



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**BEBIDA INSTANTÁNEA DE QUINUA, CACAO Y
FORTIFICANTE DE HIERRO**

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

**LUZ MARGARITA QUISPE CAYTANO –
Administración de Empresas**

**MIGUEL FERNANDO HUAYPAR CONDORHUAMAN –
Ingeniería Empresarial y Sistemas**

**MARÍA MILAGROS QUISPE CRUZ –
Administración de Empresas**

**NATHALY JUDITH RAMÓN CASTILLO –
Marketing y Gestión Comercial**

Asesor:

**Eleazar Fidel Peralta Loayza
Álvaro Antonio Aures García**

**Lima – Perú
2018**

ÍNDICE

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	12
1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	12
1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	12
1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS	13
1.4 Descripción del producto.....	15
1.5 Oportunidad del negocio.....	17
1.6 Estrategia genérica de la empresa.....	17
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO	19
2.1 Análisis del Macro entorno	19
2.1.1 Del País	19
2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.	19
2.1.2 Tasa de crecimiento de la población, Ingreso per cápita.	20
2.1.2.1 Población Económicamente Activa por sexo y tasa decrecimiento	20
2.1.2.2 Ingreso Per capital:.....	21
2.1.2.3 Población económicamente activa según ámbito geografico.....	22
2.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.	23
2.1.3.1 Exportaciones.....	24
2.1.3.2 Importaciones.....	24
2.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.....	24
2.1.4.1 Producto Bruto Interno (PBI)	24
2.1.4.2 Tasa de Inflación	25
2.1.4.3 Tasa de Interés	25
2.1.4.4 Tipo de Cambio	26
2.1.4.6 Riesgo País.....	27
2.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.....	27
2.2 Del Sector	28
2.2.1 Mercado internacional.	28
2.2.2 Mercado del consumidor.	28
2.2.3 Mercado de proveedores.....	29
2.2.4 Mercado distribuidor.	29
2.2.5 Mercado competidor.....	29
2.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	29
2.2.6.1 Reglamento sobre la Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos	29
2.2.6.2 Norma Técnica Peruana 209.654:2006 (revisada el 2014)	29
2.2.6.3 Marco de Licencia de Funcionamiento LEY N°28976	30
2.2.6.4 Ley General de Sociedades N°26887	30
2.3 Análisis del Microentorno	30
2.3.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.	30
2.3.2 Fuerza negociadora de los clientes.	30
2.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores.	31
2.3.4 Amenaza de productos sustitutos.	31
2.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada.....	31
CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO	32
3.1 Visión y misión de la empresa.....	32
3.1.1 Visión:	32
3.1.2 Misión:.....	32
3.2 FODA.....	32
3.2.1 Oportunidades.....	32
3.2.2 Fortalezas	32
3.2.3 Amenazas	32

3.2.4 Debilidad	33
3.3 Objetivos	35
3.3.1 Objetivo General	35
3.3.2 Objetivos estratégicos	35
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO	36
4.1 Investigación de mercado	36
4.1.1 Criterios de segmentación.....	36
4.1.2 Marco Muestral	36
4.2 Entrevistas a profundidad.....	37
4.2.1 Entrevista a Profundidad N° 01:	37
4.2.2 Entrevista a Profundidad N° 02:	38
4.2.3 Entrevista a Profundidad N° 03	39
4.3 Focus Group	40
4.3.1 Focus Group N° 01.....	40
4.3.1.1 Ficha técnica cualitativa.....	40
4.3.1.2 Perfil del Cliente	41
4.3.1.3 Validación del producto	42
4.3.1.4 Cambios	42
4.4 Encuestas	43
Fuente: Elaboración propia	50
4.5 Demanda y oferta	51
4.5.1 Estimación del mercado potencial	51
4.5.2 Estimación del mercado disponible.	51
4.5.3 del mercado efectivo.	52
4.5.4 del mercado objetivo.	53
4.5.5 Frecuencia de compra.....	54
4.5.6 Cuantificación anual de la demanda.....	54
4.5.7 Estacionalidad.....	54
4.6 Mezcla de marketing.....	55
4.6.1.....	55
Producto.	55
4.6.2 Precio.....	56
4.6.3 Plaza	57
4.6.4 Promoción.....	60
4.6.4.1 Campaña de lanzamiento.....	60
4.6.4.1.1 Estrategia de impulso	60
4.6.4.1.2 Promoción para todos los años.	61
4.6.4.1.3 Programa de Ventas en unidades y valorizado.....	66
CAPÍTULO V: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	68
5.1 Estudio legal	68
5.1.1 Forma societaria	68
5.1.2 Registro de marcas y patentes	70
5.1.3 Licencias de funcionamiento	70
5.1.4 Resumen del capítulo.....	70
5.2 Legislación Laboral	71
5.3 Legislación Tributaria	71
5.4 Otros Aspectos Generales	72
5.4.1 Actividades.....	72
5.4.2 Objetivo	72
5.4.3 Alcance	72
5.5 Estudio organizacional	73
5.5.1 Organigrama funcional	73

5.6 Servicios terciarizados.....	73
5.6.1 Descripción de actividades de los servicios terciarizados.....	108
Contabilidad	108
5.7 Aspectos laborales.....	108
5.7.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios terciarizados.....	108
5.7.2 Régimen laboral de puestos de trabajo.....	109
5.7.3 Planilla para todos los años del proyecto.....	109
5.7.4 Planilla anual de servicios terciarizados	112
5.7.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo.....	112
CAPITULO VI: ESTUDIO TÉCNICO.....	113
6.1 Tamaño del proyecto	114
6.2 Capacidad instalada.....	114
6.2.1 Criterios.....	114
6.2.2 Cálculos	114
6.3 Capacidad Utilizada	116
6.3.1 Criterios.....	116
6.3.2 Cálculos	116
6.4 Capacidad máxima	117
6.4.1 Criterios.....	117
6.4.2 Cálculos	117
6.5 Procesos.....	118
6.5.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.....	118
6.5.2 Descripción de los procesos:.....	121
6.6 Programa de producción.....	122
6.6.1 Necesidad de materias primas e insumos	116
6.6.2 Programa de compras de Materia Prima e insumo.....	116
6.7 Tecnología para el proceso.....	117
6.7.1 Maquinarias.....	117
6.7.2 Equipos	117
6.7.2.1 Balanza Electronica: Industrial de Plataforma 300 kilos.....	117
6.7.2.2 Balanza Analitica.....	118
6.7.2.3 Desktop All In One HP:.....	118
6.7.2.4 Laptop Lenovo Intel Core i3.....	118
6.7.2.5 Impresora Multifuncional.....	119
6.7.3 Herramientas.....	119
6.7.4 Utensilios.....	119
6.7.5 Mobiliario.....	120
6.7.6 Útiles de oficina.....	121
6.7.7 Otros Materiales.....	122
6.8 Programa de mantenimiento de maquinaria y equipos.....	123
6.9 Localización	124
6.9.1 Macro localización.....	124
6.9.2 Licencias y autorizaciones.....	125
6.10 Micro localización.....	126
6.10.1 Gastos de adecuación.....	129
6.10.2 Gastos de servicio.....	129
6.10.2.1 Alquiler	129
6.10.2.2 Garantía	129
6.10.2.3 Agua.....	129
6.10.2.4 Electricidad.....	130
6.10.3 Plano de operaciones.....	130
6.11 Descripción del centro de operaciones.....	131
6.12 Responsabilidad Social Frente al Entorno.....	132

6.12.1 Impacto Ambiental.....	132
6.12.2 Con los Trabajadores	132
6.12.3 Con la Comunidad.....	132
CAPÍTULO VII: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	133
7.1 Inversiones	133
7.1.1 Inversión en activo fijo depreciable.....	133
7.1.2 Inversion Activo Intangible.....	137
7.2 Inversión en Gastos Pre-Operativos	137
7.3 Programa de compra de materia prima por año (cantidades).....	138
7.4 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).....	139
7.5 Resumen de estructura de inversiones.	145
7.6 Financiamiento.....	146
7.6.1 Estructura de financiamiento.	146
7.7 Ingresos anuales.....	149
7.7.1 Ingresos por ventas.....	149
7.8 Recuperación de capital de trabajo.....	150
7.9 Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	151
7.10 Costos y Gastos Anuales	152
7.10.1 Egresos desembolsables	152
7.10.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.	152
7.10.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	153
7.10.1.3 Presupuesto de costos indirectos.	157
7.10.1.4 Presupuesto de gastos de administración	158
Tabla 103: Gastos Administrativos.....	158
7.10.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.....	159
7.10.1.6 Egresos no desembolsables.....	160
7.10.2 Costo de producción unitario y costo total unitario.....	157
7.10.2.1 Costos fijos y variables unitarios.....	157
CAPÍTULO VIII: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	159
8.1 Premisas del estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja.	159
8.2 Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros	159
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	160
8.4 Flujo de Caja Operativo.....	161
8.5 Flujo de Capital.	161
8.5.1 Flujo de capital o de inversion total	161
8.5.2 Flujo de Caja Económico.....	162
8.5.3 Flujo del servicio de la deuda	162
8.5.4 Flujo de caja financiero	162
CAPÍTULO IX: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	163
9.1 Cálculo de la tasa de descuento	163
9.1.1 Costo de Oportunidad	163
9.1.1.1 CAPM.....	163
9.1.1.2 COK Propio	163
9.1.1.3 Costo promedio ponderado de capital (WACC).	164
9.2 Evaluación económica financiera.....	164
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad	164
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio	165
9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo.....	166
9.3 Variables	169
9.3.1 Críticas del proyecto.....	169
9.3.2 Perfil de riesgo	169

CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	171
RECOMENDACIONES	172
BIBLIOGRAFÍA.....	173
ANEXO	175
Anexo A. Tabla nutricional	175
Anexo B. Análisis Microbiológico	176
Anexo D: Ficha técnica	178
Anexo E. Formato de Encuesta-Quicao	178
Anexo F: Informe técnico Quicao	182

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción y Número de partida arancelaria.....	12
Tabla 2: Código numérico que clasifica cada mercancía del cacao.	13
Tabla 3: Código numérico que clasifica cada mercancía de la quinua.	13
Tabla 4: Modelo CANVAS de Quicao	14
Tabla 5 Datos Generales del Perú.	19
Tabla 6: Estimaciones y Proyecciones de Población. Población Estimada y Proyectada por Sexo y Tasa de Crecimiento, según años calendarios 2017-2050	20
Tabla 7: Población económicamente activa, según ámbito geográfico del 2012 al 2016.	22
Tabla 8: Balanza comercial año 2016 al 2017	23
Tabla 9: Banco Central de Reserva del Perú en función al Riesgo País – EMBIG.....	27
Tabla 10: Productos de la competencia	30
Tabla 11: Matriz FODA	34
Tabla 12: Descripción de variables	37
Tabla 13: Descripción de variables en la zona 2 para Quicao	37
Tabla 14: Datos de entrevista de profundidad N°1	37
Tabla 15: Datos del entrevistado de profundidad N°2	39
Tabla 16: Datos de entrevistado de profundidad N°3.....	40
Tabla 17: Ficha Técnica del Focus Group 1 Y 2	41
Tabla 18: Mercado potencial según criterio de segmentación.....	51
Tabla 19: Mercado potencial por cada año	51
Tabla 20: El consolidado del mercado disponible desde el año 2019 al 2023.....	52
Tabla 21: El consolidado del mercado efectivo desde el año 2019 al 2023.....	53
Tabla 22: Participación de mercado.....	53
Tabla 23: El consolidado del mercado objetivo desde el año 2019 al 2023.....	53
Tabla 24: El consolidado de la frecuencia de compra	54
Tabla 25: 54	
Tabla 26: Proyección de la demanda desde el año 2019 al 2023.	54
Tabla 27: Estacionalidad del producto de acuerdo con el resultado de las encuestas.	54
Tabla 28: 56	
Tabla 29: Valorización de lanzamiento de la marca	61
Tabla 30: Planes de Acción de Promoción Quicao de 5 años	61
Tabla 31: Presupuesto anual del 2019.....	62
Tabla 32: Presupuesto anual del 2020.....	62
Tabla 33: Presupuesto anual del 2022-2023.....	63
Tabla 34: Presupuesto anual del 2021.....	63
Tabla 35: Presupuesto anual del 2023.....	64
Tabla 36: 66	
Tabla 37: Programa de ventas valorizado.....	67
Tabla 38: Tipos de sociedades	68
Tabla 39: Participación de los Accionistas	69
Tabla 40: Formación Societaria	69
Tabla 41: Registro de Marcas y Patentes.	70
Tabla 42: Licencias y autorizaciones del local	70
Tabla 43: Representación del Puesto del Jefe Comercial	103
Tabla 44: Puesto del Administrador	104
Tabla 45: Descripción para funcionario de Ventas	105
Tabla 46: Descripción para Jefe de Producción	106
Tabla 47: Representación del Puesto de Operario.....	107
Tabla 48: Tipo de Contrato	108
Tabla 49: Planilla de personal año	109
Tabla 50: Planilla del personal año 1	110
Tabla 51: Planilla del personal año 2	110

Tabla 52: Planilla del personal año 3	111
Tabla 53: Planilla del personal año 4	111
Tabla 54: Planilla del personal año 5	111
Tabla 55: Liquidación al 5to año	112
Tabla 56: 112	
Tabla 57: Horario de puestos de trabajo	113
Tabla 58: Capacidad instalada diaria de producción	114
Tabla 59 Horas Hombre requeridas	115
Tabla 60: Horas Hombre anual	115
Tabla 61: Requerimiento de personal	116
Tabla 62: Capacidad Instalada	116
Tabla 63: Programa de Producción por año.....	116
Tabla 64: Porcentaje de uso de mi capacidad utilizada.....	117
Tabla 65: Capacidad máxima de producción (24 hrs.)	117
Tabla 66: Programa de producción	122
Tabla 67: Programa de producción 2019	113
Tabla 68: Programa de producción 2021	114
Tabla 69: Programa de producción 2022	114
Tabla 70: Programa de producción 2023	115
Tabla 71: Materia primas del año 0 al año 5.	116
Tabla 72: Programa de Compra de Materia Prima para próximos 5 años	116
Tabla 73: Características de las maquinarias a requerir	117
Tabla 74: Utensilios de Producción	119
Tabla 75: Mobiliario	120
Tabla 76: Útiles de Oficina	121
Tabla 77: Otros Materiales	122
Tabla 78: Mantenimiento de máquinas, equipos y herramientas.....	123
Tabla 79: Matriz de variables	126
Tabla 80: Matriz de localización Fuente: Elaboración propia.....	128
Tabla 81: Acondicionamiento del local- Quicao.....	129
Tabla 82: Activos Fijos Depreciables	133
Tabla 83: Activo Depreciable	136
Tabla 84: Activos Intangibles	137
Tabla 85: Gastos Pre Operativos	138
Tabla 86: Inversión en Inventarios Iniciales.	139
Tabla 87: Inventario Inicial de Materiales en cantidades	139
Tabla 88: Capital de trabajo	143
Tabla 89: Capital de trabajo por cada año	143
Tabla 90: Inventario Liquidación de IGV del año 2019 al 2023	144
Tabla 91: Estructura de Inversiones.....	145
Tabla 92: Estructura de financiamiento	146
Tabla 93: Aporte de los Socios	146
Tabla 94: Préstamo Bancario.....	147
Tabla 95: Cronograma de Financiamiento	147
Tabla 96: Resumen de pago anual de financiamiento.....	149
Tabla 97: Estructura de precios	149
Tabla 98: Recuperación de capital de trabajo Fuente: Elaboración propia.....	150
Tabla 99: Valor de desecho Neto del activo	151
Tabla 100: Presupuesto de materias primas e insumos.....	152
Tabla 101: Presupuesto de mano de obra	153
Tabla 102: Presupuesto de costos indirectos.....	157
Tabla 103: Gastos Administrativos.....	158
Tabla 104: Presupuesto del área de ventas	159
Tabla 105. Depreciación de activos fijos	160

Tabla 106: Costo de producción unitario y costo total unitario.	157
Tabla 107: Costos variables unitarios	157
Tabla 108: Costos Fijos	157
Tabla 109: Resumen de Costos Unitarios y Margen de Contribución	158
Tabla 110: Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros.....	159
Tabla 111: Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal	160
Tabla 112: Flujo de caja operativo en soles	161
Tabla 113: Flujo de capital en soles.....	161
Tabla 114: Flujo de caja económico en soles	162
Tabla 115: Flujo de caja de la deuda	162
Tabla 116: Flujo de caja financiero en soles	162
Tabla 117: Costo de Oportunidad - CAPM.....	163
Tabla 118: Cok Propio	163
Tabla 119: Costo Promedio Ponderado	164
Tabla 120. Flujo de Caja Económico	164
Tabla 121: Punto Equilibrio.....	165
Tabla 122: Cálculo de Punto Equilibrio	165
Tabla 123: Sensibilidad Precios.....	166
Tabla 124: Sensibilidad Demanda	167
Tabla 125: Sensibilidad Costo de Materia Prima.....	167
Tabla 126: Sensibilidad Costo de Personal.....	168
Tabla 127: Sensibilidad Multidimensional	168

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logo de empresa Quicao.....	12
Figura 2: Informe Técnico Muestra Quicao	16
Figura 3: Consumo de la Quinoa, por IMA Opinión y Mercado.	18
Figura 4: Evolución del ingreso real promedio	21
Figura 5: Producto Interno Bruto del Perú 2008-2018.....	25
Figura 6: Evolución del tipo de cambio del 2013 al 2018	26
Figura 7: Fotografía entrevista N° 1	38
Figura 8: Entrevista N° 2.....	39
Figura 9: Fotografía del Focus Group	41
Figura 10: Fotografía de Focus group.....	42
Figura 11: Genero.....	43
Figura 12: Edad	43
Figura 13: Distrito	43
Figura 14: Ingresos.....	44
Figura 15: Estado Civil.....	44
Figura 16: Compra de bebidas saludables.....	44
Figura 17: Dispuesto a consumir	45
Figura 18: Frecuencia de Compras.....	45
Figura 19: Momentos del día en consumo	45
Figura 20: Dispuestos a consumir.....	46
Figura 21: Precios por pagar.....	46
Figura 22: Porque consumes bebidas saludables.....	47
Figura 23: Compraría Quicao.....	47
Figura 24: Atributos del producto	47
Figura 25: Frecuencia de consumo por semana	48
Figura 26: Presentación del Producto	48
Figura 27: Tamaño sugerido	48
Figura 28: Influencia de Precio	49
Figura 29: Presentación del producto	49
Figura 30: Preferencia de Consumo	49
Figura 31: Lugares de Compra	50
Figura 32: Publicidad	50
Figura 33: Estacionalidad	50
Figura 34: Logo.....	56
Figura 35: Organigrama de la empresa	73
Figura 36: Diagrama de flujo de proceso	118
Figura 37: Diagrama de flujo de proceso operativo.....	119
Figura 38: Diagrama de Procesos BPM.....	120
Figura 39: Balanza.....	118
Figura 40: Balanza Analítica	118
Figura 41: Ubicación de local n°1	127
Figura 42: Local	127
Figura 43: Ubicacion N°2	127
Figura 44: Ubicación del local n°2.....	128
Figura 45: Ubicación del local n°3.....	128
Figura 46: Plano de Operaciones Quicao	131
Figura 47: Estructura de financiamiento.....	146

Introducción

En la actualidad, la tendencia en los consumidores, se ha reflejado en la búsqueda de productos a llevar una vida saludable que otorguen beneficios nutritivos a su organismo. Por ello, podemos decir que la demanda de bebidas saludables viene superando expectativas, la tendencia en el mundo y a nivel nacional, se enfoca en el consumo de productos sanos y nutritivos.

De acuerdo a la información obtenida de la AGENCIA PERUANA DE NOTICIAS ANDINA, la demanda de las bebidas saludables se está dinamizando y crece a un ritmo de 300 % debido a los mejores hábitos alimenticios de los peruanos.

El incremento del interés en el consumo de bebidas instantáneas con alto valor nutricional, según la información que obtuvimos de la encuesta de Liderazgo de productos comestibles del 2015 de IPSOS Apoyo, indica que la penetración de productos medianos para las bebidas instantáneas es del 30% al 59%.

El presente proyecto, Granos Quicao SAC, identifica esta oportunidad de negocio, validando la tendencia y crecimiento de consumo de alimentos y bebidas saludables. Los ingredientes principales de nuestro producto es el cacao en polvo, harina de quinua tostada provenientes de la sierra y Amazonía del Perú y un fortificador de hierro.

La quinua, como pseudo-cereal, conocida a nivel mundial aporta diferentes micronutrientes como el potasio, magnesio, calcio, fosforo, hierro, zinc y vitaminas de complejo B. Sobre el cacao podemos decir que es un fruto y un ingrediente destacado en los chocolates, cuenta con diferentes micronutrientes como el magnesio, fosforo, potasio. Utilizaremos un fortificador de alimentos, nuestro producto será elaborado naturalmente sin utilizar conservantes químicos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

Nuestra razón social será Granos Quicao Sociedad Anónima Cerrada y como nombre comercial será “Quicao”. Nuestro producto se comercializará como una bebida instantánea hecha a base de quinua, cacao y fortificante de hierro.

A continuación, en la figura 1, se muestra nuestro logo acorde a nuestro producto a ofrecer:



Figura 1: Logo de empresa Quicao
Fuente: Elaboración propia

El periodo de evaluación a considerar para este proyecto ha sido estimado en 5 años para poder cumplir los objetivos. Ello comprenderá desde el año 2019 al 2023, debido a que el presente año representa al año 0.

1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

La actividad del sector económico en el que se desarrolla Quicao es en el sector Industrial, en la categoría de industrias manufactureras como se detalla en el tabla 1,2 y 3.

Tabla 1: Descripción y Número de partida arancelaria

Categoría	Código	Industrias Manufactureras
División	10	Elaboración de productos alimentarios
Grupo	106	Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados
Clase	1061	Elaboración de productos de molinería

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2: *Código numérico que clasifica cada mercancía del cacao.*

Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco.
Capítulo	18	Cacao y sus preparaciones
Código	18.01	Cacao en grano, entero o partido
Régimen	1801.00.20.00	Tostado

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3: *Código numérico que clasifica cada mercancía de la quinua.*

Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco.
Capítulo	19	Preparación a base de cereales harina, almidón, fécula o leche: productos de pastelería
Código	19.04	Productos a base de cereales
Régimen	1904.10.00.00	Elaboración a base de cereales obtenidos por inflado o tostado

Fuente: Elaboración Propia

1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS

Nuestra empresa realizará la elaboración, envasado y distribución de nuestro producto, una bebida instantánea nutritiva a base de harina de quinua tostada, cacao en polvo y fortificante de hierro. El fortificante ayudaría a la absorción de los altos nutrientes que posee la quinua y el cacao en el organismo de nuestros clientes, además está libre de preservantes químicos y no contiene azúcar la elaboración es totalmente natural.

Nuestro público objetivo serán aquellos consumidores de bebidas nutritivas y que además cuiden de su salud. Hoy en día se habla de un estilo de vida en medio de caos y superación profesional a la vez, hemos detectado que el concepto de “Casual Healthcare”, es una tendencia a nivel alimenticio para quienes cuidan su salud a mayor escala.

Tabla 4: *Modelo CANVAS de Quicao*

Relaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmentación del mercado
Universidad Agraria Nacional Asociación de productores de quinua. Asociación de productores de cacao Proveedores certificados de harina de quinua y cacao.	Evaluación y selección de proveedores Capacitación al personal Calidad de producto Recursos clave Capital aporte de los socios Proveedores Personal capacitado	Contribuir con la absorción de los nutrientes que el cuerpo necesita. Ayudar a llevar una dieta balanceada brindando un alto valor nutricional. Producto rico en antioxidantes que refuerzan nuestro organismo.	Degustación del producto Información del producto en las redes sociales Recetas del producto en canal de YouTube Promociones Canales de distribución Canal Indirecto Distribuidores: • Supermercados • Tiendas por conveniencia • Minimarkets • Feria	Demográfico: Personas del NSE B y C Geográfico: Distritos de Lima Metropolitana Ocupación: Empleados
Estructura de costos Formación de la empresa Costes de personal Costos de insumos Costo de Publicidad Pago de planilla		Fuente de ingresos Ingresos por las ventas Transferencias bancarias Cheques Efectivo		

Fuente: Elaboración Propia

1.4 Descripción del producto

Quicao, será una bebida alternativa nutritiva. Actúa como un agente anti envejecimiento debido que es bebida natural de quinua y cacao 100% natural, sin preservantes y contiene un gran valor nutricional.

Nuestro público objetivo son hombres y mujeres, entre 26 a 45 años de edad, que residen en la zona 2, la cual comprende los distritos de San Martín de Porres, Independencia y Los Olivos. Asimismo, pertenecen al Nivel Socioeconómico B y C.

De acuerdo con Arellano, la relación entre los ingresos y la modernidad en los estilos de vida es indirecta. Por ello, nos enfocaremos en los siguientes estilos de vida

Los progresistas: Los hombres que están en constante búsqueda para su progreso familiar y/o personal. Son empresarios y obreros (formales e informales). Son hombres prácticos y/o estudian para empezar a trabajar más rápido.

Las modernas: Mujeres trabajadoras y/o estudiantes que buscan una realización profesional a la misma vez poder desarrollar la maternidad de manera regular. Se cuidan y se arreglan con mayor frecuencia en búsqueda de un reconocimiento de la sociedad.

Nuestro producto tendrá 7.48 g de grasa, 69.27 g de Carbohidratos, 14.36 g de Proteínas y 1.78 g de Ceniza en una porción de 100 g de muestra según el Informe técnico realizado en el laboratorio Certificaciones alimentarias hidrobiológicas y medio ambientales SAC. En la figura 2, se detalla la tabla de información nutricional y el % del Valor Diario.



CERTIFICACIONES ALIMENTARIAS
MICROBIOLÓGICAS Y MEDIO AMBIENTALES S.A.C.

Lima, 10 de Setiembre de 2018

INFORME TECNICO N° IT180910.02

Solicitud de Servicio de Ensayo : 20180903.01
Nombre del Solicitante : MARIA QUISPE CRUZ
Dirección Legal del Solicitante : AV. DOMINICOS MZ B. LOTE 26- SAN MARTIN DE PORRES
Procedencia de la Muestra : Muestra proporcionada por el Solicitante
Producto : M01 - MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR BEBIDA INSTANTÁNEA A BASE DE HARINA DE QUINUA TOSTADA Y CACAO EN POLVO, FORTIFICADO CON HIERRO
Cantidad y Presentación de Muestra : M01 (LM01, LQ01) - 08 unidades en frasco de vidrio con tapa rosca por 75 g c/u



TABLA DE INFORMACION NUTRICIONAL

TAMAÑO DE LA PORCIÓN: 100 g de muestra	
Calorías Totales = 401.84 Kcal	
Calorías provenientes de la grasa = 67.32 Kcal	
Calorías provenientes de la proteína = 57.44 Kcal	
Calorías provenientes de los carbohidratos = 277.08 Kcal	
Grasa (7.48 g / 100 g de muestra)	11.51
Carbohidratos (69.27 g / 100 g de muestra)	23.09
Proteína (14.36 g / 100 g de muestra)	28.72
Ceniza (1.78 g / 100 g de muestra)	--

*Los porcentajes del valor diario están en base a una dieta calórica de 2000 Cal (2000 Kcal), para adultos y niños de 4 años a más años de edad. Su valor diario puede ser mayor o menor, dependiendo de sus necesidades calóricas. (FDA - A Food Labeling Guide - Guidance for Industry.)

Figura 2: Informe Técnico Muestra Quicaco
Fuente: Elaboración propia

1.5 Oportunidad del negocio

El mercado actual nos ofrece una gran oportunidad de negocio con este tipo de producto. Según la información obtenida del Diario Gestión (2018):

“En los dos últimos años el consumo de productos nutricionales y de cosmética crecieron en Perú alrededor de 300%, cuadruplicando así el consumo, impulsado por un mayor cuidado de salud y apariencia personal de los peruanos, manifestó informó Teoma.” (p.22) Además, explica que a nivel mundial el apogeo está relacionado a la obtención de una vida saludable, modificando incluso sus habitantes. “En los dos últimos años el consumo de productos nutricionales y de cosmética crecieron en Perú alrededor de 300%, cuadruplicando así el consumo, impulsado por un mayor cuidado de salud y apariencia personal de los peruanos, manifestó informó Teoma” (p.25)

Nuestra oportunidad de negocio, como se señala, es el crecimiento del consumo de productos saludables y con mayor valor nutricional. Quicao presenta una bebida alternativa nutritiva de quinua y cacao con fortificante de hierro, con un buen sabor que beneficie y nutra a su organismo, es por ello que como productores y comercializadores Granos Quicao SAC ofrecemos una bebida alternativa.

1.6 Estrategia genérica de la empresa

Nuestro producto será elaborado con granos andinos de alto nivel nutricional, además de estar libre de residuos pesticidas y plaguicidas, cuenta con un valor agregado de un fortificante de hierro que permite a mayor porcentaje la absorción de los nutrientes en la ingesta de nuestro público objetivo.

El producto será soluble, tan solo disolverlo en agua caliente. Además, podrá tomarlo con leche y en jugos.

Enfoque

Nos enfocaremos en el segmento de mercado, Nivel Socio Económico B y C entre las edades de 26 a 45 años, hombres y mujeres que cuiden de su salud y consuman productos con valor nutricional.

De acuerdo con la información obtenida de IMA Opinión & Mercado, indica que el 85% de las personas consumen quinua dentro del rango de edad mencionada.

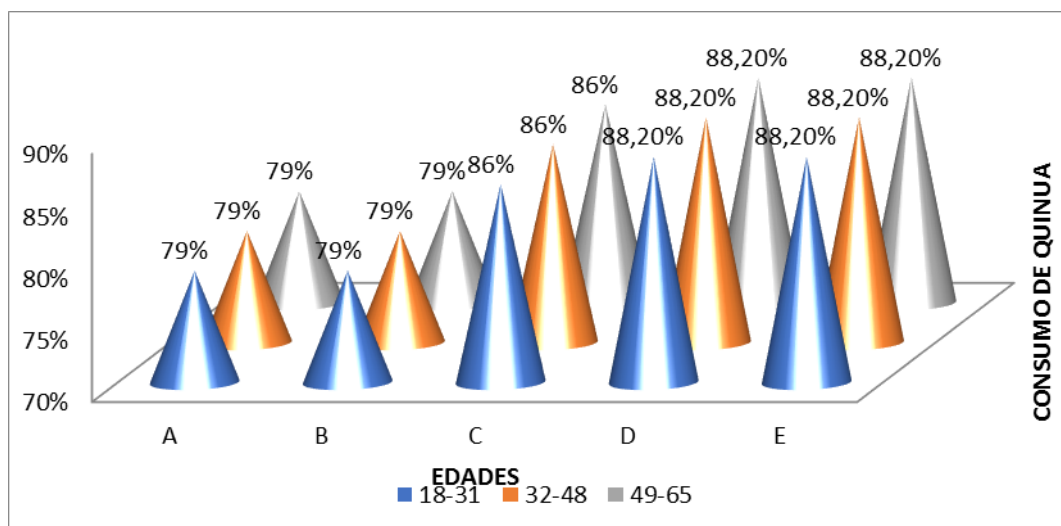


Figura 3: Consumo de la Quinua, por IMA Opinión y Mercado.
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis del Macro entorno

2.1.1 Del País

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

Las actividades hechas por el INEI, permiten conocer la cantidad de residentes en el Perú, el último censo arrojó una cifra de 31 millones 237 mil 385 personas al 2017, con esta cifra nos convierte en el 5to país que congrega a un mayor número de ciudadanos de América. El suelo Peruano es igual a 1 millón 285 mil 216 Km², ocupando el puesto 19vo en longitud. El Perú está dividido en 24 departamentos, 196 ciudades y 1 mil 854 distritos. El pueblo Peruano está conformado por tres regiones, la Costa es la región donde vive la gran mayoría de los ciudadanos con un 55,9% de personas, la Sierra está conformada por el 29,6% de pobladores y en la Selva el 14,5%.

La Capital del Perú es Lima, se encuentra en la región costa y está constituida por 9,985, 664 de residentes es la provincia más poblada, en segundo lugar se encuentra La Libertad 1, 882, 405, luego Piura 1, 858,617, Cajamarca 1, 533,783 y Puno 1, 429,098 habitantes; la suma de habitantes de estos distritos equivale al 53,0% del total de residentes.

Las zonas de mayores residentes están localizadas en Lima. Los siete distritos que exceden de 400, 000,000 residentes (San Juan de Lurigancho, San Martín de Porres, Ate, Comas, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores). Como:

San Juan de Lurigancho -1, 115,686 vecinos

San Martín de Porres 714,952 vecinos

Los habitantes en: Madres de Dios (140,508), Moquegua (182,333), Tumbes (240,590), Pasco (30,576), Tacna (346,013) y Amazonas (423,898).

