



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
GALLETAS SIN GLUTEN WANANA PARA BEBÉS DE 1
A 3 AÑOS**

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

ANA LUISA ROSERO CARVAJAL
Marketing y Gestión Comercial

ROCIO EDITH HUAROTE TASAYCO
Administración de Empresas

JAVIER ENRIQUE PAZ LA TORRE
Marketing y Gestión Comercial

JHONNATTAN ALEXANDER VILLEGAS ESCOBAR
Ingeniería Empresarial y de Sistemas

Asesor:
Karen Janet Montjoy Huaman

Lima - Perú
2018

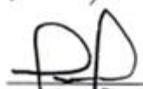
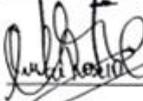
DECLARACIÓN JURADA

Mediante el presente documento, todos los integrantes del grupo nos comprometemos a dedicar nuestro mejor esfuerzo en este curso, trabajando en forma sostenida y conjunta para cumplir con los objetivos del mismo y de nuestra propia educación. Para ello nuestra primer tarea será leer el Reglamento y Sílabo del curso para tener conocimiento tanto de las condiciones del mismo como de las condiciones requeridas para la presentación del Proyecto como sustento de Grado Académico.

De igual manera declaramos que la idea de negocio y desarrollo del proyecto que presentamos en el curso es de nuestra total autoría, es decir, para su elaboración no se ha copiado parcial o totalmente, extraído y/o modificado partes de otro proyecto proveniente de USIL o de otra entidad educativa. Asimismo, nos comprometemos a incluir todas las referencias utilizadas en la bibliografía del documento final en el capítulo *Bibliografía*.

Grupo N° : Grupo 2

Integrantes :

Código de alumno	Apellidos y nombres	Firma
1420755	HUAROTE TASAYCO, ROCIO EDITH	
1420784	PAZ LA TORRE, JAVIER ENRIQUE	
1430702	ROSERO CARVAJAL, ANA LUISA	
1210021	VILLEGAS ESCOBAR, JHONNATTAN ALEXANDER	

La Molina, 09 de Noviembre del 2018.

Índice de contenido

Resumen ejecutivo	18
Capítulo I: Información general.....	20
1.1 Nombre de la empresa, horizonte de evaluación	20
1.1.1 Razón social.....	20
1.1.2 Nombre del producto.....	20
1.1.3 Horizonte de evaluación.....	20
1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	21
1.2.1 Actividad económica.	21
1.2.2 Código CIIU (Clasificación Industrial internacional Uniforme).....	21
1.2.3 Partida arancelaria.	21
1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS	22
1.3.1 Definición del Negocio.....	22
1.3.2 Canvas	24
1.4 Descripción del producto o servicio	25
1.5 Oportunidad de negocio.....	29
1.6 Estrategia genérica de la empresa	30
Capítulo II: Análisis del entorno	31
2.1 Análisis del macro-entorno	31
2.1.1 Macroentorno del País.....	31
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.	31
2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.....	33
2.1.1.3. Balanza comercial: importaciones y exportaciones.	36
2.1.1.4. Indicadores Macroeconómicos.	38
2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.	39
2.1.2. Del sector (últimos 5 años o último año según corresponda.	40
2.1.2.1. Mercado internacional.....	40
2.1.2.2. Mercado del consumidor.....	42

2.1.2.3.	Mercado de proveedores.....	43
2.1.2.4.	Mercado competidor.....	44
2.1.2.5.	Mercado distribuidor.....	48
2.2.	Análisis del Micro entorno.....	50
2.2.1.	Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	50
2.2.2.	Fuerza negociadora de los clientes.....	50
2.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores.....	51
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos.....	51
2.2.5.	Competidores potenciales barreras de entrada.....	56
Capítulo III: Plan estratégico.....		57
3.1.	Visión y misión de la empresa.....	57
3.1.1.	Visión.....	57
3.1.2.	Misión.....	57
3.2.	Objetivos.....	57
3.3.	Análisis FODA.....	58
Capítulo IV: Estudio de mercado.....		59
4.1.	Investigación de mercado.....	59
4.1.1.	Criterios de segmentación.....	60
4.1.2.	Marco muestral.....	61
4.1.3.	Entrevistas a profundidad.....	63
4.1.4.	Entrevistas a público.....	70
4.1.5.	Encuestas.....	74
4.2.	Demanda y oferta.....	99
4.2.1.	Estimación del mercado potencial.....	99
4.2.2.	Estimación del mercado disponible.....	103
4.2.3.	Estimación del mercado efectivo.....	105
4.2.4.	Estimación del mercado objetivo.....	107
4.2.5.	Frecuencia de compra.....	109
4.2.6.	Cuantificación anual de la demanda.....	110

4.2.7.	Estacionalidad.....	111
4.2.8.	Programa de Ventas en unidades y valorizado.	112
4.3.	Mezcla de marketing	115
4.3.1.	Producto.....	115
4.3.2.	Precio.....	122
4.3.3.	Plaza.	123
4.3.4.	Promoción.....	125
4.3.4.1.	Campaña de lanzamiento.	126
4.3.4.2.	Promoción para todos los años.....	136
Capítulo V: Estudio legal y organizacional		138
5.1.	Estudio legal.....	138
5.1.1.	Forma societaria.	138
5.1.2.	Registro de marcas y patentes.	140
5.1.3.	Licencias y autorizaciones.	142
5.1.4.	Legislación laboral.	145
5.1.5.	Legislación tributaria.	147
5.1.6.	Resumen del capítulo.	150
5.2.	Estudio organizacional	151
5.2.1.1.	Organigrama funcional.....	151
5.2.2.	Servicios tercerizados.....	152
5.2.3.	Descripción de puestos de trabajo.....	152
5.2.4.	Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	155
5.2.5.	Aspectos laborales.....	155
5.2.5.1.	Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.	155
5.2.5.2.	Régimen laboral de puestos de trabajo.	156
Fuente: Elaboración Propia		156
5.2.5.3.	Planilla para todos los años del proyecto.....	157
5.2.5.4.	Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.	162
A continuación, los gastos por las asesorías externas contratadas:		162

5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo.....	163
Capítulo VI: Estudio técnico.....	164
6.1. Tamaño del proyecto.....	164
6.1.1. Capacidad instalada.....	164
6.1.2. Capacidad utilizada.....	165
6.1.3. Capacidad máxima.....	166
6.2. Procesos	166
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.....	166
6.2.2. Programa de producción.....	171
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.....	175
6.3. Tecnología para el proceso.....	179
6.4 Localización	191
6.2. Responsabilidad social frente al entorno	199
Capítulo VII: Estudio económico y financiero	203
7.1. Inversiones.....	203
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable	203
7.1.2. Inversión en Activo Intangible.....	204
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	206
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.....	207
7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).....	210
7.1.6. Liquidación del IGV.....	211
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.....	214
7.2. Financiamiento.....	214
7.2.1. Estructura de financiamiento.....	214
7.2.2. Financiamiento del Activo Fijo.....	215
7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.....	217
7.3. Ingresos anuales.....	218
7.3.1. Ingresos por Ventas	218
7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.....	219

7.3.3. Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.....	220
7.4. Costos y gastos anuales.....	222
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.....	222
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	223
7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.....	224
7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.....	225
7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.....	226
7.4.2. Egresos no desembolsables.....	227
7.4.2.1. Depreciación de Activos Fijos.....	227
7.4.2.2. Amortización de intangibles.....	229
7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.....	232
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.....	234
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.....	234
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados.....	236
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.....	236
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	237
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	238
8.4. Flujo de Caja Operativo.....	239
8.5. Flujo de Capital.....	240
8.6. Flujo de Caja Económico.....	241
8.7. Flujo del Servicio de la deuda.....	242
8.8. Flujo de Caja Financiero.....	243
Capítulo IX: Evaluación económica financiera.....	244
9.1. Cálculo de la tasa de descuento.....	244
9.1.1. Costo de oportunidad.....	244
9.1.1.1. CAPM.....	244
9.1.1.2. COK propio.....	244
9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	245
9.2. Evaluación económica financiera.....	246

9.2.1	Indicadores de Rentabilidad.....	246
9.2.1.1.	VANE y VANF.....	246
9.2.1.2.	TIRE y TIRF, TIR modificado.....	247
9.2.1.3.	Período de recuperación descontado.....	248
9.2.1.4.	Análisis Beneficio / Costo (B/C).....	250
9.2.2	Análisis del punto de equilibrio.....	251
9.2.2.1	Costos variables, Costos fijos.....	251
9.2.2.2	Estado de resultados (costeo directo).....	252
9.2.2.3	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.....	253
9.2.2.4	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.....	254
9.3.	Análisis de sensibilidad y de riesgo.....	255
9.3.1	Variables de entrada.....	255
9.3.2	Variables de salida.....	255
9.3.3	Análisis unidimensional.....	256
9.3.4	Análisis multidimensional.....	257
9.3.5	Variables críticas del proyecto.....	259
9.3.6	Perfil de Riesgo.....	259
	Conclusiones.....	260
	Recomendaciones.....	261
	Referencias bibliográficas.....	262
	Anexos.....	265

Índice de tablas

Tabla 1.....	24
Tabla 2.....	26
Tabla 3.....	27
Tabla 4.....	35
Tabla 5.....	60
Tabla 6.....	62
Tabla 7.....	70
Tabla 8.....	73
Tabla 9.....	75
Tabla 10.....	75
Tabla 11.....	76
Tabla 12.....	77
Tabla 13.....	77
Tabla 14.....	79
Tabla 15.....	80
Tabla 16.....	82
Tabla 17.....	83
Tabla 18.....	84
Tabla 19.....	85
Tabla 20.....	86
Tabla 21.....	87
Tabla 22.....	88
Tabla 23.....	89
Tabla 24.....	90
Tabla 25.....	90
Tabla 26.....	91
Tabla 27.....	92
Tabla 28.....	93
Tabla 29.....	94
Tabla 30.....	95
Tabla 31.....	96
Tabla 32.....	97
Tabla 33.....	98
Tabla 34.....	101
Tabla 35.....	102

Tabla 36.....	103
Tabla 37.....	105
Tabla 38.....	106
Tabla 39.....	108
Tabla 40.....	108
Tabla 41.....	109
Tabla 42.....	110
Tabla 43.....	111
Tabla 44.....	112
Tabla 45.....	113
Tabla 46.....	114
Tabla 47.....	117
Tabla 48.....	117
Tabla 49.....	124
Tabla 50.....	127
Tabla 51.....	128
Tabla 52.....	128
Tabla 53.....	129
Tabla 54.....	130
Tabla 55.....	131
Tabla 56.....	131
Tabla 57.....	131
Tabla 58.....	134
Tabla 59.....	134
Tabla 60.....	135
Tabla 61.....	136
Tabla 62.....	140
Tabla 63.....	145
Tabla 64.....	147
Tabla 65.....	149
Tabla 66.....	156
Tabla 67.....	156
Tabla 68.....	157
Tabla 69.....	158
Tabla 70.....	159
Tabla 71.....	160
Tabla 72.....	161

Tabla 73.....	162
Tabla 74.....	162
Tabla 75.....	163
Tabla 76.....	171
Tabla 77.....	172
Tabla 78.....	172
Tabla 79.....	173
Tabla 80.....	173
Tabla 81.....	174
Tabla 82.....	174
Tabla 83.....	175
Tabla 84.....	176
Tabla 85.....	177
Tabla 86.....	178
Tabla 87.....	195
Tabla 88.....	200
Tabla 89.....	203
Tabla 90.....	204
Tabla 91.....	204
Tabla 92.....	205
Tabla 93.....	206
Tabla 94.....	206
Tabla 95.....	207
Tabla 96.....	207
Tabla 97.....	208
Tabla 98.....	208
Tabla 99.....	209
Tabla 100.....	209
Tabla 101.....	210
Tabla 102.....	211
Tabla 103.....	212
Tabla 104.....	213
Tabla 105.....	214
Tabla 106.....	214
Tabla 107.....	215
Tabla 108.....	215
Tabla 109.....	216

Tabla 110.....	217
Tabla 111.....	218
Tabla 112.....	219
Tabla 113.....	220
Tabla 114.....	221
Tabla 115.....	222
Tabla 116.....	223
Tabla 117.....	224
Tabla 118.....	225
Tabla 119.....	226
Tabla 120.....	227
Tabla 121.....	228
Tabla 122.....	229
Tabla 123.....	231
Tabla 124.....	232
Tabla 125.....	233
Tabla 126.....	234
Tabla 127.....	234
Tabla 128.....	235
Tabla 129.....	237
Tabla 130.....	238
Tabla 131.....	239
Tabla 132.....	240
Tabla 133.....	241
Tabla 134.....	242
Tabla 135.....	243
Tabla 136.....	244
Tabla 137.....	245
Tabla 138.....	245
Tabla 139.....	246
Tabla 140.....	247
Tabla 141.....	248
Tabla 142.....	249
Tabla 143.....	250
Tabla 144.....	251
Tabla 145.....	252
Tabla 146.....	253

Tabla 147.....	254
Tabla 148.....	256
Tabla 149.....	256
Tabla 150.....	257
Tabla 151.....	257
Tabla 152.....	258

Índice de figuras

Figura 1. Logo de la empresa.....	20
Figura 2. Modelo de la forma y tamaño del producto final.....	25
Figura 3. Presentación de Galletas Wanana.....	29
Figura 4. Cifras relevantes del Perú 2017	31
Figura 5. Población de las 60 Principales ciudades del Perú en el 2017 (En miles).....	32
Figura 6. Población de las provincias de Lima (En miles)	33
Figura 7. Tasa de crecimiento de la población - Promedio anual.....	33
Figura 8. Ingreso Per Cápita y su variación al 2017.....	34
Figura 9. Balanza Comercial del Perú al 2017.	36
Figura 10. Importaciones y exportaciones 2016 – 2017.....	37
Figura 11. Indicadores Macroeconómicos del Perú	38
Figura 12. Consumo de productos sin gluten a nivel mundial.	41
Figura 13. Diferencia de precios entre productos con y sin gluten.....	41
Figura 14. Personas y Hogares de Lima Metropolitana por zonas y NSE	42
Figura 15. Personas diagnosticadas con Celiacía por edades	43
Figura 16. Volumen de ventas de empresas de alimentos gluten-free en España.	45
Figura 17. Competidor internacional: Marca Baby Mum-Mum	46
Figura 18. Presentación de las galletas Mum-Mum	46
Figura 19. Composición Hot Kid - Galletas Baby Mum-Mum	47
Figura 20. Presentación Galletas Toddler Mum-Mum	47
Figura 21. Composición - Galletas Toddler Mum-Mum	48
Figura 22. Lugares donde adquieren productos sin gluten en España.	48
Figura 23. Lugares donde adquieren productos sin gluten en Ecuador.	49
Figura 24. Ranking de Supermercados en Perú	49
Figura 25. Presentaciones de Galletas Mum –Mum y Toddler Mum – Mum.....	50
Figura 26. Compotas Heinz, frascos y doypack.	52
Figura 27. Compotas Gloria – Frasco de 113gr	53
Figura 28. Compotas AGÚ, frascos y doypack.....	54
Figura 29. Compotas GERBER, frascos de 113 gr	54
Figura 30. Cereales Nestum y Cerelac.....	55
Figura 31. Cereal mamá CHEF.	56
Figura 32. Matriz FODA.....	58
Figura 33. Entrevista a profundidad - Proveedor maquinaria.....	63
Figura 34. Entrevista a profundidad - Especialista en retail.	66

Figura 35. Entrevista a profundidad - Especialista en repostería.....	68
Figura 36. Entrevista al público - Fiorella López.....	71
Figura 37. Entrevista al público - Karla Merino.....	71
Figura 38. Entrevista al público - Sandra Duarte.....	71
Figura 39. Entrevista al público - Alexandra Zegarra	71
Figura 40. Entrevista a público - William Ávila.....	71
Figura 41. Entrevista a público - Rosy Carvajal.....	72
Figura 42. Entrevista al público - Ingri Castillo.	72
Figura 43. Entrevista a público - Sandra Callirgos.	72
Figura 44. Entrevista a público - Luis Paredes.	72
Figura 45. Rango de edades de los encuestados.	76
Figura 46. Genero de los encuestados.....	77
Figura 47. Género de los encuestados.....	78
Figura 48. Encuestados con hijos menores a 3 años.....	79
Figura 49. Distrito de residencia de los encuestados.	80
Figura 50. Ingreso promedio mensual de los encuestados	81
Figura 51. Productos que los encuestados brindan a sus hijos.	82
Figura 52. Lugares de compra de los encuestados.....	83
Figura 53. Compraría productos envasados especiales para niños.....	84
Figura 54. Personas que conocen los síntomas de la intolerancia al gluten.....	85
Figura 55. Menores de 3 años con intolerancia al gluten	85
Figura 56. Opinión sobre los productos sin gluten	86
Figura 57. Compra de productos sin gluten para sus hijos en los intermedios de comidas principales.....	87
Figura 58. Productos sin gluten que comprarían para el consumo de sus hijos en los intermedios de las comidas principales	88
Figura 59. Frecuencia de compra de dichos productos.....	89
Figura 60. Dificultad de encontrar esta clase de productos.....	90
Figura 61. Lugares de preferencia para la compra de productos sin gluten.	91
Figura 62. Recomendación de productos sin para menores de 3 años	92
Figura 63. Interés en brindar galletas sin gluten “Wanana” a sus hijos.....	92
Figura 64. Interés en comprar galletas sin gluten “Wanana” a sus hijos	93
Figura 65. Precios aceptados para la caja de 24 galletas "Wanana"	94
Figura 66. Frecuencia de compra de galletas sin gluten "Wanana".	95
Figura 67. ¿Cuántas cajas estaría dispuesto adquirir en cada compra?	96
Figura 68. ¿Cuál cree que es la mejor estación para adquirir nuestros productos?	97

Figura 69. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría enterarse sobre nuestro producto?.....	98
Figura 70. Población y hogares de Lima Metropolitana 2017.	99
Figura 71. Distribución de NSE por zonas - Hogares 2017.....	100
Figura 72. Pregunta Filtro Nro. 1 - M. Disponible.	103
Figura 73. Pregunta Filtro Nro. 2 - M. disponible.....	104
Figura 74. Pregunta filtro Nro.3 - M. Efectivo	105
Figura 75. Evolución de las macro categorías de consumo al 2016	107
Figura 76. Pregunta filtro Nro. 4 - Frecuencia de compra.	109
Figura 77. Pregunta filtro Nro. 5 - Precios aceptados.....	110
Figura 78. Pregunta filtro Nro. 5 – Estacionalidad.....	111
Figura 79. Logo de la marca – Seleccionado.	115
Figura 80. Muestra galletas Wanana.....	116
Figura 81. Presentación del producto - Caja 24 unidades.....	118
Figura 82. Etiqueta lateral - Información del producto.....	119
Figura 83. . Frontis y reverso de la caja – Marketing.....	119
Figura 84. Empaque externo medidas - Galletas Wanana.....	120
Figura 85. Empaque interno.	121
Figura 86. Caja embalaje.....	122
Figura 87. Precios aceptados por los encuestados.....	122
Figura 88. Benchmarking de precios de galletas Mum-Mum	123
Figura 89. Preferencia de lugares de compra.	123
Figura 90. Canal de distribución del producto	124
Figura 91. Uniforme para promotores.....	129
Figura 92. Folletos promocionales para entregar en nidos	130
Figura 93. Página de Facebook Galletas Wanana.	132
Figura 94. Información de propiedades y beneficios de los insumos.	132
Figura 95. Flyers publicitarios para redes sociales.....	133
Figura 96. Folletos publicitarios para entregar en Wong.	133
Figura 97. Uniforme de impulsadoras en Wong.	134
Figura 98. Cuadro comparativo de formas societarias.	138
Figura 99. Costeo de las actividades - Constitución de la empresa.....	140
Figura 100. Costeo de actividades - Registro de marcas.....	142
Figura 101. Resumen gastos estudio legal.	150
Figura 102. Organigrama de la empresa.....	151
Figura 103. Perfil del Gerente General.....	152
Figura 104. Perfil del Jefe de producción.	153

Figura 105. Perfil del Jefe de Ventas.....	153
Figura 106. Perfil del Administrador	154
Figura 107. Perfil del operario de producción.....	154
Figura 108. Capacidad de horno y amasadora.	164
Figura 109. Capacidad utilizada	165
Figura 110. Capacidad máxima del horno y amasadora.....	166
Figura 111. Diagrama de Flujo de Compras de Materia Prima	167
Figura 112. Proceso de producción de galletas	168
Figura 113. Flujograma de entrega de productos terminados.....	169
Figura 114. Diagrama de Flujo de producción de galletas.	170
Figura 115. Máquinas para la producción de galletas.....	179
Figura 116. Equipos de Oficina.	180
Figura 117. Equipos de medición para área de almacén de MP y área de producción.	180
Figura 118. Utensilios para el área de producción.	181
Figura 119. Mobiliario de Área de Producción.....	181
Figura 120. Mobiliario de Área de Comedor.....	182
Figura 121. Equipos de Oficina	182
Figura 122. Útiles de oficina.	183
Figura 123. Mantenimiento de maquinaria de Producción.	184
Figura 124. Proyección anual de servicio de mantenimiento.	185
Figura 125. Utensilios Área de Producción.	186
Figura 126. Programa de compras para años posteriores.	190
Figura 127. Macro localización del proyecto.	191
Figura 128. Valoración porcentual de ubicación del proyecto.	192
Figura 129. Valor porcentual y criterios tomados en cuenta.	192
Figura 130. Dimensiones, tipo de local y precio	193
Figura 131. Localización del local.....	193
Figura 132. Mapa ubicación local industrial.....	194
Figura 133. Gastos de servicios.	196
Figura 134. Servicio tercerizado de limpieza.....	196
Figura 135. Plano del centro de operaciones	197

RESUMEN EJECUTIVO

Galleta Wanana S.A.C. (Mi primera galleta), nace la idea de elaborar galletas para niños de 1 año a 3 años, libres de gluten y preservantes tóxicos para la salud, se evaluó el horizonte para el proyecto y será considerado en 5 años. El modelo de negocio que se empleará es B2C (Business to Consumer), debido a que la actividad comercial se dirige al consumidor final. El canal de distribución por el cual se optó es la cadena de supermercados Wong, debido a que gran parte de sus locales están estratégicamente ubicados en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Galletas Wanana se presenta en una caja de cantoncillo dúplex de 12 empaques individuales, cada empaque contiene 2 unidades con un peso de 20 gramos. Las galletas tienen tiempo de vida de 12 meses gracias al preservante natural. En este sentido, Galletas Wanana S.A.C es una empresa constituida bajo la forma societaria S.A.C, conformada por 4 accionistas siendo la distribución en forma equitativa.

La empresa consideró un local en alquiler con una capacidad de 230 m² ubicada en la zona del Callao, influenciada por la disponibilidad, infraestructura, e inmediaciones seguras. Contará con personal administrativo y de producción, se opta por tercerizar el servicio de contable, legal y de limpieza. Los principales activos fijos para la producción serán 1 horno con capacidad de 24 bandejas y 01 amasadora con capacidad de 44 kg.

Se establece el año 2019 como el año 0 y a partir del mes de noviembre de 2019 se comenzará la producción para iniciar en diciembre 2019 nuestro marketing agresivo mediante Sampling a los nidos de las Zonas 6 y 7. Los meses de Julio a septiembre son considerados los meses de mayor demanda.

Respecto a la responsabilidad social con el entorno, la empresa velará por el cuidado del medio ambiente contribuyendo a la conservación del mismo, además la responsabilidad con la comunidad se basará en la realización de shows infantiles y campañas de nutrición para niños y padres de guarderías de zonas pobres con frecuencia de 1 vez al mes. Para la puesta en marcha se considera la siguiente estructura de financiamiento: El aporte propio representa el 71.91% - S/. 387,884 soles y el financiamiento bancario el 28.1% el mismo que está dividido en dos partes: el Capital de Trabajo por S/. 53,577 y el Activo Intangible (fijo) por S/. 101,820 soles los cuales son pagaderos en 2.5 años a una tasa de interés de 28% y 35% respectivamente. Se reitera que la mayor parte de la inversión será cubierta con el aporte propio de los socios.

El precio de venta al público de Galletas Wanana es de S/. 12 soles incluido IGV. El precio sin IGV es de S/.10.17 y el margen de utilidad 30% para el distribuidor Wong es de S/.3.06. Dando un ingreso por cada caja vendida de S/. 7.12. Las ventas en el año 1 (2020) en unidades es de 231,504 que representa un ingreso de S/. 1'648,306 ascendiendo para el año 5 (2024) en unidades a 311,185 que representa un ingreso de S/. 2'215,636.

Los resultados obtenidos en el Estado de Ganancias y Pérdidas muestran que para el año 2020 hay una Utilidad Neta de S/. 130,964 soles incrementándose a lo largo del horizonte de vida obteniendo para el año 2024 una utilidad neta de S/. 422,287 soles. Así mismo todos los flujos de caja muestran resultados positivos. Además, los indicadores de rentabilidad son positivos y se posee el proyecto un CAMP de 12.2%, el COK Propio de 31.7% y el WACC de 29.1%. Se ha obtenido un VAN Económico de S/. 238,413 mientras que el VAN Financiero es de S/. 234,510, lo que indica que el proyecto es viable ya que el $VAN > 0$.

Asimismo, la TIR Económica es de 47.0% y la TIRM es de 37.2% y la TIR Financiera es de 53.9% y la TIRM es de 42.1%. Siendo el periodo de recuperación de la inversión considerando el análisis con Flujo Económico de 4 años 6 meses y considerando el Flujo de Caja Financiero es de 4 años 4 meses. Es importante mencionar que por cada S/.1, 00 sol invertido se gana S/.1, 44 con análisis con Flujo Económico mientras que con Flujo Financiero por cada S/.1, 00 sol invertido se gana S/. 1.58.

El Costo Variable Unitario para el año 1 de S/.3.12 disminuyendo a lo largo de los años del proyecto hasta obtener un S/. 3.07 para el año 5. El Costo Fijo Unitario para el año 1 de S/. 1.01 disminuyendo a lo largo del proyecto hasta obtener S/. 0.75 en el año 5. Además, se tiene un Costo Fijo Total para el año 1 de S/. 341,773 soles y para el año 5 de S/. 244,223 soles.

Para el análisis del punto de equilibrio es imprescindible tener una producción en el año 1 de 85,513 unidades que representa S/. 608,851 soles disminuyendo a 60,252 unidades que representa S/. 428,993 soles en el año 5 debido a que conforme van pasando los años la empresa ya no poseerá deudas.

Capítulo I

Información general

1.1 Nombre de la empresa, horizonte de evaluación

1.1.1 Razón social.

Galletas Wanana S.A.C.

1.1.2 Nombre del producto.

Galletas Wanana

Slogan: Mi primera galleta



Figura 1. Logo de la empresa. Elaboración propia.

1.1.3 Horizonte de evaluación.

El horizonte de evaluación del proyecto se considerará en 5 años. Se contemplará el año 2019 como el año 0, año donde se realizará las inversiones y adquisiciones de los activos necesarios para el inicio de las actividades de la empresa, año 1 al 2020, año 2 al 2021, año 3 al 2022, año 4 al 2023 y año 5 al 2024.

1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

1.2.1 Actividad económica.

La actividad económica de la empresa es la elaboración y comercialización de galletas solubles sin gluten para bebés desde 1 año hasta niños de 3 años, de tal manera se ingresará al mercado un producto saludable y especializado en el segmento infantil.

1.2.2 Código CIIU (Clasificación Industrial internacional Uniforme).

CIIU N° Elaboración de productos de panadería, con la siguiente estructura:

- Sección: D - Industrias manufactureras.
- División: 15 - Elaboración de productos alimenticios y bebidas.
- Grupo: 154 - Elaboración de productos alimenticios.
- Clase: 1541 - Elaboración de productos de panadería.

Abarca la actividad de elaboración de tostadas, galletas y otros productos secos de panadería.

1.2.3 Partida arancelaria.

La partida arancelaria para el producto es 1905.31.00.00 Galletas dulces compuesta por:

- Sección 04:

Producto de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.

- Capítulo 19:

Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche, productos de panadería.

- Sub partida 19.05:

Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas

para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares.

- Partida 1905.31.00.00:

Galletas dulces

1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS

1.3.1 Definición del Negocio.

Actividad Económica.

El negocio de la empresa estará basado en la elaboración y comercialización de galletas solubles sin gluten para niños desde 1 hasta 3 años, el producto aportará valores nutricionales necesarios para el desarrollo del infante, además el producto ofrecerá un valor agregado que logrará marcar la diferencia en el mercado, las galletas serán solubles para facilitar el consumo de los bebés y libres de gluten. Estas serán comercializadas a través del canal seleccionado.

Modelo de Negocio.

El modelo de negocio se enfocará en el B2C (Business to Consumer), debido a que la actividad comercial se dirige al consumidor final.

Criterios de segmentación

Geográfico: El negocio se dirigirá a la población de las zonas 6 y 7 de la provincia de Lima, las mismas que abarca los siguientes distritos: (Zona 6) Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, (Zona 7) Miraflores, San Isidro, San Borja Surco, La Molina.

Demográfico: El negocio se dirigirá a hogares con hijos de 1 a 3 años de edad.

Socioeconómico: El negocio se dirigirá a personas con alto poder adquisitivo, estas se concentran en los NSE A, B y C.

Psicográfico. Familias con estilo de vida saludable.

Conductual: Familias que consideren como factor importante los productos saludables y nutritivos, con conocimiento de los beneficios de los productos libres de gluten.

Producto.

Las Galletas Wanana contendrán vitaminas y minerales necesarias para el desarrollo del infante gracias a la materia prima como la harina de plátano, harina de arroz y harina de quinua. Además, serán elaboradas con ingredientes libres de gluten y tendrá una consistencia delicadamente crocante lo que las convierte en galletas de fácil masticación; todo ello para facilitar el consumo de los niños desde 1 a 3 años con problemas de intolerancia o alergia al gluten.

Canales de distribución.

El canal de distribución seleccionado para la distribución del producto será la cadena de supermercados Wong. Esta determinación se debe a que gran parte de los consumidores potenciales se encuentran en este tipo de canal.

1.3.2 Canvas

Tabla 1

Canvas - Galletas Wanana.

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES		
<p>* Proveedores de harina de plátano, arroz y quinua orgánica que se ubiquen en diferentes regiones del Perú. * Cadena de supermercados Wong a nivel de Lima Metropolitana.</p>	<p>* Evaluación y selección de proveedores de materia prima e insumos de calidad. * Diseño de empaque visualmente atractivo e informativo para lograr confianza con el público objetivo. * Campañas de marketing y publicidad.</p>	<p>Ofrecer galletas para bebés de 1 año a 3 años de edad libres de gluten con una dosis equilibrada de nutrientes y vitaminas para el crecimiento y desarrollo neuronal de los infantes.</p>	<p>* Se realizaran campañas Online SEM, SEO para atraer posibles clientes. * Se realizará sampling de nuestros productos en el punto de venta así como en nidos de las zonas 6 y 7 seleccionadas a fin de dar a conocer el producto.</p>	<p>* Geográfico: Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. * Demográfico: Hogares con hijos menores de 3 años. * Socioeconómico: NSE A, B y C. * Psicográfico: Familias con estilo de vida saludable. * Conductual: Familias que consideren como factor importantes los productos saludables y nutritivos con conocimiento de los beneficios de los productos libres de gluten.</p>		
	<th data-bbox="555 778 947 810">RECURSOS CLAVES</th> <td data-bbox="985 778 1355 1158"></td> <td data-bbox="1393 778 1727 1158"> <th data-bbox="1393 778 1727 810">CANALES</th> <td data-bbox="1765 778 2096 1158"></td> </td>	RECURSOS CLAVES		<th data-bbox="1393 778 1727 810">CANALES</th> <td data-bbox="1765 778 2096 1158"></td>	CANALES	
<th data-bbox="188 1158 517 1190">ESTRUCTURA DE COSTOS</th> <td data-bbox="555 1158 947 1272"></td> <td data-bbox="985 1158 1355 1272"></td> <td data-bbox="1393 1158 1727 1272"> <th data-bbox="1393 1158 1727 1190">FUENTES DE INGRESOS</th> <td data-bbox="1765 1158 2096 1272"></td> </td>	ESTRUCTURA DE COSTOS			<th data-bbox="1393 1158 1727 1190">FUENTES DE INGRESOS</th> <td data-bbox="1765 1158 2096 1272"></td>	FUENTES DE INGRESOS	
<p>* Costos por elaboración de galletas. * Costos por materia prima e insumos. * Gastos de administrativos, logística y ventas.</p>			<p>*Venta de galletas para niños sin gluten en la cadena de supermercados Wong. *Presentación en caja de 24 galletas (12 bolsitas x 2 unidades c/u) S/. 12.00</p>			

Fuente: Elaboración Propia

1.4 Descripción del producto o servicio

Las galletas Wanana se presentarán en un empaque personal de 2 galletitas (cantidad justa para el consumo diario), la envoltura contará con el logo de la empresa en colores llamativos y agradables a la vista, además de ser prácticos para su traslado.

El sabor seleccionado será de Plátano, y estará reforzado con los valores nutricionales de la quinua; para lograr el valor agregado de *libre de gluten*, las galletas Wanana serán elaboradas con harina de plátano, harina de arroz y harina de quinua ya que no contiene gluten, permitiendo mejorar el funcionamiento del intestino delgado que no tolera el gluten. Además, su índice glucémico es mínimo lo disminuye la glucosa en la sangre equilibrando los niveles de insulina y es una *Fuente* de minerales como potasio, calcio, magnesio, hierro y antioxidantes. (Sascha Fitness, 2015)

Cada galleta medirá alrededor de 3 cm, pesará 10gr y su forma será circular ovalada para un agarre fácil de los infantes, donde su consumo no necesitará ayuda del padre de familia, lo que la convierte en un alimento práctico.



Figura 2. Modelo de la forma y tamaño del producto final. Elaboración propia.

El producto tendrá una vida de 12 meses debido al conservante natural como es el ácido cítrico que se utilizará en la elaboración de las galletas.

Los ingredientes seleccionados para las galletas son alimentos saludables con un gran aporte nutricional para los infantes en esta etapa tan importante de su crecimiento y desarrollo. Se detalla a continuación beneficios y aportes nutricionales.

Harina de Plátano.

La harina de plátano es una fuente abundante de almidón similar a los carbohidratos la cual tiene propiedades beneficiosas para el organismo y son bastante similares a las fibras. Además, esta harina ayuda a controlar los niveles de colesterol, es un regulador natural de azúcar en la sangre, es un aliado importante para ayudar a regular el buen funcionamiento del intestino, ayuda con el estreñimiento, es acelerador del metabolismo.

Tabla 2

Composición harina de plátano de Perú (por cada 100 gr).

Nutrientes	Cantidad
Energía	300
Proteína	3.1
Grasa Total (g)	0.4
Colesterol (mg)	-
Glúcidos	79.6
Fibra (g)	1.1
Calcio (mg)	29
Hierro (mg)	3.9
Yodo (µg)	-
Vitamina A (mg)	12
Vitamina C (mg)	1.3
Vitamina D (µg)	-
Vitamina E (mg)	-
Vitamina B12 (µg)	-
Folato (µg)	-

Fuente: Elaboración Propia

Harina de Quinua.

Es una harina con un alto contenido de fibra, hidratos de carbono, y con una cantidad superior de proteínas que otro cereal andino. Contiene omega 3 y omega 6 lo cual, hace un alimento recomendado en la dieta de los infantes ya que son necesarios para su crecimiento, además su aporte calórico hace que sea un cereal de nivel superior a los demás. Además, posee un bajo índice glucémico lo cual, es recomendable para personas con problemas de azúcar en sangre, además ayuda a controlar los niveles de colesterol.

Tabla 3

Composición de la harina de quinua de Perú.

Nutrientes	Cantidad
Energía	343
Proteína	13.6
Grasa Total (g)	5.8
Colesterol (mg)	-
Glúcidos	66.6
Fibra (g)	1.9
Calcio (mg)	56
Hierro (mg)	7.5
Yodo (µg)	-
Vitamina A (mg)	-
Vitamina C (mg)	0.5
Vitamina D (µg)	-
Vitamina E (mg)	-
Vitamina B12 (µg)	-
Folato (µg)	-

Fuente: Elaboración Propia

Harina de Arroz.

La harina de arroz es un alimento que tiene importantes nutrientes en cualquier dieta. Es un alimento que ayuda con la acidez controlándola, además es un alimento importante en la dieta de las personas celíacas al no contener gluten. Al tener un bajo porcentaje de fibra resulta ser un alimento de fácil digestión que aporta grandes cantidades de proteínas. Contiene un bajo índice de grasas e hidratos de carbono, así mismo es una *Fuente* generadora de energía.

Tabla 4

Composición de la harina de arroz de España.

Nutrientes	Cantidad
Energía	357
Proteína	5.95
Grasa Total (g)	1.42
Colesterol (mg)	-
Glúcidos	85.47
Fibra (g)	6.5
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.35
Yodo (µg)	1
Vitamina A (mg)	-
Vitamina C (mg)	0
Vitamina D (µg)	-
Vitamina E (mg)	0.13
Vitamina B12 (µg)	-
Folato (µg)	4

Fuente: Elaboración Propia

Se ofrecerá al mercado una presentación de galletas Wanana, en caja de 24 unidades, compuesta por 12 paquetes individuales con 2 galletas cada uno.



Figura 3. Presentación de Galletas Wanana. Elaboración propia.

1.5 Oportunidad de negocio

La existencia de la moda *Gluten Free* es una gran oportunidad de negocio, ya que, según encuestas realizadas por “Global Health and Ingredient-Sentiment de Nielsen” (SIICEX, 2016) a nivel mundial el 68% de los consumidores están dispuestos a pagar un adicional por alimentos que no cuenten con determinados ingredientes no deseados, porque cuentan con al menos un familiar que padecen alergias o intolerancia a determinados alimentos como: lactosa, gluten, entre otros.

En los países de Latinoamérica como Argentina y Uruguay, muestran que 1% de su población es intolerante al gluten, y destacan que, de cada 3 personas intolerantes al gluten, 2 son mujeres (Pro Ecuador, 2015); y en países europeos la gran mayoría son menores de 4 años (FACE, 2016).

En los últimos 5 años se incrementó las ventas de productos sin gluten, y crecieron un 11.8% y se posicionan en el mercado como productos que solucionarían los problemas al momento de la ingesta en personas intolerantes al gluten o que padezcan de la enfermedad autoinmune llamada “Celiacuía”. (Gestion, 2016)

1.6 Estrategia genérica de la empresa

Las estrategias empleadas por la empresa son:

1.6.1 Especialización del segmento.

El producto por ingresar al mercado se dirigirá a un segmento específico, infantes de 1 a 3 años de edad, debido a que en esta etapa se requiere alimentos y nutrientes específicos para su desarrollo; por lo que las Galletas Wanana se enfocarán en los niños con problemas de intolerancia al gluten.

1.6.2 Diferenciación.

El producto es innovador y nuevo en el mercado peruano, debido a que los productos alimenticios para infantes de 1 a 3 años no consideran la necesidad de los infantes que presentan intolerancia al gluten, y este producto ingresará para satisfacer a dicho segmento.

Capítulo II

Análisis del entorno

2.1 Análisis del macro-entorno

2.1.1 Macroentorno del País.

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

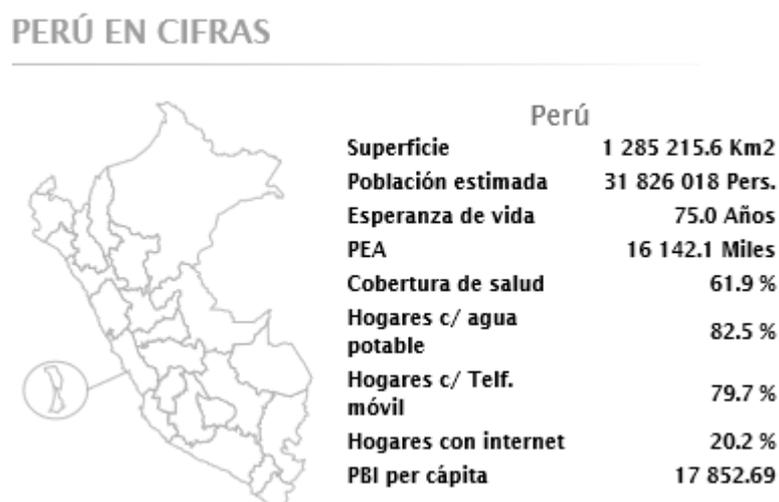


Figura 4. Cifras relevantes del Perú 2017. (INEI, 2018)

La superficie del Perú es de 1'285,215.6 km², y las regiones constan de costa sierra y selva, la primera representa el 11.7% de la superficie total del Perú, la segunda el 28% y la tercera representa el 60.3% de la superficie total del Perú, al cierre del año 2017 la población del país fue de 31'826,018 habitantes.

Dentro de las 60 principales ciudades del Perú, las que cuentan con mayor número de habitantes son: Lima Metropolitana con 10, 209,300 habitantes representando el 52.3% del país, Arequipa con 888,000 habitantes representando el 4.6% del país, Trujillo con 814,900 habitantes representando el 4.3% del país, Chiclayo con 582.000 habitantes representando el 3% del país, Piura con 469,700 habitantes representando el 2.4% del país. (Compañía Peruana de estudios de mercado y opinion publica SAC, 2017)

PERÚ: 60 PRINCIPALES CIUDADES 2017
(En miles)

No.	CIUDAD/ CENTRO POBLADO	DEPARTAMENTO	POBLACIÓN	%	% PERÚ URBANO	No.	CIUDAD/ CENTRO POBLADO	DEPARTAMENTO	POBLACIÓN	%	% PERÚ URBANO
1	Lima Metropolitana	Lima	10,209.3	52.3	41.6	31	Barranca	Lima	72.0	0.4	0.3
2	Arequipa	Arequipa	889.0	4.6	3.6	32	Catacaos	Piura	71.8	0.4	0.3
3	Trujillo	La Libertad	814.9	4.3	3.3	33	Huanchaco	La Libertad	68.3	0.3	0.3
4	Chiclayo	Lambayeque	582.0	3.0	2.4	34	Ilo	Moquegua	67.1	0.3	0.3
5	Piura	Piura	460.7	2.4	1.9	35	Cerro de Pasco	Pasco	67.1	0.3	0.3
6	Iquitos	Loreto	444.7	2.3	1.8	36	Lambayeque	Lambayeque	63.4	0.3	0.3
7	Cusco	Cusco	428.5	2.2	1.8	37	Huaura	Lima	61.9	0.3	0.3
8	Chimbote	Áncash	372.8	1.9	1.5	38	Chulucanas	Piura	59.6	0.3	0.2
9	Huancayo	Junín	359.9	1.8	1.5	39	Yurimaguas	Loreto	59.5	0.3	0.2
10	Pucallpa	Ucayali	325.2	1.7	1.3	40	Moyobamba	San Martín	58.9	0.3	0.2
11	Tacna	Tacna	287.9	1.5	1.2	41	Moquegua	Moquegua	58.0	0.3	0.2
12	Ica	Ica	284.1	1.5	1.2	42	Chancay	Lima	56.8	0.3	0.2
13	Juliaca	Puno	276.0	1.4	1.1	43	Abancay	Apurímac	55.2	0.3	0.2
14	Cajamarca	Cajamarca	213.8	1.1	0.9	44	Viru	La Libertad	54.1	0.3	0.2
15	Sullana	Piura	208.5	1.1	0.9	45	Tingo María	Huánuco	53.1	0.3	0.2
16	Ayacucho	Ayacucho	191.0	1.0	0.8	46	Ferreñafe	Lambayeque	49.8	0.3	0.2
17	Chincha	Ica	184.5	0.9	0.8	47	La Unión	Huánuco	47.8	0.2	0.2
18	Huánuco	Huánuco	164.0	0.8	0.7	48	Andahuaylas	Apurímac	46.3	0.2	0.2
19	Tarapoto	San Martín	143.3	0.7	0.6	49	Chepen	La Libertad	46.1	0.2	0.2
20	Puno	Puno	141.0	0.7	0.6	50	Sicuani	Cusco	45.4	0.2	0.2
21	Tumbes	Tumbes	114.3	0.6	0.5	51	Huancavelica	Huancavelica	44.4	0.2	0.2
22	Huaraz	Áncash	110.7	0.6	0.5	52	Tambo Grande	Piura	43.1	0.2	0.2
23	Pisco	Ica	107.1	0.5	0.4	53	Sechura	Piura	42.6	0.2	0.2
24	Talara	Piura	102.9	0.5	0.4	54	Tarma	Junín	41.7	0.2	0.2
25	Cañete	Lima	101.3	0.5	0.4	55	Guadalupe	La Libertad	41.4	0.2	0.2
26	Huacho	Lima	95.3	0.5	0.4	56	Perene	Junín	41.2	0.2	0.2
27	Paita	Piura	94.3	0.5	0.4	57	Nazca	Ica	40.1	0.2	0.1
28	Huaral	Lima	91.0	0.5	0.4	58	Pichanaqui	Junín	40.0	0.2	0.1
29	Jaén	Cajamarca	84.1	0.4	0.3	59	Pimentel	Lambayeque	39.9	0.2	0.1
30	Puerto Maldonado	Madre de Dios	78.9	0.4	0.3	60	Huamachuco	La Libertad	39.4	0.2	0.1
TOTAL									19,536.0	100.0	79.8

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.PI

Figura 5. Población de las 60 Principales ciudades del Perú en el 2017 (En miles). (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública SAC, 2017)

El producto se comercializará en la provincia de Lima, debido a que su población representa el 52.3% del total del país y el 82% del total de la población del departamento. Asimismo, cuenta con 2, 463,600 hogares.

PERÚ: POBLACIÓN Y HOGARES POR DEPARTAMENTO Y PROVINCIAS 2017
(En miles)

DEPARTAMENTO Provincia	POBLACIÓN	% RESPECTO AL DPTO.	HOGARES
Lima	11,181.7	100.0	2982.2
Lima	9,170.6	82.0	2463.6
Callao	1,038.7	9.3	269.1
Cañete	239.7	2.1	56.9
Huaura	225.9	2.0	55.7
Huaral	196.1	1.8	50.7
Barranca	151.6	1.4	40.4
Huachipaipi	83.6	0.7	22.7
Yauyos	28.4	0.3	9.2
Oyón	23.4	0.2	6.4
Canta	15.7	0.1	4.5
Cajatambo	8.0	0.1	3.0

Figura 6. Población de las provincias de Lima (En miles). (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública SAC, 2017).

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



Figura 7. Tasa de crecimiento de la población - Promedio anual. INEI (2018)

La evolución de la tasa de crecimiento de la población del país ha ido en forma decreciente, para el 2017 se redujo en 0.01% respecto al año 2016 y 0.21% respecto al año 2005, siendo la tasa del 1.07% para el 2017 lo que la convierte en la tasa más baja durante los 12 años.

Para el 2018 se pronostica el incremento del consumo del país en un 3%, donde resalta que el cliente moderno (consumidor) apostará por productos

saludables que tenga un costo adicional pero que signifique una mejora en su salud. (Diario Gestion, 2018)

Ingreso Per cápita



Figura 8. Ingreso Per Cápita y su variación al 2017. (INEI, 2018)

Según el Censo del año 2017 a cargo del Instituto Nacional de Estadística e Informática, el ingreso per cápita para el 2017 según el PBI y la población nacional es de S/.962.00 al mes, este mostró una ligera disminución de 1.5% con respecto al 2016. Además, es importante resaltar que esta disminución se concentra en la clase media y media baja, ya que los ingresos se redujeron en 2.4% y 5.5% respectivamente frente al año 2016. Para la población con mayores ingresos, se mostró una disminución de 2.8% con respecto al año 2016. (Diario Correo, 2018)

Tabla 4

Población Económicamente Activa del Perú, según ámbito geográfico.

Ámbito geográfico	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	14 907.2	15 156.8	15 451.3	15 738.1	15 948.8	16 143.1	16 326.5	16 396.4	16 498.4	16 903.7	17 215.7
Área de residencia											
Urbana	10 688.0	10 961.3	11 241.7	11 591.1	11 852.8	12 115.1	12 345.2	12 436.4	12 584.1	13 066.1	13 396.5
Rural	4 219.2	4 195.6	4 209.7	4 147.0	4 096.0	4 028.0	3 981.3	3 960.0	3 914.3	3 837.6	3 819.2

Nota: Se desgrega la PEA del Perú por su área de residencia de la población en los años 2007, 2016, 2016. (INEI, 2018).

La Población Económicamente Activa del Perú muestra un incremento de 1.9% en el 2017, con respecto al 2016; asimismo la PEA creciente se concentra en la zona urbana donde se cuenta 13.395 miles de habitantes debido a que su incremento de 2.5% frente al 2016, cosa que no podemos decir de la zona rural, debido a que muestra una reducción de 0.5%% frente al 2016. En líneas generales, el incremento de la PEA de Perú mejora el poder adquisitivo de la población, creando una disposición a gastar más.

2.1.1.3. Balanza comercial: importaciones y exportaciones.

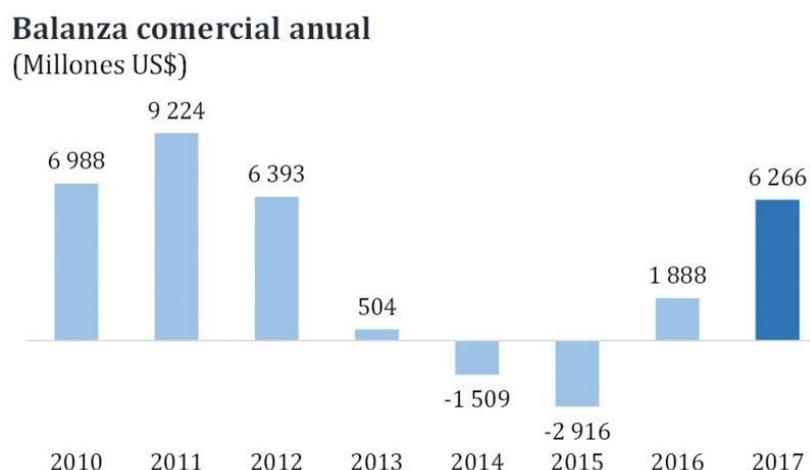


Figura 9. Balanza Comercial del Perú al 2017. (BCRP, 2017).

La balanza comercial del Perú del 2017 mostró un superávit de \$ 6.266 millones, gracias al equilibrio de las importación y exportaciones del país, a pesar del déficit de los años 2014 y 2015 se logró una recuperación acelerada para el año 2017, pasando de \$ -2.916 millones en el 2015 (Mas bajo) a \$ 6.266 millones en el 2017.

Los países principales para dichas transacciones comerciales son China y Estado Unidos, ya que la suma de ambos representa el 41.5% del total de la balanza comercial del año 2017, mostrando un incremento de 0.8% frente al movimiento del año 2016.

Variables FOB	Millones de US dólares de 2007			Millones de US dólares			Índice de precios promedio FOB		
	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %
Exportación	40 427,2	44 983,4	11,3	36 246,3	44 024,9	21,5	89,7	97,9	9,2
I Productos tradicionales	30 318,4	33 594,3	10,8	25 361,4	32 223,0	27,1	83,7	95,9	14,7
II Productos no tradicionales	10 022,4	11 297,4	12,7	10 794,9	11 682,2	8,2	107,7	103,4	-4,0
Importación (Uso y destino) 1/	34 221,5	37 297,5	9,0	34 338,3	37 778,8	10,0	100,3	101,3	0,9
I Bienes de Consumo	8 012,5	8 802,8	9,9	8 281,9	8 983,0	8,5	103,4	102,0	-1,3
II Materias Primas y Productos Intermedios	15 615,4	17 782,7	13,9	14 837,0	17 478,0	17,8	95,0	98,3	3,4
III Bienes de Capital y Materiales de Construcción	10 544,1	10 656,1	1,1	11 175,1	11 264,4	0,8	106,0	105,7	-0,3
IV Diversos	8,4	20,3	140,8	3,2	17,3	439,6	38,2	85,5	124,1
Saldo comercial	6 205,8	7 685,9		1 908,0	6 246,1				

Nota: Se detalla los totales de las exportaciones e importaciones del Perú 2016 – 2017. INEI 2018.

Figura 10. Importaciones y exportaciones 2016 – 2017

Importaciones.

Las importaciones del 2017 sumaron US\$ 37,778.8 millones, mostrando un aumento de 10% frente a las importaciones del año 2016, esto se debió a la variación de volúmenes importados en:

- Materias Primas e Insumos +17.8%
- Bienes de consumo + 8.5%.
- Bienes de capital – 1.4%.

Durante el 2017, las importaciones de bienes de consumo se incrementaron en 8.5%, sin embargo, dentro de esta sección, las importaciones de las preparaciones alimenticias se incrementaron al 100%, donde destaca los alimentos en polvo como Ensure, Glucerna Pediasure, estos productos complementan y ayudan a mejorar la salud de las personas adultas y de los infantes (Solano, 2017).

Exportaciones.

Las exportaciones del 2017 sumaron US\$ 44,024 millones mostrando un aumento de 21.5% frente a la exportación del año 2016, esto se debe a la variación de los volúmenes exportados en:

- Exportaciones tradicionales +27.1 (Zinc, derivados del petróleo, harina de pescado),
- Exportaciones no tradicionales +8.2% (Embarques de productos agropecuarios, textiles y pesqueros).

Durante el 2017, el Perú se posicionó como 4to. país exportador de América Latina, después de Brasil Chile y Argentina. A su vez estos países mostraron un incremento de 18%, 9% y 1% respectivamente, siendo crecimientos menores a los mostrados en el país. (Diario Gestión, 2018)

Los principales productos tradicionales exportados están en el sector agrícola, siendo estos: la palta fresca con un 45% más frente al 2016 y arándanos con un 48% más frente al 2016.

