



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

DARK BAKERY E-pan

**Trabajo de investigación para optar el título de bachiller en las
siguientes carreras:**

ALVARO STEFFANNO GARCIA-ARATA NOVOA
(0000-0002-6300-6245) Marketing y Gestión Comercial

CARLA ANDREA MELGAR HEREDIA
(0000-0002-1143-0386) Ingeniería Industrial

JORGE LUIS NAVARRO OTANI
(0000-0001-6075-9893) Ingeniería Empresarial y de Sistemas

PATRICIA IVONNE ROLANDO LEÓN
(0000-0002-1143-0386) Negocios Internacionales

ANTHONY SALAS FENI
(0000-0002-2203-8478) Administración de Empresas

Asesor:
León Gavonel, José Jorge

Lima – Perú
2020

Dark bakery E-Pan

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

EN

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

5%

2

openknowledge.worldbank.org

Fuente de Internet

1%

3

spainsnews.com

Fuente de Internet

<1%

4

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1%

5

www.lexmundi.com

Fuente de Internet

<1%

6

www.investinperu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

forum.scholieren.com

Fuente de Internet

<1%

8

digilib.k.utb.cz

Fuente de Internet

<1%

9

Elin Teodoro-Cerna, Eroncio Mendoza-Nieto,
Sergio Eduardo Contreras-Liza. "Grain Yield of

<1%

Maize Hybrids in Response to Inoculation with Azospirillum sp. under Nitrogen Limiting Conditions in Huaura, Peru", Sustainable Agriculture Research, 2020

Publicación

10

pdfslide.tips

Fuente de Internet

<1 %

11

www.bcrp.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

www.corecon-sc.org.br

Fuente de Internet

<1 %

13

www.oppapers.com

Fuente de Internet

<1 %

14

Katherine Lady Campos Garay, Yolanda Matilde Castro Toledo, Carlos Alberto Castaneda Olivera, Jhonny Wilfredo Valverde Flores et al. "Carya illinoensis shell for making biodegradable food-safe packaging", 2021 Congreso Internacional de Innovación y Tendencias en Ingeniería (CONIITI), 2021

Publicación

<1 %

15

Transnational Accounting, 1995.

Publicación

<1 %

16

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

17 "Coronavirus (COVID-19) Outbreaks, Environment and Human Behaviour", Springer Science and Business Media LLC, 2021
Publicación <1 %

18 [dokumen.pub](#)
Fuente de Internet <1 %

19 "Proceedings of the International Conference on Geosynthetics and Environmental Engineering", Springer Science and Business Media LLC, 2024
Publicación <1 %

20 Christopher Joseph Mesnooh. "Law and Business in France", Brill, 1994
Publicación <1 %

21 Harvel, Lonnie D. "Using student-generated notes as an interface to a digital repository", Proquest, 20111109
Publicación <1 %

22 [www.slideshare.net](#)
Fuente de Internet <1 %

23 Colin Drury. "Management and Cost Accounting", Springer Nature, 1992
Publicación <1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

ÍNDICE GENERAL

1. Capítulo I: Información general.....	18
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	18
1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.	19
1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.	19
1.4. Descripción del producto o servicio.....	21
1.5. Oportunidad de negocio.	23
1.6. Estrategia genérica de la empresa.	24
2. Capítulo II: Análisis del entorno.....	25
2.1. Análisis del Macro entorno	25
2.1.1. Del País (últimos 5 años o último año según corresponda).....	25
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.....	25
2.1.1.2. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....	27
2.1.1.3. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. ..	30
2.1.1.3.1. PBI Nacional.	30
2.1.1.3.2. Inflación.....	33
2.1.1.3.3. Tipo de Cambio.	36
2.1.1.3.4. Riesgo País.	38
2.1.1.3.5. Indicador del Riesgo País (2015 – 2019)	38
2.1.1.4. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto:	39
2.1.2. Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda)	41
2.1.2.1. Mercado internacional.....	41
2.1.2.2. Mercado del consumidor.....	46
2.1.2.3. Mercado de proveedores.	48
2.1.2.4. Mercado competidor.	52
2.1.2.5. Mercado distribuidor.....	56
2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.	57
2.2. Análisis del Micro entorno	57
2.2.1. Competidores actuales.	58
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.	58
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.....	58
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.....	59
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.	59

3. Capítulo III: Plan estratégico	60
3.1. Visión y misión de la empresa.	60
3.1.1. Misión.	60
3.1.2. Visión.....	60
3.2. Análisis FODA.	61
3.3. Objetivos.	62
4. Capítulo IV: Estudio de mercado.....	64
4.1. Investigación de mercado.....	64
4.1.1. Criterios de segmentación.....	64
4.1.2. Marco muestral.	64
4.1.3. Entrevistas a profundidad.	65
4.1.4. Focus Group.....	70
4.1.5. Encuestas.	81
4.2. Demanda y oferta	98
4.2.1. Estimación del mercado potencial.	98
4.2.2. Estimación del mercado disponible.	102
4.2.3. Estimación del mercado efectivo.....	108
4.2.4. Estimación del mercado Objetivo.....	113
4.2.5. Frecuencia de compra.	115
4.2.6. Estacionalidad.....	123
4.2.7. Programa de Ventas en unidades y valorizado.	130
4.3. Mezcla de marketing	133
4.3.1. Producto.....	133
4.3.1.1. Logo.	133
4.3.1.2. Producto.	133
4.3.2. Precio.	136
4.3.3. Plaza.....	140
4.3.4. Promoción.....	141
4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.	143
4.3.4.2. Promoción para todos los años.....	143
5. Capítulo V: Estudio legal y organizacional	152
5.1. Estudio legal.....	152
5.1.1. Forma societaria.....	152
5.1.1.1. Valorización.	153

5.1.2. Registro de marcas y patentes-	153
5.1.2.1. Actividades y Valorización.	153
5.1.3. Licencias y autorizaciones.	153
5.1.3.1. Actividades y Valorización.	154
5.1.4. Legislación laboral.....	155
5.1.4.1. Actividades y Valorización.	155
5.1.5. Legislación tributaria.	155
5.1.6. Otros aspectos legales,.....	156
5.1.7. Resumen del capítulo.....	157
5.2. Estudio organizacional	158
5.2.1. Organigrama funcional.	158
5.2.2. Servicios tercerizados.	158
5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.	159
5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	162
5.2.5. Aspectos laborales.	164
5.2.5.1. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados..	164
5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.	164
5.2.5.3. Planilla para todos los años del proyecto.	165
5.2.5.4. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.	168
5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo.....	168
6. Capítulo VI: Estudio técnico.....	169
6.1. Tamaño del proyecto	169
6.1.1. Capacidad instalada.	169
6.1.1.1. Criterios.....	169
6.1.1.2. Cálculos.....	170
6.1.2. Capacidad utilizada.....	173
6.1.2.1. Criterios.....	173
6.1.2.2. Cálculos.....	173
6.1.2.3. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.	175
6.1.3. Capacidad máxima.....	176
6.1.3.1. Criterios.....	176
6.1.3.2. Cálculos.....	176
6.2. Procesos.....	177
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.	177

6.2.2. Programa de producción.....	194
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.	197
6.2.4. Requerimiento de mano de obra directa.	200
6.3. Tecnología para el proceso.....	200
6.3.1. Maquinarias.	200
6.3.2. Equipos.	201
6.3.3. Herramientas.....	201
6.3.4. Utensilios.	202
6.3.5. Mobiliario.	202
6.3.6. Útiles de oficina.....	203
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	204
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	205
6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.	205
6.4. Localización	206
6.4.1. Macro localización.....	206
6.4.2. Micro localización.	207
6.5. Responsabilidad social frente al entorno.....	213
6.5.1. Impacto ambiental.	213
6.5.2. Con los trabajadores.	213
6.5.3. Con la comunidad.	213
7. Capítulo VII: Estudio económico y financiero	214
7.1. Inversiones	214
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.....	214
7.1.2. Inversión en Activo Intangible.	215
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.	216
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.....	217
7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).	219
7.1.6. Liquidación del IGV.....	221
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.....	222
7.2. Financiamiento	222
7.2.1. Estructura de financiamiento.	222
7.3. Ingresos anuales	224

7.3.1. Ingresos por ventas. (Montos expresados en nuevos soles)	224
7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.	227
7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	228
7.4. Costos y gastos anuales	229
7.4.1. Egresos desembolsables.....	229
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.	229
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	231
7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.	232
7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.	234
7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.....	236
7.4.2. Egresos no desembolsables.....	239
7.4.2.1. Depreciación.	239
7.4.2.2. Amortización de intangibles.	240
7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.....	241
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.....	242
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.....	249
8. Capítulo VIII: Estados financieros proyectados	251
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	251
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.	252
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	253
8.4. Flujo de Caja Operativo.	254
8.5. Flujo de Capital.	254
8.6. Flujo de Caja Económico.	255
8.7. Flujo del Servicio de la deuda.	255
8.8. Flujo de Caja Financiero.	255
9. Capítulo IX: Evaluación económica financiera	256
9.1. Cálculo de la tasa de descuento	256
9.1.1. Costo de oportunidad.....	256
9.1.1.1. CAPM.	256
9.1.1.2. COK propio.....	256
9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).	257
9.2. Evaluación económica financiera.....	257
9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.	257
9.2.1.1. VANE y VANF.....	257

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.	258
9.2.1.3. Período de recuperación descontado.	259
9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.	259
9.2.2.1. Costos variables, Costos fijo.	259
9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo).	260
9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades y soles.	261
9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo	262
9.3.1. Variables de entrada.	262
9.3.2. Variables de salida.	262
9.3.3. Análisis unidimensional.	262
9.3.3.1. Precio.	262
9.3.3.2. Costos.	263
9.3.3.3. Demanda.	264
9.3.4. Análisis multidimensional.	264
9.3.5. Variables críticas del proyecto.	265
9.3.6. Perfil de riesgo.	265
Referencias.	267

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Modelo CANVAS.....	20
Tabla 2	Condición de actividad.	26
Tabla 3	Cuadro Comparativo 2.....	29
Tabla 4	Cuadro Comparativo 3.....	30
Tabla 5	PBI por tipo de gasto.	32
Tabla 6	Tasa Activa y Pasiva año 2019 – 2020.	35
Tabla 7	Tipo de cambio fin del periodo.....	37
Tabla 8	Indicadores de riesgo para países emergentes.	39
Tabla 9	Exportaciones Agrarias por productos en Perú.....	43
Tabla 10	Producción de harina de trigo expresado en valor porcentual	46
Tabla 11	Situación del mercado laboral.....	47
Tabla 12	Logos de panaderías en San Borja.	56
Tabla 13	Base Legal de la Industria Panadera	57
Tabla 14	Análisis FODA.	61
Tabla 15	Crecimiento de tasa promedio distrito de San Borja.	65
Tabla 16	Datos de Participantes Focus1.	71
Tabla 17	Datos de participantes Focus II.....	76
Tabla 18	Mercado potencial.....	101
Tabla 19	Valor de cada encuesta.	102
Tabla 20	Valores por cada tipo de respuesta.	106
Tabla 21	Panadería.....	110
Tabla 22	Pastelería.....	112
Tabla 23	Mercado Objetivo Panadería (expresado en unidades).....	114
Tabla 24	Mercado Objetivo Pastelería (expresado en unidades).....	114
Tabla 25	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Francés.....	116
Tabla 26	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Ciabatta.....	117
Tabla 27	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Integral.....	117
Tabla 28	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Baguette Artesanal....	117
Tabla 29	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan de Yema.....	118
Tabla 30	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Carioca.....	118
Tabla 31	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan de Molde.....	118
Tabla 32	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Ciabatta Pre cocido...	119

Tabla 33	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Queque de naranja.	120
Tabla 34	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Queque de plátano.	120
Tabla 35	Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Tres leches de vainilla.	120
Tabla 36	Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Tarta de manzana.....	121
Tabla 37	Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Tarta de limón.....	121
Tabla 38	Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta de chocolate.	121
Tabla 39	Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta de chantilly.....	122
Tabla 40	Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta helada.	122
Tabla 41	Resultados de estacionalidad obtenidos del pan integral.	124
Tabla 42	Unidades mensuales Pan Francés.	126
Tabla 43	Unidades mensuales Pan Ciabatta	126
Tabla 44	Unidades mensuales Pan Integral.	126
Tabla 45	Unidades mensuales Baguette Artesanal.	126
Tabla 46	Unidades mensuales Pan de Yema.	127
Tabla 47	Unidades mensuales Pan Carioca.	127
Tabla 48	Unidades mensuales Pan de Molde.	127
Tabla 49	Unidades mensuales Pan Ciabatta Precocido.	127
Tabla 50	Unidades mensuales Queque de Naranja.....	128
Tabla 51	Unidades mensuales Queque de Plátano.	128
Tabla 52	Unidades mensuales Tres Leches de Vainilla.....	128
Tabla 53	Unidades mensuales Tarta de Manzana.	128
Tabla 54	Unidades mensuales Tarta de Limón.....	129
Tabla 55	Unidades mensuales Torta de Chocolate.	129
Tabla 56	Unidades mensuales Torta de Chantilly.	129
Tabla 57	Unidades mensuales Torta Helada.....	129
Tabla 58	Demanda valorizada de Panadería y Pastelería.	130
Tabla 59	Demanda valorizada de Panadería del año 2022 al 2025.	131
Tabla 60	Demanda valorizada de Pastelería del año 2021.	131
Tabla 61	Demanda valorizada de Pastelería del año 2022 al 2025.....	132
Tabla 62	Preguntas.....	140
Tabla 63	Plan de Acción: Promoción	142
Tabla 64	Costos Marketing Digital.....	142
Tabla 65	Participación en feria año 2021.	144
Tabla 66	Participación en feria año 2022.	145

Tabla 67 Participación en feria año 2023.	146
Tabla 68 Participación en feria año 2024.	147
Tabla 69 Participación en feria año 2025.	148
Tabla 70 Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2021.....	149
Tabla 71 Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2022.....	149
Tabla 72 Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2023.....	150
Tabla 73 Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2024.....	150
Tabla 74 Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2025.....	151
Tabla 75 Capital Social.	152
Tabla 76 Valorización Forma societaria.	153
Tabla 77 Actividades y Valorización Marcas y patentes.....	153
Tabla 78 Actividades Licencias y autorizaciones.....	154
Tabla 79 Actividades y valorización de Legislación laboral.	155
Tabla 80 Legislación tributaria.	155
Tabla 81 Resumen del capítulo.....	157
Tabla 82 Descripción Gerente General.....	159
Tabla 83 Descripción Asistente de venta y postventa.	160
Tabla 84 Descripción Jefe de producción y logística.	160
Tabla 85 Descripción Maestro panadero y pastelero.....	161
Tabla 86 Descripción Auxiliar de panadería/pastelería.	161
Tabla 87 Auxiliares de empaque y reparto.	162
Tabla 88 Servicio Outsourcing de Contabilidad.....	162
Tabla 89 Servicio Mantenimiento de las máquinas.	163
Tabla 90 Servicio Mantenimiento y limpieza.	163
Tabla 91 Servicio video vigilancia.	163
Tabla 92 Tipo de contrato.	164
Tabla 93 Régimen laboral de puestos de trabajo.	164
Tabla 94 Planilla Año 2020 - diciembre.	165
Tabla 95 Planilla Año 2021.	165
Tabla 96 Planilla Año 2022	166
Tabla 97 Planilla Año 2023	166
Tabla 98 Planilla Año 2024.	167
Tabla 99 Planilla Año 2025.	167
Tabla 100 Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.	168

Tabla 101 Comercialización.	170
Tabla 102 Producción de panadería. (en paralelo 4 personal)	171
Tabla 103 Distribución de panadería en ambos turnos.	172
Tabla 104 Distribución de pastelería solo turno tarde.	173
Tabla 105 Amasadora Mecnosud.....	173
Tabla 106 Divisora Automática PTZ - 30.....	174
Tabla 107 Cámara de Fermentación COLIP.....	174
Tabla 108 Horno Rotativo Galax.....	175
Tabla 109 Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.	175
Tabla 110 Cálculos.	176
Tabla 111 Capacidad de producción.....	176
Tabla 112 Año 2025 demanda en unidades de un día.	194
Tabla 113 Programa de producción.	194
Tabla 114 Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160.	195
Tabla 115 Divisora Automática PTZ - 30.....	195
Tabla 116 Cámara de Fermentación.	196
Tabla 117 Horno Rotativo Galax.....	196
Tabla 118 Programa de compras de materias primas e insumos.	197
Tabla 119 Demanda de un día del Año 2021.....	197
Tabla 120 Demanda de un día del Año 2022.....	198
Tabla 121 Demanda de un día del Año 2023.....	198
Tabla 122 Demanda de un día del Año 2024.....	199
Tabla 123 Demanda de un día del Año 2025.....	199
Tabla 124 Requerimiento de mano de obra directa.	200
Tabla 125 Requerimiento de personal de distribución.	200
Tabla 126 Maquinarias.	200
Tabla 127 Equipos.	201
Tabla 128 Herramientas.	201
Tabla 129 Utensilios.	202
Tabla 130 Mobiliario.	202
Tabla 131 Útiles de oficina.	203
Tabla 132 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	204
Tabla 133 Mantenimiento de Maquinaria por Centro de Costos x Año.....	204
Tabla 134 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	205

Tabla 135 Renovación de Utensilios por Centro de Costo y por Años.	205
Tabla 136 Programa de compras posteriores.	205
Tabla 137 Calificación.	206
Tabla 138 Variables de Macro localización.	207
Tabla 139 Variables de micro localización.	208
Tabla 140 Costo de remodelación.	212
Tabla 141 Inversión en Activo Fijo Depreciable.	214
Tabla 142 Inversión en Activo Intangible.	215
Tabla 143 Resumen Inversión Intangible.	215
Tabla 144 Resumen de Amortización.	216
Tabla 145 Inversión en Gastos Pre-Operativos.	216
Tabla 146 Inversión en Inventarios Iniciales.	217
Tabla 147 Inversión en Inventarios Iniciales Panadería.	218
Tabla 148 Inversión en Inventarios Iniciales Pastelería.	218
Tabla 149 Resumen Inventario Inicial.	218
Tabla 150 Capital de Trabajo- Ingresos.	219
Tabla 151 Capital de Trabajo-Egresos.	220
Tabla 152 Liquidación del IGV.	221
Tabla 153 Liquidación del IGV Anual.	221
Tabla 154 Resumen de estructura de inversiones.	222
Tabla 155 Inversión Total.	222
Tabla 156 Cronograma de cuotas.	223
Tabla 157 Resumen de Cronograma.	223
Tabla 158 Ingresos por ventas Año 2021.	224
Tabla 159 Ingresos por ventas Año 2022.	224
Tabla 160 Ingresos por ventas Año 2023.	224
Tabla 161 Ingresos por ventas Año 2024.	225
Tabla 162 Ingresos por ventas Año 2025.	225
Tabla 163 Panadería Ingresos por ventas Año 2021.	225
Tabla 164 Panadería Ingresos por ventas Año 2022.	226
Tabla 165 Panadería Ingresos por ventas Año 2023.	226
Tabla 166 Panadería Ingresos por ventas Año 2024.	226
Tabla 167 Panadería Ingresos por ventas Año 2025.	227
Tabla 168 Resumen de Inversión.	227

Tabla 169 Valor de desecho del activo fijo.	228
Tabla 170 Presupuesto de materia prima e insumos Panadería.	229
Tabla 171 Presupuesto de materia prima e insumos Pastelería.	230
Tabla 172 Resumen presupuesto de materia prima.	231
Tabla 173 Mano de Obra Directa.....	231
Tabla 174 Resumen de Mano de Obra Directa.	231
Tabla 175 Presupuesto de costos indirectos.....	232
Tabla 176 Costos indirectos de fabricación.	233
Tabla 177 Pago de administración.....	234
Tabla 178 Presupuesto de gastos de administración.....	234
Tabla 179 Presupuesto de gastos de administración Anual.	235
Tabla 180 Flujo de caja gastos administrativos.	235
Tabla 181 Presupuesto de gastos de ventas 2021-2022.	236
Tabla 182 Presupuesto de gastos de ventas 2023 al 2025.	236
Tabla 183 Gastos de ventas.....	236
Tabla 184 Presupuesto gasto de ventas.....	237
Tabla 185 Presupuesto gasto de ventas Anual.	238
Tabla 186 Presupuesto gasto de ventas flujo de caja.....	238
Tabla 187 Depreciación.	239
Tabla 188 Resumen de Depreciación.	240
Tabla 189 Amortización de intangibles.	240
Tabla 190 Resumen Amortización de intangibles.	241
Tabla 191 Cuadro resumen amortización.	241
Tabla 192 Gasto por activos fijos no depreciables.	241
Tabla 193 Costo de producción unitario promedio pastelería.	242
Tabla 194 Costo de producción Queque de naranja.	243
Tabla 195 Costo de producción Queque de plátano.	243
Tabla 196 Costo de producción tres leches vainilla.....	243
Tabla 197 Costo de producción tarta de manzana.	243
Tabla 198 Costo de producción tarta de limón.	244
Tabla 199 Costo de producción torta de chocolate.....	244
Tabla 200 Costo de producción torta de chantilly.	244
Tabla 201 Costo de producción torta helada.....	244
Tabla 202 Costo producción unitario promedio panadería.....	245

Tabla 203 Costo producción pan francés.....	246
Tabla 204 Costo producción pan Ciabatta.	246
Tabla 205 Costo producción pan integral.	246
Tabla 206 Costo producción pan baguette artesanal.....	247
Tabla 207 Costo producción pan de yema.	247
Tabla 208 Costo producción pan carioca.	247
Tabla 209 Costo producción pan de molde.....	248
Tabla 210 Costo producción pan Ciabatta precocido.	248
Tabla 211 Costos fijos y variables unitarios Pastelería.	249
Tabla 212 Costos variables unitarios Pastelería.....	249
Tabla 213 Costos fijos.	250
Tabla 214 Lista de precios.	251
Tabla 215 Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros.	252
Tabla 216 Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros.	253
Tabla 217 Flujo de Caja Operativo.....	254
Tabla 218 Flujo de Capital.....	254
Tabla 219 Flujo de Caja Económico.....	255
Tabla 220 Flujo del Servicio de la deuda.....	255
Tabla 221 Flujo de Caja Financiero.....	255
Tabla 222 Modelo CAPM.....	256
Tabla 223 COK propio.....	256
Tabla 224 Costo Promedio Ponderado de Capital	257
Tabla 225 Indicador de rentabilidad económico.....	257
Tabla 226 Indicadores de rentabilidad financiero.....	258
Tabla 227 Costos variables pastelería.....	259
Tabla 228 Costos variables panadería.....	259
Tabla 229 Costos fijos	259
Tabla 230 Estado de resultados (costeo directo).....	260
Tabla 231 Estimación de punto de equilibrio.	261
Tabla 232 Variación de precios.	262
Tabla 233 Análisis de sensibilidad de precios.	263
Tabla 234 Análisis de sensibilidad de material directo.	263
Tabla 235 Análisis de sensibilidad de mano de obra.	263
Tabla 236 Análisis de sensibilidad de CIF.	263

Tabla 237	Análisis de sensibilidad de costos totales.	264
Tabla 238	Análisis de sensibilidad de costos de activos.....	264
Tabla 239	Análisis de sensibilidad de la demanda.	264
Tabla 240	Análisis multidimensional.	264

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Logotipo de la empresa panadería y pastelería E-pan	18
<i>Figura 2.</i> Comportamiento del PBI per cápita por años.	26
<i>Figura 3.</i> Balanza Comercial Anual Comparativa de los Años 2010 al 2019.....	28
<i>Figura 4.</i> Balanza comercial mensual.	28
<i>Figura 5.</i> Balanza comercial.....	29
<i>Figura 6.</i> Muestra en forma mensual la inflación y la inflación Subyacente.	34
<i>Figura 7.</i> Muestra los resultados mensuales de las reservas internacionales de enero 2019 a enero 2020.....	36
<i>Figura 8.</i> Indicadores de Riesgo País.	38
<i>Figura 9.</i> Latinoamérica: Riesgo País.	38
<i>Figura 10.</i> Decreto Legislativo referente a la ley de inocuidad.	40
<i>Figura 11.</i> Demanda de pan a nivel mundial.....	41
<i>Figura 12.</i> Importaciones de trigo.	44
<i>Figura 13.</i> Intención es de siembra y siembras realizadas de trigo por campaña.	45
<i>Figura 14.</i> Producción de harina de trigo.	46
<i>Figura 15.</i> Principales pagos que se realizan.....	48
<i>Figura 16.</i> Página web mercado productor de Santa Anita.	50
<i>Figura 17.</i> Página web de empresa Nova.	51
<i>Figura 18.</i> Equipos en Empresa Maquipan.	52
<i>Figura 19.</i> Precio del catálogo de la Panadería El Pan Criollo.	53
<i>Figura 20.</i> Frontis de la Panadería La Nuez.	54
<i>Figura 21.</i> Frontis de la panadería San Luis en el distrito de San Borja.	55
<i>Figura 22.</i> Canales de Distribución.	56
<i>Figura 23.</i> Factores de microentorno.....	57
<i>Figura 24.</i> Población y hogares según distritos.....	64
<i>Figura 25.</i> Ingeniero Agroindustrial USIL.....	66
<i>Figura 26.</i> Logo de la empresa.	68
<i>Figura 27.</i> Focus Group 1.....	71
<i>Figura 28.</i> Focus Group 2.....	76
<i>Figura 29.</i> Focus Group 1.....	80
<i>Figura 30.</i> Focus Group 2.....	81
<i>Figura 31.</i> Pregunta frecuencia de compra panadería.	115

<i>Figura 32. Pregunta frecuencia de compra pastelería.</i>	<i>115</i>
<i>Figura 33. Logo de la empresa.</i>	<i>133</i>
<i>Figura 34. Presentación en Papel Kraft.</i>	<i>135</i>
<i>Figura 35. Presentación bolsa de plástico.</i>	<i>136</i>
<i>Figura 36. Presentación para pasteles.</i>	<i>136</i>
<i>Figura 37. Precio de Pan criollo.</i>	<i>137</i>
<i>Figura 38. Precio de Pasteles.</i>	<i>138</i>
<i>Figura 39. Precio de Pastipan.</i>	<i>139</i>
<i>Figura 40. Canales de distribución directo.</i>	<i>141</i>
<i>Figura 41. Medios de comunicación.</i>	<i>142</i>
<i>Figura 42. Organigrama Funcional.</i>	<i>158</i>
<i>Figura 43. Logística y abastecimiento.</i>	<i>170</i>
<i>Figura 44. Diagrama de flujo logístico: Inicio de nuestras operaciones.</i>	<i>177</i>
<i>Figura 45. Flujograma Logístico (abastecimiento):</i>	<i>178</i>
<i>Figura 46. Flujograma Logístico (abastecimiento):</i>	<i>179</i>
<i>Figura 47. Proceso de producción.</i>	<i>188</i>
<i>Figura 48. Flujograma logístico.</i>	<i>189</i>
<i>Figura 49. Flujograma logístico día 2.</i>	<i>190</i>
<i>Figura 50. Flujograma de producción de pastelería.</i>	<i>192</i>
<i>Figura 51. Flujo de producción pastelería.</i>	<i>193</i>
<i>Figura 53. Ubicación de local.</i>	<i>209</i>
<i>Figura 54. Imágenes del local.</i>	<i>210</i>
<i>Figura 55. Plano del local.</i>	<i>211</i>
<i>Figura 56. Resumen de estructura de inversiones.</i>	<i>222</i>

Capítulo I: Información general

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.