Tabla 5 *Datos Generales del Perú.*

Superficie	1285215,6 km ²
Población	31,237,385
Capital	Lima
Moneda	Soles
Sistema político	Democrática
Esperanza de vida	75.2 años

Fuente: Elaboración Propia

2.1.2 Tasa de crecimiento de la población, Ingreso per cápita.

2.1.2.1 Población Económicamente Activa por sexo y tasa decrecimiento

Según INEI (2016) nos describe que:

En base a la información obtenida desde el censo realizado el 2014, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la tasa de crecimiento ha ido aumentando y las proyecciones al 2025 continua con descenso, podemos mencionar que hoy en día en el Perú se está trabajando con mayor énfasis en la planificación familiar.” (Sanchez, 2016)

En la Tabla 6 se muestra la población proyectada para el año 2050:

Tabla 6: *Estimaciones y Proyecciones de Población. Población Estimada y Proyectada por Sexo y Tasa de Crecimiento, según años calendarios 2017-2050*

Años	Población			Tasa de crecimiento media de la población total (por ciento)	
	Total	Hombres	Mujeres	Periodo	Periodo
				Quincenal	Anual
2017	31,826,018	15939059	15886959	1.05	1.07
2018	32,162,184	16,105,008	16,057,176		1.06
2019	32,495,510	16,269,416	16,226,094		1.04
2020	32,824,358	16,431,465	16,392,893		1.01
2021	33,149,016	16,591,315	16,557,701		0.99
2022	3,370,569	16,749,517	16,721,052	0.95	0.97
2023	33,788,589	1,905,832	16,882,757		0.95
2024	34,102,668	17,060,003	17,042,665		0.93
2025	34,412,393	17,211,808	17,200,585		0.91
2026	34,718,378	17,361,555	17,356,823		0.89
2027	35,020,909	17,509,419	17,511,490	0.85	0.87
2028	35,319,039	17,654,900	7,664,139		0.85
2029	35,611,848	17,797,523	17,814,325		0.83
2030	35,898,422	17,936,806	17,961,616		0.8
2031	36,179,425	18,073,072	18,106,353		0.78
2032	36,455,488	18,206,650	18,248,838	0.74	0.76
2033	36,725,576	18,337,037	18,388,539		0.74
2034	36,988,666	18,463,754	18,524,912		0.69
2035	37,243,725	18,586,288	18,657,437		0.69
2036	37,491,075	18,704,797	18,786,278		0.66
2037	37,731,399	18,819,602	18,911,797	0.62	0.64
2038	37,964,224	18,930,491	19,033,733		0.62

2039	38,189,086	19,037,259	19,151,827	0.59
2040	38,405,474	19,139,674	19,265,800	0.57
2041	38,613,529	19,237,788	19,375,741	0.54
2042	38,813,569	19,331,749	19,481,820	0.49
2043	39,005,416	19,421,483	16,583,933	0.49
2044	39,188,891	19,506,927	19,681,964	0.47
2045	39,363,812	19,588,014	19,775,798	0.45
2046	39,530,305	19,664,786	19,865,519	0.42
2047	39,688,488	19,797,293	19,951,195	0.38
2048	39,838,182	19,805,466	20,032,716	0.38
2049	39,979,209	19,869,231	20,109,978	0.35
2050	40,111,393	19,928,528	20,182,865	0.33

Fuente: Elaboración propia

2.1.2.2 Ingreso Per capital:

Según la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) correspondiente al año 2017, menciona que el ingreso promedio por persona al mes fue de 962 soles, la cifra obtenida representa una disminución del 1.5% respecto al año 2016 en el que se registraba un ingreso de S/. 977.00. (Sanchez, 2016)

Observamos que el ingreso ha tenido una disminución de 15 soles en el ingreso real per cápita.



Figura 4: Evolución del ingreso real promedio

Fuente: Elaboración propia

2.1.2.3 Población económicamente activa según ámbito geográfico

En base a la información obtenida del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), indica:

que la Población Económicamente Activa incremento de 57% a 62% en los últimos 10 años es decir un 5% en la cantidad de personas, podemos mencionar que la PEA comprende a la personas a partir de los 14 años a más en nuestro país Perú, que estuvieron trabajando en el periodo de referencia o buscando activamente trabajo. (sanchez, 2016)

Tabla 7: Población económicamente activa, según ámbito geográfico del 2012 al 2016.

Ámbito geográfico	2012	2013	2014	2015	2016
Total	16 143,1	16 326,5	16 396,4	16 498,4	16 903,7
Área de residencia					
-Urbana	12 115,1	12 345,2	12 436,4	12 584,1	13 066,1
Rural	4 028,0	3 981,3	3 960,0	3 914,3	3 837,6
Región natural					
Costa	8 854,0	8 889,0	8 888,9	8 984,1	9 331,7
Sierra	5 214,8	5 346,4	5 388,2	5 423,0	5 420,8
Selva	2 074,3	2 091,1	2 119,2	2 091,3	2 151,2
Departamento					
Amazonas	225,5	230,1	227,4	229,7	236,0
Ancash	607,7	602,6	627,5	625,6	630,5
Apurímac	246,2	254,2	257,6	267,1	262,2
Arequipa	660,7	698,8	700,2	693,1	691,1
Ayacucho	333,7	352,6	365,4	361,1	365,9
Cajamarca	778,4	814,2	815,1	823,3	846,9
Callao	521,4	526,1	535,9	538,1	562,5
Cusco	749,1	760,3	757,4	765,9	761,6
Huancavelica	254,4	254,8	262,7	257,4	262,0
Huánuco	444,9	452,5	459,7	468,8	463,1
Ica	415,5	418,1	417,6	400,9	421,2
Junín	695,2	695,9	707,5	719,6	735,2
La Libertad	947,9	942,7	954,5	952,6	978,2
Lambayeque	636,1	647,9	630,6	635,7	653,7
Provincia de Lima 1/	4 621,7	4 600,8	4 585,4	4 693,3	4 884,3
Región Lima 2/	486,4	477,7	476,9	489,7	503,4
Loreto	500,7	516,9	506,4	507,7	515,4

Madre de Dios	74,3	76,9	77,7	80,6	80,1
Moquegua	103,9	105,9	104,6	103,6	107,0
Pasco	158,8	160,9	157,4	160,4	167,0
Piura	898,0	917,6	920,7	913,1	923,2
Puno	783,6	803,4	817,4	802,0	795,9
Moquegua	103,9	105,9	104,6	103,6	107,0
Pasco	158,8	160,9	157,4	160,4	167,0
Piura	898,0	917,6	920,7	913,1	923,2
Puno	783,6	803,4	817,4	802,0	795,9

Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

En base a la información obtenida del INEI (2016) nos describe que:

en el tercer trimestre, las exportaciones ascendieron a US\$ 11 675 millones, monto superior en 18,4 por ciento respecto a similar periodo de 2016, por las mayores ventas al exterior de productos tradicionales (21,8 por ciento) y de productos no tradicionales (6,5 por ciento). Por su parte, las importaciones totalizaron US\$ 9 984 millones en el tercer trimestre, monto mayor en 9,6 por ciento respecto a similar período del año 2016. (Sanchez, 2016)

Tabla 8: *Balanza comercial año 2016 al 2017*

Balanza Comercial (Millones US\$)				
	IIIT.2016	IIIT.2017	Dif.	Var. %
1.-Exportaciones	9861	11675	1814	18.4
Productos tradicionales	7135	8688	1553	21.8
Productos no Tradicionales	2702	2957	255	6.5
Otros	24	31	7	29.2
2.-Importaciones	9111	9984	873	9.6
Bienes de consumo	2320	2497	177	7.6
Insumos	4019	4473	453	11.3
Bienes de capital	2718	2982	264	9.7
Otros Bienes	54	33	-21	-38.9
3.-Balanza Comercial	750	1692	941	

Fuente: Elaboración propia

La balanza comercial deposita V periodos seguidos de superávit, equivalente a US\$ 6, 000,000 en los últimos IV periodos, el pico más alto del IV periodo del 2012 (US\$ 6, 300,000).

2.1.3.1 Exportaciones

El Banco Central de Reserva del Perú reportó US\$ 22,000,000 equivalente en demanda monetaria por consumo, en papa de conserva US\$ 16,000,000 en colas de langostino con caparazón congeladas US\$ 11,000,000, uvas frescas US\$ 8,000,000 y camisetas de algodón US\$ 6,000,000.

El valor en bienes no tradicionales subió a un 5,5 % en marzo, en especial los agropecuarios 9,8% y siderometalúrgicos 30,6 %. La demanda por continente fue: Asia 55,8 %, Norteamérica 6,9 % y la Unión Europea 6,6%. La demanda de productos agropecuarios ascendió a US\$ 4, 000,000 1,3%, por el comercio de uvas frescas US\$ 8,000,000 y consumo de camarones equivalentes a US\$ 3,000,000, incrementando el valor de los productos, existe una tendencia positiva desde agosto del 2016. El mayor consumo estuvo orientado a Países Bajos y Estados Unidos.

2.1.3.2 Importaciones

El Banco Central de Reserva del Perú (2017) publicó lo siguiente:

En marzo del 2017, el valor de las importaciones totalizó US\$ 3 184 millones, monto superior en US\$ 367 millones (13,0 por ciento) al del mismo mes del año 2016. Ello debido a los mayores precios de importación, principalmente de insumos. Las importaciones de insumos mantuvieron las tasas positivas observadas desde agosto. (BCRP, 2017:p25)

Seguidamente, indica que “El índice de precios promedio de las importaciones se incrementó 7,4 por ciento, sexto mes de aumento, luego de mostrar reducciones durante la mayor parte del año 2016 como reflejo de los menores precios de insumos alimenticios e hidrocarburos.” (BCR, 2018: p.15)

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

2.1.4.1 Producto Bruto Interno (PBI)

INEI (2016) describe que: “El Producto Bruto Interno (PBI), indicador que mide el crecimiento de la producción de empresas de cada país dentro de su territorio, (MEF, 2018) periodo (trimestral, semestral y anual).” (MEF, 2018:p33)

Según la información obtenida del INEI (2016) dice que:

en el primer trimestre del año 2018, se observa que el PBI permanece constante durante el año 2017, mediante un crecimiento de 3.2% continuando con un resultado favorable de la demanda por el aumento de consumo y de inversión de contexto internacional. (Sanchez, 2016:p23)

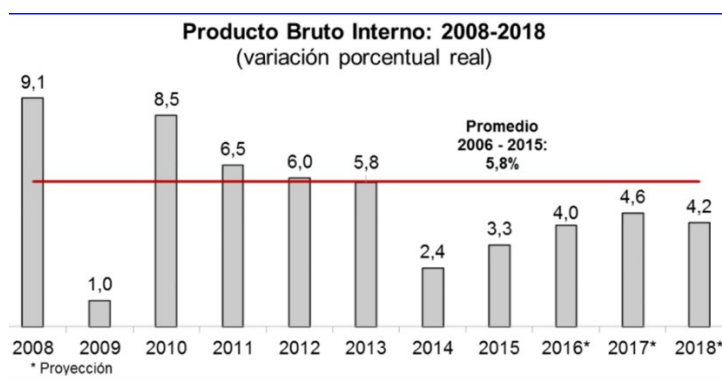


Figura 5: Producto Interno Bruto del Perú 2008-2018.
Fuente: Elaboración propia

2.1.4.2 Tasa de Inflación

La inflación interanual disminuyó de 3,17 por ciento en agosto a 1,54 por ciento en noviembre de 2017, principalmente por la reversión de los choques de oferta que afectaron a los productos agrícolas (déficit hídrico de finales del año 2016 y el Fenómeno El Niño Costero en el primer trimestre de 2017). El precio del limón disminuyó 62,7 por ciento entre setiembre y noviembre, y los precios de la cebolla y la papa decrecieron 16,4 y 5,7 por ciento, respectivamente. La inflación continuó con una baja del 2,57 % en agosto al 2,3% en noviembre. Asimismo el cambio de valor por producto se redujo en 3,87 % en agosto a 0,76 % en noviembre.

El BCRP desarrollo reglas en función a la variación de la inflación, el cual es construido en función a la información macroeconómica. En las normativas de inflación, se toma en cuenta, la inflación importada y las presiones inflacionarias de demanda que se valorizan por producto. La inflación anual se encuentra en el 2,0 % al final del 2017 y los primeros meses del 2018, a causa de los desastres climatológicos suscitados en el 2016 e inicios del 2017. (BCR, 2018)

2.1.4.3 Tasa de Interés

Las características de nuestra moneda nacional, genera en el país una estabilidad en el sistema financiero, cuando se trata de acceder a un préstamo, las tasas de interés

suelen ser más estables en el mercado. En el sistema bancario las transacciones bancarias interbancarias se redujeron de s/ 3,50 a s/3,25 en los meses de setiembre y noviembre; la % corporativo bajo de 3,64 a 3,52%. Las tasas para préstamo bajaron en todas las entidades, como sector consumo mediante las tarjetas de crédito.

Asimismo, las tasas de interés pasivas en empresas corporativas, fueron afectas a la tasa de referencia. Las tasas de interés aplicado a préstamos de 30 y 360 días de plazo entre setiembre y noviembre del 2017. Para las tasas pasivas corporativos se aplica de 1, 2 y 3 meses. Las tasas en dólares, influyo en una reducción para meses de 1 a 3 meses. En setiembre de 2017 la disposición de efectivo en dólares decreció a 2.08 % a lo que el BCRP tuvo que intervenir y arreglar dicho inconveniente monetario. (BCR, 2018)

2.1.4.4 Tipo de Cambio

La Balanza Comercial es la diferencia entre las exportaciones e importaciones, la cual asciende a 6266 millones de dólares. Podemos decir que el Perú exporta cada vez más debido al entorno externo favorable, por ello el ingreso de dólares evita que el tipo de cambio se eleve. El Banco Central de Reserva guarda dólares para que estos puedan ser vendidos en caso de que el dólar se incremente y así evitar que se dispare. El tipo de cambio es un factor importante en la economía de nuestro país y aún más para las empresas que importan mercadería, insumos y materia prima, favoreciendo a los exportadores y asimismo perjudicando a las empresas que mantienen deuda en ME ya que su dinero disponible en soles va disminuyendo. Según el BCRP nos informa que el tipo de cambio se ha ido incrementando desde el año 2014 al año 2017 afectando mucho a la economía mundial. (BCR, 2018)

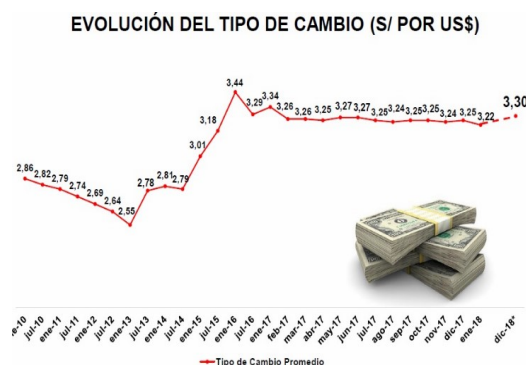


Figura 6: Evolución del tipo de cambio del 2013 al 2018
Fuente: Elaboración propia

2.1.4.6 Riesgo País

Es un indicador que mide la responsabilidad del Perú y sus obligaciones frente a sus pasivos externos , y la estabilidad política al no cumplir con el pago en el tiempo oportuno el interés será más alto que el acreedor, esto permite al país obtener una calificación que permite tener una buena imagen ante los demás mercados económicos. El riesgo en el Perú es medible con el EMBI+ (Emerging Markets Bond Index Plus). En la Tabla 9, se muestra los PBS con los que cuenta Perú.

Tabla 9: Banco Central de Reserva del Perú en función al Riesgo País – EMBIG

Riesgos País-EMBIG	
Puntos básicos (Pbs) al 11 de Enero de 2018	
País	Riesgo (Pbs)
1 Panamá	103
2 Chile	113
3 Perú	122
4 Uruguay	137
5 Colombia	164
6 Brasil	215
7 México	241
8 Rep. Dominicana	258
9 El Salvador	358
10 Argentina	363
11 Ecuador	453
12 Venezuela	4,925

Fuente: Elaboración propia

2.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

El estado peruano juega un papel importante en la industria. Se desarrolló la Ley General de Industrias Ley N° 23407 que hace referencia al incremento del valor monetario, en función a las actividades de trabajo de la organización y la inversión. Ley N° 27308 Ley Forestal y de Fauna silvestre, su objetivo tiene por funcionalidad priorizar la conservación de los recursos naturales. Con Resolución Ministerial N° 375-2008-TR la cual indica la Norma Básica de Ergonomía y de Procedimiento de Evaluación de Riesgo Disergonómico, con el objetivo de implementar dichos procedimientos dentro de la organización para mejorar las condiciones del personal. (BCR, 2018)

2.2 Del Sector

2.2.1 Mercado internacional.

Frutaron Health BU -Presenta Nutrat una nueva bebida instantánea, con todos los beneficios para una dieta saludable. NutraT, es una línea de fórmulas a base de polvos solubles que se disuelven fácilmente en agua, en refrescos o en productos lácteos. Es la línea completa mediterránea de salud de Frutaron, NutraT, es compatible con otros ingredientes para salud.

Empresa Tetra Pack. - Informa que la industria de bebidas de jugos a nivel mundial se encuentra en el extremo más alto del mercado, donde los consumidores del mercado disponible pueden pagar más por productos naturales que promueven la buena salud, donde los consumidores están dispuestos a pagar un precio premium por un jugo natural menos procesado.

Los consumidores buscan que estos productos se ajusten a la necesidad de salud y bienestar. Podemos decir que es evidente que algunos consumidores están dispuestos a pagar un precio premium por un jugo que entregue beneficios funcionales con ingredientes saludables y naturales lo que significa que las empresas puedan tener nuevos ingresos. La empresa Zenith Internacional. - Especialista en estudio de mercados en cuanto a la industria de nutrición y bebida, indica que esta industria estará creciendo un 5% a nivel mundial hasta el 2020, esta información es muy interesante para las empresas que desean expandirse.

NESTLE S.A. Nestlé es la más grande de las diez compañías, con unos ingresos de 103.500 millones de dólares en 2013 y un margen de beneficio de 11.200 millones. Tiene en planilla 333,000 empleados y según el informe Oxfam de 2013 'Behindthebrands' ('Tras la marca'), es la compañía con las mejores puntuaciones en transparencia, uso del agua o cambio climático." (Notimerica, 2014)

2.2.2 Mercado del consumidor.

Tomamos personas del NSE A y B, con un rango de edad de 26 – 45 años pertenecientes a la zona 2 de los distritos de Independencia, San Martín de Porras y Los Olivos, el cual está compuesto por hombres y mujeres, quienes desean llevar una dieta balanceada, consumiendo productos nutritivos beneficiosos para salud.

2.2.3 Mercado de proveedores.

Es importante analizar el mercado de los proveedores, porque estas empresas nos abastecerán con los insumos para la elaboración de nuestro producto, tenemos que conocer las diferentes alternativas que nos ofrece cada proveedor como: La disponibilidad de insumos, precios, condiciones de pago, experiencia en el mercado, cumplimiento en el tiempo de entrega, si cuentan con certificados de calidad, es de importancia considerar más de dos proveedores para no quedar desabastecidos, como es de conocimiento el mercado del proveedor es dinámico como los otros mercados

2.2.4 Mercado distribuidor.

La distribución de nuestro producto será indirecta, los intermediarios por los cuales llegaremos a nuestro consumidor final son los siguientes:

- Supermercados: Metro, Plaza Vea, Tottus
- Minimarket
- Tiendas por conveniencia: Tambo y Listo
- Tiendas naturistas

2.2.5 Mercado competidor.

Nuestros competidores son aquellos productos nutritivos que pueden satisfacer la necesidad de llevar una dieta balanceada, una vida sana como CS Orgánicos, América Orgánica del Perú, Yauvana, estas empresas solo ofrecen sus productos en sus propias tiendas y en supermercados, la presentación de sus productos es en bolsa y en lata.

2.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Reglamento sobre la Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos

Decreto legislativo N°1062.- Ley de inocuidad de los Alimentos y en concordancia con los Principios Generales de Higiene de Alimentos del Codex Alimentarius.

El presente decreto establece normas, condiciones y requisitos sanitarios, que deberán cumplir todas las empresas involucradas a la fabricación, almacenamiento, elaboración, transporte y el expendio, así como la importación y exportación de los alimentos que son destinados al consumo humano donde se garantice el sistema integrado de la inocuidad de los alimentos.

2.2.6.1 Norma Técnica Peruana 209.654:2006 (revisada el 2014)

Alimentos envasados: Etiquetado y declaración de propiedades de alimentos.

2.2.6.2 Marco de Licencia de Funcionamiento LEY N°28976

La Ley de Marco de Licencia de Funcionamiento, establece el procedimiento para el otorgamiento de Licencia de Funcionamiento que expide las municipalidades donde facilitan el desarrollo de actividades comerciales y económicas.

2.2.6.3 Ley General de Sociedades N°26887

Menciona reglas aplicables para todas las sociedades que se constituye en el territorio peruano, donde la sociedad constituida aporta bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas

2.3 Análisis del Microentorno

2.3.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Hoy en día podemos decir que el mercado de bebidas saludables es competitivo, actualmente existe un incrementó de preferencia por bebidas saludables. El cliente moderno apostará por una oferta más saludable (con bebidas y alimentos que pueden costar más, pero aseguren bienestar y salud) Según Flavia Maggi –IPSOS 2018. Lo cual genera que el mercado de bebidas saludable se dinamice y por ello la competencia en este segmento comience a ponerse más activa, desarrollando nuevas propuestas para el consumidor, trabajando más en su red de distribución y publicidad.

A continuación, en la tabla 7 mencionaremos nuestros competidores:

Tabla 10: *Productos de la competencia*

EMPRESA	PRODUCTO	PRSENTACION	PRECIO
Yauvana	Bebida instantánea a base de quinua y cacao endulzada con Stevia	180 GR	S/30
América Orgánica del Perú	Bebida instantánea de quinua	250 GR	s/ 29
CS Orgánicos	Bebida instantánea a base de Kiwicha, Quinua , Maca y Cacao	300gr	s/33

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Fuerza negociadora de los clientes.

El poder de negociación de nuestros clientes es alto, porque hoy en día el consumidor se preocupa más que antes por su alimentación y por llevar una vida saludable comprando productos que aporten nutrientes en su organismo.

Llegaremos a nuestros clientes potenciales mediante canales de distribución, quienes serán los que mostrarán nuestro producto, en cada punto de distribución con la

degustación e información relevante de nuestro producto, también trabajaremos en nuestra publicidad.

2.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Es importante conocer y llevar una buena relación comercial con las empresas que nos abastecerán con la materia prima para la elaboración de nuestra bebida instantánea.

Nuestros principales ingredientes son el cacao en polvo y la harina de quinua tostada, existen diversos proveedores que comercializan estos insumos, pero hemos seleccionado a empresas que cuenten con certificados de calidad, ficha técnica y que tengan tiempo en el mercado, así mismo hemos evaluado sus precios, para tener en nuestra cartera de proveedores más de dos opciones.

En cuanto a la materia prima indirecta como frasco de vidrio, etiquetas y otros seguiremos el mismo procedimiento para la selección de proveedores.

2.3.4 Amenaza de productos sustitutos.

La gran mayoría de productos cuenta con un sustituto, nuestro producto podría ser reemplazado por los siguientes productos como: La avena, cocoa, café instantáneo, infusiones y yogurt.

2.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

Las barreras de entrada para este sector de bebidas saludables son bajas por ello su ingreso al mercado será rápido, las empresas establecidas pueden sacar productos similares o pueden ingresar nuevas empresas que estén dispuestas a incursionar en este sector.

CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO

3.1 Visión y misión de la empresa

3.1.1 Visión:

Para el 2023 ser una empresa reconocida por la elaboración de productos de calidad y su vez preservando los valores nutricionales empleando productos exclusivamente peruanos que contribuye positivamente a la alimentación, salud y bienestar de sus consumidores.

3.1.2 Misión:

Somos una empresa peruana dedicada a contribuir positivamente a la alimentación de nuestros consumidores generándoles bienestar ofreciéndoles un producto de calidad, 100% natural a base de harina de Quinoa tostada y polvo de Cacao con fortificante de hierro con un alto valor nutricional, elaborado mediante procesos amigables con el medio ambiente y a su vez responsables ante la sociedad.

3.2 FODA

3.2.1 Oportunidades

- O1-Concepto de un Estilo de vida saludable mejor posicionado, en los últimos años.
- O2-Incremento de enfermedades como el cáncer de colon, celiacas, colesterol, sobrepeso, estrés, migraña.
- O3-El desarrollo de negocios orientados al cuidado personal, como gimnasios, escuelas de baile, actividades deportivas etc.
- O4-Incremento y preferencia de compra en tiendas como tambo, fast, mass, etc.

3.2.2 Fortalezas

- F1-Bebida instantánea con alto valor nutricional, rico en gluten y teobromina.
- F2-Bebida instantánea con ingredientes 100% nutritivos, libre de preservantes químicos.
- F3-Contar con el 75% financiamiento propio.
- F4-Se cuenta con la aprobación de un ingeniero de alimentario.

3.2.3 Amenazas

- A1-Introducción al mercado con productos similares al nuestro y que sean marcas reconocidas
- A2-Pocas barreras de entrada para competidores.

A3-Inestabilidad Política, no genera un clima laboral confiable y seguro.

A4-La presencia de huelgas nacionales y variación en la estacionalidad de producción lo cual genera incremento en los precios de la materia prima.

3.2.4 Debilidad

D1-Falta de experiencia al ser nuevos en el mercado.

D2-Falta de conocimiento del consumidor sobre los beneficios.

D3-Poca acceso al solicitar crédito por ser empresa nueva.

D4-Baja presencia en los medios publicitarios.

Tabla 11: *Matriz FODA*

Factores Internos / Factores Externos	Fortaleza	Debilidad
	F1-Bebida instantánea con alto valor nutricional, rico en gluten y teobromina.	D1-Falta de experiencia como empresa al ser nuevos en el mercado.
	F2-Bebida instantánea con ingredientes 100% nutritivos, libre de preservantes químicos.	D2-Falta de conocimiento del consumidor sobre los beneficios.
	F3-Contar con el 75% financiamiento propio.	D3-Poca acceso al solicitar crédito por ser empresa nueva.
	F4-Se cuenta con la aprobación de un ingeniero de alimentario.	D4-Baja presencia en los medios publicitarios.
Oportunidad	Estrategia OF	Estrategia OD
O1-Concepto de un Estilo de vida saludable mejor posicionado, en los últimos años.	O1-F1 Resaltar los beneficios del producto mediante un estilo de vida saludable.	O1-D1 Introducirnos en el mercado como una nueva opción de compra, bajo el concepto de estilo de vida saludable.
O2-Incremento de enfermedades como el cáncer de colon, celiacas, colesterol, sobrepeso, estrés, migraña.	O2-F2 Introducir al mercado un producto nutritivo frente a las enfermedades.	O2-D2 Difundir los beneficios de nuestro producto sobre algunas enfermedades.
O3-El desarrollo de negocios orientados al cuidado personal, como gimnasios, escuelas de baile, actividades deportivas etc.	O3-F3 Invertir en el mercado con un 75% de capital propio en nuestro producto para atender a futuros clientes.	O3-D3 Solicitar un préstamo para nuestro producto bajo la gestión de negocios relacionados a un estilo de vida saludable.
O4-Incremento y preferencia de compra en tiendas como tambo, fast, mass, etc.	O4-F4 Incluir en nuestra presentación el laboratorio que aprueba nuestro producto.	O4-D4 Difundir los lugares de compra y beneficios del producto en los lugares de compra de mayor aceptación.
Amenaza	Estrategia AF	Estrategia DA
A1-Introducción al mercado con productos similares al nuestro y que sean marcas reconocidas	A1-F1 Resaltar los ingredientes naturales y beneficios del producto frente a otros productos.	A1-D1 Tomar la experiencia de cada socio para poder confrontar la competencia en el mercado.
A2-Pocas barreras de entrada para competidores.	A2-F2 Informar al consumidor y evidenciar la aprobación del producto en un laboratorio.	A2-D2 Fortalecer las barreras de entrada para una mejor accesibilidad a préstamos.
A3-Inestabilidad Política, no genera un clima laboral confiable y seguro.	A3-F3 Al contar con gran parte del capital nos permite dar tranquilidad al personal con sus pagos.	
A4-La presencia de huelgas nacionales y variación en la estacionalidad de producción lo cual genera incremento en los precios de la materia prima.		

Fuente: Elaboración propia

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

Elaborar un producto soluble 100% natural de alta calidad a base de Quinoa, Cacao y fortificante de hierro con alto valor nutricional, para personas que buscan una alternativa sana y saludable para su alimentación.

3.3.2 Objetivos estratégicos

- Lograr una participación inicial del 3.4% en el primer año, esto se lograra mediante una estrategia de marketing que nos permita llegar a la mayor cantidad de público.
- Lograr una publicidad estratégica con un lenguaje claro y sencillo fácil de llegar a un público en general a través de las redes sociales, para el 1er año se designar el 5% en medios publicitarios.
- Posicionar a Quicao en el mercado peruano como un alimento saludable y altamente nutritivos, elaborados a base de ingredientes 100% peruanos y resaltar el origen de sus lugares para promover la actividad turística de dichos lugares.
- Lograr un Incremento de las ventas 6% anual en promedio

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Criterios de segmentación.

Geográfico:

Zona: 2 (Conformada por los Distritos de San Martín de Porras, Independencia y Los Olivos), según CPI 2017

Demográfico:

Personas

Socioeconómico:

Nivel socio económico B y C.

Edad:

26 – 45 años

4.1.2 Marco Muestral

El marco muestral es la población del segmento donde realizaremos la investigación, en nuestro caso solo tomaremos unidades muestrales que pertenecen a la población del segmento que se ha seleccionado.

Hallamos el tamaño de la muestra, con la cantidad de la población que hemos seleccionado.

Población Infinita (N > 100,000)

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

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

$$n = 385 \text{ muestra}$$

Tabla 12: Descripción de variables

VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE VARIABLE	VALOR
n	Tamaño Muestral	385
p	Probabilidad a favor	0.5
q	Probabilidad en contra	5%
E	Error	5%
N	Población Objetivo	286, 350
Z	Confiability	1.96% para 95%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Descripción de variables en la zona 2 para Quicao

ZONA	DISTRITO	Población Total 2018	26 a 45 AÑOS		NSE B y C	Segmento mercado 2018	% Cuota	# Encuestas
ZONA 2	Independencia	225,048	28.00%	63,013	75.80%	47,764	17%	64
	Los Olivos	388,594	28.00%	108,806	75.80%	82,475	29%	111
	San Martin de Porres	735,538	28.00%	205,951	75.80%	156,111	55%	210
		1,349,180		377,770		286,350	100%	385

Fuente: Elaboración propia

4.2 Entrevistas a profundidad.

4.2.1 Entrevista a Profundidad N° 01:

Entrevista a profundidad a la ejecutiva e ventas de Yauvana

Con el objetivo de conocer la situación actual de bebidas saludables se realizó una entrevista a la ejecutiva de ventas de la empresa Yauvana.

Tabla 14: Datos de entrevista de profundidad N°1

Datos	
Nombre	Martha Liley Vera Toro
Profesión	Ejecutiva de Ventas
Experiencia en el mercado	3 años
Fecha de entrevista	11/09/2018

Fuente: Elaboración propia

Yauvana tiene 8 años en el mercado de bebidas orgánicas. Su producto está hecho a base de kiwicha, quinua y maca 100% natural, 0% grasa, libre de perseverantes, no contiene cafeína con un gran valor nutricional en potasio, zinc, etc. Lo que se busca es tener distintos distribuidores ubicados estratégicamente en los distintos conos para poder

cubrir la demanda esto se planea llegar al 2020 con 15 distribuidores. No manejan estrategias de promoción agresivas; ya que para ellos su mejor promoción es la recomendación de boca en boca.

Su idea es poder exportar a otros países, hace poco tuvo una reunión con el gerente general de Sierra Exportadora, quien le manifiesta CS Orgánica, es una bebida muy buena con gran potencial para expórtala, pero requiere algunas modificaciones con respecto al nombre, al ser muy largo le sugiere trabajar en un nombre más corto o abreviado para una fácil pronunciación.

Conclusiones de la Entrevista a Profundidad

- Buena idea de alta rentabilidad.
- Antes de ofrecer el producto en las tiendas, usarlo para eventos y ferias.
- La asociación permite elevar la fuerza de negociación con los proveedores.
- El producto no solo entra por los ojos, también por el paladar porque el producto podrá tener una presentación llamativa, pero también tiene que ser del gusto del consumidor.
- Cuando se participe en ferias siempre hay tener los papeles de certificar los valores nutricionales del producto; ante alguna negatividad de un cliente para poder confrontarlo.



Figura 7: Fotografía entrevista N° 1
Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Entrevista a Profundidad N° 02:

Entrevista de profundidad al Ingeniero Alimentario

Con el objetivo de obtener conocimiento sobre la elaboración de una bebida natural se realizó la entrevista al Ingeniero de Alimentos:

Tabla 15: *Datos del entrevistado de profundidad N°2*

Datos	
Nombre	Luis Gonzales Rojas
Profesión	Ingeniería Alimentaria
Experiencia Laboral	4 años
Fecha de entrevista	5/09/2018

Fuente: Elaboración propia

Sobre el negocio

En el Perú existe una creciente demanda por bebidas instantáneas naturales sin conservantes químicos, que nos ayude a mantener nuestro organismo saludable.

Sobre Nuestra Idea: El Ing. Luis Ángel Rojas tiene 4 años de experiencia laboral en empresas de alimentos en laboratorios y organismo de inspección de alimentos.

Como conocedor del tema nos sugirió añadir un fortificante de hierro a nuestra bebida instantánea a base de harina de quinua tostada y cacao en polvo lo cual sería nuestro valor agregado al producto, para que este fortificante pueda ayudar con los componentes nutritivos de los insumos con los cuales elaboraremos la bebida.