2.1.1.4. Indicadores Macroeconómicos.

IND. MACROECONÓMICOS	FUENTE	2015	2016	2017
PBI (Variación Real)	INEI	4.5%	4%	2.5%
Tasa de Inflación	BCRP	3.5%	3.6%	1.36%
Tasa de Interés	BCRP	3.75%	4.25%	3.25%
Tipo de cambio (Interbancario)	BCRP	3.413	3.356	3.24
Riesgo País (Puntos)	AMBITO	246	175	111

Nota: Se detalla el histórico de cada indicador macroeconómico para los años 2015 al 2017. (BCRP, 2017) (Ámbito Financiero, 2018). PBI

Figura 11. Indicadores Macroeconómicos del Perú

El crecimiento del PBI del 2017 fue inferior a lo estimado por Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y por el Fondo Monetario Internacional (FMI) que fueron 2.7% y 2.6% respectivamente. Los voceros del estado manifiestan que esta inconsistencia se debe al impacto económico negativo que dejó el fenómeno del Niño costero y el caso Lava Jato. Asimismo, para el 2018 se prevé la intervención de estado para lograr un crecimiento de 4% (Grupo La Republica, 2018).

Tasa de inflación,

La inflación del Perú para el año 2017 fue la más baja en 8 años, esta fue 1.36%, En el rubro de alimentos y bebidas se mostró un alza en sus precios de 0.31% (Menú, cerveza, gaseosa, huevo), representando el incremento más bajo de todos los rubros que incidieron en la tasa resultante de inflación para el 2017. (Agencia EFE, 2018)

Tasa de interés.

El Banco central de reserva del Perú (BCRP) determinó una disminución en la tasa de interés referencial durante el 2017 siendo 3.25%, debido al bajo crecimiento del PBI del país y la lejanía del alcance a la meta propuesta. Para el 2018 continuó la reducción de dicha tasa debido al incremento de la inflación en los primeros meses del año, pasando de 3% (enero) a 2.75% (marzo).

Tipo de cambio.

La variación del tipo de cambio depende del déficit o superávit que atraviesa el país, además de la expectativa de las tasas de interés y el riesgo futuro. En el 2017 el BCRP intervino, negociando \$ 5,246 millones con la finalidad de estabilizar el ritmo cambiario (Grupo RPP, 2018).

Riesgo del país.

El Perú se encuentra dentro de los 3 países con bajo riesgo político, después de Panamá y Chile; es decir, el país puede hacerse responsable ante las obligaciones generadas por deudas externas.

2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Decreto Legislativo (D.L) N°1304 – “Ley de etiquetado y verificación de los Reglamentos Técnicos de los productos industriales manufacturados”. Este D.L. tiene como objeto establecer de manera obligatoria el informar al consumidor la composición del producto manufacturado en la etiqueta, así como las sanciones administrativas por el incumplimiento.

Ley N°30021 “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable”. Esta ley fue promulgada en el 2013 establece parámetros técnicos de las empresas que fabriquen, comercialicen o suministren bebidas y alimentos procesados en el sector público o privado dentro el territorio nacional. La finalidad de esta ley, es la de regular la composición de los alimentos y bebidas, específicamente lo que tienen altos niveles de grasas trans, grasas saturadas, azúcar y sodio. Además, se evitará que el consumidor ignore dicha composición del producto, por que las empresas estarán obligadas a informar claramente dicha información en sus empaques con características determinadas.

Ley N°29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor”. Esta ley protege y defiende a los consumidores, buscando que estos reciban atención y productos de calidad, además de que gocen derechos irrenunciables para su protección.

Ley N°27657 Art.25 “Ley Del Ministerio De Salud”. En el artículo 25 menciona a la Dirección General de Salud Ambiental “DIGESA” que estará a cargo de los aspectos relacionados a: saneamiento básico, salud ocupacional, zoonosis, protección del medio ambiente e higiene alimentaria; el proyecto estará obligado a cumplir con las disposiciones en temas de higiene alimentaria, tales como el registro sanitario del producto.

Norma FDA – Gluten free: la FDA indicó que a partir de 2014 los alimentos que cuente con *Gluten-Free* en su etiqueta debe tener un límite de gluten en el producto, este es 20 o más PPM (Partes por millón).

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

2.1.2.1. Mercado internacional.

Los productos sin gluten están presentes en todo el mundo y tiene proyecciones a crecer 5% anual, estos productos se han convertido en tendencia mundial que se inició en el colectivo de personas con la enfermedad celiaquía y se extendió como producto complemento de una dieta para no ganar peso. Sin embargo, este mercado también cuenta con algunas amenazas, tales como exceso de grasas y azúcares o la distorsión de la textura y sabor.

EEUU y Canadá lideran el crecimiento del sector de alimentos gluten-free, sin embargo, en Europa el mercado cuenta con una mayor demanda. La mayor necesidad de productos gluten-free está en Alemania debido a que la población con intolerancia al gluten es creciente, y en Francia debido a la mayor prevalencia de obesidad considerada como uno de los síntomas de la intolerancia al gluten. (FACE, 2016). Latinoamérica está en el tercer lugar del ranking de consumo de productos sin gluten, seguidamente de Europa (Claudia, 2015).

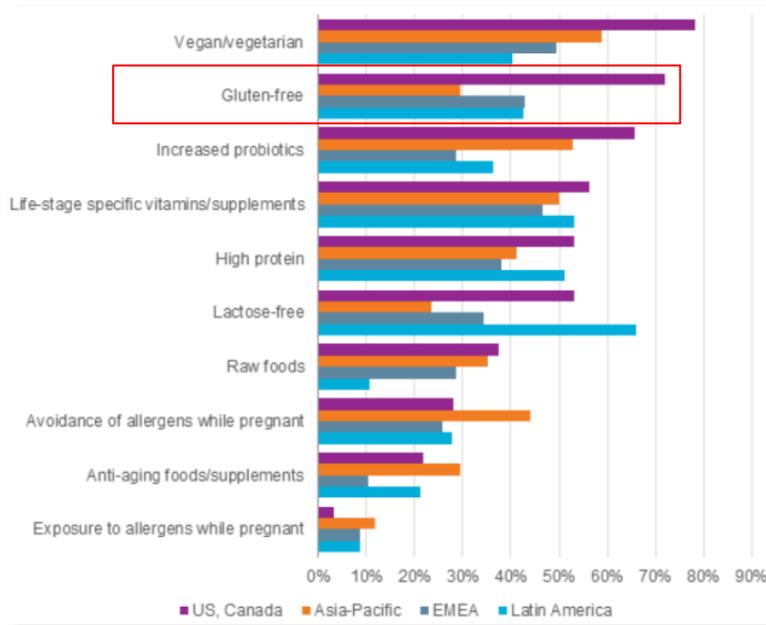


Figura 12. Consumo de productos sin gluten a nivel mundial. Promperú (Claudia, 2015).

Los insumos de los productos sin gluten tienen un costo más alto que el insumo a sustituir (con gluten), por ende, los costos del producto final se incrementarán y el precio al público será considerablemente mayor frente a los productos que contienen gluten.

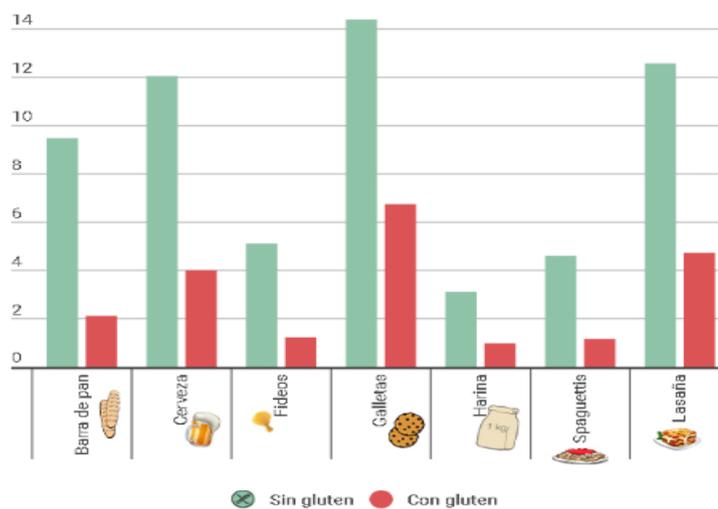


Figura 13. Diferencia de precios entre productos con y sin gluten. Elaboración propia.

2.1.2.2. Mercado del consumidor.

LIMA METROPOLITANA: PERSONAS POR ZONAS GEOGRÁFICAS APEIM SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO 2017

ZONAS	PERSONAS		POBLACIÓN		ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA APEIM (% HORIZONTAL)					
	Miles	% sobre Lima Metrop.	Miles	% sobre Población	A	B	C	D	E	
1	Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,213.4	11.9	302.5	11.9	0.5	10.9	46.6	29.8	12.2
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,328.7	13.0	350.4	13.0	2.0	23.7	52.1	19.8	2.4
3	San Juan de Lurigancho.	1,121.3	11.0	275.9	11.0	0.0	19.1	44.2	26.7	10.0
4	Cercado, Rímac, Breña, La Victoria.	710.0	7.0	225.8	7.0	4.3	27.1	44.6	20.2	3.8
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,408.0	13.8	359.3	13.8	2.1	12.3	42.7	34.0	8.9
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	404.2	4.0	134.3	4.0	13.7	58.0	22.1	5.4	0.8
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	795.0	7.8	250.5	7.8	35.9	43.3	14.9	4.5	1.4
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	877.7	8.6	240.7	8.6	3.9	26.6	44.6	20.5	4.4
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,157.0	11.3	284.4	11.3	0.0	6.3	45.7	36.6	11.4
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,038.7	10.2	269.1	10.2	1.2	19.7	44.2	23.8	11.1
11	Cieneguilla y Bañeros	155.3	1.5	39.8	1.5	0.0	8.1	47.6	25.4	18.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,209.3	100.0	10,209.3	100.0	4.8	21.7	42.4	23.8	7.3

Figura 14. Personas y Hogares de Lima Metropolitana por zonas y NSE. CPI (2017)

El mercado consumidor estará comprendido por la población de las zonas 6 y 7 de Lima representado por el 11.8%, según el modelo del negocio el producto estará dirigido a los padres de familias ya que serán los decisores de la compra, según las zonas seleccionadas hay 384,800 hogares, de las cuales abarcaremos a los NSE A, B y C por su poder adquisitivo.

Actualmente, en el Perú no hay una cuantificación de personas celiacas, sin embargo, una parte de la población padecen de la enfermedad llamada celiacía, los cuales no pueden consumir alimentos con gluten, porque afecta su salud; de esta manera se encuentran en búsqueda de productos gluten-free con valores nutricionales. Aunque la mayoría no está consciente de que padece esta enferme, las personas realizaron el descarte y fueron diagnosticados con celiacía en su mayoría fueron infantes menores de 4 años.

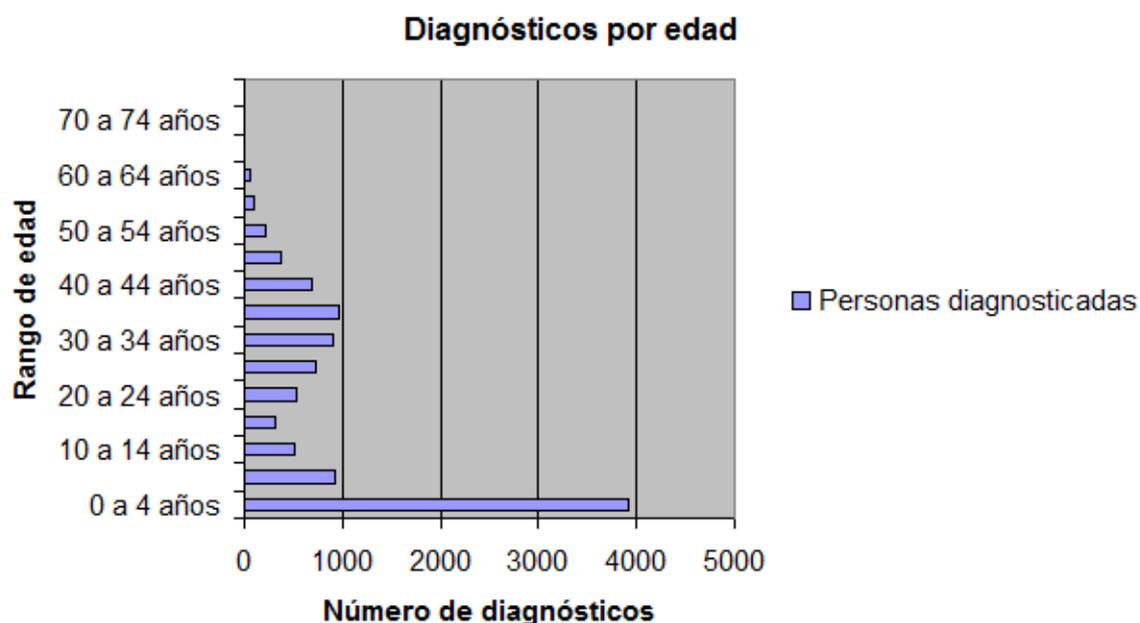


Figura 15. Personas diagnosticadas con Celiacía por edades. (FACE, 2016)

Debido al resultado de una encuesta realizada en España, mostrado en la Figura 13, se observa un mercado potencial en los infantes que son celíacos, por lo que se determina que el producto ofrecido tendrá la oportunidad de posicionarse en el mercado de productos gluten-free. Por otro lado, el 42% de consumidores de productos gluten-free no son medicamente tolerantes, pero se restringe el consumo de gluten con la finalidad de vigilar y controlar su peso (Claudia, 2015).

En Argentina y Uruguay, tras años de lucha por parte de grupo de celíacos para conseguir espacios con alimentos aptos para su consumo, el estado está promoviendo el brindar alimentos sin gluten a través de leyes para las personas que padezcan celiacía, ya que este mercado representa el 1% de la población y destacan que 2 de 3 celíacos son mujeres. Estas medidas amplían el mercado consumidor y proveedor de productos sin gluten (Pro Ecuador, 2015).

2.1.2.3. Mercado de proveedores.

El mercado proveedor de materia prima e insumos para la elaboración de galletas solubles sin gluten es amplio, de la misma forma para el embalaje del producto y maquinarias de panadería; esto garantizará obtener los mejores precios de mercado. Empresas proveedoras de harinas de plátano, quinua y arroz:

- SOSEKA SAC – Av. Lurigancho N°644 Dpto. B Lurigancho – 555
2116

- BARTORI S.A.C. – Av. México N.º 2204 La Victoria – 473 4516

Empresas proveedores de maquinaria:

- FAMIPACK – Av. Tomás Valle 3112 Urb. Albino Herrera Callao –
Telf. 574 2518 – Web: www.famipack.com

- ALITECNO SAC – Av. Tambo Real 264 Urb. Matellini Chorrillos
– Telf. 251 3283 – Web: www.alitecnoperu.com/industrias

- MAQUIPAN PERU – Av. Elmer Faucett Nro. 217 San Miguel –
Telf. 452 4900 – Web: www.maquipan.com.pe

La producción de harina de plátano en Latinoamérica es el 23% de la producción mundial, de los cuales Ecuador destaca como mayor productor y Argentina como Exportador. Los proveedores agroindustriales en el Perú cuentan con plantas certificadas con BRC/HACCP/ORGANICA (Control Unión), además tienen una capacidad de producción de 4 a 5 toneladas por semana y su presentación es de sacos de 20 o 25 kg.

2.1.2.4. Mercado competidor.

El mercado de productos sin gluten tiene un poco más de 10 años, es por eso que gran parte de la población no estaba familiarizada con la intolerancia o alergia al gluten, en el 2007 las ventas de productos sin gluten se duplicaron alcanzando \$ 2.100 millones y se proyecta que para el 2018 llegara a \$ 127.3 millones. Estas cifras atrajeron a empresarios que hoy en día ofrecen gran variedad de productos sin gluten como: fideos, galletas, panes, cervezas, dulces, entre otros.

En Europa se concentra la demanda de productos sin gluten, mencionaremos algunas marcas importantes en dicho continente.

CONGELADOS	Volumen (t)	Valor (M€)
Gedesco (Maheso+Fresno)	18,9%	15,8%
Berlys	11,3%	13,7%
Dr Schär	3,1%	6,1%
Horno Virgen de los Reyes (Panceliac)	1,8%	3,0%
Comercial Hispama	1,5%	2,7%
Sediasa (Grupo Fuertes)	1,1%	1,1%
Adpan Europa	1,0%	1,1%
Ultracongelados Disnaco (Fridela)	0,5%	0,8%
Aserceli	0,3%	0,4%
MDD/Otras	60,5%	55,3%
TOTAL	2.451,80	55,30

Figura 16. Volumen de ventas de empresas de alimentos gluten-free en España.

En el mercado peruano existen productores gluten-free ya que, los principales insumos son de nuestro país, sin embargo, al exportarlo a otros países regresan con productos sin gluten a base de quinua, arroz, maíz, garbanzo, amaranto, entre otros.

Asimismo, nuestro competidor en el mercado peruano de alimentos sin gluten para niños es la marca Baby Mum Mum de origen estadounidense con una presencia en el mercado de 25 años, y es comercializado en diversos países como Perú, Colombia, Ecuador, Costa Rica, Brasil, México EEUU, Chile, Guatemala, Pilipinas, Canadá, Australia, Inglaterra, entre otros. Estos productos ingresan al mercado peruano a través de la empresa importadora JILIN EXIMPORT E.I.R.L bajo la partida arancelaria 19.04.10.00.00 denominado "Galleta de arroz hot kid baby mum-mum (original) 50g/12 bags*12 para el consumo humano rice cracker mfto: 333"

El producto de la competencia se comercializa en supermercados locales, el precio de la competencia oscila entre S/.8.00 y S/.10.00, lo que es un costo accesible para la canasta familiar de los estratos económicos seleccionados.

Baby Mum-Mum.

Figura 17. Competidor internacional: Marca Baby Mum-Mum. Mum-Mum (2018)

Galletas BABY MUM – MUM.

Galletas para bebés a partir de +6 meses especialmente diseñadas para ayudar con la etapa de la dentición de los bebés y con la sicomotricidad al brindar el soporte necesario para el agarre de la galleta. Presentación: Caja de 50 gramos, 24 galletas distribuidas en 12 bolsitas con 2 unidades en su interior.

-Sabores: Vegetales, banana, original y manzana.

-Precios en el mercado: S/. 10.90

-Beneficios Propuestos: Libres de tapioca, gluten, lactosa, huevo, maní, no colorantes ni preservantes. No grasas añadidas.



Figura 18. Presentación de las galletas Mum-Mum. Mum-Mum (2018)

Valores Nutricionales / Nutrition Facts	
Porción 3 galletas (6g) / Per 3 rusks (6g) Porciones por empaque: 8 aprox servings per container: 8 aprox	
Cantidad por porción / Amount per serving	Infos 6 meses - 2 años / Infants and Children 6 months - 2 years
Calorías / Calories	25
Calorías de grasa / Calories from fat	0
Grasa total / Total Fat	0g
Grasa Saturada / Saturated fat	0g
Grasa Trans / Trans fat	0g
Colesterol / Cholesterol	0mg
Sodio / Sodium	15mg
Carb. Total / Carb. Total	6g
Fibra / Dietary Fibre	0g
Azúcares / Sugar	<1g
Proteína / Protein	0g
% Valor diario / % Daily value	
Proteína / Protein	0%
Vitamina A / Vitamin A	0%
Vitamina C / Vitamin C	0%
Calcio / Calcium	0%
Hierro / Iron	0%

ingredientes:

- arroz japónica
- manzana en polvo
- jugo de manzana
- almidón de papa
- azúcar

ingredientes:

- arroz japónica
- banano en polvo
- jugo de banano
- almidón de papa
- azúcar

ingredientes:

- arroz japónica
- calabaza en polvo
- repollo en polvo
- espinaca en polvo
- zanahoria en polvo
- almidón de papa
- azúcar

ingredientes:

- harina de arroz orgánico
- azúcar orgánica

Figura 19. Composición Hot Kid - Galletas Baby Mum-Mum. Mum-Mum (2018)

Galletas Toddler MUM – MUM.

Galletas para infantes a partir de los +12 meses (1 año). Galletas para hacer la transición de las galletas Baby Mum-Mum a Toddler Mum-Mum.

-Presentación: Caja 50 gramos, 20 galletas.

-Sabores: Fresa, banana, y manzana.

-Precio en el Mercado: S/.12.90

-Beneficios Propuestos: Libres de tapioca, gluten, lactosa, huevo, maní.



Figura 20. Presentación Galletas Toddler Mum-Mum. Mum-Mum (2018)

Nutrition Facts Valores Nutricionales

Porción 2 galletas (5gr) / Per 2 rusks (5gr)
Porciones por empaque: 10 aprox
Servings per container: 10 aprox

Cantidad por porción / Amount per serving	
Calorías / Calories	20
Grasa Total / Total Fat	0 g
Sodio / Sodium	15 mg
Carb. Totales / Total Carb.	5 g
Fibra dietaria / Dietary Fibre	0 g
Azúcares / Sugars	1 g
Proteína / Protein	0 g
% Valor Diario / % Daily Value	
Proteína / Protein	0 %
Hierro / Iron	0 %
Calcio / Calcium	0 %

ingredientes:

- arroz orgánico
- sabor natural a fresa
- jugo de zanahoria morada
- gelatina
- azúcar orgánico
- sal
- ácido cítrico

Nutrition Facts Valores Nutricionales

Porción 2 galletas (5gr) / Per 2 rusks (5gr)
Porciones por empaque: 10 aprox
Servings per container: 10 aprox

Cantidad por porción / Amount per serving	
Calorías / Calories	20
Grasa Total / Total Fat	0 g
Sodio / Sodium	15 mg
Carb. Totales / Total Carb.	5 g
Fibra dietaria / Dietary Fibre	0 g
Azúcares / Sugars	1 g
Proteína / Protein	0 g
% Valor Diario / % Daily Value	
Proteína / Protein	0 %
Hierro / Iron	0 %
Calcio / Calcium	0 %

ingredientes:

- arroz japónica
- sabor natural a manzana
- gelatina
- azúcar
- sal
- color caramelo

Nutrition Facts Valores Nutricionales

Porción 2 galletas (5gr) / Per 2 rusks (5gr)
Porciones por empaque: 10 aprox
Servings per container: 10 aprox

Cantidad por porción / Amount per serving	
Calorías / Calories	20
Grasa Total / Total Fat	0 g
Sodio / Sodium	15 mg
Carb. Totales / Total Carb.	5 g
Fibra dietaria / Dietary Fibre	0 g
Azúcares / Sugars	1 g
Proteína / Protein	0 g
% Valor Diario / % Daily Value	
Proteína / Protein	0 %
Hierro / Iron	0 %
Calcio / Calcium	0 %

ingredientes:

- arroz japónica
- sabor natural a banano
- gelatina
- azúcar
- sal
- cúrcuma

Figura 21. Composición - Galletas Toddler Mum-Mum. Mum-Mum (2018)

2.1.2.5. Mercado distribuidor.

En una encuesta realizada en España a cargo de la Federación de Asociaciones de Celíacos FACE, determinaron que los usuarios de productos sin gluten los adquirirían principalmente en supermercados, grandes superficies como markets y tiendas de alimentación especializadas, los puntos más bajos fueron para farmacias, pequeños comercios y correo electrónico.

Lugar donde adquieren productos sin gluten

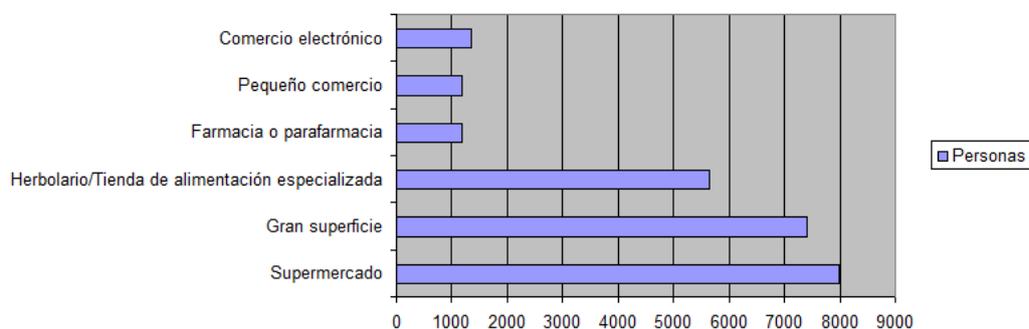


Figura 22. Lugares donde adquieren productos sin gluten en España. Defensor del pueblo (2016).

El Ecuador, se realizó una encuesta para un artículo académico de la Universidad Politécnica Salesiana para estudios sobre productos sin gluten, donde mostraron preferencias similares a España, donde también se destaca los supermercados como canal de distribución de productos sin gluten.

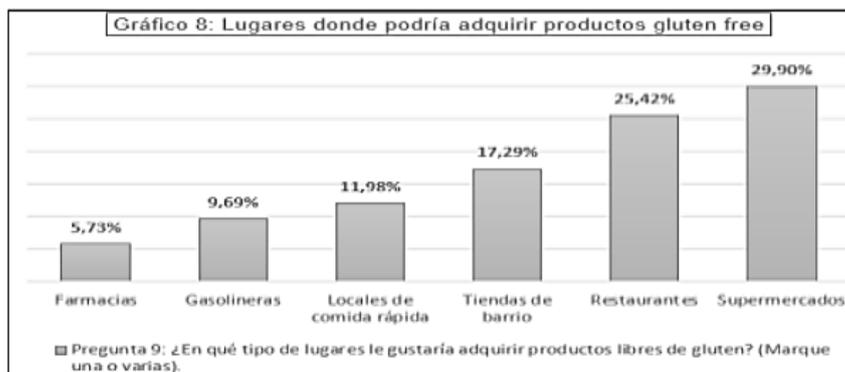


Figura 23. Lugares donde adquieren productos sin gluten en Ecuador. Mora (2018).

En el país contamos con supermercados de gran reconocimiento por la calidad de sus productos, tal es así que los peruanos colocan en el primer lugar a Supermercados Wong, seguido de Vivanda, como lugares adecuados para realizar sus compras.



Figura 24. Ranking de Supermercados en Perú. Peñaranda (2018).

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Años atrás era complicado encontrar productos sin gluten en Lima, hoy en día los encontramos no solo en los grandes retails, sino también en tiendas de alimentos especializados, que cada día se incrementan y concentran más en Lima debido a la gran acogida y crecimiento del mercado de productos saludables.

En el mercado peruano se encuentra una empresa que ofrece productos importados destinados a bebés y niños de hasta 3 años los mismos que tienen como ingrediente base y principal la harina de arroz. Como competidor directo tenemos a la marca norteamericana Baby Mum-Mum con 2 presentaciones de sus galletas para niños en el Perú, dichas galletas son elaboradas en China e importadas por JILIN EXIMPORT E.I.R.L y distribuidas al consumidor final a través de los supermercados locales.



Figura 25. Presentaciones de Galletas Mum –Mum y Toddler Mum – Mum. Mum Mum (2018).

El rubro solo cuenta con 3 variedades de galletas sin gluten de 1 marca, las mismas que no están posicionadas en el mercado debido a que su publicidad no está expandida, esto convierte al nivel de competitividad en medio.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes

El modelo del negocio es B2C (Business to Consumer), por lo tanto, la dirección es a los consumidores (Cliente) de productos sin gluten, la naturaleza del producto lleva al cliente a 2 extremos al momento de decidir la compra, ya

que este tiene conocimiento que el producto tiene un sobrecosto por los insumos pero que son justificados, entonces el consumidor puede adquirir y pagar el adicional o buscar un producto sustituto que le permita reducir sus gastos.

Esto ocurre tanto en el consumidor con celiaquía o intolerancia al gluten, como en el consumidor que busca controlar su peso. De tal forma, el nivel de fuerza negociadora del cliente es medio ya que la probabilidad de compra y sustitución es la misma, porque no son alimentos de primera necesidad.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Se clasificará los proveedores en 3 grupos:

Proveedores de insumos.

En Lima hay muchas empresas de industrias alimentarias que comercializan todo tipo de harinas, cuyos precios son fijos en pequeñas cantidades, sin embargo, si hablamos de cantidades considerables, el precio se reduce de acuerdo a la cantidad solicitada, incluso se puede negociar el traslado, ya que, la mayoría incluye el costo de transporte de la tienda a la planta. Además, en grandes empresas dejan a crédito de 7, 15, 30 y 45 días.

Proveedores empaque y embalajes.

En Lima, se cuenta con empresas dedicadas exclusivamente a envases y embalajes para todo tipo de productos, cada una con precios de acorde al mercado y a las cantidades solicitadas.

Proveedores de maquinarias.

En Lima, las empresas de maquinaria panificadora son especializadas, ante lo cual, la fuerza negociadora de los proveedores es baja, ya que se puede escoger a la empresa proveedora que ofrezca mejores precios, programas de mantenimiento preventivos, servicio post venta entre otros.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos para el rubro alta ya que, al ser un snack es fácil de sustituirlo con otro producto; sin embargo, la naturaleza del producto marca la diferencia ante los demás, para que esta diferencia destaque se debe emplear un marketing agresivo.

En los diferentes supermercados, se puede encontrar variedad de compotas y cereales para bebés y niños a base de frutas y cereales. Estos productos tienen que ser ofrecidos a los bebés y niños a través de la asistencia de otra persona. Detallamos las marcas más comerciales dentro de nuestro segmento de mercado. Estos productos los podemos encontrar en los principales retailers vendiéndose en sus tiendas físicas como tiendas virtuales.

Compotas Heinz – Perú.

-La marca ofrece papillas para bebés a partir de +6 meses.

-Presentación: Frasco 113 gr., frasco de 170 gr. y doypack de 113 gr.

-Sabores: Manzana, pera, melocotón, ciruelas pasas, banana, mix de frutas.

-Beneficios propuestos: Con frutas 100% naturales, fáciles de transportar. Sin químicos perjudiciales para la salud de los bebés.



Figura 26. Compotas Heinz, frascos y doypack. Heinz (2018).

Compotas Gloria – Perú.

- La marca ofrece papillas para bebés a partir de +6 meses.
- Presentación: Frasco 113 gr., Creciditos frasco de 170 gr. y doypack de 113 gr.
- Sabores: Guindones, durazno, postre de frutas, manzana, pera, mango, frutas mixtas, plátano.
- Beneficios propuestos: Con frutas naturales, sin preservantes, colorantes ni saborizantes artificiales, enriquecidas con vitamina c, fáciles de transportar.



Figura 27. Compotas Gloria – Frasco de 113gr. Plaza Vea (2018).

Compotas AGÚ Empresa Irex – Costa Rica.

- Compotas para bebés a partir de los +6 meses de edad.
- Presentación: Frasco 113 gramos, doypack 113 gramos.
- Precio de mercado: Frasco 113gr – S/. 2.30 / 113gr – Doypack - S/. 2.30.
- Sabores: Manzana, pera, melocotón, frutas tropicales, banano manzana-piña y guayaba.
- Beneficios propuestos: Elaborados a partir de frutas 100% naturales, no contienen: preservantes, saborizantes, ni colorantes artificiales.



Figura 28. Compotas AGÚ, frascos y doypack. Plaza Vea (2018).

Compotas GERBER – Perú.

- Compotas para bebés a partir de los +6 meses de edad.
- Presentación: Frasco 113 gramos.
- Precio de mercado: S/.3.10.
- Sabores: Manzana, pera, melocotón, frutas tropicales, banano manzana-piña y guayaba.
- Beneficios propuestos: Elaborados a partir de frutas 100% naturales, no contienen: preservantes, saborizantes, ni colorantes artificiales.



Figura 29. Compotas GERBER, frascos de 113 gr. Nestlé (2018).

Cereales Nestum y Cerelac – Nestlé Perú.

-Cereales para complementar la alimentación de los bebés desde los +6 meses.

-Presentación: Caja por 200, 350 y 400 gramos, lata por 400 gramos.

-Precio de mercado: Nestum Trigo y Frutas 200 gr - Precio S/. 12.30
Nestum 5 cereales, Arroz, 8 cereales, trigo y miel 350 gr - Precio S/. 15.00
Lata Cerelac 400 gr – Precio S/. 20.00

-Sabores: Trigo y frutas, trigo y Miel, 5 cereales, arroz, 8 cereales, Cerelac trigo y leche.

- Beneficios propuestos: Cereal infantil con vitaminas, minerales y probióticos, no contiene leche.



Figura 30. Cereales Nestum y Cerelac. Nestlé (2018).

Cereales mamá CHEF – Perú.

-Cereal a base de arroz para bebés desde los +6 meses.

-Presentación: Caja por 350 gramos.

-Precio de mercado: Envase 350 gr - Precio S/. 16.00

-Sabores: Arroz

-Beneficios propuestos: Cereal infantil con vitaminas y minerales, libre de gluten.



Figura 31. Cereal mamá CHEF. El comercio (2018).

Entonces, el nivel de amenaza es medio, ya que los sustitutos dejan de ser prácticos, porque en ambos casos se requiere de la intervención del padre de familia tanto al alimentar a bocados y en la preparación laboriosa.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

En el rubro de productos libres de gluten, el ingreso de nuevos competidores es constante debido al crecimiento del mercado, en este caso el público objetivo son los bebés de 1 a 3 años, el cual actualmente no está atendido a plenitud pese a que la mayor tasa de diagnósticos de celiaquía está en infantes menores de 4 años de edad (FACE, 2016); por lo que se considera que el ingreso de competidores para este segmento es latente, por lo tanto este tipo de competidores son una barrera para el ingreso y posicionamiento de la marca en el mercado.

Capítulo III

Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa

3.1.1. Visión.

Ser líderes a nivel nacional en el mercado de productos sin gluten convirtiendo a la marca en sinónimo de calidad.

3.1.2. Misión.

Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas con celiaquía o intolerancia al gluten, ofreciendo productos deliciosos, saludables y con alto valor nutricional.

3.2. Objetivos

El objetivo principal de la empresa es incorporar el producto y lograr posicionarse en el mercado, garantizando el desarrollo sostenible de la empresa, con un crecimiento anual superior al 5% en la facturación, medido trimestralmente mediante reporte de ventas y facturación.

Objetivos específicos:

Ventas: Conseguir las ventas necesarias para que los productos terminados no estén más de 7 días en almacén, medido diariamente mediante un reporte de logística.

Marketing: Posicionar la marca entre las 5 principales en el mercado relacionadas a alimentos envasados para bebés, medido semestralmente mediante encuestas de satisfacción.

Finanzas: Mantener un flujo de caja mensual positivo a partir del tercer año, y proporcionar un EBIT superior al 10%, a ser medido mensualmente mediante el balance general de la empresa.

Producción: Conseguir un Índice de Productos Defectuosos inferior al 1% de la producción total, medido mensualmente mediante reporte de calidad.

3.3. Análisis FODA

FACTORES EXTERNOS	FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		f1. Precio competitivo en el mercado. f2. Materia prima es altamente nutritiva y libre de gluten. f3. Tecnología de punta - Maquinarias de calidad. f4. Cartera amplia de proveedores de insumos y maquinarias.	d1. Empresa nueva sin historial crediticio. d2. Los alimentos sin gluten para niños no están posicionados. d3. Un solo canal de distribución. d4. El producto no cuenta con certificación de gluten free.
OPORTUNIDADES (O)		ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
o1. Necesidad de alimentos sin gluten para niños y bebés.	1. Innovación constante de equipos y materiales con nuevas tecnologías.	1. Posicionar la marca como productos sin gluten para bebés, ya que hay una necesidad desatendida.	
o2. Socios garantes para adquisición de equipos.	FR-O2 (Año 1)	D1-O1 (Año5)	
o3. Tendencia de consumo de productos libres de gluten.	2. Diseño de un marketing agresivo para posicionar el producto en el mercado destacando sus valores nutritivos	2. Gestionar la certificación de alimentos sin gluten para garantizar la calidad de nuestra marca y sus productos.	
o4. Falta de productos sin gluten para niños y bebés.	F1-O1 (Año 1)	D4.O3 (Año4)	
AMENAZAS (A)		ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
a1. Presencia constante de productos sustitutos.	1. Ingresar al mercado más variedad de productos de la misma línea con precios competitivos.	1. Ingreso de nuevos canales de distribución del producto como Plaza Vea.	
a2. Búsqueda: productos económicos en el rubro.	F1-A1 (Año5)	D1-A3 (Año4)	
a3. Concentración de consumidores en retails.	2. Diseño de estrategia de reducción de costos para mantener el precio competitivo en el mercado.	2. Alianza estratégica con organizaciones de celíacos en Lima para incrementar las ventas.	
a4. Ingreso: nuevos competidores al mismo nicho.	F1-A2 (Año 2)	D2-A2 (Año 3)	

Figura 32. Matriz FODA. Elaboración Propia

Capítulo IV

Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

De acuerdo con el capítulo 2, observamos que el mercado de productos sin gluten para niños es un nicho desatendido, ya que en el país solo existe 1 marca internacional que atiende a los consumidores infantiles, brindando una galleta sin gluten agradable a sus paladares; hoy en día los padres están dispuestos a invertir en alimentos de calidad y más aún si existe un tema de salud.

La investigación de mercado del proyecto estará enfocada en recopilar información cualitativa y cuantitativa de los consumidores potenciales, todo ello para encontrar los factores que influyen en la compra de galletas sin gluten para niños.

Objetivo General.

-Identificar y analizar los puntos críticos del producto propuesto para mejorarlo antes de su lanzamiento y lograr satisfacer al público consumidor; de esta manera disminuirémos los riesgos del proyecto.

Objetivo Específico.

- Obtener una información verídica a través de los instrumentos de medición empleados.

- Analizar los resultados, para identificar las preferencias y sugerencias del público consumidor de galletas sin gluten.

- Conocer los medios de difusión y distribución que prefieren el público consumidor de galletas sin gluten de los distritos segmentados.

- Conocer el precio estimado que estarían dispuestos a pagar, para fijar los precios de lanzamiento al mercado.

4.1.1. Criterios de segmentación.

Los criterios de segmentación permitirán clasificar a la población hasta llegar al perfil del público objetivo, esto llevará a la cuantificación de la población segmentada para la determinación de la muestra según el modelo de negocio B2C.

Tabla 5

Criterios de segmentación.

Geográfico	
Nacionalidad	: Peruana
Población Peruana	: 31'826,018
Área Geográfica	: Capital Peruana: Lima
Población Limeña	: 9'485,405
Distritos Seleccionados	: Santiago de Surco La Molina San Miguel San Borja Miraflores Pueblo libre Jesús María Magdalena San Isidro Lince
Población	: 1,199,400
	Demográfico
Población	: Hogares
	Socioeconómico
NSE	: A, B y C.
	Psicográfico
Personalidad	: Modernas
Estilo De Vida	: Alimentación Saludable
	Conductual
Compradores	: Consumen productos nutritivos y saludables Necesidad de comprar productos sin gluten Conocen los productos sin gluten

Nota: Se cuantifica la población según los criterios de segmentación, los datos pertenecen a la población del Perú al cierre del año 2017. (INEI, 2018)

Después de aplicar los criterios podemos decir que el perfil del consumidor es: hogares con hijos menores a 3 años, pertenecientes al NSE A, B y C, pertenecientes a los distritos Santiago de Surco, La Molina, San Miguel, San Borja, Miraflores, Pueblo libre, Jesús María, Magdalena, San Isidro, Lince y que tengan un estilo de vida saludable, además que muestren inclinación por el consumo de alimentos sin gluten.

4.1.2. Marco muestral.

El marco muestral está comprendido por los elementos del universo seleccionado, es decir, la población de los distritos de la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana, estos elementos se denominarán unidades muestrales que se calcularán en base a los criterios de segmentación.

Muestra.

La muestra será extraída en función a los criterios de segmentación, y para el cálculo se aplicará la fórmula para universos infinitos, donde el nivel de confianza será 95%, el margen de error será +/-5% y la probabilidad de aceptación es el 50%.

Formula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

n =	x	Tamaño de la muestra
Z ² =	1.96 ²	Nivel de confianza (95%)
i ² =	0.05	Error de la muestra
p =	0.5	Probabilidad de aceptación
q =	1-0.5=0.5	Probabilidad de rechazo

Reemplazamos los datos:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} = 385 \text{ encuestas}$$

Tabla 6

Cálculo y distribución de la muestra según los criterios de segmentación

Distritos Lima (Zona 6, 7)	Población	Hogares	NSE A		NSE B		NSE C		Total, Muestra	Encuesta	
			Cant	%	Cant	%	Cant	%		%	Cant
Santiago de Surco	357,600	107,800	36,652	34%	48,402	45%	14,122	13%	99,176	28%	107
La Molina	178,200	48,000	16,320	34%	21,552	45%	6,288	13%	44,160	12%	48
San Miguel	140,900	44,800	6,048	14%	26,746	60%	9,094	20%	41,888	12%	45
San Borja	116,700	37,800	12,852	34%	16,972	45%	4,952	13%	34,776	10%	38
Miraflores	85,800	33,700	11,458	34%	15,131	45%	4,415	13%	31,004	9%	34
Pueblo libre	79,400	27,700	3,740	14%	16,537	60%	5,623	20%	25,900	7%	28
Jesús María	74,700	23,900	3,227	14%	14,268	60%	4,852	20%	22,347	6%	24
Magdalena	56,900	19,000	2,565	14%	11,343	60%	3,857	20%	17,765	5%	19
San Isidro	56,800	23,200	7,888	34%	10,417	45%	3,039	13%	21,344	6%	23
Lince	52,400	18,900	2,552	14%	11,283	60%	3,837	20%	17,672	5%	19
TOTAL	1,199,400	384,800							356,031		385

Nota: Las encuestas serán distribuidas proporcionalmente en cada distrito segmentado. (INEI, 2018) (INEI, 2007). Elaboración propia.

Entonces, se puede concluir que la muestra será 385 encuestas, las mismas que se realizarán a padres de familia en los distritos Santiago de Surco, La Molina, San Miguel, San Borja, Miraflores, Pueblo libre, Jesús María, Magdalena, San Isidro y Lince proporcionalmente a la cantidad de la población de cada una.

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Proveedor:

Información Personal

Nombre : Luvín Quinde

Profesión : Administrador

Cargo : Asesor Comercial

Empresa en que labora: Maquipan

Años de la empresa: 5 años

Fecha : 15.09.2018.

Link : <https://youtu.be/fk6ev1JIMWc>



Figura 33. Entrevista a profundidad - Proveedor maquinaria. Elaboración propia.

1. ¿Cuál es su opinión sobre el mercado peruano en el rubro panadero, pastelero, galletero?

El rubro crece a diario ya que el consumo de los productos mencionados es básico en el hogar, estas tienen mayor presencia gracias a las ferias en distintos distritos, donde presentan productos alimenticios novedosos.

2. ¿Cuál es la característica resaltante de la empresa Maquipan?

Somos una empresa chilena con 40 años de experiencia, y en el Perú tenemos una participación de 5 años, nuestra maquinaria es de calidad de exportación, los procesos de producción son eficaces debido a que con los años de experiencia se ha ido mejorado.

3. Según su experiencia ¿Cuál es el tipo de máquina que puede recomendar para nuestro producto?

Según la mezcla que vas a usar, lo recomendable unas batidoras monofásicas con capacidad de 10 litros a más (20 o 40 litros) según la producción, en el tema de los hornos puede ser rotativo o de piso. Nuestras máquinas tienen garantía.

4. ¿Usted considera que los productos libres de gluten, necesite una maquinaria específica?

No, en el caso de productos libres de gluten se recomienda amasadoras de dos velocidades para llegar al punto requerido (punto de liga), es una mezcla de batidora/ amasadora, con accesorios que ayudan a que la mezcla sea la adecuada.

5. En relación con el mercado que nosotros deseamos ingresar ¿Cuál sería su recomendación?

La propuesta y objetivo es bueno, están dando una buena opción de alimento para los bebés intolerantes de gluten, cada día las personas están buscando productos más saludables.

6. ¿Cuáles son los plazos de entregas, luego de la adquisición de la maquinaria?

Bueno, tenemos un taller para que el cliente pueda observar cómo funciona el equipo, no trabajamos con el crédito directo, el plazo promedio de entrega es al siguiente día de la compra ya que se contamos con stock, pero en el caso de fabricarla a pedido o no se cuente con stock puede tardar unos 30 a 45 días por la importación, ya que la maquinaria la traemos de Chile en algunos casos desde Italia.

7. ¿Por qué no brindan crédito directo?

Nuestro volumen de venta no es el adecuado para brindar esa facilidad, pero hay excepciones que trabajamos bajo carta de garantía.

8. ¿Considera que nuestro producto tiene mercado y crecimiento en el rubro?

Si, la necesidad para el rubro es considerable, actualmente los productos están muy contaminados, y estas ofreciendo un producto con insumos peruanos y libres de conservantes, considero que si va a tener acogida para el sector enfocado.

Conclusiones:

La maquinaria necesaria no es diferente a la del mercado panificador comercial, por lo tanto, el costo de las máquinas es precio de mercado.

Al ser una empresa nueva trabajan bajo la modalidad de pago de pago al contado.

Antes de realizar la compra, se debe consultar el stock de la maquinaria para que no afecte la programación de implementación de la planta.

Especialista:

Datos personales

Nombre : Manuel Miranda

Profesión : Economista

Experiencia : Comercial - Marketing

Cargo actual : Gerente Comercial de Abarrotes Comestibles

Empresa : Supermercados Peruanos S.A.

Fecha : 11-09-2018

Entrevista obtenida a través de un cuestionario vía correo electrónico previo contacto por LinkedIn.



Figura 34. Entrevista a profundidad - Especialista en retail. Elaboración propia.

1. ¿Qué aspectos o requisitos considera que mi producto debería tener para ser aceptado?

Aunque el producto se ve bien presentado con mensajes claros es importante validar que considere los requisitos de la nueva Ley saludable.

2. ¿Para vender mi producto a través de la cadena de supermercados que Ud. representa cuáles serían los requisitos de ingreso y costos? (por ejemplo: Costo de apertura del producto en tienda, costo de

apertura de almacén para producto, gestión de ventas del producto, seguros, fideicomiso, abastecimiento entre otros).

Para ser proveedor de la cadena debe ser una empresa formalmente constituida, RUC y cuenta corriente en banco donde se realizarán los pagos.

Los costos deberán considerar un PVP que garantice a la cadena un margen comercial de 30% y poder competir en el mercado frente a productos similares.

Existe un aporte publicitario que puede oscilar entre 12 y 15% a definir en negociación y según estimado de venta.

No hay costo por ingreso al surtido ni por tienda nueva.

El Costo Logístico se considera si el producto será distribuido a nivel nacional por la cadena, si es así se considera un promedio de 3.5% de la facturación mensual.

¿Una vez mi producto es aceptado en la cadena de supermercados que actividades claves debemos realizar?

Siempre recomendamos que los productos deben tener impulso periódico en el punto de venta y si hay degustación mejor aún.

En cuanto a difusión del producto o marca hoy por hoy son las redes sociales las que facilitan esta función.

Conclusiones:

Es importante que el producto cumpla con los requisitos de la ley saludable. La difusión del producto debe ser fuerte a través de las redes sociales.

Tener en cuenta que, si se proyecta a ingresar el producto a provincia, hay un sobre costo de 3.5% aprox.

Especialista:

Información Personal

Nombre : Angie Vilcapuma

Profesión : Especialista en Repostería

Experiencia : Elaboración de galletas y tortas

Cargo actual : Gerente

Fecha : 17.09.2018

Link : <https://youtu.be/dZqcffKA4cQ>



Figura 35. Entrevista a profundidad - Especialista en repostería.

Introducción del modelo de negocio.

1. ¿Qué proporción de harinas (según su tipo) es ideal para preparación de galletas?

De acuerdo con su producto, deben usar harina pastelera para galletas, ya que no necesitan volumen y esta harina tiene menos proporción de gluten, ideal para preparar galletas, la proporción de los tipos de harinas que vas a emplear depende de la receta exacta para de tu producto, dicha receta es importante para lograr la calidad de las galletas. La harina pastelera le dará ese crocante que no se logra con la harina procesada.

2. ¿Qué consejo nos daría para mejorar la textura de las galletas a base de ingredientes sin gluten?

Deben usar ingredientes de calidad, usar la mantequilla y no la margarina, eleva el costo, pero la calidad es buena. La masa debe reposar como mínimo media hora en refrigeración y máximo 24 horas, para que los ingredientes se integren y se logra una textura adecuada.

3. ¿Conoce de maquinaria especializada para la elaboración de las galletas?

Si, en mi empresa usamos batidora industrial, laminadoras, empaquetadoras para una producción de 1000 galletas mensualmente, pero de acuerdo a la cantidad de tu producción, será la capacidad de cada una de las maquinarias.

4. ¿Qué tipo de empaque es recomendable para las galletas sin gluten?

Recomiendo el empaque metálico, porque ofrecen mejor resistencia y protección al producto y son de fácil reciclaje.

5. ¿Cuánto personal se requiere para una producción mínima de galletas?

Ejemplo, para elaborar 500 galletas el personal mínimo 2, el tiempo 3 días.

6. ¿Qué licencias y autorización se requiere para funcionamiento de la planta?

Los indispensables son: Registro de sanidad y DIGESA, Licencia de Funcionamiento, Certificado sanitario y buenas prácticas de Manufactura y Manipulación.

Conclusiones:

La especialista afirma que la base para lograr una galleta de calidad está en la receta, la cantidad de harinas que se utilice determinara la presentación de la galleta.

La harina base es la pastelera, ya que esta brindará la textura crocante a la galleta, cosa que no se logra con las demás harinas.

Para la proporción para la producción de 500 es 2 personas y 3 días de trabajo.

4.1.4. Entrevistas a público.

Tabla 7

Ficha Técnica Entrevista al Público

Ficha Técnica Entrevista al Público	
Tema:	Estudio sobre la compra de galletas sin gluten.
Naturaleza metodológica:	Exploración cualitativa
Fecha de realización:	11/09/2018 al 15/09/2018
Entrevistadores:	Ana Rosero Rocío Huarote Javier Paz Jhonnattan Villegas
Número de entrevistados:	16 personas
Segmentación:	Hombres y Mujeres entre 26 y 43 años Residencia en Zonas 6 y 7 Lima Metropolitana NSE A,B y C.
Objetivos:	Conocer el perfil del cliente potencial. Conocer la valoración del producto. Identificar el nivel de aceptación de la idea de negocio y del producto.

Fuente: Elaboración Propia

Las entrevistas se realizaron con la finalidad de conocer el perfil del consumidor potencial, en esta ocasión las personas entrevistadas cumplieron con la segmentación estimada del proyecto.

Los encuestadores nos identificamos como alumnos de la USIL y expusimos la finalidad de dicha entrevista, y según la sección de preguntas se fue ampliando la información con respecto al proyecto.



Figura 36. Entrevista al público - Fiorella López.



Figura 37. Entrevista al público - Karla Merino. Elaboración propia.



Figura 38. Entrevista al público - Sandra Duarte



Figura 39. Entrevista al público - Alexandra Zegarra



Figura 40. Entrevista a público - William Ávila



Figura 41. Entrevista a público - Rosy Carvajal.



Figura 42. Entrevista al público - Ingri Castillo.



Figura 43. Entrevista a público - Sandra Callirgos.



Figura 44. Entrevista a público - Luis Paredes.

Tabla 8

Participantes en las entrevistas al público.

Nombres y Apellidos	Edad	Distrito	Edad Bebé	Link de Entrevista
Elena Rodríguez	39	Jesús María	3	https://youtu.be/hHhVS66LeeE
Ingri Castillo	33	San Borja	2	https://youtu.be/A-68Kvai0IQ
Rosmery Escobar	35	P. Libre	1	https://youtu.be/7HUhJC82jk
Alexandra Zegarra	38	Magdalena	2.5	https://youtu.be/k28BObP4egA
Sandra Duarte	33	San Isidro	2.3	https://youtu.be/ZRrAKaRkAiw
Henry Mendiburu	38	Miraflores	1.9	https://youtu.be/6422N4nnJ5w
Miluska Sánchez	29	La Molina	2	https://youtu.be/uCZ-x57mUsc
Oscar Elejalde Milart	35	San Miguel	3	https://youtu.be/HOLYwqToyWI
Fiorella López Hinojosa	32	La Molina	0	https://youtu.be/2w1mbJ-zkZA
Luis Paredes	32	San Borja	1	https://youtu.be/NH8a36Rk3cQ
Karla Merino	26	San Borja	2	https://youtu.be/Cm37dd9zEXo
Rosy Stefany Carvajal	32	La Molina	1.5	https://youtu.be/ShAmJnDJmtk
William Ávila Leyva	36	Surco	2	https://youtu.be/5eRp-kbvRhI
Sandra Callirgos	38	San Miguel	2	https://youtu.be/Z8g2ExnmkPs
Enrique Fernández V.	43	San Miguel	1	https://youtu.be/jkn2a5HHTwE

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas se realizaron equitativamente entre todos los participantes, ello con la finalidad de lograr obtener una información consistente de todos los distritos.

Perfil del cliente.

Los padres de familia muestran un interés por productos saludables que no afecten la salud de sus bebés.

El conocimiento de productos sin gluten en los padres de familia es elevado, muchos indican que han escuchado en otros países con mayor incidencia que en el Perú. Los padres de familia califican a los productos sin gluten como productos necesarios para la alimentación de los bebés que son intolerantes además los consideran bastante saludables.

Validación del producto.

Se determinó un elevado nivel de aceptación por que la presentación de las galletas sea en la caja con bolsas individuales (2 galletas) en su interior. Luego de conocer y probar las galletas Wanana, los padres opinan que es una galleta rica en sabor, con buena textura y manifiestan que destacan el atributo de que está elaborada con ingredientes naturales y saludables. Se determinó que el precio promedio a pagar por el producto es de S/. 12 soles en presentación de 24 galletas.

Los lugares donde frecuentemente compran productos alimenticios para sus hijos son los mercados de barrio en relación con la compra de frutas, en los supermercados para comprar productos envasados, pero les gustaría adquirirlos en bodegas, minimarkets incluso farmacias. Los padres de familia manifiestan que el medio para enterarse de nuestro producto serían las redes sociales y ferias de productos para niños.