Razón Social: Panadería y pastelería E-PAN SAC

Nombre Comercial (marca): E-PAN

El horizonte de evaluación será de 5 años, el cual comprende el periodo 2021 – 2025. Como consecuencia todos los cálculos de aquí en adelante comprenderán este periodo. Cabe precisar que, para efectos de orden el año 2020 será el año 0 y el año 2021 será el año1. El presente proyecto tendrá una inversión estimada de \$ 250,000.00, los cuales serán financiados con aportes de los socios y préstamo bancario. El periodo de implementación será de 1 mes iniciando en diciembre del 2020 y en adelante inicia la etapa de operación. Los principales activos que tendrá la empresa serán los hornos y equipos de panadería y pastelería, asimismo, se contará con un centro de producción ubicado estratégicamente en un distrito aledaño al de nuestro alcance geográfico.



Figura 1. Logotipo de la empresa panadería y pastelería E-pan

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

La empresa Panadería y pastelería E-PAN, tiene como propósito la elaboración, comercialización y distribución de productos de panadería y pastelería.

La actividad económica del presente proyecto, según la revisión cuatro de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es el de Industrias Manufactureras. Según el mismo documento, el código CIIU es 1071-Elaboracion de productos de panadería.

1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.

El Dark Bakery o “panadería en la sombra”, a diferencia de las panaderías tradicionales, se caracteriza por no contar con un ambiente físico para la comercialización de sus productos, sino que, elabora estos en un centro de producción, los exhibe a través de redes sociales, web o aplicativos, y los distribuye a domicilio.

El modelo de negocio es B2C “Business to Consumer”, pues está enfocado en la venta minorista y sin intermediarios al consumidor final.

En cuanto a la segmentación de la empresa, está dirigida a jefes de familia y/o decisores de compra de alimentos en el hogar, de edades entre 25 a 55 años, de la zona de San Borja, pertenecientes al nivel socioeconómico A y B.

La empresa realizará la venta de productos de manera directa a través de la recepción de llamadas telefónicas, WhatsApp, ecommerce o a través de sus redes sociales y ofrecerá un método adicional, que es la suscripción por un periodo de tiempo renovable, que puede ser desde una semana, una quincena o mensual. Esta consiste en pagar por adelantado la frecuencia elegida y el cliente contará con el envío de los productos seleccionados durante todo ese periodo, en el horario que desee del rango de distribución que es de 6:30 am hasta 9:30 am y en la tarde de 5pm a 7 pm.

Tabla 1

Modelo CANVAS.

2.- Problema	4. Solución	3. Proposición única de valor.	9. Ventaja diferencial	1. Segmento de clientes
Se observó la necesidad de que en los distritos de San Borja no se encuentra panadería cerca al hogar por lo cual son una demanda insatisfecha.	Pan en la puerta de tu casa fresco y de calidad	Lo que proponemos es implementar un Dark Bakery para atender esa demanda desatendida con el modelo B2C.	Personal con know how y adquisición de maquinaria en buen estado que por circunstancias de la pandemia ya no estén operando. Modelo de Panadería en la sombra que permite ahorro de gastos en personal de ventas y alquiler de locales sin áreas de salón, lo que permite reducir costos y tener precios competitivos.	Hombre o mujer decisorio de compra cuyas edades estén entre los 25 a 55 años, que viva en el distrito de San Borja y pertenezca al nivel socio económico a y b..
	8. Métricas Visitas en nuestras redes sociales y cantidad de seguidores en las mismas.	"DE TU APP A TU MESA"	5. Canales La venta de productos se manera directa a través de llamadas telefónicas, redes sociales, WhatsApp y app de la empresa.	
7. Estructura de costes			6. Flujo de ingresos	
Inversión: adquisición de horno e implementos de panadería, adquisición de transporte liviano para delivery, adquisiciones de envases y embalaje para los productos, mano de obra directa e indirecta, servicios diversos y materia prima o insumos.			Financiación con 50% de capital propio y 50% con prestamos financieros.	

Nota: Adaptado de Polo, M. (01 de agosto 201). El Modelo de Negocio Canvas: Crea TU MODELO paso a paso. [emprender-facil.com] Recuperado de

<https://www.emprender-facil.com/el-modelo-de-negocio-canvas/>

1.4. Descripción del producto o servicio.

Panadería artesanal:

Panes elaborados con masa madre (pre fermento) y largas fermentaciones. No contienen preservantes, mejoradores artificiales ni aditivos químicos aislados. Este proceso otorgará mejores sabores, aromas y texturas. Además, la elaboración en base a masa madre facilita la digestión.

- Pan Francés: Peso aproximado 80grs. De corteza crujiente, miga suave y esponjosa. Ideal para preparar una deliciosa Butifarra.
- Pan Ciabatta: Peso aprox. 80gr. Pan de origen italiano, de corteza crocante y miga ligera. Ideal para sanguches.
- Pan integral: Peso aprox. 50gr. Pan a base de mezcla de harina integral de trigo no refinada, sal comestible y agua filtrada. De sabor Suave y ligeramente dulce.
- Pan baguette artesanal: Peso aprox. 250gr. Pan crocante hecho en base a harina, sal, levadura y agua filtrada.
- Pan Baguetino: Peso aprox. 80gr. Pan a base de harina de trigo, sal, agua filtrada, azúcar y levadura.
- Pan de hamburguesa: Peso aprox. 100gr. Pan suave y dulce a base huevos, leche y mantequilla. Ideal para acompañar con una hamburguesa.
- Pan de yema: Peso aprox. 50gr. Pan dulce de origen francés a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar.
- Pan carioca: Peso aprox. 50gr. Pan de corteza crocante en base a harina de trigo fortificada, manteca, sal, azúcar y levadura.
- Pan de camote: Peso aprox. 50gr. Pan en base a camote asado en horno, de corteza muy suave y dulce.

- Pan pita: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano, levemente fermentado y de textura similar al borde de la pizza. Hecho en base a harina de trigo, sal, agua, levadura y aceite.
- Pan pita integral: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano y levemente fermentado. Hecho en base a harina integral, sal, agua, levadura y aceite.
- Pan hot dog: Peso aprox. 50gr. Pan suave y dulce a base de huevos, mantequilla y leche. Ideal para acompañar salchichas o hot dog.
- Pan de molde: Pack de 20 unid. Peso 500gr. Hogaza de pan a base de leche, margarina y azúcar. Ideal para triples, mixtos y sanguches en waflera.
- Petit pan: Pack de 25 unid. Panes hechos a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar. Ideal para preparar sándwich de pollo.
- Masa de pizza artesanal: Peso aprox. 400gr. Masa pre cocida fresca. Elaborada con masa madre, aceite de oliva y pre fermentos. De larga fermentación, lista para agregar salsa, queso y complementos.
- Pan Ciabatta pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.
- Pan francés pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.

Pastelería:

Queques:

- Queque de naranja: Para 10 porciones. Queque hecho con la receta casera, esponjoso y suave, con naranja natural.

- Queque de plátano: Para 10 porciones. Queque suave con nueces, especias y plátano.

Postres:

- Tres leches de vainilla: Para 8 porciones. Bizcocho de vainilla bañado en 3 leches: leche evaporada, crema de leche y leche condensada.
- Tarta de manzana: Para 10 porciones. Base suave rellena de manzana en trozos, con canela y especias.
- Tarta de limón: Para 10 porciones. Base crocante rellena de crema de limón y merengue.

Tortas:

- Torta de chocolate: Para 20 personas. Queque húmedo de chocolate, relleno y bañado de fudge de chocolate.
- Torta de chantilly: Para 20 personas. Bizcochuelo de vainilla relleno de manjar blanco, fresas, durazno y crema chantilly.
- Torta helada: Para 20 personas. Torta formada por tres capas: la superior de una capa de gelatina de fresa, la mediana de carlota (preparación de gelatina de fresa batida con leche) y la inferior de un bizcochuelo.

Empaques:

La empresa usará para el empaque de panes, bolsas de papel Kraft y para los productos de pastelería cajas de cartón, lo que permitirá una mejor conservación en la distribución de los productos, así como, la reducción del impacto ambiental de la empresa. Los productos serán transportados en unidades especiales, para conservar la calidad, aroma y sabor de los mismos.

1.5. Oportunidad de negocio.

En nuestro país implementar un Dark Bakery se presenta como una oportunidad, ya que, por el modelo de negocio, nos permite tener una reducción importante de costos por concepto

de local, equipos, mobiliario y personal de atención. Además de ello, el no tener atención presencial al público le permite a la empresa enfocarse en la producción y distribución, sin descuidar la calidad en la atención del cliente de los canales digitales.

La propuesta será atractiva para los clientes, pues el beneficio será de una mayor disposición de su tiempo en otras actividades y quitarles la preocupación de tener que ir temprano a la panadería o supermercado a realizar sus compras y perder tiempo en interminables colas.

Datos relevantes en la oportunidad del negocio son los que brinda el Publicación El Peruano (21 de febrero, 2020) en el que indica que en el cuarto trimestre del 2019 se incrementaron los gastos en alimentos, específicamente pan y cereales se incrementó el gasto en 5%.

Es importante también mencionar que, según datos de la plataforma PayU, entre mayo y julio de este año el comercio electrónico ha crecido un 168%, respecto del mismo periodo 2019. Además, se resalta un notable incremento en el negocio de panaderías, donde sus ventas en el periodo enero-julio crecieron en 69% respecto al año 2019.

1.6. Estrategia genérica de la empresa.

La naturaleza del negocio permite adecuarnos a las 3 estrategias de diferenciación que existen, las cuales se detallan a continuación:

Enfoque: Orientado al segmento A y B de la zona de San Borja.

Diferenciación: Modelo de panadería con servicio de delivery gratis que realice las entregas de manera oportuna, con un alto estándar de atención a través de canales digitales y productos de calidad.

Liderazgo en costos: El ahorro de costos se da por el modelo de negocio, el no tener atención al público, permite ahorrar en gastos de local, mobiliario, equipos y personal, permitiendo manejar precios competitivos y que además sirve como barrera de entrada para futuros competidores.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macro entorno

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

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

Nombre oficial: República del Perú

- Capital: Lima. 11.591.400 habitantes (2019).
- Otras ciudades: Piura (2.053.900 hab.) La libertad (1.965.6 hab.) Arequipa (1.525.900 hab.) Trujillo (1.073.000 hab.) Cuzco (1.336.000 hab.) Chiclayo (882.400 hab.) Iquitos (426.100 hab.) Chimbote (411.600 hab.)
- Superficie: 1 285 215.6 Km²
- Límites: Al Norte con Ecuador y Colombia (al NO con Ecuador, NE con Colombia), al Este con Brasil, al Sureste con Bolivia, al Sur con Chile y al Oeste con el Océano Pacífico.
- Idioma: español y lenguas originarias (existen alrededor de 40) como el quechua y aimara.
- Moneda: Sol

Según datos del INEI (2020) “La población peruana al 30 de junio del 2020 alcanza los 32 millones 625 mil 948 habitantes”, asimismo que, “Del total de la población peruana, 16 millones 190 mil 895 corresponden a población masculina y 16 millones 435 mil 53 a población femenina”

Indicadores Sociales. La tasa de crecimiento de la población será de 15 por cada mil personas y la esperanza de vida para los peruanos, en promedio, 76,9 años (74,1 años para los hombres y 79,5 años para las mujeres).

La Población económicamente activa (PEA) esta, “Conformada por 17 millones 970 mil 800; entre los que tienen empleo y los que buscan empleo activamente.” En la tabla 1 se detalla la información.

Tabla 2

Condición de actividad.

Condición de actividad	Sexo		
	Total	Hombre	Mujer
Población en edad de trabajar	25,109.4	12,025.8	13,083.6
Población Económicamente activa	17,970.8	9,597.5	8,373.3
Ocupado	17,307.3	9,273.5	8,033.8
Desempleado	663.5	324.0	339.5
Población económicamente no activa (NO PEA)	7,138.6	2,428.3	4,710.3

Nota: Adaptado de INEI (2017). Perú - Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza

2018. Recuperado de https://webinei.inei.gob.pe/anda_innei/index.php/catalog/672

Cabe indicar que la Tasa de actividad económica para el este periodo 2019 se ubicó en 71.6%. (2020

Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), “el PBI per cápita en dólares ascendió a US\$ 7,183 el año 2019, lo que representó un incremento de 0.6 por ciento respecto al año anterior.” En la figura 2 vemos el comportamiento desde el 2009 al 2019.

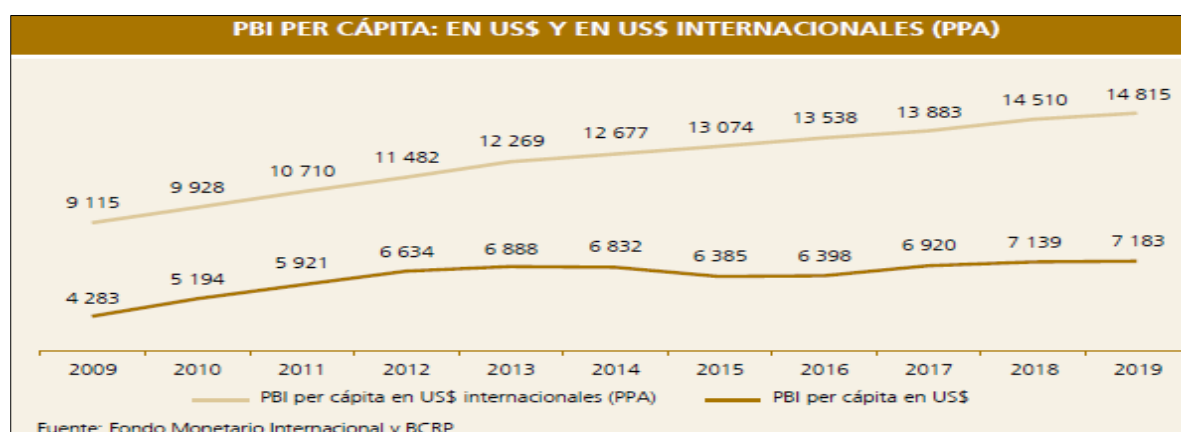


Figura 2. Comportamiento del PBI per cápita por años.

Recuperado de BCR (2019). Memoria 2019. p.12. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

2.1.1.2. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

En la publicación electrónica de Alerta@Economica, del día 10 de febrero del 2020, informa que:

La Balanza comercial peruana registró un superávit comercial de US\$ 6.614 millones en 2019. Las exportaciones ascendieron a un total de US\$ 47.688 millones, de los cuales los envíos de productos tradicionales ascendieron a US\$ 33.751, que representa una caída de 5,3% con respecto al 2018, debido principalmente a una caída en el precio, afectando principalmente al valor de las ventas al exterior de minerales e hidrocarburos. En cuanto a las exportaciones no tradicionales, estas sumaron un total de US\$ 13.783 millones que representan un crecimiento de 4,1%, básicamente por el mayor dinamismo de los rubros agropecuario y pesquero. Por otra parte, las importaciones totalizaron US\$ 41.074 millones en 2019, menor en 0,1% al registrado en 2018, como consecuencia del menor gasto en petróleo y derivados; informó el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

En diciembre 2019, la balanza comercial registró un superávit de US\$ 1,220 millones, monto mayor en US\$ 503 millones frente a lo registrado en noviembre (US\$ 717 millones)

Las exportaciones de diciembre registraron US\$ 4,608 millones (mayores en 6.6% respecto al mismo periodo del año anterior), correspondiendo US\$ 3,236 millones a las exportaciones tradicionales, US\$ 1,367 millones a las no tradicionales y US\$ 5 millones a otras exportaciones.

Respecto a las importaciones, éstas fueron de US\$ 3,388 millones (mayores en 8.5% respecto al mismo periodo del año anterior), correspondiendo US\$ 1,513 millones a las importaciones de insumos, US\$ 1,058 millones a las de bienes de capital, US\$ 806 millones a las de bienes de consumo y US\$ 11 millones a otros bienes).

En la figura 3 mostramos la comparativo de la Balanza Comercial Anual desde el año 2010 al 2019.

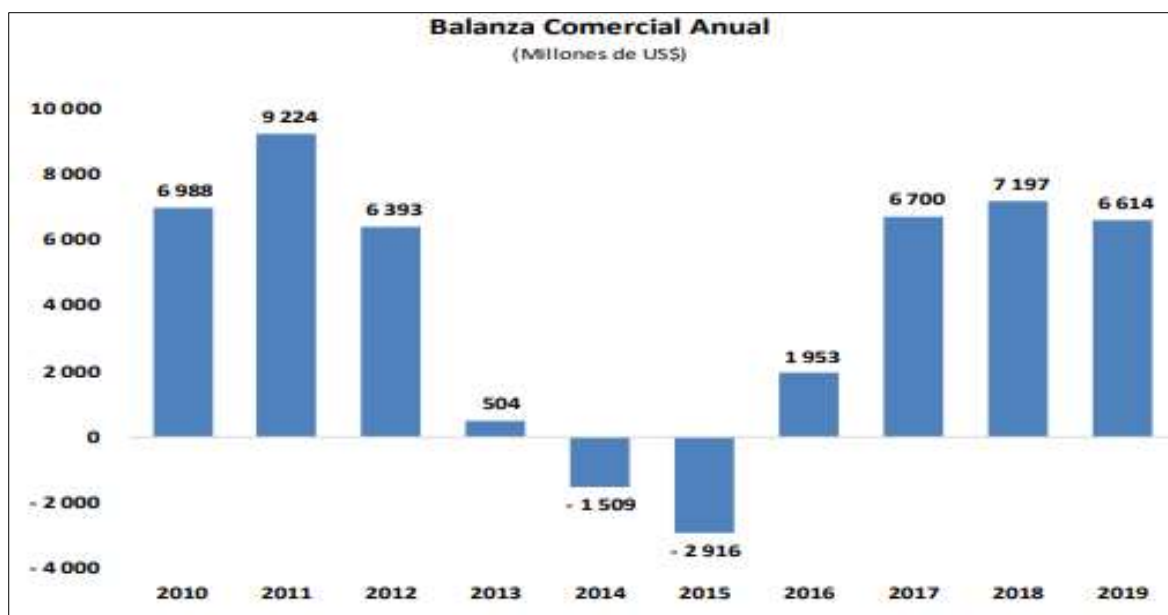


Figura 3. Balanza Comercial Anual Comparativa de los Años 2010 al 2019.

Recuperado de BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

En la figura 4 se muestra el comparativo mensual del año 2019 entre las importaciones y exportaciones.

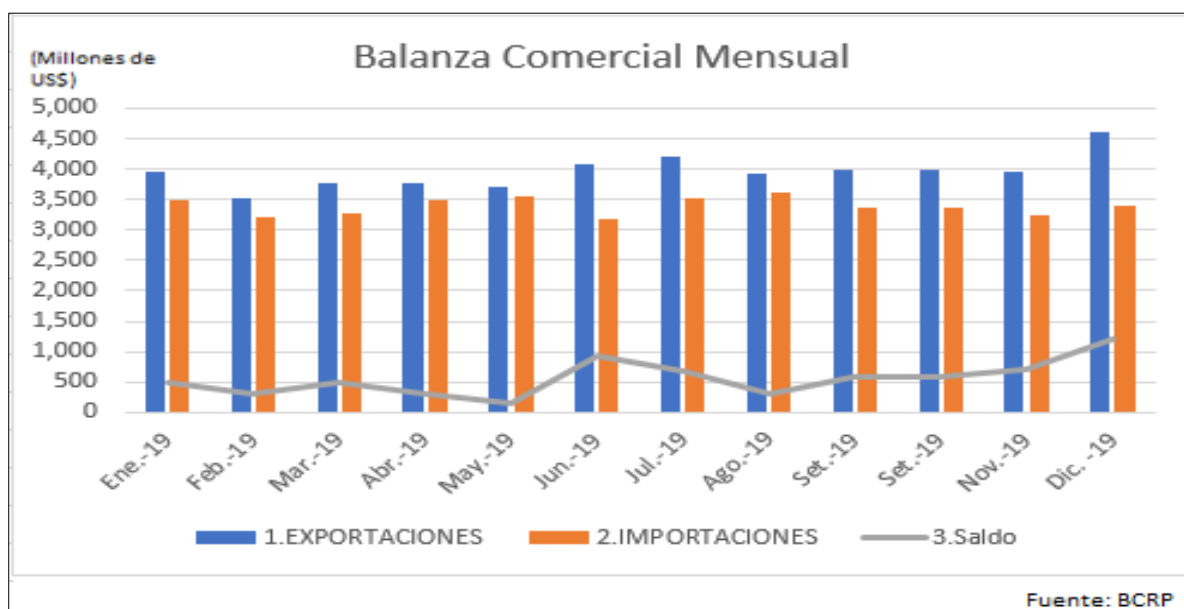


Figura 4. Balanza comercial mensual.

Recuperado de BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

En la figura 5, podemos observar el comparativo de los dos últimos años de la balanza comercial.

Balanza comercial (Millones US\$)						
	Diciembre			Año		
	2018	2019	Var. %	2018	2019	Var. %
1. Exportaciones	4 322	4 608	6,6	49 066	47 688	-2,8
Productos tradicionales	3 046	3 236	6,2	35 638	33 751	-5,3
Productos no tradicionales	1 255	1 367	8,9	13 240	13 783	4,1
Otros	20	5	-73,8	189	154	-18,5
2. Importaciones	3 124	3 388	8,5	41 870	41 074	-1,9
Bienes de consumo	724	806	11,3	9 591	9 576	-0,1
Insumos	1 466	1 513	3,2	20 516	19 101	-6,9
Bienes de capital	926	1 058	14,2	11 641	12 295	5,6
Otros bienes	7	11	50,7	123	102	-17,1
3. BALANZA COMERCIAL	1 199	1 220		7 197	6 614	

Fuente: SUNAT y BCRP.

Figura 5. Balanza comercial.

Recuperado de BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

Tabla 3

Cuadro Comparativo 2.

Exportaciones por Grupos de Productos años 2018 - 2019		Enero - Diciembre		
(Valores FOB en Millones de US\$)		2018	2019	Var %
1 Productos tradicionales		35,638	33,751	-5.3
Pesqueros		1,938	1,929	-0.5
Agrícolas		762	774	1.6
Mineros		28,899	28,074	-2.9
Petróleo y gas natural		4,039	2,974	-26.4
2 Productos no tradicionales		13,240	13,783	4.1
Agropecuarios		5,913	6,341	7.2
Pesqueros		1,329	1,564	17.7
Textiles		1,402	1,354	-3.4
Maderas y papeles, y sus manufacturas		339	321	-5.3
Químicos		1,562	1,600	2.4
Minerales no metálicos		629	604	-4
Sidero-metalúrgicos y joyería		1,325	1,310	-1.1
Metal-mecánicos		591	558	-5.6
Resto		150	131	-12.7
3 Otros (1)		189	154	-18.5
4 Total de exportaciones		49,067	47,688	-2.8

Nota: Comprende la venta de combustible y alimentos a naves extranjeras y la reparación de bienes de capital.

^a Adaptado de BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

Tabla 4

Cuadro Comparativo 3.

Importaciones según uso o destino económico años 2018 - 2019			
(Valores FOB en Millones de US\$)			
	Enero - Diciembre		
	2018	2019	Var %
1 BIENES DE CONSUMO	9,591	9,576	-0.1
No duraderos	5,305	5,409	2
Duraderos	4,286	4,167	-2.8
2 INSUMOS	20,516	19,101	-6.9
Combustible, lubricantes y conexos	6,593	5,648	-14.3
Materias primas para la agricultura	1,459	1,449	-0.7
Materias primas para la industria	12,463	12,004	-3.7
3 BIENES DE CAPITAL	11,641	12,295	5.6
Materiales de construcción	1,193	1,304	9.3
Para la agricultura	150	152	1.3
Para la industria	7,373	7,803	5.8
Equipos de transporte	2,926	3,037	3.8
4 OTROS BIENES (1)	123	102	-17.1
5 TOTAL DE IMPORTACIONES	41,870	41,074	-1.9

Nota: Comprende la donación de bienes, la compra de combustibles y alimentos de naves peruanas y la reparación de bienes de capital en el exterior, así como los demás bienes no considerados según el clasificador utilizado

^a Adaptado de BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>

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

2.1.1.3.1. PBI Nacional.

La economía peruana se desaceleró en el 2019 y registró un incremento de 2,16%. Asimismo, en diciembre de 2019 creció 1.12%, registrando 125 meses de crecimiento continuo. Este resultado se sustentó en la evolución positiva de la mayoría de sectores productivos, destacando: Comercio, Agropecuario, Servicios prestados a empresas, Minería e hidrocarburos y Telecomunicaciones. Contrariamente, se vieron atenuados por el resultado negativo de los sectores Pesca, Manufactura y Construcción.