Conclusiones de la Entrevista a Profundidad

Buena idea de alta rentabilidad, por qué usaremos insumos muy conocidos por su alto valor nutricional como la quinua, cacao y el fortificante



Figura 8: Entrevista N° 2

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Entrevista a Profundidad N° 03

Entrevista de profundidad (Proveedor)- Natural Merril

Se realizó con el objetivo de conocer a la empresa quien nos abastecerá con los insumos directos del producto

Tabla 16: *Datos de entrevistado de profundidad N°3*
Datos

Nombre	Melissa Avalos Tiburcio
Profesión	Lic. Tecnología de Alimentos
Experiencia Laboral	3 años
Fecha de entrevista	7/09/2018

Fuente: Elaboración propia

Sobre el negocio

La empresa peruana Yauvana SAC, cuenta con 4 años en el mercado dedicada a la comercialización y exportación de productos naturales donde trabaja a la par con las comunidades. La Señorita Melissa Avalos Tiburcio como Administradora nos informa que es una empresa rentable ya que ahora el consumo de granos andinos tiene una alta demanda.

Sobre Nuestra Idea

Su aporte para nuestra elaboración de nuestra bebida instantánea fue usar la harina de quinua tostada debido a sus características físicas de la materia textura, homogéneo, pulverizada con facilidad de disolución para garantizar la inocuidad y calidad de su producto nos certificado de calidad.

4.3 Focus Group

4.3.1 Focus Group N° 01

El Focus group fue realizado en un ambiente cerrado y acondicionado, donde primero hicimos una pequeña introducción de nuestro producto, luego realizamos preguntas enfocadas a nuestro producto, se dio a degustar el producto para conocer la percepción de los participantes y escuchar sus opiniones.

4.3.1.1 Ficha técnica cualitativa

La ficha técnica se encuentra en la tabla 17

Tabla 17: *Ficha Técnica del Focus Group 1 Y 2*

Datos	Focus 1	Focus 2
Fecha	11-09-2018	12-09-2018
Participantes	26 – 45 años	26 – 45 años
N- Participantes	8	8
Residencia de los Participantes	Zona 2	Zona 2
Nivel Socioeconómico	B y C	B y C
Duración	1 hora	1 hora
Objetivos	Identificar sus reacciones al momento de elegir Quicao.	Identificar la percepción del producto
	Reconocer cuales son las razones por la cual elegirían nuestro producto.	Identificar la presentación que sea del agrado de los participantes
	Evaluar la aceptación de nuestro producto.	Evaluar la aceptación de nuestro producto

Fuente: Elaboración propia

Registro de Fotos de Focus Group N°1 NSE B y C



Figura 9: Fotografía del Focus Group

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

De acuerdo con los Focusgroup realizados se concluye:

4.3.1.2 Perfil del Cliente

Los consumidores están dispuestos a pagar por nuestra bebida instantánea en un rango de s/14 – s/16; por el gran valor nutricional que aportan la quinua y cacao.

Los consumidores en su mayoría optaron por servirse una cuchara de nuestro producto, asimismo no hubo la necesidad de que le adicionaran azúcar, como máximo

una cucharada; ya que según comentaron sentían el azúcar. Quicao sacará al mercado una presentación de 100 gramos; por lo que varios de los participantes indicaron que también optarían por una presentación más familiar.

Durante el Focusgroup se realizaron distintas degustaciones con distintos productos (Quicao con leche / Quicao en agua caliente/ Quicao en agua fría con limón) los consumidores manifestaron no tener ningún problema en consumirlo durante todo el año. Los participantes indicaron que lo incluirían en su consumo diario, de preferencia en los desayunos.

4.3.1.3 Validación del producto

Como Quicao es una bebida instantánea de quinua y cacao, para determinar la mezcla se optó por llevar dos tipos de combinaciones. Una de ellas tenía mayor porcentaje de quinua que cacao y la segunda muestra al inverso; luego de las degustaciones hechas, el público optó por la mezcla que llevaba más quinua que cacao.

(a) Los participantes se encontraron de acuerdo con el envase de vidrio; ya que se conservaría mejor el producto y así como los nutrientes. (b) En el tema del color del producto al ser un marrón más claro, los consumidores manifestaron una reacción positiva al no interferir en su decisión de compra

Y finalmente, los participantes indicaron que por cuestiones de tiempo y un tema de facilidad prefieren visualizar las promociones en las redes sociales. Dentro de los participantes uno de ellos manifestó no ser partidario del consumo de la quinua, por lo que al probar Quicao sería una alternativa de consumo; al no mostrar ninguna reacción de desagrado por el sabor.



Figura 10: Fotografía de Focus group
Fuente: Elaboración propia

4.3.1.4 Cambios

A través del Focus group se determinó utilizar en menor cantidad el cacao y mayor porcentaje de quinua para la fórmula.

Se cambió de presentación por una de vidrio de 100 g.

4.4 Encuestas

Para nuestro proyecto se ha desarrollado la cantidad de 385 encuestas virtuales. A Continuación, los resultados obtenidos de la encuesta:

1. Género:

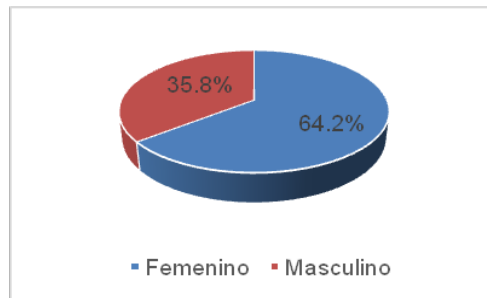


Figura 11: Género
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El género predominante es el Femenino entre los entrevistados, con un porcentaje mayor en 28.40%.

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

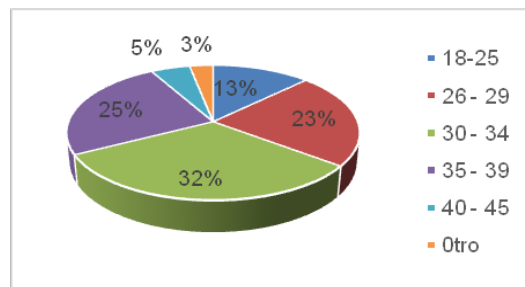


Figura 12: Edad
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Respecto a las edades de las personas encuestadas se obtiene un 31.6% de 30 a 34 años, encontrándose dentro de nuestro público objetivo.

3. ¿En qué distrito reside?

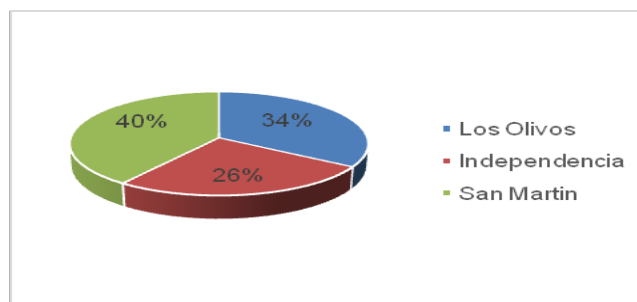


Figura 13: Distrito
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: EL 26,6% de los encuestados pertenecen al distrito de Independencia, el 34% a Los Olivos y el 40% a San Martín de Porres correspondiente a la zona 2.

4. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

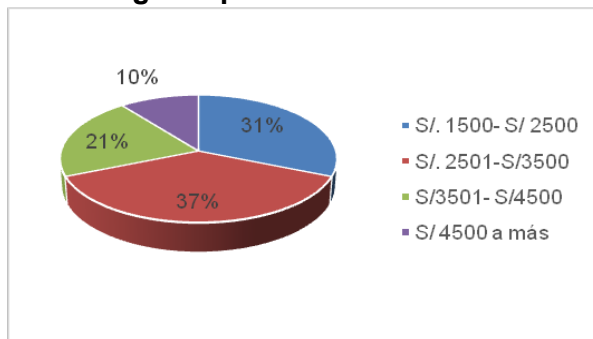


Figura 14: Ingresos
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: EL 37,3% de nuestros encuestados tiene un ingreso promedio del S/2501 a S/.3500.

4. Indique su estado civil

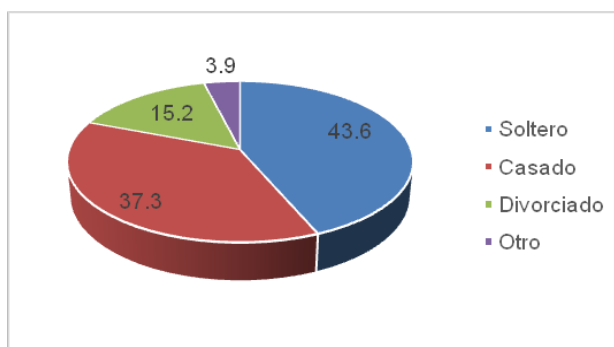


Figura 15: Estado Civil
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Respecto al estado civil de los encuestados, resulta que el 43.6% son solteros y el 37.3% son solteros. Además, con un 15,2% son divorciadas.

5. ¿Compra bebidas instantáneas saludables?

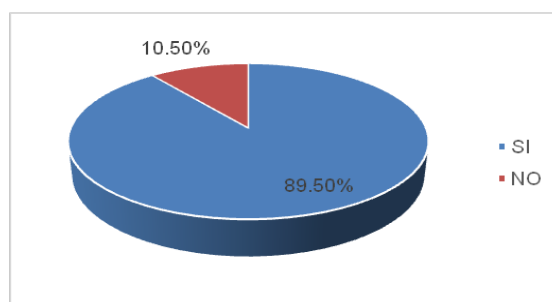


Figura 16: Compra de bebidas saludables
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la encuesta, un 89,5% consumen actualmente bebidas saludables.

6. ¿Está dispuesto a consumir bebidas instantáneas con alto valor nutricional?

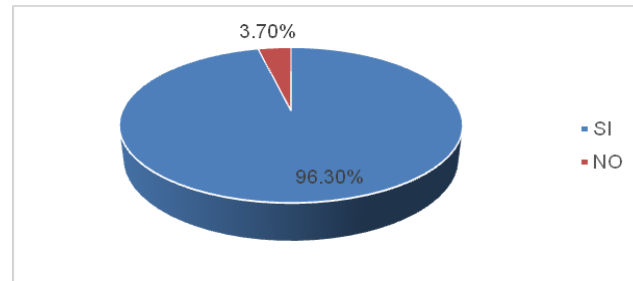


Figura 17: Dispuesto a consumir
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 96,3% de los encuestados se encuentran dispuestos a consumir bebidas saludables.

7. ¿Con qué frecuencia consume bebidas instantáneas con alto valor nutricional?

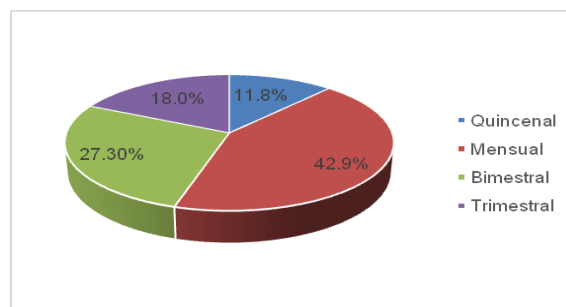


Figura 18: Frecuencia de Compras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La frecuencia de consumo es diaria en un 31% e Inter diario un 28,4%.

8. ¿En qué momento del día consume la bebida instantánea con alto valor nutricional?

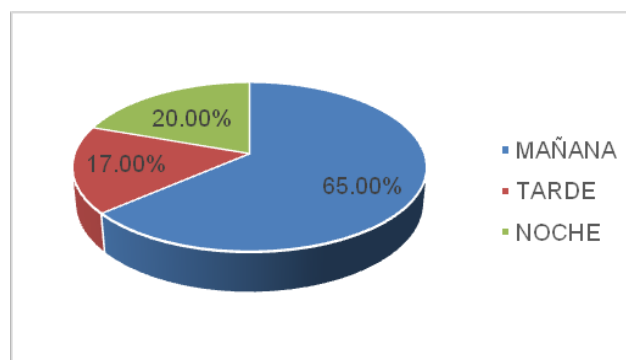


Figura 19: Momentos del día en consumo
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Las encuestas indican que en la mañana se consumen 65,8%, en la tarde 17,3% y en la noche 20,4%.

9. ¿Estaría dispuesto a consumir, una bebida instantánea a base de harina de quinua y cacao?

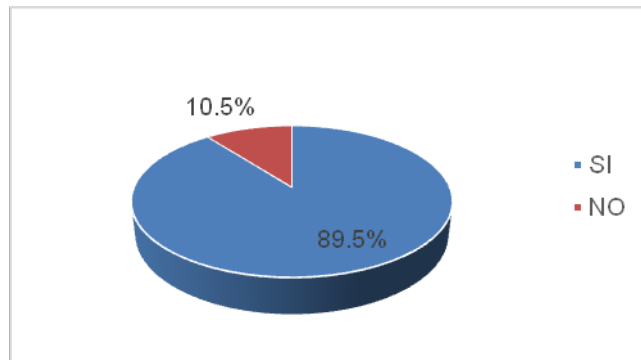


Figura 20: Dispuestos a consumir
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 89.5% estaría dispuesto a consumir el nuevo producto, mientras que el 10.5% no está lo haría.

10. ¿Cuánto es el precio que paga por una bebida instantánea con alto valor nutricional en presentación de 75 gr?

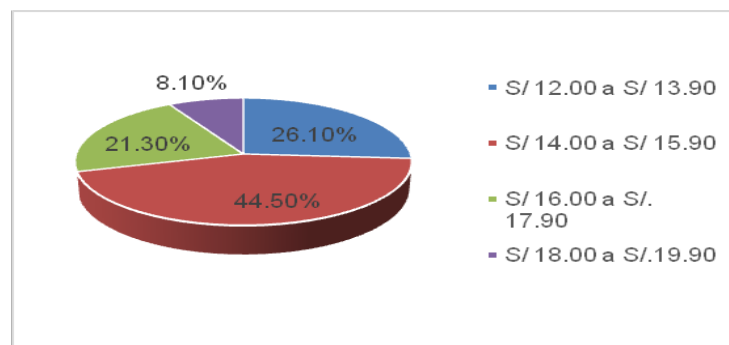


Figura 21: Precios por pagar
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El precio en una presentación de 75 gr sería de 10 a 12 soles con una aceptación de 49,80%, y en S/ 13 a s/15 con 29,40%.

11. ¿Cuál es el motivo más relevante por el cual consume una bebida instantánea con alto valor nutricional?

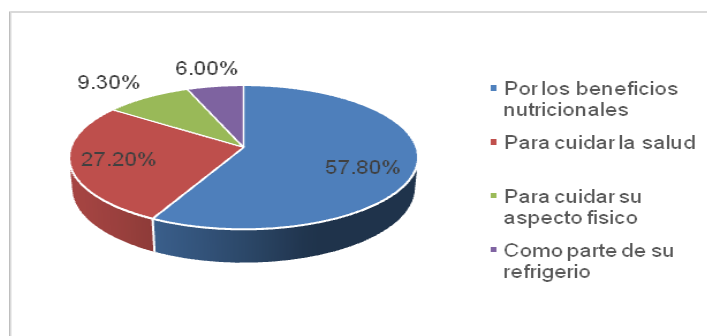


Figura 22: Porque consumes bebidas saludables

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 57,8% de los encuestados consume bebidas naturales por los beneficios nutritivos de los mismos.

12. ¿Compraría nuestra bebida instantánea con alto valor nutricional a base de quinua y cacao con fortificante de hierro?

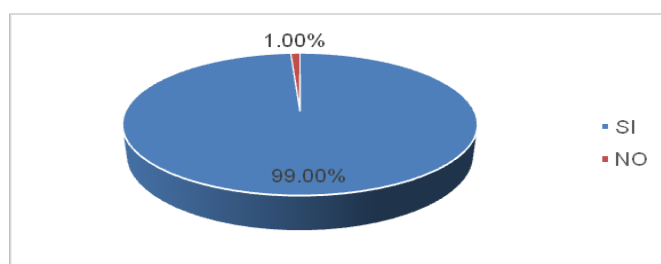


Figura 23: Compraría Quicao

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 99 % de los encuestados compraría nuestro producto.

13. ¿Cuál es el atributo que consideraría más importante de nuestra bebida instantánea natural Quicao?

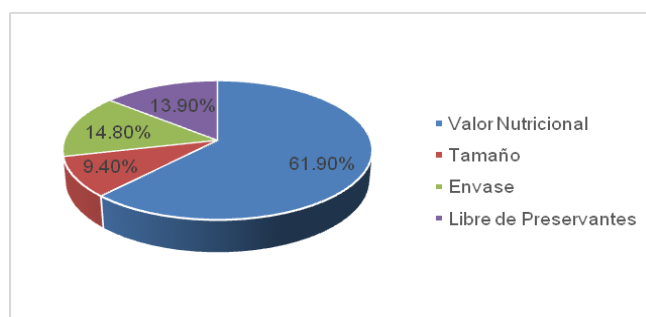


Figura 24: Atributos del producto

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados prefieren el 61,9% el valor nutricional. El 13.90% prefieren valoran que sea libre de preservantes.

14. ¿Con qué frecuencia consumiría nuestra bebida instantánea con alto valor nutricional?

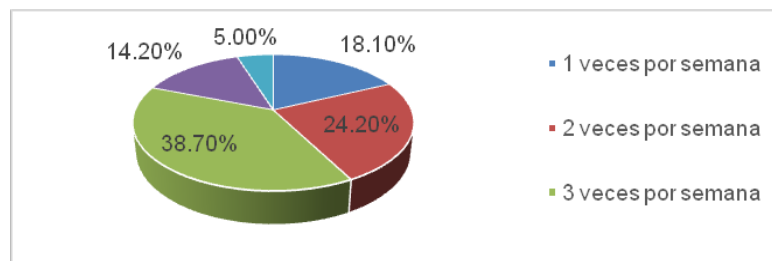


Figura 25: Frecuencia de consumo por semana
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 38,7% de los encuestados consumiría 3 veces por semana y el 24,2% 2 veces por semanas.

15. ¿Qué presentación prefiere para nuestro producto?

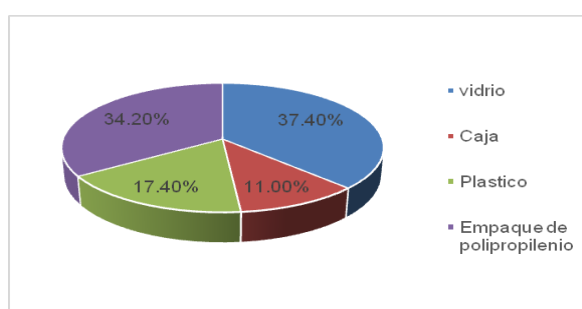


Figura 26: Presentación del Producto
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 37,4% prefiere nuestro producto en presentación de vidrio y el 34,2% el empaque de polipropileno.

16. ¿En qué tamaño le gustaría adquirir nuestra bebida natural de Quinoa?

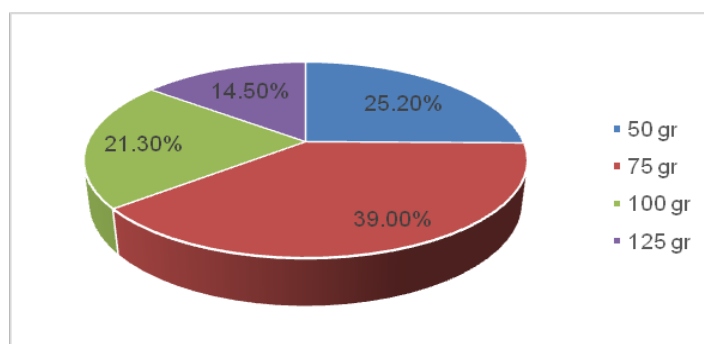


Figura 27: Tamaño sugerido
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El tamaño que les gustaría a los encuestados es de 39 % es de 75 gr y el 25,2% es de 50 gr.

17 ¿Qué tanto influye el precio al momento de comprar nuestra bebida instantánea?

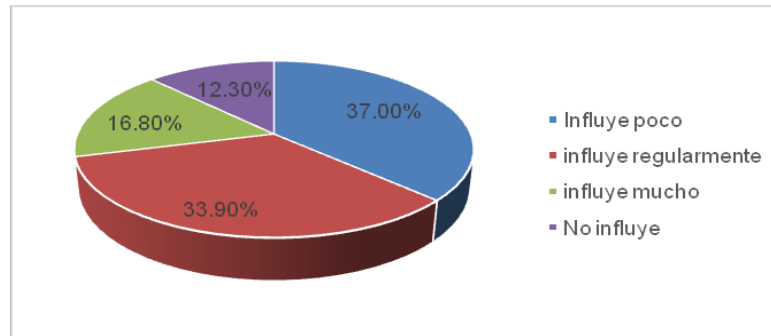


Figura 28: Influencia de Precio
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el precio influye poco en el 37,1% y el 33,9% influye regularmente.

18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el tamaño de presentación?

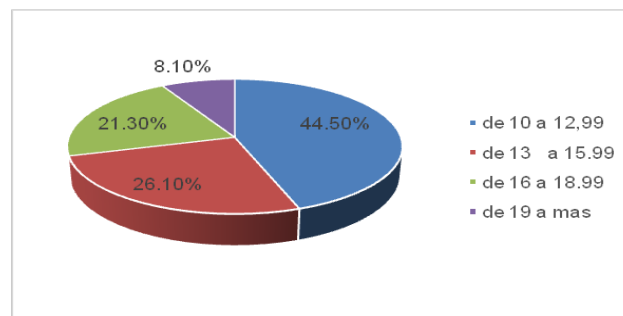


Figura 29: Presentación del producto
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El precio indicado por 44,5% los encuestados es de S/ 10:00 a 12.00 soles.

19. ¿Qué marcas de bebida instantánea consume?

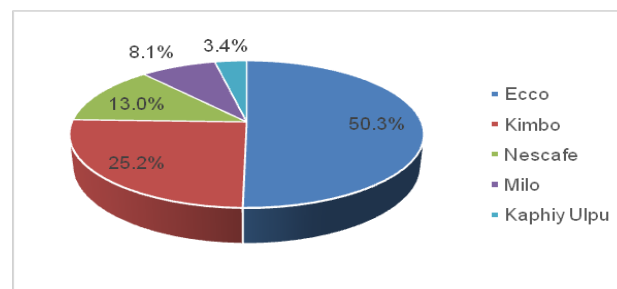


Figura 30:

Preferencia de Consumo
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Para las bebidas instantáneas del mercado, Ecco tiene una preferencia de Ecco, 25.2% en Kimbo.

20. ¿En qué lugar preferiría adquirir bebida instantánea Quicao?

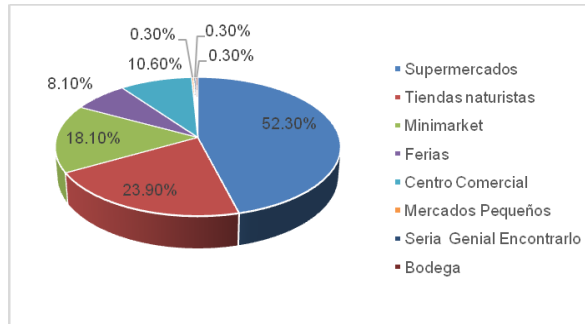


Figura 31: Lugares de Compra
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la encuesta del 62,3% prefieren comprar en Supermercado y 23,9% en tiendas naturistas.

21. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra bebida natural Quicao?

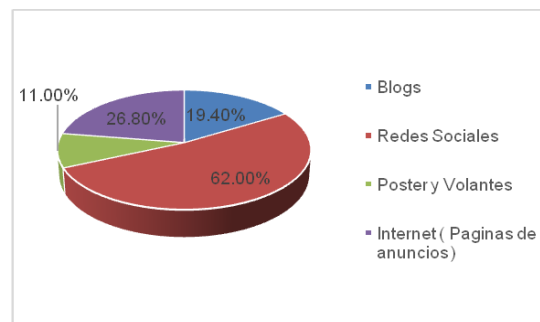


Figura 32: Publicidad
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según las encuestan prefieren enterarse en redes sociales en 62,3%.

22. ¿En qué temporada usted prefiere comprar nuestro producto?

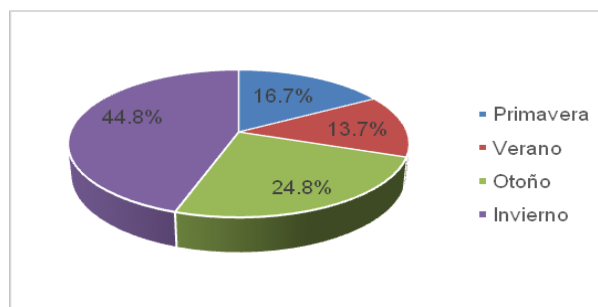


Figura 33: Estacionalidad
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 55,8% de los encuestados prefieren tomarlo durante todo el año y el 24,5% en invierno.

4.5 Demanda y oferta

4.5.1 Estimación del mercado potencial

Nuestro segmento son personas del NSE B y C de la zona 2 que comprende los distritos de San Martín de Porras, Los Olivos e Independencia siendo un total de 3 distritos, donde el horizonte del proyecto es de 5 años, partiendo del año 0 en el periodo 2018 y como año 1 el 2019 hasta el año 2023.

A continuación, se muestra el mercado potencial de nuestro proyecto:

Tabla 18: *Mercado potencial según criterio de segmentación*

N°	Distritos de Zona 2	CRITERIOS SEGMENTACION				
		Edad	NSE		NSE	M.POTENCIAL
		26 a 45 años	B	C	B + C	%
1	Independencia	28.00%	23.7%	52.1%	75.8%	21.22%
2	Los Olivos	28.00%	23.7%	52.1%	75.8%	21.22%
3	San Martín de Porres	28.00%	23.7%	52.1%	75.8%	21.22%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19: *Mercado potencial por cada año*

MERCADO POTENCIAL (personas)							
N°	Distritos de Zona 2	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Independencia	47,764	48,073	48,385	48,698	49,013	49,331
2	Los Olivos	82,475	83,724	84,991	86,277	87,583	88,909
3	San Martín de Porres	156,111	158,972	161,885	164,852	167,873	170,950
	Número de personas	286,350	290,769	295,261	299,827	304,470	309,189

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Estimación del mercado disponible.

Para determinar el mercado disponible, se ha realizado en base a los resultados dos filtros de nuestra encuesta, cual se detalla a continuación:

Filtro 1: ¿Compra bebidas instantáneas saludables?

Resultados: Si: 89.5% No: 10.5%

Filtro 2: ¿Está dispuesto a consumir bebidas instantáneas con alto valor nutricional?

Resultados: Si: 96.3% No: 3.7%

Tabla 20: *El consolidado del mercado disponible desde el año 2019 al 2023.*

MERCADO DISPONIBLE (Personas)

N°	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Independencia	41,167	41,434	41,702	41,972	42,244	42,517
2	Los Olivos	71,084	72,160	73,252	74,361	75,487	76,629
3	San Martín de Porres	134,549	137,015	139,526	142,084	144,688	147,339
	Número de personas	246,801	250,609	254,481	258,417	262,418	266,486

Fuente: Elaboración propia

4.5.3 del mercado efectivo.

En base a tres preguntas formuladas en la encuesta se pudo determinar mercado Efectivo:

Filtro 1: ¿Estaría dispuesto a consumir una bebida instantánea a base de harina de quinua y cacao?

Resultados: Si: 89.5% - No: 10.5%

Filtro 2: ¿En qué tamaño le gustaría adquirir nuestra bebida natural de quinua y cacao?

Resultados: 100g (39%), 75g (25.2%) ,150 g (21.3%) ,125g (14.5%).

Filtro 3: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el tamaño de presentación elegida?

Resultados: s/12-s/13.90 (26.10%), s/14-s/15.90(44.50%), s/16-s/17.90(21.30%) y s/18-s/19.90(8.10%)

Tabla 21: *El consolidado del mercado efectivo desde el año 2019 al 2023*

MERCADO EFECTIVO (Presentación 100gr)							
N°	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Independencia	10,145	10,210	10,277	10,343	10,410	10,477
2	Los Olivos	17,517	17,782	18,052	18,325	18,602	18,884
3	San Martín de Porres	33,157	33,765	34,383	35,014	35,655	36,309
	Número de personas	60,819	61,757	62,711	63,681	64,667	65,670

Fuente: Elaboración propia

4.5.4 del mercado objetivo.

En base a nuestro análisis tendremos una participación del mercado 3.4 % y para los siguientes años con un crecimiento anual del mercado del 5% hasta el año 2023 considerando la tasa promedio de crecimiento poblacional en los distritos con mayor índice de habitantes.

Tabla 22: *Participación de mercado*

	2019	2020	2021	2022	2023
Participación de mercado	3.40%	3.57%	3.75%	3.94%	4.13%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23: *El consolidado del mercado objetivo desde el año 2019 al 2023*

MERCADO OBJETIVO					
Distritos de la Zona 2	2019	2020	2021	2022	2023
Independencia	347	367	388	410	433
Los Olivos	605	644	687	732	780
San Martín de Porres	1148	1227	1312	1403	1501
Número de personas	2,100	2,239	2,387	2,545	2,714

Fuente: Elaboración propia

4.5.5 Frecuencia de compra.

De acuerdo con la pregunta formulada en la encuesta:

Pregunta N°15: ¿Con que frecuencia compraría nuestra bebida instantánea con alto valor nutricional?

Tabla 24: *El consolidado de la frecuencia de compra*

Frecuencia	%	Cantidad al año	Promedio
Quincenal	11.8%	26	3.07
Mensual	42.9%	12	5.15
Bimestral	27.30%	6	1.64
Trimestral	18.0%	4	0.72
Total	100.0%		10.57

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25:
El consolidado de frascos al año.

Una persona compraría nuestro producto	11	Frascos al año
	1	Frascos al mes
	0.2	Frascos diarios

Fuente: Elaboración propia

4.5.6 Cuantificación anual de la demanda.

Para determinar la demanda de nuestro producto en el horizonte de evaluación de 5 años, se ha utilizado la siguiente fórmula:

$\text{Demanda} = \text{Mercado Objetivo} * \text{Frecuencia de compra}$

Tabla 26: Proyección de la demanda desde el año 2019 al 2023.

Demanda Anual					
	2019	2020	2021	2022	2023
Presentación 100 g	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853
Total de frascos	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853
		6.62%	7%	7%	7%

Fuente: Elaboración propia

4.5.7 Estacionalidad.

Para determinar la estacionalidad de nuestro producto, se ha realizado en la encuesta la siguiente pregunta:

N° 16 ¿En qué estación del año adquirirías el producto?

Tabla 27: *Estacionalidad del producto de acuerdo con el resultado de las encuestas.*

Respuesta	Estacionalidad
Primavera	16.7%
Verano	13.7%
Otoño	24.8%
Invierno	44.8%
Total general	100.0%

Fuente: Elaboración propia

4.6 Mezcla de marketing

Para la generación y elección de la planificación se requiere realizar un análisis de situación y definir los objetivos de Marketing. Por ello se han utilizado las siguientes estrategias:

Estrategia de liderazgo en coste y diferenciación: Nuestra empresa maximizará el uso de los recursos para que, si en algún momento, decide generar una estrategia de precios bajos, pueda competir sin perjudicar la operatividad de la empresa. Con la estrategia de diferenciación, Quicao, es un producto con ingredientes orgánicos y una mezcla nueva en el mercado actual Peruano.

4.6.1 Producto.

El producto Quicao es una bebida instantánea nueva para el mercado en Perú. Quicio puede ser consumido en cualquier momento del día, puede acompañarse con un vaso de agua fría y caliente, según su preferencia. Además, aporta un valor nutricional, ya que está hecho en base a quinua y cacao orgánico y fortificante de hierro. La presentación es única y es de 100 gramos en un frasco de vidrio con tapa.

Ingredientes principales.

La quinua de Quicao es la quinua blanca tostada. Originaria de la zona andina del Perú, los incas la llamaban Quínoa, “la madre de todos los cereales” aunque técnicamente no lo sea, es considerado un alimento integral. La quinua no contiene gluten y es cosechada de forma orgánica. Nos permite cuidar la salud cardiovascular, así como también, es un alimento que sacia y nutritivo. Contiene una gran cantidad de proteínas vegetales, y 8 aminoácidos como isoleucina, leucina, lisina, metionina, fenilalanina, treonina, triptófano y valina. Además, cuenta con dos flavonoides, que

son la quercetina y el kaempferol los cuales activan como antiinflamatorios, antivirales, anticancerígenos y antidepresivos.

Branding.

Semántica

La palabra Quicao fue creada con las palabras Quinua y Cacao:

Qui: Proviene de QUI de Quinua

Cao: Proviene de CAO de Cacao

Logotipo

El nombre y el logo han sido aceptados, dado que guarda relevancia con el producto. Quicao, refiere a quinua y cacao, como lo es y desligar a un café.

- Palabra Quicao: La tipografía ha sufrido cambios convirtiéndola en una tipografía a mano alzada y propia.
- Círculo Central: Dicho círculo detrás de la palabra Quicao se generó en base a granos de Quinua para tener una referencia puntual del producto.
- Círculos Verde: Los círculos denotan flexibilidad, movimiento y adaptabilidad del producto en su uso.



Figura 34: Logo
Fuente: Elaboración propia

4.6.2 Precio

Según nuestra encuesta y los precios de mercado en la actualidad, el precio sugeridoes de S/ 15.00. La presentación es en frasco de vidrio de 100 gramos. Para la obtención del precio final, se realizó una comparación entre los productos similares al nuestro, Quicao, y a los industrializados que podemos observar en el mercado.