Validación de la infografía del logo y marca.

En cuanto a la presentación, los padres de familia manifiestan que el diseño del empaque es atractivo y llamativo, que denota por los colores que es saludable y el empaque es bastante informativo; sin embargo, opinan que el segundo modelo presentado es el más destacado.

Cambios del producto:

La presentación será únicamente en caja, ya que es la más apreciada. EL logo se cambió por la segunda opción, ya que fue la más valorada por el borde ovalado.

4.1.5. Encuestas.

Se recopilará información sobre las preferencias de consumo del público objetivo, las mismas que a través de una metodología cuantitativa, se cuantificarán cada una de ellas. Para ello se realizará un cuestionario con 19 preguntas, enfocadas en el perfil del cliente, validación del producto y posibles medios de distribución y difusión. Para el cálculo de la población a encuestar tenemos los siguientes datos:

Tabla 9

Marco Muestral

DISTRITOS LIMA (ZONA 6, 7)	POBLACION	HOGARES	NSE A		NSE B		NSE C		TOTAL MUESTRA	ENCUESTA	
			CANT	%	CANT	%	CANT	%		% CANT	
Santiago de Surco	357,600	107,800	36,652	34%	48,402	45%	14,122	13%	99,176	28%	107
La Molina	178,200	48,000	16,320	34%	21,552	45%	6,288	13%	44,160	12%	48
San Miguel	140,900	44,800	6,048	14%	26,746	60%	9,094	20%	41,888	12%	45
San Borja	116,700	37,800	12,852	34%	16,972	45%	4,952	13%	34,776	10%	38
Miraflores	85,800	33,700	11,458	34%	15,131	45%	4,415	13%	31,004	9%	34
Pueblo libre	79,400	27,700	3,740	14%	16,537	60%	5,623	20%	25,900	7%	28
Jesus Maria	74,700	23,900	3,227	14%	14,268	60%	4,852	20%	22,347	6%	24
Magdalena	56,900	19,000	2,565	14%	11,343	60%	3,857	20%	17,765	5%	19
San Isidro	56,800	23,200	7,888	34%	10,417	45%	3,039	13%	21,344	6%	23
Lince	52,400	18,900	2,552	14%	11,283	60%	3,837	20%	17,672	5%	19
TOTAL	1,199,400	384,800							356,031		385

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10

Ficha técnica de la Encuesta

Ficha Técnica	
Entrevista al Público	
Naturaleza metodológica:	Cuantitativa
Plan Objetivo:	Padres de familia entre 25 y 50 años Pertencientes a las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana de los NSE A, B y C. Estudio sobre el consumo de galletas sin gluten
Tema:	en niños menores de 3 años
Universo:	Personas de Lima Metropolitana
Muestra:	Personas de los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana
Tamaño de la muestra:	150 muestras válidas
Técnica:	Encuesta virtual
Fecha de ejecución:	02/09/2018 al 12/09/2018
Nivel de Confianza:	95%
Margen de error:	5%

Fuente: Elaboración propia

Luego de realizar las encuestas, pasamos a tabular los resultados y mostrar los siguientes resultados:

Filtro de criterio de segmentación.

1. Rango de edades de los encuestados.

Tabla 11

Rango de Edades de los encuestados.

Elija su rango de edad	Cantidad	%
a) 25-30 años	39	26%
b) 31-35 años	41	27%
c) 36-40 años	54	36%
d) 41-45 años	12	8%
e) 46-50 años	4	3%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

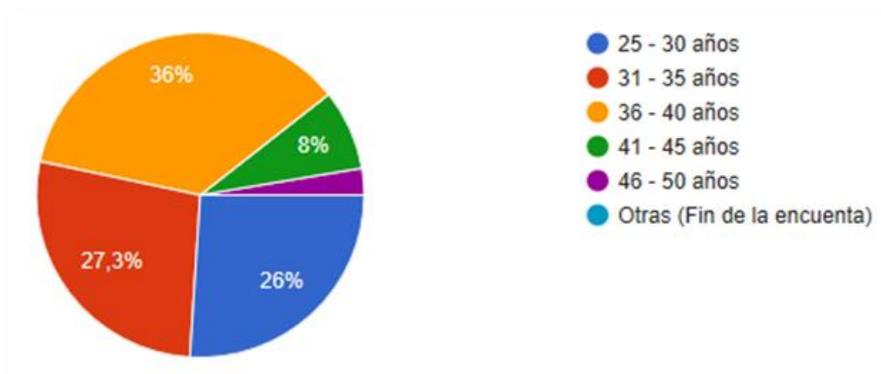


Figura 45. Rango de edades de los encuestados. Elaboración propia.

Según los resultados, el 26% tiene un rango de edad de 25 - 30 años, el 27% tiene un rango de edad de 31-35 años, 36% tiene un rango de edad de 36 - 40 años, el 8% tiene un rango de edad de 41 - 45 años, el 3% tiene un rango de edad de 46 - 50 años.

2. Género de los encuestados.

Tabla 12

Género de los encuestados.

Elija su género	Cantidad	%
a) Femenino	100	67%
b) Masculino	50	33%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

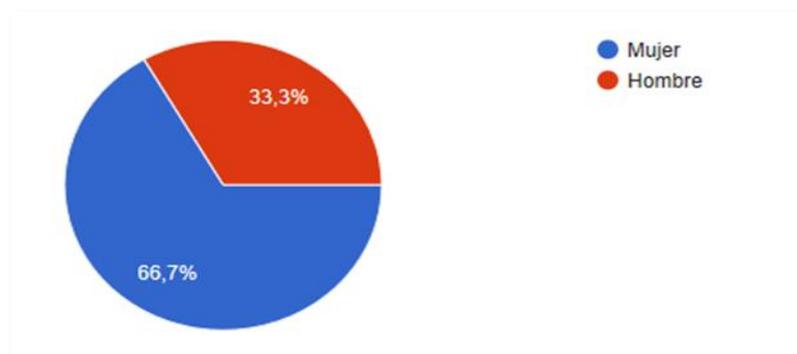


Figura 46. Genero de los encuestados. Elaboración propia

Según los resultados, del total de encuestados el 66.7% son mujeres y el 33.3% son hombres.

3. Estado civil de los encuestados.

Tabla 13

Estado civil de los encuestados.

Estado civil	Cantidad	%
Soltero	26	17%
Casado	106	71%
Divorciado	13	9%
Viudo	0	3%
Otros	4	1%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia.

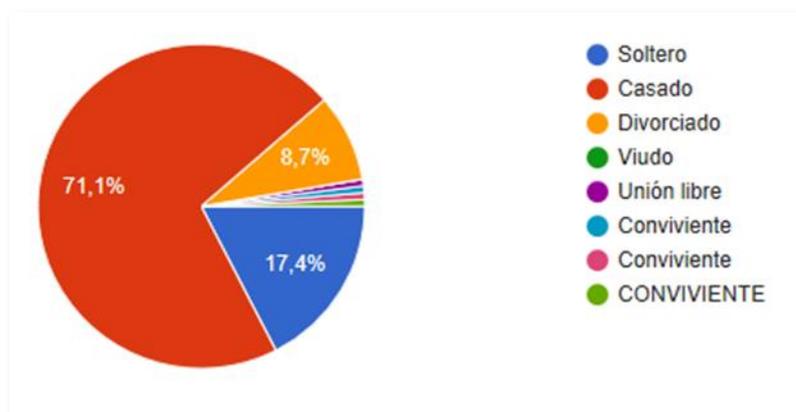


Figura 47. Género de los encuestados. Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, de los encuestados el 17.4% son de estado civil soltero, el 71.1% son de estado civil casado, el 8.7% de estado civil divorciado, el 4% están en unión libre o son convivientes.

4. Encuestados con hijos menores a 3 años.

Tabla 16

Encuestados con hijos menores a 3 años.

¿Tiene hijos menores a 3 años?	Cantidad	%
a) Si	150	100%
b) No	0	0%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

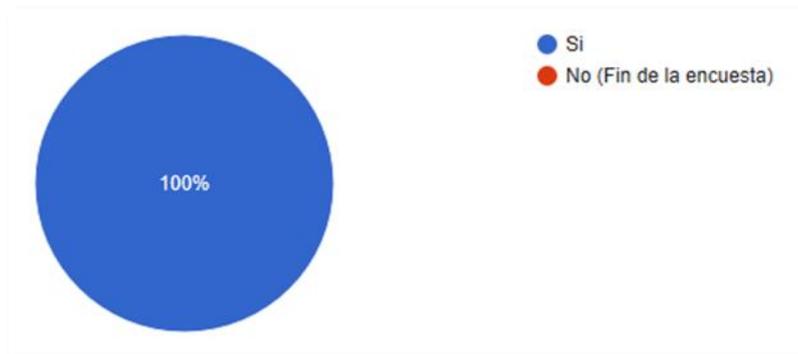


Figura 48. Encuestados con hijos menores a 3 años. Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, Del total de personas que respondieron la encuesta el 100% indico tener hijos menores de 3 años de edad.

5. *Distrito de residencia de los encuestados.*

Tabla 14

Distrito de residencia de los encuestados

Elija su distrito de residencia	Cantidad	%
a) Jesús María	17	11%
b) Lince	17	11%
c) Pueblo Libre	17	11%
d) Magdalena	19	13%
e) San Miguel	24	16%
f) Miraflores	12	8%
g) San Isidro	6	4%
h) San Borja	13	9%
i) Santiago de Surco	15	10%
j) La Molina	10	7%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia.

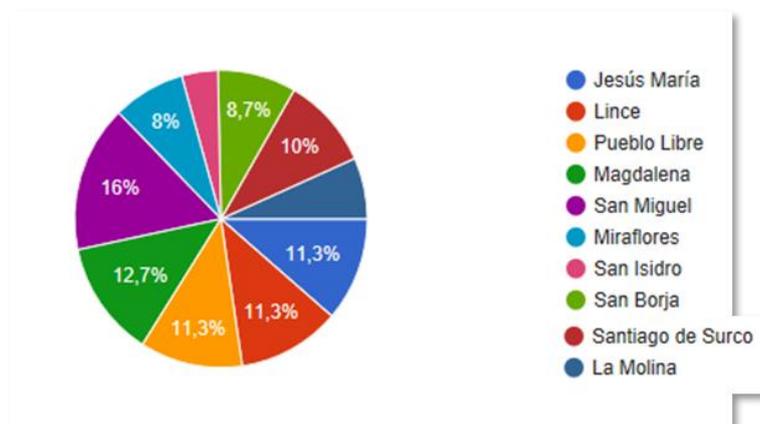


Figura 49. Distrito de residencia de los encuestados. Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, del total de encuestados el 11.3% residen en Jesús María, el 11.3% residen en Lince, el 11.3% residen en Pueblo Libre, el 12.7% residen en Magdalena, el 16% reside en San Miguel, el 8% reside en Miraflores, el 4% residen en San Isidro, el 8.7% residen en San Borja, el % residen en Santiago de Surco y el 8% residen en La Molina.

6. Ingreso promedio mensual de los encuestados.

Tabla 15

Ingreso promedio mensual de los encuestados

Ingreso promedio	Cantidad	%
a) De S/. 4,500 a S/. 6000	46	31%
b) De S/. 6000 a S/. 7000	38	25%
c) De S/. 7000 a más	66	44%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

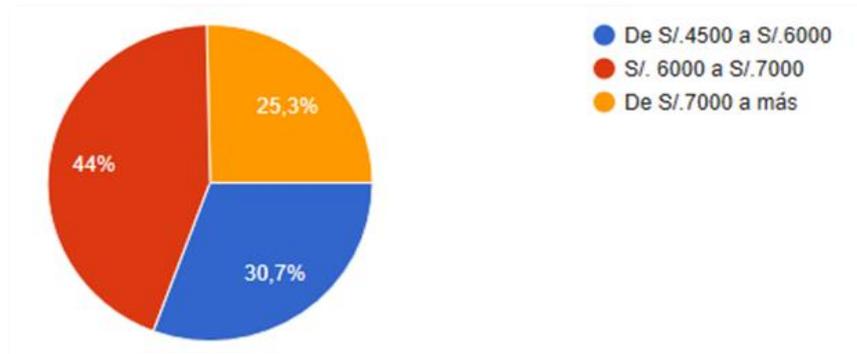


Figura 50. Ingreso promedio mensual de los encuestados. Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, del total de encuestados el 31% indican que su ingreso familiar promedio mensual es de S/. 4,500 a S/.6, 000 soles, mientras que el 25% indican que su ingreso familiar promedio mensual es de S/. 6,000 a S/. 7,000 y por último el 44% indican que su ingreso familiar promedio es de S/. 7,000 a más.

Perfil del cliente:

7. ¿Usualmente, que tipo productos brinda a su hijo en los intermedios de sus comidas principales?

Tabla 19

Productos que los encuestados brindan a sus hijos.

1. ¿Usualmente, que tipo productos brinda a su hijo en los intermedios de sus comidas principales?	Cantidad	%
a. Papillas / colados	102	31%
b) Cereales	76	23%
c) Galletas	76	23%
d) Fruta	80	24%
Totales	334	100%

Fuente: Elaboración propia. 2018

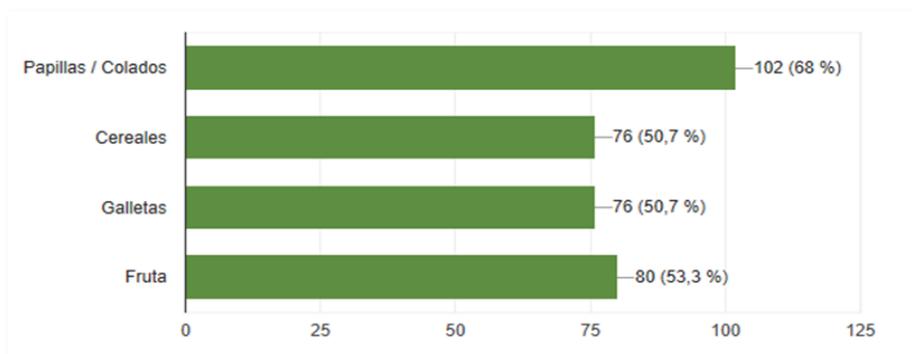


Figura 51. Productos que los encuestados brindan a sus hijos. Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, del total de encuestados podemos apreciar que los padres de familia ofrecen no solo un alimento a sus hijos, sino que una combinación de estos. Podemos apreciar que el 31% ofrece papillas / colados, el 23% ofrece cereal, el 23% ofrece galletas y el 24% ofrece fruta a sus hijos.

8. ¿Usualmente donde realiza las compras de alimentos para su hijo?

Tabla 16

Lugares de compra de los encuestados.

2. ¿Usualmente, donde realiza las compras de alimentos para su hijo?	Total	%
Markets	31	10%
Bodegas locales	54	17%
Casas de productos naturales	38	12%
Mercados de barrios	64	20%
Supermercados	134	42%
Totales	321	100%

Fuente: Elaboración propia. 2018

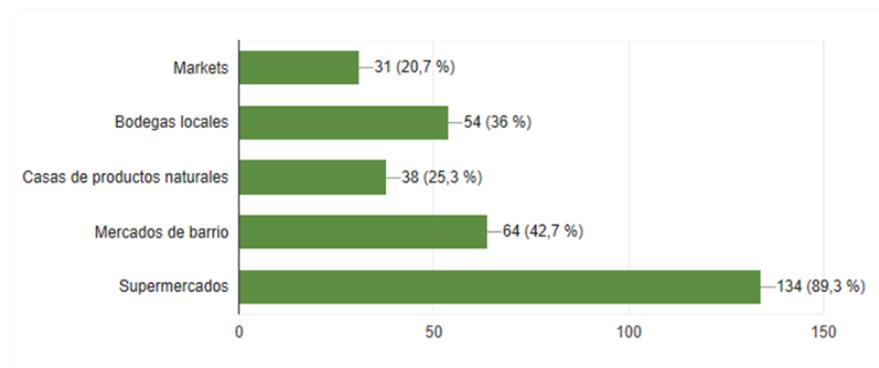


Figura 52. Lugares de compra de los encuestados. Elaboración propia.

Del total de encuestados podemos observar que los padres de familia compran los productos alimenticios para sus hijos en diferentes lugares con lo que podemos apreciar que el 10% compra en markets, el 17% compra en bodegas locales, el 12% compra en casas de productos naturales, el 20% compra en mercados de barrio y el 42% compra en supermercados.

9. ¿Compraría productos envasados especiales para niños?

Tabla 17

Compraría productos envasados especiales para niños.

3. ¿Compraría productos envasados especiales para niños?	Cantidad	%
a) Si	135	90%
b) No	1	1%
c) Quizás	14	9%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

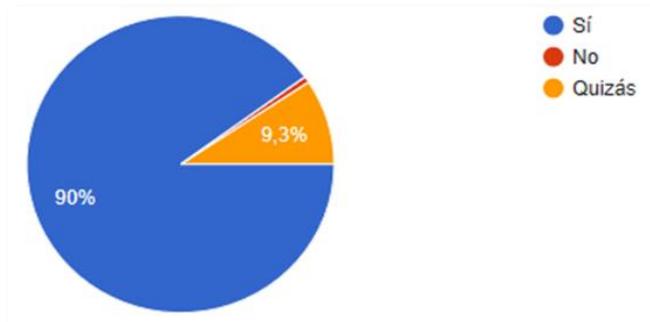


Figura 53. Compraría productos envasados especiales para niños. Elaboración propia.

Del total de encuestados el 90% manifiesta que sí compraría productos envasados especiales para niños mientras tanto el 1% manifiesta que no compraría productos envasados especiales para niños y por último un 9.3% manifiestan que quizás comprarían.

10. ¿Conoce los síntomas de la intolerancia al gluten?

Tabla 18

Conoce los síntomas de la intolerancia al gluten

4. ¿Conoce los síntomas de la intolerancia al gluten?	Cantidad	%
a) Si	109	73%
b) No	41	27%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

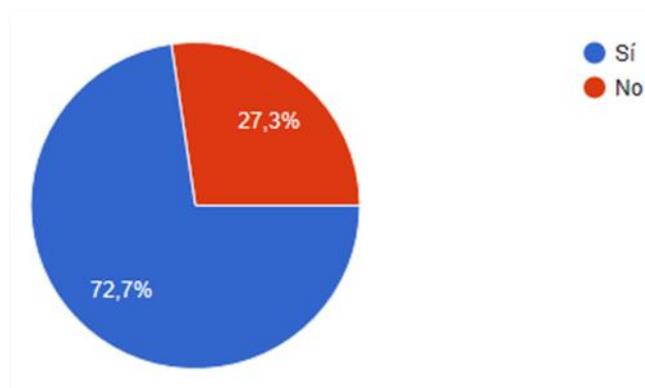


Figura 54. Personas que conocen los síntomas de la intolerancia al gluten.

Elaboración propia.

Del total de encuestados el 72.7% indican que si conoce los síntomas de la intolerancia al gluten mientras que el 27.3% indican que no conoce los síntomas de la intolerancia al gluten.

11. ¿Tiene algún familiar menor de 3 años con intolerancia al gluten?

Tabla 19

Menores de 3 años con intolerancia al gluten.

5. ¿Tiene algún familiar menor de 3 años con intolerancia al gluten?	Cantidad	%
a) Si	42	28%
b) No	108	72%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia.

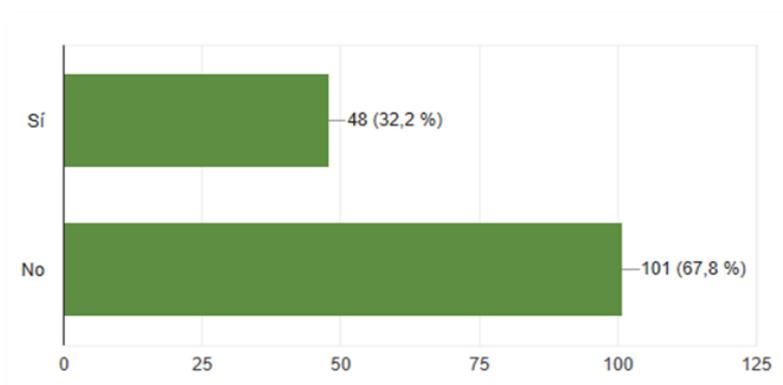


Figura 55. Menores de 3 años con intolerancia al gluten. Elaboración propia.

Del total de encuestados el 68% indica que no tiene ningún familiar menor de 3 años con intolerancia al gluten mientras que un 32% indica que si tiene un familiar menor de 3 años con intolerancia al gluten.

12. ¿Qué opina sobre los productos libres de gluten para niños? (Puede elegir más de una opción)

Tabla 20

Opinión sobre los productos sin gluten.

6. ¿Qué opina sobre los productos libres de gluten para niños?	Cantidad	%
a) Necesarios	83	30%
b) Innecesarios	3	1%
c) Díficil de encontrarlos en el mercado	85	31%
d) Sabores poco agradables	52	19%
e) Precios elevados	50	18%
Totales	273	100%

Fuente: Elaboración propia.

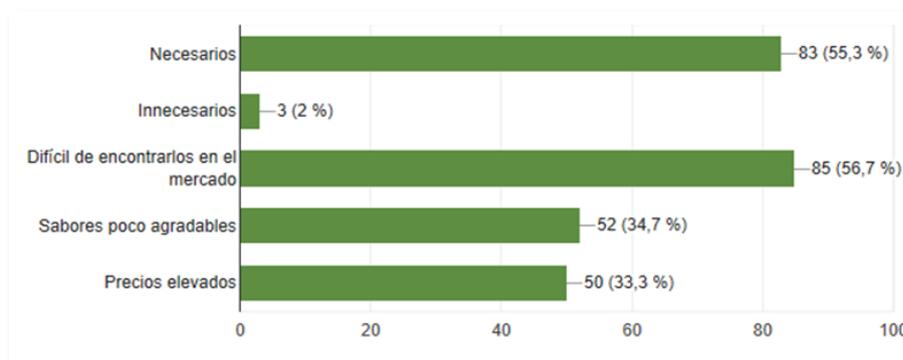


Figura 56. Opinión sobre los productos sin gluten. Elaboración propia.

Del total de encuestados se puede apreciar que las personas tienen diferentes opiniones en relación a los productos libres de gluten a lo que opinan que el 30% indica que son necesarios, el 1% innecesarios, el 31% difíciles de encontrarlos en el mercado, el 19% de sabores poco agradables y el 18% de precios elevados.

13. ¿Compraría productos sin gluten para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales?

Tabla 21

Compra de productos sin gluten para sus hijos en los intermedios de comidas principales.

7. ¿Compraría productos sin gluten para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales?	Cantidad	%
a) Si	129	86%
b) No	20	13%
c) Quizás	1	1%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

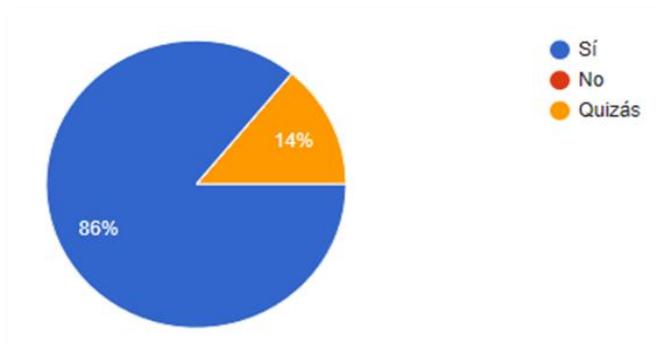


Figura 57. Compra de productos sin gluten para sus hijos en los intermedios de comidas principales. Elaboración propia.

De las personas encuestadas el 86% indican que compraría productos sin gluten para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales, mientras el 14% indica que quizá compraría productos sin gluten para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales.

14. ¿Cuáles son los productos sin gluten con compraría para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales? (Puede elegir más de una opción).

Tabla 22

Productos sin gluten con comprarían para el consumo de sus hijos en los intermedios de las comidas principales.

8. ¿Cuáles son los productos sin gluten con compraría para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales?	Cantidad	%
a) Galletas	189	69%
b) Cereales	93	22%
c) Otros	19	9%
Totales	291	100%

Fuente: Elaboración propia

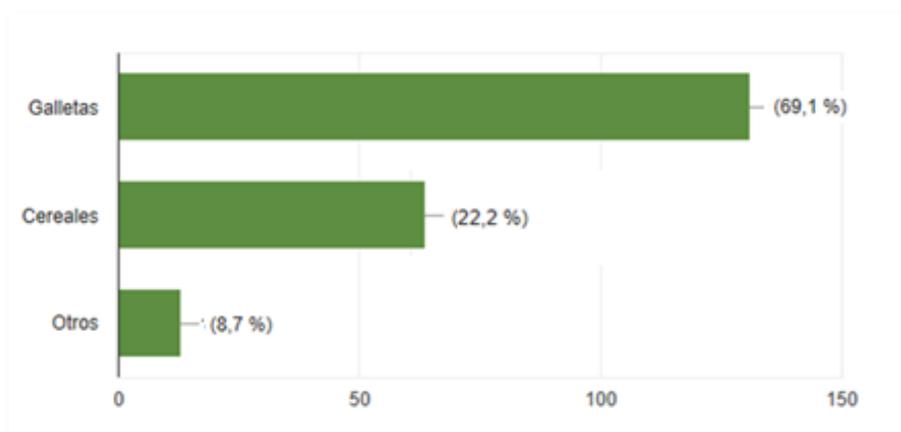


Figura 58. Productos sin gluten con comprarían para el consumo de sus hijos en los intermedios de las comidas principales. Elaboración propia.

Del total de encuestados opina en relación a los productos sin gluten que comprarían para el consumo de su hijo en los intermedios de las comidas principales son las galletas con el 69%, los cereales con 22% y finalmente otros con 9%.

15. ¿Con que frecuencia compraría dichos productos?

Tabla 23

Frecuencia de compra de dichos productos

9. ¿Con que frecuencia compraría dichos productos?	Cantidad	%
a) Diario	6	4%
b) Semanal	81	54%
c) Quincenal	49	33%
d) Mensual	14	9%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

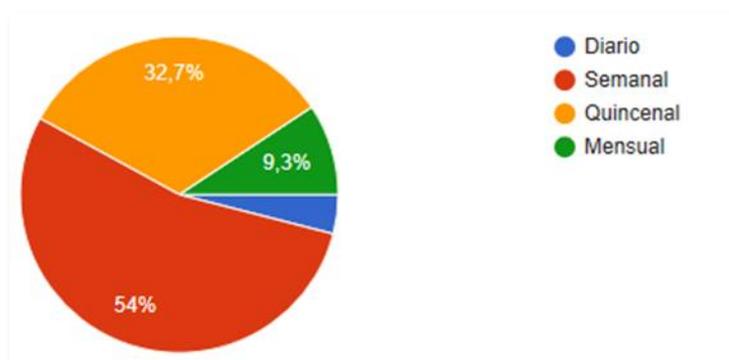


Figura 59. Frecuencia de compra de dichos productos. Elaboración propia.

De las personas encuestadas el 4% indica que la frecuencia con que compraría dichos productos es diaria, el 54% indica que la frecuencia con que compraría dichos productos es semanal, el 33% indica que la frecuencia con que compraría dichos productos es quincenal y por último el 9% indica que la frecuencia con que compraría dichos productos es mensual.

16. ¿Considera que es difícil encontrar esta clase de productos?

Tabla 24

Dificultad de encontrar esta clase de productos.

10. ¿Considera que es difícil encontrar esta clase de productos?	Cantidad	%
a) Si	143	95%
b) No	7	5%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

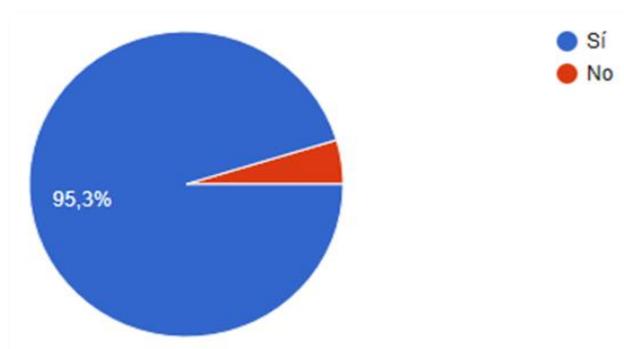


Figura 60. Dificultad de encontrar esta clase de productos. Elaboración propia.

De los encuestados el 95,3 % considera que es difícil encontrar esta clase de productos mientras que solamente un 4,7% considera que es fácil encontrar esta clase de productos.

17. ¿Dónde le gustaría encontrar esta clase de productos? (Puede elegir más de una opción)

Tabla 25

Lugares de preferencia para la compra de productos sin gluten.

11. ¿Dónde le gustaría encontrar esta clase de productos?	Cantidad	%
a) Bodegas locales	71	16%
b) Markets	92	21%
c) Casas de productos naturales	68	16%
d) Supermercados	135	31%
e) Ferias	66	15%
Totales	432	100%

Fuente: Elaboración propia.

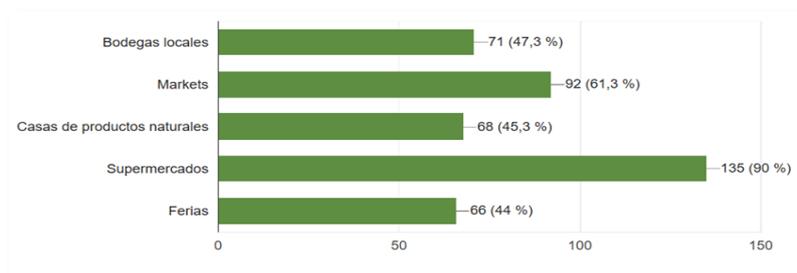


Figura 61. Lugares de preferencia para la compra de productos sin gluten.

Elaboración propia.

Del total de encuestados indican que les gustaría encontrar esta clase de productos en bodegas locales el 16%, en markets el 21%, en casas de productos naturales el 16%, en supermercados el 31% y finalmente en ferias el 15%.

18. ¿Recomendaría los productos sin gluten para el consumo de niños menores de 3 años?

Tabla 26

Recomendación de productos sin para menores de 3 años.

12. ¿Recomendaría los productos sin gluten para el consumo de niños menores de 3 años?	Cantidad	%
a) Si	139	93%
b) No	1	1%
c) Quizás	10	7%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

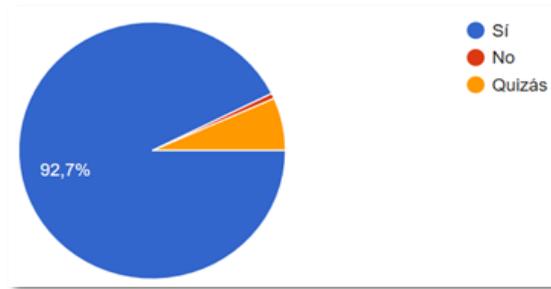


Figura 62. Recomendación de productos sin para menores de 3 años.
Elaboración propia.

Del total de encuestados el 93% indica que recomendaría los productos sin gluten para el consumo de niños menores de 3 años, el 1% indica que no recomendaría los productos sin gluten, mientras que el 7% indica que quizás recomendaría los productos sin gluten.

19. ¿Estaría interesado en brindarle las galletas sin gluten presentadas a su hijo?

Tabla 27

Interés en brindar galletas sin gluten "Wanana" a sus hijos.

13. ¿Estaría interesado en brindarle las galletas sin gluten presentadas a su hijo?	Cantidad	%
a) Si	149	99%
b) No	1	1%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

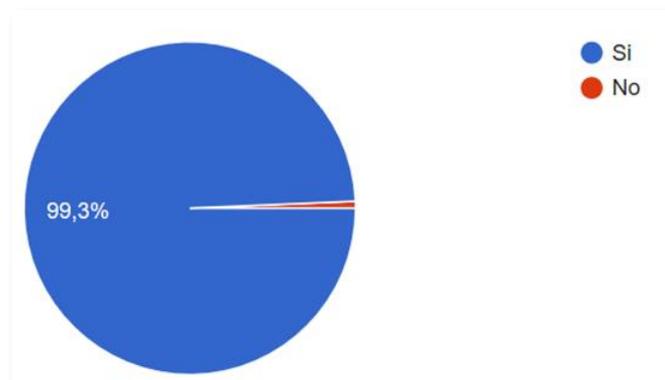


Figura 63. Interés en brindar galletas sin gluten "Wanana" a sus hijos.
Elaboración propia

Del total de encuestados el 99% indica que estaría interesado en brindarle las galletas sin gluten presentadas a su hijo mientras que solamente un 1% indica que no le brindaría las galletas sin gluten presentadas a su hijo.

Validación del producto:

20. ¿Estaría dispuesto a comprar las galletas sin gluten presentadas anteriormente para la alimentación de su hijo?

Tabla 28

Interés en comprar galletas sin gluten “Wanana” a sus hijos

14. ¿Estaría dispuesto a comprar las galletas sin gluten presentadas anteriormente para la alimentación de su hijo?	Cantidad	%
a) Si	149	99%
b) No	1	1%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia. 2018

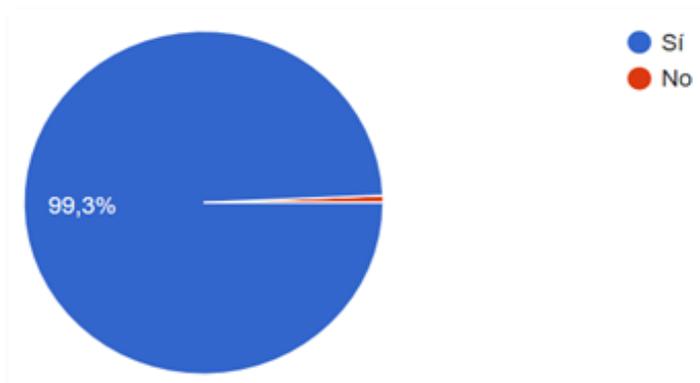


Figura 64. Interés en comprar galletas sin gluten “Wanana” a sus hijos.
Elaboración propia.

Del total de encuestados el 99,3% indica que estaría dispuesto a comprar las galletas sin gluten presentadas para la alimentación de su hijo mientras que el 1% indica que no estaría dispuesto a comprar las galletas sin gluten.

21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 300g. de 24 galletas con presentación de 2 galletas por bolsitas individuales en su interior?

Tabla 29

Precios aceptados para la caja de 20 galletas "Wanana".

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 120g. de 24 galletas con presentación de 2 galletas por bolsitas individuales en su interior?	Cantidad	%
a) S/. 9.00	21	14%
b) S/. 10.00	19	12.76%
c) S/. 11.00	16	10.34%
d) S/. 12.00	71	47.30%
e) S/. 13.00	16	10.67%
f) S/. 14.00	7	4.98%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

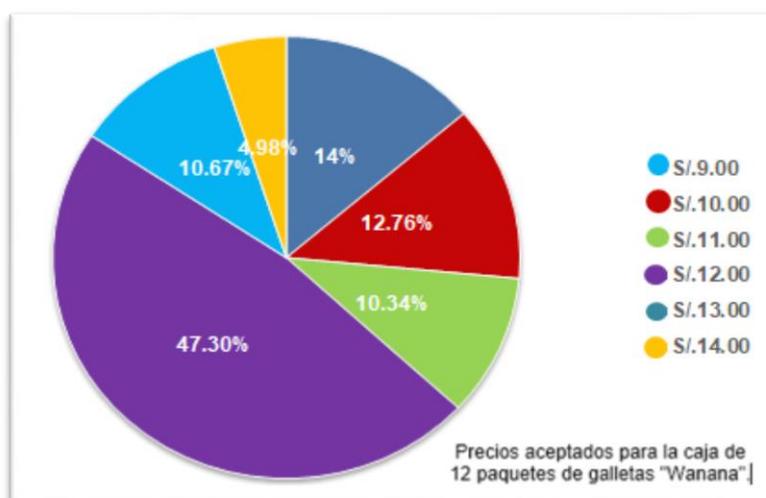


Figura 65. Precios aceptados para la caja de 24 galletas "Wanana". Elaboración propia.

De las personas encuestadas el 10.67% indica que estaría dispuesto a pagar por una caja de 300g. de 24 galletas con presentación de 2 galletas por bolsitas individuales en su interior el precio de S/.9.00, el 12.76% pagaría S/.10.00, el 10.34% pagaría S/ 11.00, el 47.30% pagaría S/.12.00, el 14% pagaría S/. 13.00 y finalmente el 4.98% pagarían S/.14.50.

22. ¿Con que frecuencia compraría las galletas sin gluten presentadas?

Tabla 30

Frecuencia de compra de galletas sin gluten "Wanana".

16. ¿Con que frecuencia compraría las galletas sin gluten presentadas?	Cantidad	%
a) Diario	0	0%
b) Semanal	66	44%
c) Quincenal	64	43%
d) Mensual	20	13%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia.

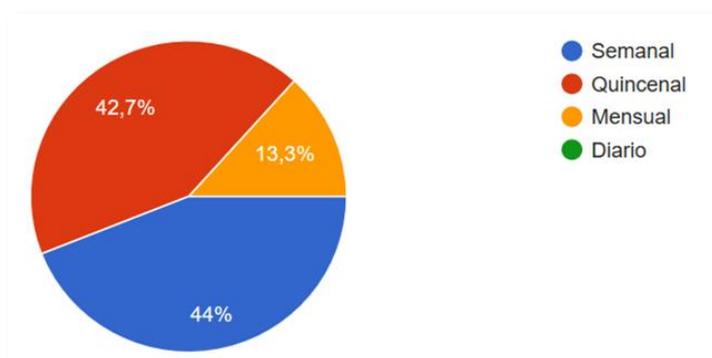


Figura 66. Frecuencia de compra de galletas sin gluten "Wanana". Elaboración propia.

Los encuestados indican que comprarían las galletas sin gluten presentadas de manera semanal un 44%, de manera quincenal un 43%, de manera mensual un 13% mientras que de manera diaria nadie compraría.

23. ¿Cuántas cajas estaría dispuesto a adquirir en cada compra?

Tabla 31

Cantidad dispuesta a comprar

17. ¿Cuántas cajas estaría dispuesto a adquirir en cada compra?	Cantidad	%
a). 1	40	27%
b) 2	78	52%
c) 3	29	19%
d) 4	3	2%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia

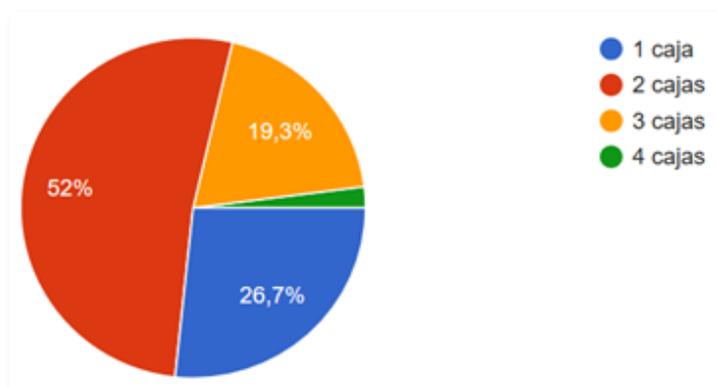


Figura 67. ¿Cuántas cajas estaría dispuesto adquirir en cada compra?

Elaboración propia.

Los encuestados manifiestan que la cantidad de cajas que estarían dispuestos a adquirir en cada compra para 1 caja es del 26.7%, para 2 cajas el 52%, para 3 cajas el 19.3%, para 4 cajas el 2%.

24. ¿Cuál cree que es la mejor estación para adquirir nuestros productos?

Tabla 32

Estacionalidad del producto.

18. ¿Cuál cree que es la mejor estación para adquirir nuestro producto?	Cantidad	%
Verano	7	5%
Primavera	6	4%
Otoño	5	3%
Invierno	7	5%
Indistinto	125	83%
Totales	150	100%

Fuente: Elaboración propia. 2018

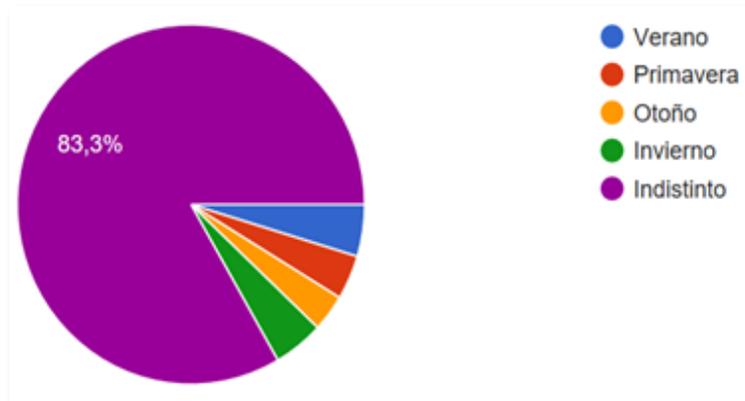


Figura 68. ¿Cuál cree que es la mejor estación para adquirir nuestros productos?
Elaboración propia.

Del total de encuestados indica un 83% que adquirirían nuestro producto en cualquier estación del año, mientras que el 5% lo adquiere en verano, el 4% lo adquiere en primavera, el 3% lo adquiere en otoño y el 5% lo adquiere en invierno.

25. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría enterarse sobre nuestro producto?

Tabla 33

Medio de comunicación preferente.

19. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cuál le gustaría enterarse de nuestro producto?	Cantidad	%
a) Televisión	33	7%
b) Radio	17	4%
c) Redes Sociales	137	31%
d) Página web	89	20%
e) Correo	63	14%
f) Ferias y eventos del segmento infantil	107	24%
Totales	446	100%

Fuente: Elaboración propia. 2018

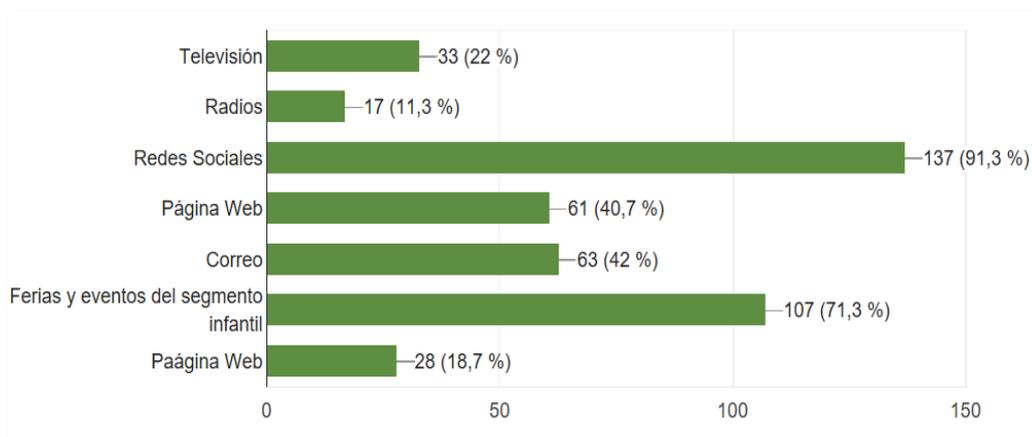


Figura 69. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría enterarse sobre nuestro producto? Elaboración propia.

Del total de encuestados podemos observar que los medios por donde les gustaría enterarse de nuestro producto son bastante variados dentro de las opciones que les dimos a escoger teniendo que el 7% prefiere la televisión, el 4% por radio, el 31% por redes sociales, el 20% por página web, el 14% por correo electrónico y finalmente el 24% mediante ferias y eventos del segmento infantil.

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

La población que formará parte del mercado potencial del proyecto será estimada en base a la segmentación registrada en la tabla 34, esta será cuantificada de la siguiente manera:

- Hogares residentes en los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana, que en esta oportunidad la población total de los distritos seleccionados es 1, 199,400 y la cantidad de hogares en ellos es 384,800.
- Hogares pertenecientes a los NSE A, B y C, teniendo en cuenta que cada distrito cuenta con un porcentaje determinado para cada nivel.

LIMA METROPOLITANA: POBLACIÓN Y HOGARES SEGÚN DISTRITOS 2017
(En miles)

No.	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES	No.	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES
1	San Juan de Lurigancho	1,121.3	11.0	275.9	28	Breña	76.9	0.8	26.4
2	San Martín de Porres	722.3	7.1	175.2	29	Jesús María	74.7	0.7	23.9
3	Ate	646.9	6.3	158.6	30	San Luis	59.6	0.6	19.5
4	Comas	541.2	5.3	139.0	31	Magdalena del Mar	56.9	0.6	19.0
5	Villa El Salvador	475.5	4.7	115.7	32	San Isidro	56.8	0.6	23.2
6	Villa María del Triunfo	461.2	4.5	114.8	33	Lince	52.4	0.5	18.9
7	San Juan de Miraflores	416.0	4.1	107.4	34	Cieneguilla	48.4	0.5	11.8
8	Los Olivos	382.8	3.7	107.4	35	Chaclacayo	44.9	0.4	13.2
9	Puente Piedra	362.1	3.5	89.3	36	Ancón	44.6	0.4	12.0
10	Santiago de Surco	357.6	3.5	107.8	37	Barranco	31.2	0.3	10.9
11	Chorillos	335.6	3.3	89.4	38	Santa Rosa	19.3	0.2	4.7
12	Cambaylo	310.1	3.0	75.2	39	Pucusana	17.5	0.2	4.3
13	Lima	282.8	2.8	92.5	40	Punta Negra	8.1	0.1	2.2
14	Santa Anita	234.8	2.3	59.9	41	San Bartolo	7.9	0.1	2.2
15	Lurigancho (Chosica)	224.9	2.2	56.0	42	Punta Hermosa	7.8	0.1	2.2
16	Independencia	220.6	2.2	67.8	43	Santa María del Mar	1.6	0.0	0.4
17	El Agustino	196.9	1.9	52.1		Total Provincia De Lima	9,170.6	89.8	2,463.6
18	La Molina	178.2	1.7	48.0	44	Callao	433.0	4.3	109.7
19	La Victoria	177.7	1.7	56.4	45	Ventanilla	360.0	3.6	92.0
20	Rímac	170.6	1.7	50.5	46	Bellavista	79.4	0.8	21.8
21	San Miguel	140.9	1.4	44.8	47	La Perla	65.2	0.6	17.0
22	Pachacamac	132.8	1.3	32.4	48	Mi Perú	53.3	0.5	13.6
23	San Borja	116.7	1.1	37.8	49	Carmen de La Legua Reynoso	43.7	0.4	13.7
24	Surquillo	94.9	0.9	33.0	50	La Punta	4.1	0.0	1.3
25	Lurín	87.4	0.9	21.5		Total Provincia del Callao	1,038.7	10.2	269.1
26	Miraflores	85.8	0.8	33.7		Total Lima Metropolitana	10,209.3	100.0	2,732.7
27	Pueblo Libre	79.4	0.8	27.7					

FUENTE: INEEL - Estimaciones y proyecciones de población

Figura 70. Población y hogares de Lima Metropolitana 2017. CPI (2017).

DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2017 - LIMA METROPOLITANA

(%) HORIZONTALES

Zona	Niveles Socioeconómicos						Muestra	Error (%)*
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E		
Total	100	5.0	24.4	41.0	23.3	6.3	4,126	1.6
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.0	13.9	44.1	31.0	11.0	310	5.5
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.6	26.4	51.9	18.5	0.6	352	5.3
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.1	14.9	42.9	31.6	9.5	275	6.1
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100	2.9	29.6	41.7	23.3	2.5	524	4.4
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.4	14.8	46.6	29.0	8.2	352	5.2
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	13.5	59.7	20.3	6.2	0.3	288	5.7
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.0	44.9	13.1	6.6	1.4	350	5.6
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	3.0	31.5	40.6	20.3	4.6	305	5.9
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.0	10.4	45.8	32.1	11.7	308	5.6
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.5	21.0	44.8	22.9	9.8	1015	3.1
Otros	100	0.0	12.8	31.9	34.0	21.3	47	14.3

APEIM 2017: Data ENAHO 2016
 * Nivel de confianza al 95% p=0.5

Figura 71. Distribución de NSE por zonas - Hogares 2017. APEIM (2017).

Después de conocer los porcentajes de cada segmento, se procede a calcular el mercado potencial del año 1, como ejemplo de cálculo tomaremos el distrito de Santiago de Surco, Calculamos:

Población total Surco = 357,600 personas

Hogares en Surco = 107,800 hogares

NSE de hog. A+B+C = 34%+45%+13%=92%

Calculamos:

M. Potencial Año 1: $107,800 \times 92\% = 99,176$ Hogares.

Tabla 34

Mercado Potencial Año 0.

Distritos Lima (Zona 6, 7)	Población	Hogares	NSE A		NSE B		NSE C		Mercado Potencial
			Cant	%	Cant	%	Cant	%	Año 0
Surco	357,600	107,800	36,652	34%	48,402	45%	14,122	13%	99,176
La Molina	178,200	48,000	16,320	34%	21,552	45%	6,288	13%	44,160
San Miguel	140,900	44,800	6,048	14%	26,746	60%	9,094	20%	41,888
San Borja	116,700	37,800	12,852	34%	16,972	45%	4,952	13%	34,776
Miraflores	85,800	33,700	11,458	34%	15,131	45%	4,415	13%	31,004
Pueblo libre	79,400	27,700	3,740	14%	16,537	60%	5,623	20%	25,900
Jesús María	74,700	23,900	3,227	14%	14,268	60%	4,852	20%	22,347
Magdalena	56,900	19,000	2,565	14%	11,343	60%	3,857	20%	17,765
San Isidro	56,800	23,200	7,888	34%	10,417	45%	3,039	13%	21,344
Lince	52,400	18,900	2,552	14%	11,283	60%	3,837	20%	17,672
TOTAL	1,199,400	384,800							356,031

Nota: Se calculará el mercado potencial para el año 0, según los criterios de segmentación. Elaboración propia.

Para los siguientes 5 años del proyecto calcularemos el mercado potencial con una variante, ya que la tasa de crecimiento de IPSOS para el 2018 es de 1.01% hemos calculado que para el año 0 el crecimiento de la población desde el 2018 con dicho crecimiento.

Entonces:

La cantidad de hogares en Surco en el 2017 serán consideradas para el 2018 y es de 107,800; la proyección de crecimiento para el 2019 será de 1.01%, es decir, la cantidad de hogares será 108,889, para la proyección del 2020 la tasa será de 2.02%, es decir, la cantidad de hogares será 111,088 y las tasas de crecimiento para el 2021, 2022, 2023, 2024 será de 3.03%, 4.04%, 5.05% y 6.06% respectivamente.

Tabla 35

Proyección de la población de los distritos seleccionados.

DISTRITOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
% Crecimiento		1.01%	2.02%	3.03%	4.04%	5.05%	6.06%
Surco	107,800	108,889	111,088	114,454	119,078	125,092	132,672
La Molina	48,000	48,485	49,464	50,963	53,022	55,699	59,075
San Miguel	44,800	45,252	46,167	47,565	49,487	51,986	55,137
San Borja	37,800	38,182	38,953	40,133	41,755	43,863	46,521
Miraflores	33,700	34,040	34,728	35,780	37,226	39,106	41,475
Pueblo libre	27,700	27,980	28,545	29,410	30,598	32,143	34,091
Jesús María	23,900	24,141	24,629	25,375	26,400	27,734	29,414
Magdalena	19,000	19,192	19,580	20,173	20,988	22,048	23,384
San Isidro	23,200	23,434	23,908	24,632	25,627	26,921	28,553
Lince	18,900	19,091	19,477	20,067	20,877	21,932	23,261
POBLACIÓN	384,800	388,686	396,538	408,553	425,059	446,524	473,583

Fuente: Elaboración Propia

Después de obtener la proyección de hogares para los 5 años, se realizará los cálculos para hallar el mercado potencial de los 5 años del proyecto.

Tabla 36

Proyección de los hogares de los distritos seleccionados.

DISTRITOS	MERCADO POTENCIAL					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Surco	100,178	102,201	105,298	109,552	115,084	122,058
La Molina	44,606	45,507	46,886	48,780	51,244	54,349
San Miguel	42,311	43,166	44,474	46,270	48,607	51,553
San Borja	35,127	35,837	36,923	38,414	40,354	42,800
Miraflores	31,317	31,950	32,918	34,248	35,977	38,157
Pueblo libre	26,161	26,690	27,498	28,609	30,054	31,875
Jesús María	22,572	23,028	23,726	24,684	25,931	27,502
Magdalena	17,944	18,307	18,862	19,624	20,615	21,864
San Isidro	21,560	21,995	22,662	23,577	24,768	26,269
Lince	17,850	18,211	18,762	19,520	20,506	21,749
Mercado Potencial	359,626	366,891	378,008	393,279	413,140	438,176

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Estimación del mercado disponible.

El mercado disponible está dentro del mercado potencial, y para identificarlo se requiere cuantificar una necesidad del consumidor potencial, en el cuestionario realizado se incluye una pregunta filtro que permitirá identificar la porción de personas que pertenecen al mercado disponible.

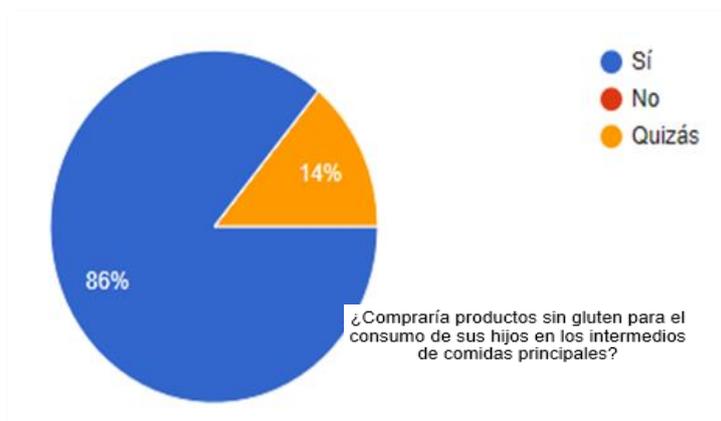


Figura 72. Pregunta Filtro Nro. 1 - M. Disponible. Elaboración propia.