Asimismo, las exportaciones reales crecieron en 5.71%, las tradicionales en 3.32%, destacando los productos mineros como el cobre, hierro, plomo, zinc y molibdeno, y las exportaciones no tradicionales en 12.72%, entre ellas los productos agropecuarios, textiles, pesqueros, químicos y siderometalúrgicos.

El crecimiento de la actividad económica se sustentó en el comportamiento favorable del consumo de los hogares reflejado en las mayores ventas minoristas en 3.21%, los créditos de consumo en 12.67% y la importación de bienes de consumo no duradero en 11.90%.

En la Tabla 5 podemos visualizar el comparativo del PBI de los últimos 5 años.

Tabla 5

PBI por tipo de gasto.

Producto Bruto interno por tipo de Gasto (millones de soles a precios 2007) 1/											
	2018					2019				2020	
	I	II	III	IV	AÑO	I	II	III	IV	AÑO	I
I. Demanda interna	122,141	131,809	129,773	135,803	519,526	124,041	134,172	134,887	138,431	531,530	122,527
a. Consumo privado	82,164	88,400	86,834	85,144	342,541	84,793	90,583	89,687	87,683	352,747	83,342
b. Consumo público	12,933	13,830	13,733	18,804	59,299	12,467	14,054	14,700	19,302	60,523	13,274
c. Inversión bruta interna	27,045	29,579	29,206	31,855	117,686	26,781	29,534	30,500	31,446	118,261	25,911
Inversión bruta fija	26,641	29,105	30,071	35,729	121,545	26,995	30,883	31,757	35,412	125,048	23,520
i. Privada	23,058	23,836	24,200	26,055	97,149	23,701	25,093	25,913	26,296	101,002	19,708
ii. Pública	3,583	5,270	5,870	9,673	24,396	3,295	5,791	5,844	9,116	24,046	3,812
Variación de inventarios	404	474	-865	-3,873	-3,860	-214	-1,349	-1,257	-3,966	-6,787	2,391
II. Exportaciones 2/	34,944	36,792	37,509	39,157	148,402	35,986	36,249	37,717	39,672	149,623	31,097
Menos:											
III. Importaciones 2/	32,692	32,872	33,458	33,824	132,845	32,591	33,069	34,438	34,405	134,504	30,513
IV. PBI	124,393	135,729	133,824	141,136	535,083	127,435	137,352	138,165	143,699	546,650	123,111

1/ Preliminar. Actualizado con información al en la Nota N° 19 (21 de mayo de 2020).

2/ De bienes y servicios no financieros.

Fuente: INEI y BCRP.

Elaboración: Gerencia Central de Estudios Económicos

Nota: Adaptado de BCR (2019). PBI -Gasto. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/trimestrales/pbi-gasto>

^a Adaptado de BCR (28 de mayo 2020). Nota Semanal N°20. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/ns-20-2020.pdf>

2.1.1.3.2. Inflación.

La inflación anual de Perú subió 1,9 % durante 2019, un porcentaje dentro del rango meta fijado por el Banco Central de Reserva (BCR), de entre 1 y 3 %, y con un ritmo estable de 0,16 % en los últimos meses, de acuerdo con un informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Inflación de los últimos 5 años:

Año 2015 inflación cerro en 4.40% puntos porcentuales.

Año 2016 inflación cerro en 3.23% puntos porcentuales.

Año 2017 inflación cerro en 1.36% puntos porcentuales.

Año 2018 inflación cerro en 2.19% puntos porcentuales.

Año 2019 inflación cerro en 1.90% puntos porcentuales.

El informe técnico de variación de los indicadores de precios indicó que el resultado anual se sustenta principalmente en el alza de precios en los grandes grupos de esparcimiento, diversión, servicios culturales y enseñanza, que llegaron al 4,51 %. Además, el sector de alimentos y bebidas se incrementó en 1 %, el alquiler de vivienda, combustibles y electricidad en 3,93 %, y el transporte y comunicaciones en 1,33 %.

Estos cuatro grandes grupos de consumo aportaron el 87,7 % a la variación anual del índice general inflacionario, precisó el INEI.

El INEI también señaló que el índice de precios al consumidor a nivel nacional aumentó en 1,88 %, influenciado por los mayores precios de los grandes grupos de consumo alimentos y bebidas, vestido y calzado, alquiler de vivienda, combustible y electricidad, muebles y enseres, cuidados y conservación de la salud, transportes y comunicaciones, enseñanza y cultura y otros bienes y servicios.

De las veintiséis ciudades en las que se calcula la inflación, las que tuvieron las variaciones más altas fueron la amazónica Iquitos (4,11 %), las centrales Huancayo (2,68 %) y Huánuco (2,56 %), la sureña Ica (2,51 %) y la selvática Pucallpa (2,26 %).

En enero de 2020, el Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana (IPC) varió en 0.05% con relación al mes anterior. La tasa anual, correspondiente a los últimos doce meses tuvo una variación porcentual de 1.89% para Lima Metropolitana. Asimismo, la inflación subyacente anualizada se ubicó en 2.31% (dentro del rango meta del BCRP).

El IPC de Lima Metropolitana estuvo influenciado principalmente por el incremento de precios en Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza con 0.67% y Otros Bienes y Servicios con 0.12%, en menor medida Alimentos y Bebidas con 0.05% y Cuidados y Conservación de la Salud con 0.04%, los que en conjunto aportaron 0.13 puntos porcentuales a la variación del índice general (0.05%); estos incrementos fueron atenuados por la reducción de precios en la agrupación Transportes y Comunicaciones con -0.57%, que contribuyó negativamente con -0.08 puntos porcentuales al resultado del mes.

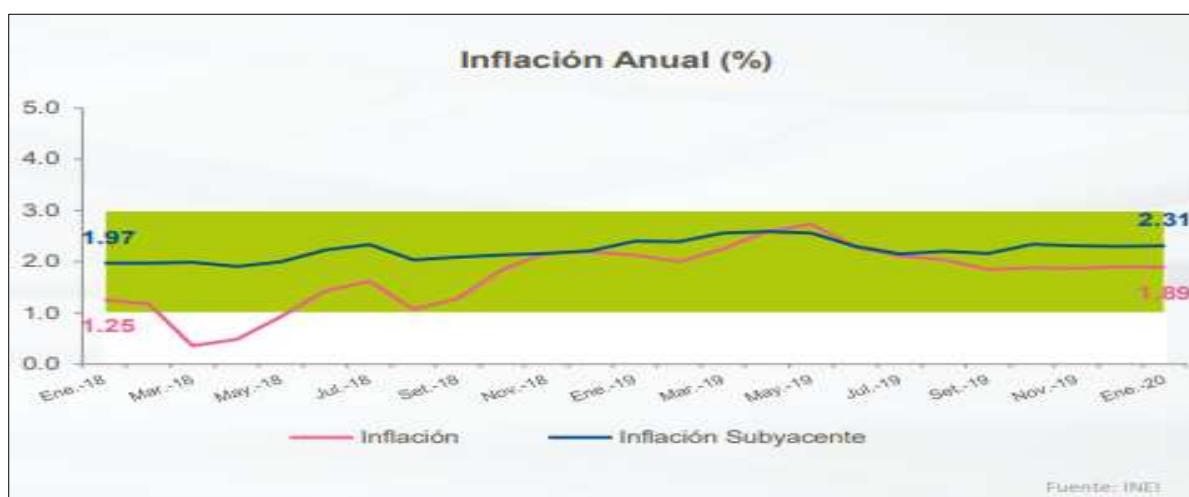


Figura 6. Muestra en forma mensual la inflación y la inflación Subyacente.

Recuperado de BCR (2020). Inflación subyacente en el Perú. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2000/Documento-Trabajo-02-2000.pdf>

Política Monetaria.

El Directorio del BCRP acordó mantener la tasa de interés de referencia en 2.25%. Ello, tomando en cuenta que se proyecta que la tasa de inflación anual se ubique alrededor de 2.0%, con un moderado sesgo a la baja por la posibilidad de un crecimiento de la demanda interna menor al esperado. Además, las expectativas de inflación a doce meses se redujeron de 2.23% a 2.05% en enero. Aunque la actividad económica de los sectores primarios y la inversión pública han tenido un desempeño negativo en 2019, lo cual ha sido atenuado por la actividad de los sectores no primarios.

Asimismo, las expectativas empresariales se recuperaron respecto a diciembre y los riesgos respecto a la actividad económica mundial por las tensiones comerciales se han atenuado, aunque el impacto del Covid-19 aún es incierto.

Tabla 6

Tasa Activa y Pasiva año 2019 – 2020.

	Ene-20		Dic-19	
	MN	ME	MN	ME
Tasa Activa	14.4	7.6	14.1	7.5
Tasa Pasiva	2	0.8	2.2	0.8
Spread	12.2	6.8	11.9	6.7
Interbancaria	2.2	1.8	2.3	1.8

Nota: Adaptado de SBS (15 de julio 2020). Tasas de interés promedio. Recuperado de

<https://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tasa-de-interes/tasas-de-interes-promedio>

Al cierre de enero, las reservas internacionales totalizaron US\$ 68,399 millones, registrando un aumento de US\$ 83 millones respecto al cierre del mes anterior. Además, resultaron mayores en US\$ 6,019 millones respecto al nivel alcanzado en el mismo mes del año anterior.

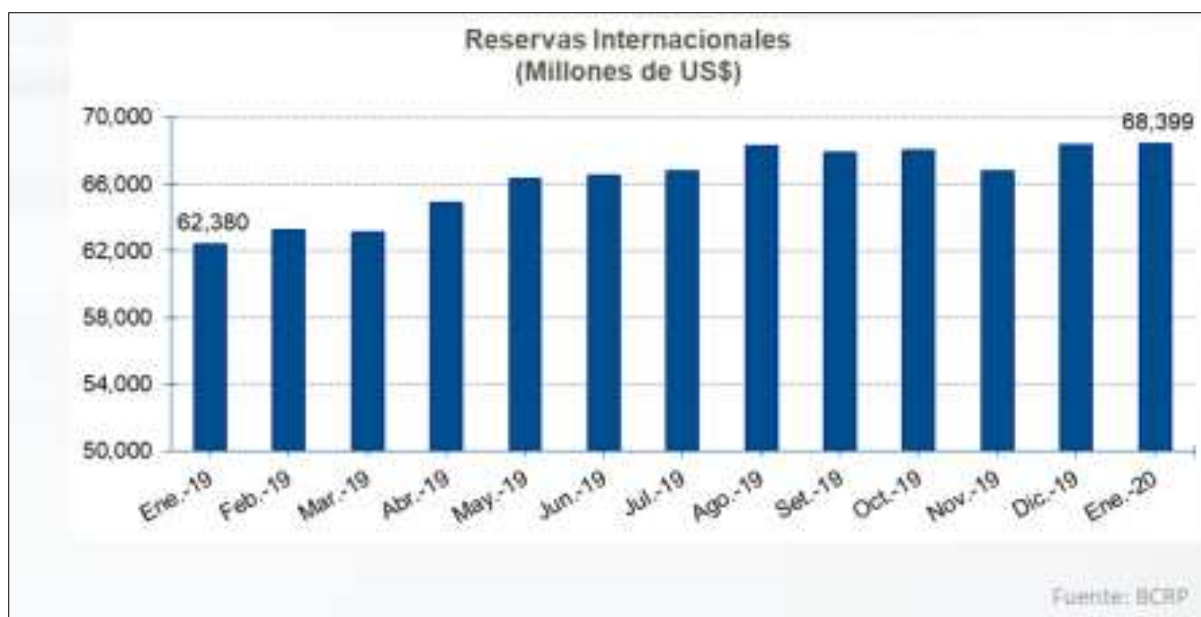


Figura 7. Muestra los resultados mensuales de las reservas internacionales de enero 2019 a enero 2020.

Recuperado de BCR (27 de febrero 2020). Resumen Informativo Semanal. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/resumen-informativo-2020-02-27.pdf>

2.1.1.3.3. Tipo de Cambio.

Al cierre del mes de enero de 2020, el tipo de cambio contable se ubicó en 3.375 soles por dólar americano, registrándose con ello una depreciación del sol de 1.81% con respecto a diciembre de 2019 y una depreciación anual de 1.20%. Durante el mes de enero, no se registraron compras BCRP en mesa de negociación.

Tabla 7

Tipo de cambio fin del periodo.

TIPO DE CAMBIO FIN DEL PERIODO									
(Soles por US\$ dólar) 1/									
	Fin del Periodo 3/ Interbancario 2/ Interbanking Rate			Bancario Banking Rate			Informal Informal Rate		
	Compra	Venta	Promedio	Compra	Venta	Promedio	Compra	Venta	Promedio
	Bid	Ask	Average	Bid	Ask	Average	Bid	Ask	Average
Año 2019	3.309	3.314	3.312	3.311	3.317	3.314	3.327	3.329	3.328
Ene	3.331	3.332	3.332	3.333	3.335	3.334	3.34	3.341	3.3405
Feb	3.301	3.304	3.303	3.3	3.305	3.3025	3.306	3.307	3.3065
Mar	3.318	3.32	3.319	3.316	3.321	3.3185	3.315	3.317	3.316
Abr	3.308	3.309	3.309	3.306	3.312	3.309	3.304	3.306	3.305
May	3.374	3.376	3.375	3.367	3.37	3.3685	3.363	3.365	3.364
Jun	3.288	3.29	3.289	3.285	3.29	3.2875	3.296	3.297	3.2965
Jul	3.308	3.31	3.309	3.308	3.31	3.309	3.31	3.311	3.3105
Ago	3.396	3.398	3.397	3.392	3.399	3.3955	3.386	3.387	3.3865
Set	3.383	3.384	3.384	3.382	3.385	3.3835	3.372	3.373	3.3725
Oct	3.347	3.35	3.349	3.345	3.349	3.347	3.345	3.346	3.3455
Nov	3.398	3.4	3.399	3.394	3.399	3.3965	3.396	3.397	3.3965
Dic	3.309	3.314	3.312	3.311	3.317	3.314	3.327	3.329	3.328
Año 2020							3.359	3.36	3.36
Ene	3.375	3.378	3.377	3.373	3.376	3.375	3.437	3.439	3.438
Feb	3.452	3.45	3.451	3.448	3.451	3.45	-	-	-
Mar	3.433	3.439	3.436	3.433	3.442	3.438	-	-	-
Abr	3.377	3.382	3.38	3.376	3.383	3.38	-	-	-
May	3.429	3.432	3.431	3.429	3.434	3.432			
Jun	3.54	3.544	3.542	3.534	3.541	3.538			
Jul	3.527	3.532	3.53	3.522	3.529	3.526			
Variación %	4.8	4.8	4.8	5	4.8	4.9			
12 meses	7.6	7.5	7.5	7.5	7.4	7.5			
acumulada	0.9	0.9	0.9	1.1	1	1			
mensual									

Nota: La información de este cuadro se ha actualizado en la nota semanal N 3 (23 de enero de 2020). A partir de

2004 los tipos de cambio promedio interbancario corresponden a las cotizaciones por transacciones ejecutadas en Datatec. Los datos corresponden al promedio del mes a la fecha indicada

^a Adaptado de BCR (27 de febrero 2020). Tipo de cambio - fin de periodo. Recuperado de

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tipo-de-cambio-fin-de-periodo>

2.1.1.3.4. Riesgo País.

El riesgo país del Perú, medido por el spread EMBIG, se redujo de 168 puntos básicos en diciembre de 2018 a 107 puntos básicos al cierre de 2019, informó hoy el Banco Central de Reserva (BCR)

2.1.1.3.5. Indicador del Riesgo País (2015 – 2019)



Figura 8. Indicadores de Riesgo País.

Recuperado de BCR (10 de enero 2019). Nota Semanal: Expectativas de inflación en el rango meta del BCRP. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2019/resumen-informativo-01-2019.pdf>

Este indicador muestra la percepción positiva acerca de la posición financiera de la economía peruana.

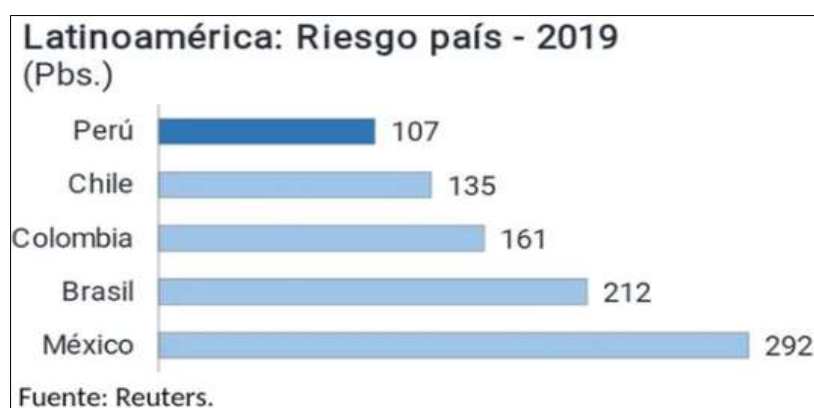


Figura 9. Latinoamérica: Riesgo País.

Recuperado de BCR (10 de enero 2019). Nota Semanal: Expectativas de inflación en el rango meta del BCRP. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2019/resumen-informativo-01-2019.pdf>

En la tabla 11, veamos un comparativo de los indicadores de riesgo para países emergentes hasta el 20 de octubre del 2020.

INDICADORES DE RIESGO PARA PAÍSES EMERGENTES: Índice de Bonos de Mercados Emergentes (EMBIG) 1/ 2/ 3/

Tabla 8

Indicadores de riesgo para países emergentes.

CUADRO 35 INDICADORES DE RIESGO PARA PAÍSES EMERGENTES: Índice de Bonos de Mercados Emergentes (EMBIG) 1/ 2/ 3/									
RISK INDICATORS FOR EMERGING COUNTRIES: Emerging Market Bond Index (EMBIG) 1/ Stripped Spread 2/ (In basis points) 3/									
	Diferencial de rendimientos del índice de bonos de mercados emergentes (EMBIG) / Emerging Market Bond Index (EMBIG) Stripped Spread						LATIN EMBIG Países	EMBIG Países	
	Perú	Argentina	Brasil	Colombia	Ecuador	México	Latinoamericanos / Latin Countries	Emergentes / Emerging Countries	
2018	147	548	265	183	640	272	469	359	2018
Jun.	163	529	319	200	715	293	486	377	Jun.
Jul.	151	572	289	181	654	268	471	366	Jul.
Ago.	149	668	300	182	680	279	493	383	Aug.
Set.	140	673	314	177	692	270	498	385	Sep.
Oct.	143	659	263	179	670	268	492	377	Oct.
Nov.	157	655	258	202	747	327	528	405	Nov.
Dic.	165	774	268	213	769	344	551	424	Dec.
2019	129	1317	235	184	694	318	483	356	2019
Ene.	152	705	250	201	714	329	519	401	Jan.
Feb.	140	680	236	191	655	319	493	373	Feb.
Mar.	136	748	242	188	613	309	488	371	Mar.
Abr.	122	839	244	177	551	295	486	364	Apr.
May.	136	924	252	191	575	309	505	377	May.
Jun.	129	883	242	190	590	333	510	374	Jun.
Jul.	116	790	214	172	578	327	509	354	Jul.
Ago.	127	1568	233	187	706	347	528	372	Aug.
Set.	116	2191	228	176	649	320	495	346	Sep.
Oct.	127	2099	235	179	766	309	460	335	Oct.
Nov.	127	2336	230	182	992	317	427	318	Nov.
Dic.	116	2036	220	171	938	305	368	290	Dec.
2020	179	2403	327	271	2637	487	520	418	2020
Ene.	114	1920	217	170	863	298	358	286	Jan.
Feb.	122	2017	209	173	1191	306	370	298	Feb.
Mar.	249	3376	351	345	3649	557	627	506	Mar.
Abr.	278	3803	420	389	5061	674	732	578	Apr.
May.	222	3012	416	338	4309	593	643	516	May.
Jun.	180	2539	365	287	3297	507	548	430	Jun.
Jul.	169	2331	355	272	2853	506	521	416	Jul.
Ago.	146	2119	315	241	2752	468	478	383	Aug.
Set.	160	1533	315	254	1436	481	467	386	Sep.
Oct 1-20	151	1377	309	240	965	480	461	382	Oct 1-20
Nota: Var.									Note: bp chg.
Anual	24	-721	73	61	199	171	1	46	Year-to-Year
Acumulado	35	-659	89	69	27	175	92	91	Cumulative
Mensual	-9	-156	-6	-14	-471	-1	-6	-4	Monthly

Nota: La información de este cuadro se ha actualizado en la Nota Semanal N°39 (22 de octubre de 2020). Corresponde a datos promedio del período.

Índice elaborado por el J.P. Morgan que refleja los retornos del portafolio de deuda según sea el caso, es decir, de cada país, de los países latinoamericanos y de los países emergentes en conjunto. Considera como deuda, eurobonos, bonos Brady y en menor medida deudas locales y préstamos. Estos indicadores son promedio para cada período y su disminución se asocia con una reducción del riesgo país percibido por los inversionistas. Se mide en puntos básicos y corresponde al diferencial de rendimientos con respecto al bono del Tesoro de EUA de similar duración de la deuda en cuestión.

Cien puntos básicos equivalen a uno porcentual.

^a Adaptado de Banco Central de Reserva del Perú BCR (2020). Indicadores de riesgo para países emergentes: EMBIG - latín EMBIG Países Latinoamericanos. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01137XM/html>

2.1.1.4. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto:

Decreto legislativo 1062 Ley de Inocuidad de alimento

Este decreto legislativo establece las normal que garanticen la inocuidad de los alimentos para consumo humano, de esta forma los agentes económicos de toda la cadena alimentaria cumplan con esta norma brindando alimentos seguros y saludables a los consumidores.

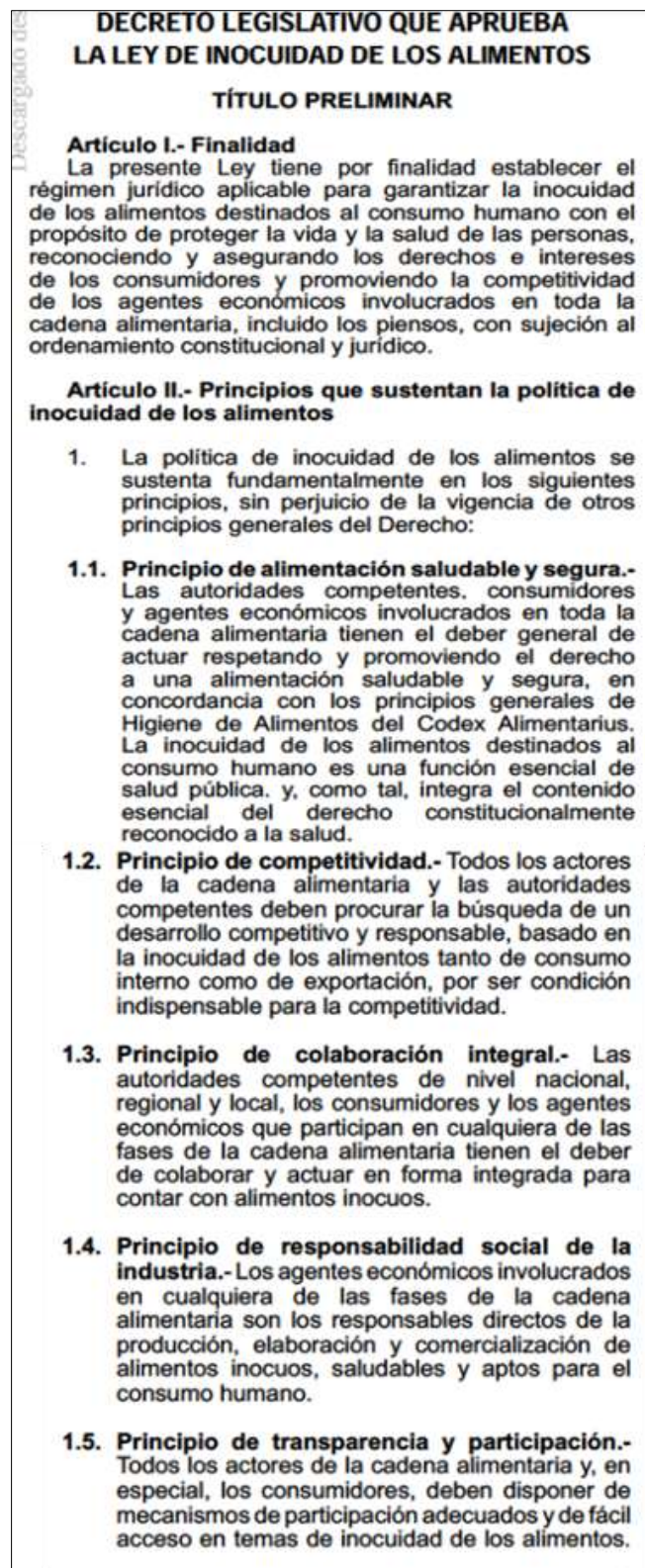


Figura 10. Decreto Legislativo referente a la ley de inocuidad.

Recuperado de Decreto Legislativo N°1062 que aprueba la Ley de inocuidad de los alimentos. (2009). En Diario Oficial El Peruano.

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

2.1.2.1. Mercado internacional.

Consumo del pan nivel mundial

En el continente europeo, Alemania es el país donde se registra el mayor consumo de pan, consumiendo hasta 106 kilos por persona anualmente. Según la MMS el consumo aconsejable de este producto es de 90 kilos por persona al año por lo cual, en Latinoamérica, el país con mayor consumo de pan es Chile, registrando un total de 96% de lo antes indicado, Perú se encuentra en el 6to puesto con un 30%.

