 430.166 y un TIRF de 77.30% el cual es mayor al COK de 36.76% y la recuperación se efectúan antes del tercer año. Sabores Criollos S.A.C., es una empresa que actualmente se encuentra en su etapa de desarrollo, en un mercado que se está iniciando el desconocimiento del proceso, puede conllevar a no cumplir con las metas establecidas.

Recomendaciones

Para poder realizar el trabajo se obtuvo información de páginas web y algunas publicaciones en línea, asimismo fueron importantes las entrevistas con proveedores y posibles clientes por lo que se recomienda utilizar este tipo de fuentes para este tipo de investigación.

Asimismo se recomienda, hacer investigaciones y poner en marcha proyectos de platos peruanos listas para freír, cocinar o calentar ya que el Perú es un país con mucha gastronomía y es una gran oportunidad aquí y en el extranjero.

Anexo

Nombre:

Anexo N°1

Edad:

ENCUESTA

1. **¿A qué actividad se dedica?**
a) Trabaja b) Estudia c) Trabaja y Estudia d) Otros_____
2. **¿Ha consumido alguna vez productos pre-cocidos o listos para freír?**
a) Si b) No
3. **¿Con que frecuencia consume productos pre-cocidos o listos para freír?**
a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Otros_____
4. **¿Consume papa rellena?**
a) Si b) No
5. **La papa rellena que suele consumir es de:**
a) Elaboración propia b) Restaurante c) al paso
6. **¿Con que frecuencia consume papa rellena?**
a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Trimestral
7. **¿Cuántas papas rellenas consume al mes?**
a) 0-2 und. b) 3-5 und c) 6-8 und d) 9-15 und
8. **¿En qué estación del año consume más papas rellenas?**
a) Verano b) Otoño c) Invierno d) Primavera
9. **¿Qué le parece la idea de que ingrese el siguiente producto al mercado?**
a) Excelente b) Buena c) Mala d) Muy Mala
10. **¿Estaría dispuesto a comprar el producto?**
a) Si b) No
11. **¿Con que frecuencia lo consumiría?**
a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Trimestral
12. **¿Escoja el tipo de relleno que preferiría?**
a) Lomo Saltado b) Anticucho c) Huachana d) Carne Tradicional
13. **¿Qué nombre le gusta más como marca del producto?**
a) Papa fast b) Doña papa c) Papa lista
14. **¿En qué lugares le gustaría encontrar el producto?**
a) Supermercados b) Bodegas c) Minimarkets d) Otros_____
15. **¿Qué cantidad de papas le gustaría por presentación?**
a) 2 unidad b) 4 unidades c) Ambas
16. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 2 unidades?**
a) S/. 8.00 b) S/.10.00 c) S/.12.00
17. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 4 unidades?**
a) S/. 15.00 b) S/. 17.00 c) S/. 19.00
18. **¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterar del producto?**
a) Facebook b) Twitter c) Radio d) Eventos Socialesd) Revistas

e) Páginas web f) Volantes d) Instagram g) Paneles publicitarios

19. ¿Estaría dispuesto a pagar S/. 12.00 por una presentación de 2 unidades?

a) Si b) No

20. ¿Estaría dispuesto a pagar S/. 19.00 por una presentación de 4 unidades?

a) Si b) No

Anexo N°2**GUÍA DE PAUTAS – FOCUS GROUP**

Buenas noches, mi nombre es Eliot y el motivo de esta reunión es para conocer un sus preferencias en cuanto a alimentos preparados, ya que se piensa lanzar al mercado un producto nuevo, es importante que se sientan cómodos y sepan que no existen respuestas buenas o malas, si alguno de ustedes tiene alguna opinión diferente a los demás personas del grupo es importante que nos lo haga saber, agradeceremos que puedan respondernos con la mayor sinceridad, sus respuestas serán gratamente valoradas, tienen alguna duda?

Para comenzar quisiera que nos conozcamos mejor, me indican sus nombres, edad y a que se dedican.....