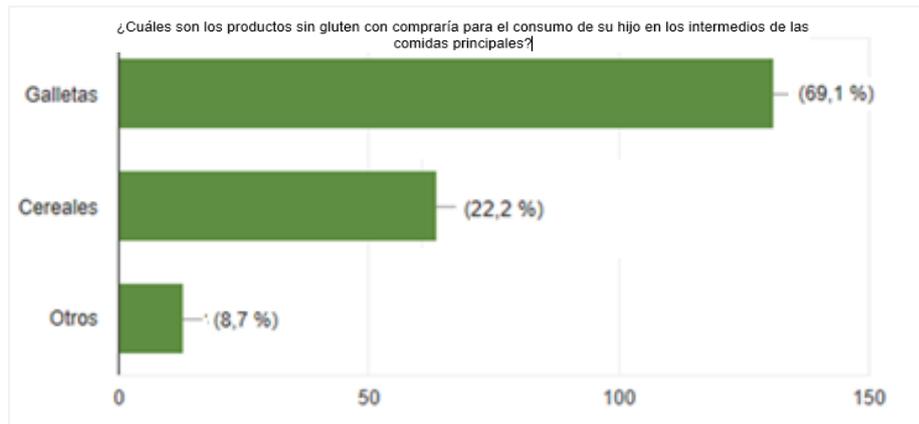


Figura 73. Pregunta Filtro Nro. 2 - M. disponible. Elaboración propia.

Las preguntas filtro para calcular el mercado disponible es la Nro. 7 y 8, y el resultado se lee: El 69% del 86% de la población del Mercado potencial forman parte del mercado disponible. Después de conocer los porcentajes, se procede a calcular el mercado disponible del año 1, como ejemplo de cálculo tomaremos el distrito de Santiago de Surco, calculamos:

Mercado potencial = 100,178 Hogares

% Pregunta filtro 1 = 86%

% Pregunta filtro 2 = 69%

Calculamos:

M. Disponible Año 1: $100,178 \times 86\% \times 69\%$

M. Disponible Año 1: 59,445 Hogares.

Tabla 37

Estimación del Mercado Disponible.

DISTRITOS	MERCADO DISPONIBLE					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Surco	59,445	60,646	62,484	65,008	68,291	72,430
La Molina	26,469	27,004	27,822	28,946	30,408	32,251
San Miguel	25,107	25,615	26,391	27,457	28,843	30,591
San Borja	20,845	21,266	21,910	22,795	23,946	25,397
Miraflores	18,584	18,959	19,533	20,323	21,349	22,643
Pueblo libre	15,524	15,838	16,317	16,977	17,834	18,915
Jesús María	13,394	13,665	14,079	14,648	15,387	16,320
Magdalena	10,648	10,863	11,192	11,645	12,233	12,974
San Isidro	12,793	13,052	13,447	13,991	14,697	15,588
Lince	10,592	10,806	11,134	11,583	12,168	12,906
Mercado Disponible	213,402	217,713	224,310	233,372	245,157	260,014

Nota: Se calcula el mercado disponible y se distribuye por distritos seleccionados. Elaboración propia.

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

El mercado efectivo está dentro del mercado disponible, y para identificarlo se requiere cuantificar la validación del producto, en el cuestionario realizado se incluye una pregunta filtro que permitirá identificar la porción de personas que pertenecen al mercado efectivo.

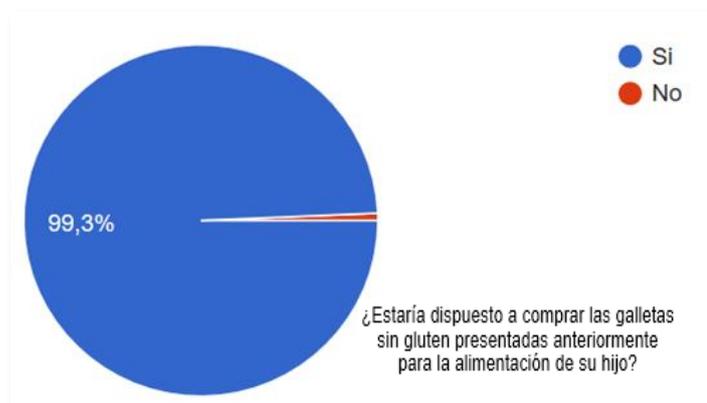


Figura 74. Pregunta filtro Nro.3 - M. Efectivo. Elaboración propia.

La pregunta filtro para calcular el mercado efectivo es la Nro. 12, y el resultado se lee: El 99% de la población del Mercado disponible forman parte del mercado efectivo. Después de conocer los porcentajes, se procede a calcular el mercado efectivo del año 1, como ejemplo de cálculo tomaremos el distrito de Santiago de Surco, Calculamos:

Mercado disponible = 59,445 Hogares

% Pregunta filtro 3 = 99%

Calculamos:

M. Efectivo Surco Año 1: $59.675 \times 99\%$

M. Efectivo Surco Año 1: 58,851 Hogares.

Tabla 38

Estimación Mercado Efectivo.

DISTRITOS	MERCADO EFECTIVO					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Surco	58,851	60,040	61,859	64,358	67,608	71,705
La Molina	26,205	26,734	27,544	28,657	30,104	31,928
San Miguel	24,856	25,358	26,127	27,182	28,555	30,285
San Borja	20,636	21,053	21,691	22,567	23,707	25,143
Miraflores	18,398	18,769	19,338	20,119	21,135	22,416
Pueblo libre	15,369	15,679	16,154	16,807	17,656	18,726
Jesús María	13,260	13,528	13,938	14,501	15,234	16,157
Magdalena	10,542	10,755	11,081	11,528	12,110	12,844
San Isidro	12,666	12,921	13,313	13,851	14,550	15,432
Lince	10,486	10,698	11,022	11,468	12,047	12,777
Mercado Efectivo	211,268	215,536	222,067	231,038	242,706	257,414

Nota: Se calcula el mercado efectivo, y se distribuye en los distritos seleccionados. Elaboración propia.

El presente proyecto solo contará con 1 presentación a la venta.

4.2.4. Estimación del mercado objetivo.

El mercado objetivo es una porción del mercado efectivo, y su estimación se calcula en base a la participación de alimentos en el consumo del Perú, las variables a considerar para la base y crecimiento son:

Base

Participación de los alimentos en el consumo nacional al 2016, siendo el 22%, y en un escenario conservador será: 10%

Crecimiento

Crecimiento de la participación de los alimentos en el consumo nacional al 2016, siendo 5.8%, y en un escenario conservador será: 3%



Figura 75. Evolución de las macro categorías de consumo al 2016. (Agencia Andina, 2016). Fuente: CCR.

Después de conocer las variables para la base y crecimiento del mercado objetivo, se procede a calcular el mercado objetivo del año 1, como ejemplo de cálculo tomaremos el distrito de Santiago de Surco.

Año 1:

Población M. Efectivo Año 1 : 58,851 Hogares

% Base M. Objetivo Año 1 : 10%

Reemplazamos:

$58,851 * 10\% = 5,885$ personas

Año 2:

M. Objetivo Año 2 : 60,040 Hogares

Crecimiento Año 2 : 13% (10%+3%)

Calculamos:

60,040 +13% = 7,805 Hogares

Tabla 39

Estimación Mercado objetivo.

DISTRITOS	MERCADO OBJETIVO					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% de crecimiento	10%	10.3%	10.6%	10.9%	11.3%	11.6%
Surco	5,885	6,184	6,563	7,033	7,609	8,313
La Molina	2,620	2,754	2,922	3,131	3,388	3,701
San Miguel	2,486	2,612	2,772	2,970	3,214	3,511
San Borja	2,064	2,168	2,301	2,466	2,668	2,915
Miraflores	1,840	1,933	2,052	2,198	2,379	2,599
Pueblo libre	1,537	1,615	1,714	1,837	1,987	2,171
Jesús María	1,326	1,393	1,479	1,585	1,715	1,873
Magdalena	1,054	1,108	1,176	1,260	1,363	1,489
San Isidro	1,267	1,331	1,412	1,514	1,638	1,789
Lince	1,049	1,102	1,169	1,253	1,356	1,481
Mercado Objetivo	21,127	22,200	23,559	25,246	27,317	29,841

Nota: Se calcula el mercado objetivo, siendo el 10% del mercado efectivo con un crecimiento de 3% anual, se detalla por distritos seleccionados. Elaboración Propia.

Tabla 40

Consolidado de mercados.

MERCADOS	HOGARES					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mercado Potencial	359,626	366,891	378,008	393,279	413,140	438,176
Mercado Disponible	213,402	217,713	224,310	233,372	245,157	260,014
Mercado Efectivo	211,268	215,536	222,067	231,038	242,706	257,414
Mercado Objetivo	21,127	22,200	23,559	25,246	27,317	29,841

Nota: Se agrupa los resultados de las tablas 36, 37, 38 y 39. Elaboración propia.

4.2.5. Frecuencia de compra.

La frecuencia de compra del producto será el espacio que hay en las decisiones de compra, para medir dicha frecuencia, se cuantificó 4 frecuencias de compra de galletas sin gluten, la pregunta filtro para ello es la Nro.17, arrojando como resultado principal, que el 44% compraría semanalmente.

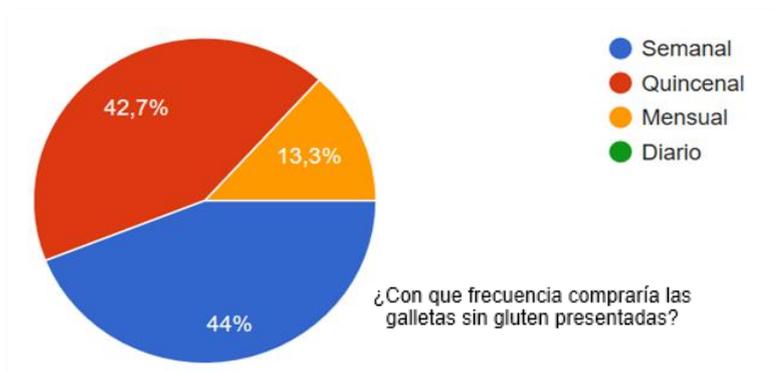


Figura 76. Pregunta filtro Nro. 4 - Frecuencia de compra. Elaboración propia.

Tabla 41

Frecuencia de compra.

Opciones de Frecuencia	Rptas %	Nro Veces al Año	Frecuencia de compra 100%	Frecuencia estimada 30%
Diario	0%	365	0	0
Semanal	44%	48	21	6
Quincenal	43%	24	10	3
Mensual	13%	12	2	0
Total	100%		33	10

Nota: Se calcula la frecuencia de compra estimada al 30%. Elaboración propia.

Entonces, podemos decir que la frecuencia de compra de galletas sin gluten es 36 veces al año, y en un estilo conservador la frecuencia estimada será 11 veces al año por cada hogar segmentado.

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Después de tener los resultados de los cálculos el mercado objetivo y la frecuencia de compra estimada, se procede a cuantificar la demanda para los 5 años del proyecto. Podemos decir que el mercado objetivo compuesto por 21,127 hogares.

Tabla 42

Demanda total del producto – En unidades.

Producto	Demanda en unidades (cajas)					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Caja x 24	0	231,504	245,674	263,267	284,859	311,185

Nota: El producto del mercado objetivo y la frecuencia de compra, dará como resultado la demanda total en unidades para cada año. Elaboración propia.



Figura 77. Pregunta filtro Nro. 5 - Precios aceptados. Elaboración propia.

Según los resultados de la pregunta filtro para estimar el precio, el público está dispuesto a la pagar S/. 12.00 por cada de galletas de 12 paquetes en un 47,3%. Debido a lo expuesto, se determinó que el precio al público será de S.12.00 según los datos de la encuesta, pero su análisis se hará en la sección financiera para corroborar que este precio tenga coherencia.

Tabla 43

Demanda total del producto – en soles.

Producto	Demanda en soles					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sub total	-	1,648,306	1,749,197	1,874,461	2,028,195	2,215,636
IGV	-	296,695	314,856	337,403	365,075	398,814.55
Total	-	S/ 1,945,001	S/ 2,064,053	S/ 2,211,864	S/ 2,393,270	S/ 2,614,451

Nota: Se valoriza la demanda según el precio de S/. 12.00. Elaboración propia.

Para el cálculo hemos considerado que el subtotal ya tiene descontado el margen de utilidad del distribuidor que es 30%.

4.2.7. Estacionalidad.

La estacionalidad del producto se identificará en la pregunta filtro registrada en el cuestionario, donde se cuantificamos la preferencia de la compra de galletas sin gluten según las estaciones del año, resultados que el 83% no tiene una preferencia definida para realizar la compra.

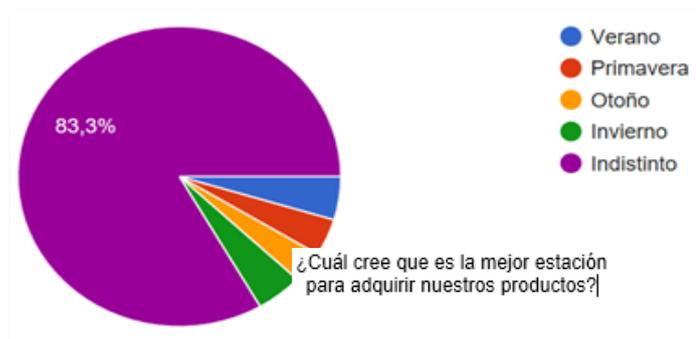


Figura 78. Pregunta filtro Nro. 5 – Estacionalidad. Elaboración propia.

Después de cuantificar la demanda por cada estación, se ajustará los resultados en trimestres, para proyectar las ventas de los 5 años en porcentajes para cada trimestre.

Tabla 44

Estacionalidad del producto.

Estación	Cantidad	%	Año	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
Verano	7	5%	Año 1	26%	24%	26%	25%
Otoño	5	3%	Año 2	24%	24%	28%	25%
Invierno	7	5%	Año 3	24%	24%	28%	25%
Primavera	6	4%	Año 4	24%	24%	28%	25%
Indistinto	125	83%	Año 5	24%	24%	28%	25%
Total	150	100%					

Nota: Se distribuye proporcionalmente el resultado “indistinto” a cada estación, y se convierte a una demanda trimestral para todos años según la estacionalidad. Elaboración propia.

Según la proyección de unidades producidas en el último trimestre del 2019, se observa que la misma es estable, solo muestra pequeñas variaciones entre los trimestres.

4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Luego de conocer la demanda total y los porcentajes trimestrales de ventas, procedemos a realizar el programa de ventas mensuales. (Los porcentajes trimestrales se convierten en mensuales).

Tabla 45

Programa de ventas mensuales – Unidades.

Mes	%	Ventas en unidades por mes											
		Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	
Enero	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Febrero	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Marzo	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Abril	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Mayo	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Junio	0%	-	7.9%	18,327	7.9%	19,449	7.9%	20,842	7.9%	22,551	7.9%	24,635	
Julio	0%	-	9.3%	21,414	9.3%	22,725	9.3%	24,352	9.3%	26,349	9.3%	28,785	
Agosto	0%	-	9.3%	21,414	9.3%	22,725	9.3%	24,352	9.3%	26,349	9.3%	28,785	
Setiembre	0%	-	9.3%	21,414	9.3%	22,725	9.3%	24,352	9.3%	26,349	9.3%	28,785	
Octubre	0%	-	8.3%	19,099	8.3%	20,268	8.3%	21,720	8.3%	23,501	8.3%	25,673	
Noviembre	0%	-	8.3%	19,099	8.3%	20,268	8.3%	21,720	8.3%	23,501	8.3%	25,673	
Diciembre	0%	-	8.3%	19,099	8.3%	20,268	8.3%	21,720	8.3%	23,501	8.3%	25,673	
Totales	100%	-	100%	231,504	100%	245,674	100%	263,267	100%	284,859	100%	311,185	

Nota: Se proyecta la demanda mensual en unidades para cada año. Elaboración propia.

Tabla 46

Programa de ventas mensuales – Valorizado.

Mes	VENTAS VALORIZADAS POR MES (S/.)					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Febrero	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Marzo	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Abril	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Mayo	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Junio	-	S/ 130,490.90	S/ 138,478.12	S/ 148,394.81	S/ 160,565.41	S/ 175,404.55
Julio	-	S/ 152,468.32	S/ 161,800.75	S/ 173,387.62	S/ 187,608.01	S/ 204,946.37
Agosto	-	S/ 152,468.32	S/ 161,800.75	S/ 173,387.62	S/ 187,608.01	S/ 204,946.37
Setiembre	-	S/ 152,468.32	S/ 161,800.75	S/ 173,387.62	S/ 187,608.01	S/ 204,946.37
Octubre	-	S/ 135,985.26	S/ 144,308.78	S/ 154,643.02	S/ 167,326.06	S/ 182,790.00
Noviembre	-	S/ 135,985.26	S/ 144,308.78	S/ 154,643.02	S/ 167,326.06	S/ 182,790.00
Diciembre	-	S/ 135,985.26	S/ 144,308.78	S/ 154,643.02	S/ 167,326.06	S/ 182,790.00
Sub Total	-	S/1,648,306.12	S/1,749,197.29	S/1,874,460.81	S/2,028,194.71	S/2,215,636.41
IGV	-	S/ 296,695.10	S/ 314,855.51	S/ 337,402.95	S/ 365,075.05	S/ 398,814.55
Total	-	S/1,945,001.23	S/2,064,052.81	S/2,211,863.75	S/2,393,269.76	S/2,614,450.97

Nota: Se aplica el % de Margen de Utilidad para el distribuidor (retail - Wong). Se proyecta la demanda mensual en soles para cada año. Elaboración propia

4.3. Mezcla de marketing

El producto está destinado a niños intolerantes al gluten o que padezcan de celiaquía, ya que el consumo de este producto libre de gluten no generará molestias, principalmente en la digestión de los menores. En caso de WANANA la estrategia de segmentación que se implementará será diferenciada, ya que nos dirigiremos a un segmento de niños cuyos padres identifiquen la necesidad de alimentarlos de forma saludable y presenten intolerancia al gluten, con el fin de posicionarnos en este segmento de mercado con una oferta diferente.

Se identificará el segmento estratégico donde vamos a concentrarnos y se buscará diferenciarse con el competidor y buscar el valor agregado para el consumidor: calidad, precio, garantía, mix, entre otros.

4.3.1. Producto.

El producto es una galleta para niños sin gluten de origen nacional, su consumo ayudará a mejorar la alimentación de los niños intolerantes al gluten debido a que su organismo no lo tolera y les ocasiona problemas de salud. La estrategia para el producto estará enfocada a las necesidades de consumo en bebés y niños intolerantes al gluten.

Logo.

El logo de la marca fue seleccionado por el público entrevistado, donde mostraron preferencia por la forma ovalada del diseño con el nombre de la empresa y el slogan “Mi primera galleta”. El logo tiene colores llamativos orientados al tema saludable y al mercado infantil.



Figura 79. Logo de la marca – Seleccionado. Elaboración propia.

Características del producto.

Las principales características del producto son:

- La galleta es de forma circular, con un diámetro de 3 cm.
- El peso de cada galleta es de 10gr.
- Tiene un sabor ligero a plátano.
- La textura de la galleta es ligeramente crocante.
- Su empaque será en 2 unidades.
- Las harinas empleadas son libres de gluten.
- Utilizará preservantes naturales: Ácido Cítrico Anhidro
- El tiempo de vida es de 12 meses.



Figura 80. Muestra galletas Wanana. Elaboración propia.

Tabla 47

Información Nutricional de las galletas por porción.

Información nutricional Galletas Wanana		
Porción: 20 gr. (2 galletas)		
Porción por envase (24 galletas)		
	por 100gr de producto	Pack de 2 Galletas 20 Gr.
Energía (Kcal)	384,97 kilocalorías	77.00 kilocalorías
Proteínas	3,67 gr	0.734 gr.
Carbohidratos	36.82 gr	6.736 gr.
Grasa	25.92 gr	5.18 gr.
Fibra	0.15 gr.	0.03 gr.
Ceniza	1.39 gr.	0.28 gr.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48

Información Nutricional de las galletas por porción.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL Galletas Wanana		
Porción: 250 gr. (24 galletas)		
Porción por envase (24 galletas)		
	por 100gr de producto	Pack de 24 Galletas de 250 Gr.
Energía (Kcal)	384,97 kilocalorías	923.93 kilocalorías
Proteínas	3,67 gr	8.81 gr.
Carbohidratos	36.82 gr	80.83 gr.
Grasa	25.92 gr	62.16 gr.
Fibra	0.15 gr.	0.36 gr.
Ceniza	1.39 gr.	3.34 gr.

Fuente: Elaboración Propia

Presentación.

La presentación del producto será en caja, contendrá 12 paquetes individuales, y cada paquete individual tendrá 2 unidades de galletas, en total serán 24 galletas.



Figura 81. Presentación del producto - Caja 24 unidades. Elaboración propia.

Diseño y contenido de la etiqueta.

- La Marca.
- Contenido neto del producto.
- Fecha de caducidad.
- Información nutricional.
- Código de barras.
- Registro sanitario.
- Nombre y dirección de la empresa
- Recomendaciones.
- Precauciones.
- Datos de las redes sociales del producto.

Empaque.

Externo: El empaque externo está elaborado en material resistente que permita la correcta conservación del producto.

- Medidas: 18.5 cm x 13.5 cm x 8.5 cm
- Material: Cartoncillo dúplex mate
- Contenido: 24 galletas en 12 paquetes de 2 unidades
- Peso por galleta: 10 gramos
- Peso Neto Total: 250 gramos



Figura 84. Empaque externo medidas - Galletas Wanana. Elaboración propia.

Interno: Este empaque permitirá la conservación adecuada del producto.

- Medidas: 6.5 cm x 4.5 cm

- Material: Foil aluminio (no tóxico, recomendado para alimentos)
- Contenido: 2 unidades
- Tamaño de galleta: 3 cm de diámetro
- Peso por galleta: 10 gramos
- Peso Neto Total: 20 gramos



Figura 85. Empaque interno. Elaboración propia.

Embalaje: Este empaque permitirá trasladar al punto de venta el producto en perfectas condiciones evitando que las cajas se deformen o aplasten en el almacenamiento.

- Medidas: 37 cm x 42.5 cm x 27 cm
- Test: B175 / 3mm
- Material: Kraf / Kraf
- Contenido: 20 cajas de galletas
- Tipo: Importado / Nacional
- Peso Neto Total: 5 kilos



Figura 86. Caja embalaje. Elaboración propia.

4.3.2. Precio.

La estrategia que se empleará para determinar el precio del producto será 3C, (Clientes-Costo-Competencia), en esta oportunidad tomaremos como referencia los precios que el público acepta pagar (Datos que fueron cuantificados en la encuesta realizada) y el precio promedio que maneja la competencia. El público encuestado determina como precio aceptado: S/. 12.00 por cada caja de 12 paquetes.

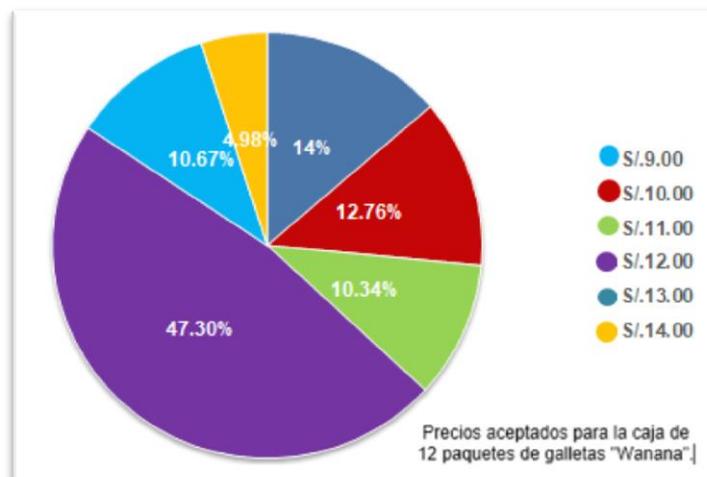


Figura 87. Precios aceptados por los encuestados. Elaboración propia.

El precio de los productos de la competencia, es decir "Mum Mum" en los diversos supermercados van desde S/. 8.85 hasta S/.14.00, en promedio el precio es de S/.10.20 soles.

Supermercados		plazavea	Wona	Vivanda	TOTTUS
Competencia					
	Galletas Baby Mum Arroz Sabor original Caja 50gr.	9.90	13.20	9.90	8.95
	Galletas Baby Mum Arroz Sabor Manzana 50gr.	9.90	10.90	9.90	8.95
	Galletas Baby Mum Arroz Sabor Zanahoria 50gr.	9.90	10.90	11.20	8.95

Figura 88. Benchmarking de precios de galletas Mum-Mum. Elaboración propia

Entonces, de acuerdo con la información recopilada, la valoración de los insumos de las galletas, se determinará el precio a: S/.12.00, basándonos en el precio aceptado por el público encuestado.

4.3.3. Plaza.

Es importante llegar al público objetivo a través de los canales de su preferencia, dentro de los resultados investigación de mercado ejecutada anteriormente, el público consideró a los supermercados como lugares de compra de alimentos sin gluten. Porque consideran que aquí encontrarán variedad.

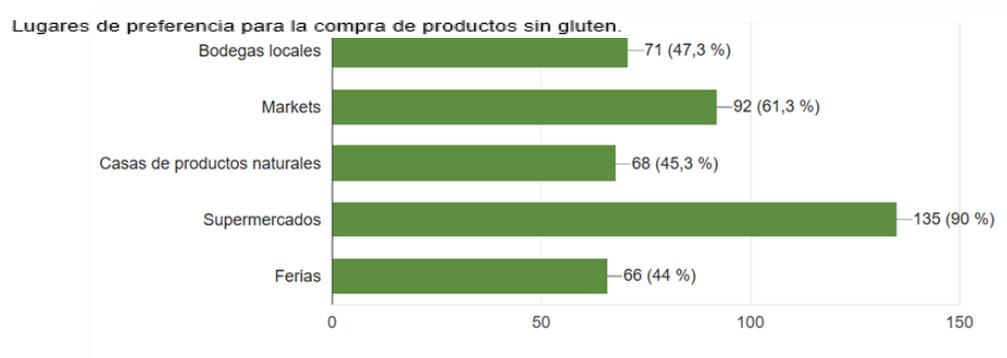


Figura 89. Preferencia de lugares de compra. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados mostrados, tomaremos como canal de venta a los Supermercados como modelo B2C, específicamente Wong.



Figura 90. Canal de distribución del producto. Elaboración propia.

El único canal de distribución será Wong, ya que es el Nro. 1 en ranking de supermercados por la calidad de sus productos y su presencia en el mercado con 58 establecimientos, además que el público que concentra son de los NSE A, B y C en los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Tabla 49

Establecimientos de supermercados Wong

La Molina	LA MOLINA 1	Las Retamas 190 Urb. Los Sirius
	LA MOLINA 2	Esq. Av. Elías Aparicio y Calle Tahití - La Planicie
	WONG CAMACHO	Av. Javier Prado Este Cdra. 50 - CC. Camacho
	MIRAFLORES 1	Av. Santa Cruz 771 Urb. Los Sirius
Miraflores	WONG BENAVIDES	Esq. Av. Benavides y Av. República de Panamá
	WONG AURORA	Calle Arias schereiber 270 C.C. Aurora
	MIRAFLORES 4	Av. Malecón Bajada Balta 626
San Borja	MIRAFLORES 5	Av. Malecón de la Reserva 610
	WONG SAN BORJA	Calle Ucello 162
San Isidro	SAN ISIDRO	Av. 2 de Mayo 1099
San Miguel	WONG SAN MIGUEL	Esq. Av. La Marina y Av. Universitaria C.C. Plaza San Miguel
Surco	SANTIAGO DE SURCO 1	Calle Monte Bello 150 Urb. Chacarilla
	WONG ALDABAS	Av. Benavides Cdra. 52 esq. con Los Artesanos
	SANTIAGO DE SURCO 3	Av. Santiago de Surco esq. Av. Andrés Tinoco y Calle Iván Huerta

Fuente: Elaboración propia

La empresa estará a cargo de la distribución de las galletas al punto de solicitado, de igual manera es responsable de la reposición en las salas de venta del

producto. Las condiciones de pago se negociarán en la firma del acuerdo comercial, que puede oscilar entre 15 y 45 días, así mismo Cencosud como corporación maneja el factoring para apreciar el estado de cuenta de sus proveedores, eso puede ocasionar un gasto adicional.

El acuerdo comercial tiene una duración indefinida, y si se requiere darle fin tendrá que ser con 120 días de anticipación. El margen de utilidad de la cadena es de 30% para competir con el mercado de productos similares.

4.3.4.Promoción.

Los objetivos de la promoción son:

- Dar a conocer la marca de galletas “Wanana”.
- Mantener intrigado al público a través de promociones continuas.
- Difundir los beneficios del producto.
- Posicionar a Wanana como líder en el mercado de galletas para niños libres de gluten.
- Cumplimiento de las ventas proyectas.

La ejecución de la promoción del producto debe ser efectiva, debe emplearse estrategias consistentes y sus actividades deben cumplir con el marketing agresivo que se espera, para ello se asigna el presupuesto elevado que detallaremos para los 5 años en proyección, este importe cubrirá los gastos de las campañas publicitarias y actividades relacionadas con las estrategias pre y post lanzamiento del producto. La promoción del producto estará en base a las siguientes estrategias de marketing:

Estrategia de posicionamiento.

Galletas Wanana se posiciona en el segmento de productos saludables sin gluten lo cual da una ventaja del producto dirigida a un tipo de consumidor distinto que se cuida y previene en la salud de sus hijos y familia, dichos valores ayudaran al posicionamiento del producto.

Estrategia de fidelización.

La estrategia de fidelización se basa sobre dos grandes puntos:

-El marketing relacional: cuando se inició una estrategia activa de relación es cuando nos estamos preocupando por las necesidades, deseos y expectativas de nuestros clientes para lo cual debemos conocer profundamente a nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades, diferenciándolos estableciendo relaciones a grandes plazos y haciendo una base CRM, esto ayudará a captar, fidelizar y recuperar clientes, lo que genera lealtad hacia el producto.

-La gestión del valor percibido: el valor percibido tiene como objetivo aumentar el valor de la compra realizada para el cliente, debemos conocer sus necesidades, deseos y expectativas esto hará la relación más fuerte y duradera.

-Galletas Wanana pondrá énfasis en el packaging, la imagen de marca y el posicionamiento del producto, seguridad, calidad y originalidad de nuestro producto.

Se tendrá éxito si se logra transmitir al cliente un mayor valor percibido en los aspectos mencionados.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.

Objetivo

Dar a conocer la marca dentro del mercado objetivo (complementos alimenticios envasados para niños de 1 a 3 años) a un mínimo de 40,000 personas.

Duración

La duración de la campaña de lanzamiento será de 9 semanas.

Actividades calendarizadas

Se ha programado las actividades del plan de lanzamiento de la marca en dos meses para completar todas las actividades. Así mismo se ha considerado todos los aspectos relacionados al entorno web, así como presencia en los puntos de venta y Sampling en nidos y guarderías de las zonas 6 y 7 de Lima.

Tabla 50

Actividades para el Programa de Lanzamiento del producto

ACTIVIDADES	Programa de lanzamiento																																
	OCT.19														NOVIEMBRE 2019																		
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D					
	2	2	3	3											1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2				
8	9	0	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Contratación proveedores Website	[Bar chart showing activity duration]																																
Creación y diseño de Website	[Bar chart showing activity duration]																																
Lanzamiento de Website y redes sociales	[Bar chart showing activity duration]																																
Contratación Anfitriónaje y materiales	[Bar chart showing activity duration]																																
Campaña de promoción en Nidos	[Bar chart showing activity duration]																																

Fuente: Elaboración propia

Promoción en Nidos Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Tabla 51

Campaña Lanzamiento – NIDOS

Zona 6	Distrito	Nidos por distrito
	Jesús María	39
	Lince	26
	Pueblo Libre	50
	Magdalena	36
	San Miguel	129
Total		280

Zona 7	Distrito	Nidos por distrito
	Miraflores	56
	San Isidro	34
	San Borja	54
	Surco	216
	La Molina	113
Total		473

Total z6. - z7. 753

Fuente: <http://nidos.pe>

Nota: Elaboración Propia

Tabla 52

Promotores – NIDOS.

Ubicación	# de Pers.	Horario	Días	Costo x hora	Costo x 2 Personas	Costo Semanal
Zona 6	14	11:30 a 12:30 am	L-V (1 hora)	S/ 20.00	S/ 280.00	S/ 1,400
Zona 7	24	11:30 a 12:30 am	L-V (1 hora)	S/ 20.00	S/ 473.00	S/ 2,365
Total						S/ 3,765

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53

Costos promotores NIDOS por 4 semanas

Semanas	Costo semanal	Supervisión y logística x semana	Total
04 al 8 Noviembre 2019	S/ 3,765	S/ 300	S/ 4,065
11 al 15 Noviembre 2019	S/ 3,765	S/ 300	S/ 4,065
18 al 22 Noviembre 2019	S/ 3,765	S/ 300	S/ 4,065
25 al 29 Noviembre 2019	S/ 3,765	S/ 300	S/ 4,065
Total			S/ 16,260

Fuente: Elaboración propia

Para promocionar nuestra marca es necesario la adquisición de elementos publicitarios tales como polos con el logo de nuestra empresa, folletos publicitarios.



Figura 91. Uniforme para promotores. Elaboración Propia



Figura 92. Folletos promocionales para entregar en nidos. Elaboración propia.

Tabla 54

Elementos para promotores

Detalle	Días de semana (del 04 al 29 de noviembre del 2019)		
	Cantidad	Costo	Total
Folletos promocionales	S/ 2,000.00	S/ 300.00	S 600.00
Tappers	S/ 38.00	S/ 10.00	S/ 380.00
Polos (uniforme)	S/ 38.00	S/ 15.00	S/ 570.00
Total			S/ 1,550.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55

Inversión Promoción – Nidos.

Inversión promoción - nidos	
Promotores	S/ 16,260.00
Elementos para promotores	S/ 1,550.00
Total	S/ 17,810.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 56

Publicidad en Redes Sociales.

Publicidad en redes sociales		
Facebook	S/	3,000.00*
Instagram	S/	3,000.00**
Total	S/	6,000.00

Nota: * (S/. 50 diarios durante Noviembre y Diciembre, AÑO 0)

Nota: ** (S/. 50 diarios durante Noviembre y Diciembre, AÑO 0)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57

Creación Website.

Detalle	Costo	Periodo
Adquisición plantilla web	S/ 250.00	1 vez
Hosting	S/ 350.00	Anual
Dominio web	s/ 40.00	Anual
Diseñador gráfico/web	S/ 500.00	1 vez
Total	S/ 1,140.00	

Fuente: Elaboración propia.



Figura 93. Página de Facebook Galletas Wanana. Elaboración propia.

Es importante para la empresa cumplir con las pautas y ordenanzas de la alimentación saludable ante lo cual en las redes sociales se comparte información visualmente atractiva de las propiedades y beneficios de los insumos utilizados en la elaboración de nuestras galletas.



Figura 94. Información de propiedades y beneficios de los insumos en la elaboración de las Galletas Wanana para redes sociales.

Además, usamos las redes sociales para hacer publicidad a través de flyers que contienen imágenes de bebés y niños con sus madres. Este tipo de imágenes para el segmento objetivo son atractivas.



Figura 95. Flyers publicitarios para redes sociales. Elaboración propia.



Figura 96. Folletos publicitarios para entregar en Wong. Elaboración propia.



Figura 97. Uniforme de impulsadoras en Wong. Elaboración propia.

Tabla 58

Sampling.

Detalle	Costo
Cantidad (cajas) NIDOS	S/ 6,275.00
Cantidad (cajas) WONG	S/ -
Precio costo producción	S/ 2.77
Total Sampling	S/ 17,405.20

Fuente: Elaboración Propia

Son 753 nidos y se visitan 1 vez al día repartiéndose 100 paquetes por día. En total se destinan 75.300 cajas.

Tabla 59

Detalle de reparto de Sampling.

Son 753 nidos x 1 día x 100 paquetes día =	75.300	Cajas	6275
Para Wong se contempla a partir de Enero AÑO1			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 60

Consolidado total campaña de lanzamiento.

Consolidado campaña lanzamiento			
Campaña NIDOS	753 puntos	s/	17,810.00
Creación Website		S/	1,140.00
Redes Sociales		S/	6,000.00
Sampling		S/	17,405.20
Total		S/	42,355.20

Fuente: Elaboración propia

4.3.4.2. Promoción para todos los años.

La promoción para el producto será permanente haciendo marketing agresivo en modo offline y online, a fin de lograr posicionamiento.

Tabla 61

Promoción para todos los años

Promoción para todos los años							
Sampling para Campañas en WONG	252	N° Galletas: Son 14 Wong x 18 días x 100 paquetes día =					25200
Descripción	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Mantenimiento Website	1	1	1	1	1	1	6
Campaña NIDOS	753	753	753	753	753	753	4518
Campaña WONG		84	71	61	52	44	312
Sampling	6275	11215	9467	7538	5337	2752	42584
Valorización	Lanzamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Descripción	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Mantenimiento Website	S/ 1,140.00	S/ 400.00	S/ 440.00	S/ 484.00	S/ 532.40	S/ 585.64	S/ 3,582.04
Campaña NIDOS	S/ 17,810.00	S/ 17,810.00	S/ 17,810.00	S/ 17,810.00	S/ 17,810.00	S/ 17,810.00	S/ 106,860.00
Campaña WONG	S/ -	S/ 10,286.67	S/ 8,743.67	S/ 7,432.12	S/ 6,317.30	S/ 5,369.70	S/ 38,149.45
Redes sociales	S/ 6,000.00	S/ 1,825.00	S/ 1,551.25	S/ 1,318.56	S/ 1,120.78	S/ 952.66	S/ 12,768.25
Sampling	S/ 17,405.20	S/ 31,107.96	S/ 26,258.83	S/ 20,908.45	S/ 14,803.92	S/ 7,632.90	S/ 118,117.25
Total	S/ 42,355.20	S/ 61,429.63	S/ 54,803.74	S/ 47,953.13	S/ 40,584.40	S/ 32,350.91	S/ 279,477.00
IGV 18%	S/ 7,623.94	S/ 11,057.33	S/ 9,864.67	S/ 8,631.56	S/ 7,305.19	S/ 5,823.16	S/ 50,305.86
Total	S/ 49,979.13	S/ 72,486.96	S/ 64,668.42	S/ 56,584.69	S/ 47,889.59	S/ 38,174.07	S/ 329,782.86

Marketing	S/ 42,355.20	S/ 61,429.63	S/ 54,803.74	S/ 47,953.13	S/ 40,584.40	S/ 32,350.91
Responsabilidad Social		S/ 11,798.55				
TOTAL Gasto de Venta		S/ 73,228.17	S/ 66,602.29	S/ 59,751.67	S/ 52,382.94	S/ 44,149.45
IGV Gasto de Venta		S/ 13,181.07	S/ 11,988.41	S/ 10,755.30	S/ 9,428.93	S/ 7,946.90

% de publicidad para todos los años

% De publicidad para todos los años	S/ 1,648,306.12	S/ 1,749,197.29	S/ 1,874,460.81	S/ 2,028,194.71	S/ 2,215,636.41
	4%	3%	3%	2%	1%

Fuente: Elaboración propia

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria.

La Ley General de sociedades, contempla en Perú las diferentes normas y reglamentos a las que se tienen que ajustar las empresas, por eso se evaluará las ventajas y desventajas de cada forma societaria, seleccionando finalmente la que más se adecue a nuestro proyecto.

Empresa Unipersonal	Empresa Individual De Responsabilidad Limitada (EIRL)	Sociedad Anonima (SA)	Sociedad Anonima Cerrada (SAC)	Sociedad Comercial De Respnsabilidad Limitada (SRL)
<ul style="list-style-type: none"> • Una persona • Responsabilidad Ilimitada 	<ul style="list-style-type: none"> • Un solo dueño • Titular y/o Gerente. • Capital social: Efectivo/Activos 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 o mas accionistas • Responsabilidad Limitada • Junta de accionistas • Directorio • Gerente General 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 a 20 accionistas • Responsabilidad Limitada. • Junta de accionistas y Gerente General (Directorio opcional) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 a 20 socios • Se entregan participaciones • Usado para empresas familiares
<p>Ventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No divide las utilidades. • Libertar en las decisiones. • El tramite para la constitucion es sencillo. 	<p>Ventajas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constituida por voluntad unipersonal con un capital propio distinto al de su titular. • La empresa puedes ser constituida por una persona sin afectar su patrimonio personal. 	<p>Ventajas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los socios mantienen sus beneficios aun despues de su muerte. • Los acreedores tienen derecho sobre el activo de la empresa no de los bienes de los socios. 	<p>Ventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los accionistas no tienen responsabilidad personal por las deudas de la empresa. • Facilidad para el incremento de capital. • Tienen mayor confianza y aceptabilidad. 	<p>Ventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No requiere capital minimo. • Las obligaciones son limitadas, al total del patrimonio de la empresa. • La sociedad se mantiene aun despues del fallecimiento de algun socio.
<p>Desventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reponden por el total de las deudas. • No es estable. • Dificultad para obtener financiamiento 	<p>Desventaja</p> <ul style="list-style-type: none"> • No es posible la adquisicion de aportes financieros de otras personas. 	<p>Desventajas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requiere un capital minimo para la constitucion. • Requiere una organizacion compleja, Junta General de Accionistas y Directorio. • La constitucion es costosa. 	<p>Desventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen mayor regulacion. • Cuenta solo con un maximo de 20 accionistas. • No puede inscribir sus acciones en la bolsa de valores. 	<p>Desventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ingreso de nuevos socios requiere aceptacion de los otros socios. • Límite de socios a 20. • El aumento de capital solo se da cuando esta totalmente cancelado.

Figura 98. Cuadro comparativo de formas societarias. Elaboración propia.

Luego de revisar la Ley General de sociedades, se decidió que la forma societaria adecuada es la Sociedad Anónima Cerrada (SAC), ya que somos pocos socios y nos permitirá trabajar la empresa sin Directorio además de ser la más comercial, por lo que se constituirá bajo la Ley N°26887 (Ley General de Sociedades) en el Título I, Artículo N° 234. Principales características:

- Dentro de la empresa Los accionistas tendrán un rol de participación activa en la toma de decisiones, según los encargos asignados.
- Al ser una sociedad Anónima Cerrada, Las acciones no se inscribirán en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Nuestra empresa estará conformada por cuatro (04) accionistas, donde la responsabilidad del accionista está limitada a la cantidad invertida en las acciones (Valor de acciones), en caso de presentarse algún riesgo en la empresa.
- Los accionistas pueden vender sus acciones a otros socios, no perjudicando con este acto a la empresa.

Órganos:

Como toda empresa la nuestra contará con una Junta General de Accionistas que estará formada por los cuatro (4) socios fundadores. Galletas Wanana S.A.C no contará con directorio, ahorrando así gastos como las Dietas y las funciones del directorio las asumirá la Gerencia General.

Composición:

Galletas Wanana S.A.C contará con 4 accionistas y el capital se distribuirá de forma equitativa entre ellos, según el siguiente cuadro.

Tabla 62

Distribución de las acciones de la empresa

Accionistas	Porcentaje de participación
Huarote Tasayco, Roció Edith	25%
Paz La Torre, Javier Enrique	25%
Rosero Carvajal, Ana Luisa	25%
Villegas Escobar, Jhonnattan Alexander	25%
Total Acciones	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Actividades y Valorización:

Para la constitución de la empresa se realizarán una serie de actividades, presentando documentos a SUNARP y SUNAT.

Actividades	Descripción	Tiempo	Concepto	Costo
Realizar la búsqueda y reserva del nombre del nombre de la empresa	Búsqueda nombre "Wanana" no esté registrado.	3 Días	Búsqueda	S/ 6.00
	Presentación de solicitud - reserva de nombre por 3 días en SUNARP,		Reserva	S/ 20.00
Formato - Estatuto	Descargar documento web. Se indica los acuerdos, estatutos y anexos necesarios.	24 Hrs	Impresión	S/ 2.00
Escritura pública	Formalizar la minuta en Noraría Pública luego se elevará la minuta a Escritura Pública.	5 Días	Gastos Notariales	S/ 300.00
Inscripción de la escritura pública RRPP	Presentar la escritura pública a los Registro públicos para la inscripción de la empresa		Gastos Registrales	S/ 500.00
			Total	S/ 828.00

Figura 99. Costeo de las actividades - Constitución de la empresa. Elaboración Propia.

5.1.2. Registro de marcas y patentes.

Con respecto a las marcas y patentes de la empresa estas se tramitan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad

Intelectual (INDECOPI); que es la institución que se encarga del buen funcionamiento del mercado protegiendo los derechos de los ciudadanos, consumidores y empresarios.

Vigencia:

La marca o patente registrada en INDECOPI es válida a nivel nacional y es vigente por diez (10) años, que se cuentan a partir de la fecha de expedición de la resolución que otorga el registro, las renovaciones del registro deben solicitarse dentro de los seis (06) meses anteriores o seis (06) meses posteriores a su vencimiento.

Requisitos para la inscripción de la marca:

- Verificar que la Marca esté disponible. (Realizando búsqueda de marca existente y fonética)

- Llenar solicitud correspondiente y presentarla por triplicado.

- Indicar datos del solicitante.

- De ser personas jurídicas se debe consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).

- Indicar un domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.

- Detallar el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

- Adjuntar poder del representante legal de la empresa de ser el caso.

- La impresión de la marca se presenta en tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho a color.

- Enviar una copia del logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe.

- Indicar a detalle el producto que se desea distinguir con el signo solicitado, además de la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).

- Si la solicitud es multiclase, se debe consignar la clase a la que pertenece el producto, y el orden será según lo indicado por la Clasificación Internacional de Niza.

- Adjuntar constancia de pago por derecho de trámite, siendo el costo el equivalente al 14,46 % de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT¹) por una clase solicitada, esto es S/ 600.09 Nuevos Soles.

El trámite del registro de la marca tarda aproximadamente 120 días, contados desde la fecha de presentación de la solicitud a INDECOPI hasta la fecha de expedición del Certificado o Título de Propiedad. Aceptada la solicitud de registro de la marca, se debe publicar por única vez en el Diario Oficial "El Peruano", presentando el certificado entregado por INDECOPI, esta publicación debe tener el logotipo en un tamaño de 5cmX5cm.

Actividades y Valorización:

	Actividades	Tiempo	Concepto	Costo
Búsqueda de marca existente	Buscar que existencia de una marca parecida a la nuestra, por nombre, operación diseño o figura, el pago se efectuara por cada busqueda. (INDECOPI)	24 HRS	Búsqueda	S/ 90.60
Búsqueda de fonética	Clase y Arancel.	1 HRS	Búsqueda	S/ 69.90
Registro de la marca	Presentar solicitud de registro de marca, producto o servicio en 3 copias, debidamente llenados y firmados por el representante legal adjuntado los anexos requeridos.	120 días	Registro	S/ 600.09
Publicación en el "PERUANO"	Aceptada nuestra solicitud de registro, se debe publicar por única vez en el Diario Oficial "El Peruano".	24 HRS	Publicación	S/ 245.00
TOTAL				S/ 1,005.59

Figura 100. Costeo de actividades - Registro de marcas. Elaboración Propia.

5.1.3. Licencias y autorizaciones.

Para realizar los trámites de licencias y autorizaciones, se definirá el lugar donde se desarrollará la actividad económica. La empresa GALLETAS WANANA SAC estará ubicada en el distrito de Callao y contará con un área de 180 m². Las licencias necesarias para el funcionamiento de la empresa son:

Licencia de funcionamiento

Según la Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, las entidades encargadas de entregar la Licencia de Funcionamiento son las

¹ Unidad Impositiva Tributaria al 2018, 1 UIT=4,150.00

Municipalidades de cada distrito, estas autorizan el inicio y desarrollo de las actividades económicas del establecimiento. Para la aprobación de la licencia de funcionamiento, la municipalidad requiere lo siguiente:

- Zonificación y compatibilidad de usos.
- Condiciones de seguridad de Defensa Civil

Requisitos

Para tramitar la licencia de funcionamiento: establecimientos con un área de más de 100 m² hasta 500 m² con instalaciones básicas, se requiere de los siguientes requisitos:

- Solicitud de licencia de funcionamiento, con carácter de declaración jurada que incluya:
 - Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según sea el caso.
 - Número de DNI o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica; o, tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
 - Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas.
 - Declaración Jurada de observancia de Defensa Civil.
 - Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite. (el importe es de S/191.40 con anuncio luminoso y S/184.40)

El trámite tendrá un plazo para su resolución de 15 días, sin embargo, cuando transcurrido el plazo la institución no se pronuncia el trámite se da como aprobado. Estará a cargo de la Unidad de Desarrollo Económico.

Inspección Técnica de seguridad en Defensa Civil

El instituto de Nacional de Defensa Civil (INDECI) es la Institución encargada de realizar la inspección técnica del establecimiento, cuyo objeto de inspección es un área menor o igual a 500 m² que no excedan más de 2 niveles, y para nuestro caso en particular, por la actividad económica de la empresa se tramitara la Inspección Técnica de seguridad en Defensa Civil Multidisciplinaria. Requisitos:

- Solicitud de ITSE, pago de derechos de diligencia (13.1383% de 1 UIT²)
- Copia de plano de ubicación.
- Copia de los planos de arquitectura (distribución) y detalle del cálculo de aforo por áreas.
- Copia de plano de diagramas unifiliares y tableros eléctricos
- Copia de plano de señalización y rutas de evacuación.
- Copia de plan de seguridad o planes de contingencia según corresponda.
- Copia de protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- Copia de certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra.

El trámite tendrá un plazo para su resolución de 15 días, sin embargo, si en el informe indican observaciones, debe realizar el descargo y pago por el derecho de levantamiento de observaciones.

² Unidad Impositiva Tributaria al 2018, 1 UIT=4,150.00

Tabla 63

Actividades y costeo de licencias y autorizaciones.

Actividades	Tiempo	Concepto	Costo
Certificado de Inspección Técnica Es parte de los requisitos para la Licencia de Funcionamiento, por ello se debe gestionar visita de DEFENSA CIVIL para la evaluación de las condiciones de seguridad.	30 Días	Costo Por Establecimiento (13.1383% UIT[1])	S/ 532.10
Solicitud de Licencia de Funcionamiento Se deberá presentar la solicitud de licencia de funcionamiento ante la Municipalidad del Callao	15 Días		S/ 191.40
Totales			S/ 723.50

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.4. Legislación laboral.

La institución encargada de garantizar el cumplimiento de las normas laborales, la prevención y solución de conflictos, promover la mejora de las condiciones de trabajo y el respeto de los derechos del trabajador es El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Galletas Wanana SAC estará regulada bajo el Régimen de la Ley General de Sociedades y se encuentra específicamente dentro del grupo de “Pequeñas Empresas”; de acuerdo con el Artículo 5º del TUO aprobado mediante Decreto Supremo N.º 007-2008-TR, modificado por el Artículo 11º de la Ley N.º 30056.

Dicho régimen tiene la característica de que sus ventas son superiores a 150 UIT (Unidad Impositiva Tributaria) hasta un máximo de 1700 UIT (Unidad Impositiva Tributaria), y en cuanto al personal, no superara más de 100 trabajadores. Características del régimen laboral de la pequeña empresa:

- El salario mínimo vital RMV será de s/ 930 soles.
- El periodo de prueba es de 3 meses, quiere decir que el empleado estará a prueba todo ese tiempo, durante ese plazo no tendrá derecho a indemnización en caso de despido arbitrario.
- Jornada laboral deberá ser como máximo 8 horas diarias o 48 horas semanales.

- Las Horas extras tendrán un recargo de 25% más por hora (las primeras 2 horas) y 35% a partir de la tercera hora.
- El empleado recibirá de un descanso vacacional anual de 15 días. (365 días laborados)
- El empleado recibirá de 2 gratificaciones equivalente a 1/2 sueldo cada una.
- El empleado recibirá de un Seguro Social de Salud. (El empleador está obligado a pagar las aportaciones al sistema de salud pública, equivalente al 9% del salario del empleado)
- El empleado recibirá de una asignación familiar si tiene hijos, y será equivalente al 10% del salario mínimo vital.
- El empleado recibirá de una compensación por tiempo de servicios (CTS) que será equivalente a la mitad de su sueldo dividido en 2 depósitos al año. (mayo - noviembre)
- El empleado se afiliará a un fondo de pensiones ya sea ONP o AFP, equivalente al 13% de su sueldo, es obligatorio la afiliación.
- El empleado recibirá de utilidades, según el DECRETO LEGISLATIVO N.º 892, las empresas perceptoras de renta de tercera categoría con más de 20 trabajadores tienen la obligación de pagar con un máximo de 30 días después de presentar la DJ del impuesto a la renta.
- El empleado será asegurado por un Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), de acuerdo con la actividad económica de la empresa.

Contratación de trabajo:

La empresa ha decidido que contratará al personal bajo un contrato a plazo definido, es decir, tendrá una duración establecida, que ira desde 6 meses hasta 2 años.

Actividades y valorización:

Según el régimen laboral de la pequeña empresa, debemos realizar la inscripción de cada contrato del personal en el Ministerio de trabajo.

Tabla 64

Costeo de actividades - Inscripción de contratos al MINTRA.

	Actividades	Tiempo	Concepto	Costo unitario	Costo total
Inscripción de contratos de trabajo	Inscribir los contratos de trabajo en el Sistema de Contratos y convenios, ingresando la clave SOL. (Portal de SUNAT) Enviar el archivo del contrato en digital, con la firma del empleador y del trabajador. La fecha máxima de inscripción es 15 días después de firmado el contrato.	24 Hrs	Costo Por Contrato (0.2958% UIT) 10personas	S/.12.27	S/.122.27
Total					S/. 122.27

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.5. Legislación tributaria.