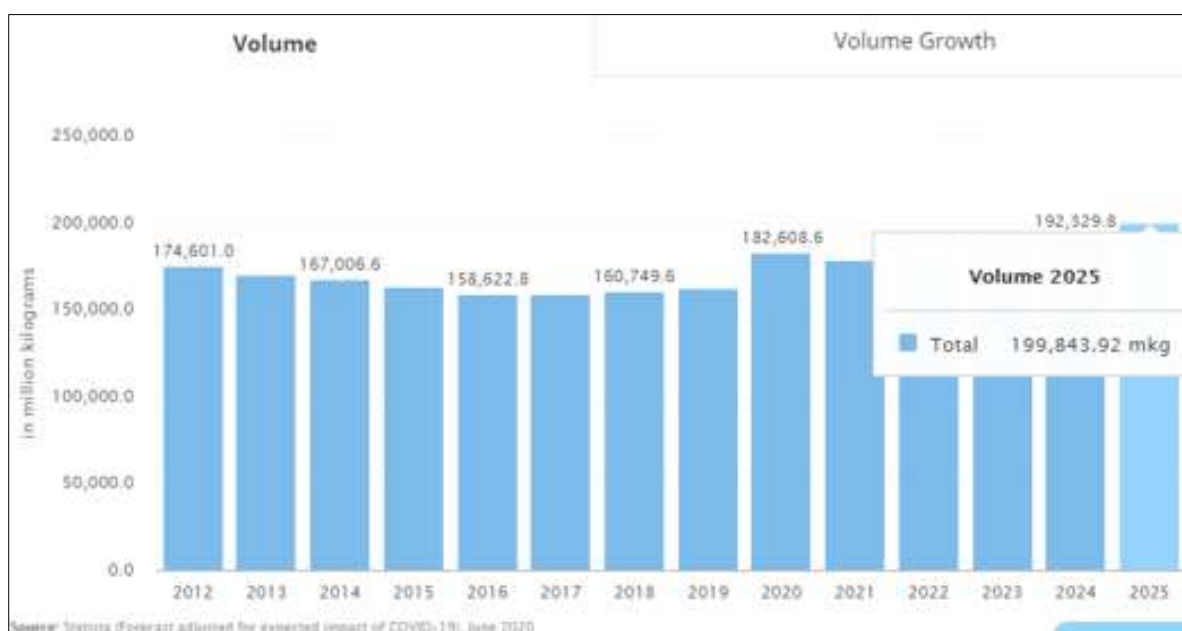


Figura 11. Demanda de pan a nivel mundial.

Recuperado de STATISTA (12 de julio 2020). Un Pan en todo el Mundo. Recuperado de

<https://www.statista.com/outlook/40050100/100/bread/worldwide#market-pricePerUnit>

La gráfica muestra el consumo a nivel mundial de pan, expresado en millones de kilogramos, el cual nos muestra un notorio incremento del consumo en lo que va del 2020, mostrando un estimado para el año 2024 de 199,843.92 millones de kilogramos.

Modelo Dark Bakery (panadería en la sombra)

Las panaderías pueden asegurar un mayor crecimiento aumentando su participación en el mercado de comida por delivery, economizando en costos fijos, además impulsando la

promoción del negocio durante las franjas horarias que normalmente no atienden como la hora de almuerzo, las empresas de Dark Bakery se basan en brindar productos de calidad con una entrega de reparto rápida. La principal forma de captar clientes es por medio de marketing virtual lo cual es la base fundamental de los negocios con este enfoque. Otro punto que cabe resaltar es la presentación final de los productos, al ser una panadería debe considerar factores importantes al momento de entrega como inocuidad, entrega rápida y empaquetado que garantice que mis productos lleguen calientes y frescos al consumidor final.

Exportaciones de derivado de trigo

Perú es un país con poca producción de trigo, el 90% de consumo nacional de trigo es importado, ya que estos países proveedores como Estados Unidos cuentan con subsidios que les brindan a los productores. Sin duda, una situación que resulta desventajosa para nuestra producción nacional. Por este motivo, Perú no exporta trigo entero, pero si mantiene movimiento en la exportación de salvado de trigo.

Exportaciones Agrarias por productos, según trimestre 2018 – Peso Neto (toneladas)

Tabla 9

Exportaciones Agrarias por productos en Perú.

PERÚ: EXPORTACIONES AGRARIAS POR PRODUCTOS, SEGÚN TRIMESTRE 2018					
Peso Neto (toneladas)					
PRODUCTOS	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	TOTAL 2018
Paltas frescas	21 705	172 184	166 101	1 337	361 327
Uvas frescas	125 163	1 429	3 961	211 957	342 509
Mango ^{1/}	186 014	29 387	4 459	51 310	271 170
Café sin tostar, sin descafeinar	29 475	23 348	95 719	112 092	260 634
Bananas tipo "Cavendish Valery" frescos	66 854	57 891	52 884	53 909	231 538
Preparaciones para alimentación animal	55 059	67 203	55 652	53 115	231 028
Cebollas frescos	42 316	10 021	59 186	107 751	219 273
Espárragos ^{2/}	27 815	35 018	48 890	62 185	173 908
Mandarinas	1 242	51 557	85 787	854	139 441
Alcohol etílico sin desnaturalizar	25 464	16 784	5 711	38 757	86 716
Leche evaporada sin azúcar ni edulcorante	14 748	20 247	25 663	22 023	82 680
Aceite de palma ^{3/}	8 074	16 710	15 984	36 949	77 717
Arándanos frescos	8 386	173	20 420	44 924	73 903
Salvado de trigo	16 239	17 999	19 885	18 042	72 164
Cacao crudo en grano, entero o partido	12 057	12 275	14 636	16 193	55 162
Hortalizas preparadas sin congelar	10 956	11 773	14 344	17 682	54 756
Quinua	11 170	13 772	13 323	13 218	51 484
Alcachofas preparadas	10 478	6 789	7 396	17 256	41 919
Pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar	10 108	9 577	8 492	11 039	39 216
Tablillas y frisos para parqués, sin ensamblar	6 232	8 468	8 992	11 445	35 138
Otros	224 138	251 575	271 079	281 338	1 028 129

Nota: Comprende mango fresco, congelado, en conserva y jugo. Comprende espárragos fresco, congelado y preparado. comprende aceite de palma en bruto y refinado.

^a Adaptado de Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI (2018). Informe de Seguimiento Agroeconómico ISA, p-20. Recuperado de http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/infome_seguimiento_agroeconomico-iv_trim18_030419.pdf

Importación de trigo

Recalcando lo mencionado anteriormente, el 90% destinado para producción y consumo nacional es importado, el 10% restante es de la producción nacional, lo cual se utiliza para la fabricación de harinas, fideos, panes entre otros.

Los principales países que nos proveen de trigo son Estados Unidos y Canadá.

Vemos a continuación las importaciones de trigo a Perú:

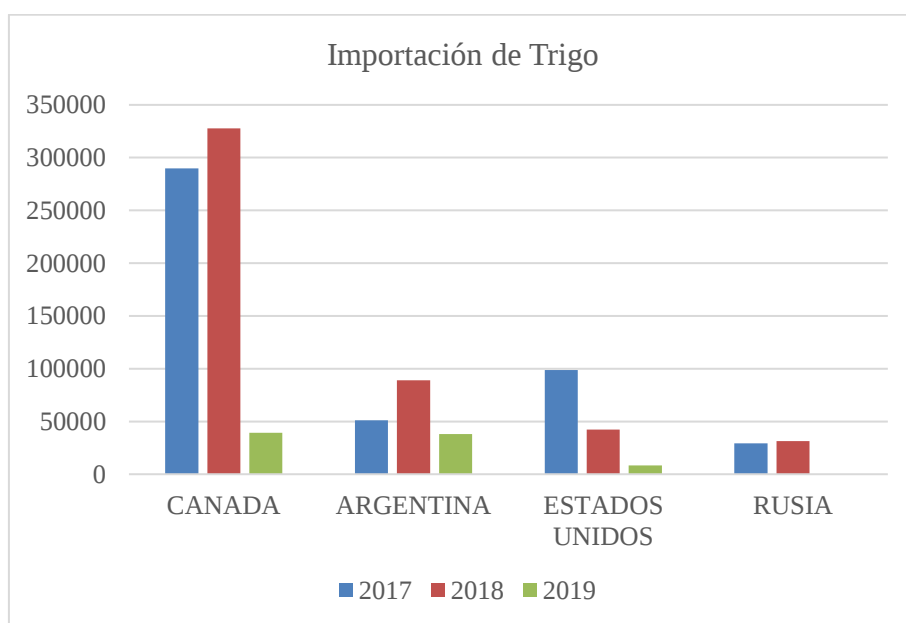


Figura 12. Importaciones de trigo.

Adaptado de Koo, W. (06 de marzo 2019). Trigo Los demás Perú Importación 2019 febrero.

Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2019/03/trigo-los-demas-peru-importacion-2019-febrero.html>

El trigo peruano

Para el año 2020, las intenciones de siembra estimadas para el trigo son de 128.5 mil hectáreas, con lo que habría un incremento de (11.1%) en relación a los años 2018/19. Las temporadas altas para la siembra de este producto entre el mes de octubre y marzo sembrándose el (94% del total de las intenciones de siembra a nivel nacional).

Las regiones para el año 2019-2020 con mayores intensiones de siembra son La Libertad con (25.5%), Cajamarca (22.0%), Piura (7.8%), Ancash (7.7%), Ayacucho (7.5%) y Cusco (6.9%).

Intenciones de siembra y siembras realizadas de trigo por región según campaña.

En el grafico 10, podemos visualizar que la siembra del trigo no tiene variación significativa a través de los años, si bien se está haciendo un esfuerzo por incrementar la siembra de este producto, no es suficiente para satisfacer la demanda actual.

Gráfico de intención de siembras realizadas por campaña:

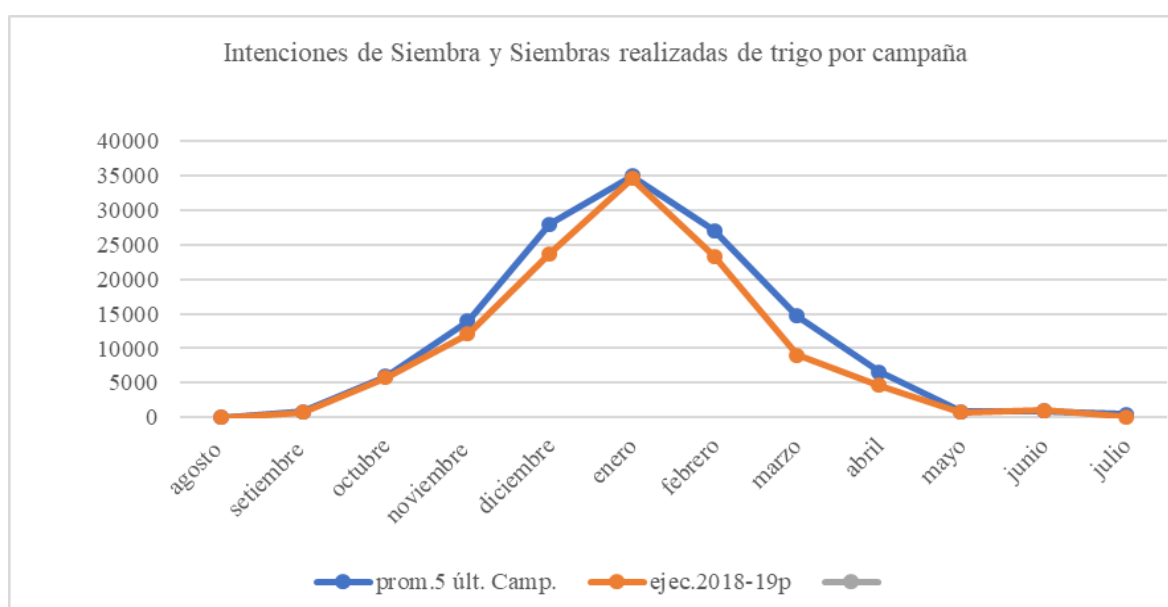


Figura 13. Intención es de siembra y siembras realizadas de trigo por campaña.

Adaptado de MINAGRI (2020). Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra 2019. Recuperado de http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/Libro%20Resultado%20ENIS%202019-2020_260719.pdf

Harina de trigo:

La producción de harina de trigo ha ido incrementando gradualmente, manufacturando 193 mil toneladas.

Si bien existe un incremento en la demanda de harina de trigo por el sector panadero, hubo un decrecimiento en la demanda de este producto para la realización de fideos, siendo el sector de panadería muy importante para la industria de haría de trigo.

Tabla 10

Producción de harina de trigo expresado en valor porcentual

Producción de harina de trigo TM					
2014	2015	2016	2017	2018	2019P
1,216	1,226	1,172	1,198	1,240	1,285

Nota: Adaptado de MINAGRI (2020). Plan Nacional de Cultivos Campaña agrícola 2019-2020. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471867/Plan_Nacional_de_Cultivos_2019_2020b.pdf

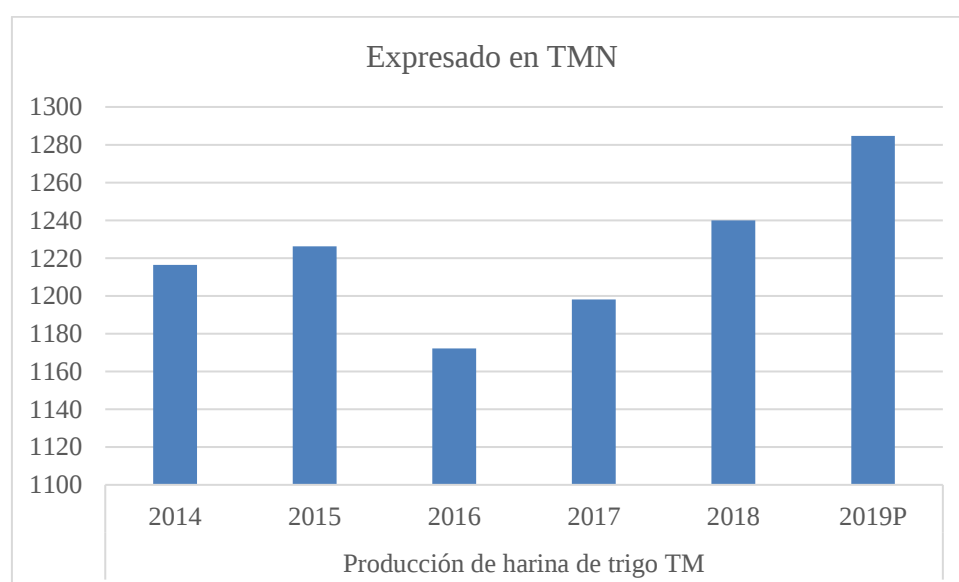


Figura 14. Producción de harina de trigo.

Adaptado de Diario Gestión (12 de mayo 2019). Producción peruana de farináceos crecería

ligeramente en el 2019. [gestion.pe]. Recuperado de [https://gestion.pe/economia/produccion-peruana-farinaceos-creceria-ligeramente-2019-266552-](https://gestion.pe/economia/produccion-peruana-farinaceos-creceria-ligeramente-2019-266552-noticia/#:~:text=Del%20trigo%20producido%20en%20el,2.6%25%20menos%20respecto%20al%202017)

noticia/#:~:text=Del%20trigo%20producido%20en%20el,2.6%25%20menos%20respecto%20al%202017

2.1.2.2. Mercado del consumidor.

La población peruana para el mes de junio 2020 alcanza los 32 millones 626 mil habitantes, teniendo una estimación para el 2021 de 33 millones. En América Latina, Perú se sitúa en el

cuarto lugar con mayor población, considerando a Brasil como el primer país con mayor población, seguido de Colombia y Argentina; y si hablamos de todo el continente americano, nos situamos como el séptimo país más poblado de acuerdo a (INEI, 2020).

Para el último trimestre del año 2019 y considerando enero del 2020 la población que se encontraba laborando de Lima Metropolitana alcanzó 5 millones 37 mil 300 personas.

Población económicamente activa desocupada, es la que se encuentra buscando activamente un empleo.

Tabla 11

Situación del mercado laboral.

Condición de actividad	Nov-Dic ene 2019	Nov-Dic ene 2020	Variación	
			Absoluta (miles)	Porcentual (%)
Total de población en edad de trabajar PET	7754,9	7862,2	107,3	1,4
Población económicamente activa PEA	5276,2	5378,3	102,1	1,9
Ocupada	4934,5	5037,3	102,8	2,1
Desocupada	341,7	340,9	-0,8	-0,2
Población económicamente no activa NO PEA	2478,7	2483,9	5,2	0,2

Nota: Adaptado de INEI (05 de mayo 2019). Situación del Mercado laboral en Lima Metropolitana. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-de-empleo-lima-metropolitana-feb-mar-abr2019.pdf>

A causa del Covid-19, los meses de mayo-junio-julio del 2020, la población de lima Metropolitana ocupada presencié una alta Tasa de desempleo de 16,4% y 574 mil 700 personas se encontraban en búsqueda de trabajo

Cuadro de población por distritos:

Gasto de personas que se encuentra laborando

Los peruanos destinan sus ingresos a la compra de alimentación, seguido de pago de servicios, como tercer puesto se encuentra el pago de estudios familiares, por último, el gasto de vestimenta y pasajes para movilizarse por transporte público.

Ha incrementado la cantidad de personas que realizan pedidos por Internet, lo cual como principal demanda ha sido la de compras de comida rápida.



Pago de Pensiones



Figura 15. Principales pagos que se realizan.

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2.3. Mercado de proveedores.

La buena selección de proveedores es de mucha importancia para todas las empresas, si bien algunos proveedores no son de cruciales también están los que son de vital importancia ya que repercute en el resultado final del producto que se vaya a vender.

La negociación que se realice al querer cerrar un negocio es un factor clave para adquirir productos de la mejor calidad a un buen precio.

Factores a considerar para elegir a los proveedores es precio, calidad, condiciones de pago, y servicio post venta, lo indicado es buscar un equilibrio de cada uno de los factores mencionados.

Proveedores de harina de trigo

- Alicorp SAA

Av. Argentina Nro. 4793 Carmen de la Legua Reynoso

Central telefónica

+511 01 315 0800

- La Panera Factory Sociedad Anónima Cerrada

Av. Oscar R. Benavides 355 Urb. El Pino - San Luis

Harina: 990275783

- Gelafrut SRL

Jr. Felipe Santiago Salaverry 544, Urb. El Pino, San Luis. Lima - Perú.

Telf.: 313-0580

- Integración Comercial Alimenticia S.A.C

Av. Argentina Nro. 3558

Callao – Lima Telf.:4523360

Proveedores de Bolsa de papel

- C.R.M. Bolsas Perú S.A.C.

Manzana. M Lote. 14 Chorrillos

2584660

- Psn Pack Perú S.A.C.

Av. Santa Lucia Nro. 149 u Ind. Ampl la Aurora (Altura del Mercado los Sauces)

Telf. +511 326-0044

Proveedores de levadura

- Levapan del Perú SAC

No. 221, Carretera Central, Santa Anita 15008, Perú

(51-1) 3622310

- Alicorp SAA

Av. Argentina Nro. 4793 Carmen de la Legua Reynoso

Central telefónica

+511 01 315 0800

- Calsa Perú S.A.C.

Av. Argentina 1227

Telf.: 902344910

- Deltagen del Perú SA

Jr. Huanchihuaylas N° 181 - Ate Central

Teléfono: +51(1) 3560419

Proveedores de Insumos Diversos

- Mercado Mayorista Productores Santa Anita

Dirección: Av. La Cultura 701 (Altura Km. 3.5 Carretera Central – Paradero Volvo – Distrito de Santa Anita – Lima 43)

Teléfono: (01) 3547341



Figura 16. Página web mercado productor de Santa Anita.

Recuperado de GMLL (17 de agosto 2020). Mercado productores abarrotes y mas. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/MercadoProductoresPeru/>

Proveedores de maquinarias

- Artebianca S.A.C.

Av. Elmer Faucett 217 Urb. Maranga, Lima - San Miguel

(01) 452 49 00

- Nova-Industrial Tools S.A.C.

Av. las Torres Nro. 453

Telf. (01) 6144900

- Anlin Perú SA

Calle Las Limas 257 - URB. CANTO BELLO

Está a dos cuadras paralelas a la Av. Canto Grande

3871270

Maquinaria y Equipos: Nivel de competitividad – Bajo

Existe una variedad de proveedores para equipos de panadería en el mercado. Si bien existen algunos como Nova que tienen una mayor reputación, hay otras empresas como Maquipan y Panalin que no dejan de ser una buena alternativa.



Figura 17. Página web de empresa Nova.

Recuperado de Nova Maquinaria (15 de julio 2020). Logo de página principal. Recuperado de <http://nova.pe/>



Figura 18. Equipos en Empresa Maquipan.

Recuperado de Maquipan (15 de julio 2020). Logo de página principal. Recuperado de <http://www.maquipan.com.pe/>

2.1.2.4. Mercado competidor.

Los competidores más relevantes de manera directa son: El Pan Criollo, Pastelería Bagueteria San Luis, La Nuez, Frosty y Pastipan.

- Pan Criollo:



	
CIABATTA	
CIABATTA TRADICIONAL x 8 unidades	S/ 4.80
CIABATTA CON CHISPAS DE CHOCOLATE x 8 unidades	S/ 8.00

	
PANES SUAVES	
PETIPAN TRADICIONAL x 25 unid.	S/ 6.00
PETIPAN INTEGRAL x 25 unid.	S/ 6.00
PAN DE HAMBURGUESA x 8 unid.	S/ 6.00
PAN HOT DOG x 6 unid.	S/ 4.50
CACHITO DE MANTEQUILLA x 5 unid.	S/ 6.00
PAN YEMA x 10 unid.	S/ 4.00
PAN ANDINO x 10 unid.	S/ 4.00
PAN INTEGRAL x 10 unid.	S/ 4.00
BAGUETTE DULCE CON PASAS	S/ 3.00

Figura 19. Precio del catálogo de la Panadería El Pan Criollo.

Recuperado de El Pan Criollo (20 de julio 2020). La historia de El Pan Criollo se inicia cuando en el año 1988 formábamos parte, como concesionario panadero, de una conocida tienda en San Borja, la misma que en 1993 se convierte en un autoservicio con panadería propia. Recuperado de <https://www.elpancriollo.com/>

Dirección: Av. Aviación #2867 - San Borja

Horario: lunes a sábado de 7:00 a.m. 7:00 p.m.

Redes Sociales y Web:

<https://www.facebook.com/elpancriollo/>

<https://www.elpancriollo.com/>

Valoración Google: 4.3

Benchmarking:

Cuenta con una amplia gama de panes, postres y precocidos.

Gestiona correctamente su perfil de Facebook, posee cerca de 6,000 “likes”

Lanza catálogos renovables cada mes.

Cuenta con servicio de delivery.

Debilidades:

Su delivery tiene un rango de 48hrs.

Es limitado el tiempo de registro de pedidos, solo de 9am. A 6am.

Registra algunos comentarios sobre demoras en la atención.

- LA NUEZ



Figura 20. Frontis de la Panadería La Nuez.

Recuperado de La Nuez Panadería y Pastelería (21 de julio 2020). Iniciar el día con buenas energías, compartir con tus mejores amistades con un rico y delicioso desayuno, es la mejor forma de iniciar el día. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/La-Nuez-Panader%C3%ADa-y-Pasteler%C3%ADa-442544616159584>

Catálogo: Sin información

Dirección: Av. San Luis 2671, San Borja 15037

Horario: lunes a sábados

Redes Sociales: <https://www.facebook.com/La-Nuez-Panader%C3%ADa-y-Pasteler%C3%ADa-442544616159584>

Valoración Google: 4.4

Benchmarking:

Cuenta con una amplia gama de panes y postres.

En Facebook posee cerca de 1,200 “likes”

Tienen comentarios positivos a cerca de la calidad y sabor de sus panes.

Debilidades:

Su perfil de Facebook no está correctamente gestionado.

No cuenta con publicidad adecuada.

No ofrece servicio delivery.

- San Luis



Figura 21. Frontis de la panadería San Luis en el distrito de San Borja.

Recuperado de Panadería San Luis (18 de agosto 2020). Desde hace 3 generaciones venimos elaborando los más esquistos Panes Artesanales en horno. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/sanluispanaderia/>

Dirección: Av. San Luis 2105, San Borja 15037

Horario: lunes a sábados

Redes Sociales: Sin información

Valoración Google: 4.1

Benchmarking:

Cuenta con una amplia gama de panes y postres.

Tienen comentarios positivos a cerca de la calidad y sabor de sus panes.

Debilidades:

No cuenta con perfil de Facebook.

No cuenta con publicidad adecuada.

No ofrece servicio delivery.

Comentarios negativos acerca de la demora en la atención.

Tabla 12

Logos de panaderías en San Borja.

PANADERIA				
EL PAN CRIOLLO	BAGUETERIA SAN LUIS	LA NUEZ	FROSTY	PASTIPAN
				

Nota: Elaboración propia

2.1.2.5. Mercado distribuidor.

Nuestro mercado es B2C; es decir, nos enfocamos al cliente final. Nuestro canal de distribución es directo, luego de la elaboración del pan se procede a ser empaquetado para dirigirlo al consumidor final.

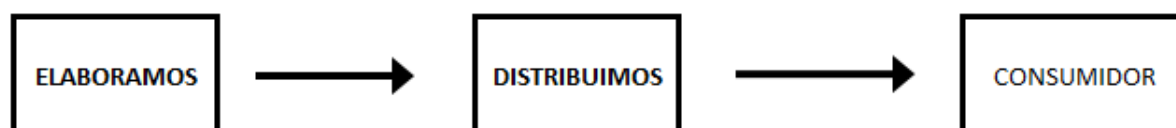


Figura 22. Canales de Distribución.

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Tabla 13

Base Legal de la Industria Panadera

Base Legal de la industria panadera	
Base legal	Descripción
26842	Ley General de Salud
29571	Código de protección y defensa del consumidor
1062	Ley de inocuidad de los alimentos
034-2008-AG	Reglamento de la Ley de inocuidad de los alimentos
N.º 012-2006-SA	Decreto Supremo N° 003-2005-SA, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 27932, Ley que prohíbe el uso de la sustancia química bromato de potasio en la elaboración del pan y otros productos alimenticios destinados al consumo humano.
007-98-SA	Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.
449-2006/MINSA	Resolución Ministerial que aprueba la Norma Sanitaria para la aplicación del Sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas.
461-2007/MINSA	Resolución Ministerial que aprueba la Guía Técnica para el Análisis Microbiológico de Superficies en contacto con Alimentos y Bebidas.
591-2008/MINSA	Resolución Ministerial que aprueba la Norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano.
363-2005/MINSA	Resolución Ministerial que aprueba la Norma Sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines. Ley No. 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo y su respectivo reglamento D.S. 005-2012-TR.