La competencia que se analizó ha sido, a la empresa Yauvana, América Orgánica y CS Orgánico, ello, porque tienen los productos con los ingredientes similares, aunque la presentación es en bolsa y en lata, respectivamente, estos productos de bebida instantánea y son a base de Quinua y alguno con Cacao. Además de ello, se utilizó los productos industrializados solo como referencia de presentación y de bebida instantánea, como Kiwigen, Milo, Choco Listo y Nesquik.

Tabla 28:

Comparación de precios y presentación de la competencia

Proveedores			
Empresa	Yauvana Perú	América Orgánica Perú	CS Orgánicos
Zona	Lima 7	Lima 7	Lima
Distrito	Miraflores	Surco	
Marca	Quínoa Shake Maca	Quinua y aroma de cacao (acholada)	Actiday
Presentación	Bolsa 180 gramos	Bolsa 250 gramos	Lata de 300 gramos
Precio	S/30	S/29	S/33
Ingredientes	Quinua Orgánica, Stevia orgánica y maca orgánica		Kiwicha, maca y cacao, libre de gluten
Observaciones	La venta es online. El costo de delivery está entre S/12.00 a S/. 19.00 solo atienden a distritos de la Zona 6 y 7.	Puntos de ventas Wong, Plaza vea, Vivanda, Punto Organico, la zanahoria, madre natura, Flora y fauna	Venta online - sin recargo de envío

Fuente: Elaboración propia

4.6.3 Plaza

La distribución será de tipo selectiva, a diferencia de muchos productos, Quicao tiene un gran valor agregado y diferenciado, lo cual nos permite realizar una selección en base a criterios como geográfico, con buenas prácticas, etc.

El canal que se utilizará es el canal Indirecto: **Indirecto**

A través de canales como Supermercados, Tiendas por Conveniencia, Minimarkets y Tiendas naturistas. La distribución por los canales será de esta manera:

- 30% de venta para Supermercados
- 50% de venta para Tienda por Conveniencia
- 10% de venta para Minimarkets
- 10% de venta para Tiendas Naturistas y ferias

Teniendo en cuenta el NSE B y C al que va dirigido el producto, la ubicación de las tiendas en la zona 2. El margen por canal es en promedio de 5% del precio sugerido.

Los canales que utilizará cuentan con su forma de pago de 90, 30,20 días, como también, al contado como son las ferias.

Supermercados

Tiendas Plaza Vea:

- Plaza vea Izaguirre
Av. Carlos Izaguirre 284- Independencia
- Plaza vea universitaria
Av. Universitaria Cdra. 13 - Los Olivos
- Plaza vea los olivos
Av. Antúnez de Mayolo Cdra 9 Esquina con Calle Orión Mz B1
Lte 2 - UrbMercurio -Los Olivos

Tiendas Metro:

- Metro Plaza Norte
Alfredo Mendiola, Plaza Norte - Independencia
- Metro Independencia
Av. Alfredo Mendiola Nro. 3900 - Independencia

Tiendas Tottus:

- Tottus Megaplaza
Av. Alfredo Mendiola 3698 A-02 - Independencia
- Tottus Los Olivos
Av. El Zinc 290 - Los Olivos

Tienda *por* Conveniencia

Tambo

Tambo Pro 2

Jirón La Honradez N° 587, Sub Lote 1-B, Manzana - Los Olivos

Tambo Huandoy

Jirón La Honradez N° 587, Sub Lote 1-B, Manzana -Los Olivos

Tambo Naranjal

Av. Naranjal 1425 - Los Olivos

Tambo Marañón

Av. Rio Marañón 624 – 630 - Los Olivos

Tambo Las Palmeras

Av. Las palmeras 3818 - Los Olivos

Tambo Huandoy

Jirón La Honradez N° 587, Sub Lote 1-B, Manzana - Los Olivos

Tambo Mendiola
Av. Alfredo Mendiola 3817 Urb. Panamericana -Los Olivos

Tambo Los Alisos
Jr. Gerardo Unger 4321 - Los Olivos

Tambo Mayolo 2
Av. Antúnez De Mayolo 960 Urb. Mercurio -Los Olivos

TamboAntúnez
Av. Santiago Antúnez de MayoloMz. S Lote. 15 Urb. Los Pinares -Los Olivos

Tambo Los Olivos
Jr. Gerardo Unger 4321 - Los Olivos

Tambo Mendiola 3
Av. Panamericana, Mz. K Lote 15, Urb. el Trébol - Los Olivos

Tambo Angélica Gamarra
Av. Angélica Gamarra De León Velarde Mz. B LI.16 - Los Olivos

Tambo Chinchaysuyo
Av. Chinchaysuyo 101 -Independencia

Tambo Carlos Izaguirre
Av. Carlos Izaguirre 123 - Independencia

Tambo Pacífico
Av. El Pacífico 579 -Independencia

Tambo Pinos
Túpac Amaru 578 - Independencia

Tambo Plaza norte
Av. TúpacAmaruLte 2 Mz I-1 - Independencia

Tambo San Germán
San German Esq. Con Universitaria (Mz H Lte 19) Urb El Rosario - San Martin de Porres

Tambo H. Delgado
Av. Honorio Delgado N° 263A, Urb. Ingenieria -San Martin de Porres

TamboMendiola 2

Av. B Nro 501 Urb. Ingenieria -San Martin de Porres

Tambo Habich

Av. Eduardo De Habich 197 -San Martin de Porres

Tambo Unger

Av. Gerardo Unger 303 Urb. Ingenieria - San Martin de Porres

Tambo Riobamba

Av. Gerardo Unger 303 Urb. Ingenieria - San Martin de Porres

Tambo Esperanza

Av. Perú 1847-1853 Zona 1 Barrio La Esperanza -San Martin de Porres

Listo!

Listo Plaza norte

Av. TúpacAmaruLte 2 Mz I-1 - Independencia

Minimarkets

Minimarket Chellin

Av. Naranjal 1584 - Los Olivos

MinimarketSolis

JirónPiroa 500 - Los Olivos

4.6.4 Promoción.

Nuestro objetivo es la obtención de llegar a tener un 3.5% en el primer año y posicionarnos en el mercado como un producto altamente nutritivo. Por ello debemos de generar múltiples actividades donde incluye la campaña inicial de lanzamiento y la promoción de todos los años. Se ha definido la estrategia de las actividades a realizar en la promoción de Quicao, y se ha considerado la publicidad, relaciones públicas y comunicación personal.

4.6.4.1 Campaña de lanzamiento.

4.6.4.1.1 Estrategia de impulso

Quicao utilizará los puntos de ventas para impulsar sus ventas mediante la degustación del producto y además de informar de forma coloquial el producto. Los interesados en estos puntos no necesariamente serán llevados al anaquel donde se encuentra el producto, si no, la misma impulsadora entregará el producto.

Estrategia Web y Redes Sociales

Se utilizará la página web (quicaoperu.com.pe) para informar sobre el producto, la ubicación de los locales donde se distribuyen, además el contacto para los que deseen distribuir Quicao.

El Facebook, será un canal más amigable, donde se tendrá un manejo más directo con el público. Se realizarán campañas mensuales con sorteos de canasta Quicao. Se brindará información de cómo se puede consumir el producto de acuerdo con la estación, el clima, tips de dietas saludables. Se realizará entrevistas “en vivo” con nutricionistas donde puedan informar y fomentar el consumo de productos saludables y rico en nutrientes.

Las redes sociales activadas son:

Facebook: Quicaco Perú

YouTube: Canal Quicao

Por último, se contratará a “Influencer” para generar mayor movimiento en las redes sociales realizando campañas. A continuación, se muestra la distribución de inversión en la campaña de lanzamiento:

Tabla 29: Valorización de lanzamiento de la marca

ACTIVIDADES:	LANZAMIENTO	
	PRECIO DE VENTA	
Publicidad en Facebook e Instagram	S/.	180.00
Servicio CM / Diseñador (página web)	S/.	1,200.00
Google Banners	S/.	100.00
volantes 1/4 oficio (millar)	S/.	350.00
Anfitriona - Impulsadora	S/.	1,860.00
Influencer	S/.	500.00
TOTAL LANZAMIENTO - ETAPA 1	S/.	4,190.00

Fuente: Elaboración propia

4.6.4.1.2 Promoción para todos los años.

De acuerdo al NSE, a la tendencia y preferencia de nuestro público objetivo (de 26 a 45 años), se ha seleccionado los canales de publicidad como el Trade Marketing y Digital. Cada campaña mantendrá como objetivos la notoriedad de marca y fidelización del cliente.

Tabla 30: *Planes de Acción de Promoción Quicao de 5 años*

Decisión	Acciones
Promocionar el nuevo producto en zona 2	Presencia en Ferias
Utilizar Internet como soporte	Manejos de las redes sociales y publicidad pagada
Apoyar a los distribuidores	Volantes que se entregarán en los locales
	Degustación en los locales a distribuir con todas las
Acciones dirigidas al público final	formas de preparar Quicao
Conexión con los cibernautas	Conectar con un Influencer local
	Utilizar el canal de YouTube para mostrar las
Difusión de preparación del producto	opciones de uso de Quicao.

Fuente: Elaboración propia

Con el fin, de llevar de un presupuesto el cual debe de ser respetado a lo largo de los 5 años, se presenta la valorización de cada año:

Tabla 31: *Presupuesto anual del 2019*

Inversión Promoción 2019	Mensual	2019
Trade Marketing	S/. 1,360.00	S/. 9,970.00
Publicidad digital	S/. 780.00	S/. 8,960.00
Total (sin igv)	S/. 2,140.00	S/. 18,930.00
Igv	S/. 385.20	S/. 3,407.40
Total (con igv)	S/. 2,525.20	S/. 22,337.40

Valorizado 2019	Enero	ACUM ANUAL
Gasto real activo marketing	S/.2,140	S/.18,930
2) Trade Marketing	S/.1,360	S/.9,970
Anfitriona / Impulsadora	S/.930	S/.6,510
Merchandising	S/.430	S/.3,460
1.volantes	S/.90	
2. obsequios	S/.100	
3. tarjetas	S/.240	
3) Publicidad en medios (DIGITAL)	S/.780	S/.8,960
facebook, instagram	S/.180	S/.2,160
Google Banner	S/.100	S/.800
Influencer	S/.500	S/.6,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: *Presupuesto anual del 2020*

ACTIVIDADES:	Mensual		2020	
Trade Marketing	S/.	1,360.00	S/.	9,970.00
Publicidad digital	S/.	780.00	S/.	8,960.00
Total (sin igv)	S/.	2,140.00	S/.	18,930.00
Igv	S/.	385.20	S/.	3,407.40
Total (con igv)	S/.	2,525.20	S/.	22,337.40

Proyección presupuesto anual 2020

Presupuesto	Enero	ACUM ANUAL
Gasto real activo marketing	S/.2,140	S/.18,930
2) Trade Marketing	S/.1,360	S/.9,970
Anfitriona / Impulsadora	S/.930	S/.6,510
Merchandising	S/.430	S/.3,460
1.volantes	S/.90	
2. obsequios	S/.100	
3. tarjetas	S/.240	
3) Publicidad en medios (DIGITAL)	S/.780	S/.8,960
facebook, instagram	S/.180	S/.2,160
Google Banner	S/.100	S/.800
Influencer	S/.500	S/.6,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: *Presupuesto anual del 2022-2023*

Actividades:	Mensual		2021	
Trade marketing	s/.	1,360.00	s/.	9,970.00
Publicidad digital	s/.	780.00	s/.	8,960.00
Total (sin igv)	s/.	2,140.00	s/.	18,930.00
Igv	s/.	385.20	s/.	3,407.40
Total (con igv)	s/.	2,525.20	s/.	22,337.40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34: *Presupuesto anual del 2021*

Presupuesto	Mensual	Acum Anual
gasto real activo marketing	S/.2,140	S/.18,930
2) trade marketing	S/.1,360	S/.9,970
anfitriona / impulsadora	S/.930	S/.6,510
merchandising	S/.430	S/.3,460
1.volantes	S/.90	
2. Obsequios	S/.100	
3. Tarjetas	S/.240	
3) publicidad en medios (digital)	S/.780	S/.8,960
facebook, instagram	S/.180	S/.2,160
Google banner	S/.100	S/.800
influencer	S/.500	S/.6,000

Fuente: Elaboración propia

Actividades:	anual enero	2022
Trade marketing	s/. 1,360.00	s/. 9,970.00
Publicidad digital	s/. 780.00	s/. 8,960.00
Total (sin igv)	s/. 2,140.00	s/. 18,930.00
Igv	s/. 385.20	s/. 3,407.40
Total (con igv)	s/. 2,525.20	s/. 22,337.40

Presupuesto	Enero	Acum Anual
gasto real activo marketing	S/.2,140	S/.18,930
2) trade marketing	S/.1,360	S/.9,970
anfitriona / impulsadora	S/.930	S/.6,510
merchandising	S/.430	S/.3,460
1.volantes	S/.90	
2. Y obsequios	S/.100	
3. Tarjetas	S/.240	
3) publicidad en medios (digital)	S/.780	S/.8,960
facebook, instagram	S/.180	S/.2,160
Google banner	S/.100	S/.800
influencer	S/.500	S/.6,000

Tabla 35: *Presupuesto anual del 2023*

Actividades:	anual enero		2023	
Trade marketing	S /.	1,360.00	S /.	9,970.00
Publicidad digital	S /.	780.00	S /.	8,960.00
Total (sin igv)	S /.	2,140.00	S /.	18,930.00
Igv	S/.	385.20	S /.	3,407.40
Total (con igv)	S/.	2,525.20	S /.	22,337.40

Fuente: Elaboración propia

Proyección presupuesto anual 2023

Presupuesto	Enero	Acum Anual
Gasto real actv marketing	S/.2,140	S/.18,930
2) trade marketing	S/.1,360	S/.9,970
anfitriona / impulsadora	S/.930	S/.6,510
merchandising	S/.430	S/.3,460
1.volantes	S/.90	
2. Obsequios	S/.100	
3. Tarjetas	S/.240	
3) publicidad en medios (digital)	S/.780	S/.8,960
facebook, instagram	S/.180	S/.2,160
Google banner	S/.100	S/.800
influencer	S/.500	S/.6,000

Fuente: Elaboración propia

Programa de Ventas en unidades y valorizado

Tabla 36:

Resumen de programa de ventas del año 2019 al 2023 en unidades.

AÑO 2019	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	3.00%	3.50%	4.00%	4.50%	5.00%	9.00%	16.00%	20.00%	17.00%	9.00%	5.00%	4.00%	100.00%
Presentación 100 g	693	808	924	1.039	1.155	2.079	3.696	4.619	3.927	2.079	1.155	924	23.097
Total de frascos	693	808	924	1.039	1.155	2.079	3.696	4.619	3.927	2.079	1.155	924	23.097
PROGRAMA DE VENTA 2020													
AÑO 2020	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	3.00%	5.00%	6.00%	7.00%	8.00%	10.00%	13.00%	16.00%	15.00%	9.00%	5.00%	3.00%	100.00%
Presentación 100 g	739	1.231	1.478	1.724	1.97	2.463	3.201	3.941	3.694	2.216	1.231	739	24.627
Total de frascos	739	1.231	1.478	1.724	1.97	2.463	3.201	3.941	3.694	2.216	1.231	739	24.627
PROGRAMA DE VENTA 2021													
AÑO 2021	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	3.00%	5.00%	6.00%	7.00%	8.00%	10.00%	13.00%	16.00%	15.00%	9.00%	5.00%	3.00%	100.00%
Presentación 100 g	840	1.4	1.575	1.838	2.101	2.626	3.414	4.201	3.939	1.363	1.313	788	16.258
Total de frascos	840	1.4	1.575	1.838	2.101	2.626	3.414	4.201	3.939	1.363	1.313	788	16.258
PROGRAMA DE VENTA 2022													
AÑO 2022	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	3.00%	5.00%	6.00%	7.00%	8.00%	10.00%	13.00%	16.00%	15.00%	9.00%	5.00%	3.00%	100.00%
Presentación 100 g	788	1.400	1.680	1.960	2.240	2.800	3.640	4.480	4.200	2.520	1.400	840	27.988
Total de frascos	788	1.400	1.680	1.960	2.240	2.800	3.640	4.480	4.200	2.520	1.400	840	27.988
PROGRAMA DE VENTA 2023													
AÑO 2023	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	3.00%	5.00%	6.00%	7.00%	8.00%	10.00%	13.00%	16.00%	15.00%	9.00%	5.00%	3.00%	100.00%
Presentación 100 g	896	1.493	1.791	2.09	2.388	2.985	3.881	4.777	4.476	2.687	1.493	896	29.853
Total de frascos	896	1.493	1.791	2.09	2.388	2.985	3.881	4.777	4.476	2.687	1.493	896	29.853

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37: *Programa de ventas valorizado*

Programa ventas (botellas)	2019	2020	2021	2022	2023
Presentación 100 g	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853
Total botellas	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853
		6.62%	6.62%	6.63%	6.63%

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

5.1 Estudio legal

5.1.1 Forma societaria

Después de verificar la LEY GENERAL DE SOCIEDADES N° 26887 y comparar las características:

Tabla 38: *Tipos de sociedades*

Tipo De Empresas	N° Accionistas Socios	Organización	Capital Y Acciones
Sociedad Anónima (S.A)	Mínimo 2	Junta General de Accionistas Gerencia Directorio	El patrimonio se encuentra integrado por cuatro socios y se registra las acciones en el registro de matrículas de acciones.
	Máximo Limitado		
Sociedad Anónima Cerrada (SAC)	Mínimo: 2	Junta General de Accionistas	Capital conformado del aporte de cada socio
	Máximo :20	Gerencia	se deben registrar en Registros Públicos
		Directorio	
Sociedad Comercial	Mínimo :2	En su mayoría empresas familiares	Capital conformado del aporte de cada socio
de responsabilidad Limitada (SRL)	Máximo :20		Se debe inscribir en los Registros Públicos
Empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL)	Mínimo 1	Solo se puede figurar como Gerente General y socio	Un único aportante
	Máximo 1		
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A)	Mínimo 750	Junta General de Accionista Gerencia Directorio	El 35% del capital pertenece a más de 175 accionista

Fuente: Elaboración propia

Decidimos formar una Sociedad Anónima Cerrada por que así podremos intervenir administrativamente de manera lineal y apercpción de la empresa.

Características:

- Constitución de 2 a 20 accionistas
- Contar con un directorio es opcional
- El accionista puede transferir sus acciones a un accionista de la sociedad o a un tercero con previa comunicación y aprobación.
- La obligación que asume la SAC solo será cubierta con su patrimonio quiere decir que las obligaciones que tengan no afectaran con nuestro patrimonio personal solo podrán ser perjudicados con nuestro aporte de capital en la sociedad.
- Tomaremos decisiones por votaciones y junta de accionistas.

Así mismo, Quicao SAC estará conformada por cuatro accionistas, con un aporte de s/22,433 y con una participación del 25%.

Tabla 39: *Participación de los Accionistas*

APORTE DE CADA SOCIO	
Miguel Huaypar	22,433
Luz Quispe	22,433
Milagros Quispe	22,433
Nathaly Ramón	22,433
TOTAL	89,734

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40: *Formación Societaria*

CONSTITUCION DE LA EMPRESA									
DESCRIPCION	Cantidad	Costo unitario	Valor Venta	IGV 18 %	Precio de Venta				
Certificado de Búsqueda – SUNARP	1	S/.	5.0	S/.	5.0	S/.	5.0		
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	1	S/.	20.0	S/.	20.0	S/.	20.0		
Minuta -Constitución y Escritura Publica	1	S/.	500.0	S/.	500.0	S/.	90.0	S/.	590.0
Reconocimiento de la escritura pública a SUNARP	1	S/.	100.0	S/.	100.0	S/.	100.0		
Legitimación de libros contables	3	S/.	31.0	S/.	93.0	S/.	93.0		
Obtención de RUC	1	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-
Total				S/.	718.00	S/.	90.00	S/.	808.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Registro de marcas y patentes

Quicao SAC representado por la junta general de accionistas, registrara el nombre y la formula, para evitar una posible copia.

Tabla 41: *Registro de Marcas y Patentes.*

Búsqueda de Marcas	1	S/.	38.46	S/.	38.46		S/.	38.46	
Búsqueda de Antecedentes Fonéticos	1	S/.	30.99	S/.	30.99		S/.	30.99	
Reconocer el Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	1	S/.	534.49	S/.	534.49		S/.	534.49	
Registre de Patentes	1	S/.	603.94	S/.	603.94		S/.	603.94	
TOTAL REGISTRO - MARCAS O PATENTES				S/.	1,207.88	S/.	-	S/.	1,207.88

Fuente: *Elaboración propia*

5.1.3 Licencias de funcionamiento

Quicao Sac para su funcionamiento de su local requerirá los siguientes permisos.

Tabla 42: *Licencias y autorizaciones del local*

LICENCIAS Y AUTORIZACIONES								
Licencia de Funcionamiento	1	S/.	178.44	S/.	178.44	S/.	178.44	
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/.	615.00	S/.	615.00	S/.	615.00	
Obtención del Registro Sanitario y Habilitación Sanitaria	1	S/.	540.00	S/.	540.00	S/.	540.00	
Carnet de Sanidad	1	S/. 60.00		S/.	60.00	S/.	60.00	
Total				S/.	1,393.44	S/.	- S/.	1,393.44

Fuente: *Elaboración propia*

5.1.4 Resumen del capítulo

Dentro del capítulo V se describe los costos y gastos que implica para Quicao SAC poder iniciar sus operaciones, así como el detalle informativo, ello es fundamental para iniciar nuestras operaciones en el mercado y su efectivo desarrollo.

5.2 Legislación Laboral

Es de suma importancia conocer y respetar la legislación laboral en el Perú

De ahí parte la relación laboral entre el empleador – trabajador y la actuación del estado enfocado a la seguridad social en el Perú.

Se sabe que hay diferentes condiciones y derechos dependiendo a la industria de la que pertenezcan.

En la empresa Quicao Sac respetaremos las normas de la legislación laboral según el régimen al cual pertenecemos:

- Régimen Mype tributario- Micro empresa

Estaremos bajo este régimen por nuestras ventas anuales que no supera los 150 UIT y por el número de nuestros trabajadores.

Derechos de nuestros trabajadores:

- Remuneración mínima vital de 950 soles
- El horario de trabajo será de 8 horas.
- 1 vez a la semana les corresponde descansar y los días feriados
- Si son laborados se les pagara doble.
- Descanso de 15 días calendario
- Serán asegurados en ESSALUD
- Todo el personal despedido tendrá una indemnización de 20 días de pago de haberes por año laborado.
- Integro de la CTS similar a 15 días laborados por cada año trabajado de 90 días.

5.3 Legislación Tributaria

El Decreto legislativo N°1269 da lugar al Régimen Mype Tributario (RMT).

QUICAO SAC es un contribuyente que estará sujeto a este régimen por lo cual cumplirá con sus normas establecidas. Los Ingresos netos no tienen que superar las 1700 Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

- Pagaremos un 10% del Impuesto a la Renta de nuestra ganancia neta.
- El monto de UIT para este año es S/ 4,150.
- Declaración y Pago de Impuestos.
- Formulario Virtual N° 621-IGV
- Formulario Virtual Simplificado N° 621
- Declara Fácil
- PDT 621
- Libros Contables del RMT

5.4 Otros Aspectos Generales

5.4.1 Actividades

DIGESA

Es el encargado en temas alimentarios, su función recae en temas técnico, normativo, donde se busca eliminar posible riesgo que se encuentran a la hora que la persona ingiere alimentos.

Registro Sanitario

Tramite de Registro Sanitario

- 1.-Clave Sol de la Empresa QUICAO
- 2.-Resultado de Informes microbiológico a cargo de un laboratorio certificado.
- 3.-Datos de la empresa nueva empresa.
- 4.- Indicar el nombre del producto
- 5.- Detalle de los componentes de Quicao
- 6.- Detalle del envase
- 7.- Forma de conservación
- 8.- Duración del producto
- 9.- Registro del valor nutricional
- 10.-Pago de derecho en la entidad bancaria

Habilitación Sanitaria –DIGESA

Esta división realiza dos procedimientos:

Habilitación Sanitaria

Verifica que la planta de producción cumpla con toda la documentación.

Verificación del Plan HACCP.-Constatación que realiza la Autoridad de Salud para confirmar que los elementos que utilizamos según El Plan HACCP son efectivos y eficaces para que se pueda aplicar a las condiciones y situaciones del establecimiento.

Norma Sanitaria Sobre El HACCP en la elaboración de alimentos.

5.4.2 Objetivo

Su objetivo es establecer medidas de prevención, que permitan garantizar la conservación de nuestro producto.

5.4.3 Alcance

Mediante el HACCP en una organización micro se busca cumplir de acuerdo a la documentación escrita por el Decreto Supremo N°007-098.

5.5 Estudio organizacional

5.5.1 Organigrama funcional

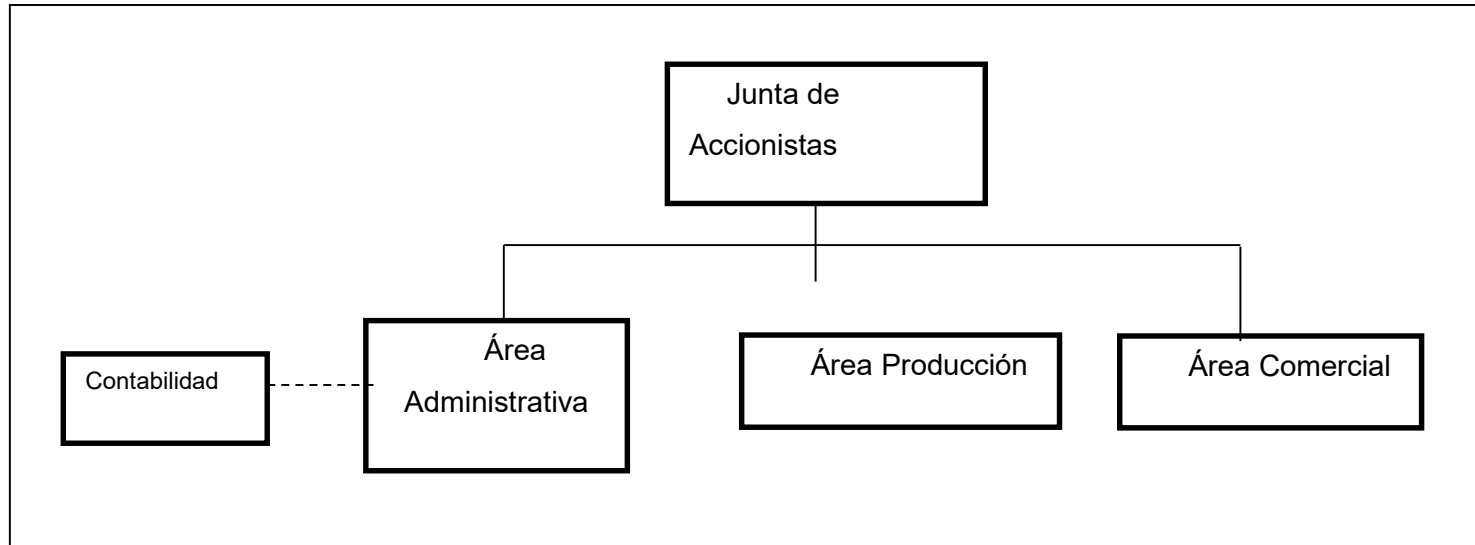


Figura 35: Organigrama de la empresa
Fuente: Elaboración propia

5.6 Servicios terciarizados.

Quicao SAC solicitara contar con los servicios contables de Servicontal SAC para el desempeño de la misma.

- Descripción de puestos de trabajo.
- Según el organigrama de la empresa Quicao S.A.C. se requerirá a cinco personas como parte de nuestro personal. Como primer personal tendremos a un administrador.

Tabla 43: *Representación del Puesto del Jefe Comercial*

Nombre del puesto		Jefe Comercial	
Dominio			
	Nivel de Educación	Título	Ocupación
Estudios	Universitaria	Bachiller	Administrador- Ing. Industrial
Experiencia	1 año de experiencia en estrategias de ventas y liderando equipo de trabajo.		
Otros	Manejo de office avanzado- Ingles intermedio		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Desarrollar el plan de ventas y alianzas estratégicas para la organización. Desarrollar el negocio en el mercado, diseño e implementación de planes comerciales. Identificar oportunidades de negocio en nuevos clientes y mercados. Fidelización, seguimiento y mantenimiento de clientes existentes. Identificar y concretar nuevas oportunidades de negocios. Análisis del mercado, análisis y sustento de indicadores de gestión, además de la elaboración de reportes para la JGA (Junta General de accionistas)		
Condiciones del Puesto			
Tipo de contrato	Contrato sujeto a modalidad		
Remuneración	s/2000		
Ubicación Física	Oficina y campo		
Obligaciones Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Ingreso y Salida	09:00 am a 18:00 pm		
Remuneración	Mensual		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44: Puesto del Administrador

Nombre del puesto		Administrador	
Dominios			
	Nivel de Educación	Titulo	Ocupación
Estudios	Universitaria	Titulado	Administración de empresas-Ing. Industrial
Experiencia	1 año de experiencia en comercialización de productos comestibles como administrador		
Otros	Manejo de office avanzado- Ingles intermedio		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Reportar el flujo de caja de la organización a la JGA. Diseñar planes estratégicos a corto y largo plazo. Desarrollar planes de trabajo que deberán ser aprobados por la Junta General de Accionistas JGA. Evaluar permanentemente el mercado para detectar oportunidades de crecimiento. Asegurar el cumplimiento de las meta en la organización- Supervisar a los jefes de cada área. Realizar la compra de insumos producción		
Condiciones del Puesto			
Tipo de contrato	Contrato sujeto a modalidad		
Remuneración	s/2500		
Lugar de trabajo	Oficina y Campo		
Obligaciones Sociales	Si		
Trabajo	Diurna		
Horario	09:00 am a 18:00 pm		
Remuneración	Mensual		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45: Descripción para funcionario de Ventas

Área Comercial			
Ocupación	Ejecutivo Ventas		
Dominios			
	Nivel de instrucción	Titulo	Ocupación
Estudios	Universitaria	Bachiller	Marketing-Ing. Administrativo
Tiempo	1 año de experiencia en estrategias de ventas y liderando equipo de trabajo.		
Otros	Manejar office avanzado y una segunda lengua		
Actitud	Liderazgo		
	Trabajar bajo presión		
	Adaptabilidad al cambio		
Funciones:			
	Analizar nuestra proyección anual de venta del negocio para maximizarlas. Realizar a visitas continuas a los clientes. Cerrar ventas con los clientes actuales y nuevos. Planificar y ejecutar el programa de venta mensual, a fin de asegurar los niveles de stock que permitan atender la demanda y las necesidades del mercado. Supervisar avances de indicadores a nivel general. Reportar las ventas al jefe de producción para la programación.		
Requisitos adicionales			
Forma	Contratación sujeto modalidad		
Remuneración	s/1500		
Lugar	Dentro y fuera de la empresa		
Obligaciones Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	09:00 am a 18:00 pm		
Pago	Fijo		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46: Descripción para Jefe de Producción

Tabla 46. Descripción para cargo de Producción			
Área de Producción Gráfico			
Ocupación	Jefe de Producción		
Dominios			
	Nivel de Instrucción	Título	Ocupación
Educación	Universitaria	Bachiller	Ing. Industrial
Experiencia	1 año de experiencia en comercialización de productos comestibles como administrador		
Otros	Manejo de computación avanzado- segunda lengua (americana)		
Actitudes	Perseverante		
	Estratega , Supervisión de personal		
	Dedicado		
	Manejo de comunicación		
Funciones	Verificar y controlar la producción, para que se cumpla con los tiempos establecidos de acuerdo con los estándares de Calidad. Controlar los inventarios para minimizar las mermas. Elaborar balances de las líneas de producción del producto para el Óptimo manejo de los recursos en el procesamiento. Conocimientos en producción de productos alimenticios. Supervisar el área - Almacén. Planificar el nivel de stock. Programar el mantenimiento de la maquinaria.		
Requisitos adicionales			
Forma	Contratar sujeto a modalidad		
Sueldo	s/2000		
Lugar	Planta de producción		
Obligaciones Sociales	Si		
Requerimiento	Día o Noche según requerimiento de la empresa		
Ingreso y salida	09 am a 6 pm		
Tipo de sueldo	Fijo mensual		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47: *Representación del Puesto de Operario*

Área de Producción			
Nombre del puesto		Operarios de producción	
Dominios			
	Nivel de Instrucción	Titulo	Ocupación
Preparación	Técnico	Egresado- Estudiante	
Experiencia	1 año de experiencia en la industria alimentaria		
Otros			
	Computación básico- segunda lengua opcional		
Actitudes	Capacidad de comunicación		
	Dedicación		
	Compromiso		
Funciones			
	Envasado de producto. Pesado de insumos, carga y descarga de producto. Indispensable en la función de encajado de productos. Acarreo de productos hacia el almacén. Reportar cualquier requerimiento al jefe de producción. Ejecutar las actividades de operación de las máquinas asignadas de acuerdo con los procedimientos establecidos, garantizando la buena operatividad de los equipos y su óptimo funcionamiento. Realizar las actividades de limpieza e inspección de las maquinas asignadas y área de trabajo manteniendo el orden y limpieza, para cumplir con los estándares de higiene y microbiológicos establecidos.		
Requisitos adicionales			
Forma	Contratación sujeto a modalidad		
Pago de haberes	s/930		
Lugar	Planta de Producción		
Obligaciones Sociales	Si		
Jornada	Dia y/o noche		
Ingreso y salida	09 am a 6 pm (sujeto a cambio según requerimiento de la empresa)		
Pago de haberes	Fijo		

Fuente: Elaboración propia

5.6.1 Descripción de actividades de los servicios terciarizados.

Contabilidad

Se contratará los servicios de del Estudio Contable Servicontal con un costo mensual s/600.