Hábitos de consumo:

1. ¿Alguna vez han consumido productos pre cocidos o productos listos para freír?
2. ¿Por qué los compro?
3. ¿Qué productos fueron?
4. ¿Actualmente consumen productos listos para freír o pre cocidos?
5. ¿Qué tipos de productos listos para freír o cocinar suelen consumir?
6. ¿Con que frecuencia los consumen?
7. ¿Dónde los compra?
8. ¿Qué aspectos son los más importantes para usted al momento de seleccionar un producto listo para freír o cocinar?

Referente a nuestro producto:

1. ¿Consume papa rellena?
2. ¿Con que frecuencia consume papa rellena? ¿Por qué?
3. Si se lanzara al mercado la papa rellena lista para freír, ¿lo comprarían? ¿Por qué?
4. ¿Qué tipo de relleno preferirían? Lomo Saltado, Pachamanca, Anticuchero, clásicos, otros...
5. ¿Dónde le gustaría encontrar el producto?
6. ¿Con que frecuencia lo compraría?
7. ¿En qué tipo de presentación lo compraría? 4und, 3und, 2und, etc.
 - -Cantidad
 - -Colores
 - -Tamaño
 - -Tipo de envase
 - -Tipo de embalaje
8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto? Según presentación de producto
9. ¿Qué atributos valoraría del producto?
10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto?
11. ¿Por qué medio de comunicación les gustaría enterarse del producto?
12. ¿Qué le parece el nombre “PAPA FAST” como marca de este producto?
13. ¿Qué le parece la frase “EMPAPATE LA VIDA” como eslogan de este producto?
14. ¿Usted Recomendaría este producto a otras personas?

Se les agradece a todos y cada uno por su participación y por la calidad de respuestas que se obtuvo en las preguntas, muchas gracias.

Anexo N°3

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Entrevista a experto en distribución

- Nombre
- Profesión
- Experiencia
- 1. ¿Cuáles son las principales actividades de la empresa?
- 2. ¿Cuál era su función dentro de la empresa?
- 3. ¿Qué líneas de producto manejaba?

Introducción de nuestra idea de negocio, se está trabajando para lanzar un nuevo producto al mercado sobre papas rellenas precocidos listos para freír con rellenos de sabores peruanos.

Sobre el negocio:

1. ¿Cuál es su punto de vista sobre el negocio de productos listos para freír o cocinar?
2. ¿Qué opina de la gastronomía peruana, hoy en día es una oportunidad?

Sobre la idea de negocio:

PRODUCTO:

1. ¿Ha lanzado alguna vez un producto nuevo al mercado?
2. ¿Cómo fue su experiencia? ¿Dificultad?
3. ¿Qué opina de lanzar este producto al mercado?
4. ¿Qué le parece el nombre de “Papa Fast” como marca del producto?
5. ¿Qué le parece el nombre de “Empápate la vida” como slogan del producto?
6. ¿Qué le parece el envase y empaque del producto?
7. ¿Qué le parece el diseño del envase del producto?
8. ¿Qué sabores recomendaría como relleno para el producto?
9. ¿Pack de 2 o 4 unidades?

PLAZA:

10. ¿Qué canales utilizó para la distribución de su producto?
11. ¿Cuál fue la experiencia de trabajar con supermercados? Condiciones, ventajas, desventajas.
12. ¿Cuáles considera adecuados para este tipo de producto?
13. ¿Cuál cree que es nuestro perfil de cliente?
14. ¿Cómo podríamos llegar a supermercados?

PRECIO:

15. ¿Cómo establecía el precio de su producto? ¿Qué margen de utilidad manejaba?
16. ¿Qué márgenes de ganancia solicita las tiendas de autoservicio?
17. ¿Qué le parece el precio de S/.12.00 por un pack de dos unidades y S/.19.00 de 4?
18. ¿Qué tipo de promociones aplicaba?
19. ¿Cuáles nos recomienda aplicar y en qué momentos?

PROMOCIÓN

20. ¿Cómo fue el lanzamiento de su producto al mercado?
21. ¿Qué actividades de publicidad realizaba?
22. ¿Hoy en día cuál crees que sea la mejor publicidad que se deba aplicar a este producto?