Galletas Wanana SAC se encontrará en el régimen general del sistema tributario, ya que está dirigida a personas naturales y jurídicas que generen renta de tercera categoría. Impuestos del Régimen General:

Este régimen está dirigido a cualquier tipo de empresas, sin discriminar volumen o tamaño y estarán afectos a los siguientes impuestos:

- Impuesto General a las ventas.

Las empresas comercializadoras, industriales o de servicios se encuentran afectas al pago de 18% sobre las ventas, dicho impuesto se liquidará mensualmente y el acreedor el Gobierno Central y la administradora SUNAT.

- Impuesto a la Renta 3ra. Categoría.

El impuesto a renta de 3ra categoría está gravada a las ganancias de las actividades empresariales de las personas naturales o jurídicas, quedando obligadas a pagar el impuesto a la renta, mensualmente como pago a cuenta el 1,5% de las ventas netas del mes y a fin de año se liquida con un 29.5% del total de ingresos netos del año. Ambos impuestos se declaran a través de la nueva plataforma del portal web de Sunat, a través del formulario del formulario 0621 IGV – Renta.

Comprobantes de pago:

Las empresas del régimen general emiten los siguientes comprobantes de pago:

- Facturas
- Boletas de venta
- Notas de crédito y notas de débito.
- Guías de Remisión.

Libros contables:

El llevado de los libros contables se clasifica según los ingresos de cada empresa, y estos son medidos por las Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

- Las empresas con ingresos hasta 300 UIT, es decir S/.1'245,000.00 (Según UIT del 2018, S/. 4,150.00) deben llevar Registro de Compras, Registro de Ventas y Libro Diario Simplificado.
- Las empresas con ingresos desde 300 UIT hasta 500 Unidades Impositivas Tributarias - UIT, es decir desde S/.1'245,000.00 hasta S/.2'075,000.00 (Según UIT del 2018, S/. 4,150.00) deben llevar Registro de Compras, Registro de Ventas, Libro Diario Libro Mayor.
- Las empresas con ingresos desde 500 UIT hasta 1,700 Unidades Impositivas Tributarias - UIT, es decir desde S/.2'075,000.00 hasta S/.7'055,000.00 (Según UIT del 2018) deben llevar Libro de Inventario y Balances, Diario, Mayor; Registro de Compras y Registro De Ventas.
- Las empresas con ingresos mayores de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias - UIT, es decir mayores a S/.7'055,000.00 (Según UIT del 2018) deben llevar la contabilidad completa.

La empresa llevará los libros contables en un sistema computarizado, para lo cual el asesor externo ingresará la información contable de la empresa en su software contable.

Tabla 65

Actividades y costeo de temas tributarios.

Actividades		Tiempo	Concepto	costo unitario	Costo total
Adquisición de libros contables	De acuerdo a nuestros ingresos, se llevará contabilidad completa, por lo que se realizará la compra de Libro de actas, Libro de Inventario y Balances, Diario, Mayor; Libro Caja, Registro de activos fijos Registro de Compras y Registro De Ventas	2 Hrs	Costo Por Libro	S/.12.50	
			(500 hojas sueltas) 5 Libros		S/87.50
Legalización de libros contables	Los libros serán legalizados en la notaria, y será hojas sueltas de 500 folios cada uno.	3 Días	Costo por Libro (500 folios)	S/:65.00	S/455.00
			Total	S/. 77.50	S/542.50

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.6. Resumen del capítulo.

Actividades	Tiempo	COSTO	IGV	Total	G. Producción		G. Administración		G. Ventas	
					% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
GASTOS CONSTITUCION DE LA EMPRESA										
Búsqueda del nombre	1 Días	6.00	-	6.00			100%	6.00		
Reserva del nombre	2 Días	20.00	-	20.00			100%	20.00		
Formato Estatuto	5 Días	2.00		2.00			100%	2.00		
Escritura pública	1 Días	296.61	53.39	350.00			100%	350.00		
Inscripción de la escritura pública a los RRPP	4 Días	550.00	-	550.00			100%	550.00		
GASTOS POR MARCAS Y PATENTES					% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Búsqueda de marca existente	1 Días	160.50	-	160.50			80%	128.40	20%	32.10
Registro de la marca	120 Días	600.09	-	600.09			80%	480.07	20%	120.02
Publicación en el "PERUANO"	2 HRS	207.63	37.37	245.00			80%	196.00	20%	49.00
GASTOS POR LICENCIAS Y AUTORIZACIONES					% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Certificado de Inspección Técnica	30 Días	532.10	-	532.10	80%	425.68	20%	106.42		
Solicitud de Licencia de Funcionamiento	15 Días	191.40	-	191.40	80%	153.12	20%	38.28		
Análisis Microbiológicos, Físicoquímico, Bromato	7 Días	209.75	37.75	247.50	80%	198.00	20%	49.50		
Registro Sanitario	7 Días	290.50	-	290.50	80%	232.40	20%	58.10		
GASTOS POR INSCRIPCION DE CONTRATOS					% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Inscripción de contratos de trabajo	1 Días	122.70	-	122.70	60%	73.62	20%	24.54	20%	14.72
GASTOS LIBROS CONTABLES					% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Compra de libros contables	1 Días	74.15	-	87.50			100%	87.50		
Legalización de libros contables	3 Días	385.59		455.00			100%	455.00		
Totales		S/ 3,649.02	S/ 128.52	S/ 3,860.29		S/ 1,082.82		S/ 2,551.81		S/ 215.84

Figura 101. Resumen gastos estudio legal. Elaboración Propia.

5.2. Estudio organizacional

5.2.1.1. Organigrama funcional.

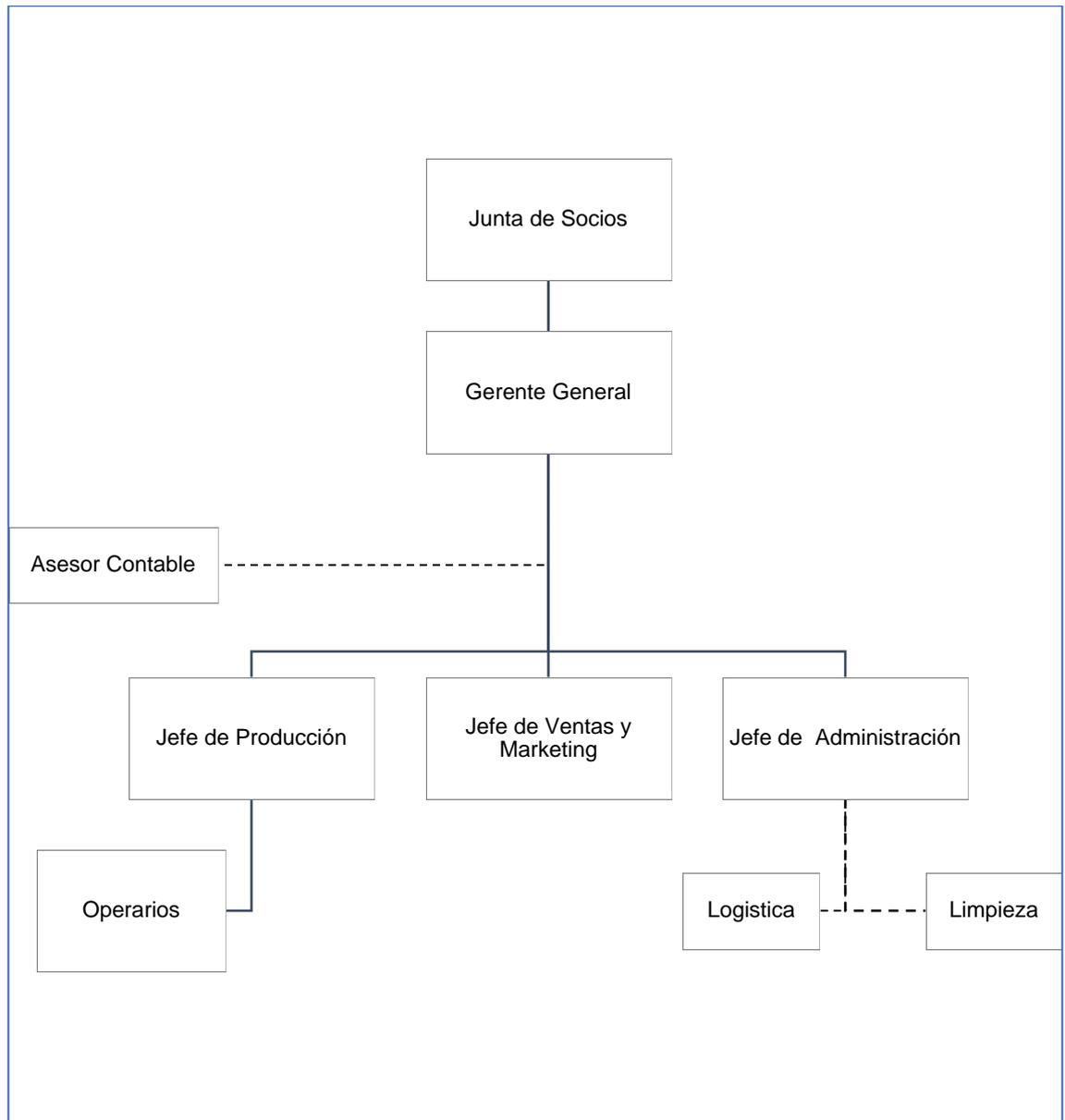


Figura 102. Organigrama de la empresa. Elaboración propia.

5.2.2. Servicios tercerizados.

La empresa determino tercerizar las siguientes actividades:

Contabilidad: Se tercerizará la asesoría contable por tema de ahorro, ya que no se requiere un área contable, porque el movimiento contable será mensual.

Logística: Para el transporte de los productos se tomará los servicios de una empresa de transporte especializada, a fin de minimizar gastos.

Limpieza: Se contará con un servicio externo de limpieza para que nos garantice la correcta limpieza de la empresa.

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

De acuerdo con la estructura del organigrama de la empresa, se procede a detallar los requisitos, actividades de los puestos de trabajo, así como las condiciones que implica cada uno de dichos puestos.

Perfil del puesto de trabajo	
Área	Gerencia General
Cargo	Gerente General
Plaza	1
Competencias	
Profesión	Administrador, Ingeniero, Financiero
Nivel	Titulado
Especialización	Rubro de comestibles
Experiencia	5 años de experiencia en posición similar.
Habilidades	Capacidad de planificación, dirección y negociación a nivel Gerencial.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Es la persona ejecutora y responsable de establecer lo dispuesto por la junta de accionistas.• Evaluar periódicamente el cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos de la empresa.• Coordinar con las áreas administrativas asegurando la correcta ejecución de los registros y análisis.• Comunicación a todo nivel principalmente con sus reportes directos.
Condiciones del puesto de trabajo	
Tipo de contrato	Contrato con plazo definido - 1 año
Remuneración	7,000.00
Ubicación	Oficinas administrativas
Benef. Sociales	Planilla directa
Jornada	8 Hrs Lunes a Viernes / 5 Hrs Sábado

Figura 103. Perfil del Gerente General. Elaboración propia.

Perfil del puesto de trabajo	
Área	Producción
Cargo	Jefe de Producción
Plaza	1
Competencias	
Profesión	Ingeniero de Industrias alimentarias
Nivel	Titulado
Especialización	Desarrollo de productos nutricionales
Experiencia	3 años de experiencia en posición similar.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y desarrollo de productos innovadores. • Liderazgo
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, implementar, dirigir y controlar las operaciones de planta. • Control y desarrollo del plan de producción- • Desarrollo de proyectos y montaje de maquinaria • Encargado de los programas de Seguridad Industrial.
Condiciones del puesto de trabajo	
Tipo de contrato	Contrato con plazo definido - 1 año
Remuneración	5,000.00
Ubicación	Oficinas administrativas
Benef. Sociales	Planilla directa.
Jornada	8 Hrs Lunes a Viernes / 5 Hrs Sábado

Figura 104. Perfil del Jefe de producción. Elaboración propia.

Perfil del puesto de trabajo	
Área	Ventas
Cargo	Jefe de Ventas
Plaza	1
Competencias	
Profesión	Marketing, Ingeniero, Administrador.
Nivel	Bachiller o Licenciado
Especialización	Gestión Comercial
Experiencia	3 años de experiencia en posición similar.
Habilidades	Trabajo en equipo, liderazgo, buen nivel de comunicación.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas a la venta. • Garantizar la colocación de la demanda proyectada. • Encargado de la reposición de los productos en los puntos de venta. • Dar el soporte necesario a los puntos de venta. • Planificar las estrategias de venta del producto.
Condiciones del puesto de trabajo	
Tipo de contrato	Contrato con plazo definido - 1 año
Remuneración	4,500.00
Ubicación	Oficinas administrativas
Benef. Sociales	Planilla directa.
Jornada	8 Hrs Lunes a Viernes / 5 Hrs Sábado

Figura 105. Perfil del Jefe de Ventas. Elaboración propia.

Perfil del puesto de trabajo	
Área	Administración
Cargo	Administrador
Plaza	1
Competencias	
Profesión	Administrador de empresa, contabilidad.
Nivel	Titulado
Especialización	Textil, Alimentario.
Experiencia	3 años de experiencia en posición similar.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo, estratégico, conocimientos de finanzas, office avanzado, estadística.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Organización del desarrollo de los programas y actividades de la empresa. • Control y despliegue de los planes comerciales y productivos de la empresa. • Función de soporte a todas las áreas de la empresa. • Coordinación, evaluación y solución de la post venta. • Realización de tramites administrativos, de recursos humanos de la empresa.
Condiciones del puesto de trabajo	
Tipo de contrato	Contrato con plazo definido - 1 año
Remuneración	4,000.00
Ubicación	Oficinas administrativas
Benef. Sociales	Planilla directa.
Jornada	8 Hrs Lunes a Viernes / 5 Hrs Sábado

Figura 106. Perfil del Administrador. Elaboración propia.

Perfil del puesto de trabajo	
Área	Producción
Cargo	Operario
Plaza	4
Competencias	
Profesión	Secundaria completa, carrera técnica.
Nivel	Estudios secundarios (mínimo indispensable)
Especialización	Rubro Industrial
Experiencia	con o sin experiencia en el rubro
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Pro actividad • Responsable
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Labores operativas del área de producción como reporte directo del Jefe de producción. • Soporte, manejo y control de las maquinas y herramientas del área de producción.
Condiciones del puesto de trabajo	
Tipo de contrato	Contrato con plazo definido - 6 meses
Remuneración	1,800.00
Ubicación	Planta de producción
Benef. Sociales	Planilla directa.
Jornada	8 Hrs Lunes a Viernes / 5 Hrs Sábado

Figura 107. Perfil del operario de producción. Elaboración propia.

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Los servicios tercerizados tendrán las siguientes responsabilidades:

- Asesoría Contable

Liquidación de impuestos mensuales y anuales

Registro y Control de libros contables

Declaración de PLAME (Planilla de trabajadores).

Liquidaciones de beneficios sociales del personal.

Elaboración de balances semestrales.

Asesoría financiera

- Logística

Transportar los productos desde la planta hasta los puntos de venta: Supermercados Wong. Garantizar el cuidado y buen estado de la mercadería a su cargo durante el traslado.

5.2.5. Aspectos laborales

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

La empresa optará por contratar al personal interno a través de contratos de trabajo a plazo determinado, que se renovaran cada 6 meses en caso de los operarios y 1 año para el personal de administración, en ambos casos el contrato será registrado en el MINTRA. Para el caso de las asesorías externas, serán contratadas bajo la modalidad de recibo de honorarios por sus servicios prestados.

En el caso de la empresa logística, la contratación será bajo facturación por sus servicios prestados.

Tabla 66

Forma de Contratación del Personal.

Puesto/servicio	Tipo de contrato
Personal interno	
Gerente	Contrato a plazo determinado - 1 año.
Jefe de producción	Contrato a plazo determinado - 1 año.
Jefe de Ventas	Contrato a plazo determinado - 1 año.
Administrador	Contrato a plazo determinado - 1 año.
Operario	Contrato a plazo determinado - 6 meses.
Personal externo	
Asesor Contable	Recibo de Honorarios
Servicio de Limpieza	Facturación
Operador Logístico	Facturación

Fuente: Elaboración Propia

5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.

La contratación del personal será bajo el régimen laboral general, la contempla los siguientes beneficios:

Tabla 67

Régimen laboral de puestos de trabajo.

Beneficios Sociales de Régimen Laboral Especial (Ley Mype)	
Gratificación	2 Veces al año (1/2 sueldo)
Vacaciones	15 Días al año
C.T.S.	2 Depósitos año (1/2 sueldo al año)
Jornada de trabajo	8 Hrs
Horas extras	25% (2 Hrs) 35% (3 Hrs en adelante)
Seguro Social	Si - Essalud
Asignación familiar	10% RMV

Fuente: Elaboración Propia

5.2.5.3. Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 68

Planilla de remuneraciones Operarios.

Operario	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Salario Base Mensual	1800	1800	1854	1910	1967	2026
Cantidad de trabajadores	4	4	4	4	4	4
Remuneraciones	14400	86400	88992	91662	94412	97244
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	1308	7848	8083	8326	8576	8833
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	700	4200	4326	4456	4589	4727
ESSALUD	1296	7776	8009	8250	8497	8752
PROVICIÓN VACACIONES	600	3600	3708	3819	3934	4052
SCTR salud y pensión	216	1296	1335	1375	1416	1459
Total	S/ 18,520	S/ 111,120	S/ 114,454	S/ 117,887	S/ 121,424	S/ 125,067

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 69

Planilla de remuneraciones Jefe de Producción.

Jefe de Producción	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Salario Base Mensual	5000	5000	5150	5305	5464	5628
Cantidad de trabajadores	1	1	1	1	1	1
Remuneraciones	20000	60000	61800	63654	65564	67531
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	1817	5450	5614	5782	5955	6134
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	972	2917	3004	3094	3187	3283
ESSALUD	1800	5400	5562	5729	5901	6078
PROVICIÓN VACACIONES	833	2500	2575	2652	2732	2814
SCTR salud y pensión	300	900	927	955	983	1013
Total	S/ 25,722	S/ 77,167	S/ 79,482	S/ 81,866	S/ 84,322	S/ 86,852

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 70

Planilla de remuneraciones Jefe de Ventas.

Jefe de ventas	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Salario Base Mensual	4500	4500	4635	4774	4917	5065
Cantidad de trabajadores	1	1	1	1	1	1
Remuneraciones	18000	54000	55620	57289	59007	60777
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	1635	4905	5052	5204	5360	5521
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	875	2625	2704	2785	2868	2954
ESSALUD	1620	4860	5006	5156	5311	5470
PROVICIÓN VACACIONES	750	2250	2318	2387	2459	2532
SCTR salud y pensión	270	810	834	859	885	912
Total	S/ 23,150	S/ 69,450	S/ 71,534	S/ 73,680	S/ 75,890	S/ 78,167

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 71

Planilla de remuneraciones Administrador.

Administrador	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Salario Base Mensual	4000	4000	4120	4244	4371	4502
Cantidad de trabajadores	1	1	1	1	1	1
Remuneraciones	16000	48000	49440	50923	52451	54024
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	1453	4360	4491	4626	4764	4907
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	778	2333	2403	2475	2550	2626
ESSALUD	1440	4320	4450	4583	4721	4862
PROVICIÓN VACACIONES	667	2000	2060	2122	2185	2251
SCTR salud y pensión	240	720	742	764	787	810
Total	S/ 20,578	S/ 61,733	S/ 63,585	S/ 65,493	S/ 67,458	S/ 69,481

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 72

Planilla de remuneraciones Gerente General

GERENTE GENERAL	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Salario Base Mensual	7000	7000	7210	7426	7649	7879
Cantidad de trabajadores	1	1	1	1	1	1
Remuneraciones	21000	84000	86520	89116	91789	94543
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	1908	7630	7859	8095	8338	8588
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	1361	4083	4206	4332	4462	4596
ESSALUD	22680	7560	7787	8020	8261	8509
PROVICIÓN VACACIONES	875	3500	3605	3713	3825	3939
SCTR salud y pensión	315	1260	1298	1337	1377	1418
TOTAL	S/ 48,139	S/ 108,033	S/ 111,274	S/ 114,613	S/ 118,051	S/ 121,592

Fuente: Elaboración Propia

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

Se presentan los gastos por las asesorías externas y los servicios de logística contratados con proyección en la vida útil del proyecto.

Tabla 73

Honorarios del personal externo para todos los años.

Personal externo											
Cargo	Meses	Honorario	2019	2020	2021	2022	2023				
Asesoría Contable	12	800	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600				
Limpieza	12	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000				
Total		S/ 2,800	S/ 33,600								

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 74

Facturación por servicio de logística para todos los años.

Personal externo											
Cargo	Meses	Facturación	2019	2020	2021	2022	2023				
Operador Logístico	12	1,500.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00				
		1,271.19	15,254.24	15,254.24	15,254.24	15,254.24	15,254.24				
		228.81	2,745.76	2,745.76	2,745.76	2,745.76	2,745.76				
Total		S/ 1,500	S/ 18,000								

Fuente: Elaboración propia.

5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

A continuación, se presenta el horario de trabajo de la empresa, según en área de trabajo.

Tabla 75

Horario de trabajo según clasificación.

Personal	Clasificación	Lunes a Viernes	Sábado
Gerente General	Administración	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 1:00 pm
Jefe de Ventas	Administración	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 2:30 pm
Administrador	Administración	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 2:30 pm
Jefe de Producción	Producción	8:00 am - 5:00 pm	9:00 am - 2:30 pm
Operario	Producción	8:00 am - 5:00 pm	9:00 am - 2:30 pm

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VI

Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada

a. Criterios.

El criterio que se utilizará para el proyecto está basado en la cantidad de maquinaria necesaria para la producción de las galletas. Se hará la adquisición de 1 horno con capacidad de 24 bandejas para galletas y de una amasadora que tiene una capacidad de 44 kg.

b. Cálculos.

Amasadora

Descripción	# de bols	Capacidad Masa Kg	Tiempo de amasado (minutos)	Producción de galletas x hora
Amasadora	1	44	20	4400

Nota: 44kg de masa corresponden a 44,000 gramos. Cada galleta tiene un peso de 12.44 gramos.

Producción de galletas x hora	Días x mes	L-V hrs	Sáb hrs	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
4400	24	8	5	1	4,224,000	50,688,000

Horno

Descripción	Número bandejas	Capacidad galletas x bandeja	Capacidad total x horneada	Tiempo de horneado	Temperatura de cocción	Producción x hora
Horno Baby	24	150	3600	20	150° C	10800

Nota: El horno viene con 12 bandejas pero es adaptable a 24 bandejas.

Producción x hora	Días x mes	L-V hrs	Sáb hrs	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
10800	24	8	5	1	10,368,000	124,416,000

Figura 108. Capacidad de horno y amasadora. Elaboración Propia

Se va a considerar la capacidad del horno como la capacidad instalada del proyecto.

6.1.2. Capacidad utilizada

a. Criterios.

Hemos establecido la capacidad utilizada en función a la MOD asignada a nuestro proyecto que son 4 operarios y el horario de trabajo que son jornadas de lunes a viernes de 8 horas y los sábados de 9 a 1:00 pm.

b. Cálculos.

Descripción	# de bolws	Capacidad Masa Kg	Tiempo de amasado (minutos)	Producción de galletas x hora
Amasadora	1	44	20	3537

Nota: 44kg de masa corresponden a 44,000 gramos. Cada galleta tiene un peso de 12.44 gramos.

Producción de galletas x hora	Días x mes	Jornada laboral x día L-V	Jornada Laboral Sáb hrs	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
3537	24	8	5	1	3,395,498	40,745,981

Horno Baby

Descripción	Número bandejas	Capacidad galletas x bandeja	Capacidad total x horneada	Tiempo de horneado (minutos)	Temperatura de cocción	Producción x hora
Horno Baby	12	150	1800	20	150° C	5400

Nota: El horno viene con 12 bandejas pero es adaptable a 24 bandejas.

Producción x hora	Días x mes	Jornada laboral x día L-V	Jornada Laboral Sáb hrs	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
5400	24	8	5	1	5,184,000	62,208,000

Figura 109. Capacidad utilizada. Elaboración Propia

c. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Para considerar la capacidad instalada de nuestro proyecto hemos realizado los cálculos respectivos y hemos obtenido que el porcentaje de utilización de la capacidad instalada de nuestro proyecto es: El 25% para un operario.

6.1.3. Capacidad máxima

a. Criterios.

El nivel de producción en la capacidad máxima se consideran 30 días calendarios, 3 turnos de 8 horas cada uno, los 365 días del año. La obtención de estos datos nos permite conocer cuáles son los recursos utilizados y poder optimizar el uso de los mismos.

b. Cálculos.

Horno Baby					
Producción x horno hora	Días x mes	Jornada laboral x día	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
10800	30	24	3	23,328,000	279,936,000

Amasadora					
Producción x horno hora	Días x mes	Jornada laboral x día	Turnos al día	Total mensual de galletas	Total anual de galletas
4400	30	24	3	9,504,000	114,048,000

Figura 110. Capacidad máxima del horno y amasadora. Elaboración Propia.

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

Para empezar el proceso de producción iniciamos con el diagrama de flujo de compras de materia prima.

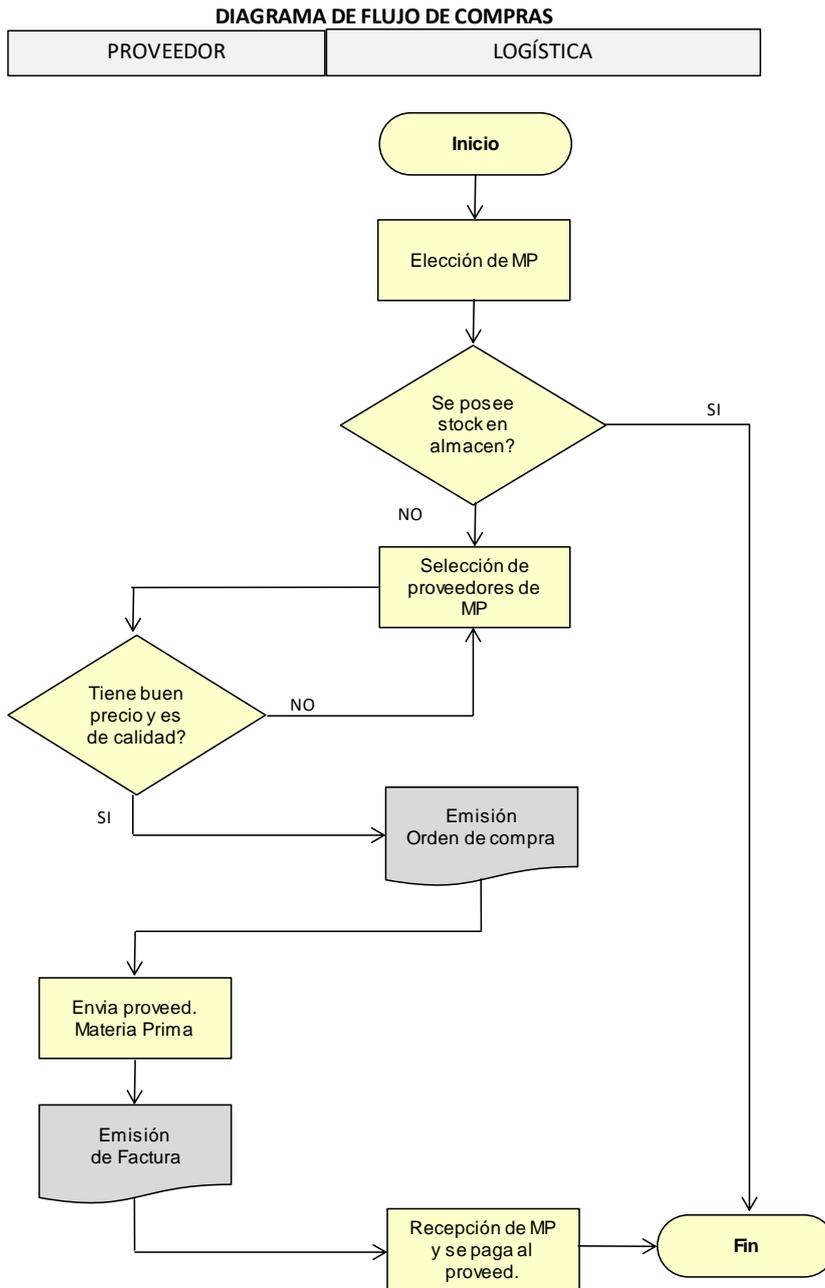


Figura 111. Diagrama de Flujo de Compras de Materia Prima. Elaboración Propia.

El proceso para la elaboración de nuestras galletas lo detallamos en el siguiente cuadro.

Proceso	Descripción	Tiempo (expresado en minutos)
Producción		
Pesaje materia prima	Se pesan las harinas de arroz, quinua, plátano, azúcar, conservante y huevos, se debe tener en cuenta que cada ingrediente tiene diferente pesaje	15
Mezclado ingredientes	Se colocan en la amasadora todos los ingredientes	10
Amasado	La amasadora mezcla todos los ingredientes	20
Estirado de la masa	Se coloca la masa en la laminadora para obtener la masa estirada con un espesor parejo de 5mm	10
Corte de la masa con moldes	Se coloca la masa estirada en una mesa de corte para pasar los cortadores y obtener la forma redonda	5
Colocación en bandejas	Se coloca cada disco cortado en distribución uniforme en las bandejas para llevar al horno	10
Colocación de bandejas en horno	Se acomodan las bandejas en el horno (13 bandejas)	6
Cocción de las galletas en horno	Se precaliente el horno para la cocción a una temperatura de 150° C y se hornea	20
Enfriado	Se sacan las galletas del horno y se colocan las bandejas en un carro para su enfriado	30
Empaquetado		
Empaquetado bolsas	Se llevan los carros con las galletas a la sección empaquetado en bolsas foil (2 x bolsa)	2
Empaquetado caja	Se colocan 12 bolsitas con 2 galletas dentro en la caja de cartoncillo para su pegado	3
Almacen de PT	Se llevan las cajas al área de productos terminados para su almacenamiento	5
Tiempo total de producción y empaquetado		136
		<u>2 horas y 26'</u>

Figura 112. Proceso de producción de galletas. Elaboración Propia

En el siguiente flujograma se detalla el proceso de la distribución y entrega de nuestro producto al cliente (Wong).

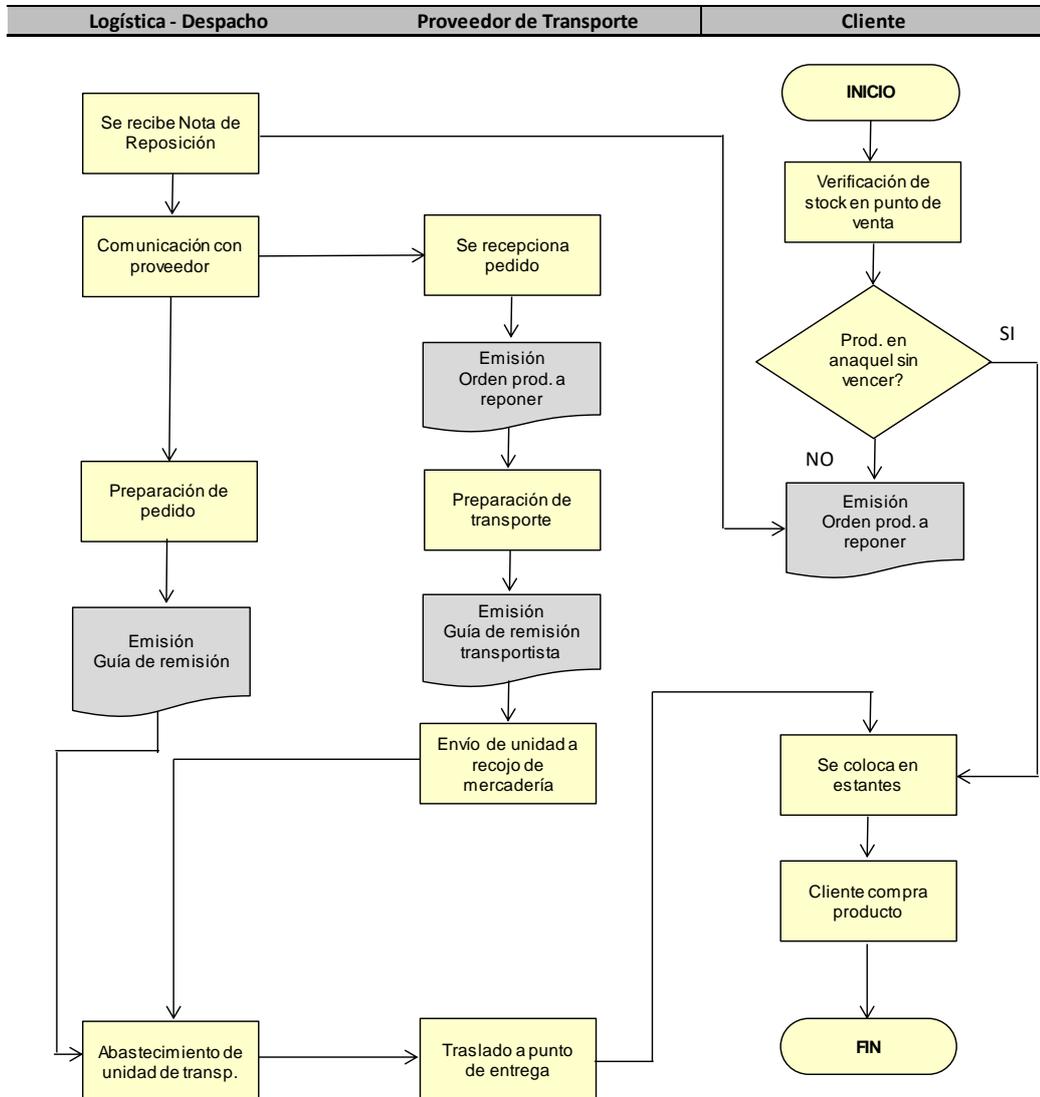


Figura 113. Flujograma de entrega de productos terminados. Fuente: Elaboración Propia.

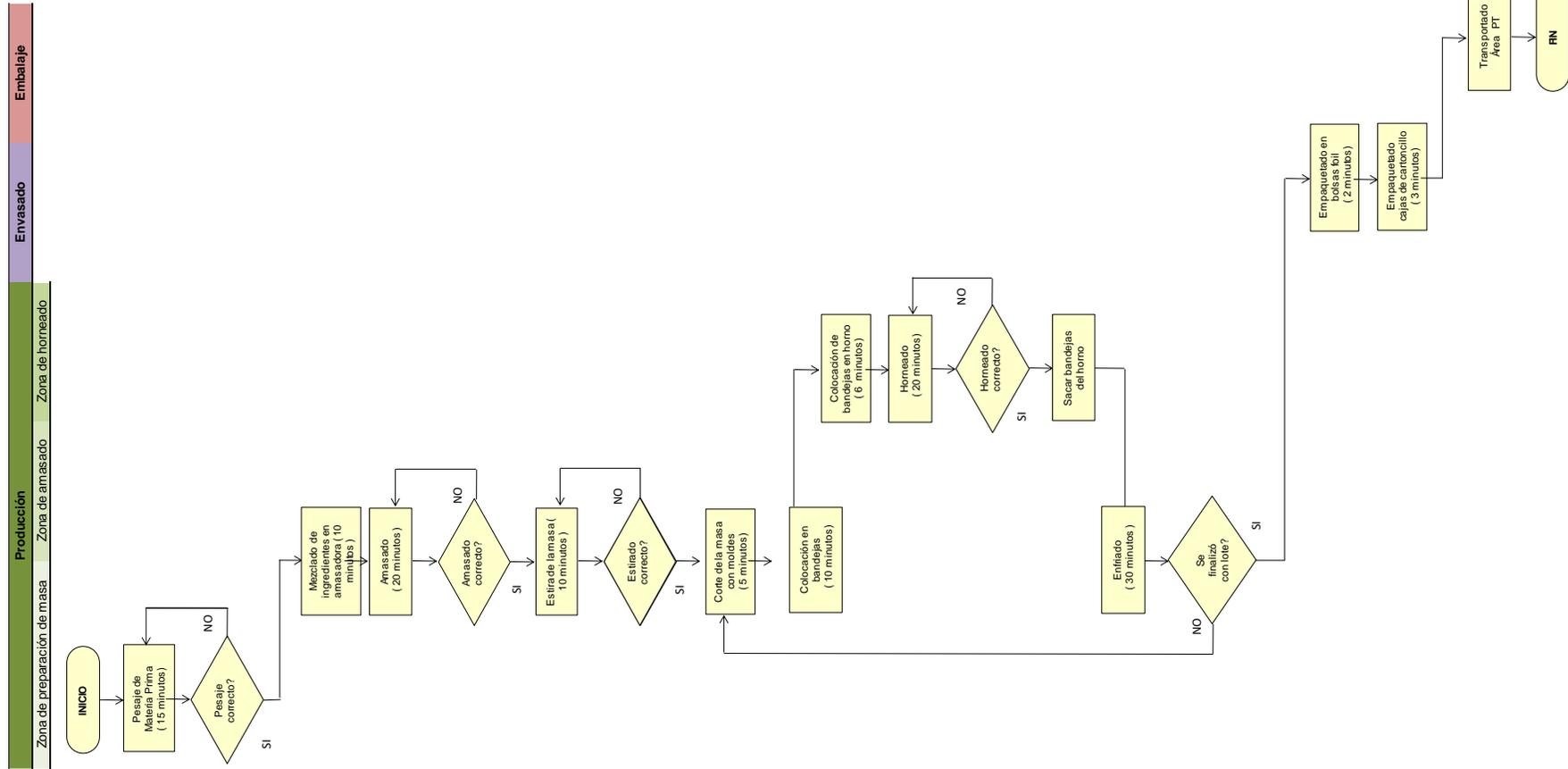


Figura 114. Diagrama de Flujo de producción de galletas. Elaboración Propia.

6.2.2. Programa de producción.

Para realizar nuestro Programa de Producción vamos a tomar como dato principal la demanda de nuestro producto que obtuvimos de las encuestas, el cual tenemos calculado para los 5 años del horizonte de nuestro proyecto. Hemos considerado que en el año 0 que será el año 2019 se empiece la producción en el mes de octubre para poder realizar el Sampling que se realizará en noviembre y En los meses de Julio a septiembre de todos los años hemos calculado que es porcentaje de demanda de nuestro proyecto es mucho mayor.

Tabla 76

Producción por Año 2019 (Año 0)

Cajas		
Demanda Año 2019	%	0
Sampling		6275
Merma	5%	314
Inventario Final PT	30%	1883
Inventario Inicial		0
Total de unidades		8471

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 77

Programa de Producción Año 1.

Año 2020	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Demanda Mensual	18,327	18,327	18,327	18,327	18,327	18,327	21,414	21,414	21,414	19,099	19,099	19,099	231,504
Sampling 5%	916	916	916	916	916	916	1,071	1,071	1,071	955	955	955	11,575
Merma 3%	550	550	550	550	550	550	642	642	642	573	573	573	6,945
Inv. final PT 10%	1,833	1,833	1,833	1,833	1,833	1,833	2,141	2,141	2,141	1,910	1,910	1,910	23,150
Inv. Inicial PT 10%	-1,883	-1,833	-1,833	-1,833	-1,833	-1,833	-1,833	-2,141	-2,141	-2,141	-1,910	-1,910	-23,123
Total de Unidades	19,744	19,794	19,794	19,794	19,794	19,794	23,436	23,127	23,127	20,395	20,627	20,627	250,051

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 78

Programa de Producción Año 2.

Año 2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Demanda Mensual	19,449	19,449	19,449	19,449	19,449	19,449	22,725	22,725	22,725	20,268	20,268	20,268	245,674
Sampling 4%	778	778	778	778	778	778	909	909	909	811	811	811	9,827
Merma 3%	583	583	583	583	583	583	682	682	682	608	608	608	7,370
Inv. final PT 10%	1,945	1,945	1,945	1,945	1,945	1,945	2,272	2,272	2,272	2,027	2,027	2,027	24,567
Inv. Inicial PT	-1,910	-1,945	-1,945	-1,945	-1,945	-1,945	-1,945	-2,272	-2,272	-2,272	-2,027	-2,027	-24,450
Total de Unidades	20,846	20,811	20,811	20,811	20,811	20,811	24,643	24,316	24,316	21,441	21,687	21,687	262,988

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 79

Programa de Producción Año 3.

Año 2022	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Demanda Mensual	20,842	20,842	20,842	20,842	20,842	20,842	24,352	24,352	24,352	21,720	21,720	21,720	263,267
Sampling 3%	625.26	625.26	625.26	625.26	625.26	625.26	730.57	730.57	730.57	651.59	651.59	651.59	7,898
Merma 3%	625	625	625	625	625	625	731	731	731	652	652	652	7,898
Inv. final PT 10%	2,084	2,084	2,084	2,084	2,084	2,084	2,435	2,435	2,435	2,172	2,172	2,172	26,327
Inv. Inicial PT	-2,027	-2,084	-2,084	-2,084	-2,084	-2,084	-2,084	-2,435	-2,435	-2,435	-2,172	-2,172	-26,182
Total de Unidades	22,150	22,092	22,092	22,092	22,092	22,092	26,164	25,813	25,813	22,759	23,023	23,023	279,208

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 80

Programa de Producción Año 4

Año 2023	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Demanda Mensual	22,551	22,551	22,551	22,551	22,551	22,551	26,349	26,349	26,349	23,501	23,501	23,501	284,859
Sampling 2%	451	451	451	451	451	451	527	527	527	470	470	470	5,697
Merma 3%	677	677	677	677	677	677	790	790	790	705	705	705	8,546
Inv. final PT 10%	2,255	2,255	2,255	2,255	2,255	2,255	2,635	2,635	2,635	2,350	2,350	2,350	28,486
Inv. Inicial PT	-2,172	-2,255	-2,255	-2,255	-2,255	-2,255	-2,255	-2,635	-2,635	-2,635	-2,350	-2,350	-28,308
Total de Unidades	23,762	23,679	23,679	23,679	23,679	23,679	28,047	27,667	27,667	24,391	24,676	24,676	299,280

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 81

Programa de Producción Año 5.

Año 2024	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Demanda Mensual	24,635	24,635	24,635	24,635	24,635	24,635	28,785	28,785	28,785	25,673	25,673	25,673	311,185
Sampling 1%	246	246	246	246	246	246	288	288	288	257	257	257	3,112
Merma 3%	739	739	739	739	739	739	864	864	864	770	770	770	9,336
Inv. final PT 10%	2,464	2,464	2,464	2,464	2,464	2,464	2,878	2,878	2,878	2,567	2,567	2,567	31,118
Inv. Inicial PT 10%	-2,350	-2,464	-2,464	-2,464	-2,464	-2,464	-2,464	-2,878	-2,878	-2,878	-2,567	-2,567	-30,901
Total de Unidades	25,734	25,621	25,621	25,621	25,621	25,621	30,351	29,936	29,936	26,388	26,700	26,700	323,849

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 82

Programa de Producción Consolidado.

Programa de Producción Consolidado						
	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Cajas de Galletas	8,471	250,051	262,988	279,208	299,280	323,849
TOTAL	8,471	250,051	262,988	279,208	299,280	323,849

Fuente: Elaboración Propia

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Se muestra la cantidad de materia prima para la elaboración de una muestra de 50 galletas.

Tabla 83

Receta para elaborar 50 galletas.

	Materia prima	Cantidad	Unidad	Costo unitario
MATERIA PRIMA	Harina de plátano	96	gramos	1.152
	Harina de arroz	48	gramos	0.432
	Harina de Quinoa	9.6	gramos	0.085
	Margarina	48	gramos	0.256
	Azúcar impalpable	48	gramos	0.158
	Huevo	0.48	unidad	0.002
INSUMOS	Ácido Cítrico Anhidro	0.30	gramos	0.00040
	Caja de cartoncillo	1	unidad	0.50
	Bolsitas de aluminio	12	unidad	0.08
	Caja de cartón para distribución	0.05	cajas	0.1075
Total utilizado para 1 caja de galletas (24 unidades)				s/ 2.77

Fuente: Elaboración Propia

Se detalla la presentación de la materia prima e insumos para la elaboración de las galletas.

Tabla 84

Presentación de materia prima e insumos para elaboración de galletas

Consolidado de Materia Prima (Kg o Unid.)							
Descripción	Unid. Medida	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Harina de plátano	Kg	862	24,303	25,504	27,078	29,026	31,410
Harina de arroz (Perú)	Kg	431	12,152	12,752	13,539	14,513	15,705
Harina de Quinoa	Kg	86	2,430	2,550	2,708	2,903	3,141
Margarina (Laive)	Kg	431	12,152	12,752	13,539	14,513	15,705
Azúcar impalpable	Kg	431	12,152	12,752	13,539	14,513	15,705
Huevo	Kg	4	127	122	135	145	157
Ácido Cítrico Anhidro	Kg	3	76	79	84	90	98
Caja de cartoncillo	Unid.	8,980	253,160	265,671	282,067	302,355	327,189
Bolsitas de aluminio	Unid.	107,754	3,037,916	3,188,049	3,384,804	3,628,264	3,926,270
Caja de cartón para distribución	Unid.	449	12,658	13,284	14,103	15,118	16,359

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 85

Programa de compras – Precios.

Programa de compras - precios							
Ítem	Descripción	Unidad de compra	Costo s/. sin igv x kilo (o unid)	Costo s/. Unidad de compra		Octubre noviembre y diciembre	
1	Harina de plátano	Bolsa de 25 kilos	6.90	172.50	S/	5,948.04	
2	Harina de arroz	Bolsa de 25 kilos	4.20	105.00	S/	1,810.27	
3	Harina de Quinoa	Bolsa de 25 kilos	12.30	307.50	S/	1,060.30	
4	Margarina	Caja x 6 unidades	14.50	87.00	S/	6,249.75	
5	Azúcar impalpable	Bolsa por 25 kilos	2.50	62.50	S/	1,077.54	
6	Huevo	Caja por 10 kilos	4.49	44.90	S/	19.35	
8	Ácido Cítrico Anhidro	Kilos	1.35	33.75	S/	3.62	
7	Caja de cartoncillo	Millar	0.50	500	S/	4,489.76	
9	Bolsitas de aluminio	Millar	0.03	30	S/	3,232.63	
10	Caja de distribución (para 20 cajitas)	Millar	2.15	2150	S/	965.30	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 86

Valorización de Materia Prima.

Valorizado de materia prima												
Descripción	2019		2020		2021		2022		2023		2024	
Harina de plátano		5,948		167,693		175,980		186,841		200,280		216,730
Harina de arroz (Perú)		1,810		51,037		53,559		56,865		60,955		65,961
Harina de Quinoa		1,060		29,893		31,370		33,306		35,702		38,634
Margarina		6,250		176,199		184,907		196,319		210,439		227,724
Azúcar impalpable		1,078		30,379		31,880		33,848		36,283		39,263
Huevo		19		571		547		608		652		705
Ácido Cítrico Anhidro		4		102		107		114		122		132
Caja de cartón cillo		4,490		126,580		132,835		141,034		151,178		163,595
Bolsitas de aluminio		3,233		91,137		95,641		101,544		108,848		117,788
Caja de cartón para distribución		965		27,215		28,560		30,322		32,503		35,173
Sub Total	S/	24,856.57	S/	700,806.39	S/	735,387.85	S/	780,800.46	S/	836,961.38	S/	905,704.83
IGV	S/	4,474.18	S/	126,145.15	S/	132,369.81	S/	140,544.08	S/	150,653.05	S/	163,026.87
Total (con IGV)	S/	29,330.75	S/	826,951.54	S/	867,757.66	S/	921,344.54	S/	987,614.43	S/	1,068,731.69

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

Para la elaboración del producto la maquinaria que se necesita es indispensable, y que estas posean alta resistencia y durabilidad a lo largo de la vida útil de nuestro proyecto.

Maquinaria para AREA DE PRODUCCIÓN				Año 0 2019 2%	
Nombre - Marca	Características	#	PVU	Sub Total	
Amasadora MECNOSUD SP80Mecnosud (Italia) Prov. Maquipan	- Acero Inoxidable - Dimensiones: Ancho 84.2cm, Fondo 53 cm, Alto 77 cm. Capacidad: Masa 44 Kg, Harina 25 Kg. - Peso de la máquina: 110 Kg.	1	31716.63	31716.63	
COMBO HORNO BABY PARA 12 BANDEJAS 60X40 Zucchelli (Italia) Prov. Maquipan	- 12 bandejas (adaptado 24 bandejas) - Acero Inoxidable - Dimensiones: 98cm x 1,50 m x 1,47 m Producc x Hr Aprox. 48 Kg/960 Pan. - Peso de la máquina: 450 Kg.	1	51837.282	51837.282	
Laminadora Rondocomat Sobremeson Prov. Maquipan	- Máxima precisión, hasta 0,5 mm de espesor de masa. - Dimensiones: 96,5 cm x 1,56 m x 50 cm. Peso de la máquina: 80 Kg.	1	11149.45	11149.45	
			Sub Total	S/	94,703.36
				IGV	S/ 17,046.61
			Total	S/	111,749.97

Nota: No se reemplazan estos equipos durante los 5 años del proyecto.

Figura 115. Máquinas para la producción de galletas. Elaboración Propia.

6.3.2. Equipos.

Para las actividades de la empresa necesitamos equipos tanto para el área de productiva como el área de oficinas, detallamos a continuación.

Equipos de Oficina			Año 0
			2019
			2%
Descripción	#	PVU	PCT
Impresora de tinta HP Officejet	1	316.95	316.95
Computadora Advance Vission	4	1,050.00	4,200.00
TV Advance ADV19N00D, 19"	1	277.12	277.12
Rack para Monitor TV	1	33.05	33.05
Teléfonos Digitales VTECH VTC500	3	38.98	116.95
Skyphone - Central telefónica	1	448.31	448.31
Sistema de Videovigilancia Hikvision	1	4,067.80	4,067.80
Telefonía celular	4	381.36	1,525.42
		Sub Total S/	10,985.59
		IGV S/	1,977.41
		Total S/	12,963.00

Figura 116. Equipos de Oficina. Elaboración Propia.

También se consideran balanzas para el correcto pesaje de la materia prima, una balanza para el área de recepción de materia prima para verificar que el peso sea real al que nos están vendiendo y por otro lado una balanza para el pesaje de la materia prima para la elaboración de las galletas en el área de producción.

Equipos de Pesado			Año 0
MATERIA PRIMA			2019
Descripción	#	PVU	Sub Total
Balanza Electrónica Digital	1	726	726
Balanza Electrónica Digital 2056	1	1815	1815
		Sub Total S/	2,541.00
		IGV 18% S/	457.38
		TOTAL S/	2,998.38

Nota: No se reemplazan estos equipos durante los 5 años del proyecto.

Figura 117. Equipos de medición para área de almacén de MP y área de producción. Elaboración Propia.

6.3.3. Utensilios.

Debido al uso constante de los utensilios se consideran que estos sean reemplazados en tiempos más cortos.

UTENSILIOS ÁREA PRODUCCIÓN			Año 0 2019 2%
Descripción	#	PCU	PCT
Coladores de metal	12	10.17	122.03
Paletas de plástico	10	8.00	80.00
Blow amasadora	0	1200.00	0.00
Bandejas para horno	0	12.71	0.00
Bolw mezcla de acero inoxidable 4.75lt	3	11.78	35.34
Bolw mezcla de acero inoxidable 2.85lt	3	8.39	25.17
Bolw mezcla de acero inoxidable 1.9lt	3	5.85	17.54
Moldes redondos de acero inoxidable	10	38.14	381.36
Escurridor para bandejas	4	63.56	254.24
Sub Total			S/ 915.68
			IGV S/ 164.82
Total			S/ 1,080.50

Figura 118. Utensilios para el área de producción. Elaboración Propia.

6.3.4. Mobiliario.

Hemos considerado mobiliario de oficina y mobiliario para el área de producción, detallamos a continuación:

MOBILIARIO PARA ÁREA DE PRODUCCIÓN			Año 0 2019 2%
Descripción	#	PVU	Sub Total
Mesas con nivel inferior de acero inoxidable.	3	1716.00	5148.00
Mesa de trab. Mural con 2 niv. Superior	1	1834.80	1834.80
Tachos de basura - 75lt	2	101.61	203.22
Reloj de Pared	1	21.19	21.19
Lavadero de acero inoxidable	1	2356.20	2356.20
Taburetes directorios	5	67.71	338.56
BC Coller Gellator 290lt	2	1100.85	2201.69
Carro portabandejas	2	1346.40	2692.80
SubTotal			S/ 14,796.46
			IGV 18% S/ 2,663.36
Total			S/ 17,459.82

Figura 119. Mobiliario de Área de Producción. Elaboración Propia.

Se considera de acuerdo a la jornada laboral un área de comedor con todas las facilidades, se detalla a continuación:

MOBILIARIO PARA COMEDOR			Año 0 2019 2%
Descripción	#	PVU	Sub Total
Mesa redonda 80 cm + 4 sillas	3	168.64	505.93
Refrigeradora 138L Electrolux	1	592.37	592.37
Microondas 20L Recco	1	169.41	169.41
Hervidor 1.2 L Imaco	1	46.53	46.53
Monitor TV Advance ADV19N00D, 19"	1	277.12	277.12
Rack para Monitor TV	1	33.05	33.05
Menaje de cocina	1	42.37	42.37
Estante	1	67.71	67.71
SubTotal S/			1,734.49
IGV 18% S/			312.21
Total S/			2,046.70

Figura 120. Mobiliario de Área de Comedor. Elaboración Propia.