Funciones

Se encargará de llevar la contabilidad Fernando Villegas Contadores EIRL quien.

- Presentar la declaración anual de la organización.
- Llevar boletas y facturas de la empresa
- Reportar el flujo de caja.
- Generación de EE.FF.
- Llevar el control de los pagos al personal

Resultados esperados:

Al ser una empresa dedicada a servicios contables con 10 años prestando servicios, se espera que lleve un orden contable, en el tiempo adecuado; asimismo se espera que los libros contables se encuentren detalladamente explicados y declarados en fecha para evitar notificaciones por parte de la SUNAT.

Fechas de entrega:

Las entregas serán en forma mensual, detallando las ventas, compras de QUICAO SAC.

Horario de servicio

Las entregas se realizarán dentro del horario de oficina 09:00 am a 18:00 pm.

De lunes a sábado.

5.7 Aspectos laborales

5.7.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios terciarizados.

Quicao SAC llevará como documento de trabajo mediante, contrato sujeto a modalidad.

Tabla 48: Tipo de Contrato

Puesto	Tipo de contrato
Administrador	Sujeto a modalidad
Ejecutivo de Ventas	Sujeto a modalidad
Jefe de Producción	Sujeto a modalidad
Operario (Planta)	Sujeto a modalidad
Jefe Comercial	Sujeto a modalidad

Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Régimen laboral de puestos de trabajo.

Quicao se acogerá al régimen MYPE tributario (RMT), por lo que cada puesto de trabajo contará con los siguientes beneficios.

- Microempresa
- Remuneración mínima vital
- Descanso semanal y en días feriados
- Descanso vacacional de 15 días
- Cobertura de SIS
- Acceso al sistema de pensiones AFP o ONP

Nos acogeremos al régimen MYPE, ya que QUICAO SAC es una empresa nueva en el mercado, este es un régimen que busca promover y apoyar a las Micro y Pequeña Empresa, para brindar una calidad laboral a los trabajadores, asimismo por el volumen de nuestras ventas y al no superar las 150UIT (s/4,150 cada UIT), seremos micro empresa.

5.7.3 Planilla para todos los años del proyecto.

Nuestras operaciones iniciaran en diciembre del 2018, donde contaremos con 4 personas para nuestras operaciones.

Tabla 49: *Planilla de personal año*

2018 (Diciembre)				Por Personal	%Planilla Anual
Personal					
Cargo	tipo de Costo y Gasto	Nro	Pago Haberes		%
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 2,613	35%
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 1,800	S/. 1,881	25%
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 0	S/. 0	0%
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 1,800	S/. 1,904	26%
Operario de producción	M.O.Directa	1	S/. 930	S/. 984	13%
Total		5		S/. 7,381	

Fuente: Elaboración propia

Nuestras operaciones continuaran en el año del 2019, donde contaremos ya con 5 personas para nuestras operaciones.

Tabla 50: *Planilla del personal año 1*
2019

Personal				Por Personal	%Planilla Anual
Cargo	tipo de Costo y Gasto	Cantidad	Sueldo mes		%
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 31,350	28%
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 2,000	S/. 25,080	22%
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 1,500	S/. 18,810	17%
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 2,000	S/. 25,358	23%
Operario de producción	M.O.Directa	1	S/. 930	S/. 11,806	11%
Total		5		S/. 112,403	

Fuente: Elaboración propia

Nuestras operaciones continuaran en el año del 2020, donde contaremos ya con 5 personas para nuestras operaciones el cual se mantiene y va en relación en nuestra producción.

Tabla 51: *Planilla del personal año 2*

2020				Por Personal	%Planilla Anual
Personal					
Cargo	Tipo de Costo y Gasto	Cantidad	Sueldo mes		%
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 31,350	28%
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 2,000	S/. 25,080	22%
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 1,500	S/. 18,810	17%
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 2,000	S/. 25,358	23%
Operario de producción	M.O.Directa	1	S/. 930	S/. 11,806	11%
Total		5		S/. 112,403	

Fuente: Elaboración propia

Nuestras operaciones continuaran en el año del 2021, donde contaremos ya con 5 personas para nuestras operaciones, de igual manera los operarios se mantienen al año anterior.

Tabla 52: Planilla del personal año 3
2021

Personal				Por trabajador	%Planilla Anual
Cargo	tipo de Costo y Gasto	Cantidad	Sueldo mes		%
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 31,350	28%
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 2,000	S/. 25,080	22%
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 1,500	S/. 18,810	17%
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 2,000	S/. 25,358	23%
Operario de producción	M.O.Directa	1	S/. 930	S/. 11,806	11%
Total		5		S/. 112,403	

Fuente: Elaboración propia

Nuestras operaciones continuaran en el año del 2022, donde contaremos ya con 5 personas para nuestras operaciones

Tabla 53: Planilla del personal año 4
2022

Personal				Por trabajador	% Planilla Anual
Cargo	tipo de Costo y Gasto	Cantidad	Sueldo mes		%
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 31,350	28%
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 2,000	S/. 25,080	22%
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 1,500	S/. 18,810	17%
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 2,000	S/. 25,358	23%
Operarios de producción	M.O.Directa	1	S/. 930	S/. 11,806	11%
Total		5		S/. 112,403	

Fuente: Elaboración propia

Nuestras operaciones continuaran en el año del 2023, donde contaremos con personas para nuestras operaciones, número que se mantuvo desde año 1, ya que se mantiene la relación con la capacidad utilizada.

Tabla 54: *Planilla del personal año 5*

2023				
Personal				
Cargo	tipo de Costo y Gasto	Cantidad	Sueldo mes	Planilla anual
Administrador	G. Administración	1	S/. 2,500	S/. 31,350
Jefe Comercial	G. Ventas	1	S/. 2,000	S/. 25,080
Ejecutivo de ventas	G. Ventas	1	S/. 1,500	S/. 18,810
Jefe de Producción y Operaciones	M.O.Indirecta	1	S/. 2,000	S/. 25,358
Operario de producción	M.O. Directa	1	S/. 930	S/. 11,806
Total		5		S/. 112,403

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55: Liquidación al 5to año

Liquidación	Cant.	Sueldo(s/)	Egreso	Ingreso	Remun.	Vacacions/)	Gratific.(s/)	CTS(s/)	Indemz.(s/)	Total S/
Jefe de Producción	1	2000	31/12/2023	01/01/2019	2000	0	750	375	0	4125
Operario 1	1	930	31/12/2023	01/01/2019	930	0	233	116	0	1279
Ejecutivo de Ventas	1	1500	31/12/2023	01/01/2019	1500	0	450	225	0	2475
Jefe Comercial	1	2000	31/12/2023	01/01/2019	2000	0	375	188	0	2063
Administrador	1	2500	31/12/2023	01/01/2019	2500	0	625	313	0	3438
Total s/										13379

Fuente: Elaboración propia

5.7.4 Planilla anual de servicios terciarizados

Tabla 56:

Planilla anual de servicios tercerizados.

Servicios contables de forma anual									
Cargo	Cantidad	2019	2020	2021	2022	2023	Sin Igv	IGV(S/)	Total
Asesor Contable	1	12000	12000	12000	12000	12000	60000	10800	70800

Fuente: Elaboración propia

5.7.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo.

- La jornada laboral es de 8 horas con 6 días laborales siendo un total de 48 horas semanales.
- El tiempo de refrigerio no podrá ser menor a sesenta minutos, esto no está incluido dentro de la jornada laboral.
- Se contará con un control de asistencia, el registro será manual, en el que cada personal registrará su horario de entrada-salida y del refrigerio.

Tabla 57: *Horario de puestos de trabajo*

Personal	Clasificación	Horario de Trabajo	
		L – V	Sábados
Administrador	Administrativo	9 am a 6 pm	9am a 1 pm
Especialista de Ventas	Administrativo	9 am a 6 pm	9am a 1 pm
Jefe de Producción	M.O. Indirecta	9 am a 6 pm	9am a 1 pm (Esto puede modificar según requerimiento de la empresa).
Operarios (planta)	M.O. Directa	9 am a 6 pm (Esto puede modificar según requerimiento de la empresa).	09am a 1 pm Esto puede modificar según requerimiento de la empresa.
Especialista de Marketing	Administrativo	9 am a 6 pm	9am a 1 pm

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VI: ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Tamaño del proyecto

En este capítulo determinaremos los valores de teóricos de producción y sus límites para estimar el tamaño del proyecto, para esto iniciamos con los valores base de producción. Se desea utilizar la capacidad de producción lo más cercano posible al 100%, alcanzar bajo cada necesidad obtenida en el pronóstico de ventas, el equilibrio perfecto de costo y aprovechamiento de la fuerza productora.

La estrategia es, bajo un escenario conservador muy lógico en este caso por tratarse de un producto de similar en forma y sabor a lo ofrecido por grandes corporaciones de alimentos, nos costará resaltar nuestras características diferenciadoras.

Por tal motivo los principios para el diseño de producción son:

- Eliminación de los 7 desperdicios desde la implementación.
- Identificación de los cuellos de botella, atenuación y control para determinar la capacidad instalada y máxima de planta.
- Criterio conservador y para determinar el uso de la tecnología.
- Política de no programar horas extras a no ser que sea necesario,
- Registrar y desarrollar mejoras de estrategias de producción en cada cierre de mes y de año.
- Cumplimiento con los programas de limpieza y cuidados de la infraestructura en general.

Bajo estos principios, continuamos los siguientes cálculos:

En la tabla siguiente se muestra cuanto es lo que la planta me permite producir

- Número de operadores, personal operativo.
- Jornada por día, horas de trabajo diario

6.2 Capacidad instalada

6.2.1 Criterios

Se ha tomado el tiempo en minutos por unidad de producto, y la cantidad de horas laborales.

6.2.2 Cálculos

Tabla 58: Capacidad instalada diaria de producción

Proceso	Tiempo en minutos MOD por Unidad
Llenado a la mezcladora	1
Sellar	0.5
Etiquetar	0.3
Encajonar embalar	0.1
Total de tiempo en minutos	3.0
Total de tiempo en horas	0.05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59 Horas Hombre requeridas

Horas hombre requeridos	dic-18	2019	2020	2021	2022	2023
	10	1,223	1,276	1,373	1,450	1,546
Total horas hombre requerido	10	1,223	1,276	1,373	1,450	1,546

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60: *Horas Hombre anual*

Horas hombre efectivas laboradas por persona al día	8
Días laborados al mes	24
Meses laborados al año	11.5
Horas hombre por operario al año	2208

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61: *Requerimiento de personal*

		2019	2020	2021	2022	2023
Centro de operaciones	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal producción	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Centro de operaciones	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operario producción	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62: *Capacidad Instalada*

Año	Número de operadores	Tiempo en minutos por frasco	Capacidad por hora por frasco	Capacidad por día de frascos	Capacidad por mes de frascos	Capacidad por año de frascos
2019	1	3.0	20	160	3,840	44,160
2020	1	3.0	20	160	3,840	44,160
2021	1	3.0	20	160	3,840	44,160
2022	1	3.0	20	160	3,840	44,160
2023	1	3.0	20	160	3,840	44,160

Fuente: Elaboración propia

6.3 Capacidad Utilizada

Para la capacidad utilizada se tomará como data de referencia lo obtenido en el capítulo 4, el cálculo del volumen de ventas que fue resultado de las encuestas y varios cálculos donde a través de una encuesta que es la muestra para la población de nuestro segmento elegido.

6.3.1 Criterios

Para poder hallar capacidad utilizada se considerará el programa de producción.

6.3.2 Cálculos

Tabla 63: *Programa de Producción por año*

Programa producción (frascos)	Dic 2018	2019	2020	2021	2022	2023
	21	2,446	2,551	2,747	2,901	3,092
Total frascos	21	2,446	2,551	2,747	2,901	3,092

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64: *Porcentaje de uso de mi capacidad utilizada*

PORCENTAJE DE UTILIZACION					
Año	2019	2020	2021	2022	2023
Capacidad utilizada o					
Tamaño normal (producción frasco)	24,456	25,512	27,467	29,007	30,920
Capacidad instalada (producción frasco)	44,160	44,160	44,160	44,160	44,160
% de utilización	55.4%	57.8%	62.2%	65.7%	70.0%

Fuente:

Elaboración

propia

6.4 Capacidad máxima

6.4.1 Criterios

Para determinar la capacidad máxima del proyecto se considerará lo siguiente:

- Capacidad instalada
- 360 días del año
- 24 horas del día

6.4.2 Cálculos

Tabla 65: *Capacidad máxima de producción (24 hrs.)*

Capacidad máxima						
Año	Capacidad	Tiempo en minutos del proceso en máquina	Capacidad por hora por frasco	Capacidad por día de frascos	Capacidad por mes de frascos	Capacidad por año de frascos
2019	1	3.0	20	480	14,400	172,800
2020	1	3.0	20	480	14,400	172,800
2021	1	3.0	20	480	14,400	172,800
2022	1	3.0	20	480	14,400	172,800
2023	1	3.0	20	480	14,400	172,800

Fuente: Elaboración propia

6.5 Procesos

6.5.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

Representa el proceso de elaboración de nuestra bebida instantánea, el cual comprende las siguientes etapas:

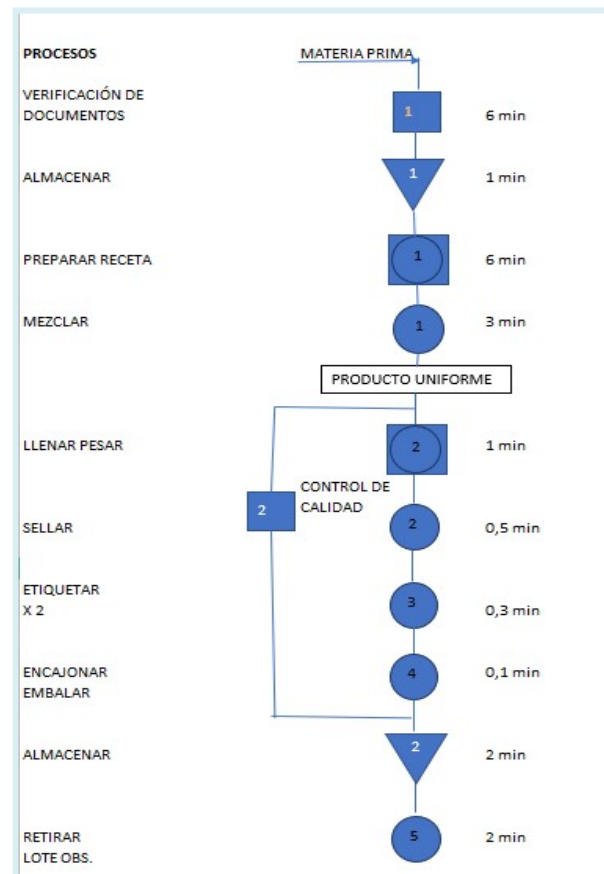


Figura 36: Diagrama de flujo de proceso
Fuente: Elaboración propia

RESUMEN	
	5
	2
	2
	2
TOTAL	11

	FASES DEL PROCESO					MPO MIN/BO
1	VERIFICACION DE DOCUMENTOS					6
2	ALMACENAR					1
3	PREPARAR RECETA					6
4	MEZCLAR					3
5	LLENAR PESAR					1
6	SELLAR					0,5
7	ETIQUETAR					0,3
8	ENCAJONAR EMBALAR					0,1
9	ALMACENAR					2
10	ANALISIS DE CC					-
11	RETIRAR LOTES OBSERVADOS					2
TOTAL						
OPERACIÓN						

Figura 37: Diagrama de flujo de proceso operativo
Fuente: Elaboración propia

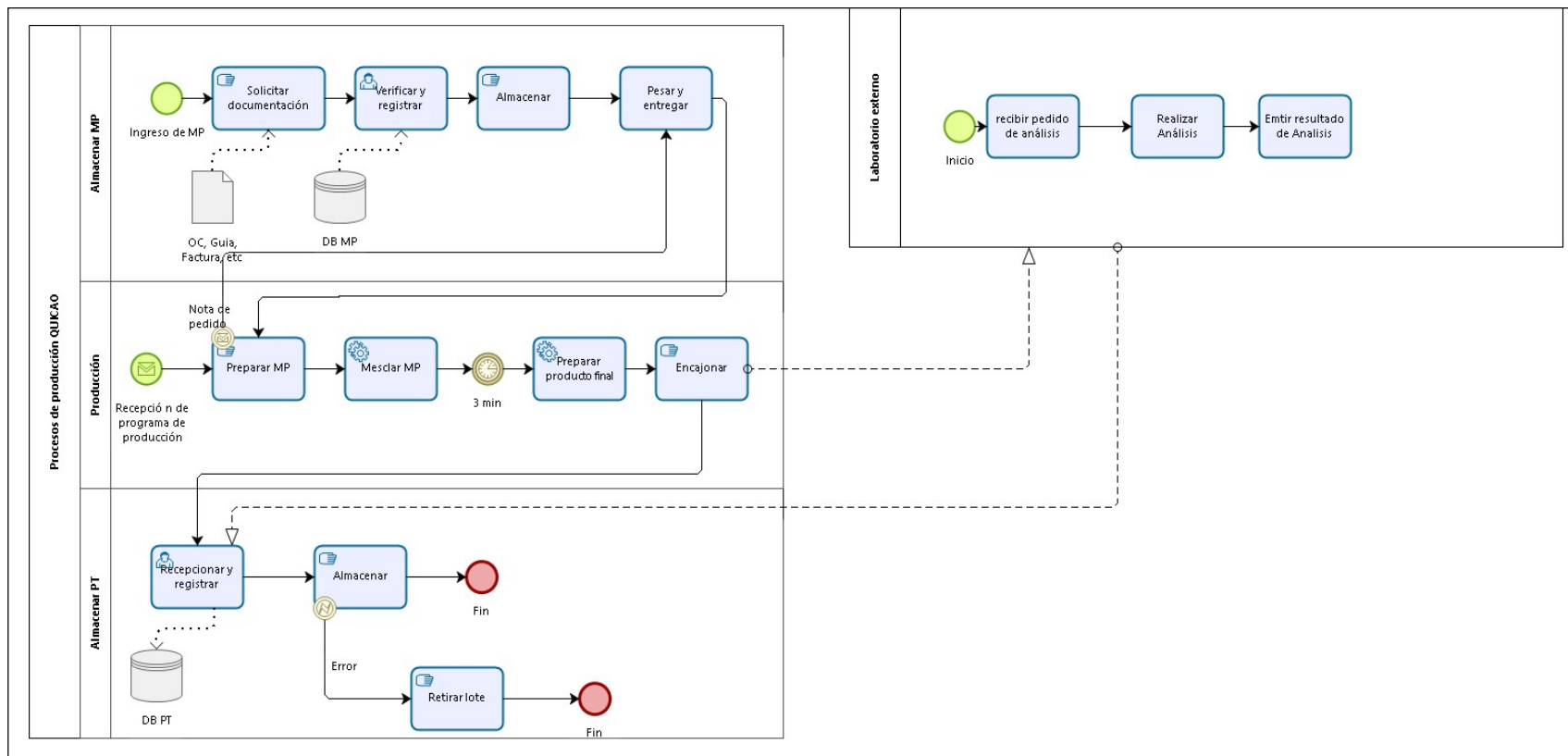


Figura 38: Diagrama de Procesos BPM
Fuente: Elaboración propia

6.5.2 Descripción de los procesos:

- 1) Verificación de documentos; en la zona de recepción, se recibirá toda la materia prima, insumos, materiales y todo tipo de documento. Los productos recibidos deberán tener la documentación correspondiente (Orden de compra, guía, factura, hoja técnica, certificado de salubridad, etc.), estos documentos deberán ser revisados y validados para permitir la entrada.
- 2) Luego de validar la documentación; el responsable de la producción verificara los documentos de salubridad, inocuidad y origen de los productos correspondan al paquete recibido. El colocará y llenará de manera manual una etiqueta en el cual figura el número de OC, el contenido, y código para la trazabilidad.
- 3) Almacenar; el material ingresado será llevado a su ubicación designada.
- 4) Preparar la receta; producción luego de recibir la orden del administrador, procederá a pesar la materia prima de acuerdo con la receta tal cual la nota de pedido. El material será trasladado hasta la mezcladora.
- 5) Mezclar; el operario de producción deberá ingresar los materiales e insumos de acuerdo con la nota de pedido a la máquina mezcladora, programará el tiempo de mezclado tal cual la receta lo indica.
- 6) Llenar, pesar; finalizar la mezcla se procede a retirar el producto de la mezcladora, se colocará el frasco de vidrio debidamente limpio sobre la balanza, y se llenará con el producto procurando siempre llenar la misma cantidad (75 g).
- 7) Sellar; luego de que el frasco este lleno se colocará un diafragma de aluminio sobre la boquilla y se ingresará en la faja transportadora de la maquina selladora, este al llegar a una posición aplicara presión y calor sobre el diafragma de aluminio sellando herméticamente el contenido.
- 8) Etiquetar; seguidamente luego de sellado los frascos, seguirá su camino por la faja transportadora hacia la etiquetadora el cual tendrá 2 cabezales para etiquetar en ambos lados del frasco.
- 9) Encajonar embalar; con el producto sellado y etiquetado la faja lo dejara en una bandeja para finalmente colocarle la tapa rosca y depositarlo ordenadamente en las cajas para su posterior almacenamiento y distribución.
- 10) Almacenar; luego se le designará un lugar. Aquí también el encargado del área recibirá el resultado del laboratorio y de acuerdo con este dependerá si el producto sale a distribución o se sacará del almacén para ser desechado.
- 11) Análisis de CC; una muestra del producto será tomado luego del proceso de mezclado para ser llevado a un laboratorio certificado y acreditado, se harán las

pruebas de inocuidad y salubridad, para garantizar a nuestros clientes que nuestro producto no es dañino.

- 12) Retirar los lotes observados; De recibir la orden del encargado del área para desechar el lote, lo quitará de su ubicación y procederá a desechar el producto

6.6 Programa de producción

De acuerdo con las ventas proyectadas para el año 2018 tomando en cuenta el incremento en ventas para los siguientes años, se ha desarrollado el siguiente programa de producción.

Tabla 66: *Programa de producción*

Programa Producción	2019	2020	2021	2022	2023
% de merma	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%
% de sampling	3%	2%	3%	2%	1%
Stock de PT	1%	1%	1%	1%	1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 67: Programa de producción 2019

	Dic-18		Programa de producción 2019- unidades												Total
Producto	%		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Unidades de frascos			693	808	924	1,039	1,155	2,079	3,696	4,619	3,927	2,079	1,155	924	23,097
Merma	1.6%		11	13	15	17	18	33	59	74	63	33	18	15	370
Sampling	3%	200	100	100	100	100	35	62	111	139	118	62	35	28	989
Inventario final pt	1%	7	8	9	10	12	21	37	46	39	21	12	9	7	7
Inventario inicial pt			-7	-8	-9	-10	-12	-21	-37	-46	-39	-21	-12	-9	-7
Total unidades		207	805	922	1,040	1,157	1,217	2,191	3,875	4,825	4,089	2,165	1,206	965	24,456

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61: Programa de producción 2020

Producto	Programa de producción 2020 – unidades													Total
	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Unidades de frascos		739	1,231	1,478	1,724	1,970	2,463	3,201	3,940	3,694	2,216	1,231	739	24,627
Merma	1.6%	12	20	24	28	32	39	51	63	59	35	20	12	394
Sampling	2%	15	25	30	34	39	49	64	79	74	44	25	15	493
Inventario final pt	1%	12	15	17	20	25	32	39	37	22	12	7	8	8
Inventario inicial pt		-9	-12	-15	-17	-20	-25	-32	-39	-37	-22	-12	-7	-9
Total unidades	768	1,278	1,533	1,788	2,046	2,559	3,324	4,080	3,812	2,286	1,271	766	766	25,512

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68: *Programa de producción 2021*

Productos		Programa de producción 2021-unidades														
		%	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades de frascos				788	1,313	1,575	1,838	2,101	2,626	3,414	4,201	3,939	2,363	1,313	788	26,258
Merma	2%			13	21	25	29	34	42	55	67	63	38	21	13	420
Sampling	3%			24	39	47	55	63	79	102	126	118	71	39	24	788
Inventario final pt	1%			13	16	18	21	26	34	42	39	24	13	8	8	8
Inventario inicial pt				-7	-13	-16	-18	-21	-26	-34	-42	-39	-24	-13	-8	-7
Total unidades				830	1,376	1,651	1,925	2,203	2,754	3,578	4,392	4,104	2,461	1,368	825	27,467

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69: *Programa de producción 2022*

productos	programa de producción 2022-unidades														
	%	dic	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	total
unidades de frascos			840	1,400	1,680	1,960	2,240	2,800	3,640	4,480	4,200	2,520	1,400	840	27,998
Merma	2%		13	22	27	31	36	45	58	72	67	40	22	13	448
Sampling	2%		17	28	34	39	45	56	73	90	84	50	28	17	560
inventario final pt	1%		14	17	20	22	28	36	45	42	25	14	8	9	9
inventario inicial pt			-8	-14	-17	-20	-22	-28	-36	-45	-42	-25	-14	-8	-8
total unidades			876	1,453	1,743	2,033	2,326	2,909	3,779	4,638	4,334	2,599	1,445	871	29,007

Fuente: Elaboración propia

Tabla 70: *Programa de producción 2023*

Productos	Programa de producción 2023-unidades														
	%	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades de frascos			896	1,493	1,791	2,090	2,388	2,985	3,881	4,777	4,478	2,687	1,493	896	29,853
Merma	2%		14	24	29	33	38	48	62	76	72	43	24	14	478
Sampling	1%		18	30	36	42	48	60	78	96	90	54	30	18	597
Inventario final pt	1%		15	18	21	24	30	39	48	45	27	15	9		0
Inventario inicial pt			-8	-15	-18	-21	-24	-30	-39	-48	-45	-27	-15	-9	-8
Total unidades			934	1,549	1,859	2,168	2,480	3,102	4,030	4,946	4,621	2,772	1,540	919	30,920

Fuente: Elaboración propia

6.6.1 Necesidad de materias primas e insumos

Tabla 71: *Materia primas del año 0 al año 5.*

Programa de producción							
Programa producción	Unid. Medida	Dic-18	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022	Total 2023
	Unidad	207	24,456	25,512	27,467	29,007	30,920
Total frascos		207	24,456	25,512	27,467	29,007	30,920
Necesidades de materia prima - botellas 300ml							
Materia prima e insumos	Unidad	Dic-18	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022	Total 2023
Harina de quinua	Kg	15.05	1,778	1,855	1,997	2,109	2,248
Cacao en polvo	Kg	6	711	742	799	844	899
Fortificante de hierro	Kg	0.05	6	6	6	7	7
Frasco 100 g	Unidad	209	24,703	25,770	27,744	29,300	31,232
Etiqueta	Unidad	209	24,703	25,770	27,744	29,300	31,232

Fuente: Elaboración propia

6.6.2 Programa de compras de Materia Prima e insumo

Tabla 72: *Programa de Compra de Materia Prima para próximos 5 años*

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - TOTAL							
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	Dic-18	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022	Total 2023
Harina de Quinua	Saco 100 kg	0.150	17.784	18.552	19.974	21.094	22.485
Cacao en polvo	Saco 100 kg	0.060	7.112	7.419	7.988	8.436	8.992
Fortificante de Hierro	Bolsa 1kg	0.0478	5.655	5.899	6.351	6.707	7.150
Frasco 100 g	Millar	0.2	25	26	28	29	31
Etiqueta	Millar	0.2	25	26	28	29	31

Fuente: Elaboración propia

6.7 Tecnología para el proceso

Para comenzar con la elaboración de nuestro producto se ha evaluado contar con maquinarias, equipos, herramientas y utensilios en el área de producción, así mismo para el área administrativa y ventas contaremos con equipos, mobiliario y útiles de oficina, que nos permitirá llevar acabo nuestras actividades.

6.7.1 Maquinarias

Tabla 73: Características de las maquinarias a requerir

Máquinas	Descripción
	Mezcladora de Harina y Polvos.-Esta mezcladora nos ayudara para la mezcla de la harina de quinua tostada, cacao en polvo y el fortificante de hierro para lograr una perfecta homogenización donde se integren todos los insumos. Características: Capacidad de Produccion 300KG/Bach (MH-500-INOX) Material Aceero inoxidable Peso Neto: 250 KG
	Maquina de Etiquetado auto-adhesiva – Semi Automatico .-Esta máquina nos ayudara con la eficiencia del proceso de etiquetado para nuestros frascos de vidrio que contara con dos etiquetas en la parte delantera y trasera, decidimos comprar esta maquina para minimizar la merma y tambien porque la precision del hombre no siempre es fiable .Características : Voltage :AC 220V 50/60 HZ Poder: 0.8kw Precision de etiquetado :+- 0.5mm Outside size: 500(L) X400(W) X400(H) mm
	Selladora Continua.-Esta maquina nos ayudara con el proceso de sellado con una lamina metalica una vez que los frascos esten llenos con el contenido Características: Tipo de maquina: Sellado Tipo conducido electrico Material de embalaje:papel de aluminio Voltaje:220V/110V Peso:32kg

Fuente: Elaboración propia

6.7.2 Equipos

6.7.2.1 Balanza Electronica: Industrial de Plataforma 300 kilos

Esta balanza de plataforma se encontrara en la area de produccion

Sera utilizada para pesar los insumos que seran recepcionados de nuestros proveedores como la harina de quinua , polvo de cacao etc.

Características:

- Capacidad de resistencia maxima 300 kilos
- Plataforma y estructura :de 2.8 milímetros de grosor
- Funciona a corriente directa y bateria recargable



Figura 39: Balanza
Fuente: Elaboración propia

6.7.2.2 Balanza Analítica

Esta balanza analítica se encontrará en la área de producción, aseguraremos que cada frasco tenga un contenido de 75 gr según nuestra presentación de producto.

Características :

- Capacidad max: 220g
- Lectura mínima :0.1mg
- Tamaño del plato : 90 mm
- Número de Artículo: 8302133



Figura 40: Balanza Analítica
Fuente: Elaboración propia

6.7.2.3 Desktop All In One HP:

Este equipo se encontrará en la área de producción .

Características:

- Windows 10 home 64
- AMD Dual –Core E Series procesador
- AMD Radeon R2 Graphics
- 8 GB memory ; 1 TB HDD storage
- 19.5" Diagonal HD + display

6.7.2.4 Laptop Lenovo Intel Core i3

Contaremos con una laptop para el área administración y dos para el área comercial .

Características :

- Procesador Intel core i3
- Sistema Operativo 10
- Disco Rigido
- Pantalla 15.6"
- Memoria RAM 4GB

6.7.2.5 Impresora Multifuncional

Solo contaremos con una impresora multifuncional que se encontrara en la area de administracion, podra ser utilizada por las demas areas ,trataremos que las impresiones sean un minimo y poder de esa forma contribuir con el cuidado del medio ambiente .

6.7.3 Herramientas.

No utilizaremos herramientas, nuestro mantenimiento de maquinarias y equipos lo realizara directamente el proveedor según el plan de garantia.

6.7.4 Utensilios.

Los siguientes utensilios seran utilizados frecuentemente , es necesario que sean de acero inoxidable.

Tabla 74: *Utensilios de Producción*

Utensilios de producción	Precio	2019	2020	2021	2022	2023
	unitario (con IGV)					
Tazón acero inoxidable	S/. 22.00	S/. 55.93	S/. 55.93	S/. 55.93	S/. 55.93	S/. 55.93
Cucharones de acero inoxidable	S/. 16.00	S/. 40.68	S/. 40.68	S/. 40.68	S/. 40.68	S/. 40.68
Tijera Quirúrgica	S/. 12.00	S/. 30.51	S/. 30.51	S/. 30.51	S/. 30.51	S/. 30.51
Total utensilios de producción (Sin IGV)		S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 127.12
IGV		S/. 22.88	S/. 22.88	S/. 22.88	S/. 22.88	S/. 22.88
Total utensilios de producción (Con IGV)		S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00
		0.00053777	0.00050437	0.00047304	0.00044364	0.00041607

Fuente: Elaboración propia

6.7.5 Mobiliario.

Equiparemos nuestra oficina y planta con los muebles más necesarios.

Tabla 75: *Mobiliario*

Mobiliarios	Cantidad	Precio .con IGV S/	Total s/
Escritorios con cajoneras	4	1195	1195
Sillas de Oficina	10	49.9	499
Mesa de directorio	1	1380	1380
Total			3,076

Fuente: Elaboración propia

6.7.6 Útiles de oficina.