Nota: Elaboración propia.

2.2. Análisis del Micro entorno



Figura 23. Factores de microentorno.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.1. Competidores actuales.

Nivel de competitividad. Medio.

Actualmente el negocio de las Dark Bakery no está muy desarrollado en nuestro país, por ello en la zona de San Borja buscamos posicionarnos como el primer Dark Bakery, ofreciendo productos de calidad y servicios diferenciados acorde a las exigencias de los clientes, pero la existencia de las panaderías actuales, con su marca posicionada, ya están migrando al servicio delivery, por lo tanto, lo convierten como un nivel de competitividad medio.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Los clientes si bien es cierto no tienen un Dark Bakery en San Borja, estos tienen la alternativa de panaderías y pastelerías independientes o Supermercados y Market donde pueden adquirirlos, incluso algunos de ellos ya ofrecen delivery, pero con ciertas restricciones, por lo que consideramos como fuerza negociadora medio. Emplearemos como estrategia alta calidad de nuestros productos, así como la economía de escala y el liderazgo de costos para posicionarnos en su preferencia.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Insumos: Nivel de competitividad – bajo.

Existen diferentes alternativas para la adquisición de productos de panadería y pastelería, por lo que consideramos como una fuerza negociadora baja, ya que los podemos encontrar tanto en el mercado mayorista, mercados distritales, así como en tiendas especializadas en el rubro y que incluyen el reparto a domicilio.

Personal: Nivel de competitividad – bajo.

Para la puesta en marcha de nuestro negocio necesitaremos personal con experiencia en el rubro y manejo de equipos, con un mínimo de 5 años de experiencia. Esto no representa un riesgo, pues existen en la actualidad alta oferta de personal calificado.

Maquinarias y utensilios. Nivel de competitividad – bajo.

En equipos y utensilios existen diversos proveedores que compiten por tener la preferencia de sus clientes, por lo que manejan variedades, stock y precios competitivos.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Como sustituto a productos de panadería y pastelería el nivel de competitividad es bajo, dado que, en nuestra crianza occidental, está muy enraizada en la psiquis de nuestra población su consumo, por lo que difícilmente pueda ser sustituido con productos alternativos.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

El nivel de competitividad será alto, pues nuestro negocio busca posicionarse como un Dark Bakery con un alto estándar de calidad, nuestras principales fortalezas serán.

- Posicionamiento de marca con una fuerte estrategia de branding.
- Diferenciación de producto y servicio de alta calidad.
- Servicio delivery gratis para el cliente.
- Liderazgo en costos.
- Economías de escala.
- Activa Participación en redes sociales.
- Certificaciones HACCP y BPM.

Capítulo III: Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

3.1.1. Misión.

Somos una empresa Dark Bakery que elabora productos de panadería y pastelería, utilizando insumos de primera, con especialistas en todo el proceso de producción, utilizando hornos de última generación que garanticen su calidad y satisfacer la demanda de los residentes del distrito de San Borja, contando con un servicio de reparto eficiente para una buena experiencia de compra y captar la fidelización de nuestros clientes.

3.1.2. Visión.

Ser una reconocida empresa de panadería y pastelería a puerta cerrada, posicionando nuestra marca en la mente del consumidor de San Borja, abarcar toda la zona 7 de lima moderna y ampliar nuestro portafolio con pastelería fina y diversidad de panes como finas hierbas y semillas.

3.2. Análisis FODA.

Tabla 14

Análisis FODA.

	Fortalezas	Debilidades
FODA	F1. Alta Calidad y sabor de nuestros productos. F2. Modelo de negocio de reducción de gastos. Permite manejo de precios competitivos. F3. Servicio de reparto especializado. F4. Experiencia Laboral. Más de 5 años en Marketing Digital y Atención al cliente. F5. Personal experto en el área de producción.	D1. Falta de experiencia en Gestión y Comercialización en el Rubro. D2. Financiamiento elevado, al ser una empresa nueva. D3. No tener base de datos de clientes.
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
O1. Crecimiento del comercio electrónico en el país. O2. Incremento del consumo per cápita de pan en el país. O3. Mercado actualmente desatendido.	F1, F3, O2. Ganar mercado a través de nuestra calidad de productos y servicio de reparto. F2, O4. Utilizar empaques Eco-Friendly para participar activamente en el propósito y que nuestra imagen se vea fortalecida.	D1, O1. Adquirir página web y app intuitivos y que acepten las formas de pagos conocidas y seguras. D3, O3. Adquirir software especializado para gestionar los pedidos y la facturación electrónica de las ventas, y aprovechar la base de datos que registramos de los mismos para tener nuestra cartera de cliente y poder explotarla para fidelizarlos.
O4. Tendencia Eco-Friendly.	F4, O2, O3. Campaña de Sampling permanente durante los 5 años del periodo de evaluación, siendo el primer año el de mayor porcentaje.	D2, O2, O3. Buscar financiamiento de un 50% para asegurar la producción y aprovechar el alza de consumo del sector.
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
A1. Crisis económica del país. A2. Ingreso de Franquicias al formato Dark Bakery. A3. Panaderías de prestigio que fortifiquen su sistema de delivery.	F1, F5, A2. Crear un buen clima laboral interno y con nuestros proveedores, para mantener alta calidad de nuestros productos. F3, A3. Monitoreo constante al personal de reparto para mantener la calidad del servicio.	D2, A1. Buscar socios capitalistas para asegurar la cadena de pagos y mantener la calidad productiva de la empresa. D3, A3. Impulsar nuestra solidez y seguridad de procesos a través de redes sociales y generar beneficios para los que se inscriban con envíos de Sampling personalizados.
A4. Alza en los precios internacionales de la harina de trigo. A5. Desconfianza de Clientes al modelo Dark Bakery	F4, A5. Presentar por redes sociales nuestro modelo de negocio y la seguridad de cómo se producen nuestros productos.	

Nota: Elaboración propia.

3.3. Objetivos.

Objetivos hacia los accionistas.

Generar mayor rentabilidad a los accionistas

Diversificar el negocio en más líneas del rubro que puedan ser rentables

Convertir la marca en líder del mercado local, dentro de nuestro alcance geográfico.

Rentabilizar el modelo de producción de tal manera que sea una ventaja competitiva

Cumplir con el proyectado de venta estimado en el año.

Objetivos hacia los trabajadores.

Brindar a los empleados líneas de carrera para incentivar su desarrollo.

Brindar a los empleados planes de capacitación anual relacionado al rubro y temas de interés.

Ofrecer a los empleados convenios con instituciones de educación superior y técnica

Ofrecer a los empleados espacios de recreación y entrenamiento.

Ofrecer a los empleados planes de cobertura de salud para el cuidado de ellos y su familia.

Objetivos hacia los clientes.

Ofrecer a los clientes productos de calidad y un servicio oportuno acorde a sus demandas

Ofrecer planes de fidelización a los clientes frecuentes

Comunicación efectiva con los clientes a través de las diferentes plataformas en las que se encuentra la empresa

Ofrecer contenido de entretenimiento y repostería en nuestras redes sociales

Objetivos hacia los proveedores.

Establecer contratos de largo plazo para fortalecer la relación con los proveedores

Cumplir oportunamente con las obligaciones hacia los proveedores

Objetivos hacia la comunidad.

Incentivar la cultura eco-friendly, con la eliminación del plástico en los empaques de nuestros productos.

Programas de recojo de bolsas de papel utilizadas para ser recicladas en nuestra planta.

Uso de vehículos con una antigüedad no mayor de 5 años, que garantice la reducción de emisiones de CO₂.

Incentivar en nuestros empleados una cultura de respeto y cuidado del medio ambiente.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

4.1.1. Criterios de segmentación.

La segmentación es el quehacer de la empresa, ya que define con claridad la participación del mercado en términos de necesidades y motivaciones semejantes para un grupo de consumidores.

Con el fin de analizar la estructura y determinación del mercado y mercado meta para tentar ingresar a él, establecemos la siguiente segmentación:

Personas de entre 25 a 55 años, del distrito de San Borja del nivel socioeconómico A y B. De estilo de vida sofisticado y modernas Sofisticado porque estas personas les atraen los productos innovadores y los nuevos medios de comunicación y compra. y modernas porque Les interesan los productos que ofrezcan reducir el tiempo y esfuerzo en las labores del hogar y que eviten hacerlas sentir solamente «amas de casa».

4.1.2. Marco muestral.

Cuadro N° 8				
Lima metropolitana 2019: Población y hogares según distritos				
(En miles de personas/ hogares)				
No.	DISTRITO	Población	%	Hogares
1	San Juan de Lurigancho	1,157.6	11.0	286.7
2	San Martín de Porres	724.3	6.8	183.7
3	Ate	667.2	6.3	172.5
4	Comas	575.8	5.4	137.9
5	Villa María del Triunfo	442.2	4.2	107.7
6	Villa El Salvador	437.1	4.1	99.0
7	San Juan de Miraflores	393.3	3.7	92.9
8	Puente Piedra	367.7	3.5	91.5
9	Carabaylo	365.8	3.5	89.4
10	Los Olivos	360.5	3.4	93.3
11	Santiago de Surco	360.4	3.4	103.5
12	Chorrillos	347.9	3.3	86.3
13	Lima	294.4	2.8	81.1
14	Lurigancho	267.6	2.5	69.2
15	Independencia	233.5	2.2	56.4
16	El Agustino	220.6	2.1	54.0
17	Santa Anita	217.9	2.1	58.1
18	Rimac	192.3	1.8	50.2
19	La Victoria	191.1	1.8	52.9
20	San Miguel	170.3	1.6	47.6
21	La Molina	154.0	1.5	41.4
22	San Borja	122.9	1.2	35.7

Figura 24. Población y hogares según distritos.

Recuperado de CPI. (2019). Perú: Población 2019. Recuperado de

http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

Tabla 15

Crecimiento de tasa promedio distrito de San Borja.

Población SB	2019	2020	Crecimiento de tasa promedio 1.91% 2014-2019			
(personas)	122,900	125,247	Familias		36,409.13	
SAN BORJA	Población 2020	NSE A+B	EDAD (25-55)	M. Potencial 2020	PESO	N° ENCUESTADOS
Familias	36,409	79.10%	47%	13,536		
Sector 1	3,653	79.10%	47%	1,358	10.03%	10
Sector 2	2,637	79.10%	47%	980	7.24%	7
Sector 3	2,849	79.10%	47%	1,059	7.82%	8
Sector 4	3,469	79.10%	47%	1,290	9.53%	10
Sector 5	2,518	79.10%	47%	936	6.92%	7
Sector 6	2,708	79.10%	47%	1,007	7.44%	7
Sector 7	3,861	79.10%	47%	1,435	10.60%	11
Sector 8	3,594	79.10%	47%	1,336	9.87%	10
Sector 9	3,332	79.10%	47%	1,239	9.15%	9
Sector 10	3,682	79.10%	47%	1,369	10.11%	10
Sector 11	1,804	79.10%	47%	671	4.96%	5
Sector 12	2,303	79.10%	47%	856	6.32%	6
				13,536	100%	100

Nota: Adaptado de JNE (2018). Plan de Gobierno Distrital de San Borja 2019 – 2022. Recuperado de

<https://declara.jne.gob.pe/ASSETS/PLANGOBIERNO/FILEPLANGOBIERNO/5915.pdf>

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Dark Bakery

Objetivo: Explicar y validar nuestro concepto de negocio e idea inicial de emprendimiento. Aprender acerca del rubro y la creación de panes, analizar nuestro nombre, productos y ubicación.

Perfil:

Nombre: Mauricio Defillipi

Profesión: Ingeniero Agroindustrial USIL

Experiencia: 10 años

Fecha de entrevista: 7 de setiembre



Figura 25. Ingeniero Agroindustrial USIL.

Fuente: Elaboración propia.

Buenos días/tardes. Mi nombre es....., muchas gracias por concedernos esta entrevista, estamos realizando un estudio, La idea es poder conocer distintas opiniones que nos puedan ayudar con el desarrollo e implementación de un modelo de panaderías. En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas dentro de este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente que la opinión sea lo más sincera posible. Cabe aclarar que la información es sólo para nuestro trabajo de investigación, sus respuestas serán unidas a opiniones de nuestros otros participantes siempre de manera anónima, en ningún momento relevaremos la identidad de las personas involucradas en nuestra investigación.

Le comentamos que para poder hacer esta entrevista más rápida, la conversación será grabada para agilizar la toma de la información, resulta de mucha utilidad grabar la conversación. ¿tiene algún inconveniente en que se grabe la conversación? La grabación sólo servirá para el análisis de nuestra investigación. ¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

Sobre el negocio:

¿Qué piensa Ud. sobre los negocios de panadería dentro de Lima?

¿Qué opina sobre el modelo de Dark Kitchen en nuestro país?

Sobre nuestra idea:

Nuestra idea de negocio consiste en crear una Dark Bakery en el distrito de San Borja para el sector A, B. Bajo el nombre de E-PAN “de la app a tu mesa” con el sistema de envío delivery mediante aplicación móvil y web.

Qué opina Ud. De la posibilidad de contar con un servicio de suscripción mediante el cual usted va a recibir el pan que escoja siempre de manera diaria, quincenal o mensual ¿Qué le parece esta idea?

Sobre la carta:

Queremos competir con las panaderías de San Borja, así como también con los súper mercados es por eso que nuestra propuesta de panes es de pan francés, Ciabatta, Ciabatta con orégano, Croissant, cachito, integral, ajonjolí, maíz, árabe, baguette, molde con corteza, pan Pullman.

¿Le parece que deberíamos de agregar algún otro tipo de pan? ¿Por qué?

Sobre los adicionales:

Teníamos pensado también vender algunos productos adicionales de desayuno, tales como leche, mantequilla y jugos ¿Qué le parece la idea?

Sobre el logotipo:

Como le comentamos anteriormente nuestro nombre será E-Pan y nuestro slogan “de la app a tu mesa”, ahora le mostraremos un prototipo de logo y quisiéramos saber sus comentarios al respecto.

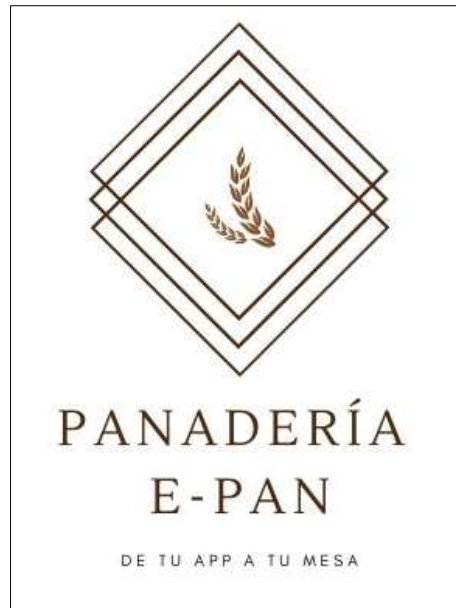


Figura 26. Logo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Sobre el local:

Quisiéramos saber su experiencia con los permisos para conseguir local a puerta cerrada, así como el permiso distrital y municipal.

Sobre la implementación:

Nos podría contar un poco acerca de los implementos esenciales para empezar con el proyecto de Dark Bakery, cuales fueron y de ser posible su precio aproximado.

Esas sería todo, nuevamente muchas gracias por su tiempo y por las respuestas brindadas.

Soy Mauricio Defilippi, ingeniero agroindustrial, con una maestría en marketing and sales management. Soy gerente general de The Baking Co.pe

The Baking co.pe es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de productos panificables. Lleva más un par de años en el mercado.

Sobre el negocio:

1. Los negocios de panadería dentro de Lima son en su mayoría negocios familiares y tradicionales donde se viene elaborando productos bajo recetas y métodos de una panadería tradicional.

2. Son negocios de gran demanda en operación y logística, pero sin embargo los productos suelen tener un margen de ganancia atractivo.
3. Los negocios conocidos como Dark Kitchen han tenido una muy buena respuesta, ya que al ser negocios donde la inversión, los gastos fijos y gastos operativos, en comparación a un restaurante con salón y atención al público, son mucho más bajos. Dando un gran apoyo a superar los primeros meses del negocio hasta que este se vaya consolidando.

Sobre nuestra idea:

Es una idea de negocio interesante e innovadora. Ya que son pocas las panaderías que trabajan con delivery. Como comenté en la pregunta anterior, la panadería en Lima sigue siendo muy tradicional, donde el cliente suele ir a la panadería y elegir los productos que el desee.

Cabe mencionar que dentro del canal ecommerce, una de las secciones que mayor incremento de ventas a tenido es la de productos frescos, donde entra la panadería.

En cuanto al servicio de suscripción sería una buena manera de captar y retener clientes. De la misma forma se podrá fidelizar a los clientes dándoles ciertos beneficios por contar con este servicio.

Sobre la carta:

La propuesta de productos que comentan son los productos clásicos de una panadería tradicional. Hoy en día los productos con diferentes harinas, inclusión de granos o cereales están teniendo muy buena aceptación. Sería interesante que lo consideren

Sobre los adicionales:

Los productos adicionales como lácteos, fiambres, jugos son complementos al pan, por lo que sería bueno considerarlos dentro de su venta. Eso le dará la oportunidad al cliente a conseguir todo lo necesario para el desayuno y/o lonche, que son los momentos de consumo de pan al día.

Sobre el logotipo:

Tanto el logo como el eslogan los llevaría a hacer una referencia mayor al pan.

4.1.4. Focus Group.

El focus group se realizó en forma virtual, en la residencia de cada uno de los participantes y alumnos. El día 06 de setiembre se programó el primer focus group para las 11 y 30 de la mañana. Los participantes tienen edades entre 41 a 55 años y el segundo focus grupo se inició a las 8:00 de la noche y los que participaron estaban entre las edades de 25 a 40 años.

Se seleccionó a los participantes siguiendo los criterios de segmentación del proyecto, cumpliendo con los requisitos elegidos, como ser del distrito de San Borja, del nivel socioeconómico A y B, en los rangos de edades de 25 a 55 años, con estilo de vida sofisticado y moderno y además son las personas que deciden las compras en su hogar.

El moderador fue el alumno Jorge Navarro con la asistencia de la alumna Patricia Rolando.

Focus Group 1.

Focus Group I

Datos Generales:

Participantes: Mujeres de 40 a 55 años

Número de participantes: 7

Lugar: Plataforma de Zoom

Nivel Socioeconómico: A y B

Duración: 1:45:34 horas

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=EraNjmzu0ss&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=cSC4yWXp6EA&feature=youtu.be>

El moderador del focus group estuvo a cargo de los alumnos Jorge Navarro en compañía de Patricia Rolando León.

Tabla 16

Datos de Participantes Focus1.

PARTICIPANTES	PROFESIÓN	DNI
Silvia Rosselló	Ama de Casa	23984010
Gémina Murrie	Ama de Casa	40512717
Elizabeth Ramírez	Jefa Sistema Integrado	9304053
Jenny Navarro	Asistente Social	7474873
Edith Ayala	Emprendedora	7619237
Betsy Torres	Ama de Casa	9805675
Diana Cáceres	Administrativa	9998488

Nota: Elaboración propia.



Figura 27. Focus Group 1.

Fuente: Elaboración Propia.

Descripción del Focus

- Ante la pregunta si compran en panaderías cerca de su domicilio.

Si compran: 3 participantes

Lejos de su domicilio: 1 participante

Reciben por Delivery: 3 participantes

Comentario: Indico un participante de los que recibe por delivery, que no tenía una panadería cerca a su domicilio.

- Sobre la pregunta si esa panadería era de su preferencia.

Si es de su preferencia: 3 participantes

No es de su preferencia: 4 participantes

Comentarios: Los cuatros participantes que consideraban que no era de su preferencia, lo hacían por practicidad de que se lo lleven por delivery o por cercanía a su domicilio.

- Sobre la pregunta cuál es el pan que más compra.

Ciabatta: 2 participantes

Francés: 1 participante

Yema: 1 participante

Finas hierbas: 1 participante

Mini croissant: 1 participante

Comentario: Diversidad de gustos y división entre panes de consumo masivo con panes especiales.

- Sobre la pregunta cuál es el postre que más compra.

No compra: 2 participantes

Donuts: 1 participante

Mil Hojas: 1 participante

Croissant Rellenos: 1 participante

Tartaleta de Fresa: 1 participante

Torta de Chocolate: 1 participante

Comentario: Existe variedad en el gusto de los participantes y dos de ellas no frecuentan comprar productos dulces.

- Frecuencia de compra.

Tres veces a la semana: 4 participantes

Fines de semana: 1 participante

Todos los días: 2 participantes

Comentario: Las participantes que compran tres veces por semana, lo hacen porque separan pan para el día siguiente, para evitar tener que salir a comprar a diario. La participante del fin de semana compra pan de molde para la semana, porque la panadería cerca a su domicilio que iba a diario, cerro durante la pandemia.

Productos que compraría de nuestro portafolio.

Francés: 2 participantes

Ciabatta: 4 participantes

De camote: 1 participante

Torta Chocolate: 3 participantes

Tres leches: 3 participantes

Tarta de Limón: 1 participante

Turnos de compra:

Mañana: 5 participantes

Tarde: 2 participantes

Comentario: La mayoría compra sus panes para la mañana y de las dos participantes que compran en la tarde, una de ellas era para consumirlo en la mañana siguiente.

- Compran a los panaderos que circulan por el distrito.

Si compra: 4 participantes

No compra: 2 participantes

Comentario: Las 4 participantes que compraron a los panaderos que circulan por el distrito, manifiestan su desagrado por el producto y servicio e indicaron que no volverían a comprar.

- Utiliza herramientas digitales para hacer sus compras.

Si utiliza: 7 participantes

Comentario: Los participantes si utilizan medios digitales para hacer sus compras siendo el WhatsApp el medio más utilizado.

- Desearía afiliarse a una suscripción.

Si se afiliaría: 7 participantes

Comentario: Si se afiliarán por las ventajas de tener el producto caliente y en la tranquilidad de su hogar, pero observaron que siempre y cuando cumplan con los protocolos de seguridad y exista flexibilidad para cambios. Como opcional, retribuciones por ser suscriptor frecuente. En la frecuencia de afiliación, dos participantes eligieron por semana, dos más eligieron quincenal y tres eligieron mensual.

- Horario que le gustaría que le lleven el pan.

6 am 2 participantes

6 y 30 am 1 participante

7 am 3 participantes

7 y 30 am 1 participante

Comentarios: Aquí todos seleccionaron en horarios diurnos y por la facilidad de que lo van a recibir en su domicilio cambiarían su habito a comprar diariamente.

- Aspecto más importante en la decisión de compra.

Calidad del producto 7 participantes

Comentarios: Todos los participantes eligieron a la calidad del producto e ingredientes como el principal motivo de su compra de panes y postres.

Sugerencias:

Los participantes nos dieron varias sugerencias que mencionamos a continuación: que cumplan con lo ofrecido en cuanto a calidad, sabor y presentación de todos sus productos y que llegue en buenos empaques. Que se incluya en el portafolio panes saludables como pan de maíz morado, quinua, chía, avena y otras variedades más. Que tenga buen servicio de postventa y se preocupen en validar que entregan buenos productos y ofrecen buen servicio al cliente. Que tengan una encuesta de satisfacción para el cliente cada vez que se le da el servicio. A los suscriptores darles un beneficio por referenciar nuevos clientes, Que cumplan con lo ofrecido en cuanto a calidad, sabor y presentación, con buenos empaques. Que se incluya en el portafolio panes saludables como pan de maíz morado, quinua, chía y semillas. Que tenga buen servicio de postventa y se preocupe de validar que entregan un buen producto y servicio al cliente, y que envíen una encuesta de satisfacción para el cliente cada vez que se le da el servicio. Que tenga promociones y a los suscriptores darles un beneficio por referenciar a nuevos clientes. Que envíen degustaciones, tanto de sus productos en portafolio como de los nuevos productos y que consideren que en el hogar puede haber más de una persona, para que la muestra enviada no sea tan pequeña. Que se difunda los protocolos de seguridad en la elaboración, empaque y distribución de los productos en medios sociales.

Focus Group II.

Datos Generales:

Participantes: Hombres y mujeres de 25 a 40 años

Número de participantes: 6

Lugar: Plataforma de Zoom

Nivel Socioeconómico: A y B

Duración: 45:34 minutos

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=dcxuAePNoyU&feature=youtu.be>

El moderador del focus group estuvo a cargo de los alumnos Jorge Navarro en compañía de Álvaro García-Arata.

Tabla 17

Datos de participantes Focus II.

PARTICIPANTES	PROFESIÓN	DNI
Enrique Vargas	Empresario	44062968
Grethel Loayza	Psicóloga	45900913
Giacomo Brousset	Empresa Interpretación	48680630
Alfredo Abe	Empresario	10791363
Orlando López	Psicólogo	45789881
Karla Bustamante	Ingeniera Industrial	70297138

Nota: Elaboración propia.



Figura 28. Focus Group 2.

Fuente: Elaboración Propia.

Descripción del Focus Group II.

- Ante la pregunta si compran en panaderías cerca de su domicilio.

Si compran: 4 participantes

No compran : 2 participante

Comentario: Dos participantes no compran en las panaderías cerca a su domicilio.

- Sobre la pregunta si esa panadería era de su preferencia.

Si es de su preferencia: 4 participantes

No es de su preferencia: 2 participantes

Comentarios: Uno de los participantes regreso a su panadería de preferencia porque lo considera más seguro que la bodega que también los venden.

- Sobre la pregunta cuál es el pan que más compra.

Francés: 3 participante

Yema: 1 participante

Pan de molde: 2 participante

Comentario: Diversidad de gustos y división entre panes de consumo masivo con panes especiales.

- Sobre la pregunta cuál es el postre que más compra.

No compra: 2 participantes

Tres leches: 2 participantes

Chocolate: 1 participante

Tarta de Limón: 1 participante

Comentario: Existe variedad en el gusto de los participantes y dos de ellas no frecuentan comprar productos dulces.

- Frecuencia de compra.

Dos veces a la semana: 1 participante

Tres veces a la semana: 1 participantes

Fines de semana: 2 participante

Todos los días: 1 participantes

Cada quince días: 1 participante

- De nuestro portafolio que nos comprarían.