MOBILIARIO PARA OFICINA			Año 0 2019 2%
Descripción	#	PVU	Sub Total
Escritorios de oficina plus 4 cajones	4	457.54	1830.17
Sillas Giratorias	4	203.31	813.22
Estantes modulares	4	288.05	1152.20
Mesa de Reuniones	1	846.61	846.61
SubTotal S/			4,642.20
IGV 18% S/			835.60
Total S/			5,477.80

Figura 121. Equipos de Oficina. Elaboración Propia.

6.3.5. Útiles de Oficina

Para realizar las actividades propiamente dichas de la empresa es necesario adquirir útiles de oficina de manera mensual para tener todo a la mano en caso de necesitarlo. Se adquirirán las mismas en diferentes supermercados en función a ofertas que se puedan encontrar para pagar un precio más bajo por estos artículos.

ÚTILES DE OFICINA			Año 0
De Octubre a Diciembre			2019
Descripción	#	PU sin IGV	Sub Total
Bolígrafo 031 x 6 (4 Azules Y 2 Negros)	1	3.64	3.64
Lápiz 2B Amarillo Con Borrador x 3 und. Vinifan	2	2.46	4.92
Borrador Blanco Chico x 2und.	3	1.53	4.58
Mini Resaltadores Maped	1	10.59	10.59
Marcador Pizarra Acrimax A123 - Estuche x 4 und.	1	6.27	6.27
Corrector Punta Metal	5	1.61	8.05
Separador A-4 x 10 Colores	1	10.76	10.76
Archivador Revistero Negro	5	11.19	55.93
Pizarra Laminada Blanca 0.40 x 0.60 mt.	2	20.17	40.34
Archivador Cartón Oficio. AZ-45 con Caja Negro	5	3.98	19.92
Sobre Manila A-4 (Pack x 50)	1	8.22	8.22
Cuchillas 18Mm	5	2.20	11.02
Cinta Adhesiva 1/2 Pulgadas x 16 yds. Cristal	1	3.98	3.98
Etiqueta Para File 23.5 x 76cm. Blanco	1	1.61	1.61
Binder Doble Clip De 1 1/4 Pulgadas 32mm	1	2.46	2.46
Clips # 1 (Caja x 100)	1	0.68	0.68
Clips Mariposa Chico (Caja x 50)	2	2.80	5.59
Fastener Anticorte Caja x 50und.	1	5.25	5.25
Notas Adhesivas 3x3 Pulgadas Neón x 500 H	1	16.02	16.02
Engrapador 22H M-515 - Azul	5	7.54	37.71
Grapas 26/6 (Caja x 5000)	1	2.03	2.03
Sacagrapa	5	1.19	5.93
Dispensador x 36 Yardas. OVE	1	5.76	5.76
Perforador 10 Hojas Escolar. OVE	5	4.36	21.82
Borrador Para Pizarra Blanca	2	1.86	3.73
Tijera 5 Pulgadas Mango Naranja	5	1.27	6.36
Cuaderno De Cargo 200 Hojas	1	6.02	6.02
Libro Reclamaciones 50 Folios (150 H)	1	18.73	18.73
Cuaderno Anillado A-4 180 H Cuadrulado	5	13.47	67.37
Papel Fotocopia 75Gr A-4 (Pack x 500)	2	8.64	17.29
Porta Notas+Lapiz+Clips Negro	5	12.46	62.29
Tampon para Huella Precious	1	2.46	2.46
Pegamento En Barra x 40Gr Faber Fix	1	3.47	3.47
		SubTotal	S/480.81
		IGV 18%	S/86.54
		Total	S/567.35

Figura 122. Útiles de oficina. Elaboración Propia.

6.3.6. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Para la planta se ha considerado realizar mantenimientos semestrales a los equipos de electrónicos de las diferentes áreas de la empresa con la finalidad de que estos perduren a lo largo de la vida útil del proyecto que son 5 años y que permitan tener un flujo de trabajo constante sin contratiempos.

Descripción	Frec. De Mtto	Cantidad de equipos	Precio Unitario sin IGV	Costo total sin IGV
Equipos de Oficina				S/ 290.00
Impresora de tinta HP Officejet	Anual	1	50	50
Computadora Advance Vission	Anual	4	60	240
Elementos de seguridad				S/ 133.12
Extintores PQS ABC 12 kg Indexsa	Anual	2	63.56	127.12
Lámpara de Emergencia 14 LED Opalux	Anual	6	1	6
Maquinaria de Producción				S/5,922.20
Amasadora Mecnosud SP80	Semestral	1	951.50	1903.00
Horno Baby	Semestral	1	1555.12	3110.24
Laminadora Rondocomat Sobremesón	Semestral	1	334.48	668.97
BC Coller Gellator 290lt	Anual	2	120	240
Equipos de Pesado de Materia Prima				S/ 280.00
Balanza Electrónica Digital	Semestral	1	60	120
Balanza Electrónica Digital 2056	Semestral	1	80	160
Sub Total				S/6,625.32
IGV 18 %				S/1,192.56
Total				S/7,817.88

Figura 123. Mantenimiento de maquinaria de Producción. Elaboración Propia.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2020	2021	2022	2023	2024
	2.80%	2.80%	2.80%	2.80%	2.80%
Equipos de Oficina					
Impresora de tinta HP Officejet	51.40	52.84	54.32	55.84	57.40
Computadora Advance Vission	246.72	253.63	260.73	268.03	275.54
Elementos de seguridad					
Extintores PQS ABC 12 kg Indexsa	130.68	134.34	138.10	141.97	145.94
Lámpara de Emergencia 14 LED Opalux	6.17	6.34	6.52	6.70	6.89
Maquinaria de Producción					
Amasadora Mecnosud SP80	1956.28	2011.06	2067.37	2125.25	2184.76
Horno Baby	3197.32	3286.85	3378.88	3473.49	3570.75
Laminadora Rondocomat Sobremesón	687.70	706.95	726.75	747.10	768.02
BC Coller Gellator 290lt	246.72	253.63	260.73	268.03	275.54
Equipos de Pesado de Materia Prima					
Balanza Electrónica Digital	123.36	126.81	130.36	134.02	137.77
Balanza Electrónica Digital 2056	164.48	169.09	173.82	178.69	183.69
Sub Total	S/6,810.83	S/7,001.53	S/7,197.58	S/7,399.11	S/7,606.28
IGV 18%	S/1,225.95	S/1,260.28	S/1,295.56	S/1,331.84	S/1,369.13
TOTAL	S/8,036.78	S/8,261.81	S/8,493.14	S/8,730.95	S/8,975.41

Figura 124. Proyección anual de servicio de mantenimiento. Elaboración Propia.

6.3.7 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Es importante que los utensilios del área de producción se repongan para garantizar el perfecto estado del área, así como de la elaboración de las galletas.

UTENSILIOS ÁREA PRODUCCIÓN			Año 1 2020 2.80%	Año 2 2021 2.80%	Año 3 2022 2.80%	Año 4 2023 2.80%	Año 5 2024 2.80%
Descripción	#	PVU	PVU	PVU	PVU	PVU	PVU
Coladores de metal	12	122.03		128.96		136.29	
Paletas de plástico	10	80.00		84.54		89.34	
Blow amasadora	1	1200.00			1303.65		
Bandejas para horno	24	305.08			331.44		
Bolw mezcla de acero inoxidable 4.75lt	3	35.34			38.39		
Bolw mezcla de acero inoxidable 2.85lt	3	25.17			27.34		
Bolw mezcla de acero inoxidable 1.9lt	3	17.54			19.06		
Moldes redondos de acero inoxidable	10	381.36			414.30		
Escurreidor para bandejas	4	254.24		268.67		283.93	
Sub Total			S/ 482.18	S/ 482.18	S/ 2,134.17	S/ 509.56	
IGV 18%			S/ 86.79	S/ 86.79	S/ 384.15	S/ 91.72	
Total			S/ 568.97	S/ 568.97	S/ 2,518.32	S/ 601.28	

Figura 125. Utensilios Área de Producción. Elaboración Propia.

6.3.8 Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

Consideramos para tener el correcto funcionamiento de nuestra empresa y de las diferentes áreas realizar compras posteriores de maquinaria para reemplazar la que ya está obsoleta o presenta desgaste para evitar errores en la producción así como errores y fallas en las oficinas.

Estas máquinas usadas se las venderá para obtener un ingreso extra.

Descripción	#	Precio Costo Unitario	Precio Costo Total	Año 1 2020 2.80%	Año 2 2021 2.80%	Año 3 2022 2.80%	Año 4 2023 2.80%	Año 5 2024 2.80%
Útiles de Oficina						S/ 291.34		
Archivador Revistero Negro	5	55.93	279.66			60.76		
Archivador Plástificado	5	19.92	99.58			21.64		
Engrapador 22H M-515 - Azul	5	37.71	188.56			40.97		
Sacagrapa	5	5.93	29.66			6.44		
Dispensador x 36 Yardas. OVE	1	5.76	5.76			6.26		
Perforador 10 Hojas Escolar. OVE	5	21.82	109.11			23.71		
Borrador Para Pizarra Blanca	2	3.73	7.46			4.05		
Tijera 5 Pulgadas Mango Naranja	5	6.36	31.78			6.90		
Cuchillas 18Mm	5	11.02	55.08			11.97		
Tampon para Huella Precious	1	2.46	2.46			2.67		
Cuaderno De Cargo 200 Hojas	1	6.02	6.02			6.54		
Fastener Anticorte Caja x 50und.	2	10.51	21.02			11.42		
ACRIMET PORTA NOTAS+LAPIZ+CLIPS	5	62.29	311.44			67.67		
Libro Reclamaciones 50 Folios (150 H)	1	18.73	18.73			20.35		
Artículos para habilitación de baños y limpieza					S/ 505.91		S/ 534.64	
Carro escurridor mopa 30L	2	127.03	254.07		134.25		141.87	
Cartel de advertencia 65 cm	2	42.20	84.41		44.60		47.13	
Balde de plástico 15L + mopa	2	101.53	203.05		107.29		113.38	
Dispensador de papel	2	93.05	186.10		98.33		103.92	
Dispensador de papel higiénico	2	76.10	152.20		80.42		84.99	
Dispensador de jabón	2	38.81	77.63		41.02		43.35	

Equipos de Oficina				S/ 5,606.79				
Impresora de tinta HP Officejet	1	316.95	316.95			344.33		
Computadora Advance Vision	5	4533.90	22669.49			4925.51		
Monitor TV Advance ADV19N00D, 19"	1	277.12	277.12			301.05		
Rack para Monitor TV	1	33.05	33.05			35.91		
Equipos de Seguridad				S/ 71.47		S/ 75.53		
Botiquín de primeros auxilios Rimax	2	39.9	79.8		71.47		75.53	
Uniformes de Producción y Limpieza				S/ 1,048.07		S/ 1,077.42		S/ 1,107.59
				S/ 1,138.60		S/ 1,170.48		
Camisas tipo chef talla S y M	10	20.00	200	246.72	253.63	260.73	268.03	275.54
Pantalón de drill talla S y M	10	35.00	350	431.76	443.85	456.28	469.05	482.19
Gorro de Tela	10	5.00	50	61.68	63.41	65.18	67.01	68.88
Mandiles blancos	10	15.00	150	185.04	190.22	195.55	201.02	206.65
Calzado crox par	5	18.00	90	18.50	19.02	19.55	20.10	20.67
Uniforme personal de limpieza	2			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Zapatos de seguridad personal de limpieza	2	50.76	101.53	104.37	107.29	110.29	113.38	116.56
Mobiliario para comedor				S/ 43.56		S/ 93.95		S/ 46.03
				S/ 99.28		S/ 48.65		
Hervidor 1.2 L Imaco	1	46.53	46.53		49.17		51.96	
Menaje de cocina	1	42.37	42.37	43.56	44.78	46.03	47.32	48.65
Mobiliario para Área de Producción				S/ 214.76		S/ 2,948.40		S/ 226.95
Tachos de basura - 75lt	2	101.61	203.22		214.76		226.95	
Reloj de Pared	1	21.19	21.19			23.02		
Carro portabandejas	2	1346.4				2925.39		
Mobiliario para área de prod, PT y MP				S/ 446.89		S/ 472.27		
Tacho Super Rey # 90 C/Tapa Limpia	10	42.29	422.88		446.89		472.27	
Equipos para envasado y sellado				S/ 690.82		S/ 1,044.32		S/ 1,103.62
				S/ 771.50				
Dispensador de cintas de embalaje	3	55.68	167.03		58.84		62.18	
Dispensador manual de Stretch Film	2	30.34	60.68		32.06		33.88	

Palets de madera	12	56.00	672	690.82	710.16	730.04	750.48	771.50
Pistola de cola termofusible	3	300.73	902.19		953.42		1007.56	
Porta palet - Stocka	1	0	0					
Utensilios de Producción				S/ 482.18	S/ 1,797.40	S/ 509.56		
Coladores de metal	12	10.17	122.03		128.96	132.57	136.29	
Paletas de plástico	10	8.00	80.00		84.54	86.91	89.34	
Blow amasadora	1	890.00	890.00		940.54	966.87	993.95	
Bandejas para horno	24	12.71	305.08		322.41	331.44	340.72	
Bolw mezcla de acero inoxidable 4.75lt	3	11.78	35.34		37.35	38.39	39.47	
Bolw mezcla de acero inoxidable 2.85lt	3	8.39	25.17		26.60	27.34	28.11	
Bolw mezcla de acero inoxidable 1.9lt	3	5.85	17.54		18.54	19.06	19.59	
Moldes redondos de acero inoxidable	10	38.14	381.36		403.01	414.30	425.90	
Escurreidor para bandejas	4	63.56	254.24		268.67	276.20	283.93	
				SubTotal S/ 1,782.45	S/ 3,936.90	S/ 10,689.97	S/ 4,160.45	S/ 1,990.62
				IGV 18% S/ 320.84	S/ 708.64	S/ 1,924.19	S/ 748.88	S/ 358.31
				Total S/ 2,103.29	S/ 4,645.54	S/ 12,614.16	S/ 4,909.33	S/ 2,348.94

Figura 126. Programa de compras para años posteriores.

6.4 Localización

La geo-localización del local será un factor importante en la implementación de la planta de producción ante lo cual se realizará un análisis para elegir la mejor zona, se pasa a explicar la elección en dos etapas, macro localización y micro localización, se realizará un análisis de ciertos factores críticos e indispensables para la elección de un local correcto para el proyecto.

6.4.1 Macro localización.

La provincia constitucional del Callao está conformada geográficamente: Callao (norte, centro, este y sur) y Callao, las cuales se analizarán como alternativas factibles. Se tomará en cuenta los factores de ubicación, seguridad, cercanía de avenida. La siguiente tabla muestra los factores de selección de zonas y su calificación:

Macro Localización		
Factor	Criterio	Valoración
Operación	O1 Fácil llegada de proveedores	16%
	O2 Logística efectiva para distribución del producto	17%
	O3 Factores Climáticos	7%
Laboral	L1 Evaluación de personal calificado	9%
	L2 Cultura Organizacional	6%
Estructura	E1 Servicios básicos de sanidad	22%
	E2 Servicios básicos de comunicación	9%
Personal	S1 Sanidad	9%
	S2 Seguridad Zonal	13%
	S3 Movilidad de Personal	10%

Figura 127. Macro localización del proyecto. Elaboración Propia.

Se realizó un análisis de los factores indicados en la tabla 127, los niveles de medición de los factores es 0 a 10 (donde 0 es deficiente, 5 es intermedio y 10 es bueno).

La Figura siguiente muestra los puntajes parciales asignados a cada alternativa por factor y su puntaje final. De acuerdo a los resultados, se eligió la alternativa con mayor puntaje: zona Callao.

Valoración Porcentual	16%	17%	7%	9%	6%	22%	9%	9%	13%	10%		
Factores	O1	O2	O3	L1	L2	E1	E2	S1	S2	S3	Puntaje	Ranking
Lima Norte	8	8	8	9	8	8	8	9	8	8	9.620	Sexto
Lima Residencial	9	8	8	9	9	8	9	8	9	8	9.970	Segundo
Lima Este	8	8	8	9	8	8	9	8	9	9	9.850	Cuarto
Lima Sur	8	7	8	8	8	9	9	9	8	9	9.770	Quinto
Lima Centro	9	8	9	9	8	8	8	8	8	9	9.860	Tercero
Callao	10	9	9	9	8	9	9	10	9	9	10.810	Primero

Figura 128. Valoración porcentual de ubicación del proyecto. Elaboración Propia.

Se tomó la decisión de alquilar el local ubicado en el Callao, lo que permitiría disponer de mayor inversión en la compra de materia prima, así como la implementación de la planta de producción.

6.4.2 Micro localización.

Se analizó la zona en que debería estar ubicada la planta de producción en la zona de Callao, ahora analizaremos el distrito y nos enfocaremos nos brindan las mejores condiciones, se requiere como mínimo un metraje mayor a 230 m², se enfocó en alguno de los distritos de la Zona Callao: Callao (Cercado), Bellavista, Carmen de La Legua-Reynoso, La Perla, La Punta, Ventanilla, Mi Perú. Los factores que se tomaron en cuenta son los siguientes:

Factor	Criterio	Valores Porcentuales
F1	Valor * metrado	0.41
F2	Estado de infraestructura	0.16
F3	Seguridad de la zona	0.28
F4	Ubicación	0.15
Resultado		1

Figura 129. Valor porcentual y criterios tomados en cuenta. Fuente: Elaboración Propia.

Luego de una búsqueda con los factores mencionados anteriormente, tenemos la siguiente lista de distritos, con ubicación y metraje.

Item	Ubicación Distrital	Tipo de local	Dimensiones
1	Callao (cercado)	Industrial	230 metros 2
2	Bellavista	Comercial	150 metros 2
3	La Perla	Semi-Industrial	200 metros 2
4	Carmen de la Legua	Comercial	120 metros 2
5	Ventanilla	Semi-Industrial	300 metros 2
Detallado	Local con servicios	Servicios básicos (agua, luz)	Techo alto, 2 baños, serenazgo
Precio de alquiler	22	24	20

Figura 130. Dimensiones, tipo de local y precio. Elaboración Propia.

Con la información detallada, precios, ubicación, extensión del local, se llegó a la conclusión siguiente:

- La empresa se ubicará en el local ubicado en la Provincia Constitucional del Callao en Callao Cercado - industrial. Ubicado en Av., Argentina 4846 - Callao. El Precio del alquiler mensual es de \$. 1,400 con contrato a 12 meses, 1 mes por adelantado y 2 meses por concepto de garantía.

- El local es de ladrillo y partes de concreto, incluye instalaciones eléctricas (focos y tomacorrientes, cuenta con baños por implementar (2), luz industrial, pozo a tierra, portón metálico y puerta ubicada en la misma avenida, no cuenta con estacionamiento, pero si con una cochera que será utilizada para la entrega y recepción de productos.

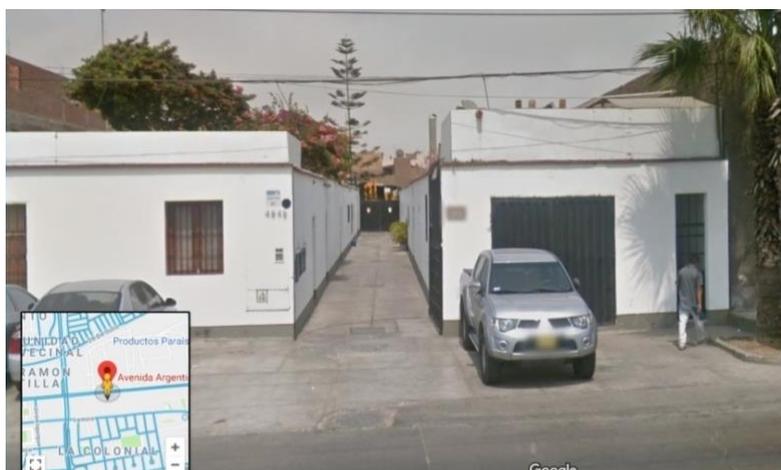


Figura 131. Localización del local. <https://maps.google.com/>

colocando cerámico adecuado para esta área, además se contará con 2 baños (hombres y mujeres).

- Datos de alquiler: Página de venta/alquiler de inmuebles - Urbania
- Monto indicado por agencia Urbania: \$. 1,400.00 Inc. IGV
- IGV: \$ 252
- Garantía por alquiler: \$. 2,800 dólares americanos (2 meses)

Refaccionamiento del local.

Para analizar los gastos que se cargaran a los costos, se consultó con varias empresas, en la que se optó por los precios del distribuidor Maestro. Adicionalmente se cotizó la mano de obra con la empresa de servicios múltiples Mq Servicios Generales (<http://www.mgserviciosgenerales.com>), y se optó por la empresa mencionada.

Tabla 87

Acondicionamiento del local

Gastos de adecuación				
Concepto	Cant.	Unid.	Precio Unit. Sin IGV	Precio total
Planos (arquitecto)	1			S/ 2,500.00
Instalación de tomacorrientes	15	Punto Eléct.	S/ 10.00	S/ 150.00
Tomacorrientes	15	Unid.	S/ 7.00	S/ 105.00
Instalación de iluminación y swith	18	Unid.	S/ 20.00	S/ 360.00
Juego de iluminación(flourecente)	18	Juego	S/ 35.00	S/ 630.00
Acondicionamiento SS.HH	2	Unid.	S/ 500.00	S/ 1,000.00
Pintura Inmueble	1	M2	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Mantenimiento de pozo a tierra	3	Unid.	S/ 650.00	S/ 1,950.00
Tapizón áreas adm.	25	metro lineal	S/ 22.00	S/ 550.00
Colocación alfombras areas adm.	25	metro lineal	S/ 20.00	S/ 500.00
Cambio de pisos	200	metro lineal	S/ 16.50	S/ 2,796.61
Instalación de pisos	150	metro lineal	S/ 30.00	S/ 4,500.00
Planchas de fibrocemento	25	plancha	S/ 57.30	S/ 1,432.50
Perfil e fijación de drywall	70	arcansas	S/ 25.00	S/ 1,750.00
Mano de obra (drywall)	1			S/ 3,500.00
			Subtotal	S/ 25,324.11
			IGV 18%	S/ 4,558.34
			Total	S/ 29,882.45

Fuente: Elaboración propia

Implementación del Almacén (Materia prima y productos terminados)

Se tomó en cuenta las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPA), para mantener en buen estado la materia prima como los insumos ante lo cual se debe contar con un sistema de aire acondicionado que nos ayudará a contar con la temperatura adecuada, dicha temperatura será controlada mediante un sensor digital.

6.4.4 Gastos de servicios.

Los gastos de servicios de detallan a continuación:

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Luz	6540	26160	26944.8	27753.14	28585.74	29443.31
Agua	3060	12240	12607.2	12985.42	13374.98	13776.23
Internet + Telefonía (Fija y Móvil)	2940	11760	12112.8	12476.18	12850.47	13235.98
Total	S/12,540.00	S/50,160.00	S/51,664.80	S/53,214.74	S/54,811.19	S/56,455.52

Figura 133. Gastos de servicios. Elaboración propia.

La empresa contará con servicios tercerizados de limpieza y logística para enfocarnos en la producción y no cargar el costo de implementar el proceso de la distribución del producto terminado.

Servicios de Limpieza

La empresa contratara un servís especializado en limpieza de plantas industriales para que se encargue de la limpieza de la planta de producción y áreas administrativas de la empresa.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Servicio de limpieza	S/ 2,640	S/ 10,560	S/ 10,877	S/ 11,203	S/ 11,539	S/ 11,885

Figura 134. Servicio tercerizado de limpieza. Elaboración Propia.

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

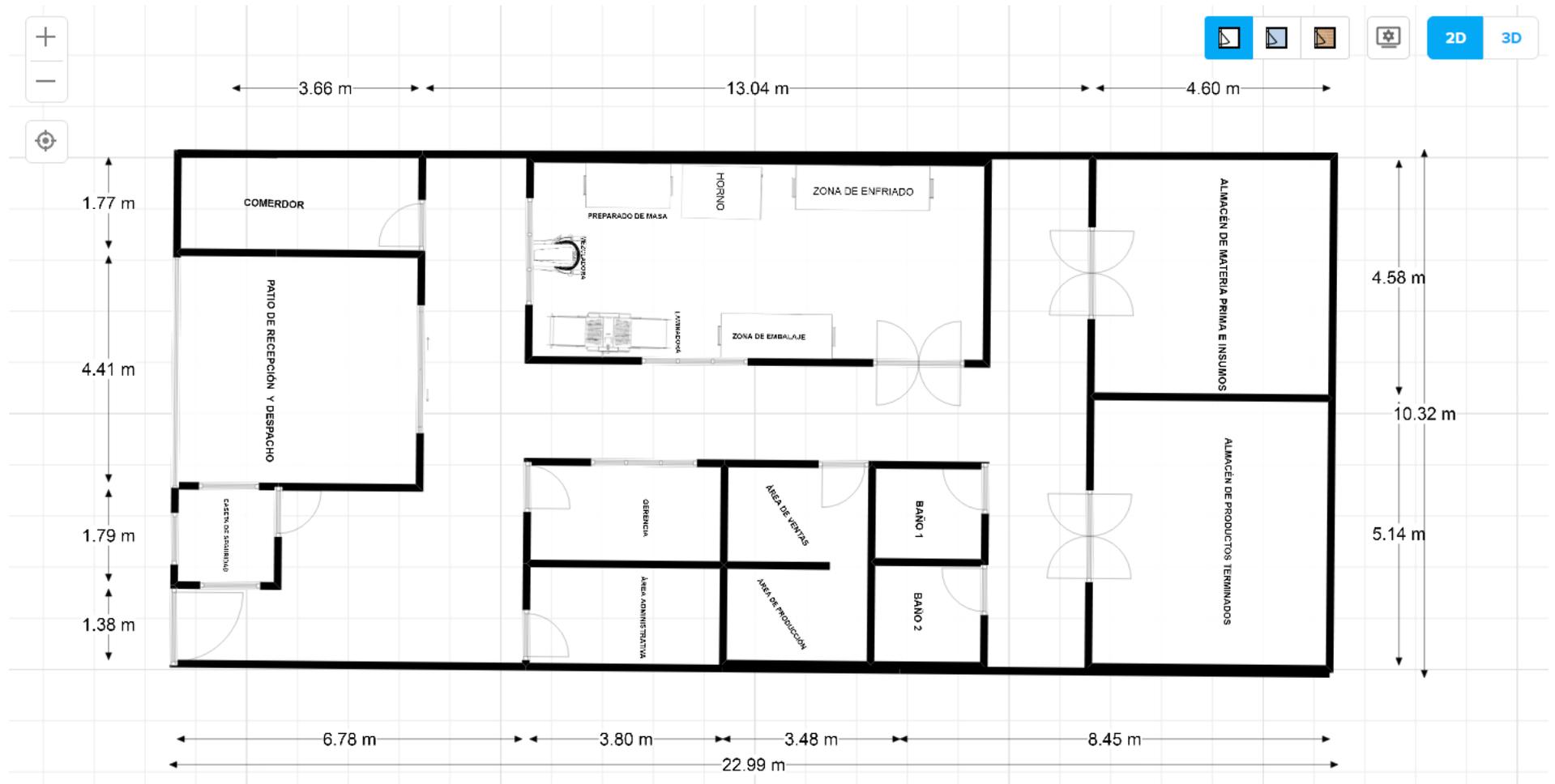


Figura 135. Plano del centro de operaciones. Elaboración propia

6.1.1. Descripción del centro de operaciones.

El área total que se alquilara cuanta con 230 metros cuadrados, distribuidos de manera estratégica para garantizar el correcto tránsito y velar por la seguridad del producto como del personal de la empresa. Se habilitarán 2 almacenes, cada uno adecuado de la manera correcta: almacén para productos terminados y almacén para insumos y materia prima, el área administrativa contar con 4 área de oficina, un 1 área de,1 área administrativa, 1gerencia,1 área de ventas, 1 comedor, 1 patio de recepción y despacho y 02 SSHH.

Almacén de materia prima e insumos y Almacén de productos terminados.

Los almacenes estarán implementados siguiendo las normas (BPA), que nos exige Digemid – Minsa. Se requiere los siguientes factores climáticos en cuestión de temperatura serán de 18°C - 23°C. Para el correcto estado y poder conservar nuestra materia prima y producto final en óptimas condiciones se instalará un sistema de aire acondicionado. El área de almacén estará dividida en dos zonas: productos terminados e insumos.

Oficinas

Las oficinas estarán distribuidas en gerencia, administración, ventas y producción.

Producción

Producción el área más importante, contará con un amplio espacio para las máquinas así mismo como el área para que el personal trabaje con facilidad y seguridad para evitar daños o accidentes.

Servicios Higiénicos

Se habilitarán dos baños (hombres, mujeres por separado).

6.2. Responsabilidad social frente al entorno

6.2.1. Impacto ambiental.

Galletas Wanana SAC al ser una empresa nueva en el mercado buscará tener el menor impacto ambiental, ya que nuestro producto es un producto saludable que cuida la salud de los bebés y niños pequeños. Por lo tanto, nuestra empresa va a evitar en la medida de lo posible generar menos impacto de emisión de CO2 para evitar contaminar el medio ambiente.

Existen organismos que regulan que industrias como la nuestra emitan menos contaminación al medio ambiente, logrando este objetivo con el consumo menor de energía eléctrica, consumo menor de agua, reducción de uso de papel, reducción de uso de material plástico contaminante. Por lo tanto, nuestra empresa optará por usar cajas de cartoncillo biodegradables para no contaminar el ambiente y ayudar a protegerlo.

6.2.2. Con los trabajadores.

El compromiso que asume la empresa con los trabajadores es brindar un espacio adecuado de trabajo que les permita realizar sus funciones de las mejores maneras preservando la salud ocupacional. Brindaremos todas las facilidades ante inconvenientes de índole personal con un servicio que pueda brindarles soporte tanto emocional como financiero. Se velará por el adecuado funcionamiento y uso de los equipos de trabajo para evitar accidentes en la planta y que esto conlleve a ausentismo laboral.

6.2.3. Con la comunidad.

Como empresa que brinda un producto a la comunidad destinado a bebés y niños estamos en la obligación de usar materia prima de calidad para asegurar la elaboración y preservación de un buen producto alimenticio. Brindaremos un producto libre de gluten que cuida la salud de los más pequeños del hogar haciendo que este sea un producto de fácil digestión por sus ingredientes naturales y libres de elementos alérgenos. Dentro de las actividades que contempla la empresa para cumplir con la comunidad se establecen actividades que se detallan a continuación: Campañas de nutrición con shows infantiles para atraer a niños y padres a realizarse guarderías de zonas pobres con frecuencia de 1 vez al mes en dichos eventos repartiremos Sampling para que conozcan nuestro producto.

Tabla 88

Plan de Responsabilidad Social.

Actividad y frecuencia	2020					
Actividad	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Campaña de nutrición: Guarderías zonas pobres (frecuencia mensual)	1	1	1	1	1	1
Valorización	2020					
Actividad	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Show infantil	350	350	350	350	350	350
Nutricionista	350	350	350	350	350	350
Sampling (30 cajas x mes)	83	83	83	83	83	83
Merchandising	100	100	100	100	100	100
Pasajes	100	100	100	100	100	100
Sub Total	S/ 983					
IGV	S/ 177					
Total	S/ 1,160					

Actividad y frecuencia	2020					
Actividad	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Campaña de nutrición: Guarderías zonas pobres (frecuencia mensual)	1	1	1	1	1	1
Valorización	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Show infantil	350	350	350	350	350	350
Nutricionista	350	350	350	350	350	350
Sampling (30 cajas x mes)	83	83	83	83	83	83
Merchandising	100	100	100	100	100	100
Pasajes	100	100	100	100	100	100
Sub Total	S/ 983					
IGV	S/ 177					
Total	S/ 1,160					

Actividad y frecuencia	2021	2022	2023	2024	
Campaña de nutrición. Guarderías zonas pobres (frecuencia mensual)	12	12	12	12	
Valorización	Consolidado				
Actividad	2020	2021	2022	2023	2024
Show infantil	4200	4200	4200	4200	4200
Nutricionista	4200	4200	4200	4200	4200
Sampling (30 cajas x mes)	999	999	999	999	999
Merchandising	1200	1200	1200	1200	1200
Pasajes	1200	1200	1200	1200	1200

Sub Total	S/ 11,799				
IGV	S/ 2,124				
Total	S/ 13,922				

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VII

Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable

Para el comienzo de actividades de nuestra empresa hemos considerado equipos y maquinaria indispensable para el funcionamiento de la misma. Se detalla a continuación los Activos Fijos Depreciables:

Tabla 89

Activos Fijos Depreciables

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES									
DESCRIPCIÓN	TIPO	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO SIN IGV	IGV	TOTAL COSTO CON IGV		
Computadora Advance Vission	Equipo	Unidad	4	S/ 1,050.00	S/ 4,200.00	S/ 756.00	S/ 4,956.00		
Sistema de Videovigilancia Hikvisión	Equipo	Unidad	1	S/ 4,067.80	S/ 4,067.80	S/ 732.20	S/ 4,800.00		
Mesas con nivel inferior de acero inoxidable.	Mobiliario	Unidad	3	S/ 1,716.00	S/ 5,148.00	S/ 926.64	S/ 6,074.64		
Mesa de trab. Mural con 2 niv. Superior	Mobiliario	Unidad	1	S/ 1,834.80	S/ 1,834.80	S/ 330.26	S/ 2,165.06		
Lavadero de acero inoxidable	Mobiliario	Unidad	1	S/ 2,356.20	S/ 2,356.20	S/ 424.12	S/ 2,780.32		
BC Coller Gellator 290lt	Equipo	Unidad	2	S/ 1,100.85	S/ 2,201.69	S/ 396.31	S/ 2,598.00		
Carro porta bandejas	Mobiliario	Unidad	2	S/ 1,346.40	S/ 2,692.80	S/ 484.70	S/ 3,177.50		
Amasadora MECNOSUD	Equipo	Unidad	1	S/ 31,716.63	S/ 31,716.63	S/ 5,708.99	S/ 37,425.62		
HORNO BABY	Equipo	Unidad	1	S/ 51,837.28	S/ 51,837.28	S/ 9,330.71	S/ 61,167.99		
Laminadora Rondocomat	Equipo	Unidad	1	S/ 11,149.45	S/ 11,149.45	S/ 2,006.90	S/ 13,156.35		
Balanza Electrónica Digital 2056	Equipo	Unidad	1	S/ 1,815.00	S/ 1,815.00	S/ 326.70	S/ 2,141.70		
Blow amasadora	Utensilio	Unidad	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 216.00	S/ 1,416.00		
Aire acondicionado Split 18 BTU Inverter	Equipo	Unidad	2	S/ 1,524.58	S/ 3,049.15	S/ 548.85	S/ 3,598.00		
TOTAL					S/123,268.81	S/ 22,188.39	S/145,457.19		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 90

Distribución de Activos Fijos Depreciables por área

ACTIVOS FIJOS	AÑO 0	
Administración y Ventas	S/	11,316.95
Producción	S/	111,951.86
SUB TOTAL	S/	123,268.81
IGV	S/	22,188.39
TOTAL	S/	145,457.19

Fuente: Elaboración Propia

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

A continuación, se presenta la información necesaria para la inversión de activo intangible de la empresa.

Tabla 91

Gastos de Constitución de la empresa

Nº	Actividad	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV	
ADMINISTRACIÓN					
1	CONSTITUCION DE LA EMPRESA (100%)				
	Búsqueda del nombre	S/ 6.00	S/	-	S/ 6.00
	Reserva del nombre	S/ 20.00	S/	-	S/ 20.00
	Formato Estatuto	S/ 2.00	S/	-	S/ 2.00
	Escritura pública	S/ 300.00	S/	-	S/ 300.00
	Inscripción en RRPP	S/ 795.00	S/	-	S/ 795.00
	Total Constitución de la Empresa	S/ 1,123.00	S/	-	S/ 1,123.00
2	MARCAS Y PATENTES (80%)				
	Búsqueda de marca existente	S/ 128.40	S/	-	S/ 128.40
	Registro de la marca	S/ 480.07	S/	-	S/ 480.07
	Publicación en el "PERUANO"	S/ 166.10	S/	29.90	S/ 166.10
	Total Marcas y Patentes	S/ 774.57	S/	29.90	S/ 774.57
3	LICENCIAS Y AUTORIZACIONES (20%)				
	Certificado de Inspección Técnica	S/ 106.42	S/	-	S/ 106.42
	Solicitud de Licencia de Funcionamiento	S/ 38.28	S/	-	S/ 38.28
	Análisis Microbiológicos, Físicoquímico, Bromatológico	S/ 228.81	S/	41.19	S/ 270.00
	Registro Sanitario	S/ 58.10	S/	-	S/ 58.10
	Total Marcas y Patentes	S/ 431.61	S/	41.19	S/ 472.80
	Total Administración	S/ 2,329.19	S/	71.08	S/ 2,370.37

Nº	ACTIVIDAD	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
PRODUCCIÓN				
1	LICENCIAS Y AUTORIZACIONES (80%)			
	Certificado de Inspección Técnica	S/ 425.68	S/ -	S/ 425.68
	Solicitud de Licencia de Funcionamiento	S/ 153.12	S/ -	S/ 153.12
	Análisis Microbiológicos, Físicoquímico, Bromatológico	S/ 915.25	S/ 164.75	S/ 1,080.00
	Registro Sanitario	S/ 232.40	S/ -	S/ 232.40
	Total Marcas y Patentes	S/ 1,726.45	S/ 164.75	S/ 1,891.20
	Total Producción	S/ 1,726.45	S/ 164.75	S/ 1,891.20

Nº	ACTIVIDAD	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
VENTAS				
1	MARCAS Y PATENTES (20%)			
	Búsqueda de marca existente	S/ 32.10	S/ -	S/ 32.10
	Registro de la marca	S/ 120.02	S/ -	S/ 120.02
	Publicación en el "PERUANO"	S/ 41.53	S/ 7.47	S/ 49.00
	Total Marcas y Patentes	S/ 193.64	S/ 7.47	S/ 201.12
	Total Ventas	S/ 193.64	S/ 7.47	S/ 201.12

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 92

Resumen Inversión Intangible Año 0

Cuadro resumen - inversión intangible año 0							
Área	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV		%		
Administración	S/ 2,329.19	S/ 71.08	S/ 2,400.27	S/ 0.53			
Producción	S/ 1,726.45	S/ 164.75	S/ 1,891.20	S/ 0.42			
Ventas	S/ 193.64	S/ 7.47	S/ 201.12	S/ 0.04			
Total	S/ 4,249.28	S/ 243.31	S/ 4,492.59	S/ 1.00			

Cuadro resumen - inversión intangible año 0							
Área	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV		%		
Constitución de la Empresa	S/ 1,123.00	S/ -	S/ 1,123.00	S/ 0.25			
Marcas y Patentes	S/ 968.22	S/ 37.37	S/ 1,005.59	S/ 0.22			
Licencias y Autorizaciones	S/ 2,158.07	S/ 205.93	S/ 2,364.00	S/ 0.53			
Total	S/ 4,249.28	S/ 243.31	S/ 4,492.59	S/ 1.00			

Fuente: Elaboración Propia

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Es importante indicar que dentro de los gastos pre-operativos consideramos la elaboración del Sampling para la campaña de lanzamiento de la marca.

Tabla 93

Resumen Inversión Intangible Año 0

Inversión en Gastos Pre- Operativos								
Ítem	Concepto	Costo Sin IGV		IGV	Total costo con IGV		%	
1	Adecuación del local	S/	25,324.11	S/	4,558.34	S/	29,882.45	15.5%
2	Alquiler del local	S/	9,268.00			S/	9,268.00	4.8%
3	Gastos en planilla	S/	66,234.72			S/	66,234.72	34.3%
4	Gastos en servicios	S/	1,494.92	S/	269.08	S/	1,764.00	0.9%
5	Reclutamiento y capacitación de personal	S/	3,000.00			S/	3,000.00	1.6%
6	Campaña de lanzamiento	S/	42,355.20	S/	7,623.94	S/	49,979.13	25.9%
7	Activos no depreciables	S/	19,737.33	S/	3,552.72	S/	23,290.05	12.1%
8	Servicios legales y contables	S/	3,000.00			S/	3,000.00	1.6%
9	Costos de Apertura en Wong	S/	5,550.00	S/	999.00	S/	6,549.00	3.4%
Total Pre operativos		S/	175,964.27	S/	17,003.08	S/	192,967.35	100.0%
10	Garantía de alquiler (3 meses)	S/	13,902.00			S/	13,902.00	
Total Pre operativos + garantía		S/	189,866.27	S/	17,003.08	S/	206,869.35	

Alquiler: USD 1400 - Tipo de cambio 3.31

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 94

Gastos de Planilla- Sueldos Octubre a diciembre 2019

Gastos de planilla		
Sueldos Octubre a Diciembre 2019	Salario	Total
Gerente General	9,002.78	27,008.33
Jefe de Producción	6,430.56	6,430.56
Jefe de Ventas	5,787.50	17,362.50
Administrador	5,144.44	15,433.33
Total	S/ 26,365.28	S/ 66,234.72

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 95

Servicio de Octubre a diciembre 2019

Servicios Octubre a Diciembre 2019	
Plan Internet + telefonía	S/. 600
Agua	S/. 400
Luz	S/. 800
Servicio de limpieza	S/. 8,000
IGV	S/. 1,764
Total Sin IGV**	S/. 1,494.92

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 96

Gastos adecuación del local

GASTOS DE ADECUACIÓN				
CONCEPTO	CANT.	UNID.	PRECIO UNIT. SIN IGV	PRECIO TOTAL
Planos (arquitecto)	1			S/ 2,500.00
Instalación de tomacorrientes	15	Punto Eléct.	S/ 10.00	S/ 150.00
Tomacorrientes	15	Unid.	S/ 7.00	S/ 105.00
Instalación de iluminación y swith	18	Unid.	S/ 20.00	S/ 360.00
Juego de iluminación(flourecente)	18	Juego	S/ 35.00	S/ 630.00
Acondicionamiento SS.HH	2	Unid.	S/ 500.00	S/ 1,000.00
Pintura Inmueble	1	M2	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Mantenimiento de pozo a tierra	3	Unid.	S/ 650.00	S/ 1,950.00
Tapizón áreas adm.	25	metro lineal	S/ 22.00	S/ 550.00
Colocación alfombras areas adm.	25	metro lineal	S/ 20.00	S/ 500.00
Cambio de pisos	200	metro lineal	S/ 16.50	S/ 2,796.61
Instalación de pisos	150	metro lineal	S/ 30.00	S/ 4,500.00
Planchas de fibrocemento	25	plancha	S/ 57.30	S/ 1,432.50
Perfil e fijación de drywall	70	arcansas	S/ 25.00	S/ 1,750.00
Mano de obra (drywall)	1			S/ 3,500.00
			Subtotal	S/ 25,324.11
			IGV 18%	S/ 4,558.34
			Total	S/ 29,882.45

Fuente: Elaboración Propia

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

Detallamos a continuación la materia prima y e insumos necesarios para iniciar la producción.

Tabla 97

Producción diciembre 2019 (Sampling y merma)

Producción noviembre-diciembre 2019 (Samplig y merma)	
Concepto	Año 0
Sampling	6,275
Merma	314
Inventario final	1,883
Total	8,472

Fuente: Programa de producción

Tabla 98

Producción diciembre 2019 (Sampling y merma)

Concepto		Costo de insumos y MP		
		Costo sin IGV	IGV	Total costo con IGV
Materia Prima Directa	Harina de plátano	S/ 5,948.04	S/ 1,070.65	S/ 7,018.68
	Harina de arroz	S/ 1,810.27	S/ 325.85	S/ 2,136.12
	Harina de Quinua	S/ 1,060.30	S/ 190.85	S/ 1,251.16
	Margarina	S/ 6,249.75	S/ 1,124.95	S/ 7,374.70
	Azúcar impalpable	S/ 1,077.54	S/ 193.96	S/ 1,271.50
	Huevo	S/ 19.35	S/ 3.48	S/ 22.84
	Ácido Cítrico Anhidro	S/ 3.62	S/ 0.65	S/ 4.27
Materia Prima Indirecta	Caja de cartón cillo	S/ 4,489.76	S/ 808.16	S/ 5,297.92
	Bolsitas de aluminio	S/ 3,232.63	S/ 581.87	S/ 3,814.50
	Cajas de cartón contenedoras (1 millar)	S/ 965.30	S/ 173.75	S/ 1,139.05
	Cinta adhesiva 50mm X 10m Pq x 36 unid	S/ 493.32	S/ 88.80	S/ 582.12
	Cola termofusible en barras 12mm x 5 kg	S/ 539.54	S/ 97.12	S/ 636.66
	Stretch film 18" x 230 mt	S/ 498.05	S/ 89.65	S/ 587.70
Total		S/ 26,387.48	S/ 4,749.75	S/ 31,137.22

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 99

Costo de Mano de Obra Directa e Indirecta

Costo de Mano de Obra Directa			
Cargo	Cantidad de meses	Costo mensual	Costo total
Operarios (4)	2	S/ 9,260.00	S/ 18,520.00
Total			S/ 18,520.00

Costo de Mano de Obra Indirecta			
Cargo	Cantidad de meses	Costo mensual	Costo total
Jefe de Producción	2	S/ 6,430.56	S/ 12,861.11
Total			S/ 12,861.11

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 100

Cuadro Resumen. (Cifras expresadas en S/)

Inversión en inventarios iniciales.	Costo sin IGV		IIGV		Total costo con IGV	
Insumos y MP	S/	26,387.48	S/	4,749.75	S/	31,137.22
Mano de Obra Directa	S/	18,520.00		0	S/	18,520.00
Mano de Obra Indirecta	S/	12,861.11		0	S/	12,861.11
Total	S/	57,768.59	S/	4,749.75	S/	62,518.33

Fuente: Elaboración Propia

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

Se ha realizado el cálculo a través del método de déficit acumulado.

Tabla 101

Cálculo del Capital de Trabajo (Cifras expresadas en S/)

	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Ingresos												
Ventas (Factura a 30d)	-	S/130,490.90	S/130,490.90	S/130,490.90	S/130,490.90	S/130,490.90	S/130,490.90	S/152,468.32	S/152,468.32	S/152,468.32	S/135,985.26	S/135,985.26
IGV												S/
Ventas	-	S/ 23,488.36	S/ 3,488.36	S/ 23,488.36	S/ 23,488.36	S/ 23,488.36	S/ 23,488.36	S/ 27,444.30	S/ 27,444.30	S/ 27,444.30	S/ 24,477.35	24,477.35
Total												
Ingresos	S/ -	S/ 153,979	S/ 153,979	S/ 153,979	S/ 153,979	S/153,979	S/ 153,979	S/ 179,913	S/ 179,913	S/ 179,913	S/ 160,463	S/ 160,463

Tabla 102

Egresos (Inc. IGV)

	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
EGRESOS (Inc IGV)												
Total Egresos	S/ 133,444	S/ 140,637	S/ 133,444	S/ 133,444	S/ 141,264	S/ 133,444	S/ 149,085	S/ 140,204	S/ 145,434	S/ 145,434	S/ 164,944	S/ 156,574
Saldo Mes	-S/ 133,444	S/ 13,343	S/ 20,536	S/ 20,536	S/ 12,715	S/ 20,536	S/ 4,894	S/ 39,709	S/ 34,478	S/ 34,478	-S/ 4,482	S/ 3,889
Saldo Acumulado	-S/ 133,444	-S/ 120,101	-S/ 99,566	-S/ 79,030	-S/ 66,315	-S/ 45,780	-S/ 40,886	S/ 1,177	S/ 33,302	S/ 67,780	S/ 63,298	S/ 67,187
Máximo Déficit Acumulado	-S/ 133,444											
Caja Mínima	S/ 500											
Necesidad de Capital de Trabajo	S/ 133,944											

Ratio de necesidad de capital de trabajo = necesidad del capital de trabajo / ventas del a **7.51%**

Fuente: Elaboración propia.

7.1.6. Liquidación del IGV.

Tabla 103

Liquidación del IGV

Liquidación del IGV												
Concepto	2019		2020		2021		2022		2023		2024	
Ventas	S/	-	S/	1,510,659.53	S/	1,603,125.49	S/	1,717,928.52	S/	1,858,824.42	S/	2,030,613.26
Tota IGV de los ingresos	S/	-	S/	271,918.72	S/	288,562.59	S/	309,227.13	S/	334,588.40	S/	365,510.39
IGV de MP e insumos	S/	4,749.75	S/	124,869.69	S/	132,369.81	S/	140,544.08	S/	150,653.05	S/	163,026.87
IGV de Gastos administrativos			S/	697.43	S/	816.87	S/	1,733.40	S/	863.25	S/	778.88
IGV de Gasto de ventas			S/	23,784.57	S/	21,055.39	S/	18,516.23	S/	16,079.72	S/	13,654.07
IGV de Costo Indirecto			S/	1,862.01	S/	2,454.04	S/	2,351.90	S/	2,593.39	S/	2,079.48
Inversión en Activo Fijo Depreciable	S/	22,188.39										
Inversión en Activo Intangible	S/	243.31										
Inversión en Gastos Pre-Operativos	S/	17,003.08										
Inversión en Inventarios Iniciales	S/	4,749.75										
Programa de mantenimiento	S/	-	S/	1,226.00	S/	1,226.00	S/	1,226.00	S/	1,226.00	S/	1,226.00
Servicios (Luz, agua, telefonía, internet)	S/	324.00	S/	4,968.00	S/	4,210.17	S/	4,210.17	S/	4,210.17	S/	4,210.17
Servicios de Limpieza	S/	1,440.00	S/	4,320.00	S/	4,320.00	S/	4,320.00	S/	4,320.00	S/	4,320.00
Operador Logístico			S/	3,240.00	S/	3,337.20	S/	3,437.32	S/	3,540.44	S/	3,646.65
Total IGV de egresos	S/	50,698.26	S/	164,967.70	S/	169,789.47	S/	176,339.09	S/	183,486.01	S/	192,942.12
Diferencia	-S/	50,698.26	S/	106,951.02	S/	118,773.12	S/	132,888.04	S/	151,102.38	S/	172,568.27
Crédito Fiscal	S/	50,698.26										
Liquidación del IGV				S/. 56,253		S/. 118,773		S/. 132,888		S/. 151,102		S/. 172,568

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 104

Liquidación del IGV

AÑO 2020	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
IGV VENTAS	21,527	21,527	21,527	21,527	21,527	21,527	25,152	25,152	25,152	22,433	22,433	22,433	
IGV Compras													
Útiles de oficina		S/ 52.25											
Productos de limpieza		S/ 637.34											
Elementos epp- uniformes											S/ 228.44		
Mobiliario para comedor											S/ 7.84		
Equipos de envasado y sellado		S/ 124.35											
Insumos para embalaje de producto terminado		S/ 283.28											
Programa de mmtto											S/ 1,225.9		
Programa de reposición											S/ 320.84		
Insumos y Materia prima	S/ 10,406												
Promoción (MKT y Res.Social)	S/ 1,982												
Servicios (Luz, agua, telefonía,	S/ 414												
Servicios de Limpieza	S/ 360												
	<u>S/ 13,162</u>	<u>S/ 14,259</u>	<u>S/ 13,162</u>	<u>S/ 14,945</u>	<u>S/ 13,162</u>								
Diferencia IGV	S/ 8,365	S/ 7,268	S/ 8,365	S/ 11,991	S/ 11,991	S/ 11,991	S/ 7,488	S/ 9,271					
Credito Fiscal Anterior	S/ 50,698	S/ 42,333	S/ 35,065	S/ 26,700	S/ 18,335	S/ 9,970	S/ 1,605						
Credito Fiscal Actual	S/ 42,333	S/ 35,065	S/ 26,700	S/ 18,335	S/ 9,970	S/ 1,605	-S/ 6,760						
Liquidación de IGV (IGV a	S/ -	S/ 6,760	S/ 11,991	S/ 11,991	S/ 11,991	S/ 7,488	S/ 9,271						

Se empieza a pagar IGV desde JULIO 2020

Fuente: Elaboración Propia.

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

La estructura de inversiones nos permite conocer cuál es la inversión necesaria para poner en marcha nuestro proyecto. Es necesaria una inversión de S/. 553,281 soles, el cual se divide en un 11.30% para Inventario Inicial, 37.39% para la inversión de Gastos Pre-operativos y garantía, 26.29% en Activos Fijos, para el capital de trabajo un 24.21% y los Activos Intangibles 0.81%. Se puede observar que la mayor inversión corresponde la inversión de Gasto pre-operativos con 37.39%.

Tabla 105

Estructura de Inversiones

ESTRUCTURA DE INVERSIONES				
Tipo de inversión	Costo sin IGV	IGV	Total costo con IGV	Peso
Inventario inicial	S/. 57,769	S/. 4,750	S/. 62,518	11.30%
Inversión de Gasto pre-operativos	S/. 189,866	S/. 17,003	S/. 206,869	37.39%
Activos fijos	S/. 123,269	S/. 22,188	S/. 145,457	26.29%
Capital de trabajo	S/. 133,944		S/. 133,944	24.21%
Activos intangibles	S/. 4,249	S/. 243	S/. 4,493	0.81%
TOTAL	S/. 509,097	S/. 44,185	S/. 553,281	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de financiamiento.

Tabla 106

Distribución del Financiamiento

Distribución del Financiamiento			
Concepto	Aporte propio	Préstamo	Total
Activo Intangible	100%	0%	100%
Gastos Pre-Operativos	100%	0%	100%
Inventario inicial	100%	0%	100%
Capital de Trabajo	60%	40%	100%
Activo Tangible (fijos)	30%	70%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La estructura de financiamiento se compone de dos variables, el aporte de los socios y el financiamiento externo ante lo cual consideramos y calculamos que el APOORTE PROPIO será del 71.91% que corresponde a S/397, 884 soles, y 28.1% corresponden al PRESTAMO y será de S/155, 398 haciendo un total de S/ 553,281 soles.