Tabla 76: *Útiles de Oficina*

Descripción	Cantidad.	Frecuencia de compra	Veces al año	Costo Unitario	Costo Total	2019	2020	2021	2022	2023
Hojas bond x resma	3	CUATRIMESTRAL	3	S/11.01	S/33.03	S/33.03	S/33.03	S/33.03	S/33.03	S/33.03
Engrapador	4	SEMESTRAL	2	S/6.77	S/27.08	S/27.08	S/27.08	S/27.08	S/27.08	S/27.08
Sobre Manila	50	TRIMESTRAL	4	S/0.24	S/11.86	S/11.86	S/11.86	S/11.86	S/11.86	S/11.86
Lapiceros	20	SEMESTRAL	2	S/2.00	S/40.00	S/40.00	S/40.00	S/40.00	S/40.00	S/40.00
Tacho de plástico	4	ANUAL	1	S/15.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00
Tijera	4	ANUAL	1	S/6.89	S/27.56	S/27.56	S/27.56	S/27.56	S/27.56	S/27.56
Archivadores	4	SEMESTRAL	2	S/10.93	S/43.72	S/43.72	S/43.72	S/43.72	S/43.72	S/43.72
TOTAL (SIN IGV)						S/243.25	S/243.25	S/243.25	S/243.25	S/243.25
						S/43.79	S/43.79	S/43.79	S/43.79	S/43.79
TOTAL (CON IGV)						S/287.04	S/287.04	S/287.04	S/287.04	S/287.04
						0.10%	0.10%	0.09%	0.08%	0.08%

Fuente: Elaboración propia

6.7.7 Otros Materiales.

Tabla 77: Otros Materiales

Descripción	Cantidad	Frecuencia de compra	Veces al año	Costo Unitario	Costo Total	total reposición soles	2019	2020	2021	2022	2023
Mascarilla Desechable Premium Earloop 3 Capa (150)	1	Trimestral	4	S/ 80	S/ 320	S/ 320	S/ 320	S/ 320	S/ 320	S/ 320	S/ 320
Cofia x 100 unidades	1	Cuatrimestral	3	S/ 12	S/ 36	S/ 36	S/ 36	S/ 36	S/ 36	S/ 36	S/ 36
Guantos de látex caja x 50 unidades	1	BIMESTRAL	6	S/ 42	S/ 252	S/ 252	S/ 252	S/ 252	S/ 252	S/ 252	S/ 252
Botas de hule	2	SEMESTRAL	2	S/ 55	S/ 110	S/ 110	S/ 110	S/ 110	S/ 110	S/ 110	S/ 110
Mandil de plástico	2	SEMESTRAL	2	S/ 22	S/ 44	S/ 44	S/ 44	S/ 44	S/ 44	S/ 44	S/ 44
TOTAL (SIN IGV)							S/ 762	S/ 762	S/ 762	S/ 762	S/ 762
IGV							S/ 137	S/ 137	S/ 137	S/ 137	S/ 137
TOTAL (CON IGV)							S/ 899	S/ 899	S/ 899	S/ 899	S/ 899

Fuente: Elaboración propia

6.8 Programa de mantenimiento de maquinaria y equipos

Tabla 78: *Mantenimiento de máquinas, equipos y herramientas*

Maquinarias y equipos	Cantidad	Frecuencia	Veces al año	Costo x servicio	Costo x año	2019	2020	2021	2022	2023
Máquina mezcladora	1	ANUAL	1	S/ 150	S/ 150	S/ 150	S/ 150	S/ 150	S/ 300	S/ 300
Máquina de Etiquetado	1	ANUAL	1	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75
Selladora continua	1	ANUAL	1	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75
Balanza Electrónica Cap. 350 kg	1	ANUAL	1	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45
Balanza Analítica Cap. 2200 gr	1	ANUAL	1	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45	S/ 45
Desktop All In One HP	1	ANUAL	1	S/ 80	S/ 80	S/ 80	S/ 80	S/ 80	S/ 80	S/ 80
Laptop Lenovo Intel Core i3	4	ANUAL	1	S/ 50	S/ 200	S/ 200	S/ 200	S/ 200	S/ 200	S/ 200
TOTAL (SIN IGV)						S/ 670	S/ 670	S/ 670	S/ 820	S/ 820
IGV						S/ 121	S/ 121	S/ 121	S/ 148	S/ 148
TOTAL (CON IGV)						S/ 791	S/ 791	S/ 791	S/ 968	S/ 968

Fuente: Elaboración propia

Para tener un proceso de producción eficiente realizaremos mantenimiento preventivo a nuestras máquinas y equipos para evitar averías, llevaremos un control de programación de mantenimiento.

6.9 Localizacion

6.9.1 Macro localización

La localización donde se produce nuestro producto Quicao Granos SAC, ha sido tomada por una estrategia de cercanía de punto de ventas, brindando así una entrega ágil de los productos. Cabe señalar que, los puntos de ventas se encuentran en la zona 2 de Lima Metropolitana, las cuales son comprendidas entre los distritos de Los olivos, Independencia y San Martin de Porres.

Debido a ello hemos investigado un local para que la producción de Quicao se pueda realizar de manera correcta y bajo todos los requerimientos que indica la norma. El local mencionado será alquilado por un periodo inicial de 01 año, que funcionará como pequeña planta, oficinas y almacén central.

A continuación, se detalla la característica de cada distrito posible para nuestra locación:

Distrito de Independencia:

Es un distrito dentro de Lima Norte, limita con los distritos de Comas, Los Olivos y San Martin de Porres. De acuerdo con el Censo Nacional realizado en el 2017 por Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) cuenta con 223,086 habitantes. Con familias de nivel socioeconómico, según Arellano, B2, C y D.

Se identifican 6 zonas la cuales son: Payet, Tahuantinsuyo, Independencia, El Ermitaño, La Unificada y la Zona Industrial. En esta última, encontramos distintas empresas industriales, centros de estudios, centro de diversión, y grandes centros comerciales como Mega plaza, Plaza norte, Plaza Vea y Metro.

Los Olivos:

Es un distrito fundado bajo la Ley 25017 el 06 de Abril de 1989, con una superficie total de 18,25. Según el último Censo en el 2017 que realizó la INEI cuenta con 318140 habitantes. Cuenta con el 70% de tiendas naturistas de la zona las cuales son nuestros distribuidores potenciales.

Es un distrito aledaño con Independencia, Puente Piedra, Comas y San Martin de Porres.

San Martín de Porres:

Distrito que cuenta con 39,91 Km² de superficie. Es el segundo distrito con mayor población de Lima Metropolitana, de acuerdo con el INEI cuenta con 700718 habitantes. El distrito cuenta con 16 urbanizaciones, colegios emblemáticos en un número mayor de la zona, así como Huacas de nuestra cultura Lima y hasta el Estadio Gallardo. El distrito limita con los distritos de puente piedra, Ventanilla, Cercado de Lima, Carmen de La Legua, Los Olivos e Independencia.

En el ámbito comercial cuenta con un supermercado a 2,564 metros que es el Open Plaza del departamento constitucional Callao. De acuerdo a las estimaciones el gasto mensual promedio del distrito, el 55,1% de ello gasta en alimentación y el 5,4% en salud. Para realizar la toma de decisión del distrito que se ha generado una matriz de decisión, con las siguientes variables:

1. Cercanía a los distribuidores

Los distribuidos que Quicao desea obtener como clientes se encuentran en los centros comerciales, así como las tiendas naturistas. La cercanía de ello nos ahorra un gasto en la tercerización de la distribución de las cajas del producto por la zona.

2. Cercanía con los clientes finales

Quicao colocará su producto, en un primer momento, en los distribuidores, pero debemos de tener en cuenta la importancia que los clientes finales, como las amas de casa, puedan acceder directamente a Quicao en un mediano plazo.

3. Cercanía con los proveedores

A pesar de que nuestros proveedores colocarán sus productos en nuestro local, debemos de considerar en tiempo y distancia de recorrido.

- Costos de alquiler y servicios

El local genera gastos propios, como el alquiler, y los servicios que se requieren para una correcta producción.

- Disponibilidad de Mano de Obra

Aunque en Quicao se requerirá poco personal en el local, debemos de considerar la disponibilidad de mano de obra cercana a la zona y capacitadas en las funciones.

6.9.2 Licencias y autorizaciones

Los trámites de las licencias además de tener un costo, debemos de considerar el tiempo y los horarios de atención de cada municipalidad del distrito.

En base a las variables antes mencionadas se adjunta la siguiente matriz:

Tabla 79: *Matriz de variables*

		Distritos					
		Los Olivos		Independencia		San Martín de Porres	
Variables	Peso	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía a los distribuidores	0.25	8	2	8	2	6	1.5
Cercanía a los clientes finales	0.2	7	1.4	6	1.2	4	0.8
Cercanía a los proveedores	0.15	6	0.9	5	0.75	3	0.45
Costos de alquiler y servicios	0.15	8	1.2	6	0.9	3	0.45
Disponibilidad de Mano de Obra	0.15	7	1.05	6	0.9	4	0.6
Licencias y autorizaciones	0.1	7	0.7	6	0.6	5	0.5
Totales	1		7.25		6.35		4.3

Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la matriz de macro localización, la variable “Cercanía a los distribuidores” así como “cercanía a los clientes finales” tienen un peso mayor con respecto a las otras variables. En ello el distrito de Los Olivos se lidera en la ponderación, con una diferencia pequeña al distrito de Independencia.

Sin embargo, en las 4 siguientes variables la diferencia es mayor entre distritos, destacando el distrito de Los Olivos, por lo cual es el distrito elegido en para colocar un local de producción Quicao.

6.10 Micro localización

De acuerdo a la elección del distrito idóneo para Quicao, hemos realizado la búsqueda de avenidas y calles donde estaría ubicado nuestro local.

Encontramos los siguientes locales:

1. Jirón Manuel Ascencio Segura N° 272 – Los Olivos – Lima (Local 1)

Dicho local, se encuentra cerca de la Av. Panamericana Norte y Av. Carlos Izaguirre, las cuales son avenidas muy transitadas. El costo mensual del local es S/. 2500 y mide 100 m2 con 1 ambiente y 2 baños.



Figura 41: Ubicación de local n°1
Fuente: Elaboración propia



Figura 42: Local
Fuente: Elaboración propia

Fachada de local Ascencio Segura

2. Calle Gonzales Vigil 123 – Los Olivos (Local 2)

Se encuentra ubicado cerca a la Av. Izaguirre y la municipalidad de Los Olivos. El área de 200 m2 con 4 habitaciones y 1 baño. El precio mensual del alquiler es S/ 1500.



Figura 43: Ubicación N°2
Fuente: Elaboración propia

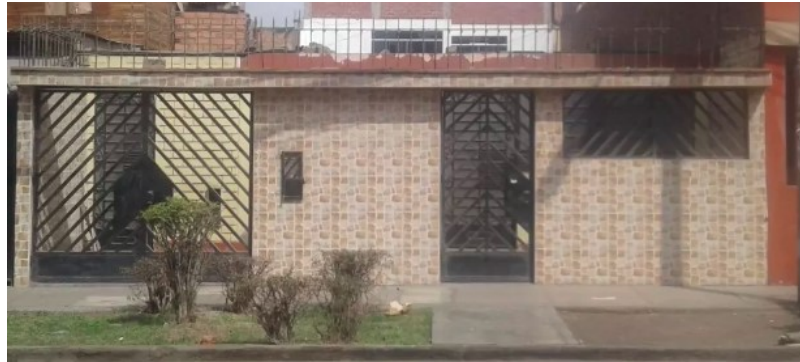


Figura 44: Ubicación del local n°2
Fuente: Elaboración propia

Fotografía de local externo

3. Av. Universitaria 56 – Los Olivos (Local 3)

Se encuentra ubicada en la misma Av. Universitaria, cerca de la Av. Colonial. Cuenta con 120 m2, 1 ambiente, 1 baño. El precio del alquiler es de S/. 1500.



Figura 45: Ubicación del local n°3
Fuente: Elaboración propia

Ubicación de local Av. Universitaria

Se realizó una matriz para definir el micro localización, a continuación, se describe:

Tabla 80: *Matriz de localización*

Variables	Peso	Distritos		Local 2		Local 3	
		Local 1		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Tamaño de Local	0.2	8	1.6	9	1.8	9	1.8
Accesibilidad	0.25	7	1.75	8	2	7	1.75
Baja congestión vehicular	0.2	7	1.4	8	1.6	5	1
Seguridad de la zona	0.2	6	1.2	8	1.6	5	1
Precio del alquiler	0.15	7	1.05	6	0.9	7	1.05
Totales	1		7		7.9		6.6

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la matriz, el local de Quicao por obtener bajo el criterio de mayor accesibilidad, seguridad en la zona una mayor calificación en el local 2 ubicado en Calle Gonzales Vigil 123 – Los Olivos.

6.10.1 Gastos de adecuación

En el siguiente cuadro se detalla los gastos necesarios para la apertura del local.

Tabla 81: *Acondicionamiento del local- Quicao*

Gastos de adecuación (acondicionamiento de local)	Dic 18(S/.)
Arquitecto (plano)	1,500.00
Ing. Eléctrico (redes eléctricas)	1,200.00
Ing. Redes (Sistema)	1,000.00
Pintado - Mano de Obra	700.00
Instalación de puertas interiores y puertas	350.00
Instalación de mueblería	450.00
Total (sin IGV)	5,200.00
IGV	936.00
Total (con IGV)	6,136.00

Fuente: Elaboración propia

6.10.2 Gastos de servicio

6.10.2.1 Alquiler

El local elegido con el micro localización es en calle González Vigil, la cual cuenta con 4 habitaciones y un baño, lo que reducirá el gasto en habilitación de ambientes para cada área.

Como se indicó en la parte superior el local cuenta con un área de 200 m². El lugar es discreto dado que no es necesario colocar un cartel informativo de la empresa.

El precio mensual del local es S/.1500 incluido IGV además de un mes de adelanto.

6.10.2.2 Garantía

El contrato indica que se debe de cancelar 2 meses de garantía a la firma del contrato.

Precio: S.1500 x 2 meses = S/.3000

6.10.2.3 Agua

El consumo de agua se pagará al dueño del local, pero de revisará el medidor propio que cuenta el local de 200 m². Se ha calculado un bajo consumo de agua debido

a que en nuestros procesos no dependemos y requerimos este elemento. Por ello, hemos estimado un consumo mensual promedio de S/ 300.00

6.10.2.4 Electricidad

Debido a que nos encontramos en la zona norte de Lima, la luz es proporcionada por Edegel. Teniendo en cuenta el uso de las 3 máquinas como la mezcladora, selladora y etiquetadora. Se estimó un consumo de S/500.00.

Telefonía

Se adquirirá un plan empresarial con la empresa Claro, ha brindado una mejor tarifa y la señal en la zona de nuestro local Quicao es mejor con referencia a otras señales. El gasto se promedia en S/. 250.00 mensual por las 5 líneas.

En el caso de la telefonía fija se contratará a la empresa Movistar, con un plan Trio 20 Mbs, en cual brinda Internet de 20Mbs, telefonía y cable. Dicho plan nos costará una tarifa plana de S/ 161.00.

6.10.3 Plano de operaciones

El plano de operaciones ha sido diseñado por especialistas en la materia, con los lineamientos exigidos en las normas. El local se dividirá en 7 ambientes, los cuales son Zona de producción, Oficina del Ejecutivo de Ventas, Oficina de Jefe comercial, área de almacén, oficina de Administración, oficina de Jefe de Producción y el directorio.

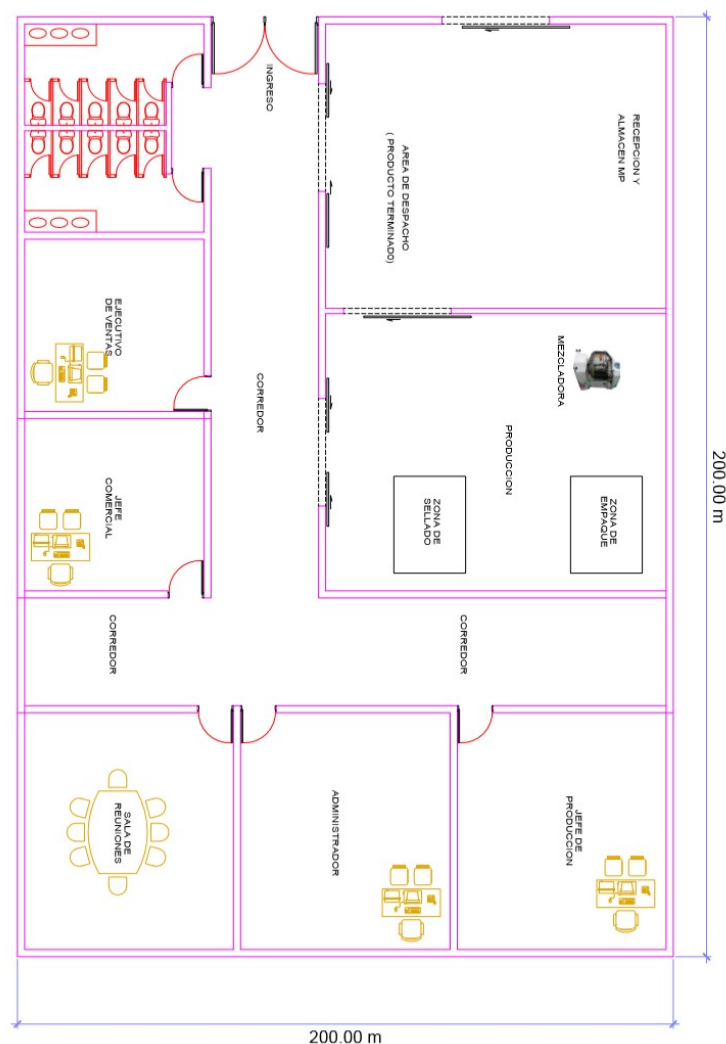


Figura 46: Plano de Operaciones Quicao
Fuente: Elaboración propia

6.11 Descripción del centro de operaciones.

El plano de la planta se diseñó en base de acuerdo con las características del local que se tomará en alquiler en el distrito de Los Olivos. La distribución de las áreas se realiza de acuerdo con las actividades propias del proceso de producción, en donde se implementará el uso de maquinaria especializada que permite la reducción de tiempos favoreciendo la capacidad de producción.

La planta cuenta con un correcto diseño de almacenes, con estanterías para el almacenamiento, de modo reducir daños en materiales y productos terminados. Es un local amplio cuenta con pasillos definidos adecuadamente, evitar peligros por aplastamiento.

6.12 Responsabilidad Social Frente al Entorno

6.12.1 Impacto Ambiental

QUICAO SAC tiene en claro el compromiso social por lo que en nuestras etiquetas contarán con el logo de RSE; asimismo en la página se detalla el trabajo en conjunto que realizaremos con la Municipalidad de Los Olivos; actualmente en forma anual la municipalidad desarrolla campañas de reciclaje.

6.12.2 Con los Trabajadores

Se incluirá a los colaboradores en las actividades sociales; para ello se formará grupos de trabajo donde se llegará a albergues, asilos, colegios.

6.12.3 Con la Comunidad

QUICAO SAC estará ubicado en el distrito de Los Olivos por lo que se trabajará con la municipalidad; ya que ellos actualmente se encuentran trabajando con colegios estatales y asimismo generando puestos de empleo a los vecinos de Los Olivos.

CAPÍTULO VII: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en activo fijo depreciable.

A continuación, el cuadro de activos fijos depreciables y su resumen por área.

Tabla 82: *Activos Fijos Depreciables*

Activos fijos - Inversión año 0

Descripción	Cantidad	Costo unitario (sin igv)	Costo total (sin igv)	Costo total (con igv)
Área de producción				
Máquina mezcladora	1	S/10,169.49	s/. 10,169	s/. 12,000
Máquina de etiquetado	1	S/2,822.03	s/. 2,822	s/. 3,330
Selladora continua	1	S/1,686.44	s/. 1,686	s/. 1,990
Balanza electrónica cap. 900 kg	1	S/1,059.32	s/. 900	s/. 1,062
Balanza analítica cap. 2200 gr	1	S/1,747.46	s/. 1,747	s/. 2,062
Desktop all in one hp	1	S/1,690.00	s/. 1,690	s/. 1,994
Escritorio con estante	1	S/253.38	s/. 253	s/. 299
Silla de oficina	1	S/59.90	s/. 75	s/. 89
Total activos fijos - producción s/.			S/. 19,344	S/. 22,826
Ventas				
Laptop Lenovo Intel core i3	2	S/1,270.34	s/. 2,541	s/. 2,998
Escritorio con estantes	2	S/129.90	s/. 260	s/. 307
Silla de oficina	2	S/89.00	s/. 178	s/. 210
Total activos fijos - ventas s/.			s/. 2,978	s/. 3,515
Administrativa				
Laptop lenovo intel core i3	1	S/1,270.34	s/. 1,270	s/. 1,499
Impresora multifuncional	1	S/300.00	s/. 300	s/. 354
Escritorio con estantes	1	S/253.38	s/. 253	s/. 299
Silla de oficina	7	S/89.00	s/. 623	s/. 735
Mesa de directorio	1	S/1,000.00	s/. 1,000	s/. 1,180
Total activos fijos - administrativa s.			s/. 3,447	s/. 4,067
Total activos fijos s/.			S/. 25,769	S/. 30,408

Fuente: Elaboración propia

Tabla 83: Activo Depreciable

Descripción	Vida útil cont.Años	Depreciación Año1	Depreciación Año 2	Depreciación Año 3	Depreciación Año 4	Depreciación Año 5	Deprec. acumulada (5 años)	V. libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual 5to año	(Valor
PRODUCCIÓN											
Máquina mezcladora	5	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 10,169	S/. 0	S/. 3,051	S/. 2,151	
Máquina de Etiquetado	4	S/. 706	S/. 706	S/. 706	S/. 706	S/. 0	S/. 2,822	S/. 0	S/. 847	S/. 597	
Selladora continua	4	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 0	S/. 1,686	S/. 0	S/. 506	S/. 357	
Balanza Electrónica Cap. 900 kg	3	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 0	S/. 0	S/. 900	S/. 0	S/. 270	S/. 190	
Balanza Analítica Cap. 2200 gr	3	S/. 582	S/. 582	S/. 582	S/. 0	S/. 0	S/. 1,747	S/. 0	S/. 524	S/. 370	
Desktop All In One HP	3	S/. 563	S/. 563	S/. 563	S/. 0	S/. 0	S/. 1,690	S/. 0	S/. 507	S/. 357	
Escritorio con estante	3	S/. 84	S/. 84	S/. 84	S/. 0	S/. 0	S/. 253	S/. 0	S/. 25	S/. 18	
Silla de oficina	3	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 0	S/. 0	S/. 75	S/. 0	S/. 8	S/. 5	
TOTAL		S/. 4,716	S/. 4,716	S/. 4,716	S/. 3,161	S/. 2,034	S/. 19,344	S/. 0	S/. 5,738	S/. 4,045	
VENTAS											
Laptop Lenovo Intel Core i3	3	S/. 847	S/. 847	S/. 847	S/. 0	S/. 0	S/. 2,541	S/. 0	S/. 508	S/. 358	
Escritorio con estantes	3	S/. 87	S/. 87	S/. 87	S/. 0	S/. 0	S/. 260	S/. 0	S/. 26	S/. 18	
Silla de oficina	3	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 0	S/. 0	S/. 178	S/. 0	S/. 18	S/. 13	
TOTAL		S/. 993	S/. 993	S/. 993	S/. 0	S/. 0	S/. 2,541	S/. 0	S/. 508	S/. 358	
ADMINISTRATIVA											
Laptop Lenovo Intel Core i3	3	S/. 423	S/. 423	S/. 423	S/. 0	S/. 0	S/. 1,270	S/. 0	S/. 254	S/. 179	
Impresora Multifuncional	3	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 0	S/. 0	S/. 300	S/. 0	S/. 90	S/. 63	
Escritorio con estantes	3	S/. 84	S/. 84	S/. 84	S/. 0	S/. 0	S/. 253	S/. 0	S/. 76	S/. 54	
Silla de oficina	3	S/. 208	S/. 208	S/. 208	S/. 0	S/. 0	S/. 623	S/. 0	S/. 187	S/. 132	
Mesa de directorio	3	S/. 333	S/. 333	S/. 333	S/. 0	S/. 0	S/. 1,000	S/. 0	S/. 300	S/. 212	
TOTAL		S/. 1,149	S/. 1,149	S/. 1,149	S/. 0	S/. 0	S/. 3,447	S/. 0	S/. 907	S/. 639	
		S/. 6,858	S/. 6,858	S/. 6,858	S/. 3,161	S/. 2,034	S/. 25,332	S/. 0	S/. 7,153	S/. 5,043	

Fuente: Elaboración propia

7.1.2 Inversion Activo Intangible

Dentro de los activos intangibles se han considerado los costos para la constitución de la empresa, registro de marcas, licencias y autorizaciones y software a utilizar. Un total de S/. 4,264.82

Tabla 84: *Activos Intangibles*

ACTIVOS INTANGIBLES							
DESCRIPCION	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Valor Venta		IGV 18 %	Total Precio de Venta	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA							
Certificado de Búsqueda - SUNARP	1	S/.	5.0	S/.	5.0	S/.	5.0
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	1	S/.	20.0	S/.	20.0	S/.	20.0
Minuta de Constitución y Escritura Publica	1	S/.	500.0	S/.	500.0	S/.	590.0
Registro de escritura pública a SUNARP	1	S/.	100.0	S/.	100.0	S/.	100.0
Legalización de libros contables	3	S/.	31.0	S/.	93.0	S/.	93.0
Obtención de RUC	1	S/.	-	S/.	-	S/.	-
TOTAL CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA				S/.	718.00	S/.	808.00
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES							
Búsqueda de Marcas	1	S/.	38.46	S/.	38.46	S/.	38.46
Búsqueda de Antecedentes Fonéticos	1	S/.	30.99	S/.	30.99	S/.	30.99
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	1	S/.	534.49	S/.	534.49	S/.	534.49
Registro de Patentes	1	S/.	603.94	S/.	603.94	S/.	603.94
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES				S/.	1,207.88	S/.	1,207.88
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES							
Licencia de Funcionamiento	1	S/.	178.44	S/.	178.44	S/.	178.44
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/.	615.00	S/.	615.00	S/.	615.00
Obtención del Registro Sanitario y Habilitación Sanitaria	1	S/.	540.00	S/.	540.00	S/.	540.00
Carnet de Sanidad	1	S/.	60.00	S/.	60.00	S/.	60.00
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES				S/.	1,393.44	S/.	1,393.44
SOFTWARE							
Página WEB	1	S/.	150.00	S/.	150.00	S/.	177.00
Antivirus – Kaspersky	5	S/.	115.00	S/.	575.00	S/.	678.50
Código de barras	1	S/.	350.00	S/.	350.00	S/.	413.00
Licencia de Office 365	5	S/.	96.00	S/.	480.00	S/.	566.40
TOTAL SOFTWARE				S/.	1,555.00	S/.	855.50
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES				S/.	4,874.32	S/.	4,264.82

Fuente: Elaboración propia

7.2 Inversión en Gastos Pre-Operativos

Se ha considerado un total de S/. 31186.78, que se gastará para el inicio preoperativo.

Tabla 85: *Gastos Pre Operativos*

Gastos pre-operativos				
Descripción	Costo unitario s/.	Total valor venta	IGV 18 %	Total precio de venta
Acondicionamiento local				
Acondicionamiento de planta de operaciones y oficina administrativa	S/5,200.00	S/5,200.00	S/936.00	S/6,136.00
Alquiler y garantía pre operativo				
Garantía alquiler local	S/1,500.00	S/3,000.00		S/3,000.00
Adelanto alquiler	S/1,500.00	S/1,500.00		S/1,500.00
Marketing				
Campañas de difusión	S/4,354.20	S/4,354.20	S/783.76	S/5,137.96
Bienes no depreciables				
Producción	S/329.90	S/329.90	S/59.38	S/389.28
Administración	S/150.00	S/150.00	S/27.00	S/177.00
Ventas	S/450.00	S/450.00	S/81.00	S/531.00
Inventarios iniciales				
Materia prima	S/4,588.31	S/4,588.31	S/825.89	S/5,414.20
Material de empaque	S/58.45	S/58.45	S/10.52	S/68.98
Utensilios de producción	S/127.12	S/127.12	S/22.88	S/150.00
Uniformes	S/498.00	S/498.00	S/89.64	S/587.64
Otros gastos pre-operativos				
Personal (planilla de dic 2018)	S/7,381.44	S/7,381.44		S/7,381.44
Servicios (diciembre 2018)	S/604.48	S/604.48	S/108.81	S/713.28
Total gastos pre-operativos		S/28,241.90	S/2,944.88	S/31,186.78

Fuente: Elaboración propia

7.3 Programa de compra de materia prima por año (cantidades)

Nuestra empresa no tendrá Inventarios iniciales, sin embargo, se considera los gastos para la fabricación en el año cero de los productos que se requieren tener en el primer mes del año 1, es decir materia prima e insumos.

Tabla 86: *Inversión en Inventarios Iniciales.*

	Unidad	Dic-18
Compra materia prima (unidades)	Saco 100 kg	1
Cacao en polvo	Saco 100 kg	1
Fortificante de hierro	Bolsa 1kg	1
Frasco 100 g	Millar	1
Etiqueta	Millar	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 87: *Inventario Inicial de Materiales en cantidades*

Inventario en el año 0 (soles)	
Compra materia prima (soles)	Dic-18
Harina de quinua	S/. 1,200
Cacao en polvo	S/. 2,200
Fortificante de hierro	S/. 87
Frasco 100 g	S/. 847
Etiqueta	S/. 254
Costo materia prima (sin igv)	S/. 4,588
Igv	S/. 826
Costo materia prima (con igv)	S/. 5,414
Inventario en el año 0 (soles)	
Compra materia prima (soles)	Dic-18
Harina de quinua	S/. 1,200
Cacao en polvo	S/. 2,200
Fortificante de hierro	S/. 87
Frasco 100 g	S/. 847
Etiqueta	S/. 254
Costo materia prima (sin igv)	S/. 4,588
Igv	S/. 826
Costo materia prima (con igv)	S/. 5,414

Fuente: Elaboración propia

7.4 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Se ha utilizado el método déficit acumulado para el cálculo de Capital de trabajo S/. 53,874.

Tabla 88: *Capital de trabajo*

VENTAS AÑO 1: 278,929												
INGRESOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	S/. 8,368	S/. 9,763	S/. 11,157	S/. 12,552	S/. 13,946	S/. 25,104	S/. 44,629	S/. 55,786	S/. 47,418	S/. 25,104	S/. 13,946	S/. 11,157
Ventas (sin IGV)	S/. 8,368	S/. 9,763	S/. 11,157	S/. 12,552	S/. 13,946	S/. 25,104	S/. 44,629	S/. 55,786	S/. 47,418	S/. 25,104	S/. 13,946	S/. 11,157
IGV Ventas	S/. 1,506	S/. 1,757	S/. 2,008	S/. 2,259	S/. 2,510	S/. 4,519	S/. 8,033	S/. 10,041	S/. 8,535	S/. 4,519	S/. 2,510	S/. 2,008
Total VENTAS	S/. 9,874	S/. 11,520	S/. 13,165	S/. 14,811	S/. 16,457	S/. 29,622	S/. 52,662	S/. 65,827	S/. 55,953	S/. 29,622	S/. 16,457	S/. 13,165
Cobranza	S/. 2,510	S/. 7,113	S/. 9,902	S/. 11,297	S/. 12,691	S/. 17,015	S/. 28,730	S/. 44,071	S/. 51,044	S/. 42,397	S/. 26,219	S/. 15,341
Supermercados (90 días)	0	0	S/. 1,674	S/. 1,953	S/. 2,231	S/. 2,510	S/. 2,789	S/. 5,021	S/. 8,926	S/. 11,157	S/. 9,484	S/. 5,021
Tiendas por conveniencia (30 días)	0	S/. 4,184	S/. 4,881	S/. 5,579	S/. 6,276	S/. 6,973	S/. 12,552	S/. 22,314	S/. 27,893	S/. 23,709	S/. 12,552	S/. 6,973
Tiendas Naturista (20 días)	S/. 1,255	S/. 1,464	S/. 1,674	S/. 1,883	S/. 2,092	S/. 3,766	S/. 6,694	S/. 8,368	S/. 7,113	S/. 3,766	S/. 2,092	S/. 1,674
Bioferias - Universidades (Contado)	S/. 1,255	S/. 1,464	S/. 1,674	S/. 1,883	S/. 2,092	S/. 3,766	S/. 6,694	S/. 8,368	S/. 7,113	S/. 3,766	S/. 2,092	S/. 1,674
TOTAL INGRESOS EFECTIVO	S/. 2,510	S/. 7,113	S/. 9,902	S/. 11,297	S/. 12,691	S/. 17,015	S/. 28,730	S/. 44,071	S/. 51,044	S/. 42,397	S/. 26,219	S/. 15,341
EGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Materiales	S/. 1,463	S/. 2,012	S/. 4,247	S/. 6,001	S/. 1,674	S/. 9,250	S/. 13,016	S/. 14,978	S/. 13,084	S/. 9,025	S/. 2,988	S/. 5,138
Material direto o matéria prima	S/. 1,102	S/. 1,200	S/. 3,403	S/. 4,502	S/. 1,188	S/. 6,803	S/. 10,293	S/. 11,395	S/. 10,293	S/. 6,890	S/. 2,302	S/. 3,302
Material de empaque	S/. 138	S/. 161	S/. 184	S/. 207	S/. 230	S/. 415	S/. 737	S/. 921	S/. 783	S/. 415	S/. 230	S/. 184
Utensilios de producción	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 127
Uniformes	S/. 0	S/. 344	S/. 0	S/. 344	S/. 0	S/. 498	S/. 0	S/. 344	S/. 0	S/. 344	S/. 0	S/. 498
Material de oficina	S/. 0	S/. 0	S/. 12	S/. 33	S/. 0	S/. 123	S/. 0	S/. 33	S/. 12	S/. 0	S/. 0	S/. 243

IGV Materiales	S/. 223	S/. 307	S/. 648	S/. 915	S/. 255	S/. 1,411	S/. 1,985	S/. 2,285	S/. 1,996	S/. 1,377	S/. 456	S/. 784
Personal	S/. 9,599	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367	S/. 9,367
Servicios	S/. 2,613	S/. 2,537	S/. 2,561	S/. 2,584	S/. 2,596	S/. 2,792	S/. 3,132	S/. 3,323	S/. 3,175	S/. 2,787	S/. 2,594	S/. 2,545
IGV Servicios	S/. 109	S/. 112	S/. 116	S/. 120	S/. 121	S/. 151	S/. 203	S/. 232	S/. 210	S/. 151	S/. 121	S/. 114
Promoción y Publicidad	S/. 2,525	S/. 2,242	S/. 1,145	S/. 1,027	S/. 1,145	S/. 2,761	S/. 2,478	S/. 2,478	S/. 1,027	S/. 1,145	S/. 1,027	S/. 3,339
Responsabilidad Social	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89	S/. 89
Impuestos	S/. 0	S/. 84	S/. 98	S/. 112	S/. 126	S/. 139	S/. 783	S/. 5,899	S/. 7,691	S/. 6,634	S/. 3,054	S/. 1,903
Préstamo	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796
Cuotas prestamos	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796	S/. 796
Total egresos efectivo	S/. 17,085	S/. 17,126	S/. 18,301	S/. 19,975	S/. 15,791	S/. 25,194	S/. 29,659	S/. 36,930	S/. 35,227	S/. 29,842	S/. 19,914	S/. 23,177
Saldo de caja (ingresos - egresos)	-S/. 14,575	-S/. 10,013	-S/. 8,399	-S/. 8,678	-S/. 3,100	-S/. 8,179	-S/. 930	S/. 7,141	S/. 15,817	S/. 12,555	S/. 6,306	-S/. 7,836
Saldo de caja inicial	S/. 0	-S/. 14,575	-S/. 24,588	-S/. 32,987	-S/. 41,665	-S/. 44,766	-S/. 52,945	-S/. 53,874	-S/. 46,733	-S/. 30,917	-S/. 18,361	-S/. 12,056
Saldo de caja final (acumulado)	-S/. 14,575	-S/. 24,588	-S/. 32,987	-S/. 41,665	-S/. 44,766	-S/. 52,945	-S/. 53,874	-S/. 46,733	-S/. 30,917	-S/. 18,361	-S/. 12,056	-S/. 19,892

Fuente: Elaboración propia

CAPITAL DE TRABAJO (Anual)

Tabla 89: *Capital de trabajo por cada año*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		S/. 278,929	S/. 297,400	S/. 317,100	S/. 338,110	S/. 360,519
Capital de trabajo necesario		S/. 53,874	S/. 57,442	S/. 61,247	S/. 65,305	S/. 69,633
Inversión capital de trabajo	S/. -53,874	S/. -3,568	S/. -3,805	S/. -4,058	S/. -4,328	
Recuperación de capital de trabajo						S/. 69,633

Fuente: Elaboración propia

Liquidation del IGV.