Panes

Ciabatta: 1 participante

Francés : 5 participantes

Postres

Tres Leches: 4 participantes

Tarta de Limón: 1 participante

Torta de Chocolate: 1 participante

- Compran a los panaderos que circulan por el distrito.

Si compra: 0 participantes

No compra: 6 participantes

Comentario: Los 6 participantes manifestaron que no lo ven higiénico y por desconfianza no lo comprarían.

- Utiliza herramientas digitales para hacer sus compras.

Si utiliza: 6 participantes

Comentario: Los participantes si dominan y utilizan los medios digitales para hacer sus compras siendo los aplicativos de celular el medio más utilizado.

- Desearía afiliarse a una suscripción.

No se afiliaría: 1 participante

Si se afiliaría: 5 participantes

Comentario: Cinco de ellos si se afiliarían por tener pan fresco en su domicilio e inclusive puede incrementar sus compras de panes. El participante que no se afiliaría es por su poca frecuencia de compra y su producto principal de compra es el pan de molde.

En la suscripción 3 participantes escogieron en forma mensual, un participante en forma quincenal y el restante en forma semanal.

- Horario que le gustaría que le lleven el pan.

7 am 3 participantes

8 am 2 participante

9 am 1 participantes

- Aspecto más importante en la decisión de compra.

Sabor y calidad: 6 participantes

Comentarios: Todos los participantes eligieron al sabor y la calidad como motivo principal de compra.

Sugerencias:

Mostrar en redes sociales elaboración, empaque y distribución de bioseguridad, al ser una empresa a puerta cerrada, daría visibilidad de que están cumpliendo con los protocolos de bioseguridad y pulcritud. Otros aportes son, seguimiento satisfacción del cliente; degustaciones de productos del portafolio actual y de productos nuevos; que desarrollen alianzas con otras empresas y obtener beneficios a través de ellos, de otros productos que no comercializan; periodo de suscripción gratuita para probar los productos y el servicio ofrecido por un periodo corto, y finalmente flexibilidad en la suscripción para aumentar o cambiar el pedido programado.

Conclusiones: terminado ambos focus group con un total de 15 participantes, hemos llegado a la conclusión que existe un mercado desatendido y altamente dispuesto a adquirir y utilizar el servicio del modelo de negocio *panadería en la sombra*, incluso a afiliarse a una suscripción que les permita tener el beneficio de un producto de calidad y fresco, por otro lado, poder disfrutar de mayor tiempo libre para dedicarlos a otras actividades y despreocuparse, al tener el proceso de compra confirmado en el horario que más le acomode. Otro punto importante y

que se observó en el primer grupo cuyas edades eran mayor a 40 años, es la posibilidad que se amplié el portafolio con panes saludables y especiales, como los panes de semilla, por ejemplo. Ambos grupos se preocuparon por la bioseguridad y pulcritud, pero el grupo de 25 a 41 años, puso mayor énfasis en este punto, incluso, se sentirían seguros y satisfechos si se les proporciona visibilidad a través de redes sociales de cómo se ejecuta el proceso de elaboración, empaque, distribución y entrega de los productos a través de un servicio de alta calidad.

Captura de Pantalla de las reuniones virtuales.

Focus Group 1. Edades de 41 a 55 años

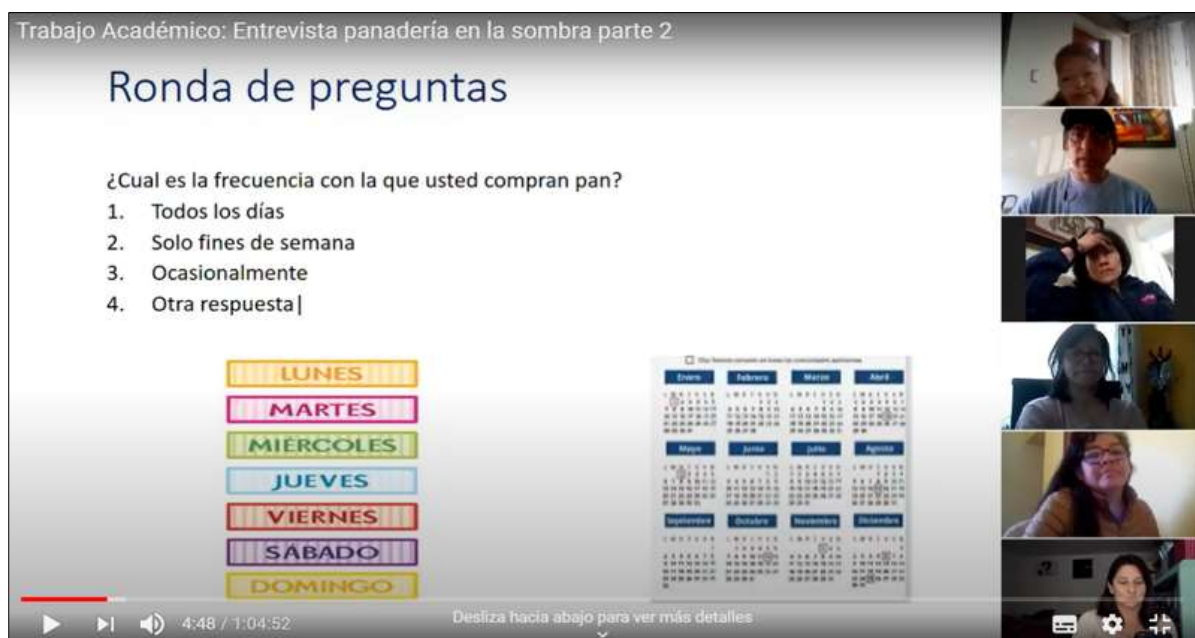


Figura 29. Focus Group 1.

Fuente: Elaboración propia.

Focus Group 2. Edades de 25 a 40 años

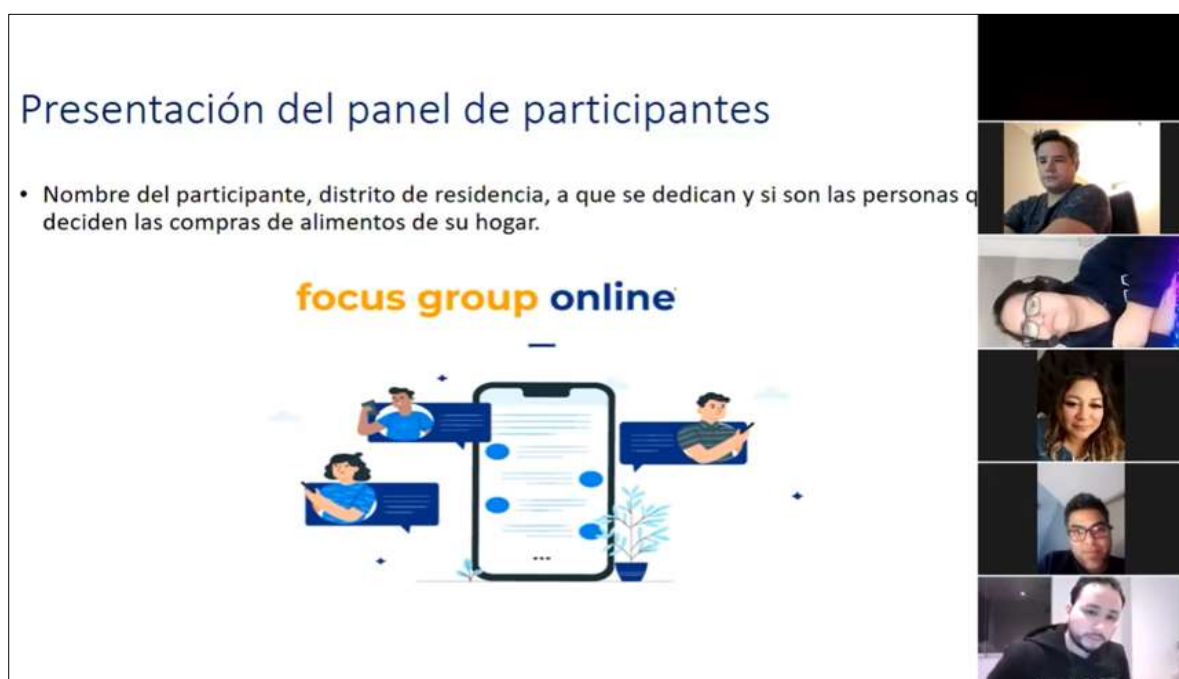


Figura 30. Focus Group 2.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.5. Encuestas.

Encuesta Dark Bakery E-pan

Buenas tardes, somos estudiantes de la universidad San Ignacio de Loyola. Por encargo de la empresa Panadería y pastelería E-PAN S.A.C. estamos realizando un estudio de mercado mediante la siguiente encuesta, la cual será breve. Agradeceremos que pueda responder con la mayor sinceridad posible.

Cuestionario:

1. Indique usted el rango de edad en el que se encuentra.
 - a. 25-30
 - b. 31-40
 - c. 41-50
 - d. 51-55
 - e. Otros

2. ¿ Es usted quien decide las compras de alimentos en su hogar
- Si
 - No
3. Indique usted en que sector del distrito de San Borja reside
- Sector 1 (Av. Canadá con Avenida San Luis, Av. Luis Aldana y Av. Javier Prado)
 - Sector 2 (Av. Canadá con Avenida San Luis, Av. Circunvalación y Javier Prado Este.)
 - Sector 3 (Av. Javier Prado Este con Guardia Civil, San Borja Norte y Av. San Luis)
 - Sector 4 (Av. Javier Prado Este, Av. San Luis, Av. Boulevard de Surco con Avenida San Borja Norte.)
 - Sector 5 (Av. Boulevard de Surco, con Panamericana Sur, Av. Buena Vista, Alameda de los Héroes.)
 - Sector 6 (Av. Aviación, San Borja Norte, Av. San Borja Sur y Av. Barrenechea)
 - Sector 7 (Av. Aviación, Av. San Borja Norte, Av. Boulevard de Surco y Av. San Borja Sur.)
 - Sector 8 (Av. Barrenechea, Av. Del Parque Sur, Av. San Borja Sur, Av. Aviación, Av. Ordoñez, Jr. Claudio Galeno)
 - Sector 9 (Av. Aviación, Av. San Borja Sur, Av. Boulevard de Surco, Av. San Luis, Av. Joaquín Madrid)
 - Sector 10 (Av. Barrenechea, Jr. Claudio Galeno, Jr. Eduardo Ordoñez, Av. Aviación, Av. Angamos Este, Jr. Miguel Iglesias)
 - Sector 11 (Av. Aviación, Av. Joaquín Madrid, Av. San Luis y Av. Angamos Este)
 - Sector 12 (Av. Boulevard de Surco, Av. San Borja Norte, Av. Buena Vista, Panamericana Sur, Av. Primavera y Av. San Luis)

4. Indique usted el rango de sus ingresos familiares. (Considerar ingresos familiares a todos los que aportan en el hogar)
 - a. Más de S/9,960.
 - b. S/7,020.00 - S/9,959.00
 - c. Otros
5. Indique usted donde compra habitualmente el pan
 - a. Supermercado
 - b. Panadería
 - c. Tienda
 - d. Panadero
 - e. Otros. Especificar _____
6. Indique usted qué tipo de pan compra mayormente
 - a. Pan fresco
 - b. Pan de molde
 - c. Pan pre cocido
 - d. Otros. Especificar _____
7. Indique usted en qué medida compra el pan
 - a. Unidades
 - b. Peso

El negocio es un Dark Bakery o “panadería en la sombra”, que a diferencia de las panaderías tradicionales este modelo de negocio se caracteriza por no contar con un ambiente físico para la comercialización de sus productos, sino que, elabora estos en un centro de producción, los exhibe a través de redes sociales, web o aplicativos, y los distribuye a domicilio.

El personal con el que cuenta la empresa para dicha elaboración, son maestros panaderos y ayudantes de panadería con más de 5 años de experiencia en el sector. Quienes realizarán sus

labores bajo los principios HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) y BPM (Buenas prácticas de Manufactura) lo que garantizará la inocuidad alimentaria de los panes y pasteles. Para garantizar la calidad de los productos, estos serán elaborados con insumos de reconocidas marcas a nivel nacional, y horneados en modernas maquinarias especializadas.

La empresa usará para el empaque de panes bolsas de papel Kraft y para los productos de pastelería cajas de cartón, lo que permitirá una mejor conservación en la distribución de los productos, así como, la reducción del impacto ambiental de la empresa. Los productos serán transportados en unidades especiales, para conservar la calidad, aroma y sabor de los mismos.

La empresa realizará la venta de productos a través de llamadas telefónicas, redes sociales, WhatsApp, página web y ofrecerá un método adicional, que es la afiliación mensual renovable. Esta consiste en pagar por todo el mes de manera adelantada y usted contará con el envío de los productos seleccionados durante todo ese periodo, en el horario en que lo desee.

Los Productos que ofrece la empresa son los siguientes:

Panadería artesanal:

Panes elaborados con masa madre (pre fermento) y largas fermentaciones. No contienen preservantes, mejoradores artificiales ni aditivos químicos aislados. Este proceso otorgará mejores sabores, aromas y texturas. Además, la elaboración en base a masa madre facilita la digestión.

- Pan francés: Peso aprox. 80gr. De corteza crujiente, miga suave y esponjosa. Ideal para preparar una deliciosa Butifarra.
- Pan Ciabatta: Peso aprox. 80gr. Pan de origen italiano, de corteza crocante y miga ligera. Ideal para sanguches.
- Pan integral: Peso aprox. 50gr. Pan a base de mezcla de harina integral de trigo no refinada, sal comestible y agua filtrada. De sabor Suave y ligeramente dulce.

- Pan baguette artesanal: Peso aprox. 250gr. Pan crocante hecho en base a harina, sal, levadura y agua filtrada.
- Pan Baguetino: Peso aprox. 80gr. Pan a base de harina de trigo, sal, agua filtrada, azúcar y levadura.
- Pan de hamburguesa: Peso aprox. 100gr. Pan suave y dulce a base huevos, leche y mantequilla. Ideal para acompañar con una hamburguesa.
- Pan de yema: Peso aprox. 50gr. Pan dulce de origen francés a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar.
- Pan carioca: Peso aprox. 50gr. Pan de corteza crocante en base a harina de trigo fortificada, manteca, sal, azúcar y levadura.
- Pan de camote: Peso aprox. 50gr. Pan en base a camote asado en horno, de corteza muy suave y dulce.
- Pan pita: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano, levemente fermentado y de textura similar al borde de la pizza. Hecho en base a harina de trigo, sal, agua, levadura y aceite.
- Pan pita integral: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano y levemente fermentado. Hecho en base a harina integral, sal, agua, levadura y aceite.
- Pan hot dog: Peso aprox. 50gr. Pan suave y dulce a base de huevos, mantequilla y leche. Ideal para acompañar salchichas o hot dog.
- Pan de molde: Pack de 20 unid. Peso 500gr. Hogaza de pan a base de leche, margarina y azúcar. Ideal para triples, mixtos y sanguches en waflera.
- Petit pan: Pack de 25 unid. Panes hechos a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar. Ideal para preparar sándwich de pollo.

- Masa de pizza artesanal: Peso aprox. 400gr. Masa pre cocida fresca. Elaborada con masa madre, aceite de oliva y pre fermentos. De larga fermentación, lista para agregar salsa, queso y complementos.
- Pan Ciabatta pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.
- Pan francés pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.

Pastelería:

Queques:

- Queque de naranja: Para 10 porciones. Queque hecho con la receta casera, esponjoso y suave, con naranja natural.
- Queque de plátano: Para 10 porciones. Queque suave con nueces, especias y plátano.

Postres:

- Tres leches de vainilla: Para 8 porciones. Bizcocho de vainilla bañado en 3 leches: leche evaporada, crema de leche y leche condensada.
- Tarta de manzana: Para 10 porciones. Base suave rellena de manzana en trozos, con canela y especias.
- Tarta de limón: Para 10 porciones. Base crocante rellena de crema de limón y merengue.

Tortas:

- Torta de chocolate: Para 20 personas. Queque húmedo de chocolate, relleno y bañado de fudge de chocolate.

- Torta de chantilly: Para 20 personas. Bizcochuelo de vainilla relleno de manjar blanco, fresas, durazno y crema chantilly.
 - Torta helada: Para 20 personas. Torta formada por tres capas: la superior de una capa de gelatina de fresa, la mediana de carlota (preparación de gelatina de fresa batida con leche) y la inferior de un bizcochuelo.
8. ¿Compraría usted alguno de los productos del portafolio de nuestra panadería?
- a. Definitivamente Si
 - b. Si
 - c. Tal vez
 - d. No
 - e. Definitivamente No
9. Indique usted que método elegiría para comprar los productos.
- a. Afiliación mensual renovable
 - b. Llamada telefónica
 - c. Aplicativo (app)
 - d. WhatsApp
 - e. Redes sociales
 - f. Otros. Especificar _____
10. Marque solo uno de los siguientes productos del portafolio de panadería que compraría más probablemente la primera vez (Marque solo una opción).
- a. Pan francés
 - b. Pan Ciabatta
 - c. Pan integral
 - d. Pan baguette artesanal
 - e. Pan Baguetino

- f. Pan de hamburguesa
 - g. Pan de yema
 - h. Pan carioca
 - i. Pan de camote
 - j. Pan pita
 - k. Pan pita integral
 - l. Pan hot dog
 - m. Pan de molde
 - n. Masa de pizza artesanal
 - o. Pan Ciabatta pre cocido
 - p. Pan francés pre cocido
11. Según el producto que eligió en la pregunta 10 (panadería). Indique usted cuantos panes compraría diariamente (coloque el número).
- a. _____
12. Marque solo uno de los siguientes productos del portafolio de pastelería que compraría más probablemente la primera vez (Marque solo una opción).
- a. Queque de naranja
 - b. Queque de plátano
 - c. Tres leches de vainilla
 - d. Tarta de manzana
 - e. Tarta de limón
 - f. Tarta de chocolate
 - g. Tarta de chantilly
 - h. Tarta helada

13. Según el producto que eligió en la pregunta 12 (pastelería). Indique usted cuantos compraría al mes.

a. _____

Marque solo la pregunta de precio que corresponde al producto que eligió que compraría en las preguntas 10 y 12 respectivamente (uno de panadería y uno de pastelería). Por favor considere los precios en unidades.

PANADERÍA

14. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan Francés (80 gramos).

Desde Menos de

a. S/0.70 - S/0.80

b. S/0.60 - S/0.70

c. S/0.50 - S/0.60

d. S/0.40 - S/0.50

e. S/0.30 - S/0.40

15. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan Ciabatta (80 gramos).

Desde Menos de

a. S/0.90 - S/1.00

b. S/0.80 - S/0.90

c. S/0.70 - S/0.80

d. S/0.60 - S/0.70

e. S/0.50 - S/0.60

16. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan integral (50 gramos). Desde

Menos de

a. S/0.70 - S/0.80

b. S/0.60 - S/0.70

c. S/0.50 - S/0.60

d. S/0.40 - S/0.50

e. S/0.30 - S/0.40

17. Indique usted cuánto estaría dispuesto a pagar por el Pan baguette artesanal (250 gramos). Desde Menos de

a. S/2.90 - S/3.10

b. S/2.70 - S/2.90

c. S/2.50 - S/2.70

d. S/2.30 - S/2.50

e. S/2.10 - S/2.30

18. Indique usted cuánto estaría dispuesto a pagar por el Pan baguettino (80 gramos).

Desde Menos de

a. S/0.70 - S/0.80

b. S/0.60 - S/0.70

c. S/0.50 - S/0.60

d. S/0.40 - S/0.50

e. S/0.30 - S/0.40

19. Indique usted cuánto estaría dispuesto a pagar por el Pan hamburguesa (80 gramos).

Desde Menos de

a. S/1.80 - S/1.90

b. S/1.70 - S/1.80

c. S/1.60 - S/1.70

d. S/1.50 - S/1.60

e. S/1.40 - S/1.50

20. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan de yema (50 gramos). Desde

Menos de

- a. S/0.60 - S/0.70
- b. S/0.50 - S/0.60
- c. S/0.40 - S/0.50
- d. S/0.30 - S/0.40
- e. S/0.20 - S/0.30

21. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan carioca (50 gramos). Desde

Menos de

- a. S/0.60 - S/0.70
- b. S/0.50 - S/0.60
- c. S/0.40 - S/0.50
- d. S/0.30 - S/0.40
- e. S/0.20 - S/0.30

22. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan de camote (50 gramos).

Desde Menos de

- a. S/0.90 - S/1.00
- b. S/0.80 - S/0.90
- c. S/0.70 - S/0.80
- d. S/0.60 - S/0.70
- e. S/0.50 - S/0.60

23. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan pita (50 gramos). Desde

Menos de

- a. S/0.90 - S/1.00
- b. S/0.80 - S/0.90

c. S/0.70 - S/0.80

d. S/0.60 - S/0.70

e. S/0.50 - S/0.60

24. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan pita integral (50 gramos).

Desde Menos de

a. S/0.70 - S/0.80

b. S/0.60 - S/0.70

c. S/0.50 - S/0.60

d. S/0.40 - S/0.50

e. S/0.30 - S/0.40

25. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan hot dog (50 gramos). Desde

Menos de

a. S/0.90 - S/1.00

b. S/0.80 - S/0.90

c. S/0.70 - S/0.80

d. S/0.60 - S/0.70

e. S/0.50 - S/0.60

26. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan de molde (500 gramos).

Desde Menos de

a. S/14.00 - S/15.00

b. S/13.00 - S/14.00

c. S/12.00 - S/13.00

d. S/11.00 - S/12.00

e. S/10.00 - S/11.00

27. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Petit pan (bolsa x 25 unidades).

Desde Menos de

- a. S/6.20 - S/6.30
- b. S/6.10 - S/6.20
- c. S/6.00 - S/6.10
- d. S/5.90 - S/6.00
- e. S/5.80 - S/5.90

28. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Masa de pizza artesanal (400 gramos). Desde Menos de

- a. S/13.00 - S/14.00
- b. S/12.00 - S/13.00
- c. S/11.00 - S/12.00
- d. S/10.00 - S/11.00
- e. S/ 9.00 - S/10.00

29. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan Ciabatta pre cocido (10 unidades). Desde Menos de

- a. S/7.00 - S/8.00
- b. S/6.00 - S/7.00
- c. S/5.00 - S/6.00
- d. S/4.00 - S/5.00
- e. S/3.00 - S/4.00

30. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Pan francés pre cocido (10 unidades). Desde Menos de

- a. S/8.00 - S/9.00
- b. S/7.00 - S/8.00

c. S/6.00 - S/7.00

d. S/5.00 - S/6.00

e. S/4.00 - S/5.00

PASTELERÍA

31. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Queque de naranja (10 porciones). Desde Menos de

a. S/27.00 - S/28.00

b. S/26.00 - S/27.00

c. S/25.00 - S/26.00

d. S/24.00 - S/25.00

e. S/23.00 - S/24.00

32. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por el Queque de plátano (10 porciones). Desde Menos de

a. S/37.00 - S/38.00

b. S/36.00 - S/37.00

c. S/35.00 - S/36.00

d. S/34.00 - S/35.00

e. S/33.00 - S/34.00

33. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por las Tres leches de vainilla (8 porciones). Desde Menos de

a. S/67.00 - S/68.00

b. S/66.00 - S/67.00

c. S/65.00 - S/66.00

d. S/64.00 - S/65.00

e. S/63.00 - S/64.00

34. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Tarta de manzana (10 porciones).

Desde Menos de

- a. S/54.00 - S/55.00
- b. S/53.00 - S/54.00
- c. S/52.00 - S/53.00
- d. S/51.00 - S/52.00
- e. S/50.00 - S/51.00

35. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Tarta de limón (10 porciones).

Desde Menos de

- a. S/65.00 - S/66.00
- b. S/64.00 - S/65.00
- c. S/63.00 - S/64.00
- d. S/62.00 - S/63.00
- e. S/61.00 - S/62.00

36. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Tarta de chocolate (20 porciones). Desde Menos de

- a. S/75.00 - S/76.00
- b. S/74.00 - S/75.00
- c. S/73.00 - S/74.00
- d. S/72.00 - S/73.00
- e. S/71.00 - S/72.00

37. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Tarta de chantilly (20 porciones).

Desde Menos de

- a. S/69.00 - S/70.00
- b. S/68.00 - S/69.00

- c. S/67.00 - S/68.00
- d. S/66.00 - S/67.00
- e. S/65.00 - S/66.00

38. Indique usted cuanto estaría dispuesto a pagar por la Torta helada (20 porciones).

Desde Menos de

- a. S/61.00 - S/62.00
- b. S/60.00 - S/61.00
- c. S/59.00 - S/60.00
- d. S/58.00 - S/59.00
- e. S/57.00 - S/58.00

Marque la alternativa en base al producto que eligió que compraría en las preguntas 10 y 12 respectivamente (uno de panadería y uno de pastelería).

PANADERÍA

39. Indique usted cuantas veces a la semana compraría el producto que eligió.

- a. 1 vez por semana
- b. 2 vez por semana
- c. 3 vez por semana
- d. 4 vez por semana
- e. 5 vez por semana
- f. 6 vez por semana
- g. Todos los días

40. Indique usted cuantas veces al día compraría el producto que eligió.

- a. 1
- b. 2

41. Indique usted en que horario le gustaría que le lleven su producto.

- a. 6:30 – 7:00 am.
- b. 7:01 – 7:30 am.
- c. 7:31 – 8:00 am.
- d. 8:01 – 8:30 am.
- e. 8:30 – 9:00 am.

42. Si eligió dos veces por día. Indique usted en que horario de la tarde le gustaría que le lleven su producto.

- a. 5:00 – 5:30 pm.
- b. 5:31 – 6:00 pm.
- c. 6:01 – 6:30 pm.
- d. 6:31 – 7:00 pm.