Tabla 107

Estructura de Financiamiento

Concepto	Estructura de Financiamiento			%
	Aporte Propio	Préstamo	Total	
Activo Intangible	S/. 4,493		S/. 4,493	0.81%
Gastos Pre-Operativos	S/. 206,869		S/. 206,869	37.39%
Inventario inicial	S/. 62,518	S/. 0	S/. 62,518	11.30%
Capital de Trabajo	S/. 80,366	S/. 53,577	S/. 133,944	24.21%
Activo Tangible (fijos)	S/. 43,637	S/. 101,820	S/. 145,457	26.29%
	71.91%	28.1%		
Inversión Total	S/. 397,884	S/. 155,398	S/. 553,281	1.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 108

Aporte por socio

Concepto	Aporte por socio	
	Aporte	%
Ana Rosero	S/. 99,471	25%
Javier Paz	S/. 99,471	25%
Rocio Huarote	S/. 99,471	25%
Jhonnattan Villegas	S/. 99,471	25%
Total Aporte	S/. 397,884	100%

Fuente: Elaboración Propia

7.2.2. Financiamiento del Activo Fijo

Para el financiamiento del Activo Fijo (encima de ¼ de UIT) se necesitará el importe de S/. 101,820 soles, el cual se va a financiar con la Financiera Crediscotia a una tasa de 28% en un plazo de 30 meses y con una cuota mensual de S/. 4,757.26.

Tabla 109

Simulación Financiamiento del Activo Fijo

Cuota n°	Capital	Intereses	Cuota	Amortización cap.	Saldo capital
1	S/. 101,820	S/. 2,376	S/. 4,757	S/. 2,381	S/. 99,439
2	S/. 99,439	S/. 2,320	S/. 4,757	S/. 2,437	S/. 97,002
3	S/. 97,002	S/. 2,263	S/. 4,757	S/. 2,494	S/. 94,508
4	S/. 94,508	S/. 2,205	S/. 4,757	S/. 2,552	S/. 91,956
5	S/. 91,956	S/. 2,146	S/. 4,757	S/. 2,612	S/. 89,344
6	S/. 89,344	S/. 2,085	S/. 4,757	S/. 2,673	S/. 86,671
7	S/. 86,671	S/. 2,022	S/. 4,757	S/. 2,735	S/. 83,936
8	S/. 83,936	S/. 1,959	S/. 4,757	S/. 2,799	S/. 81,138
9	S/. 81,138	S/. 1,893	S/. 4,757	S/. 2,864	S/. 78,274
10	S/. 78,274	S/. 1,826	S/. 4,757	S/. 2,931	S/. 75,343
11	S/. 75,343	S/. 1,758	S/. 4,757	S/. 2,999	S/. 72,344
12	S/. 72,344	S/. 1,688	S/. 4,757	S/. 3,069	S/. 69,274
13	S/. 69,274	S/. 1,616	S/. 4,757	S/. 3,141	S/. 66,133
14	S/. 66,133	S/. 1,543	S/. 4,757	S/. 3,214	S/. 62,919
15	S/. 62,919	S/. 1,468	S/. 4,757	S/. 3,289	S/. 59,630
16	S/. 59,630	S/. 1,391	S/. 4,757	S/. 3,366	S/. 56,264
17	S/. 56,264	S/. 1,313	S/. 4,757	S/. 3,444	S/. 52,820
18	S/. 52,820	S/. 1,232	S/. 4,757	S/. 3,525	S/. 49,295
19	S/. 49,295	S/. 1,150	S/. 4,757	S/. 3,607	S/. 45,688
20	S/. 45,688	S/. 1,066	S/. 4,757	S/. 3,691	S/. 41,997
21	S/. 41,997	S/. 980	S/. 4,757	S/. 3,777	S/. 38,219
22	S/. 38,219	S/. 892	S/. 4,757	S/. 3,865	S/. 34,354
23	S/. 34,354	S/. 802	S/. 4,757	S/. 3,956	S/. 30,398
24	S/. 30,398	S/. 709	S/. 4,757	S/. 4,048	S/. 26,350
25	S/. 26,350	S/. 615	S/. 4,757	S/. 4,142	S/. 22,208
26	S/. 22,208	S/. 518	S/. 4,757	S/. 4,239	S/. 17,969
27	S/. 17,969	S/. 419	S/. 4,757	S/. 4,338	S/. 13,631
28	S/. 13,631	S/. 318	S/. 4,757	S/. 4,439	S/. 9,192
29	S/. 9,192	S/. 214	S/. 4,757	S/. 4,543	S/. 4,649
30	S/. 4,649	S/. 108	S/. 4,757	S/. 4,649	S/. 0

Fuente: Elaboración Propia

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo

Para el financiamiento del Capital de Trabajo se necesitará S/.53, 577, importe que se va a financiar con la Financiera Crediscotia a una tasa de 35.0% en un plazo de 30 meses y con una cuota mensual de S/. 2,704.12 soles.

Tabla 110

Simulación Financiamiento del capital de trabajo

Cuota n°	Capital	Intereses	Cuota	Amortización cap.	Saldo capital
1	S/. 53,577	S/. 1,563	S/. 2,704	S/. 1,141	S/. 52,436
2	S/. 52,436	S/. 1,529	S/. 2,704	S/. 1,175	S/. 51,261
3	S/. 51,261	S/. 1,495	S/. 2,704	S/. 1,209	S/. 50,052
4	S/. 50,052	S/. 1,460	S/. 2,704	S/. 1,244	S/. 48,808
5	S/. 48,808	S/. 1,424	S/. 2,704	S/. 1,281	S/. 47,527
6	S/. 47,527	S/. 1,386	S/. 2,704	S/. 1,318	S/. 46,210
7	S/. 46,210	S/. 1,348	S/. 2,704	S/. 1,356	S/. 44,853
8	S/. 44,853	S/. 1,308	S/. 2,704	S/. 1,396	S/. 43,457
9	S/. 43,457	S/. 1,268	S/. 2,704	S/. 1,437	S/. 42,021
10	S/. 42,021	S/. 1,226	S/. 2,704	S/. 1,479	S/. 40,542
11	S/. 40,542	S/. 1,182	S/. 2,704	S/. 1,522	S/. 39,021
12	S/. 39,021	S/. 1,138	S/. 2,704	S/. 1,566	S/. 37,455
13	S/. 37,455	S/. 1,092	S/. 2,704	S/. 1,612	S/. 35,843
14	S/. 35,843	S/. 1,045	S/. 2,704	S/. 1,659	S/. 34,184
15	S/. 34,184	S/. 997	S/. 2,704	S/. 1,707	S/. 32,477
16	S/. 32,477	S/. 947	S/. 2,704	S/. 1,757	S/. 30,720
17	S/. 30,720	S/. 896	S/. 2,704	S/. 1,808	S/. 28,912
18	S/. 28,912	S/. 843	S/. 2,704	S/. 1,861	S/. 27,051
19	S/. 27,051	S/. 789	S/. 2,704	S/. 1,915	S/. 25,136
20	S/. 25,136	S/. 733	S/. 2,704	S/. 1,971	S/. 23,165
21	S/. 23,165	S/. 676	S/. 2,704	S/. 2,028	S/. 21,137
22	S/. 21,137	S/. 616	S/. 2,704	S/. 2,088	S/. 19,049
23	S/. 19,049	S/. 556	S/. 2,704	S/. 2,149	S/. 16,900
24	S/. 16,900	S/. 493	S/. 2,704	S/. 2,211	S/. 14,689
25	S/. 14,689	S/. 428	S/. 2,704	S/. 2,276	S/. 12,414
26	S/. 12,414	S/. 362	S/. 2,704	S/. 2,342	S/. 10,072
27	S/. 10,072	S/. 294	S/. 2,704	S/. 2,410	S/. 7,661
28	S/. 7,661	S/. 223	S/. 2,704	S/. 2,481	S/. 5,181
29	S/. 5,181	S/. 151	S/. 2,704	S/. 2,553	S/. 2,627
30	S/. 2,627	S/. 77	S/. 2,704	S/. 2,627	S/. 0

Fuente: Elaboración Propia

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por Ventas

Es importante mencionar que se ha descartado el IGV a las ventas y únicamente se ha considerado el valor del producto.

Tabla 111

Proyección de Ingresos por Ventas Anuales de Galletas Wanana

Mes	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Enero	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Febrero	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Marzo	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Abril	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Mayo	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Junio	-			130,491		138,478		148,395		160,565		175,405
Julio	-			152,468		161,801		173,388		187,608		204,946
Agosto	-			152,468		161,801		173,388		187,608		204,946
Setiembre	-			152,468		161,801		173,388		187,608		204,946
Octubre	-			135,985		144,309		154,643		167,326		182,790
Noviembre	-			135,985		144,309		154,643		167,326		182,790
Diciembre	-			135,985		144,309		154,643		167,326		182,790
SUB TOTAL	S/	-	S/	1,648,306	S/	1,749,197	S/	1,874,461	S/	2,028,195	S/	2,215,636
IGV		-		296,695		314,856		337,403		365,075		398,815
TOTAL	S/	-	S/	1,945,001.23	S/	2,064,052.81	S/	2,211,863.75	S/	2,393,269.76	S/	2,614,450.97

Fuente: Elaboración Propia

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo

Se observa cómo se recuperará el dinero invertido solo en el capital de trabajo, se muestra el recupero en todo el año de vida del proyecto.

Tabla 112

Recuperación del capital de Trabajo Incremental

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas (con IGV)	S/. 0	S/. 1,945,001	S/. 2,064,053	S/. 2,211,864	S/. 2,393,270	S/. 2,614,451	
Ratio (%) Necesidad de Capital de Trabajo		7.51%	7.51%	7.51%	7.51%	7.51%	
Capital de Trabajo Necesario	S/. 133,944	S/. 145,988	S/. 154,923	S/. 166,018	S/. 179,634	S/. 196,235	
Inversión Capital de trabajo		S/. 12,044	S/. 8,936	S/. 11,094	S/. 13,616	S/. 16,601	
Recuperación del Capital de Trabajo							S/.196,235
La recuperación del capital de trabajo se realizará en el año 6 de liquidación del proyecto y asciende a :					S/. 196,235		

Fuente: Elaboración Propia

7.3.3. Valor de Desecho Neto del Activo Fijo

Tabla 113

Valor de Desecho Neto de Activo Fijo

Activos	UM	#	Costo Unitario	Costo Total	Deprec. Anual %	Deprec. Anual S/.	Valor libros 5to año	Valor Mercado %	Valor Mercado S/.	Diferencia Mercado vs Libros	Imp. Renta (29.5%)	Valor Desecho Neto
Producción												
Computadora Advance Vission	Unid.	1	S/. 1,050	S/. 1,050	20%	S/. 210	S/. 0	30%	S/. 315	S/. 315	S/. 222	S/. 222
Mesas con nivel inferior acero inoxidable.	Unid.	3	S/. 1,716	S/. 5,148	20%	S/. 1,030	S/. 0	70%	S/. 3,604	S/. 3,604	S/. 2,541	S/. 2,541
Mesa de trab. con 2 niv. Superior	Unid.	1	S/. 1,835	S/. 1,835	20%	S/. 367	S/. 0	70%	S/. 1,284	S/. 1,284	S/. 905	S/. 905
Lavadero de acero inoxidable	Unid.	1	S/. 2,356	S/. 2,356	20%	S/. 471	S/. 0	70%	S/. 1,649	S/. 1,649	S/. 1,163	S/. 1,163
BC Coller Gellator 290lt	Unid.	2	S/. 1,101	S/. 2,202	20%	S/. 440	S/. 0	70%	S/. 1,541	S/. 1,541	S/. 1,087	S/. 1,087
Carro portabandejas	Unid.	2	S/. 1,346	S/. 2,693	20%	S/. 539	S/. 0	70%	S/. 1,885	S/. 1,885	S/. 1,329	S/. 1,329
Amasadora MECNOSUD	Unid.	1	S/. 31,717	S/. 31,717	20%	S/. 6,343	S/. 0	30%	S/. 9,515	S/. 9,515	S/. 6,708	S/. 6,708
HORNO BABY	Unid.	1	S/. 51,837	S/. 51,837	20%	S/. 10,367	S/. 0	50%	S/. 25,919	S/. 25,919	S/. 18,273	S/. 18,273
Laminadora Rondocomat	Unid.	1	S/. 11,149	S/. 11,149	20%	S/. 2,230	S/. 0	30%	S/. 3,345	S/. 3,345	S/. 2,358	S/. 2,358
Balanza Electrónica Digital 2056	Unid.	1	S/. 1,815	S/. 1,815	20%	S/. 363	S/. 0	50%	S/. 908	S/. 908	S/. 640	S/. 640
Blow amasadora	Unid.	1	S/. 1,200	S/. 1,200	20%	S/. 240	S/. 0	30%	S/. 360	S/. 360	S/. 254	S/. 254
Aire acondicionado Split 18 BTU	Unid.	2	S/. 1,525	S/. 3,049	20%	S/. 610	S/. 0	50%	S/. 1,525	S/. 1,525	S/. 1,075	S/. 1,075
Administración												
Computadora Advance Vission	Unid.	2	S/. 1,050	S/. 2,100	20%	S/. 420	S/. 0	30%	S/. 630	S/. 630	S/. 444	S/. 444
Sistema Videovigilancia Hikvisión	Unid.	1	S/. 4,068	S/. 4,068	20%	S/. 814	S/. 0	50%	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 1,434	S/. 1,434
Ventas												
Computadora Advance Vission	Unid.	1	S/. 1,050	S/. 1,050	20%	S/. 210	S/. 0	30%	S/. 315	S/. 315	S/. 222	S/. 222
Total						S/. 24,654						

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 114

Resumen Valor de Desecho Neto

Activo fijo	Valor Adquisición	Depreciación acumulada	Valor en libros	Valor Comercial	Valor desecho neto
Producción	S/ 116,051.01	S/ 116,051.01	-	S/ 51,848.99	S/ 36,553.54
Administración	S/ 6,167.80	S/ 6,167.80	-	S/ 2,663.90	S/ 1,878.05
Ventas	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00	-	S/ 315.00	S/ 222.08
Total	S/ 123,268.81	S/ 123,268.81	-	S/ 54,827.89	S/ 38,653.66

Fuente: Elaboración Propia

7.4. Costos y gastos anuales

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Presentamos en el siguiente cuadro la inversión en materias primas e insumos para todos los años.

Tabla 115

Presupuesto de materias primas e insumos

Material Directo		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Harina de plátano	S/	5,948	S/	167,693	S/	175,980	S/	186,841	S/	200,280	S/	216,730
Harina de arroz (Perú)	S/	1,810	S/	51,037	S/	53,559	S/	56,865	S/	60,955	S/	65,961
Harina de Quinoa	S/	1,060	S/	29,893	S/	31,370	S/	33,306	S/	35,702	S/	38,634
Margarina	S/	6,250	S/	176,199	S/	184,907	S/	196,319	S/	210,439	S/	227,724
Azúcar impalpable	S/	1,078	S/	30,379	S/	31,880	S/	33,848	S/	36,283	S/	39,263
Huevo	S/	19	S/	571	S/	547	S/	608	S/	652	S/	705
Ácido Cítrico Anhidro	S/	4	S/	102	S/	107	S/	114	S/	122	S/	132
Caja de cartoncillo	S/	4,490	S/	126,580	S/	132,835	S/	141,034	S/	151,178	S/	163,595
Bolsitas de aluminio	S/	3,233	S/	91,137	S/	95,641	S/	101,544	S/	108,848	S/	117,788
Caja de cartón para distribución	S/	965	S/	27,215	S/	28,560	S/	30,322	S/	32,503	S/	35,173
Total	S/	24,857	S/	700,806	S/	735,388	S/	780,800	S/	836,961	S/	905,705
IGV	S/	4,474	S/	126,145	S/	132,370	S/	140,544	S/	150,653	S/	163,027
Total (con IGV)	S/	29,331	S/	826,952	S/	867,758	S/	921,345	S/	987,614	S/	1,068,732

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla 116

Presupuesto de Mano de Obra Directa

Operario	2019		2020		2021		2022		2023		2024	
Salario Base Mensual	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,854.00	S/	1,909.62	S/	1,966.91	S/	2,025.92
Cantidad de trabajadores		4		4		4		4		4		4
Remuneraciones	S/	14,400.00	S/	86,400.00	S/	88,992.00	S/	91,661.76	S/	94,411.61	S/	97,243.96
Gratificaciones (1/2 sueldo, 2 veces)	S/	1,308.00	S/	7,848.00	S/	8,083.44	S/	8,325.94	S/	8,575.72	S/	8,832.99
CTS (1/4 sueldo, 2 veces)	S/	700.00	S/	4,200.00	S/	4,326.00	S/	4,455.78	S/	4,589.45	S/	4,727.14
ESSALUD	S/	1,296.00	S/	7,776.00	S/	8,009.28	S/	8,249.56	S/	8,497.05	S/	8,751.96
PROVICIÓN VACACIONES	S/	600.00	S/	3,600.00	S/	3,708.00	S/	3,819.24	S/	3,933.82	S/	4,051.83
SCTR salud y pensión	S/	216.00	S/	1,296.00	S/	1,334.88	S/	1,374.93	S/	1,416.17	S/	1,458.66
Total	S/	18,520	S/	111,120	S/	114,454	S/	117,887	S/	121,424	S/	125,067

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos

Tabla 117

Presupuesto de Costos Indirectos – Gastos de Producción

Material directo	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Útiles de Oficina	S/ 48.08	S/ 29.03	S/ 29.84	S/ 59.81	S/ 31.54	S/ 32.42
Productos de Limpieza	S/ 474.29	S/ 2,124.45	S/ 2,183.94	S/ 2,245.09	S/ 2,307.95	S/ 2,372.57
Elementos de seguridad	S/ 71.47		S/ 71.47		S/ 75.53	
Elementos epp- uniformes	S/ 898.47	S/ 1,269.09	S/ 1,304.63	S/ 1,341.16	S/ 1,417.31	S/ 1,417.31
Mobiliario para área de producción	S/ 14,796.46		S/ 214.76		S/ 226.95	
Mobiliario Prod. terminados y materia prima	S/ 1,874.72		S/ 446.89		S/ 472.27	
Maquinaria de Producción	S/ 94,703.36					
Equipos de pesado MP	S/ 2,541.00					
Equipos de envasado y sellado	S/ 3,353.21	S/ 690.82	S/ 2,494.23	S/ 730.04	S/ 2,635.86	S/ 771.50
Insumos para embalaje de producto terminado	S/ 1,530.91	S/ 1,573.78	S/ 1,617.84	S/ 1,663.14	S/ 1,709.71	S/ 1,757.58
Utensilios de producción	S/ 915.68		S/ 482.18	S/ 2,134.17	S/ 509.56	
Programa de reposición		S/ 1,738.89	S/ 3,265.57	S/ 5,853.39	S/ 3,451.01	S/ 1,941.98
Mobiliario de oficina	S/ 1,160.55					
SERVICIOS						
Programa de mantenimiento		S/ 6,375.86	S/ 6,554.39	S/ 6,737.91	S/ 6,926.57	S/ 7,120.52
Luz	S/ 3,600.00	S/ 14,400.00	S/ 14,832.00	S/ 15,276.96	S/ 15,735.27	S/ 16,207.33
Agua	S/ 480.00	S/ 1,920.00	S/ 1,977.60	S/ 2,036.93	S/ 2,098.04	S/ 2,160.98
Internet+Telefonía (Fija y Móvil)	S/ 180.00	S/ 720.00	S/ 741.60	S/ 763.85	S/ 786.76	S/ 810.37
Alquiler y arbitrios	S/ 4,726.68	S/ 18,906.72	S/ 19,473.92	S/ 20,058.14	S/ 20,659.88	S/ 21,279.68
Servicios de Limpieza	S/ 1,680.00	S/ 6,720.00	S/ 6,921.60	S/ 7,129.25	S/ 7,343.13	S/ 7,563.42
Activos Fijos No Depreciables de Producción	S/ 6,383.44	S/ 690.82	S/ 2,976.41	S/ 4,281.11	S/ 3,145.42	S/ 771.50
Depreciación Activos Fijos		S/ 23,210.20				
Amortizaciones Intangibles	S/ 1,726.45					
Total sin IGV	S/ 141,145	S/ 80,370	S/ 88,799	S/ 93,521	S/ 92,743	S/ 87,417
IGV	S/ 25,406	S/ 14,467	S/ 15,984	S/ 16,834	S/ 16,694	S/ 15,735
Salarios del Personal	S/ 25,722	S/ 77,167	S/ 79,482	S/ 81,866	S/ 84,322	S/ 86,852

Depreciación Activos Fijos Producción		S/	23,210									
Total	S/	192,273	S/	195,213	S/	207,475	S/	215,431	S/	216,969	S/	213,214

Fuente: Elaboración Propia

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

Tabla 118

Presupuesto de Gastos de Administración

Material Directo		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Útiles de Oficina	S/	384.64	S/	232.22	S/	238.73	S/	478.48	S/	252.28	S/	259.35
Productos de Limpieza	S/	158.10	S/	708.15	S/	727.98	S/	748.36	S/	769.32	S/	790.86
Mobiliario para administración	S/	1,734.49	S/	43.56	S/	93.95	S/	46.03	S/	99.28	S/	48.65
Mobiliario de oficina	S/	2,321.10										
Equipos de oficina	S/	10,985.59			S/	5,244.06						
SERVICIOS												
Luz	S/	900.00	S/	3,600.00	S/	3,708.00	S/	3,819.24	S/	3,933.82	S/	4,051.83
Agua	S/	120.00	S/	480.00	S/	494.40	S/	509.23	S/	524.51	S/	540.24
Internet+Telefonía (Fija y Móvil)	S/	360.00	S/	1,440.00	S/	1,483.20	S/	1,527.70	S/	1,573.53	S/	1,620.73
Alquiler y arbitrios	S/	2,780.40	S/	11,121.60	S/	11,455.25	S/	11,798.91	S/	12,152.87	S/	12,517.46
Servicios de Limpieza	S/	480.00	S/	1,920.00	S/	1,977.60	S/	2,036.93	S/	2,098.04	S/	2,160.98
Contabilidad	S/	9,600.00										
Operador Logístico	S/	4,500.00	S/	18,000.00	S/	18,540.00	S/	19,096.20	S/	19,669.09	S/	20,259.16
Activos Fijos No Depreciables de Administración	S/	1,495.76			S/	681.29						
Depreciación Activos Fijos			S/	1,233.56								
Amortizaciones Intangibles	S/	2,329.19										
Total sin IGV	S/	38,149	S/	48,379	S/	49,553	S/	56,820	S/	51,906	S/	53,083
IGV	S/	6,866.87	S/	8,708.24	S/	8,919.48	S/	10,227.60	S/	9,343.13	S/	9,554.91

Salarios del Personal	S/	68,716.39	S/	169,766.67	S/	174,859.67	S/	180,105.46	S/	185,508.62	S/	191,073.88
Total	S/	113,733	S/	226,854	S/	233,332	S/	247,153	S/	246,758	S/	253,712

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 119

Presupuesto de gastos de ventas

Material directo		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Útiles de Oficina	S/	48.08	S/	29.03	S/	29.84	S/	59.81	S/	31.54	S/	32.42
Productos de Limpieza	S/	158.10	S/	708.15	S/	727.98	S/	748.36	S/	769.32	S/	790.86
Mobiliario de oficina	S/	2,321.10										
Servicios												
Promoción y Publicidad	S/	42,355.20	S/	61,429.63	S/	54,803.74	S/	47,953.13	S/	40,584.40	S/	32,350.91
Responsabilidad Social			S/	11,798.55								
Luz	S/	900.00	S/	3,600.00	S/	3,708.00	S/	3,819.24	S/	3,933.82	S/	4,051.83
Agua	S/	120.00	S/	480.00	S/	494.40	S/	509.23	S/	524.51	S/	540.24
Internet+Telefonía (Fija y Móvil)	S/	360.00	S/	1,440.00	S/	1,483.20	S/	1,527.70	S/	1,573.53	S/	1,620.73
Alquiler y arbitrios	S/	2,780.40	S/	11,121.60	S/	11,455.25	S/	11,798.91	S/	12,152.87	S/	12,517.46
Servicios de Limpieza	S/	480.00	S/	1,920.00	S/	1,977.60	S/	2,036.93	S/	2,098.04	S/	2,160.98
Activos Fijos No Depreciables de Ventas												
Depreciación Activos Fijos			S/	210.00								
Amortizaciones Intangibles	S/	193.64										
Total sin IGV	S/	49,717	S/	92,737	S/	86,689	S/	80,462	S/	73,677	S/	66,074
IGV	S/	8,948.97	S/	16,692.65	S/	15,603.94	S/	14,483.13	S/	13,261.78	S/	11,893.32
Salarios del Personal	S/	23,150.00	S/	69,450.00	S/	71,533.50	S/	73,679.51	S/	75,889.89	S/	78,166.59
Total	S/	81,815	S/	178,880	S/	173,826	S/	168,624	S/	162,828	S/	156,134

Fuente: Elaboración Propia

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación de Activos Fijos

Tabla 120

Depreciación de Activos Fijos

Activos	UM	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Depreciación Anual % Vida útil	Depreciación Anual S/.
Producción						
Computadora Advance Vission	Unidad	1	S/. 1,050	S/. 1,050	20%	S/. 210
Mesas con nivel inferior de acero inoxid.	Unidad	3	S/. 1,716	S/. 5,148	20%	S/. 1,030
Mesa de trab. Mural con 2 niv. Superior	Unidad	1	S/. 1,835	S/. 1,835	20%	S/. 367
Lavadero de acero inoxidable	Unidad	1	S/. 2,356	S/. 2,356	20%	S/. 471
BC Coller Gellator 290lt	Unidad	2	S/. 1,101	S/. 2,202	20%	S/. 440
Carro portabandejas	Unidad	2	S/. 1,346	S/. 2,693	20%	S/. 539
Amasadora MECNOSUD	Unidad	1	S/. 31,717	S/. 31,717	20%	S/. 6,343
HORNO BABY	Unidad	1	S/. 51,837	S/. 51,837	20%	S/. 10,367
Laminadora Rondocomat	Unidad	1	S/. 11,149	S/. 11,149	20%	S/. 2,230
Balanza Electrónica Digital 2056	Unidad	1	S/. 1,815	S/. 1,815	20%	S/. 363
Blow amasadora	Unidad	1	S/. 1,200	S/. 1,200	20%	S/. 240
Aire acondicionado Split 18 BTU	Unidad	2	S/. 1,525	S/. 3,049	20%	S/. 610
Administración						
Computadora Advance Vission	Unidad	2	S/. 1,050	S/. 2,100	20%	S/. 420
Sistema de Videovigilancia Hikvisión	Unidad	1	S/. 4,068	S/. 4,068	20%	S/. 814
Ventas						
Computadora Advance Vission	Unidad	1	S/. 1,050	S/. 1,050	20%	S/. 210

Fuente: Elaboración propia

Tabla 121

Depreciación de Activos Fijos

Depreciación Activos Fijos	Valor Adquisición	Depreciación 2020	Depreciación 2021	Depreciación 2022	Depreciación 2023	Depreciación 2024
Depreciación Producción	S/. 116,051	S/. 23,210				
Depreciación Administración	S/. 6,168	S/. 1,234				
Depreciación Ventas	S/. 1,050	S/. 210				
Total Depreciación Activos Fijos		S/. 24,654				

Fuente: Elaboración Propia

7.4.2.2. Amortización de intangibles

Activos intangibles y gastos pre operativos de la inversión.

Tabla 122

Amortización de intangibles

INVERSION PREOPERATIVAS			
Concepto	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV
Adecuación del local	25,324.11	4,558.34	29,882.45
Alquiler del local	9,268.00		9,268.00
Gastos en planilla	66,234.72		66,234.72
Gastos en servicios	1,494.92	269.08	1,764.00
Reclutamiento y capacitación de personal	3,000.00		3,000.00
Total Pre operativos	S/. 105,322	S/. 4,827	S/. 110,149

ADMINISTRACIÓN	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
CONSTITUCION DE LA EMPRESA (100%)			
Búsqueda del nombre	6.00	-	6.00
Reserva del nombre	20.00	-	20.00
Formato Estatuto	2.00	-	2.00
Escritura pública	300.00	-	300.00
Inscripción en RRPP	795.00	-	795.00
MARCAS Y PATENTES (80%)			
Búsqueda de marca existente	128.40	-	128.40
Registro de la marca	480.07	-	480.07
Publicación en el "PERUANO"	166.10	29.90	166.10
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES (20%)			

Certificado de Inspección Técnica	106.42	-	106.42
Solicitud de Licencia de Funcionamiento	38.28	-	38.28
Análisis Microbiológicos, Físicoquímico, Bromatológico	228.81	41.19	270.00
Registro Sanitario	58.10	-	58.10
Inversiones Pre Operativas (30%)	31,596.52	1,448.23	33,044.75
Total Administración	S/. 33,925.71	S/. 1,519.31	S/. 35,415.13

PRODUCCIÓN	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES (80%)			
Certificado de Inspección Técnica	425.68	-	425.68
Solicitud de Licencia de Funcionamiento	153.12	-	153.12
Análisis Microbiológicos, Físicoquímico, Bromatológico	915.25	164.75	1,080.00
Registro Sanitario	232.40	-	232.40
Inversiones Pre Operativas (40%)	42,128.70	1,930.97	44,059.67
Total Producción	S/. 43,855.15	S/. 2,095.72	S/. 45,950.87

VENTAS	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
MARCAS Y PATENTES (20%)			
Búsqueda de marca existente	32.10	-	32.10
Registro de la marca	120.02	-	120.02
Publicación en el "PERUANO"	41.53	7.47	49.00
Campaña de lanzamiento	63,033.24	11,346	74,379.22
Inversiones Pre Operativas (30%)	31,596.52	1,448.23	33,044.75
Total Ventas	S/. 94,823.40	S/. 12,801.68	S/. 107,625.09

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 123

Amortización de intangibles

Cuadro resumen - Amortización de Intangibles		Año 2019	Total costo con	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Área	Costo Sin IGV	IGV	IGV					
Administración	S/. 33,925.71	S/ 1,519.31	S/ 35,445.02	0	0	0	0	0
Producción	S/. 43,855.15	S/ 2,095.72	S/ 45,950.87	0	0	0	0	0
Ventas	S/. 94,823.40	S/ 12,801.68	S/ 107,625.09	0	0	0	0	0
Total	S/. 172,604.27							

Fuente: Elaboración Propia

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables

Tabla 124

Gasto por activos fijos no depreciables

		Activo No Depreciable				
		<1/4 UIT				
		2020	2021	2022	2023	2024
Administración						
Útiles de oficina	S/	384.64				
Prod. De limpieza	S/	158.10				
Art. Para baños y limpieza	S/	85.59				
Equipos de Oficina	S/	1,630.68				
Mobiliario administración	S/	4,055.59				
Producción						
Útiles de oficina	S/	48.08				
Prod. De limpieza	S/	474.29				
Art. Para baños y limpieza	S/	256.78				
Equipos de Oficina	S/	271.78				
Elementos de Seguridad	S/	612.54				
Mobiliario producción	S/	12,146.14				
Equipo de pesado	S/	726.00				
Equipos para envasado y sellado	S/	3,353.21				
Utensilios	S/	915.68				
Uniformes y EPP	S/	898.47				
Ventas						
Útiles de oficina	S/	48.08				
Prod. De limpieza	S/	158.10				
Art. Para baños y limpieza	S/	85.59				
Mobiliario ventas	S/	2,321.10				
Equipos de Oficina	S/	815.34				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 125

Cuadro resumen: Gasto Activo Fijo No Depreciable

Área	AÑO 2020			AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV				
Administración	S/. 6,314.60	S/ 1,136.63	S/ 7,451.23	0	0	0	0
Producción	S/. 19,702.97	S/ 3,546.54	S/23,249.51	0	0	0	0
Ventas	S/. 3,428.21	S/ 617.08	S/ 4,045.29	0	0	0	0
Total	S/. 29,445.79						

Fuente: Elaboración Propia

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 126

Costo de producción unitario y costo total unitario

Costo de producción	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Material directo, materia prima	S/ 24,857	S/ 700,806	S/ 735,388	S/ 780,800	S/ 836,961	S/ 905,705
Mano de obra directa	S/ 18,520	S/ 111,120	S/ 114,454	S/ 117,887	S/ 121,424	S/ 125,067
Costo indirecto fabricación	S/ 141,145	S/ 80,370	S/ 88,799	S/ 93,521	S/ 92,743	S/ 87,417
Costos total de producción	S/ 184,521	S/ 892,296	S/ 938,641	S/ 992,209	S/ 1,051,128	S/ 1,118,189
Producción galletas Wanana (cajas 24u)	60,979	250,116	262,988	279,208	299,280	323,849
Costo de producción unitario	S/ 3.03	S/ 3.57	S/ 3.57	S/ 3.55	S/ 3.51	S/ 3.45

Fuente: Elaboración propia

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 127

Costo Total Unitario

Costo total unitario	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Material directo, materia prima	S/ 0.41	S/ 2.80				
Mano de obra directa	S/ 0.30	S/ 0.44	S/ 0.44	S/ 0.42	S/ 0.41	S/ 0.39
Costo indirecto fabricación	S/ 2.31	S/ 0.32	S/ 0.34	S/ 0.33	S/ 0.31	S/ 0.27
Gastos administración	S/ 0.63	S/ 0.19	S/ 0.19	S/ 0.20	S/ 0.17	S/ 0.16
Gastos ventas	S/ 0.82	S/ 0.37	S/ 0.33	S/ 0.29	S/ 0.25	S/ 0.20
Costo total unitario	S/ 4.47	S/ 4.13	S/ 4.09	S/ 4.05	S/ 3.93	S/ 3.82

Fuente: Elaboración propia

Tabla 128

Costo Variable y Costo Fijo Unitario

Costo variable		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Material directo, materia prima	S/	0.41	S/	2.80								
Costo indirecto fabricación	S/	2.31	S/	0.32	S/	0.34	S/	0.33	S/	0.31	S/	0.27
Costo variable unitario	S/	2.72	S/	3.12	S/	3.13	S/	3.13	S/	3.11	S/	3.07

Costo fijo		2019		2020		2021		2022		2023		2024
Mano de obra directa	S/	0.30	S/	0.44	S/	0.44	S/	0.42	S/	0.41	S/	0.39
Gastos administración	S/	0.63	S/	0.19	S/	0.19	S/	0.20	S/	0.17	S/	0.16
Gastos ventas	S/	0.82	S/	0.37	S/	0.33	S/	0.29	S/	0.25	S/	0.20
Costo fijo unitario	S/	1.74	S/	1.01	S/	0.95	S/	0.91	S/	0.83	S/	0.75

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

El horizonte de evaluación es de 5 años, siendo el 2019 el año 0, por tanto, se evaluará desde 2019 hasta 2024.

- Se cuenta con 1 producto.
- Precio de venta al público: S/.12.00 (Incluye IGV)
- Precio venta a Wong (sin IGV): S/. 7.12
- El IGV es de 18%. El impuesto a la renta es del 29.5%

Ingresos / Egresos del flujo de caja están afectos al IGV, con la excepción de la partida Remuneraciones.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 129

Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

	Estado de ganancias y pérdidas sin IGV					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	S/. 0	S/. 1,648,306	S/. 1,749,197	S/. 1,874,461	S/. 2,028,195	S/. 2,215,636
Costo de Ventas	S/. 210,244	S/. 992,673	S/. 1,041,332	S/. 1,097,285	S/. 1,158,660	S/. 1,228,251
- Material Directo	S/. 24,857	S/. 700,806	S/. 735,388	S/. 780,800	S/. 836,961	S/. 905,705
- Mano de Obra Directa	S/. 18,520	S/. 111,120	S/. 114,454	S/. 117,887	S/. 121,424	S/. 125,067
- Costos Indirectos (Inc. Deprec. Producc.)	S/. 166,867	S/. 180,747	S/. 191,491	S/. 198,597	S/. 200,275	S/. 197,479
Utilidad Bruta	-S/. 210,244	S/. 655,633	S/. 707,865	S/. 777,176	S/. 869,534	S/. 987,386
- Gastos Administrativos	S/. 106,866	S/. 218,146	S/. 224,412	S/. 236,925	S/. 237,415	S/. 244,157
- Gastos de Venta	S/. 72,867	S/. 162,187	S/. 158,222	S/. 154,141	S/. 149,566	S/. 144,241
EBIT o Utilidad Operativa	-S/. 389,976	S/. 275,301	S/. 325,231	S/. 386,109	S/. 482,553	S/. 598,988
- Impuesto a la Renta	S/. 0	S/. 81,214	S/. 95,943	S/. 113,902	S/. 142,353	S/. 176,702
Utilidad / Pérdida Neta	-S/. 389,976	S/. 194,087	S/. 229,288	S/. 272,207	S/. 340,200	S/. 422,287

Fuente: Elaboración Propia

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

Tabla 130

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

	Estado de ganancias y pérdidas sin IGV					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	S/. 0	S/. 1,648,306	S/. 1,749,197	S/. 1,874,461	S/. 2,028,195	S/. 2,215,636
Costo de Ventas	S/. 210,244	S/. 992,673	S/. 1,041,332	S/. 1,097,285	S/. 1,037,237	S/. 1,228,251
- Material Directo	S/. 24,857	S/. 700,806	S/. 735,388	S/. 780,800	S/. 836,961	S/. 905,705
- Mano de Obra Directa	S/. 18,520	S/. 111,120	S/. 114,454	S/. 117,887	FF	S/. 125,067
- Costos Indirectos (Inc. Deprec. Producc.)	S/. 166,867	S/. 180,747	S/. 191,491	S/. 198,597	S/. 200,275	S/. 197,479
Utilidad Bruta	-S/. 210,244	S/. 655,633	S/. 707,865	S/. 777,176	S/. 990,958	S/. 987,386
- Gastos Administrativos	S/. 106,866	S/. 218,146	S/. 224,412	S/. 236,925	S/. 237,415	S/. 244,157
- Gastos de Venta	S/. 72,867	S/. 162,187	S/. 158,222	S/. 154,141	S/. 149,566	S/. 144,241
EBIT o Utilidad Operativa	-S/. 389,976	S/. 275,301	S/. 325,231	S/. 386,109	S/. 603,977	S/. 598,988
Gastos Financieros	S/. 22,384	S/. 89,537	S/. 89,537	S/. 22,384		
Utilidad antes de impuestos	-S/. 412,360	S/. 185,764	S/. 235,694	S/. 363,725	S/. 603,977	S/. 598,988
- Impuesto a la Renta	S/. 0	S/. 54,800	S/. 69,530	S/. 107,299	S/. 178,173	S/. 176,702
Utilidad / Pérdida Neta	-S/. 412,360	S/. 130,964	S/. 166,164	S/. 256,426	S/. 425,804	S/. 422,287
ESCUDO FISCAL	S/. 0	S/. 26,413	S/. 26,413	S/. 6,603	S/. 0	S/. 0

Fuente: Elaboración Propia

8.4. Flujo de Caja Operativo.

Tabla 131

Flujo de Caja Operativo (Inc. IGV)

	Flujo de caja operativo (Inc. IGV)				
	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	S/. 1,945,001	S/. 2,064,053	S/. 2,211,864	S/. 2,393,270	S/. 2,614,451
- Material Directo	S/. 826,952	S/. 867,758	S/. 921,345	S/. 987,614	S/. 1,068,732
- Mano de Obra Directa	S/. 111,120	S/. 114,454	S/. 117,887	S/. 121,424	S/. 125,067
- Costos Indirectos	S/. 195,213	S/. 207,475	S/. 215,431	S/. 216,969	S/. 213,214
- Gastos Administrativos	S/. 226,854	S/. 233,332	S/. 247,153	S/. 246,758	S/. 253,712
- Gastos de Venta	S/. 178,880	S/. 173,826	S/. 168,624	S/. 162,828	S/. 156,134
- Impuesto a la Renta (sin préstamo)	S/. 81,214	S/. 95,943	S/. 113,902	S/. 142,353	S/. 176,702
EGRESOS	S/. 1,620,232	S/. 1,692,787	S/. 1,784,343	S/. 1,877,947	S/. 1,993,560
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	S/. 324,769	S/. 371,266	S/. 427,521	S/. 515,323	S/. 620,891

Fuente: Elaboración Propia

8.5. Flujo de Capital.

Tabla 132

Flujo de Capital

Incluye IGV	Flujo de capital o inversión						Liquidación 2025
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
- Activos Fijos	-S/. 145,457						
- Activos Intangibles	-S/. 4,493						
- Gastos Pre Operativos	-S/. 192,967						S/. 13,902
- Inventario Inicial	-S/. 62,518						
- Capital de Trabajo	-S/. 133,944	-S/. 12,044	-S/. 8,936	-S/. 11,094	-S/. 13,616	-S/. 16,601	
+ Valor de Desecho Activos Fijos							S/. 38,654
+ Valor de Recupero Capital							S/. 196,235
Flujo de capital	-S/. 539,379	-S/. 12,044	-S/. 8,936	-S/. 11,094	-S/. 13,616	-S/. 16,601	S/. 248,791

Fuente: Elaboración Propia

8.6. Flujo de Caja Económico.

Para este cálculo se considera el flujo de caja económico más el flujo operativo y el flujo de capital y el IGV.

Tabla 133

Flujo de Caja Económico

	Flujo de Caja Económico						Liquidación
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Capital	-S/. 539,379	-S/. 12,044	-S/. 8,936	-S/. 11,094	-S/. 13,616	-S/. 16,601	S/. 248,791
Pago o Liquidación IGV		-S/. 56,253	-S/. 118,773	-S/. 132,888	-S/. 151,102	-S/. 172,568	
Flujo de caja Operativo	S/. 0	S/. 324,769	S/. 371,266	S/. 427,521	S/. 515,323	S/. 620,891	
Flujo de Caja Económico	-S/. 539,379	S/. 256,473	S/. 243,557	S/. 283,539	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791

Fuente: Elaboración Propia.

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 134

Flujo de servicio de la deuda

	Flujo de servicio de la deuda					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamos	S/. 155,398					
- Cuotas	-S/. 22,384	-S/. 89,537	-S/. 89,537	-S/. 22,384	S/. 0	S/. 0
+ Escudo Fiscal	S/. 0	S/. 26,413	S/. 26,413	S/. 6,603	S/. 0	S/. 0
Flujo de Servicio de la Deuda	S/. 133,013	-S/. 63,123	-S/. 63,123	-S/. 15,781	S/. 0	S/. 0

Fuente: Elaboración Propia.

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 135

Flujo de Caja Financiero

	FLUJO DE CAJA FINANCIERO						LIQUIDACIÓN
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Caja Económico	-S/. 539,379	S/. 256,473	S/. 243,557	S/. 283,539	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
Flujo de Servicio de la Deuda	S/. 133,013	-S/. 63,123	-S/. 63,123	-S/. 15,781	S/. 0	S/. 0	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/. 406,366	S/. 193,349	S/. 180,434	S/. 267,758	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791

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.

El cálculo del CAPM nos permite conocer la rentabilidad a la que se está renunciando para invertir en un proyecto que tiene similar riesgo.

Tabla 136

Cálculo del CAPM

Datos		Valor
Concepto		Tasa %
Rendimiento de mercado USA (S&P 500)	Rm	11.9%
Tasa libre de riesgo USA (T-Bonds)	Rf	3.6%
Beta desapalancada	β	0.68
% Deuda	%D	28.1%
% Efectivo Capital	%C	71.9%
Riesgo País Perú (Tasa %)*	Rp	1.29%
Impuesto a la Renta	IR	29.5%
TCEA Tasa de intereses (promedio) del banco		31.5%
Beta Apalancado	$\beta a = B * (1+(1-IR)*(D/C))$	0.9
CAPM (Cost Asset Pricing Model) COK	$COK = Rf + \beta a *(Rm - Rf)$	10.8%
	COK Peru = COK + Rp	12.1%

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2. COK propio.

Los criterios para el cálculo del COK propio están en función a lo siguiente:

1. Financiero Pro Empresa, plazo fijo a 720 días ofrece una tasa del 6.90% (Ana R.)
2. Interfondos, acciones soles ofrece una tasa de 11.30%. (Javier P.)
3. Habita, fondo 3 mixto, ofrece una tasa de 6.80%. (Rocio H.)

4. BBVA, fondos mutuos agresivo 3 años, ofrece una tasa de 12.70% (Jhonnattan V.)

Tabla 137

Cálculo del COK Propio.

Alternativa de Inversión	ACCIONISTA	Tasa %
Financiero ProEmpresa, plazo fijo 720 días	Ana L.	6.90%
Interfondos, acciones soles	Javier P.	11.80%
Habitat, fondo 3 mixto	Rocio H.	6.80%
BBVA, fondos mutuos, agresivo 3 años	Jhonnattan V.	12.70%
PROMEDIO		9.55%
FACTOR RIESGO		3.32
COK PROPIO		31.7%

() Se verifica que el COK Propio es mayor al COK Perú y mayor a la tasa de interés*

Fuente: Elaboración Propia.

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 138

Cálculo del WACC (Costo de capital promedio ponderado)

Costo de capital promedio ponderado (WACC)	
COK Propio	31.7%
Tasa interes banco	31.5%
% Efectivo Capital	71.9%
% Deuda	28.1%
Impuesto a la Renta	29.5%
WACC	29.1%

Fuente: Elaboración Propia

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

9.2.1.1. VANE y VANF.

Tabla 139

Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	VALOR	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Económico		-S/. 539,379	S/. 256,473	S/. 243,557	S/. 283,539	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
WACC (Coste Promedio Ponderado del Capital)	29.1%							
TCEA, Tasa de financiamiento promedio	31.5%							
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 238,413							
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	47.0%							
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado Económico)	37.2%							

Fuente: Elaboración Propia

El VANE es de S/. 238,413 soles

Podemos concluir que el VAN Económico es mayor a 0 (VAN>0) el proyecto es VIABLE.

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

Tabla 140

Indicadores de rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	VALOR	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Financiero		-S/. 406,366	S/. 193,349	S/. 180,434	S/. 267,758	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
COK Propio (Costo de Oportunidad del Capital)	31.7%							
TCEA, Tasa de financiamiento promedio	31.5%							
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 234,510							
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	53.9%							
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	42.1%							

Fuente: Elaboración Propia

Observamos que la TIR Económica es mayor que el WACC, entonces tenemos que la tasa de recuperación o retorno es mayor al Costo Promedio Ponderado de Capital.

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

Cálculo de recuperación descontado

Tabla 141

Análisis con Flujo Económico	Valor	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Económico		-S/. 539,379	S/. 256,473	S/. 243,557	S/. 283,539	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
Flujo Descontado			S/. 198,738	S/. 146,245	S/. 131,926	S/. 126,408	S/. 120,615	S/. 53,861
Flujo Futuro		-S/. 539,379	-S/. 340,641	-S/. 194,397	-S/. 62,471	S/. 63,937	S/. 184,552	S/. 238,413
Saldo a cubrir de Año 3, durante Año 4	-S/. 62,471							
Ingreso (flujo descontado) diario en Año 4	S/. 346							
Días necesarios para cubrir saldo año anterior	180							
Periodo de Recuperación Descontado	4 Años, 06 Meses, 00 Días							

Fuente: Elaboración Propia

El periodo de recuperación descontado considerado con Análisis con Flujo Económico nos indica que la inversión realizada se recupera en: 4 años y 6 meses.

Tabla 142

Cálculo de recuperación descontado

Análisis con Flujo Financiero	Valor	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Financiero		-S/. 406,366	S/. 193,349	S/. 180,434	S/. 267,758	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
Flujo Descontado			S/. 146,784	S/. 103,990	S/. 117,153	S/. 116,457	S/. 108,865	S/. 47,627
Flujo Futuro		-S/. 406,366	-S/. 259,582	-S/. 155,592	-S/. 38,439	S/. 78,018	S/. 186,883	S/. 234,510
Saldo a cubrir de Año 3, durante Año 4	-S/. 38,439							
Ingreso (flujo descontado) diario en Año 4	S/. 319							
Días necesarios para cubrir saldo año anterior	120							
Periodo de Recuperación Descontado	4 Años, 04 Meses, 00 Días							

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación descontado considerado con Análisis con Flujo Financiero considerando el préstamo nos indica que la inversión realizada se recupera en: 4 años y 04 meses.

9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Tabla 143

Análisis Beneficio / Costo (B/C)

Análisis con Flujo Económico	Valor	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Económico		-S/. 539,379	S/. 256,473	S/. 243,557	S/. 283,539	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
Flujo Descontado			S/. 198,738	S/. 146,245	S/. 131,926	S/. 126,408	S/. 120,615	S/. 53,861
Total Flujo Descontado	S/. 777,792							
Inversión Total	S/. 539,379							
ANALISIS B/C (Por cada S/.1 invertido, se gana:)	S/. 1.44							

Análisis con Flujo Financiero	Valor	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024	Liquidación 2024
Flujo de Caja Financiero		-S/. 406,366	S/. 193,349	S/. 180,434	S/. 267,758	S/. 350,605	S/. 431,722	S/. 248,791
Flujo Descontado			S/. 146,784	S/. 103,990	S/. 117,153	S/. 116,457	S/. 108,865	S/. 47,627
Total Flujo Descontado	S/. 640,876							
Inversión Total	S/. 406,366							
ANALISIS B/C (Por cada S/.1 invertido, se gana:)	S/. 1.58							

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos.

Tabla 144

Cálculo de Costos variables y costos fijos

VALOR	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024
Precio venta (sin IGV):	S/. 7.12					
Costo Variable Unitario	S/. 2.72	S/. 3.12	S/. 3.13	S/. 3.13	S/. 3.11	S/. 3.07
Margen de Contribución	S/. 4.40	S/. 4.00	S/. 3.99	S/. 3.99	S/. 4.01	S/. 4.05
Costo Fijo Unitario	S/. 1.74	S/. 1.01	S/. 0.95	S/. 0.91	S/. 0.83	S/. 0.75
Mano de obra	S/. 0.30	S/. 0.44	S/. 0.44	S/. 0.42	S/. 0.41	S/. 0.39
Gasto de Administración	S/. 0.63	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.20	S/. 0.17	S/. 0.16
Gasto de Ventas	S/. 0.82	S/. 0.37	S/. 0.33	S/. 0.29	S/. 0.25	S/. 0.20
Costo Fijo Total	S/. 128,770	S/. 341,773	S/. 340,231	S/. 277,553	S/. 247,007	S/. 244,223
Mano de obra	S/. 18,520	S/. 111,120	S/. 114,454	S/. 117,887	S/. 121,424	S/. 125,067
Gasto de Administración	S/. 38,149	S/. 48,379	S/. 49,553	S/. 56,820	S/. 51,906	S/. 53,083
Gasto de Ventas	S/. 49,717	S/. 92,737	S/. 86,689	S/. 80,462	S/. 73,677	S/. 66,074
Gastos Financieros	S/. 22,384	S/. 89,537	S/. 89,537	S/. 22,384	S/. 0	S/. 0

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 145

Estado de Resultado (Costeo Directo)

Estado de ganancias y pérdidas (Sin IGV)						
	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024
VENTAS	S/. 0	S/. 1,648,306	S/. 1,749,197	S/. 1,874,461	S/. 2,028,195	S/. 2,215,636
COSTO VARIABLE						
Material directo	S/. 24,857	S/. 700,806	S/. 735,388	S/. 780,800	S/. 836,961	S/. 905,705
Costos Indirectos	S/. 166,867	S/. 180,747	S/. 191,491	S/. 198,597	S/. 200,275	S/. 197,479
Total Costo Variable	S/. 191,724	S/. 881,553	S/. 926,879	S/. 979,398	S/. 1,037,237	S/. 1,103,184
Margen de Contribución	-S/. 191,724	S/. 766,753	S/. 822,319	S/. 895,063	S/. 990,958	S/. 1,112,452
COSTO FIJO						
Mano de Obra Directa	S/. 18,520	S/. 111,120	S/. 114,454	S/. 117,887	S/. 121,424	S/. 125,067
Gastos Administrativos	S/. 106,866	S/. 218,146	S/. 224,412	S/. 236,925	S/. 237,415	S/. 244,157
Gastos de Ventas	S/. 72,867	S/. 162,187	S/. 158,222	S/. 154,141	S/. 149,566	S/. 144,241
Total Costo Fijo	S/. 198,252	S/. 491,453	S/. 497,088	S/. 508,954	S/. 508,405	S/. 513,464
UTILIDAD OPERATIVA	-S/. 389,976	S/. 275,301	S/. 325,231	S/. 386,109	S/. 482,553	S/. 598,988
Gasto Financieros	S/. 22,384	S/. 89,537	S/. 89,537	S/. 22,384	S/. 0	S/. 0
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	-S/. 412,360	S/. 185,764	S/. 235,694	S/. 363,725	S/. 482,553	S/. 598,988
Impuesto a la renta		S/. 54,800	S/. 69,530	S/. 107,299	S/. 142,353	S/. 176,702
UTILIDAD NETA	-S/. 412,360	S/. 130,964	S/. 166,164	S/. 256,426	S/. 340,200	S/. 422,287

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Tabla 146

Cálculo del Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024
Costo Fijo Total	S/. 128,770	S/. 341,773	S/. 340,231	S/. 277,553	S/. 247,007	S/. 244,223
Margen de Contribución	S/. 4.40	S/. 4.00	S/. 3.99	S/. 3.99	S/. 4.01	S/. 4.05
Punto de Equilibrio	29,281	85,513	85,355	69,587	61,543	60,252

Fuente: Elaboración Propia

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

Tabla 147

Estimación de punto de equilibrio en nuevos soles

PUNTO DE EQUILIBRIO (S/.)	VALOR	Año 0 2019	Año 1 2020	Año 2 2021	Año 3 2022	Año 4 2023	Año 5 2024
Punto de Equilibrio (Unidades)		29,281	85,513	85,355	69,587	61,543	60,252
Precio Venta Unitario	S/. 7.12						
Punto de Equilibrio (S/.)		S/. 6	S/. 608,851	S/. 607,729	S/. 495,461	S/. 438,190	S/. 428,993
VERIFICACIÓN (CV*Cant+CF)-PE	208,474.76	FALSO	VERDADERO	VERDADERO	VERDADERO	VERDADERO	VERDADERO
Producción anual de galletas (cajas 24u)			250,051	262,988	279,208	299,280	323,849
Porcentaje requerido para alcanzar Punto de Equilibrio			34%	32%	25%	21%	19%

Fuente: Elaboración propia

9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1 Variables de entrada.