Ratio =	19,31%
---------	---------------

Fuente: Elaboración propia

Este tiene como objetivo calcular el crédito fiscal de la inversión, así como calcular el valor del IGV según los ingresos y egresos y el mes en que se debe pagar

Tabla 90: *Inventario Liquidación de IGV del año 2019 al 2023*

MODULO DE IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13
IGV Ventas		S/1.506	S/1.757	S/2.008	S/2.259	S/2.510	S/4.519	S/8.033	S/10.041	S/8.535	S/4.519	S/2.510	S/2.008	S/1.606
IGV Materiales		-S/223	-S/307	-S/648	-S/915	-S/255	-S/1.411	-S/1.985	-S/2.285	-S/1.996	-S/1.377	-S/456	-S/784	-S/502
IGV Servicios		-S/109	-S/112	-S/116	-S/120	-S/121	-S/151	-S/203	-S/232	-S/210	-S/151	-S/121	-S/114	-S/1.760
IGV Promoción y Publicidad		-S/385	-S/342	-S/175	-S/157	-S/175	-S/421	-S/378	-S/378	-S/157	-S/175	-S/157	-S/509	-S/385
IGV Responsabilidad Social		-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14	-S/14
IGV Activos tangibles	-S/4.638													
IGV Activos intangibles	-S/221													
IGV Gastos preoperativos	-S/2.945													
IGV Neto	-7.804	776	982	1.056	1.054	1.945	2.522	5.453	7.133	6.160	2.803	1.763	588	-1.055
Crédito fiscal	-7.804	-7.028	-6.046	-4.990	-3.936	-1.990	0	0	0	0	0	0	0	-1.055
Pago de IGV	0	-	-	-	-	-	532	5.453	7.133	6.160	2.803	1.763	588	-

Fuente: Elaboración propia

7.5 Resumen de estructura de inversiones.

En este cuadro se aprecia detalladamente el monto para cada una de las inversiones con su respectivo porcentaje.

Tabla 91: *Estructura de Inversiones*

INVERSIÓN AÑO 0

Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activos Fijos	25,769	4,638	30,408	25%
Activos Intangibles	4,874	221	4,265	4%
Gastos preoperativos	28,242	2,945	31,187	26%
Capital de Trabajo	53,874		53,874	45%
Total	112,760	7,804	119,734	100%

Inversión	%
Activo Fijo y bienes no depreciables	25%
Activo Intangibles	4%
Gastos preoperativos	26%
Capital de Trabajo	45%

Fuente: Elaboración propia

7.6 Financiamiento

7.6.1 Estructura de financiamiento.

El monto financiero asciende a S/30,000 soles y el monto S/89,734 soles es el capital propio.

Tabla 92: *Estructura de financiamiento*

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Inversión	Inversión SIN IGV	IGV	Inversión CON IGV	Capital propio	Deuda
Activo Fijo	25,769	4,638	30,408	408	30,000
Activo Intangibles	4,874	221	4,265	4,265	-
Gastos preoperativos	28,242	2,945	31,187	31,187	-
Capital de Trabajo	53,874	-	53,874	53,874	-
TOTAL	112,760	7,804	119,734	89,734	30,000
				74.94%	25.06%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 93: Aporte de los Socios

APORTE DE CADA SOCIO	
Miguel Huaypar	22,433
Luz Quispe	22,433
Milagros Quispe	22,433
Nathaly Ramón	22,433
TOTAL	89,734

Fuente: Elaboración propia

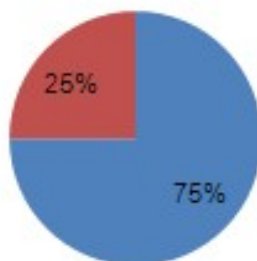


Figura 47: *Estructura de financiamiento*
Fuente: *Elaboración propia*

Se solicitará el financiamiento de s/30,000 a la caja Sullana, a continuación, se detalla el periodo, cuota y tasa.

Tabla 94: *Préstamo Bancario*

PRESTAMO ACTIVO FIJO

PRESTAMO	S/.	30,000	
TEA	20.00%		
TCEA	22.00%		Caja Sullana
TEM	1.67%		
PLAZO	5		Años
CUOTA MENSUAL	S/.	795.66	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 95: *Cronograma de Financiamiento*

Mes	Préstamo Total	Amortización Mensual	Intereses 2.14%	Cuota Mensual	Saldo Préstamo
1	285,596	2,381	6,125	8,506	283,215
2	283,215	2,432	6,074	8,506	280,783
3	280,783	2,484	6,022	8,506	278,298
4	278,298	2,538	5,969	8,506	275,761
5	275,761	2,592	5,914	8,506	273,169
6	273,169	2,648	5,859	8,506	270,521
7	270,521	2,705	5,802	8,506	267,816
8	267,816	2,763	5,744	8,506	265,054
9	265,054	2,822	5,685	8,506	262,232
10	262,232	2,882	5,624	8,506	259,350
11	259,350	2,944	5,562	8,506	256,406
12	256,406	3,007	5,499	8,506	253,398
13	253,398	3,072	5,435	8,506	250,327
14	250,327	3,138	5,369	8,506	247,189
15	247,189	3,205	5,301	8,506	243,984
16	243,984	3,274	5,233	8,506	240,710
17	240,710	3,344	5,162	8,506	237,367
18	237,367	3,416	5,091	8,506	233,951
19	233,951	3,489	5,018	8,506	230,462
20	230,462	3,564	4,943	8,506	226,898
21	226,898	3,640	4,866	8,506	223,258
22	223,258	3,718	4,788	8,506	219,540
23	219,540	3,798	4,708	8,506	215,742
24	215,742	3,879	4,627	8,506	211,863

25	211,863	3,963	4,544	8,506	207,900
26	207,900	4,048	4,459	8,506	203,853
27	203,853	4,134	4,372	8,506	199,719
28	199,719	4,223	4,283	8,506	195,496
29	195,496	4,314	4,193	8,506	191,182
30	191,182	4,406	4,100	8,506	186,776
31	186,776	4,501	4,006	8,506	182,275
32	182,275	4,597	3,909	8,506	177,678
33	177,678	4,696	3,811	8,506	172,982
34	172,982	4,796	3,710	8,506	168,186
35	168,186	4,899	3,607	8,506	163,287
36	163,287	5,004	3,502	8,506	158,282
37	158,282	5,112	3,395	8,506	153,171
38	153,171	5,221	3,285	8,506	147,949
39	147,949	5,333	3,173	8,506	142,616
40	142,616	5,448	3,059	8,506	137,168
41	137,168	5,565	2,942	8,506	131,604
42	131,604	5,684	2,823	8,506	125,920
43	125,920	5,806	2,701	8,506	120,114
44	120,114	5,930	2,576	8,506	114,184
45	114,184	6,057	2,449	8,506	108,127
46	108,127	6,187	2,319	8,506	101,939
47	101,939	6,320	2,186	8,506	95,619
48	95,619	6,456	2,051	8,506	89,163
49	89,163	6,594	1,912	8,506	82,569
50	82,569	6,736	1,771	8,506	75,834
51	75,834	6,880	1,626	8,506	68,954
52	68,954	7,028	1,479	8,506	61,926
53	61,926	7,178	1,328	8,506	54,748
54	54,748	7,332	1,174	8,506	47,416
55	47,416	7,489	1,017	8,506	39,927
56	39,927	7,650	856	8,506	32,277
57	32,277	7,814	692	8,506	24,462
58	24,462	7,982	525	8,506	16,481
59	16,481	8,153	353	8,506	8,328
60	8,328	8,328	179	8,506	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 96: *Resumen de pago anual de financiamiento*

	Deuda	Interés	Amortización	Cuota
Año 1	30,000	5,672	3,876	9,548
Año 2	26,124	4,819	4,729	9,548
Año 3	21,395	3,779	5,769	9,548
Año 4	15,626	2,509	7,039	9,548
Año 5	15,091	2,392	7,156	9,548
TOTAL		16,779	21,413	38,192

Fuente: Elaboración propia

7.7 Ingresos anuales

7.7.1 Ingresos por ventas.

Tabla 97: *Estructura de precios*

Programa ventas	2019	2020	2021	2022	2023
Presentación	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853
Total de frascos	23,097	24,627	26,258	27,998	29,853

Producto	Precio de venta sugerido al publico	Margen del canal	Precio de venta al canal	IGV	Valor venta
Presentación	S/. 15.00	5%	S/. 14.25	S/. 2.17	S/. 12.08

Programa ventas (soles)	2019	2020	2021	2022	2023
Presentación	S/. 278,929	S/. 297,400	S/. 317,100	S/. 338,110	S/. 360,519
Ventas (sin IGV)	S/. 278,929	S/. 297,400	S/. 317,100	S/. 338,110	S/. 360,519
IGV	S/. 50,207	S/. 53,532	S/. 57,078	S/. 60,860	S/. 64,893
Ventas (con IGV)	S/. 329,136	S/. 350,932	S/. 374,178	S/. 398,970	S/. 425,412

Fuente: Elaboración propia

7.8 Recuperación de capital de trabajo.

En este cuadro, se aprecia la recuperación del capital de trabajo.

Tabla 98: *Recuperación de capital de trabajo*

Recuperación de capital de trabajo												
	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Ventas			s/.	278,929	s/.	297,400	s/.	317,100	s/.	338,110	s/.	360,519
Capital de trabajo necesario			s/.	53,874	s/.	57,442	s/.	61,247	s/.	65,305	s/.	69,633
Inversión capital de trabajo	s/.	-53,874	s/.	-3,568	s/.	-3,805	s/.	-4,058	s/.	-4,328	s/.	-
Recuperación de capital de trabajo											s/.	69,633

Fuente: Elaboración propia

7.9 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 99: Valor de desecho Neto del activo

Descripción	Costo total (sin IGV)	Vida útil contable (años)	Depreciación AÑO 1	Depreciación AÑO 2	Depreciación AÑO 3	Depreciación AÑO 4	Depreciación AÑO 5	Depreciación acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual al 5to año (Valor de desecho neto)
PRODUCCIÓN											
Máquina de Etiquetado	S/. 2,822	4	S/. 706	S/. 706	S/. 706	S/. 706	S/. 0	S/. 2,822	S/. 0	S/. 847	S/. 597
Selladora continua	S/. 1,686	4	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 0	S/. 1,686	S/. 0	S/. 506	S/. 357
Balanza Electrónica Cap. 900 kg	S/. 900	3	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 0	S/. 0	S/. 900	S/. 0	S/. 270	S/. 190
Balanza Analítica Cap. 2200 gr	S/. 1,747	3	S/. 582	S/. 582	S/. 582	S/. 0	S/. 0	S/. 1,747	S/. 0	S/. 524	S/. 370
Desktop All In One HP	S/. 1,690	3	S/. 563	S/. 563	S/. 563	S/. 0	S/. 0	S/. 1,690	S/. 0	S/. 507	S/. 357
Escritorio con estante	S/. 253	3	S/. 84	S/. 84	S/. 84	S/. 0	S/. 0	S/. 253	S/. 0	S/. 25	S/. 18
Silla de oficina	S/. 75	3	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 0	S/. 0	S/. 75	S/. 0	S/. 8	S/. 5
TOTAL	S/. 9,175		S/. 2,683	S/. 2,683	S/. 2,683	S/. 1,127	S/. 0	S/. 9,175	S/. 0	S/. 2,687	S/. 1,894
VENTAS											
Laptop Lenovo Intel Core i3	S/. 2,541	3	S/. 847	S/. 847	S/. 847	S/. 0	S/. 0	S/. 2,541	S/. 0	S/. 508	S/. 358
TOTAL	S/. 2,541		S/. 847	S/. 847	S/. 847	S/. 0	S/. 0	S/. 2,541	S/. 0	S/. 508	S/. 358
ADMINISTRATIVA											
Laptop Lenovo Intel Core i3	S/. 1,270	3	S/. 423	S/. 423	S/. 423	S/. 0	S/. 0	S/. 1,270	S/. 0	S/. 254	S/. 179
Impresora Multifuncional	S/. 300	3	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 0	S/. 0	S/. 300	S/. 0	S/. 90	S/. 63
Escritorio con estantes	S/. 253	3	S/. 84	S/. 84	S/. 84	S/. 0	S/. 0	S/. 253	S/. 0	S/. 76	S/. 54
TOTAL	S/. 1,824		S/. 608	S/. 608	S/. 608	S/. 0	S/. 0	S/. 1,824	S/. 0	S/. 420	S/. 296
	S/. 13,539		S/. 4,137	S/. 4,137	S/. 4,137	S/. 1,127	S/. 0	S/. 13,539	S/. 0	S/. 3,615	S/. 2,548
IGV											S/. 651
VALOR DE DESECHO CON IGV											S/. 3,199

Fuente: Elaboración propia

7.10 Costos y Gastos Anuales

7.10.1 Egresos desembolsables

7.10.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 100: *Presupuesto de materias primas e insumos*

Materia prima (cantidades)

Materia prima	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de quinua	Saco 100 kg	17	19	20	22	23
Cacao en polvo	Saco 100 kg	7	8	8	9	9
Fortificante de hierro	Bolsa 1kg	5	6	7	7	8
Frasco 100 g	Millar	24	26	28	30	32
Etiqueta	Millar	24	26	28	30	32

Materia prima (soles)

Materia prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de quinua	S/. 20,400	S/. 22,800	S/. 24,000	S/. 26,400	S/. 27,600
Cacao en polvo	S/. 15,400	S/. 17,600	S/. 17,600	S/. 19,800	S/. 19,800
Fortificante de hierro	S/. 433	S/. 520	S/. 606	S/. 606	S/. 693
Frasco 100 g	S/. 20,339	S/. 22,034	S/. 23,729	S/. 25,424	S/. 27,119
Etiqueta	S/. 6,102	S/. 6,610	S/. 7,119	S/. 7,627	S/. 8,136
Total materia prima (sin igv)	S/. 62,674	S/. 69,564	S/. 73,054	S/. 79,857	S/. 83,347
Igv	S/. 11,281	S/. 12,521	S/. 13,150	S/. 14,374	S/. 15,002
Total materia prima (con igv)	S/. 73,955	S/. 82,085	S/. 86,203	S/. 94,231	S/. 98,350

Materia prima (soles) por producto

Materia prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	S/. 62,674	S/. 69,564	S/. 73,054	S/. 79,857	S/. 83,347
Total materia prima (sin igv)	S/. 62,674	S/. 69,564	S/. 73,054	S/. 79,857	S/. 83,347
Igv	S/. 11,281	S/. 12,521	S/. 13,150	S/. 14,374	S/. 15,002
Total materia prima (con igv)	S/. 73,955	S/. 82,085	S/. 86,203	S/. 94,231	S/. 98,350

Fuente: Elaboración propia

7.10.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 101: Presupuesto de mano de obra

Planilla MOD - Año1										
Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico	Asignación laboral	Remuneración anual	Gratificaciones (jul/dic)	Sub-total	Essalud	Cts	Total anual
								9.00%	8.33%	
1	Carpintero	2.00	1,800.00	93.00	45,432.00	7,200.00	52,632.00	4,736.88	4,384.25	61,753.13
2	Ayudante de carpintería	1.00	930.00	93.00	12,276.00	1,860.00	14,136.00	1,272.24	1,177.53	16,585.77
3	Tapizado	1.00	1,100.00	93.00	14,316.00	2,200.00	16,516.00	1,486.44	1,375.78	19,378.22
	Total	2			S/. 72,024	S/. 11,260	S/. 83,284	S/. 7,496	S/. 6,938	S/. 97,717

Fuente: Elaboración propia

7.10.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

Tabla 102: *Presupuesto de costos indirectos.*

RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIAL INDIRECTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de Empaque	S/. 4,606	S/. 4,805	S/. 5,173	S/. 5,463	S/. 5,823
Utensilios de producción	S/. 127	S/. 127	S/. 127	S/. 127	S/. 127
Uniformes de personal	S/. 762	S/. 762	S/. 762	S/. 762	S/. 762
Material de oficina	S/. 24	S/. 24	S/. 24	S/. 24	S/. 24
Total S/. (SIN IGV)	S/. 5,519	S/. 5,718	S/. 6,086	S/. 6,376	S/. 6,736
SERVICIOS					
Energía Eléctrica	S/. 3,037	S/. 3,239	S/. 3,453	S/. 3,682	S/. 3,926
Agua	S/. 1,139	S/. 1,214	S/. 1,295	S/. 1,381	S/. 1,472
Arbitrios	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
Servicio de teléfono - internet	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203
Servicio de Telefonía Celular	S/. 540	S/. 540	S/. 540	S/. 540	S/. 540
Alquiler local	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600
Servicio de contabilidad (honorarios)	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 536	S/. 536	S/. 536	S/. 536	S/. 536
Póliza de seguro contra robo y otros (maquinarias y Materia Prima)	S/. 781	S/. 781	S/. 781	S/. 781	S/. 781
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 18,886	S/. 19,163	S/. 19,458	S/. 19,773	S/. 20,108
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Básico	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000
Bono	-	-	-	-	-
S.C.T.R	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gratificación	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
CTS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
ESSALUD	S/. 1,080	S/. 1,080	S/. 1,080	S/. 1,080	S/. 1,080
Total MOI	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 49,486	S/. 49,961	S/. 50,624	S/. 51,229	S/. 51,925
IGV	S/. 2,116	S/. 2,202	S/. 2,321	S/. 2,430	S/. 2,555
TOTAL CIF (CON IGV)	S/. 51,602	S/. 52,163	S/. 52,945	S/. 53,659	S/. 54,480
EGP					
CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080
MATERIAL INDIRECTO	S/. 5,519	S/. 5,718	S/. 6,086	S/. 6,376	S/. 6,736
SERVICIOS	S/. 18,886	S/. 19,163	S/. 19,458	S/. 19,773	S/. 20,108
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 4,716	S/. 4,716	S/. 4,716	S/. 3,161	S/. 2,034
AMORTIZACION ANUAL	S/. 3,523	S/. 3,523	S/. 3,523	S/. 3,523	S/. 3,523
TOTAL CIF	S/. 57,725	S/. 58,200	S/. 58,863	S/. 57,913	S/. 57,481

FLUJO DE CAJA

CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080	S/. 25,080
MATERIAL INDIRECTO	S/. 5,519	S/. 5,718	S/. 6,086	S/. 6,376	S/. 6,736
SERVICIOS	S/. 18,886	S/. 19,163	S/. 19,458	S/. 19,773	S/. 20,108
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 49,486	S/. 49,961	S/. 50,624	S/. 51,229	S/. 51,925
IGV	S/. 2,116	S/. 2,202	S/. 2,321	S/. 2,430	S/. 2,555
TOTAL CIF (CON IGV)	S/. 51,602	S/. 52,163	S/. 52,945	S/. 53,659	S/. 54,480

Fuente: Elaboración propia

7.10.1.4 Presupuesto de gastos de administración

Tabla 103: Gastos Administrativos

Resumen gastos administrativos					
Planilla	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Básico	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000
Bono	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
S.c.t.r	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gratificación	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Cts	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Essalud	S/. 1.350	S/. 1.350	S/. 1.350	S/. 1.350	S/. 1.350
Total planilla	S/. 31.350	S/. 31.350	S/. 31.350	S/. 31.350	S/. 31.350
Materiales					
Material de oficina	S/. 122	S/. 122	S/. 122	S/. 122	S/. 122
Total s/. (sin igv)	S/. 122	S/. 122	S/. 122	S/. 122	S/. 122
Servicios					
Energía eléctrica	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Agua	S/. 225	S/. 225	S/. 225	S/. 225	S/. 225
Arbitrios	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25
Servicio de teléfono - internet	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203	S/. 203
Servicio de telefonía celular	S/. 540	S/. 540	S/. 540	S/. 540	S/. 540
Alquiler local	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800
Servicio de contabilidad (honorarios)	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67
Póliza de seguro contra robo y otros (maquinarias y materia prima)	S/. 98	S/. 98	S/. 98	S/. 98	S/. 98
Total costo servicios (sin IGV)	S/. 7.158	S/. 7.158	S/. 7.158	S/. 7.158	S/. 7.158
Responsabilidad social					
Charlas educativas de nutrición y reciclaje	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900
Total costo servicios (sin IGV)	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900
Total gastos administrativos (sin IGV)	S/. 39.529	S/. 39.529	S/. 39.529	S/. 39.529	S/. 39.529
Igv	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496
Total gastos administrativos (con IGV)	S/. 40.025	S/. 40.025	S/. 40.025	S/. 40.025	S/. 40.025

Fuente: Elaboración propia

7.10.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 104: Presupuesto del área de ventas

RESUMEN GASTOS DE VENTAS					
PLANILLA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Básico	S/. 42.000	S/. 42.000	S/. 42.000	S/. 42.000	S/. 42.000
Bono	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
S.C.T.R	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gratificación	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
CTS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
ESSALUD	S/. 1.890	S/. 1.890	S/. 1.890	S/. 1.890	S/. 1.890
Total Planilla	S/. 43.890	S/. 43.890	S/. 43.890	S/. 43.890	S/. 43.890
MATERIALES					
Material de oficina	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
Total S/. (SIN IGV)	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
PUBLICIDAD					
Trade Marketing	S/. 9.970	S/. 9.970	S/. 9.970	S/. 9.970	S/. 9.970
Publicidad digital	S/. 8.960	S/. 8.960	S/. 8.960	S/. 8.960	S/. 8.960
Total Costo Publicidad y Marketing (sin IGV)	S/. 18.930	S/. 18.930	S/. 18.930	S/. 18.930	S/. 18.930
SERVICIOS					
Energía Eléctrica	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Agua	S/. 225	S/. 225	S/. 225	S/. 225	S/. 225
Arbitrios	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25
Servicio de teléfono - internet	S/. 101	S/. 101	S/. 101	S/. 101	S/. 101
Servicio de Telefonía Celular	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720
Alquiler local	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600
Servicio de contabilidad (honorarios)	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67
Póliza de seguro contra robo y otros (maquinarias y Materia Prima)	S/. 98	S/. 98	S/. 98	S/. 98	S/. 98
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 5.436	S/. 5.436	S/. 5.436	S/. 5.436	S/. 5.436
TOTAL GASTOS DE VENTAS (SIN IGV)	S/. 68.353	S/. 68.353	S/. 68.353	S/. 68.353	S/. 68.353
IGV	S/. 3.751	S/. 3.751	S/. 3.751	S/. 3.751	S/. 3.751
TOTAL GASTOS DE VENTAS (CON IGV)	S/. 72.104	S/. 72.104	S/. 72.104	S/. 72.104	S/. 72.104

Fuente: Elaboración propia

7.10.1.6 Egresos no desembolsables

Tabla 105. *Depreciación de activos fijos*

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 6.858	S/. 6.858	S/. 6.858	S/. 3.161	S/. 2.034
Producción (CIF)	S/. 4.716	S/. 4.716	S/. 4.716	S/. 3.161	S/. 2.034
Gastos Administrativos	S/. 1.149	S/. 1.149	S/. 1.149	S/. 0	S/. 0
Gastos Ventas	S/. 993	S/. 993	S/. 993	S/. 0	S/. 0
AMORTIZACION INTANGIBLES Y					
GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/. 6.572	S/. 6.572	S/. 6.572	S/. 6.572	S/. 6.572
Producción (CIF)	S/. 3.523	S/. 3.523	S/. 3.523	S/. 3.523	S/. 3.523
Gastos Administrativos	S/. 1.075	S/. 1.075	S/. 1.075	S/. 1.075	S/. 1.075
Gastos Ventas	S/. 1.974	S/. 1.974	S/. 1.974	S/. 1.974	S/. 1.974
TOTAL EGRESOS NO					
DESEMBOLSABLES	S/. 13.430	S/. 13.430	S/. 13.430	S/. 9.733	S/. 8.605

Fuente: Elaboración propia

7.10.2 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 106: Costo de producción unitario y costo total unitario.

Resumen de costos unitarios	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Presentación	S/.	10,62	S/.	10,26	S/.	9,78	S/.	9,30	S/.	8,83
Materia prima	S/.	2,71	S/.	2,82	S/.	2,78	S/.	2,85	S/.	2,79
Mano de obra directa	S/.	0,51	S/.	0,48	S/.	0,45	S/.	0,42	S/.	0,40
CIF	S/.	2,50	S/.	2,36	S/.	2,24	S/.	2,07	S/.	1,93
Gastos administrativos	S/.	1,81	S/.	1,70	S/.	1,59	S/.	1,45	S/.	1,36
Gastos de ventas	S/.	3,09	S/.	2,90	S/.	2,72	S/.	2,51	S/.	2,36

MARGEN UNITARIO	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Presentación										
Valor venta promedio	S/.	12,08	S/.	12,08	S/.	12,08	S/.	12,08	S/.	12,08
Costo unitario	S/.	10,62	S/.	10,26	S/.	9,78	S/.	9,30	S/.	8,83
Marge unitario	S/.	1,46	S/.	1,82	S/.	2,30	S/.	2,77	S/.	3,25
Margen %	12%		15%		19%		23%		27%	

Fuente: Elaboración propia

7.10.2.1 Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 107: Costos variables unitarios

COSTOS VARIABLES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Frascos	23.097	24.627	26.258	27.998	29.853
Horas MOD	1.223	1.276	1.373	1.450	1.546
Ingresos	S/. 278.929	S/. 297.400	S/. 317.100	S/. 338.110	S/. 360.519

COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 62.674	S/. 69.564	S/. 73.054	S/. 79.857	S/. 83.347
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua)	S/. 8.782	S/. 9.258	S/. 9.921	S/. 10.525	S/. 11.221
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 71.456	S/. 78.821	S/. 82.974	S/. 90.382	S/. 94.568

COSTOS VARIABLE					
UNITARIO PROMEDIO	S/. 3,09	S/. 3,20	S/. 3,16	S/. 3,23	S/. 3,17

Fuente: Elaboración propia

Tabla 108: Costos Fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Frascos	23.097	24.627	26.258	27.998	29.853
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 11.806	S/. 11.806	S/. 11.806	S/. 11.806	S/. 11.806
CIF FIJO	S/. 48.943	S/. 48.943	S/. 48.943	S/. 47.387	S/. 46.260
GASTOS ADMINISTRACION FIJOS	S/. 41.753	S/. 41.753	S/. 41.753	S/. 40.604	S/. 40.604
GASTOS VENTAS FIJOS	S/. 71.320	S/. 71.320	S/. 71.320	S/. 70.327	S/. 70.327
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 173.821	S/. 173.821	S/. 173.821	S/. 170.124	S/. 168.997
COSTO FIJO UNITARIO PROMEDIO	S/.7,53	S/.7,06	S/.6,62	S/.6,08	S/.5,66

Fuente: Elaboración propia

Tabla 109: Resumen de Costos Unitarios y Margen de Contribución

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Presentación	10,62	10,26	9,78	9,30	8,83
Costo variable unitario	S/.3,09	S/.3,20	S/.3,16	S/.3,23	S/.3,17
Costo fijo unitario	S/.7,53	S/.7,06	S/.6,62	S/.6,08	S/.5,66

Margen de Contribución	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presentación					
Valor venta unitario promedio	S/.12,08	S/.12,08	S/.12,08	S/.12,08	S/.12,08
Costo variable unitario	S/.3,09	S/.3,20	S/.3,16	S/.3,23	S/.3,17
Margen de contribución unitario	S/.8,98	S/.8,88	S/.8,92	S/.8,85	S/.8,91

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VIII: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.1 Premisas del estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja.