43. En que temporada del año compraría el producto

- a. Todo el año
- b. Abril - noviembre
- c. Diciembre – marzo

PASTELERÍA

44. Indique usted cuantas veces al mes compraría el producto que eligió

- a. 1 vez por mes
- b. 2 vez por mes
- c. 3 vez por mes
- d. 4 vez por mes
- e. Otros. Especifique_____

45. En que temporada del año compraría el producto

- a. Todo el año
- b. Abril - noviembre

- c. Diciembre – marzo

EN GENERAL

46. Que aspecto considera más importante cuando compra un producto de panadería y pastelería
- a. Calidad
 - b. Precio
 - c. Sabor
 - d. Servicio
 - e. Empaque

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Para hallar el mercado potencial, se hizo la encuesta a 116 personas, a través de un formulario web, lo que nos permitió hallar 100 encuestas válidas, que era el tope para el presente proyecto, y que cumplieron con las respuestas de las primeras cuatro preguntas que determinaban el marco muestral. A continuación, detallamos las preguntas.

1. Indique usted el rango de edad en el que se encuentra.
- a. 25-30 ... 34 encuestados seleccionaron el rango de 25 a 30 años
 - b. 31-40 ... 40 encuestados seleccionaron el rango de 31 a 40 años
 - c. 41-50 ... 22 encuestados seleccionaron el rango de 41 a 50 años
 - d. 51-55 ... 18 encuestados seleccionaron el rango de 51 a 55 años
 - e. Otros ... 2 encuestados lo seleccionaron

Los que seleccionaron las opciones **a, b, c** o **d**, fueron 114 encuestados, mientras los que seleccionaron la opción **e** fueron 2 encuestados, automáticamente la encuesta finalizaba para estos 2 encuestados.

2. ¿Es usted quien decide las compras de alimentos en su hogar?

- a. Si ... 100 encuestados lo seleccionaron
- b. No ... 14 encuestados lo seleccionaron

La respuesta Si decide las compras de alimentos en su hogar, fue seleccionado por 100 encuestados y los que No deciden las compras en su hogar fueron seleccionados por 14 encuestados, para los que automáticamente terminaba la encuesta.

3. Indique usted en que sector del distrito de San Borja reside

- Sector 1 (Av. Canadá con Avenida San Luis, Av. Luis Aldana y Av. Javier Prado).

Este sector 1 fue seleccionado por 10 encuestados.

- Sector 2 (Av. Canadá con Avenida San Luis, Av. Circunvalación y Javier Prado Este.).

Este sector 2 fueron seleccionados por 7 encuestados.

- Sector 3 (Av. Javier Prado Este con Guardia Civil, San Borja Norte y Av. San Luis)

Este sector 3 fueron seleccionados por 8 encuestados.

- Sector 4 (Av. Javier Prado Este, Av. San Luis, Av. Boulevard de Surco con Avenida San Borja Norte.)

Este sector 4 fueron seleccionados por 10 encuestados.

- Sector 5 (Av. Boulevard de Surco, con Panamericana Sur, Av. Buena Vista, Alameda de los Héroes.)

Este sector 5 fueron seleccionados por 7 encuestados.

- Sector 6 (Av. Aviación, San Borja Norte, Av. San Borja Sur y Av. Barrenechea)

Este sector 6 fueron seleccionados por 7 encuestados.

- Sector 7 (Av. Aviación, Av. San Borja Norte, Av. Boulevard de Surco y Av. San Borja Sur.)

Este sector 7 fueron seleccionados por 11 encuestados.

- Sector 8 (Av. Barrenechea, Av. Del Parque Sur, Av. San Borja Sur, Av. Aviación, Av. Ordoñez, Jr. Claudio Galeno)

Este sector 8 fueron seleccionados por 10 encuestados.

- Sector 9 (Av. Aviación, Av. San Borja Sur, Av. Boulevard de Surco, Av. San Luis, Av.

Joaquín Madrid)

Este sector 9 fueron seleccionados por 9 encuestados.

- Sector 10 (Av. Barrenechea, Jr. Claudio Galeno, Jr. Eduardo Ordoñez, Av. Aviación, Av.

Angamos Este, Jr. Miguel Iglesias)

Este sector 10 fueron seleccionados por 10 encuestados.

- Sector 11 (Av. Aviación, Av. Joaquín Madrid, Av. San Luis y Av. Angamos Este)

Este sector 11 fueron seleccionados por 5 encuestados.

- Sector 12 (Av. Boulevard de Surco, Av. San Borja Norte, Av. Buena Vista, Panamericana

Sur, Av. Primavera y Av. San Luis)

Este sector 12 fueron seleccionados por 6 encuestados.

4. Indique usted el rango de sus ingresos familiares. (Considerar ingresos familiares a todos los que aportan en el hogar)

a. Más de S/9,960. ... n encuestados lo seleccionaron

b. S/7,020.00 - S/9,959.00 ... n encuestados lo seleccionaron

c. Otros

La respuesta cuatro fueron seleccionadas las opciones a y b por los 100 encuestados.

Se consideraron solo las respuestas que cumplieran los cuatro criterios validos: Estar en el rango de edad de 25 a 55 años, decidir las compras en su hogar, vivir en cualquier sector del distrito de San Borja y sus ingresos familiares sean igual o mayor 7,020 soles.

La población de 125,247 personas que viven en el distrito, se le aplico el factor de 3.4399 dato extraído de INEI para hallar la cantidad de familias $(125,247/3.4399) = 36,409$ familias.

Finalmente, se aplicó la siguiente formula: Mercado Potencial (MP) = Número de familias multiplicado por el porcentaje de la familia que representa el NSE A+B del distrito y multiplicado por el porcentaje del Rango de Edad de 25 a 55 años también del distrito. El resultado fue: MP= 36,409 x 79.10% x 47% = 13,536 familias.

Tabla 18

Mercado potencial.

Población SB	2019	2020	Crecimiento de tasa promedio 1.91% 2014-2019			
(personas)	122,900	125,247	Familias	36,409.13		
SAN BORJA	Población. 2020	NSE A+B	EDAD (25-55)	M. Potencial 2020	PESO	N° ENCUESTADOS
Familias	36,409	79.10%	47%	13,536		
Sector 1	3,653	79.10%	47%	1,358	10.03%	10
Sector 2	2,637	79.10%	47%	980	7.24%	7
Sector 3	2,849	79.10%	47%	1,059	7.82%	8
Sector 4	3,469	79.10%	47%	1,290	9.53%	10
Sector 5	2,518	79.10%	47%	936	6.92%	7
Sector 6	2,708	79.10%	47%	1,007	7.44%	7
Sector 7	3,861	79.10%	47%	1,435	10.60%	11
Sector 8	3,594	79.10%	47%	1,336	9.87%	10
Sector 9	3,332	79.10%	47%	1,239	9.15%	9
Sector 10	3,682	79.10%	47%	1,369	10.11%	10
Sector 11	1,804	79.10%	47%	671	4.96%	5
Sector 12	2,303	79.10%	47%	856	6.32%	6
				13,536	100%	100

Nota: Elaboración propia.

También se halló el valor unitario de cada encuesta que se obtiene del cálculo del total de familias del mercado potencial entre el número de encuestas, siendo la división del total de familias 13,535 entre la cantidad de encuestas 100, dando como resultado 135.36 el valor de cada encuesta. Tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 19

Valor de cada encuesta.

MERCADO POTENCIAL	13,535.82	FAMILIAS
ENCUESTAS	100	
VALOR DE CADA ENCUESTA	135.36	FAMILIAS

Nota: Elaboración propia.

4.2.2. Estimación del mercado disponible.

Para hallar el mercado disponible se tomó los 100 encuestados que pasaron del mercado potencial, en la encuesta se le presento detallado nuestro modelo de negocio, así como el portafolio completo de productos que manejamos y que a continuación reproducimos:

El negocio es un Dark Bakery o “panadería en la sombra”, que a diferencia de las panaderías tradicionales este modelo de negocio se caracteriza por no contar con un ambiente físico para la comercialización de sus productos, sino que, elabora estos en un centro de producción, los exhibe a través de redes sociales, web y los distribuye a domicilio.

El personal con el que cuenta la empresa para dicha elaboración, son maestros panaderos y ayudantes de panadería con más de 5 años de experiencia en el sector. Quienes realizaran sus labores bajo los principios HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) y BPM (Buenas prácticas de Manufactura) lo que garantizará la inocuidad alimentaria de los panes y pasteles. Para garantizar la calidad de los productos, estos serán elaborados con insumos de reconocidas marcas a nivel nacional, y horneados en modernas maquinarias especializadas.

La empresa usará para el empaque de panes bolsas de papel Kraft y para los productos de pastelería cajas de cartón, lo que permitirá una mejor conservación en la distribución de los

productos, así como, la reducción del impacto ambiental de la empresa. Los productos serán transportados en unidades especiales, para conservar la calidad, aroma y sabor de los mismos.

La empresa realizará la venta de productos a través de llamadas telefónicas, redes sociales, WhatsApp, página web y ofrecerá un método adicional, que es la afiliación mensual renovable. Esta consiste en pagar por todo el mes de manera adelantada y usted contará con el envío de los productos seleccionados durante todo ese periodo, en el horario en que lo desee.

Los Productos que ofrece la empresa son los siguientes:

Panadería artesanal:

Panes elaborados con masa madre (pre fermento) y largas fermentaciones. No contienen preservantes, mejoradores artificiales ni aditivos químicos aislados. Este proceso otorgará mejores sabores, aromas y texturas. Además, la elaboración en base a masa madre facilita la digestión.

- Pan francés: Peso aprox. 80gr. De corteza crujiente, miga suave y esponjosa. Ideal para preparar una deliciosa Butifarra.
- Pan Ciabatta: Peso aprox. 80gr. Pan de origen italiano, de corteza crocante y miga ligera. Ideal para sanguches.
- Pan integral: Peso aprox. 50gr. Pan a base de mezcla de harina integral de trigo no refinada, sal comestible y agua filtrada. De sabor Suave y ligeramente dulce.
- Pan baguette artesanal: Peso aprox. 250gr. Pan crocante hecho en base a harina, sal, levadura y agua filtrada.
- • Pan Baguetino: Peso aprox. 80gr. Pan a base de harina de trigo, sal, agua filtrada, azúcar y levadura.
- • Pan de hamburguesa: Peso aprox. 100gr. Pan suave y dulce a base huevos, leche y mantequilla. Ideal para acompañar con una hamburguesa.

- • Pan de yema: Peso aprox. 50gr. Pan dulce de origen francés a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar.
- • Pan carioca: Peso aprox. 50gr. Pan de corteza crocante en base a harina de trigo fortificada, manteca, sal, azúcar y levadura.
- • Pan de camote: Peso aprox. 50gr. Pan en base a camote asado en horno, de corteza muy suave y dulce.
- • Pan pita: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano, levemente fermentado y de textura similar al borde de la pizza. Hecho en base a harina de trigo, sal, agua, levadura y aceite.
- • Pan pita integral: Peso aprox. 50gr. Pan de tipo redondo plano y levemente fermentado. Hecho en base a harina integral, sal, agua, levadura y aceite.
- • Pan hot dog: Peso aprox. 50gr. Pan suave y dulce a base de huevos, mantequilla y leche. Ideal para acompañar salchichas o hot dog.
- • Pan de molde: Pack de 20 unid. Peso 500gr. Hogaza de pan a base de leche, margarina y azúcar. Ideal para triples, mixtos y sanguches en waflera.
- • Petit pan: Pack de 25 unid. Panes hechos a base de huevos, levadura, leche, mantequilla y azúcar. Ideal para preparar sándwich de pollo.
- • Masa de pizza artesanal: Peso aprox. 400gr. Masa pre cocida fresca. Elaborada con masa madre, aceite de oliva y pre fermentos. De larga fermentación, lista para agregar salsa, queso y complementos.
- • Pan Ciabatta pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.

- • Pan francés pre cocido: Pack de 10und. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.

Pastelería:

Queques:

- • Queque de naranja: Para 10 porciones. Queque hecho con la receta casera, esponjoso y suave, con naranja natural.
- • Queque de plátano: Para 10 porciones. Queque suave con nueces, especias y plátano.

Postres:

- Tres leches de vainilla: Para 8 porciones. Bizcocho de vainilla bañado en 3 leches: leche evaporada, crema de leche y leche condensada.
- Tarta de manzana: Para 10 porciones. Base suave rellena de manzana en trozos, con canela y especias.
- Tarta de limón: Para 10 porciones. Base crocante rellena de crema de limón y merengue.

Tortas:

- Tarta de chocolate: Para 20 personas. Queque húmedo de chocolate, relleno y bañado de fudge de chocolate.
- Tarta de chantilly: Para 20 personas. Bizcochuelo de vainilla relleno de manjar blanco, fresas, durazno y crema chantilly.
- Tarta helada: Para 20 personas. Tarta formada por tres capas: la superior de una capa de gelatina de fresa, la mediana de carlota (preparación de gelatina de fresa batida con leche) y la inferior de un bizcochuelo.

Una vez detallado el modelo de negocio y nuestro portafolio completo de productos, se hicieron las siguientes preguntas para hallar nuestro mercado disponible:

8. ¿Compraría usted alguno de los productos del portafolio de nuestra panadería?

- a. **Definitivamente Si** ... 26 encuestados lo seleccionaron.
- b. **Si** ... 59 encuestados lo seleccionaron.
- c. **Tal vez** ... 14 encuestados lo seleccionaron.
- d. **No** ... 1 encuestado lo selecciono.
- e. **Definitivamente No** ... 0 encuestados lo seleccionaron.

En la pregunta 8, nosotros consideramos como válidas la opción a) **Definitivamente Si** comprarían, que fue seleccionado por 26 encuestados, seguido de la opción b) **Si** comprarían, seleccionada por 59 encuestados, lo que nos da un total de 85 encuestas válidas. Las opciones c) **Quizás**, seleccionado por 14 encuestados y la opción d) **No**, seleccionado por 1 encuestado, no fueron tomados en cuenta para nuestro proyecto. En total completan las respuestas de los 100 encuestados de nuestro mercado potencial.

En la tabla 20 se muestra los valores por cada tipo de respuesta:

Tabla 20

Valores por cada tipo de respuesta.

NUMERO DE ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON		
DS	26	100%
S	59	100%
Q	14	
N	1	
DN	0	
	100	Número de encuestados
MERCADO DISPONIBLE:	11505.447	FAMILIAS
	85	ENCUESTAS

Nota: Elaboración propia.

Para recordad, el valor de cada encuesta se halló de la división del mercado potencial entre el total de encuestas: $13,535.82 \text{ familias} / 100 \text{ encuestas} = 135.3582 \text{ familias}$.

Para hallar el mercado disponible utilizamos la siguiente formula: (Definitivamente SI x 100% + SI x 100%) x Valor de cada encuesta.

Reemplazando los valores: $(26 \times 100\% + 59 \times 100\%) \times 135.3582 = 11,505.447$ familias conforman nuestro mercado disponible.

A Continuación, utilizamos la pregunta 10 para panadería y la pregunta 12 para pastelería, para determinar cuál sería el producto que comprarían.

10. Marque solo uno de los siguientes productos del portafolio de panadería que compraría más probablemente la primera vez (Marque solo una opción).

- | | |
|----------------------------|--------------------------------------|
| a. Pan francés | ... 27 encuestados lo seleccionaron. |
| b. Pan Ciabatta | ... 22 encuestados lo seleccionaron. |
| c. Pan integral | ... 12 encuestados lo seleccionaron. |
| d. Pan baguette artesanal | ... 5 encuestados lo seleccionaron. |
| e. Pan Baguetino | ... 0 encuestados lo seleccionaron. |
| f. Pan de hamburguesa | ... 0 encuestados lo seleccionaron. |
| g. Pan de yema | ... 7 encuestados lo seleccionaron. |
| h. Pan carioca | ... 1 encuestado lo selecciono. |
| i. Pan de camote | ... 1 encuestado lo selecciono. |
| j. Pan pita | ... 1 encuestado lo selecciono. |
| k. Pan pita integral | ... 2 encuestados lo seleccionaron. |
| l. Pan hot dog | ... 0 encuestados lo seleccionaron. |
| m. Pan de molde | ... 4 encuestados lo seleccionaron. |
| n. Masa de pizza artesanal | ... 1 encuestado lo selecciono. |
| o. Pan Ciabatta pre cocido | ... 2 encuestados lo seleccionaron. |
| p. Pan francés pre cocido | ... 0 encuestados lo seleccionaron. |

El Total de encuestas seleccionadas por cada tipo de pan: $27+22+12+5+7+1+1+1+2+4+1+2$
= 85 encuestas.

12. Marque solo uno de los siguientes productos del portafolio de pastelería que compraría más probablemente la primera vez (Marque solo una opción).

- | | |
|----------------------------|--------------------------------------|
| a. Queque de naranja | ... 12 encuestados lo seleccionaron. |
| b. Queque de plátano | ... 16 encuestados lo seleccionaron. |
| c. Tres leches de vainilla | ... 18 encuestados lo seleccionaron. |
| d. Tarta de manzana | ... 6 encuestados lo seleccionaron. |
| e. Tarta de limón | ... 7 encuestados lo seleccionaron. |
| f. Tarta de chocolate | ... 18 encuestados lo seleccionaron. |
| g. Tarta de chantilly | ... 3 encuestados lo seleccionaron. |
| h. Tarta helada | ... 5 encuestados lo seleccionaron. |

El Total de encuestas seleccionadas para cada tipo de producto de pastelería:
 $12+16+18+6+7+18+3+5= 85$ encuestados

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

De nuestro mercado disponible, 85 encuestados respondieron que comprarían nuestros productos, además seleccionaron un producto de panadería y pastelería que más comprarían. Para hallar nuestro mercado efectivo, para los 85 encuestados, se hizo sobre el precio que pagarían, para ello, en la encuesta se utilizó desde la pregunta 14 hasta la pregunta 30, el precio que estarían dispuestos a pagar de los productos de nuestro portafolio de panadería y de la pregunta 31 a la pregunta 38, el precio que estarían dispuestos a pagar de los productos de nuestro portafolio de pastelería, siendo nuestro precio elegido para venta al público, la opción c para todo el portafolio de productos.

Para nuestro proyecto solo hemos considerado validos las encuestas que seleccionaron las opciones a, b o c.

En la tabla 21 se detalla cada pregunta por tipo de pan y en la tabla 22 lo mismo para los productos de pastelería. Los precios de la encuesta incluían el 18% de IGV.

Veamos un ejemplo de cómo hallamos la cantidad de familias por cada tipo de producto de panadería y pastelería tomando la respuesta de las encuestas para el tipo de pan francés:

14 encuestas seleccionaron la opción a, b o c que pagarían por el pan francés.

El valor de cada encuesta es igual a 135.36 familias.

Aplicamos la operación matemática: 14 encuestas x 135.36 valor de cada encuesta = 1,895

Familias

Esta fórmula fue aplicada para los demás productos, tanto de panadería como de pastelería del mercado efectivo.

Tabla 21

Panadería.

PANADERÍA				
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN FRANCÉS?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	1895.01 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.70	0.80	5	
b.	S/0.60	0.70	2	
c.	S/0.50	0.60	7	14 Encuestados
d.	S/0.40	0.50	5	
e.	S/0.30	0.40	8	
			27	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN CIABATTA?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	1759.66 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.90	1.00	2	
b.	S/0.80	0.90	3	
c.	S/0.70	0.80	8	13 ENCUESTADOS
d.	S/0.60	0.70	2	
e.	S/0.50	0.60	7	
			22	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN INTEGRAL?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	947.51 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.70	0.80	2	
b.	S/0.60	0.70	5	
c.	S/0.50	0.60	0	7 ENCUESTADOS
d.	S/0.40	0.50	2	
e.	S/0.30	0.40	3	
			12	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN BAGUETTE ARTESANAL?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	541.43 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/2.90	3.10	1	
b.	S/2.70	2.90	0	
c.	S/2.50	2.70	3	4 ENCUESTADOS
d.	S/2.30	2.50	1	
e.	S/2.10	2.30	0	
			5	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN DE YEMA?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	406.07 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.60	0.70	2	
b.	S/0.50	0.60	0	
c.	S/0.40	0.50	1	3 ENCUESTADOS
d.	S/0.30	0.40	3	
e.	S/0.20	0.30	1	
			7	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN CARIOCA?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	135.36 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.60	0.70	0	
b.	S/0.50	0.60	0	
c.	S/0.40	0.50	1	1 ENCUESTADOS
d.	S/0.30	0.40	0	
e.	S/0.20	0.30	0	
			1	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN DE CAMOTE?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	0.00 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.90	1.00	0	
b.	S/0.80	0.90	0	
c.	S/0.70	0.80	0	0 ENCUESTADOS
d.	S/0.60	0.70	1	
e.	S/0.50	0.60	0	
			1	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN PITA?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	0.00 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.90	1.00	0	
b.	S/0.80	0.90	0	
c.	S/0.70	0.80	0	0 ENCUESTADOS
d.	S/0.60	0.70	0	
e.	S/0.50	0.60	1	
			1	

¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN PITA INTEGRAL?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	0.00 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/0.70	0.80	0	
b.	S/0.60	0.70	0	
c.	S/0.50	0.60	0	0 ENCUESTADOS
d.	S/0.40	0.50	1	
e.	S/0.30	0.40	1	
			2	
¿CUANTO PAGARIA POR EL PAN DE MOLDE?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	270.72 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/14.00	15.00	1	
b.	S/13.00	14.00	0	
c.	S/12.00	13.00	1	2 ENCUESTADOS
d.	S/11.00	12.00	0	
e.	S/10.00	11.00	2	
			4	
¿CUANTO PAGARIA POR MASA DE PIZZA ARTESANAL?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	0.00 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/13.00	14.00	0	
b.	S/12.00	13.00	0	
c.	S/11.00	12.00	0	0 ENCUESTADOS
d.	S/10.00	11.00	0	
e.	S/ 9.00	10.00	1	
			1	
¿CUANTO PAGARIA POR PAN CIABATTA PRECOCIDO?			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	135.36 FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE		
a.	S/7.00	8.00	1	
b.	S/6.00	7.00	0	
c.	S/5.00	6.00	0	1 ENCUESTADOS
d.	S/4.00	5.00	1	
e.	S/3.00	4.00	0	
			2	

Nota: Elaboración propia

PASTELERÍA

Tabla 22

Pastelería.

CUANTO PAGARIA POR QUEQUE DE NARANJA			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	406.07461	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/27.00	S/28.00	1		
b.	S/26.00	S/27.00	1		
c.	S/25.00	S/26.00	1	3	ENCUESTADOS
d.	S/24.00	S/25.00	1		
e.	S/23.00	S/24.00	8		
			12		
CUANTO PAGARIA POR QUEQUE DE PLATANO			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	1082.8656	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/37.00	S/38.00	4		
b.	S/36.00	S/37.00	1		
c.	S/35.00	S/36.00	3	8	ENCUESTADOS
d.	S/34.00	S/35.00	3		
e.	S/33.00	S/34.00	5		
			16		
CUANTO PAGARIA POR TRES LECHES DE VAINILLA			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	1488.9402	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/67.00	S/68.00	3		
b.	S/66.00	S/67.00	3		
c.	S/65.00	S/66.00	5	11	ENCUESTADOS
d.	S/64.00	S/65.00	4		
e.	S/63.00	S/64.00	3		
			18		
CUANTO PAGARIA POR TARTA DE MANZANA			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	270.71641	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/54.00	S/55.00	0		
b.	S/53.00	S/54.00	1		
c.	S/52.00	S/53.00	1	2	ENCUESTADOS
d.	S/51.00	S/52.00	1		
e.	S/50.00	S/51.00	3		
			6		
CUANTO PAGARIA POR TARTA DE LIMON			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	541.43282	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/65.00	S/66.00	1		
b.	S/64.00	S/65.00	2		
c.	S/63.00	S/64.00	1	4	ENCUESTADOS
d.	S/62.00	S/63.00	3		
e.	S/61.00	S/62.00	0		
			7		
CUANTO PAGARIA POR TORTA DE CHOCOLATE			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	1488.9402	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/75.00	S/76.00	7		
b.	S/74.00	S/75.00	3		
c.	S/73.00	S/74.00	1	11	ENCUESTADOS
d.	S/72.00	S/73.00	4		
e.	S/71.00	S/72.00	3		
			18		
CUANTO PAGARIA POR TORTA DE CHANTILLY			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	135.3582	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/69.00	S/70.00	0		
b.	S/68.00	S/69.00	1		
c.	S/67.00	S/68.00	0	1	ENCUESTADOS
d.	S/66.00	S/67.00	2		
e.	S/65.00	S/66.00	0		
			3		
CUANTO PAGARIA POR TORTA HELADA			MERCADO EFECTIVO DEL PRODUCTO	406.07461	FAMILIAS
	DESDE	MENOS DE			
a.	S/61.00	S/62.00	0		
b.	S/60.00	S/61.00	2		
c.	S/59.00	S/60.00	1	3	ENCUESTADOS
d.	S/58.00	S/59.00	1		
e.	S/57.00	S/58.00	1		
			5		

Nota: Elaboración propia.

La fórmula aplicada para obtener el número de familias del mercado efectivo por cada producto fue: Cantidad de encuestas que eligieron pagar nuestro precio a, b o c, multiplicado por el valor de la encuesta, que para nuestro proyecto el valor de cada encuesta representa a 135.36 familias.

Para panadería se obtuvo 45 encuestados que está dispuestos a pagar nuestros precios, es decir, seleccionaron las opciones a, b o c. Esta operación matemática es la suma de las encuestas de cada tipo de pan:

14 francés +13 Ciabatta+ 7 pan integral+ 4 baguette+ 3 yema+ 1 carioca+ 2 molde + 1 Ciabatta pre cocido = 24 unidades de tipos de pan diferente.

Para pastelería se obtuvo 43 encuestados dispuestos a pagar nuestros precios. Esta operación matemática es la suma de las encuestas de pastelería:

3 Queque naranja+ 8 Queque plátano+ 11 tres leches+ 2 tartas manzana+ 4 de limón+ 11 tortas chocolate+ 1 torta chantilly+ 3 tortas helada = 43 unidades de productos de pastelería.

4.2.4. Estimación del mercado Objetivo.

Para obtener el cálculo del mercado objetivo para nuestro portafolio de productos de panadería y pastelería, se tomó las unidades del mercado efectivo y se consideró que nuestra captación de consumo de estos clientes sería del 20% por el nivel de competitividad, asimismo se va a utilizar el cien por ciento de la capacidad de planta al término del periodo de evaluación del proyecto que es en el año 2,025 y la visibilidad de los canales también al cien por ciento por ser nuestro canal B2C.