Las variables de entrada se consideran 3:

- Unidades Vendidas
- Precio de venta
- Costo de Materia Prima

9.3.2 Variables de salida.

En las variables de salida se consideran los siguientes indicadores:

- VANE (Valor Actual Neto Económico)
- TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)
- TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico
- VANF (Valor Actual Neto Financiero)
- TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)
- TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero

9.3.3 Análisis unidimensional.

Tabla 148

Análisis en función a unidades vendidas

Análisis en función a unidades vendidas	Límite -5.9%	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	-S/. 365,597	-S/. 164,261	S/. 37,076	S/. 238,413	S/. 439,749	S/. 641,086	S/. 842,423
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	0.5%	16.4%	31.9%	47%	61.7%	76.2%	90.4%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	6.9%	21.5%	30.5%	37%	42.5%	47.0%	51.0%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,568	-S/. 337,906	-S/. 147,101	S/. 43,705	S/. 234,510	S/. 425,315	S/. 616,121	S/. 806,926
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	0.1%	17.8%	35.9%	54%	71.9%	89.9%	107.8%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	5.1%	22.2%	34.0%	42%	48.4%	53.6%	58.1%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 149

Análisis en Función al precio de venta

Análisis en función a precio de venta	Límite	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
	S/. 6.70	S/. 6.05	S/. 6.41	S/. 6.76	S/. 7.12	S/. 7.48	S/. 7.83	S/. 8.19
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	-S/. 365,597	-S/. 164,261	S/. 37,076	S/. 238,413	S/. 439,749	S/. 641,086	S/. 842,423
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	0.5%	16.4%	31.9%	47%	61.7%	76.2%	90.4%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	6.9%	21.5%	30.5%	37%	42.5%	47.0%	51.0%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,568	-S/. 337,906	-S/. 147,101	S/. 43,705	S/. 234,510	S/. 425,315	S/. 616,121	S/. 806,926
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	0.1%	17.8%	35.9%	54%	71.9%	89.9%	107.8%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	5.1%	22.2%	34.0%	42%	48.4%	53.6%	58.1%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 150

Análisis en Función a Costo de Materia Prima

	Límite	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
Análisis en función a costo de materia prima	14.2%							
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	S/. 490,997	S/. 406,802	S/. 322,607	S/. 238,413	S/. 154,218	S/. 70,023	-S/. 14,171
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	65.5%	59.4%	53.2%	47%	40.7%	34.4%	28.0%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	43.8%	41.7%	39.5%	37%	34.6%	31.7%	28.5%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,481	S/. 473,974	S/. 394,153	S/. 314,332	S/. 234,510	S/. 154,689	S/. 74,867	-S/. 4,954
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	76.6%	69.1%	61.5%	54%	46.4%	38.8%	31.3%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	49.8%	47.5%	44.9%	42%	39.0%	35.5%	31.5%

Fuente: Elaboración Propia

9.3.4 Análisis multidimensional.

Tabla 151

Análisis en Función a Unidades Vendidas con Precio de Venta

	Límite	-10%	-5%	-10%	-5%	0%	5%	10%
Análisis en función a unidades vendidas	-3.0%							
Análisis en función a precio de venta	S/. 6.90	-10%	-10%	-5%	-5%	S/. 7.12	5%	10%
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	-S/. 526,666	-S/. 345,463	-S/. 345,463	-S/. 154,194	S/. 238,413	S/. 651,153	S/. 1,084,026
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	-12.3%	2.1%	2.1%	17.1%	47%	76.9%	107.3%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	-8.9%	8.8%	8.8%	22.0%	37%	47.3%	55.1%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,568	-S/. 490,550	-S/. 318,825	-S/. 318,825	-S/. 137,560	S/. 234,510	S/. 625,661	S/. 1,035,893
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	-13.4%	1.9%	1.9%	18.7%	54%	90.8%	129.3%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	-7.7%	6.8%	6.8%	23.0%	42%	53.9%	62.7%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 152

Análisis en Función a Unidades Vendidas con Costo de Materia Prima

Análisis en función a unidades vendidas	Límite							
	-3.0%	-10%	-10%	-5%	0%	5%	10%	5%
Análisis en función a costo de materia prima	7.0%	-10%	-5%	-5%	0%	5%	10%	20%
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	S/. 4,129	-S/. 80,066	S/. 121,271	S/. 238,413	S/. 355,555	S/. 472,697	S/. 102,971
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	29.4%	22.9%	38.2%	47%	55.6%	64.0%	36.8%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	29.2%	25.6%	33.5%	37%	40.4%	43.3%	32.9%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,525	S/. 12,542	-S/. 67,279	S/. 123,526	S/. 234,510	S/. 345,494	S/. 456,478	S/. 106,030
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	32.9%	25.4%	43.4%	54%	64.4%	74.8%	41.7%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	32.4%	27.8%	37.7%	42%	45.9%	49.3%	36.9%

Fuente: Elaboración propia.

Análisis en Función a Precio de Venta con Costo de Materia Prima

Análisis en función a precio de venta	Límite							
	S/. 6.90	-10%	-10%	-5%	-5%	S/. 7.12	5%	10%
Análisis en función a costo de materia prima	7.0%	-10%	-5%	-10%	-5%	0%	10%	20%
VANE (Valor Actual Neto Económico)	S/. 0	S/. 4,129	-S/. 80,066	S/. 205,465	S/. 121,271	S/. 238,413	S/. 271,360	S/. 304,307
TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)	29.1%	29.4%	22.9%	44.6%	38.2%	47%	49.4%	51.8%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Económico	29.1%	29.2%	25.6%	36.2%	33.5%	37%	38.1%	39.0%
VANF (Valor Actual Neto Financiero)	S/. 8,525	S/. 12,542	-S/. 67,279	S/. 203,348	S/. 123,526	S/. 234,510	S/. 265,673	S/. 296,835
TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)	32.5%	32.9%	25.4%	51.0%	43.4%	54%	56.8%	59.7%
TIRM (Tasa Interna de Retorno Modificado) Financiero	32.2%	32.4%	27.8%	40.9%	37.7%	42%	43.2%	44.3%

Fuente: Elaboración propia.

9.3.5 Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas del proyecto que se consideran son:

- **Unidades Vendidas:** Puede bajar hasta en 5.9% del total de unidades vendidas en los 5 años del proyecto.
- **Precio de Venta:** Puede reducirse hasta en 5.9% es decir el precio mínimo se establecería en S/. 6.70 soles.
- **Costo de Materia Prima:** Puede aumentar hasta en 14.2% el costo de materia prima.

9.3.6 Perfil de Riesgo

Riesgo moderado a alto.

Conclusiones

Se concluye que el producto tiene el potencial para explotar el sector enfocado a alimentos de bebés, ante lo cual se determina que presenta aporte nutricional superior a la competencia, sobre todo, se presenta como un producto fabricado con productos nacionales.

Asimismo, se determinó según el estudio de mercado que el producto presentado llegará a 21,127 hogares con una demanda equivalente a 231,504 cajas de galletas por 24 unidades en el primer año por lo tanto se observa que hay un nicho de mercado que no se encuentra abastecido donde se buscará ingresar.

Se establece que las galletas presentadas al estar libres de gluten son consideradas sustitutos de compotas, snacks, cereales y cualquier otro tipo de alimento que se utilizan entre comidas de los bebés.

Por tanto, se concluye que el proyecto resulta *viable* ya que se obtiene un VANE de S/.238, 413 y un TIRE de 47%, resultante mayor a WACC de 29.1%. Con los resultados obtenidos se tiene que el tiempo de recuperación es de 4 años y 6 meses. En este sentido, analizando el lado financiero podemos concluir que de igual forma, que el proyecto resulta VIABLE ya que se obtiene un VANF de S/.234, 510 y un TIRF de 53.9% que resulta ser mayor al COK Propio de 31.7%. El tiempo de recuperación es de 4 años y 4 meses.

Se estableció, además, que el aporte inicial necesario para los socios debe ser del 71.91% mientras que el financiamiento bancario será de 28.1%, con lo cual se concluye que es necesario contar con aporte de capital de todos los socios de manera equitativa para poder financiar el proyecto.

Dado que al finalizar el 5 año (2024) la empresa tendrá una Utilidad Neta de S/. 422,287 que representa el 19.06% de las ventas, se concluye que la Utilidad Neta es favorable para la inversión. En el estudio del análisis unidimensional y multidimensional se concluye que una leve disminución en el precio de venta y en las unidades vendidas hacen que los indicadores VAN Y TIR disminuyan drásticamente, por lo cual son variables que generan un moderado a alto riesgo en el proyecto.

Recomendaciones

- Se recomienda la búsqueda de más canales de distribución de modo de llegar a un porcentaje mayor de público objetivo y no depender de un solo canal de distribución.
- Se recomienda la ampliación de portafolio de sabores a fin de ofrecer más variedad al sector al cual se enfocó.
- Se recomienda realizar un análisis continuo de la imagen de la marca a fin de ofrecer un producto con altos estándares de calidad.
- El recurso humano es el activo más valioso de la empresa ante lo cual se recomienda crear valores y pilares basados en trabajo en equipo, liderazgo y motivación para lograr implantar una cultura corporativa comprometida con el desarrollo personal y empresarial.
- Se recomienda analizar la repartición de acciones de modo que no sea equitativa para que exista un socio mayoritario que lidere el proyecto y pueda decidir en caso de que no se llegue a un acuerdo entre los socios.

Referencias bibliográficas

Agencia Andina. (Agosto de 2016). Peru Retail. Obtenido de Peru Retail Web Site: <https://www.peru-retail.com/consumo-primer-semester-2016/>

Agencia EFE. (1 de Enero de 2018). EFE. Obtenido de EFE Web Site: <https://www.efe.com/efe/america/economia/inflacion-de-peru-subio-1-36-en-2017-la-mas-baja-desde-2009/20000011-3480949#>

Ambito Financiero. (2018). *Ambito*. Obtenido de *Ambito Web Site*: <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=13>

APEIM (2017). Niveles socioeconómicos 2017. Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>.

BCRP. (2017). *MEMORIA 2017*. Lima.

BCRP. (2017). *Reporte de Infacion - Panorama actual y proyecciones macroeconómicas*. Lima. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/diciembre/report-de-inflacion-diciembre-2017.pdf>

Claudia, S. O. (2015). *Tendencias de mercado para alimentos libres de gluten*. PromPeru, Lima, Lima. Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/71/Tendencias_mercado_alimentos_libre_gluten_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Compañía Peruana de estudios de mercado y opinion publica SAC. (2017). *Peru: Poblacion 2017*. Lima, Lima. Obtenido de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf

Defensor del pueblo (2016). Encuesta a personas celíacas: primeros resultados. Recuperado de: <https://www.defensordelpueblo.es/noticias/encuesta-a-personas-celiascas-primeros-resultados-2/>.

Diario Correo. (25 de Abril de 2018). *Diario Correo*. Obtenido de Diario Correo Web Site: <https://diariocorreo.pe/economia/ingreso-mensual-capita-es-962-soles-segun-cifras-del-inei-815292/>

Diario Gestion. (11 de Junio de 2018). *Diario Gestion*. Obtenido de *Diario Gestion Web Site*: <https://gestion.pe/economia/consumo-peru-crecera-3-2018-influenciado-tendencias-locales-235658>

Diario Gestion. (08 de Abril de 2018). *Diario Gestion*. Obtenido de *Diario Gestion Web site*: <https://gestion.pe/economia/peru-ubica-cuarto-pais-exportador-america-del-sur-2017-231008>

El comercio (2018). Clase en vivo de Mamá Chef: Recetas de papillas, compotas y cereales para bebés de 6 meses a más. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/blog/mamachef/2018/03/clase-en-vivo-de-mama-chef-recetas-de-papillas-compotas-y-cereales-para-bebes-de-6-meses-a-mas>.

FACE. (Marzo de 2016). Federación de Asociaciones de Celíacos de España. Obtenido de Federación de Asociaciones de Celíacos de España Web Site: <https://www.celiacos.org/blog/item/1040-encuesta-el-defensor-del-pueblo-primeros-resultados.html>

FACE. (Julio de 2016). *Federación de Asociaciones de Celíacos de España*. Obtenido de Federación de Asociaciones de Celíacos de España Web Site: <https://www.celiacos.org/blog/item/1040-encuesta-el-defensor-del-pueblo-primeros-resultados.html>

Gestion. (2016 de Diciembre de 2016). *Diario Gestion*. Obtenido de *Diario Gestion* Web Site: <https://gestion.pe/tendencias/grasa-gluten-hay-mirar-etiquetas-alimentos-125570>

Grupo La Republica. (15 de Febrero de 2018). *La Republica*. Obtenido de *La Republica* Web Site: <https://larepublica.pe/economia/1197538-peru-crecio-25-el-2017-y-es-por-debajo-de-lo-esperado>

Grupo RPP. (1 de Enero de 2018). *RPP*. Obtenido de RPP Web Site: <https://rpp.pe/economia/economia/bcr-economia-peruana-tuvo-evolucion-favorable-el-2017-noticia-1097326>

Heinz (2018). Heinz papillas. Recuperado de: <http://www.bebeheinz.com/web/>.

INEI. (Julio de 2018). *Indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento 2007-2016*. Lima. Lima: INEI.

INEI. (2018). INEI Peru. Obtenido de INEI Peru Web Site: <https://www.inei.gob.pe>

INEI. (2018). Informe Técnico Nro.02 - *Evolución de las Exportaciones e Importaciones*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n02_exportaciones-e-importaciones-dic2017.pdf

Mora, A. (2018). Productos sin gluten: un nuevo mercado por explotar en Guayaquil. Tesis de pregrado. Guayaquil, Ecuador

Moreno, G. (10 de Octubre de 2017). *El Portal de Estadísticas*. Obtenido de *El Portal de Estadísticas* Web Site: <https://es.statista.com/grafico/11421/el-despegue-del-mercado-de-los-productos-sin-gluten/>

Mum Mum (2018). Siempre Saludable. Recuperado de: <https://www.babymummum.com.co/toddler-mum-mum>.

Nestlé (2018). Alimentos para bebés. Recuperado de: <https://www.nestle.com.pe/productos/alimentosbebes/gerber>.

Plaza Vea (2018). Compotas y colados. Recuperado de: <https://www.plazavea.com.pe/cuidado-del-bebe/alimentos-para-bebe/compotas-y-colados/gloria>.

Peñaranda, C. (2018). Sector supermercados con potencial para seguir creciendo. Informe económico. Recuperado de: https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r810_1/iedep_810.pdf.

Pro Ecuador. (2015). *Boletín de análisis de Mercados Internacionales*. Quito: Pro Ecuador. Obtenido de https://issuu.com/pro-ecuador/docs/boletinnov_dich

Sascha Fitness. (18 de Diciembre de 2015). *Sascha Fitness*. Obtenido de Sascha Fitness Web Site: <https://www.saschafitness.com/beneficios-que-aporta-la-harina-de-platano/>

SIICEX. (07 de Septiembre de 2016). *SIICEX*. Obtenido de *SIICEX Web Site*: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=726.72400&_portletid=_aim_wlistalerta&scriptdo=usp_aim_wlistdalerta&pc_alerta=35663

Solano, M. (6 de Mayo de 2017). *My Peru Global*. Obtenido de *My Peru Global Web Site*: <http://myperuglobal.com/conozca-los-10-productos-importados-con-mayor-crecimiento-en-el-2017/>

Anexos

Se listan las cotizaciones de todos los equipos, maquinaria, mobiliario utensilios, materia prima entre otros.

		Lima, 16 de octubre del 2018			
<p>PROFORMA: N° 00886 / 18 CLIENTE: ENTEL PERU - JHONNATTAN VILLEGAS E-MAIL: jhonnattan.villegas@externo.entel.pe TEL: 992286109 Estimado cliente reciba un cordial saludo de CORPORACIÓN ANDERCRU S.A.C. con RUC: 20601758106, agradeciendo de ante mano por su interés en trabajar con nosotros nos es muy grato presentarle nuestra mejor propuesta económica, cuyas especificaciones técnicas adjuntamos a continuación a detalle:</p>					
PROPUESTA ECONOMICA					
IT	ESPECIFICACIONES TECNICAS A DETALLE	CANT	P. UNIT.	P. TOTAL	IMAGEN REFERENCIAL
1	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Lockers Metálico 3 Cuerpos – 15 Casilleros. ❖ Marca: ANDERCRU SAC ❖ Medidas Totales del Lockers: ❖ 1.01 Ancho X 1.80 Alto X 0.38 Fondo. ❖ Medidas Aprox. de cada Casillero: ❖ 0.31 Ancho X 0.32 Alto. ❖ Son Fabricados con Plancha LAF 1/40 (0.6mm) de SIDER PERÚ de primera Calidad. ❖ Tienen Ranuras de ventilación en cada Casillero del Lockers. ❖ Tienen Ficheros para nombre en cada Casillero del Lockers. ❖ Tienen Armellas para candado en cada Casillero del Lockers. ❖ Tienen Manijas Cromadas empotradas en cada Casillero del Lockers. ❖ Tienen Patas zincadas con protectores de piso de PVC en la parte inferior del Lockers para mayor estabilidad. ❖ Entra en un proceso de Pintado en polvo decapado y secado a 180° Horneable en color Gris Claro. ❖ Garantía 24 meses. 	01	S/ 700.00	S/ 700.00	

Cotización Lockers



Lima, 16 de Octubre del 2018

Señores : ENTEL
Atención : Sr. Jhonnattan Villegas
Teléfono : 992286110
Correo : ocabrera@calaminon.com

PRESUPUESTO N° 2114 - JA - ENTEL

De acuerdo a lo solicitado, EQUIPAMIENTOS Y SISTEMA DE ALMACENAMIENTO PARCK SAC, con RUC N° 20491980355, domicilio legal en CALL. JACARANDA MZ. K LOTE 10A URB. LA CAPITANA - HUACHIPA, tiene a bien presentar la Propuesta Técnica - Económica para la provisión de: ESTANTERIA METALICA.

II. ESPECIFICACIONES DESCRIPTIVAS - PROPUESTA ECONOMICA

En atención a lo solicitado nos es grato presentarles lo siguiente:

BLOQUES	CANT.	P. UNIT.	P. TOTAL
ALMACEN			
BLOQUE "A"			
ESTANTERIA SIMPLE ACOPLADA DE 03 CUERPOS 1.13 M			
(18) Bandejas de 0.50 m (fondo) x 1.13 m (largo) en 0.8 mm de espesor. (08) Ángulos por bloque de 1 1/2 X 1 1/2 en 2.0 mm de espesor x 1.40m de alto.	01	S/858,62	S/858,62
TOTAL SIN IGV			S/ 858,62
TOTAL CON DSCTO ESPECIAL (NO INC. IGV DEL 18%)			S/ 800.00

*Pintura electroestática con secado al horno - lavado con sistema aspersión química - Color Estándar: Gris Estándar

* Soporte Por Bandeja: 60 Kg Por Nivel

*Incluye accesorios para armado. (Pernos, tuercas, esquineros, regatones de PVC).

***LOS PRECIOS NO INCLUYEN IGV (18%)**
***A TODO COSTO - NO AFECTO A DETRACCION**

CONDICIONES GENERALES

- **Forma de pago** : 50% de inicial, saldo previo al despacho.
- **Tiempo de entrega** : **08 días útiles**
- **Validez de la oferta** : 05 días, sujeta a la variación del precio del acero
- **Lugar de entrega y ensamble**: En sus almacenes (San Isidro).
- **Garantía** : 01 año por posibles defectos de fabricación y/o montaje.

***EL AMBIENTE A INSTALAR DEBERA ESTAR TOTALMENTE DESPEJADO PARA
PODER CULMINAR CON ÉXITO EN EL TIEMPO ESTIMADO***

Agradeciendo por anticipado la confianza depositada en nuestra firma quedamos a su disposición para atender las consultas que estime necesarias.

PRESUPUESTO N°	CLIENTE	VERSIÓN	PÁGINA
2114 - JA	ENTEL	01	PÁGINA 5 DE 7

Cotización Estantería Simple Acoplada

https://www.talloy.com.pe/checkout/cart/index/

Aplicaciones INFO: INTRANET Outlook 50 Libros de Market Miniada X - Cursos Le Libros - Descarga Naturaleza, Paisajes englishaula.com Voz Activa y Pasiva

Talloy Locales Bienvenido Ana Luisa Clientes con Contrato

Atención al cliente 619 - 3030 BUSCAR CARRITO DE COMPRAS (31)

Escolar Juguetes Lectura Oficina Arte y diseño Papeleria Tecnologia TV, Audio y Fotografia Art Technology TV, Audio y Video

CARRITO DE COMPRAS

Método de entrega
Elige tu método de entrega, para validar el stock de tus productos.

RECIBO EN TIENDA ENVÍO A DOMICILIO

Productos

Imagen	Nombre del producto	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	Eliminar
	Bolígrafo O31 x 6 (4 Azules Y 2 Negros)	- 1 +	S/ 4.30	S/ 4.30	
	Lápiz 2B Amarillo Con Borrador x 3 und. Vinifan	- 2 +	S/ 2.90	S/ 5.80	
	Borrador Blanco Chico x 2und.	- 3 +	S/ 1.80	S/ 5.40	
	Mini Resaltadores Maped 701437	- 1 +	S/ 12.50	S/ 12.50	
	Marcador Pizarra Acrimax A123 - Estuche x 4 und.	- 1 +	S/ 7.40	S/ 7.40	
	Separador A-4 x 10 Colores	- 1 +	S/ 12.70	S/ 12.70	
	Archivador Revistero Negro	- 5 +	S/ 13.20	S/ 66	
	Pizarra Laminada Blanca 0.40 x 0.60 mt.	- 2 +	S/ 23.80	S/ 47.60	
	Archivador Cartón Oficio. AZ-45 con Caja Negro	- 5 +	S/ 4.70	S/ 23.50	
	Sobre Manila A-4 (Pack x 50)	- 1 +	S/ 9.70	S/ 9.70	

	Cuchillas 18Mm	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 5 +	S/ 2.60	S/ 13	
	Cinta Adhesiva 1/2 Pulgadas x 16 yds. Cristal	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 4.70	S/ 4.70	
	Etiqueta Para File 23.5 x 76cm. Blanco	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 1.90	S/ 1.90	
	Binder Doble Clip De 1 1/4 Pulgadas 32mm	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 2.90	S/ 2.90	
	Clips #1 (Caja x 100)	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 0.80	S/ 0.80	
	Clips Mariposa Chico (Caja x 50)	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 2 +	S/ 3.30	S/ 6.60	
	Fastener Anticorte Caja x 50und.	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 6.20	S/ 6.20	
	Notas Adhesivas 3x3 Pulgadas Neón x 500 H	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 18.90	S/ 18.90	
	Engrapador 22H M-515 - Azul	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 5 +	S/ 8.90	S/ 44.50	
	Grapas 26/6 (Caja x 5000)	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 2.40	S/ 2.40	
	Sacagrapa	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 5 +	S/ 1.40	S/ 7	
	Dispensador x 36 Yardas. OVE	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 6.80	S/ 6.80	
	Perforador 10 Hojas Escolar. OVE	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 5 +	S/ 5.15	S/ 25.75	
	Borrador Para Pizarra Blanca	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	
		- 1 +	S/ 2.20	S/ 2.20	

	Borrador Para Pizarra Blanca	Cantidad - 1 +	Precio unitario S/ 220	Subtotal S/ 220	
	Tijera 5 Pulgadas Mango Naranja	Cantidad - 5 +	Precio unitario S/150	Subtotal S/ 750	
	Cuaderno De Cargo 200 Hojas	Cantidad - 1 +	Precio unitario S/ 710	Subtotal S/ 710	
	Libro Reclamaciones 50 Folios (150 H)	Cantidad - 1 +	Precio unitario S/ 22.10	Subtotal S/ 22.10	
	Cuaderno Anillado A-4 180 H Cuadrulado	Cantidad - 5 +	Precio unitario S/ 15.90	Subtotal S/ 79.50	
	Papel Fotocopia 75Gr A-4 (Pack x 500)	Cantidad - 2 +	Precio unitario S/ 10.20	Subtotal S/ 20.40	
	Porta Notas+Lapiz+Clips Negro	Cantidad - 5 +	Precio unitario S/ 14.70	Subtotal S/ 73.50	
	Tampon para Huella Precious	Cantidad - 1 +	Precio unitario S/ 2.90	Subtotal S/ 2.90	
	Pegamento En Barra x 40Gr Faber Fix	Cantidad - 1 +	Precio unitario S/ 4.10	Subtotal S/ 4.10	

[CONTINUAR COMPRANDO](#)

[VACIAR BOLSA DE COMPRAS](#)

Subtotal **S/ 565.15**

Total a pagar S/ 565.15

[REALIZAR PEDIDO](#)

Útiles de oficina – Tay Loy Web



daryza
Expertos en productos para
limpieza profesional

CENTRAL: Telf: (01) 315-3600

Buscar por producto o marca



Ana



S/1.907.75

INICIO NUESTROS PRODUCTOS

INICIO NOSOTROS SERVICIOS NOTICIAS AGENDA TU VISITA CONTACTENOS



Inicio /

CARRO DE COMPRAS

	Jabón Crema Perfumado Galón - Daryza S/23.12	4	S/92.48	
	Aromatizador Frutas Frescas Spray x 360 ML. 10500004 - Sapollo S/8.06	6	S/48.36	
	Lejía (Hipoclorito de Sodio 5.0%) Galón - Daryza S/7.26	12	S/87.12	
	Desinfectante Neutro Galón - Daryza S/11.54	24	S/276.96	
	Limpiador de Acero Inoxidable Galón - Daryza S/99.19	3	S/297.57	
	Brillo Crema Limpia Muebles Galón - Daryza S/31.35	1	S/31.35	
	Gel Lava Vajilla Galón - Daryza S/18.80	12	S/225.60	
	Gel Sanitizante con Alcohol Zanigel 1000 mL - 80095 - Productos Familia S/26.66	12	S/319.92	
	Paño Wypall® X80 Plus Interfoleado Verde 30218902 - Kimberly Clark S/21.19	6	S/127.16	
	Paño de Microfibr HYGEN 40.6 x 40.6 cm. FGQ61000YL00 - Rubbermaid S/18.63	12	S/223.59	
	Bolsas de Basura Clean Power x 75 Lt. 100 Unidades - Daryza S/29.61	6	S/177.64	

98 artículos	S/1.907.75
Subtotal	S/1.907.75
Transporte	Gratis
Impuestos Incluidos	S/291.02
Total	S/1.907.75

REALIZAR COMPRA



> Políticas de Seguridad

> Políticas de Envíos

> Políticas de Devoluciones



Mi cuenta

Ver más productos

Ir a comprar

Producto	Métodos de entrega	Cantidad	Precio Unitario	Total
	<input checked="" type="radio"/> Despacho a domicilio <input type="radio"/> Retiro en tienda	5	S/ 47.90 C/U	S/ 239.50
	<input checked="" type="radio"/> Despacho a domicilio <input type="radio"/> Retiro en tienda	12	S/ 6.90 C/U	S/ 82.80
	<input checked="" type="radio"/> Despacho a domicilio <input type="radio"/> Retiro en tienda	27	S/ 32.90 C/U	S/ 888.30

Agregar productos

Puedes agregarlo directamente usando el código del producto (SKU)

Agregar productos

¿Necesitas ayuda?



Resumen de tu compra

Precio a Pagar:

S/ 1.210.60

Productos de Limpieza Daryza y Sodimac web

The screenshot displays the TOTTUS website's shopping cart interface. At the top, there is a search bar with the text "Busca tus productos aquí" and a "BUSCAR" button. Below the search bar, navigation links include "Click & Collect", "Tottus La Marina", "Call Center: 513-3355", "Despacho", "Ventas corporativas", "Nuestras tiendas", "Catálogos", and "Ayuda". A horizontal menu categorizes products into "Supermercado", "Vinos y Licores", "Bebés y Niños", "Mascotas", "Tecnología", "Electrodomésticos", "Hogar y Bazar", and "Preciosos".

The cart contains three items, each with a quantity selector (minus, number, plus) and a "UN" label:

- Guantes de Látex Mediano T-8 VIRUTEX Paquete:** Price S/ 8.20 (marked as a special price). Total price for the item: S/ 32.80.
- Escoba Completa HUDE Unidad:** Price S/ 11.70 (marked as a special price). Total price for the item: S/ 46.80.
- Recogedor Verde TOTTUS Unidad:** Price S/ 7.50 (marked as a special price). Total price for the item: S/ 15.00.

Each item has a status message: "Si el producto no está disponible" and a "Reemplazar previ" dropdown menu. There is also a "Nota al picker" field for each item.

Below the items is a "CUPÓN DE DESCUENTO" section with a text input for the discount code and an "Agregar" button.

The checkout summary shows:

- Descuento: S/ 0.00
- Total: S/ 94.60
- Pagando con CMR (Caja): S/ 94.60

Buttons for "Continuar comprando" and "Pagar" are located at the bottom of the summary.

On the right side of the page, there are two vertical buttons labeled "Reibir notificaciones".

The footer contains several links:

- Nuestra Empresa
- Nuestras Tiendas
- Privacidad y seguridad
- Tottus
- Venta Empresa
- Trabaja con nosotros
- Nuestros Servicios
- Compra de terrenos
- Propuestas Financieras
- Comunicate con nosotros
- Escribenos
- Conoce nuestras redes sociales
- LIBRO DE RECLAMACIONES

Productos de Limpieza – Tottus Web

RE: Cotización - Mensaje (HTML)

Archivo Mensaje Adobe PDF

Ignorar Correo no deseado Eliminar Responder Responder a todos Reenviar Más Reunión Informes DL - A... Al jefe Correo electróni... Listo Responder y eli... Crear nuevo Mover Reglas Acciones Marca no l

Eliminar Responder Pasos rápidos Mover

Si hay problemas con el modo en que se muestra este mensaje, haga clic aquí para verlo en un explorador web.

De: PERU SELLADORAS <peruselladoras@hotmail.com>
 Para: Ana Rosero (IntegraMarkets)
 CC:
 Asunto: RE: Cotización

PERU SELLADORAS ha compartido un archivo de OneDrive con usted. Para verlo, haga clic en el vínculo siguiente.

 sealer.jpg

Buenas tardes Srta. Ana,
 Sí tenemos una sellado de esa características, le cuesta S/350.00+IGV. Es de sello ancho y sirve para sellar bolsas de aluminio.

ATENTAMENTE:
JOSÉ SÁNCHEZ.
RPC: 989652925
<http://www.peruselladoras.com>

PERU SELLADORAS
 TELEFONO: 2215095 / 2224922 / RPC 962724072
 Jr. José De La Torre Ugarte N° 253 Lince
 E-mail: peruselladoras@hotmail.com / Web: www.peruselladoras.com

De: Ana Rosero (IntegraMarkets) <ana.rosero@integramarkets.com>
 Enviado: martes, 16 de octubre de 2018 16:25
 Para: PERUSELLADORAS@HOTMAIL.COM

Ver más acerca de: PERU SELLADORAS.

Cotización Selladora de bolsas foil



RPM DISTRIPACK E.I.R.L.
PROFORMA DE CAJAS

Fecha 17 de Octubre 2018
 Cliente INTEGRA MARKETS PERU
 RUC _____
 Dirección _____
 Atención ANA ROSERO
 Telf. / Fax 975781755
 Email ana.rosero@integramarkets.com

Código	0
Nº Proforma	1710

ITEM	DESCRIPCION	CANT	PRECIO UNT.	TOTAL
1	CAJA CONVENCIONAL Formato: 42.5 x 37 x 27 Test: B175/3mm Combinación: kraf/kraf Tipo: Importado/Nacional  Precio No inc IGV	1,000	S/. 2.15	S/. 2,150.00
Sub Total				S/. 2,150.00
IGV				S/. 387.00
TOTAL				S/. 2,537.00

Tiempo de Entrega	20 a 22 días
Forma de pago	Transferencia o Deposito / Banco BCP N° de Cta. 193 - 31383377-0-79 / Soles CCI 002-193-131383377079-11
Validez de la proforma	15 días
Atendido por:	Vanessa Medina

VºBº Gerencia Comercial
VºBº Créditos y Cobranzas
Firma Del Cliente en Señal de Conformidad
Importante: El despacho de la mercadería esta sujeta a la recepción de los pagos previamente acordados

Cotización Cajas de cartón para embalaje

CREACIONES MARYLAN

COTIZACION

SEÑORES: GALLETAS WANANA SAC

A QUIEN CORRESPONDA

CANTIDAD	PRODUCTO	P. UNIT.	TOTAL
12	CAMISAS TIPO CHEF (SEGÚN MODELO Y COLOR SOLICITADOS) TALLAS S Y M	20.00	240.00
12	GORRO DE TELA (SEGÚN MODELO Y COLOR SOLICITADO)	5.00	60.00
12	PANTALONES DE DRILL TALLAS S Y M	35.00	420.00
12	MANDILES BLANCOS	15.00	180.00
		S/	900.00*

LOS PRECIOS NO INCLUYEN EL I.G.V.
TIEMPO DE ENTREGA 5 DIAS HABILIS RECIBIDA LA OC
VALIDEZ DE BLA OFERTA 7 DIAS

Lima, 16 de Octubre del 2018

Atentamente:

VICTORIA SARAVIA

AV. EMANCIPACION N° 524 STAND 3 - CERCADO DE LIMA

Cotización Uniformes de Producción

Lima, 01 de octubre de 2018.

LT 67472/18
Ana.rosero@integramarkets.com
7260734

Señores
GRUPO AMERICA FACTORIAL S.A.C.
San Miguel

Atención: **Srta. Ana Luisa Rosero**

Estimados señores:

En atención a su solicitud, nos es grato cotizarles lo siguiente:

UNA (01) BALANZA ELECTRONICA DIGITAL

Marca : **PRECIX WEIGHT®**
Modelo : 2056
Capacidad : 300 kg. (Con certificado de calibración)
Menor lectura : 50 g.
Precisión : 25 g.
Indicador : R513 en acero inoxidable



Formato Vertical

DATE	2007/09/11
TIME	21:26:56
No.	001
TARE	0.000 kg
NET	0.76 kg
GROSS	0.76 kg

SOFTWARE DE COMUNICACIÓN

Entregamos en forma gratuita junto con la balanza el software de comunicación y programa fuente para que el cliente se conecte a una PC y pueda desarrollar el software adecuado a su proceso productivo.

VALOR	US\$ 550.00 + IGV
DSCTO. ESPECIAL HASTA EL 16/10/2018	80.00
VALOR DE VENTA	US\$ 470.00 + IGV

LOS INVITAMOS A VISITAR NUESTRA PAGINA WEB: www.suminco.pe
DONDE ENCONTRARAN LOS MODELOS DE LAS BALANZAS SOLICITADAS.

TODAS NUESTRAS BALANZAS SON ENTREGADAS CON CERTIFICADO DE CALIBRACION

Figura xx. Cotización balanza 1

Lima, 01 de octubre de 2018.

LT 67473/18
Ana.roseiro@integrarmarkets.com
7260734

Señores:
GRUPO AMERICA FACTORIAL S.A.C.
San Miguel -

Atención: **Sra. Ana Luisa Roseiro**

Muy señores nuestros:

En atención a su solicitud, nos es grato cotizarles lo siguiente:

UNA (01) BALANZA ELECTRONICA DIGITAL

Marca : **PRECIX WEIGHT** ®
Modelo : **ACS 30A**
Capacidad : 30 kg
Menor lectura : 1 g
Plataforma : 33.5 cm x 23.5 cm en
acero inoxidable (A-304)



Excede NTEP (National Conference on Weights & Measures, USA), Y OIML
Clase III (Europa).

VALOR	US\$ 220.00 + IGV
DSCTO. ESPECIAL HASTA EL 16/10/2018	45.00
VALOR DE VENTA	US\$ 180.00 + IGV

LOS INVITAMOS A VISITAR NUESTRA PAGINA WEB. www.suminco.pe
DONDE ENCONTRARAN LOS MODELOS DE LAS BALANZAS SOLICITADAS.

TODAS NUESTRAS BALANZAS SON ENTREGADAS CON CERTIFICADO DE
CALIBRACION

CONDICIONES DE VENTA:

Plazo de Entrega : Inmediato de stock.
Forma de Pago : Contado.
Lugar de Entrega : En sus instalaciones en Lima hasta el km. 18 de la carretera
Panamericana Sur, Panamericana Norte y Carretera Central.
*Para zonas más alejadas cotizaremos en costo de la entrega.

Amplia Garantía de Funcionamiento - Durante 12 meses. No cubre daños producidos por instalaciones eléctricas deficientes, rayos ó picos de tensión, inundaciones y mantenimiento o reparación efectuada por terceros. El cliente proveerá una línea de alimentación eléctrica estabilizada de 220 VAC ± 2%.
Para servicios en garantía, el cliente enviará la balanza a nuestra Planta o al servicio técnico oficial en los distintos departamentos del Perú, donde contamos con todas las facilidades de un completo laboratorio electrónico y pesas patrón para su calibración exacta.

Quedamos a sus órdenes para absolver alguna consulta, y confiamos en recibir su apreciado pedido.

Atentamente,
SUMINCO S.A.

FERNANDO BARAVALLE
GERENTE COMERCIAL

LUIS TASAICO
SUPERVISOR DE VENTAS

/ba/

BALANZAS INDUSTRIALES, DE PLATAFORMA, PARA CAMIONES, COMERCIALES, LABORATORIOS,
CONTADORAS, BALANZAS GRUA, SISTEMAS ESPECIALES Y PESAJE WIM PARA CAMIONES



PRECIX-WEIGHT®



Cotización balanza 2

BUSCAR

Ventas: 937-065-116
 ¡Encuétranos!
 ¡Regístrate!

S/. 8823,00,-

OFERTAS TECH

LAPTOPS ▾
ZONA GAMER ▾
CELULARES ▾
COMPUTACIÓN ▾
TV, AUDIO Y VIDEO ▾
ARMA TU PC ▾
OFERTAS TECH ▾
SMART HOME
XIAOMI ▾
VENTAJAS ▾

CARRITO DE COMPRAS

COMPRAR

	Nombre del producto	Precio unitario	Cantidad	Subtotal	
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	IMPRESORA DE TINTA HP OFFICEJET PRO 8210, 18 PPM/ 34 PPM, 2400 X 1200 DPI, WIFI/LAN/USB.	S/. 374,00	1	S/. 374,00	🗑️
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	COMPUTADORA ADVANCE SATA.	1386,00	5	S/. 6930,00	🗑️
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	MONITOR TV ADVANCE ADV19N00D, 19" LED HD, 1366 X 768, ISDB-T, HDMI, VGA.	S/. 327,00	1	S/. 327,00	🗑️
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	RACK PARA TELEVISOR AVF AL410-E, 26 - 55", FLAT / TILT, PARA MONTAJE EN PARED.	S/. 39,00	1	S/. 39,00	🗑️
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	LAPTOP ADVANCE NOVA NV6647, 14" FHD, INTEL ATOM Z8350 1.44GHZ, 4GB, 32GB EMMC <small>> SKINS A toda maquina</small>	S/. 649,00	1	S/. 649,00	🗑️
<div style="font-size: 8px; margin-bottom: 5px;">* OPINIONES</div>	TELÉFONO DIGITAL VTECH VTC500, ALTAVOZ, IDENTIFICADOR DE LLAMADAS, PANTALLA LCD.	S/. 46,00	3	S/. 138,00	🗑️

AGREGAR MÁS PRODUCTOS
ACTUALIZAR EL CARRITO DE

Subtotal S/. 8457,00
Total sin Incluir Impuestos S/. 7166,96
 Impuestos S/. 1290,04
Total Incluyendo Impuestos S/. 8457,00

COMPRAR

Cotización Equipos de Oficina

COTIZACION 1809309

LIMA, 18 de Setiembre del 2018

Señores : ANA ROSERO CARBAJAL
 Presente.-
 Atencion : ANA ROSERO CARBAJAL
 Direccion : CALLE PADRE URRACA 111 - SAN MIGUEL
 Telefono : 975781755
 Email : ana.rosero@usil.pe
 Vendedor : LUVIN QUINDE JIMENEZ / 983492893

Por medio de la presente le cotizamos los productos solicitados:

IT	DESCRIPCION	CANTIDAD	UND	PR.UNI.US\$ INC. IGV	TOTAL US\$ INC. IGV
03	COMBO HORNO BABY PARA 12 BANDEJAS 60X40	1	UND	15,694.00	15,694.00

(INCL. 2 COCHES, 24 BANDEJAS, QUEMADOR)

El Horno Rotatorio Zucchelli Baby de 12 bandejas de 60x40 cuenta con cámara de combustión y quemador colocados en la parte trasera izquierda, apto para lugares estrechos y largos. Asimismo, su fachada está construida de acero inoxidable AISI 304, su cámara de cocción construida íntegramente en AISI 430 de alta calidad y posee intercambiador de calor de Acero inoxidable refractario 309L. Posee un vaporizador de nueva concepción que garantiza el suministro abundante de humedad lo que asegura una óptima calidad en el producto final. El intercambiador de calor Zucchelli aprovecha además al máximo el calor producido en la combustión, permitiendo una cocción más regular con consumo menor de combustible, ya sea en alternativas eléctrica, con quemador a gas o petróleo.

Características
 Medidas: 900mm x 1500mm x 1470mm
 Potencia Térmica 22.000 Kcal.
 Energía eléctrica 1 kw
 Origen: Italia
 Peso: 450kg
INCLUYE: 2 COCHES 24 BANDEJAS Y QUEMADOR



Cotización Horno Baby

COTIZACION 1809367

LIMA, 25 de Setiembre del 2018

Señores : HENRY MENDIBURU
 Presente.-
 Atencion : HENRY MENDIBURU
 Direccion : AV DEL PACIFICO 192 - LIMA
 Telefono : 015632137
 Email : henrymendiburu@yahoo.es
 Vendedor : OFICINA

Por medio de la presente le cotizamos los productos solicitados:

IT	DESCRIPCION	CANTIDAD	UND	PR.UNI.US\$ SIN IGV	TOTAL US\$ SIN IGV
01	AMASADORA MECNOSUD MODELO SP 80 MASA 50 KG DHARINA TRIF.2201	1	UND	8,145.00	8,145.00

Orientada a altas producciones: plantas, panaderías tradicionales, supermercados. Piezas mecánicas balanceadas (minimizan vibraciones durante el funcionamiento, disminuye el desgaste y alarga la vida útil de las piezas mecánicas). Árbol de transmisión fabricado en una sola pieza fundida (no posee soldaduras). Cubierta en plexi (evita contacto del agua con piezas mecánicas cuando se limpia el suelo del local). Pintura en dos capas (protege de la corrosión). Reforzada para trabajos pesados y continuos. Cubo, espiral y perro de acero de alta resistencia. Rejilla de protección de acero inoxidable. Freno de motor incorporado (cubo y espiral no continúan girando por inercia una vez detenido el motor). Cubierta de acero inoxidable completa en el cabezal de la máquina (evita ingreso de harina, agua, suciedad, etc.). Panel de control electromecánico. Dos velocidades para amasar regulables. Dos molinos independientes para espiral y cubo. Funcionamiento silencioso. Seguridad según las normas de la CE. Fabricación Italiana. Componentes europeos en un 100%. Dimensiones 730mmx1305mmx1480mm Capacidad base 50k harina / 80k masa


CONDICIONES GENERALES DE VENTA

IGV(18.0%)	1,466.10
TOTAL US\$	9,611.10

Tipo de Moneda : Dolares Americanos

Forma de Pago : CONTADO

Plazos de entrega : a convenir - Las entregas se realizarán en la ciudad de Lima Metropolitana - Validez de la cotización: 15 días calendario

El comprador deberá suministrar la energía eléctrica y toma corriente en la ubicación de cada equipo así como abastecimiento de agua gas o petróleo

No incluye instalación, conexiones de agua luz, gas petróleo, accesorios de instalación ni puesta en marcha de equipo

El valor cotizado NO incluye refiro de equipos existentes

Garantía: 1 año en componentes defectuosos

-No incluye viajes ni pases de técnicos por traslado a provincias dentro del periodo de garantía

-No incluye traslado desde cliente hasta nuestro taller y viceversa (tanto para Lima y Provincia) dentro del periodo de garantía

-No incluye taller por mal uso, malas condiciones de almacen y mantenimiento por no usar accesorios adicionales requeridos en condiciones inadecuadas ni ambientales.

SCOTIABANK DOLARES :000-424835 /Int.Banca:000-252-00004248351-81 SCOTIABANK SOLES :000-9747524/Int.Banc:000-004-000009747524-98

BCP DOLARES \$:192-2128847-1-13/Int.Banca:000-192-002128847113-35 BCP SOLES S/:192-2134009-0-49/Int.Banc:000-192-002134009045-31

Esperando que esta oferta sea de su agrado, atentamente a usted.

Cotización Amasadora



Av. Los Horizontes Mz N Lt 7- Urb Los Huertos de Villa – Chorrillos - Lima

COTIZACIÓN

Lima, 10 Setiembre de 2018

Estimados señores

WANANA SAC

Por medio de la presente adjuntamos cotización de Huevos Pardos.

Precio x 10 Kilos Incluye IGV

S/ 44.90

Sin otro particular

Anita Leyva

Teléfono 4177300

Atencionalcliente@lacalera.com.pe

Cotización Huevos Pardos



Señores

WANANA SAC

De acuerdo a su requerimiento detallamos los precios del producto solicitado.

MARGARINA MULTIUSOS – PASTELERIA FINA

Ideal para la elaboración de pastelería fina



PRECIO UNITARIO S/ 5.33 Soles incluye IGV

Contamos con el servicio online el cual ha sido diseñado para que los clientes puedan hacer sus pedidos, ver la situación de los mismos.

Nuestra línea telefónica es 7089300

Cotización Margarina



COTIZACION

Setiembre 2018

HARINA DE PLATANO

Características: Tiene 82% de carbohidratos al 100%.

Producto: Harina de Plátano: Lugar de Origen: Perú

Datos Básicos: Fruto Deshidratado en Polvo.

Estilo: Complemento Nutritivo.

Gusto: Exquisito como Complemento Nutritivo.

Color: Blanco parduzco.

Tacto: Polvo. Forma: Polvo.

Proceso de Sequía: Calefacción a vapor.

Proceso de Molienda: Molinos Industriales

Humedad: 7 - 9%

Empaquetado: Bolsa de Polipropileno. Peso: 25 Kilogramos por bolsa de polipropileno.

PRECIO INCLUYE IGV S/ 300.00 SOLES

FORMA DE PAGO CONTADO

Cotización Harina de Plátano

Señores

WANANA SAC

De acuerdo a su requerimiento detallamos los precios del producto solicitado.

AZÚCAR IMPALPABLE

Ideal para la elaboración de pastelería fina

PRECIO UNITARIO S/ 2.50 Soles incluye IGV

Contamos con el servicio online el cual ha sido diseñado para que los clientes puedan hacer sus pedidos , ver la situación de los mismos.

Nuestra línea telefónica es 7089300

Cotización Azúcar Impalpable

Sr. ANA ROSERO
 Correo: anitarosero@gmail.com
 Cel.: 975781775
 Presente.-

NOVOTEC
 Oficina Principal: Av. Ignacio Merino 2666, Lince, Lima
 Telfs.: 441-0573 | 221-0793 | 221-7164
 info@novotec.com.pe - www.novotec.com.pe

Proforma : AG 7945-18
 Fecha : 18 de Octubre del 2018

Tenemos el agrado de proformarle lo siguiente :

CANTIDAD	DESCRIPCION	PREC. UNITARIO	TOTAL
***** VIENE *****			
EQUIPOS DE COCINA - INDUSTRIAL			
3	CARRO PORTABANDEJAS DE 01 COLUMNAS Marca : METIX Modelo : M-CP-1-12B Fabricado íntegramente de acero inoxidable AISI 304 De 01 columnas para albergar hasta 12 bandejas de 36.5 x 49.5 aprox. Con estructura cuadrada de 1 1/2" Fabricado con tubo cuadrado de acero inoxidable Acabado sanitario Uniones TIG de fino acabado Con 04 ruedas para fácil maniobrabilidad, dos de ellas con frenos Dimensiones aprox: 43.5 (L) x 53.5 (P) x 180 (A) cm. ****TIEMPO DE FABRICACION: 03-04 Semanas a partir de la O/C***		
			
	IMAGEN REFERENCIAL		
	PRECIO DE EQUIPO US\$	408.00	1,224.00
	IGV US\$		220.32
	PRECIO CON IGV US\$		1,444.32
1	LAVADERO DE 02 POZAS CON ESCURRIDOR LATERAL Marca : METIX Modelo : LV-02P Fabricado íntegramente de acero inoxidable AISI 304 Uniones fijas por soldadura TIG, con fino acabado Con tablero superior 1/16" de espesor con bordes antirebosa. Con 02 pozas sanitarias de 50 (largo) x 40 (ancho) x 30 (profundidad) cm. Con patas redondas fijas 1/2" AISI 304 con topes. Con armario tubular de 1" de lado AISI 304 Con respaldar sanitario de 100 mm., de altura Con escurridor lateral derecho ó izquierdo Dimensiones aprox.: 160(a) x 60(p) x 90(h) cm. ****TIEMPO DE FABRICACION: 03-04 Semanas a partir de la O/C***		
			
	IMAGEN REFERENCIAL		
	PRECIO DE EQUIPO US\$	714.00	714.00
	IGV US\$		128.52
	PRECIO CON IGV US\$		842.52

Tenemos el agrado de proformarle lo siguiente :

CANTIDAD	DESCRIPCION	PREC. UNITARIO	TOTAL
1	MESA DE TRABAJO CENTRAL Modelo : MC-150 Marca : METIX Fabricado íntegramente de acero inoxidable AISI 304 Acabado Sanitario Tablero superior de 1.2mm de espesor Tablero inferior de 0.9mm de espesor Reforzados con Omegas Patas de Tubo Ø de 1 1/2" Satinado Con respaldar sanitario de 100 mm de altura Dimensiones Largo 150cm X Ancho 60cm X Altura 90cm ****TIEMPO DE FABRICACION: 03-04 Semanas a partir de la O/C***		
			
	IMAGEN REFERENCIAL		
	PRECIO DE EQUIPO US\$	520.00	520.00
	IGV US\$		93.60
	PRECIO CON IGV US\$		613.60
1	MESA DE TRABAJO MURAL CON 02 NIVEL SUPERIOR Modelo : MCR2-110 Marca : METIX Fabricado íntegramente de acero inoxidable AISI 304 Acabado Sanitario Tablero superior de 1.2mm de espesor Dimensiones de 02 niveles superiores Largo 115cm X Ancho 30cm X Altura 40cm Tablero inferior de 0.9mm de espesor Dimensiones de nivel inferior Largo 115cm X Ancho 40cm X Altura 30cm Reforzados con Omegas Patas de Tubo Ø de 1 1/2" Satinado Dimensiones Largo 115cm X Ancho 40cm X Altura 130cm ****TIEMPO DE FABRICACION: 03-04 Semanas a partir de la O/C***		
			
	IMAGEN REFERENCIAL		
	PRECIO DE EQUIPO US\$	556.00	556.00
	IGV US\$		100.00
	PRECIO CON IGV US\$		656.00

Aceptado Cliente

Anthony García Miñan
 Novotec Perú S.A.C.

Tenemos el agrado de proformarle lo siguiente :

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNITARIO US\$	TOTAL US\$
***** VIENE *****			
***TODAS NUESTRAS MÁQUINAS CUENTAN CON 02 AÑOS DE GARANTIA ***			
BONIFICACIONES:			
1.- Garantía para todos los equipos nacionales es de 02 años desde la entrega (*).			
2.- Asesoramiento para la instalación: punto eléctrico, agua, gas, drenaje, exhausting, etc.			
3.- Capacitación de su personal Usuario para el buen manejo de los equipos.			
4.- Capacitación de su personal Técnico para el mantenimiento de los equipos.			
5.- Incluye el despacho de los equipos hacia la agencia de transporte en Lima Metropolitana.			
Las capacitaciones al personal usuario y técnico se darán el mismo día de la Conexión (**)			
de los equipos.			
Para la Conexión fuera de Lima Metropolitana correrá por cuenta del cliente los pasajes y viáticos del Técnico.			
CONDICIONES DE PROFORMA:			
- Los precios unitarios de los equipos NO incluyen el I.G.V. y están expresados en DOLARES AMERICANOS.			
- El precio total de los equipos incluyen el I.G.V. y están expresados en DOLARES AMERICANOS.			
- Tiempo de entrega: Ver pie de cada ítem			
- Forma de pago: A tratar			
- Validez de la oferta: 15 días.			
- No incluye materiales, ni obras civiles, los cuales serán habilitados por los clientes.			
- La garantía exige al cliente, cumplir con un mantenimiento preventivo de los equipos cada 04 meses por nuestra representada.			
(*) La GARANTIA es efectiva siempre y cuando el cliente cumpla con los estándares de instalación, según estándares de calidad de NOVOTEC PERÚ, entregados junto con los equipos; y mantenimiento preventivo cada 04 meses, realizado por parte de nuestra representada.			
Revisar los términos y condiciones en el Certificado de Garantía emitido por NOVOTEC PERÚ y/o en la página web www.novotec.com.pe			
(**) Conexión: Unir sus equipos a los puntos técnicos (agua, drenaje, energía, gas, exhausting, etc.) ubicados detrás de los mismos, según nuestras sugerencias durante el asesoramiento.			

Aceptado Cliente

Anthony García Miñan
 Novotec Perú S.A.C.

Cotización mobiliaria de área de producción