1. El horizonte de evaluación es 5 años, siendo el primer año 2019.
2. El año de liquidación es en el año 6
3. El IGV es de 18%.
4. Los ingresos y egresos del flujo de caja están afectos al IGV, a excepción de la partida de remuneraciones.
5. El Estado de Ganancias y Pérdidas no incluye IGV.
6. La depreciación de activos es 5 años para los bienes muebles y 4 años para las computadoras (laptop)
7. La amortización se ha incluido en el primer año

8.2 Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros

Tabla 110: *Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros.*

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (NO INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	278.929	297.400	317.100	338.110	360.519
COSTO DE VENTAS	(132.204)	(139.570)	(143.723)	(149.575)	(152.634)
(-) Materia Prima	(62.674)	(69.564)	(73.054)	(79.857)	(83.347)
(-) Mano de obra directa	(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)
(-) CIF	(57.725)	(58.200)	(58.863)	(57.913)	(57.481)
UTILIDAD BRUTA	146.725	157.830	173.377	188.535	207.885
GASTOS OPERATIVOS	(113.073)	(113.073)	(113.073)	(110.931)	(110.931)
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	(41.753)	(41.753)	(41.753)	(40.604)	(40.604)
(-) GASTOS VENTAS	(71.320)	(71.320)	(71.320)	(70.327)	(70.327)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	33.652	44.757	60.304	77.603	96.953
PERDIDA/UTILIDAD ACUMULADA	33.652	44.757	60.304	77.603	96.953
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(3.365)	(4.476)	(6.030)	(10.754)	(16.462)
UTILIDAD OPERATIVA DESPUES DE IMPUESTOS	30.286	40.281	54.273	66.849	80.491
	2018	2019	2020	2021	2022
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	33.652	44.757	60.304	77.603	96.953
Hasta 15UIT	33.652	44.757	60.304	62.250	62.250
Más de 15UIT	0	0	0	15.353	34.703

Fuente: Elaboración propia

8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

Tabla 111: *Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal*

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	278.929	297.400	317.100	338.110	360.519
COSTO DE VENTAS	(132.204)	(139.570)	(143.723)	(149.575)	(152.634)
(-) Material directo	(62.674)	(69.564)	(73.054)	(79.857)	(83.347)
(-) Mano de obra directa	(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)
(-) CIF	(57.725)	(58.200)	(58.863)	(57.913)	(57.481)
UTILIDAD BRUTA	146.725	157.830	173.377	188.535	207.885
(-) GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	(41.753)	(41.753)	(41.753)	(40.604)	(40.604)
(-) GASTOS VENTAS	(71.320)	(71.320)	(71.320)	(70.327)	(70.327)
EBIT O UTILIDAD					
OPERATIVA	33.652	44.757	60.304	77.603	96.953
GASTOS FINANCIEROS	(5.672)	(4.819)	(3.779)	(2.509)	
UTILIDAD ANTES					
IMPUESTOS	27.980	39.938	56.525	75.094	96.953
PERDIDA/UTILIDAD					
ACUMULADA	27.980	39.938	56.525	75.094	96.953
(-) IMPUESTO A LA					
RENTA	(2.798)	(3.994)	(5.653)	(10.014)	(16.462)
UTILIDAD NETA	25.182	35.944	50.873	65.080	80.491
ESCUDO FISCAL	567	482	378	740	0
	2018	2019	2020	2021	2022
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	27.980	39.938	56.525	75.094	96.953
Has 15UIT	27.980	39.938	56.525	62.250	62.250
Más de 15UIT	0	0	0	12.844	34.703

Fuente: Elaboración propia

8.4 Flujo de Caja Operativo.

Tabla 112: *Flujo de caja operativo en soles*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		329.136	350.932	374.178	398.970	425.412
(-) MATERIAL DIRECTO O						
MATERIA PRIMA		(73.955)	(82.085)	(86.203)	(94.231)	(98.350)
(-) MANO DE OBRA DIRECTA		(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)	(11.806)
(-) CIF		(51.602)	(52.163)	(52.945)	(53.659)	(54.480)
(-) GASTOS						
ADMINISTRATIVOS		(40.025)	(40.025)	(40.025)	(40.025)	(40.025)
(-) GASTOS VENTAS		(72.104)	(72.104)	(72.104)	(72.104)	(72.104)
(-) IMPUESTOS A LA RENTA		(3.365)	(4.476)	(6.030)	(10.754)	(16.462)
(-) PAGO IGV (Estado)		(24.759)	(34.562)	(37.361)	(39.809)	(43.740)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		51.520	53.711	67.703	76.582	88.446

Fuente: Elaboración propia

8.5 Flujo de Capital.

8.5.1 Flujo de capital o de inversion total

Tabla 113: *Flujo de capital en soles*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) INVERSION ACTIVOS TANGIBLES	(30.408)					
(-) INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	(4.265)					
(-) GASTOS PRE-OPERATIVOS	(31.187)					3.000
(-) INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(53.874)	(3.568)	(3.805)	(4.058)	(4.328)	
(+) VALOR DE DESECHO ACTIVOS FIJOS						3.199
(+) VALOR DE RECUPERO CAPITAL DE TRABAJO						69.633
FLUJO DE CAPITAL O INVERSION TOTAL	(119.734)	(3.568)	(3.805)	(4.058)	(4.328)	75.832
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONOMICO)	(119.734)	47.952	49.906	63.645	72.253	164.278

Fuente: Elaboración propia

8.5.2 Flujo de Caja Económico

Tabla 114: *Flujo de caja económico en soles*

FLUJO DE CAJA						
DE LIBRE						
DISPONIBILIDAD	(119.734)	47.952	49.906	63.645	72.253	164.278
(ECONOMICO)						WACC

Fuente: Elaboración propia

8.5.3 Flujo del servicio de la deuda

Tabla 115: *Flujo de caja de la deuda*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRESTAMO	30.000					
(-) CUOTAS (Amortización + Intereses)		(9.548)	(9.548)	(9.548)	(9.548)	0
(+) ESCUDO FISCAL		567	482	378	740	0
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	30.000	(8.981)	(9.066)	(9.170)	(8.808)	0

Fuente: Elaboración propia

8.5.4 Flujo de caja financiero

Tabla 116: *Flujo de caja financiero en soles*

FLUJO DE						
CAJA DEL						
ACCIONISTA	(89.734)	38.972	40.840	54.475	63.446	164.278
(FINANCIERO)						COK

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IX: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

9.1 Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1 Costo de Oportunidad

9.1.1.1 CAPM

Tabla 117: Costo de Oportunidad - CAPM

COSTO DE OPORTUNIDAD COK (MODELO CAPM)		
Rendimiento del mercado		
USA	10,27%	Damodaran S&P (2008-2017)
Tasa libre de riesgo USA		
(T-Bonds)	4,29%	Damodaran 10 year T. Bond (2008-2017)
Beta des apalancada	0,89	Sector Food Processing
%D	25%	
%E	75%	
Riesgo país	1,24%	Riesgo país octubre 2018 (JP Morgan / Ambito)
Impuesto a la renta	29,5%	Sunat
Beta Apalancado	1,10	$BI = Bu \times (1 + D/E \times (1-T))$
COK (Modelo CAPM)	12,1%	$COK = Rf + B \times (Rm - Rf) + Rp$

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2 COK Propio

El COK propio de Quicao es 27,28, debido a que se ha considerado el factor riesgo de 5,2.

Tabla 118: Cok Propio

COSTO DE OPORTUNIDAD (COK) de ACCIONISTAS		
Inversionista	Alternativa de Inversión	Tasa
Miguel		
Huaypar	Depósito a plazo Caja Centro	5,00%
Luz Quispe	Depósito a plazo Caja Municipalidad de Ica	5,30%
Milagros		
Quispe	Depósito a plazo Banco Ripley	5,20%
Nathaly		
Ramón	Depósito a plazo Caja ProEmpresa	5,60%
Promedio		5,28%
Factor de riesgo = (TCEA Deuda + Promedio) / Promedio		5,2
Costo de Oportunidad (COK)		27,28%

Depósito 30k a 1110 días

Fuente: Compara bien

<https://comparabien.com.pe/>

5,28% El costo de oportunidad del accionista en otras entidades

Están considerando que el nivel de riesgo del negocio es 5.6 veces mayor al
 22,00% de un depósito a plazo fijo
 El COK tiene que ser mayor al costo de la
 27,28% deuda

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.3 Costo promedio ponderado de capital (WACC).

Tabla 119: Costo Promedio Ponderado

COSTO PROMEDIO				
PONDERADO DE CAPITAL				
(WACC)				
Capital	Monto		%	Costo de capital
Deuda	S/. 30.000		25%	15,51%
Capital propio	S/. 89.734		75%	27,28%
	S/. 119.734		100%	
Costo promedio				
ponderado	24%			
capital (WACC)				

Fuente: Elaboración propia

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

De acuerdo a los cálculos nuestros indicadores son los que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 120. Flujo de Caja Económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONÓMICO)	(119.734)	47.952	49.906	63.645	72.253	164.278
WACC	24,33%					
VAN Económico	69.784					
TIR Económico	44,97%					
Beneficio/Costo	1,58					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-119.734	38.570	32.287	33.118	30.241	55.303
Flujo de caja acumulado	-119.734	-81.164	-48.878	-15.760	14.481	69.784
Periodo de recuperación descontado	4	años				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

FLUJO DE CAJA FINANCIERO O DEL ACCIONISTA	(89.734)	38.972	40.840	54.475	63.446	164.278
COK	27,28%					
VAN Financiero	65.887					
TIR financiera	52,74%					
Beneficio/Costo	1,73					
TIRM	42,09%					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-89.734	30.620	25.212	26.422	24.179	49.188
Flujo de caja acumulado	-89.734	-59.114	-33.902	-7.480	16.699	65.887
Periodo de recuperación descontado	3,1	años				

Fuente: Elaboración propia

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 121: *Punto Equilibrio*

PRODUCTO	MEZCLA
Presentación 100 g	100,0%
	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 122: *Cálculo de Punto Equilibrio*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DESCRIPCION					
MEZCLA PRODUCTO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 12,08	S/. 12,08	S/. 12,08	S/. 12,08	S/. 12,08
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 3,09	S/. 3,20	S/. 3,16	S/. 3,23	S/. 3,17
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 8,98	S/. 8,88	S/. 8,92	S/. 8,85	S/. 8,91
MC unitario promedio ponderado	S/. 8,98	S/. 8,88	S/. 8,92	S/. 8,85	S/. 8,91
	S/.	S/.	S/.		
CFT	173.821,45	173.821,45	173.821,45	S/. 170.124,30	S/. 168.997,18
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	19.351	19.584	19.495	19.227	18.970
PE EN UNIDADES	19.351	19.584	19.495	19.227	18.970
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 233.687	S/. 236.503	S/. 235.424	S/. 232.193	S/. 229.090
ESTADO DE RESULTADO (PUNTO DE EQUILIBRIO)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 233.687	S/. 236.503	S/. 235.424	S/. 232.193	S/. 229.090
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 59.866	-S/. 62.681	-S/. 61.603	-S/. 62.069	-S/. 60.093
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 173.821	S/. 173.821	S/. 173.821	S/. 170.124	S/. 168.997
			-S/.		
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 173.821	-S/. 173.821	173.821	-S/. 170.124	-S/. 168.997
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0

ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 278.929	S/. 297.400	S/. 317.100	S/. 338.110	S/. 360.519
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 71.456	-S/. 78.821	-S/. 82.974	-S/. 90.382	-S/. 94.568
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 207.473	S/. 218.579	S/. 234.125	S/. 247.728	S/. 265.951
			-S/.		
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 173.821	-S/. 173.821	173.821	-S/. 170.124	-S/. 168.997
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 33.652	S/. 44.757	S/. 60.304	S/. 77.603	S/. 96.953
(-) GASTOS FINANCIEROS	-S/. 5.672	-S/. 4.819	-S/. 3.779	-S/. 2.509	S/. 0
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. 27.980	S/. 39.938	S/. 56.525	S/. 75.094	S/. 96.953
(-) IMPUESTOS	-S/. 2.798	-S/. 3.994	-S/. 5.653	-S/. 10.014	-S/. 16.462
UTILIDAD NETA	S/. 25.182	S/. 35.944	S/. 50.873	S/. 65.080	S/. 80.491

Porcentaje de las ventas por encima del punto de equilibrio	19%	26%	35%	46%	57%
---	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: Elaboración propia

9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo

Se ha realizado el cálculo para las distintas dimensiones

Tabla 123: *Sensibilidad Precios*

VANE	69.784
TIRE	44,97%
WACC	24,33%
VARIACION PRECIOS =	

0,00%

Variable de entrada – PRECIOS

		Normal	VANE = 0
Disminución máxima de precios			-8,83%
	S/.		
Presentación	15,00	S/.	13,67
Variables de salida			
		S/.	
VANE	69.784	S/.	-
TIRE	44,97%	24,50%	
WACC	24,33%	24,50%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 124: *Sensibilidad Demanda*

VARIACION DEMANDA = 0,00%

Variable de entrada – CANTIDAD

	Normal	VANE = 0
Disminución máxima de la demanda		-11,99%
Presentación	131.834	116.021
Variables de salida		
	S/.	
VANE	69.784	S/.
TIRE	44,97%	24,43%
WACC	24,33%	24,43%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 125: *Sensibilidad Costo de Materia Prima*

VARIACION COSTOS DE MATERIA PRIMA = 0,00%

Variable de entrada - COSTO MATERIA PRIMA

	Normal		VANE = 0	
Aumento máximo del costo de la materia prima				35,31%
Harina de Quinoa	S/.	1.416,00	S/.	1.916,06
Cacao en polvo	S/.	2.596,00	S/.	3.512,78
Fortificante de Hierro	S/.	102,20	S/.	138,29
Frasco 100 g	S/.	1.000,00	S/.	1.353,15
Etiqueta	S/.	300,00	S/.	405,94
Variables de salida				
VANE	S/.	69.784	S/.	-
TIRE	44,97%		24,62%	
WACC	24,33%		24,62%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 126: *Sensibilidad Costo de Personal*

VARIACION COSTOS DE

PERSONAL = 0,00%

**Variable de entrada - COSTO
DE PERSONAL**

	Normal		VANE = 0	
			22,12%	
Administrador	S/.	2.500	S/.	3.053
Jefe Comercial	S/.	2.000	S/.	2.442
Ejecutivo de ventas	S/.	1.500	S/.	1.832
Jefe de producción	S/.	2.000	S/.	2.442
Operario de producción	S/.	930	S/.	1.136
Variables de salida				
VANE	S/.	69.784	S/.	-
TIRE	44,97%		24,64%	
WACC	24,33%		24,64%	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 127: *Sensibilidad Multidimensional*

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MULTIDIMENSIONAL				
	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA	
VARIABLES ENTRADA				
PRECIOS	-5%	0%	5%	
DEMANDA	-5%	0%	5%	
COSTOS MATERIA				
PRIMA	5%	0%	0%	
COSTOS PERSONAL	5%	0%	0%	
VARIABLES DE SALIDA				
	S/.	-	S/.	
VANE	23.510	69.784	S/.	134.747
TIRE	18,11%	44,97%	66,23%	
WACC	24,56%	24,33%	24,17%	
ESCENARIOS				
PROBABILIDADES	15%	60%	25%	
VAN ECONOMICO				
ESPERADO	S/.			72.030,96

En un escenario pesimista el proyecto no sería rentable, genera un VAN negativo

En los escenarios normal y optimista el proyecto es rentable, genera VAN positivos

Considerando las probabilidades de ocurrencia de cada escenario, el VAN Económico esperado es positivo, por lo tanto el proyecto es viable

Fuente: Elaboración propia

9.3 Variables

9.3.1 Críticas del proyecto

"Las variables críticas del proyecto se eligen cuando los indicadores financieros se vuelven negativos ante un movimiento menor de dichas variables, en otras palabras, cuando el VAN es menor a cero, la TIRE menos al WACC y la TIRF menor al COK.

Utilizando el análisis de sensibilidad se ha podido encontrar que la variable más crítica del proyecto es el precio, ya que ante una variación de 8.83% afecta significativamente la rentabilidad del proyecto. En segundo lugar se puede citar también al precio de la materia prima e insumo que ante un aumento en 35.31 % y la disminución de demanda a 11.99%, que ya no representan un riesgo mayor. Dicha situación de reducción de demanda se puede dar por la aparición de competencia nueva o por una contracción económica significativa (Pueden ampliar alrededor de esa idea u otras que en el análisis de la primera parte hayan tomado conocimiento).

9.3.2 Perfil de riesgo

"Luego de identificar y analizar los posibles situaciones de riesgo del proyecto tomando como herramienta el análisis de sensibilidad, se concluye que las variables "precio" y "precio de Mp", presentan un riesgo para el proyecto debido a su alta sensibilidad, siendo la situación más riesgosa la disminución del precio de venta.

En caso el precio de venta disminuya se debe tomar las siguientes acciones:

- Disminuir el costo variable directo (otro tipo de madera u otro).
- Reestructurar las funciones de los especialistas (Mano de Obra directa), de tal manera en que se pueda reducir personal o ampliar capacidad de producción de por persona.
- Buscar insumos sustitutos a alguno de los más caros (calidad de hojas componentes u otros).
- Realizar compras por volumen.

Aplicando lo anterior, se logrará disminuir el costo unitario del producto para que así el precio de venta unitario pueda mantener su margen proyectado. Por otro lado, para

controlar la cantidad demandada, se debe buscar estrategias para mejorar el posicionamiento de la marca en el mercado, asimismo campañas para dar a conocer las cualidades del producto de tal manera en que se pueda incrementar su consumo. Para ello se debe recurrir a la publicidad en las redes sociales, las cuales tienen un alto impacto en los usuarios y no requiere una inversión mayor. También participación en ferias, alianzas con centro quiroprácticos para que recomienden a sus clientes, entre otros.

CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto requiere una inversión de 119734.00 Soles, de los cuales el 75 % será aporte de los 4 socios, y el resto que es 25 % se financiará con un préstamo a la Caja Sullana con un TCEA de 22 % y en un plazo de 5 Años.

Los resultados económicos del VANE 69784.00, el TIR 44.97% y el WACC de 24.33%, lo que quiere decir que la realización del proyecto es factible porque el TIR es mucho mayor que la tasa de descuento y además se tiene un VANE favorable.

La ratio beneficio costo es de 1.58, lo que significa que los beneficio son mayores a los costos.

Los resultados financieros del VANF 65887; el TIR de 52,74% y el COK de 27,28%; de igual manera la tasa del TIR es mayor a la tasa de descuento y el VANF que se obtiene también es muy favorable.

El crecimiento del mercado está determinado por el crecimiento de la población y aún más importante por referencia del crecimiento en el mercado de nuestro principal competidor.

Nuestro producto se sube a la ola actual de cuidado de la alimentación fomentando el consumo de alimentos saludables y orgánicos, es un producto nuevo que no existe en el mercado y un sabor agradable.

Los precios están dentro del promedio del mercado para los productos 100% orgánicos y saludables.

En conclusión el proyecto formulado tiene factibilidad económica y financiera para su inmediata ejecución por que los indicadores de rentabilidad determinantes cuales son el VAN, TIRE y VANF y TIRF son positivos.

RECOMENDACIONES

Estudiar la posibilidad de diversificar los productos con adiciones especiales, sabores y presentación, que pudiera tener una buena aceptación.

Estudiar la posibilidad de ampliar el mercado no solo en otras zonas, también ver la posibilidad de ampliar los canales a fin de conseguir la mejor rentabilidad.

Al alcanzar un mayor reconocimiento en el mercado enfocarse en los competidores directos y direccionar nuestra fuerza en el mercado del segmento B y C.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de noticias Andina (2017, 19 de junio). *La quinua es consumida por un 85.4% de hogares de lima y Callao*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-un-854-hogares-lima-y-callao-consume-quinua-destaca-encuesta-463156.aspx>
- Arellano marketing (2012, octubre). Planificar 2013, *¿como son los estilos de vida?* Recuperado de: <https://es.slideshare.net/ArellanoMarketing/estilos-de-vida-arellano-marketing>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2018). *Balanza Comercial*. Recuperado de: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/balanza-comercial>
- Banco Central de Reserva, Departamento de economía mundial (2018, 7 de junio). *Notas de estudio del BCRP, Balanza comercial*. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2018/nota-de-estudios-42-2018.pdf>
- Congreso de la república, Comisión permanente del congreso de la república. (1997, 19 de noviembre). *Ley general de sociedades, Ley N° 26887*. Recuperado de: https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/sites/ppp.worldbank.org/files/documents/Ley%20No%20-%2026887_SP.pdf
- Centro de información y documentación INDECOPI. (2018). *Guía informativa sobre etiquetado 2018*. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/documents/51783/2254804/guia_informativa_etiqueta_do_2018.pdf/bc4f6f27-62d8-3c67-a294-8657ae195a22
- Instituto nacional de estadísticas e informática (S.F.). *Estadísticas de población*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population/>
- Inge Bolivia (2016, 4 de setiembre). *Apuntes de preparación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: <http://proyectos.ingenotas.com/2008/09/el-mercado-proveedor.html>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Política económica y social, conoce los conceptos básicos para comprender la economía del país*. Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/politica-economica-y-social-sp-2822/23-conceptos-basicos/61-conoce-los-conceptos-basicos-para-comprender-la-economia-del-pais>
- Padilla M. (2015). *Estrategia de Endo márketing y la satisfacción del cliente externo de multiservicios JAPI S.A.C. en el distrito de Trujillo*. (Tesis de Licenciado en Administración). Universidad Nacional de Trujillo.
- Poder ejecutivo, normas legales. (2017, 20 de abril). Presidencia del consejo de ministros. *Decreto supremo que aprueba el texto único ordenado de la ley N° 28976, ley marco de licencia de funcionamiento y los formatos de declaración jurada*. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51759/1562796/TUO+Ley+Marco+de+Licencia+de+Funcionamiento.pdf/162f254c-8996-55ab-768b-ba1d5eecd5>

- Redacción Gestión. (2013, 10 de octubre). *PBI per cápita de Perú sería US \$ 15085 al 2018*. Recuperado de: <https://gestion.pe/impresapbi-per-capita-peru-seria-us-15-085-2018-50053>
- Redacción IPSOS Perú. (2016, 11 de abril). *Liderazgo en productos comestibles*. Recuperado de: <https://www.ipsos.com/es-pe/liderazgo-en-productos-comestibles-2015>
- Redacción Gestión (2018, 30 de abril). *Consumo de productos nutricionales se cuadriplican en Perú en últimos dos años*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/consumo-productos-nutricionales-cuadriplican-peru-ultimos-dos-anos-232639>
- Redacción semana económica (2016, 23 de febrero). *Vetas de bebidas saludables crecieron al doble dígito en el 2015, según Euromonitor*. Recuperado de: <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/consumo-masivo/180639-bebidas-saludables-crecieron-hasta-17-en-el-2015-segun-euromonitor/>
- Retamozo, J (2018, 29 de enero). *¿Cuánto ganan los profesionales técnicos en el Perú?* Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/peru/cuanto-ganan-los-profesionales-y-tecnicos-en-el-peru-lista-649824/>
- Redacción ministerio de la producción (S.F.). *Principales beneficios de la ley MYPE*. Recuperado de: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DE D215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>
- Redacción Notiamérica(2014, 22 de agosto). *Las 10 empresas que dominan el mercado de alimentos*. Recuperado de: <https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-diez-empresas-dominan-mercado-mundial-alimentos-20140821204625.html>
- Sánchez, D. A. (2016). *El Perú tiene una población de 31 millones 488 mil 625 habitantes*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/>

ANEXO

Anexo A. Tabla nutricional


CERTIFICACIONES ALIMENTARIAS
HIDROBIOLOGICAS Y MEDIO AMBIENTALES S.A.C.

Lima, 10 de Setiembre de 2018

INFORME TECNICO N° IT180910.02

Solicitud de Servicio de Ensayo : 20180903.01
Nombre del Solicitante : MARIA QUISPE CRUZ
Dirección Legal del Solicitante : AV. DOMINICOS MZ B LOTE 26- SAN MARTIN DE PORRES
Procedencia de la Muestra : Muestra proporcionada por el Solicitante
Producto : M01 - MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR BEBIDA INSTANTÁNEA A BASE DE HARINA DE QUINUA TOSTADA Y CACAO EN POLVO, FORTIFICADO CON HIERRO
Cantidad y Presentación de Muestra : M01 (LM01, LQ01) - 08 unidades en frasco de vidrio con tapa rosca por 75 g c/u



TABLA DE INFORMACION NUTRICIONAL

TAMAÑO DE LA PORCION: 100 g de muestra

Calorias Totales = 461.84 Kcal Calorias provenientes de la grasa = 87.32 Kcal Calorias provenientes de la proteína = 57.44 Kcal Calorias provenientes de los carbohidratos = 277.08 Kcal	% del Valor Diario*
Grasa (7.48 g / 100 g de muestra)	11.51
Carbohidratos (69.27 g / 100 g de muestra)	23.09
Proteína (14.36 g / 100 g de muestra)	28.72
Ceniza (1.78 g / 100 g de muestra)	--

*Los porcentajes del valor diario están en base a una dieta calorica de 2000 Cal (2000 Kcal), para adultos y niños de 4 años a mas años de edad. Su valor diario puede ser mayor o menor, dependiendo de sus necesidades caloricas. (FDA - A Food Labeling Guide - Guidance for Industry.)

Anexo B. Análisis Microbiológico



**CERTIFICACIONES ALIMENTARIAS
MICROBIOLOGICAS Y MEDIO AMBIENTALES S.A.C.**

Lima, 10 de Setiembre de 2018

INFORME DE ENSAYO N° IE180910.31

Solicitud de Servicio de Ensayo : 20180903.01
Nombre del Solicitante : MARIA QUISPE CRUZ
Dirección Legal del Solicitante : AV. DOMINICOS MZ B LOTE 26 - SAN MARTIN DE PORRES
Procedencia de la Muestra : Muestra proporcionada por el Solicitante
Producto : M01 – MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR BEBIDA INSTANTÁNEA A BASE DE HARINA DE QUINUA TOSTADA Y CACAO EN POLVO, FORTIFICADO CON HIERRO
Cantidad y Presentación de Muestra : M01 (LM01, LQ01) – 08 unidades en frasco de vidrio con tapa rosca por 75 g c/u
Fecha y hora de Recepción : 2018-09-05 / 14:00
Condiciones a la recepción : Temperatura ambiente
Fecha de Inicio del Análisis : 2018-09-05



ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO (LM)

ÍTEM	PARÁMETROS	UNIDADES	RESULTADOS
			M01 LM01
01	Recuento de microorganismos aerobios	UFC/g	*<10
02	Recuento de Mohos	UFC/g	*<10
03	Recuento de Levaduras	UFC/g	*<10
04	Recuento de Coliformes	UFC/g	*<10
05	Detección de Salmonella spp.	Salmonella / 25 g	Ausencia

* Recuento estimado

Anexo C. Opciones de Proveedores



PJ. O MZA. F8 LOTE. 24 URB. BOCANEGRA ZONA 4 (ALT. CDRA 44
AV PERU) PROV. CONST. DEL CALLAO - OFICINA 201
WWW.MERRILLNATURA.COM

RUC N° 20601005884
QUOTATION
N° CC-1000/258

Callao: 20/09/2018

EMPRESA: MARTLEY E.I.R.L.
RUC: 20600599675
DIRECCION: JR. ARAGON NRO. 135 DPTO. 202 (ALTURA DEL CUADRA 16 DE LA BOLIVAR) LIMA - LIMA - PUEBLO LIBRE (MAGDALENA VIEJA)
EMAIL: mcaytano89@gmail.com

PAIS: PERU
CONTACTO: Luz Quispe Caytano
TELEFONO: 9-8197-0749
MARCA COMERCIAL: Kaphiy Ulpu

Item	CODE	DESCRIPTION GOODS	Unit	QTY	PRICES	
					Unit /	Total
1	001-10	HARINA DE QUINUA PREMIUM (TOSTADA)	KG	100	12.00	1,200.0
						0.0
						0.0
						0.0
						0.0
						0.0
SUB TOTAL						1,200.0
IGV						216.0
TOTAL SOLES						1,416.0

DELIVERY : cuenta desde saldo disponible en las cuentas de MERRILL.

TERMS : T/T PAYMENT

VALID : 23/09/2018

BCP - BANCO DE CREDITO DEL PERU (SOLES)
SOLES N° CTA: 192-2421248-0-49
CCI: 002 192 002421248049 35

BBVA - BANCO CONTINENTAL (DOLARES)
DOLARES N° CTA 0011-0381-0100014206-15
CCI: 011 381 000100014206 15







Anexo D: Ficha técnica

	FICHA TÉCNICA	CÓDIGO	FT-04
		VERSIÓN	1
	HARINA DE QUINUA TOSTADA	FECHA	Mar-18
		PÁGINA	1 de 1
		REVISADO	MC

NOMBRE DE LA EMPRESA	Soluciones y Servicios Katy SAC		
LINEA DE PRODUCCIÓN	Harina tostada		
RESPONSABLE	Martín Calderón		
NOMBRE DEL PRODUCTO	HARINA DE QUINUA TOSTADA		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	producto en polvo resultado de la molienda y tostado de las semillas de quinua seleccionada y limpia. Sin aditivos químicos.		
FECHA DE PRODUCCIÓN	20/09/2018		
FECHA DE VENCIMIENTO	20/09/2019		
REGISTRO SANITARIO	E4653018N/NASLSR		
INGREDIENTES	ORIGEN		
quinua	Puno		
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	ASPECTO	en polvo, libre de grumos	
	COLOR	crema	
	OLOR	agradable	
	TEXTURA	suave	
	% HUMEDAD	4.3	
CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO	las semillas de quinua, seleccionadas, limpias y sin saponina, pasa por un proceso de tostado a 150°C y molienda con filtro de 0.5 mm		
FORMAS DE CONSUMO	apto para el consumo humano, se disuelve dos cucharadas en una taza de agua hirviendo. También utilizado en la industria de la panificación, galletería, pastelería y otros,		

Anexo E. Formato de Encuesta-Quicao

Muy buenos días/tardes/noches, soy alumno(a) de Universidad San Ignacio de Loyola (USIL). Estamos realizando un trabajo de investigación acerca de la industria de bebidas instantáneas.

Agradeceremos respuesta con total sinceridad a las preguntas a formular.

Sección 1:

1. Género:
 - a) Femenino
 - b) Masculino
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - a) De 18 a 25 años
 - b) De 26 a 35 años
 - c) De 36 a 45 años
 - d) Otro (Fin de la encuesta)
3. ¿En qué distrito reside?
 - a) Los Olivos
 - b) Independencia
 - c) San Martín de Porres
4. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?
 - a) S/. 1500- S/ 2500
 - b) S/2501-S/3500
 - c) S/3501- S/4500
 - d) S/ 4500 a más
5. Indique su estado civil
 - a) Soltera
 - b) Casada
 - c) Divorciado
 - d) Otros

Sección 2

6. ¿Compra bebidas instantáneas saludables?
 - a) Sí
 - b) No
7. ¿Está dispuesto a consumir bebidas instantáneas con valor nutricional?
 - a) Sí
 - b) No
8. ¿Con qué frecuencia consume bebidas instantáneas con valor nutricional?
 - a) Diario
 - b) Inter diario
 - c) Semanal
 - d) Quincenal
 - e) Mensual
9. ¿En qué momento del día consume la bebida instantánea con valor nutricional?
 - a) Mañana
 - b) Tarde
 - c) Noche
10. ¿Estaría dispuesto a consumir, una bebida instantánea a base de harina de quinua tostada, cacao en polvo y fortificante de hierro?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Cuánto es el precio que paga por una bebida instantánea con valor nutricional en presentación de 100 gr?

- a) S/ 10– S/ 12
- b) S/ 13 – S/ 15
- c) S/ 16 – S/ 18
- d) S/ 19 a mas

12. ¿Cuál es el motivo más relevante por el cual consume una bebida instantánea con valor nutricional?

- a) Por los beneficios nutricionales
- b) Por qué es práctico de preparar
- c) Como parte de una dieta balanceada
- d) Como parte de su refrigerio

Sección 3:

13. ¿Compraría nuestra bebida instantánea con valor nutricional a base de quinua y cacao con fortificante de hierro?

- Si
- No

14. ¿Cuál es el atributo que consideraría más importante de nuestra bebida instantánea natural Quicao?

- a) Valor nutricional
- b) Tamaño
- c) Envase (facilidad en el traslado y uso)
- d) Libre de persegantes.

15. ¿Con que frecuencia consumiría nuestra bebida instantánea con valor nutricional?

- a) 1 vez por semana
- b) 2 veces por semana
- c) 3 veces por semana
- d) 4 veces por semana
- e) Más de 4 veces por semana

16. ¿Qué presentación prefiere para nuestro producto?

- a) Vidrio
- b) Caja
- c) Plástico
- d) Bolsa de polipropileno

17. ¿En qué tamaño le gustaría adquirir nuestra bebida natural de quinua y cacao?

- a) 50 gr
- b) 75 gr
- c) 100 gr
- d) 125 gr

18. ¿Qué tanto influye el precio al momento de comprar nuestra bebida instantánea?

- a) Influye regularmente
- b) Influye mucho
- c) No influye

19. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el tamaño de presentación?

- a) S/ 10– S/ 12
- b) S/ 13 – S/ 15
- c) S/ 16 – S/ 18
- d) S/ 19 a mas

20. ¿Qué marcas de bebida instantánea consume?

- a) Ecco
- b) kimbo
- c) Nescafe
- d) Milo

21. ¿En qué lugar preferiría adquirir bebida instantánea Quicao?

- a) Supermercados
- b) Minimarket
- c) Tiendas por conveniencia (Tambo, listo)
- d) Tiendas Naturistas
- e) Bioferia

22. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra bebida instantánea Quicao?

- a) Página web
- b) Blogs
- c) Volantes
- d) Redes sociales

24. En que temporada usted prefiere comprar nuestro producto

- a) primavera
- b) invierno
- c) otoño

De la pregunta anterior que usted selecciono especifique el mes de la estacionalidad.

.....

Anexo F: Informe técnico Quicao

nov-2018 23:08 -05
346127
33869

Informe Final Quicao Por Miguel Fernando HUAYPAR CONDORHUAMAN

Índice de similitud	Similitud según fuente
5%	Internet Sources: 5% Publicaciones: 1% Trabajos del estudiante: 1%

coincidencias menores

modos: mostrar las coincidencias más significativas juntas

LES E INGENIERÍA Carreras de Administración de Empresas, Marketing y Gestión Comercial e Ingeniería Empresarial
DE QUINUA, CACAO Y FORTIFICANTE DE HIERRO

ptar el Grado de Bachiller en

50

esas, Marketing y Gestión Comercial e Ingeniería Empresarial y de Sistemas HUAYPAR CONDORHUMAN, MIGUEL
QUISPE CRUZ, MARIA MILAGROS RAMON CASTILLO, NATHALY Lima – Perú 2018 ÍNDICE Nombre de la empresa,
..... 15 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria
..... 15 Definición del negocio y Modelo CANVAS..... 16 Descripción del
..... 18 Oportunidad del negocio
..... 20 Estrategia genérica de la empresa
..... 20 Análisis del Macro entorno
..... 22 Del
..... 22 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de

ción, Ingreso per cápita.

30

Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....27 PBI, Tasa de inflación,
esgo país.28 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.
Del Sector32 Mercado del
.....33 Mercado de proveedores.
.....34 Mercado distribuidor.
.....34 Mercado competidor.
.....34 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.
Análisis del Microentorno 35 Competidores
..... 35 Fuentes suministradoras de los clientes

- 1% coincidencia (Internet desde 26-mar-2018)
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf
- < 1% coincidencia (Internet desde 29-ene-2018)
<http://www.intep.edu.co>
- < 1% coincidencia (Internet desde 14-nov-2010)
<http://www.provideperu.org>
- < 1% coincidencia (Internet desde 08-sept-2018)
<http://bibdigital.epn.edu.ec>
- < 1% coincidencia (Internet desde 09-abr-2010)
<http://fccortes.galeon.com>
- < 1% coincidencia (Internet desde 04-ene-2015)
<http://www.dspace.espol.edu.ec>
- < 1% coincidencia (Internet desde 16-abr-2018)
<http://tesis.usat.edu.pe>
- < 1% coincidencia (Internet desde 05-sept-2018)
<http://www.repositorioacademico.usmp.edu>
- < 1% coincidencia (Internet desde 30-may-2016)
<https://repositorio.usp.br/handle/11362-4/111111>