A partir del segundo año, se va a adicionar el crecimiento de la población de San Borja que según fuente del INEI es de 1.91% y como último factor a considerar es nuestro crecimiento como empresa, con un 3%, teniendo como sustento, la buena calidad de nuestros productos y servicios, que reflejaría mantener a nuestros clientes y que, a su vez, ellos mismos sean nuestros referentes hacía nuevos consumidores en sus entornos, como complemento promocional a nuestras campañas de marketing programadas.

Tabla 23

Mercado Objetivo Panadería (expresado en unidades)

Mercado Objetivo	3,588,741	717748.247				
PANADERÍA	Demanda Efectiva año 2021 en Unidades	% de Captación de Mercado	Precio	Crecimiento de la población de San Borja	Crecimiento de la empresa	Demanda en unidades para el 2021
Pan francés	3,588,741	20%	S/0.50	1.91%	3.00%	717,748
Pan Ciabatta	2,888,185	20%	S/0.70	1.91%	3.00%	577,637
Pan integral	544,536	20%	S/0.50	1.91%	3.00%	108,907
Pan baguette artesanal	298,806	20%	S/2.50	1.91%	3.00%	59,761
Pan de yema	254,872	20%	S/0.40	1.91%	3.00%	50,974
Pan carioca	170,551	20%	S/0.40	1.91%	3.00%	34,110
Pan de molde	30,699	20%	S/12.00	1.91%	3.00%	6,140
Pan Ciabatta pre cocido	27,288	20%	S/5.00	1.91%	3.00%	5,458
Total						1,560,736

Nota: Elaboración propia.

Tabla 24

Mercado Objetivo Pastelería (expresado en unidades)

PASTELERÍA	Demanda Efectiva año 2021 en Unidades	% de Captación de Mercado	Precio	Crecimiento de la población de San Borja	Crecimiento de la empresa	Demanda en unidades para el 2021
Queque de naranja	11,370	20%	S/25.00	1.91%	3.00%	2,274
Queque de plátano	26,395	20%	S/35.00	1.91%	3.00%	5,279
Tres leches de vainilla	32,399	20%	S/65.00	1.91%	3.00%	6,480
Tarta de manzana	9,746	20%	S/52.00	1.91%	3.00%	1,949
Tarta de limón	18,950	20%	S/63.00	1.91%	3.00%	3,790
Torta de chocolate	23,606	20%	S/73.00	1.91%	3.00%	4,721
Torta de chantilly	1,083	20%	S/67.00	1.91%	3.00%	217
Torta helada	4,331	20%	S/59.00	1.91%	3.00%	866
TOTAL						25,576

Nota: Elaboración propia.

La demanda del mercado objetivo valorizado se muestra en el punto 4.2.7.

4.2.5. Frecuencia de compra.

Para hallar la estacionalidad de compra, se utilizó las preguntas 39 y 43 para panadería y las preguntas 44 y 45 para pastelería de nuestra encuesta. En la figura 31 y 32 vemos la proporción de la participación seleccionada en semanas y meses.



Figura 31. Pregunta frecuencia de compra panadería.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 32. Pregunta frecuencia de compra pastelería.

Fuente: Elaboración propia.

La pregunta 39 para panadería para hallar la frecuencia de compras por semana fue:

39. Indique usted cuantas veces a la semana compraría el producto que eligió.

- a. 1 vez por semana ... 6 encuestados lo seleccionaron.
- b. 2 vez por semana ... 11 encuestados lo seleccionaron.
- c. 3 vez por semana ... 9 encuestados lo seleccionaron.
- d. 4 vez por semana ... 2 encuestados lo seleccionaron.
- e. 5 vez por semana ... 7 encuestados lo seleccionaron.
- f. 6 vez por semana ... 5 encuestados lo seleccionaron.
- g. Todos los días ... 5 encuestados lo seleccionaron.

El total de respuestas seleccionadas fueron 45.

Asimismo, se le solicito al encuestado que seleccionen la opción para hallar la frecuencia de compra por temporada:

43. En que temporada del año compraría el producto

- a. Todo el año ... 41 encuestados lo seleccionaron.
- b. abril – noviembre ... 4 encuestados lo seleccionaron.
- c. Diciembre – marzo ... 0 encuestados lo seleccionaron.

El total de respuestas seleccionadas fueron 45.

A continuación, se muestra en detalle las tablas con los valores de las encuestas seleccionadas por cada tipo de pan.

Tabla 25

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Francés

Pan Francés								
	Veces a la			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	Semana	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	0	4.2	0			0	0
B	2	4	8.4	2.4	4		2.4	0
C	3	2	12.6	1.8	2		1.8	0
D	4	1	16.8	1.2	1		1.2	0
E	5	1	21	1.5	1		1.5	0
F	6	2	25.2	3.6	2		3.6	0
G	7	4	29.4	8.4	4		8.4	0
Total		14		18.9			18.9	0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 26

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Ciabatta.

Pan Ciabatta								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1	1	4.20	0.32	1.00		0.32	0.00
B	2	1	8.40	0.65	1.00		0.65	0.00
C	3	3	12.60	2.91	3.00		2.91	0.00
D	4	1	16.80	1.29	1.00		1.29	0.00
E	5	4	21.00	6.46	4.00		6.46	0.00
F	6	3	25.20	5.82	3.00		5.82	0.00
G	7	0	29.40	0.00	0.00		0.00	0.00
Total		13		17.45			17.45	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 27

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Integral.

Pan Integral								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1	2	4.20	1.20	2.00		1.20	0.00
B	2	4	8.40	4.80	1.00	3.00	1.20	3.60
C	3		12.60	0.00			0.00	0.00
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5	1	21.00	3.00	1.00		3.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7		29.40	0.00			0.00	0.00
Total		7		9.00			5.40	3.60

Nota: Elaboración propia.

Tabla 28

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Baguette Artesanal.

Pan Baguette Artesanal								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1	2	4.20	2.10	2.00		2.10	0.00
B	2		8.40	0.00			0.00	0.00
C	3	1	12.60	3.15	1.00		3.15	0.00
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5		21.00	0.00			0.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7	1	29.40	7.35	1.00		7.35	0.00
Total		4		12.60			12.60	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 29

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan de Yema.

Pan de Yema								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1		4.20	0.00			0.00	0.00
B	2	1	8.40	2.80	1.00		2.80	0.00
C	3	2	12.60	8.40	2.00		8.40	0.00
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5		21.00	0.00			0.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7		29.40	0.00			0.00	0.00
Total		3		11.20			11.20	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 30

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Carioca.

Pan Carioca								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1		4.20	0.00			0.00	0.00
B	2		8.40	0.00			0.00	0.00
C	3		12.60	0.00			0.00	0.00
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5	1	21.00	21.00	1.00		21.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7		29.40	0.00			0.00	0.00
Total		1		21.00			21.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 31

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan de Molde.

Pan de Molde								
	Veces a la Semana	Encuestas	Mensual	Ponderación Mes	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses	Todo el año 12 meses	Abr/Nov 8 meses
A	1	1	4.20	2.10	1.00		2.10	0.00
B	2	1	8.40	4.20	1.00		4.20	0.00
C	3		12.60	0.00			0.00	0.00
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5		21.00	0.00			0.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7		29.40	0.00			0.00	0.00
Total		2		6.30			6.30	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 32

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Pan Ciabatta Pre cocido.

Pan Ciabatta Pre cocido								
	Veces a la			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	Semana	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1		4.20	0.00			0.00	0.00
B	2		8.40	0.00			0.00	0.00
C	3	1	12.60	12.60		1.00	0.00	12.60
D	4		16.80	0.00			0.00	0.00
E	5		21.00	0.00			0.00	0.00
F	6		25.20	0.00			0.00	0.00
G	7		29.40	0.00			0.00	0.00
Total		1		12.60			0.00	12.60

Nota: Elaboración propia.

Para hallar la estacionalidad de compra de pastelería, se utilizó las preguntas 44 y 45 de nuestra encuesta.

44. Indique usted cuantas veces al mes compraría el producto que eligió

1 vez por mes ... 27 encuestados lo seleccionaron.

2 vez por mes ... 11 encuestados lo seleccionaron.

3 vez por mes ... 1 encuestado lo selecciono.

4 vez por mes ... 4 encuestados lo seleccionaron.

Otros. Especifique ... 0 encuestados lo seleccionaron.

El total de respuestas seleccionadas = 43.

De igual manera, se le solicito al encuestado que seleccionen la opción para hallar la frecuencia de compra por temporada en la pregunta 45.

45. En que temporada del año compraría el producto

a. Todo el año ... 35 encuestados lo seleccionaron.

b. abril – noviembre ... 8 encuestados lo seleccionaron.

c. Diciembre – marzo ... 0 encuestados lo seleccionaron.

El total de respuestas seleccionadas = 43.

A continuación, se muestra en detalle las tablas con los valores de las encuestas seleccionadas por cada tipo de producto de pastelería.

Tabla 33

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Queque de naranja.

Queque de naranja								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	1	1.00	0.33	1.00		0.33	0.00
B	2	1	2.00	0.67	1.00		0.67	0.00
C	3	0	3.00	0.00	0.00		0.00	0.00
D	4	1	4.00	1.33	1.00		1.33	0.00
Total		3		3.00			0.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 34

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Queque de plátano.

Queque de plátano								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	5	1.00	0.63	5.00		0.63	0.00
B	2	2	2.00	0.50	2.00		0.50	0.00
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4	1	4.00	0.50	1.00		0.50	0.00
Total		8		8.00			1.63	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 35

Indique usted cuantas veces a la semana compraría el Tres leches de vainilla.

Tres leches de vainilla								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	8	1.00	0.73	8.00		0.73	0.00
B	2	2	2.00	0.36	2.00		0.36	0.00
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4	1	4.00	0.36		1.00	0.00	0.36
Total		11		10.00			1.09	0.36

Nota: Elaboración propia.

Tabla 36

Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Tarta de manzana.

Tarta de manzana								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1		1.00	0.00			0.00	0.00
B	2	1	2.00	1.00	1.00		1.00	0.00
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4	1	4.00	2.00	1.00		2.00	0.00
Total		2		2.00			3.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 37

Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Tarta de limón.

Tarta de limón								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	2	1.00	0.50	1.00	1.00	0.25	0.25
B	2	1	2.00	0.50	1.00		0.50	0.00
C	3	1	3.00	0.75	1.00		0.75	0.00
D	4		4.00	0.00			0.00	0.00
Total		4		3.00			1.50	0.25

Nota: Elaboración propia.

Tabla 38

Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta de chocolate.

Torta de chocolate								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	7	1.00	0.64	4.00	3.00	0.36	0.27
B	2	4	2.00	0.73	3.00	1.00	0.55	0.18
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4		4.00	0.00			0.00	0.00
Total		11		7.00			0.91	0.45

Nota: Elaboración propia.

Tabla 39

Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta de chantilly.

Torta de chantilly								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	1	1.00	1.00		1.00	0.00	1.00
B	2		2.00	0.00			0.00	0.00
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4		4.00	0.00			0.00	0.00
Total		1		0.00			0.00	1.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 40

Indique usted cuantas veces a la semana compraría la Torta helada.

Torta helada								
	Veces al			Ponderación	Todo el año	Abr/Nov	Todo el año	Abr/Nov
	mes	Encuestas	Mensual	Mes	12 meses	8 meses	12 meses	8 meses
A	1	3	1.00	1.00	2.00	1.00	0.67	0.33
B	2		2.00	0.00			0.00	0.00
C	3		3.00	0.00			0.00	0.00
D	4		4.00	0.00			0.00	0.00
Total		3		2.00			0.67	0.33

Nota: Elaboración propia.

La fórmula utilizada para hallar la ponderación mensual para cada tipo de producto por cada frecuencia seleccionada fue: número de encuestas multiplicado por la frecuencia mensual y dividido entre el total de encuestas.

Ejemplo para hallar la frecuencia mensual para el pan francés con la frecuencia de compra de 2 veces por semana:

Semanas en promedio es 4.2 en un mes.

Cantidad de días elegidas de la semana es dos veces por semana.

Calculo: $4.2 \times 2 = 8.40$ es la frecuencia mensual del pan francés de la frecuencia de dos veces por semana.

Ejemplo para hallar la ponderación por cada producto, para este caso tomaremos el pan francés con la frecuencia de compra de dos veces por semana:

Número que eligieron comprar dos veces a la semana fue de 4 encuestados.

Frecuencia mensual hallada para compra de dos veces por semana es de 8.40.

El total de encuestados que pagarían el precio es de 14 encuestados.

Calculo: $4 \times 8.40 / 14 = 2.40$ es la ponderación para la frecuencia de compra de dos veces por semana.

Para obtener la ponderación mensual de un producto, se suma las ponderaciones de sus frecuencias y para seguir el ejemplo del pan francés, se sumaron los valores de la frecuencia de dos veces por semana hasta la de siete veces por semana.

Calculo: $2.40 + 1.80 + 1.20 + 1.50 + 3.60 + 8.40 = 18.90$ es la ponderación mensual.

Este cálculo se hizo para todas las frecuencias de compra por cada tipo de producto de nuestro portafolio.

4.2.6. Estacionalidad.

De acuerdo a la encuesta realizada, la línea de panadería presenta dos productos que tienen estacionalidad los cuales son: pan integral y pan Ciabatta pre cocido; mientras que, en la línea de pastelería los productos que presentan estacionalidad son: torta tres leches de vainilla, tarta de limón, torta de chocolate, torta de chantilly y torta helada.

Las preguntas que se utilizaron para determinar la estacionalidad de los productos son las siguientes:

43. En que temporada del año compraría el producto que eligió:

- a. Todo el año ... 27 encuestados seleccionaron Todo el año.
- b. Abril – noviembre ... 8 encuestados seleccionaron de abril a noviembre.
- c. Diciembre – marzo ... 0 encuestados seleccionaron diciembre a marzo.

11. Según el producto que eligió en la pregunta 10 (panadería). Indique usted cuantos panes compraría diariamente (coloque el número)

13. Según el producto que eligió en la pregunta 12 (pastelería). Indique usted cuantos compraría al mes

A partir de la pregunta 43 se realiza un análisis para cada alternativa, esto quiere decir, que se calcula las ventas de: todo el año, abril – noviembre y diciembre – marzo. Una vez realizado el cálculo se suman las ventas resultantes de las tres opciones y se multiplican por los valores promedios obtenidos de las preguntas 11 (panadería) y 13 (pastelería). Con el propósito de obtener las ventas en unidades por mes.

Por ejemplo:

Tabla 41

Resultados de estacionalidad obtenidos del pan integral.

		Año		Abril/nov	Dic/mar	Año		Abril/nov	Dic/mar
		Encuestados	12 meses	8 meses	4 meses	12 meses	8 meses	4 meses	
A	1 vez a la semana	2	2			1.2	0	0	
B	2 veces a la semana	4	1	3		1.2	3.6	0	
C	3 veces a la semana					0	0	0	
D	4 veces a la semana					0	0	0	
E	5 veces a la semana	1	1			3	0	0	
F	6 veces a la semana					0	0	0	
G	7 veces a la semana					0	0	0	
Total		7				5.4	3.6	0	

Nota: Elaboración propia.

Para el cálculo de estacionalidad de las personas que eligieron que comprarían todo el año, se realiza de la siguiente manera:

Se multiplica la cantidad de encuestados que eligieron dicha alternativa por el factor semanal que sería 4.2 (4.2 semanas hay en un mes) por la cantidad de veces que se compra a la semana, todo esto entre el total de encuestados. La operación quedaría de la siguiente manera:

$$\text{Cálculo: } (2 * 4.2 * 1) / 7 = 1.2$$

Para el cálculo de estacionalidad de las personas que eligieron que comprarían abril-noviembre, se realiza de la siguiente manera:

Se multiplica la cantidad de encuestados que eligieron dicha alternativa por el factor semanal que sería 4.2 (4.2 semanas hay en un mes) por la cantidad de veces que se compra a la semana, todo esto entre el total de encuestados. La operación quedaría de la siguiente manera:

$$\text{Cálculo: } (3 * 4.2 * 2) / 7 = 3.6$$

Una vez que se ha obtenido los resultados de todas las alternativas de frecuencia de compra, se suman para obtener el factor total por estacionalidad, para el ejemplo los factores de estacionalidad son los siguientes:

- Todo el año: 5.40
- Abr – nov: 3.60
- Dic – mar: 0.00

Para obtener las ventas mensuales se realiza el cálculo de manera independiente de las 3 alternativas (todo el año, abr-nov y dic-mar), se suman y finalmente se multiplican por la cantidad de compra promedio.

Cálculo de ventas alternativa “todo el año”

El factor de todo el año por la cantidad de encuestados por el valor de cada encuesta:

$$\text{Cálculo: } 5.40 * 7 * 135.36 = 5116.54$$

Esta es la venta que se mantendrá de manera constante de enero a diciembre.

Cálculo de ventas alternativa “abril-noviembre”

El factor de abril-noviembre por la cantidad de encuestados por el valor de cada encuesta:

$$\text{Cálculo: } 3.60 * 7 * 135.36 = 3411.03$$

Esta es la venta que se tendrá entre los meses de abril a noviembre.

La venta de la estacionalidad de diciembre-marzo no se considera, pues el factor es 0.

Una vez realizado los cálculos se proceden a sumar para los meses que correspondan. Para los meses de abril-noviembre se les sumará 3411.03 ventas que corresponde por estacionalidad. Esto quiere decir que, en los meses de abril a noviembre las ventas serán de 8527.57.

Finalmente, a estas ventas se las multiplicará por el número de unidades promedio indicadas en las preguntas 11 y 13 de las encuestas.

Tabla 42

Unidades mensuales Pan Francés.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	14											
Ponderado Mensual	18.9											
20% participación	7,163.16											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN FRANCES												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16
Estacionalidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unidades totales	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16	7,163.16
Compra promedio	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35	8.35
Unidades por Mes	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35	59,812.35
Unidades por Año	717,748.25											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 43

Unidades mensuales Pan Ciabatta

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	13											
Ponderado Mensual	17.45											
20% participación	6,139.85											
	DEMANDA MENSUAL 2021 PARA PAN CIABATTA											
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85
Estacionalidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unidades totales	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85	6,139.85
Compra promedio	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84	7.84
Unidades por Mes	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41	48,136.41
Unidades por Año	577,636.91											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 44

Unidades mensuales Pan Integral.

	Total	Ene-Dic	Estacionalidad									
Valor de la encuesta	135.36	135.36	135.36									
Encuestados	7	7	7									
Ponderado Mensual	9	5.4	3.6									
20% participación	1,705.51	1,023.31	682.21									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN INTEGRAL												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,023.31
Estacionalidad	0	0	0	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21
Unidades totales	1,023.31	1,023.31	1,023.31	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,705.51	1,023.31
Compra promedio	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14	6.14
Unidades por Mes	6,283.11	6,283.11	6,283.11	10,471.85	10,471.85	10,471.85	10,471.85	10,471.85	10,471.85	10,471.85	10,471.85	6,283.11
Unidades por Año	108,907.26											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 45

Unidades mensuales Baguette Artesanal.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	4											
Ponderado Mensual	12.6											
20% participación	1,364.41											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN BAGUETTE ARTESANAL												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41
Unidades totales	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41	1,364.41
Compra promedio	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65	3.65
Unidades por Mes	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10	4,980.10
Unidades por Año	59,761.19											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 46

Unidades mensuales Pan de Yema.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	3											
Ponderado Mensual	11.2											
20% participación	909.61											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN DE YEMA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61
Estacionalidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unidades totales	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61	909.61
Compra promedio	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67
Unidades por Mes	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87	4,247.87
Unidades por Año	50,974.38											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 47

Unidades mensuales Pan Carioca.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	1											
Ponderado Mensual	21											
20% participación	568.5											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN CARIOCA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5
Estacionalidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unidades totales	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5	568.5
Compra promedio	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Unidades por Mes	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52	2,842.52
Unidades por Año	34,110.27											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 48

Unidades mensuales Pan de Molde.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	2.00											
Ponderado Mensual	6.30											
20% participación	341.10											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN DE MOLDE												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Unidades totales	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10
Compra promedio	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
Unidades por Mes	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65	511.65
Unidades por Año	6,139.85											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 49

Unidades mensuales Pan Ciabatta Precocido.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	1.00											
Ponderado Mensual	12.60											
20% participación	341.10											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL PAN CIABATTA PRECOCIDO												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	0.00
Unidades totales	0.00	0.00	0.00	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	341.10	0.00
Compra promedio	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Unidades por Mes	0.00	0.00	0.00	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	682.21	0.00
Unidades por Año	5,457.64											

Nota: Elaboración propia.

Pastelería

Tabla 50

Unidades mensuales Queque de Naranja.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	3.00											
Ponderado Mensual	2.33											
20% participación	189.23											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL QUEQUE DE NARANJA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Unidades totales	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50
Compra promedio	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Unidades por Mes	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50
Unidades por Año	2,274.02											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 51

Unidades mensuales Queque de Plátano.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	8.00											
Ponderado Mensual	1.63											
20% participación	353.01											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA EL QUEQUE DE PLATANO												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Unidades totales	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93	351.93
Compra promedio	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25
Unidades por Mes	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91	439.91
Unidades por Año	5,278.97											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 52

Unidades mensuales Tres Leches de Vainilla.

Valor de la encuesta	135.36	Ene-Dic	Estacionalidad									
Encuestados	11.00	11.00	11.00									
Ponderado Mensual	1.45	1.09	0.36									
20% participación	431.79	324.59	107.20									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TORTA TRES LECHES DE VAINILLA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86	324.86
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	108.29	108.29	108.29	108.29	108.29	108.29	108.29	108.29	0.00
Unidades totales	324.86	324.86	324.86	433.15	433.15	433.15	433.15	433.15	433.15	433.15	433.15	324.86
Compra promedio	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36	1.36
Unidades por Mes	441.81	441.81	441.81	589.08	589.08	589.08	589.08	589.08	589.08	589.08	589.08	441.81
Unidades por Año	6,479.87											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 53

Unidades mensuales Tarta de Manzana.

Valor de la encuesta	135.36											
Encuestados	2.00											
Ponderado Mensual	3.00											
20% participación	162.43											
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TARTA DE MANZANA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Unidades totales	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43
Compra promedio	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Unidades por Mes	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43
Unidades por Año	1,949.16											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 54

Unidades mensuales Tarta de Limón.

Valor de la encuesta	135.36	Ene-Dic	Estacionalidad									
Encuestados	4.00	4.00	4.00									
Ponderado Mensual	1.75	1.5	0.25									
20% participación	189.50	162.43	27.07									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TARTA DE LIMON												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43	162.43
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	0.00
Unidades totales	162.43	162.43	162.43	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	189.50	162.43
Compra promedio	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75	1.75
Unidades por Mes	284.25	284.25	284.25	331.63	331.63	331.63	331.63	331.63	331.63	331.63	331.63	284.25
Unidades por Año	3,790.03											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 55

Unidades mensuales Torta de Chocolate.

Valor de la encuesta	135.36	Ene-Dic	Estacionalidad									
Encuestados	11.00	11.00	11.00									
Ponderado Mensual	1.36	0.91	0.46									
20% participación	404.99	269.50	135.49									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TORTA DE CHOCOLATE												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72	270.72
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	135.36	135.36	135.36	135.36	135.36	135.36	135.36	135.36	0.00
Unidades totales	270.72	270.72	270.72	406.07	406.07	406.07	406.07	406.07	406.07	406.07	406.07	270.72
Compra promedio	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09	1.09
Unidades por Mes	295.08	295.08	295.08	442.62	442.62	442.62	442.62	442.62	442.62	442.62	442.62	295.08
Unidades por Año	4,721.29											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 56

Unidades mensuales Torta de Chantilly.

Valor de la encuesta	135.36	Ene-Dic	Estacionalidad									
Encuestados	1.00	0	1.00									
Ponderado Mensual	1.00	0	1.00									
20% participación	27.07	0	27.07									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TORTA DE CHANTILLY												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	0.00
Unidades totales	0.00	0.00	0.00	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	0.00
Compra promedio	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Unidades por Mes	0.00	0.00	0.00	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	0.00
Unidades por Año	216.57											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 57

Unidades mensuales Torta Helada.

Valor de la encuesta	135.36	Ene-Dic	Estacionalidad									
Encuestados	3.00	3.00	3.00									
Ponderado Mensual	1.00	0.67	0.33									
20% participación	81.21	54.14	27.07									
DEMANDA MENSUAL 2021 PARA TORTA HELADA												
Meses	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Cálculo unidades	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14	54.14
Estacionalidad	0.00	0.00	0.00	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	27.07	0.00
Unidades totales	54.14	54.14	54.14	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	54.14
Compra promedio	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Unidades por Mes	54.14	54.14	54.14	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	81.21	54.14
Unidades por Año	866.29											

Nota: Elaboración propia.

4.2.7. Programa de Ventas en unidades y valorizado.

La demanda anual valorizada se calculó en base a las unidades totales de un año multiplicado por un 35% de nuestro mercado objetivo, por el precio unitario de cada producto, adicionando para el segundo año el crecimiento de la población del distrito de San Borja en 1.91% y un incremento de 3

% como crecimiento a la demanda de nuestros productos.

Panadería

Tabla 58

Demanda valorizada de Panadería y Pastelería.

Mercado Objetivo	3,588,741	717748.2469						
PANADERÍA	Demanda Efectiva año 2021 en Unidades	% de Captación de Mercado	PRECIO	Crecimiento de la población	Crecimiento de la Empresa	Demanda 2021 en Unidades	Valorizado Anual 2021	
Pan francés	3,588,741	20%	S/0.50	1.91%	3.00%	717,748	S/358,874.12	
Pan Ciabatta	2,888,185	20%	S/0.70	1.91%	3.00%	577,637	S/404,345.84	
Pan integral	544,536	20%	S/0.50	1.91%	3.00%	108,907	S/54,453.63	
Pan baguette artesanal	298,806	20%	S/2.50	1.91%	3.00%	59,761	S/149,402.97	
Pan de yema	254,872	20%	S/0.40	1.91%	3.00%	50,974	S/20,389.75	
Pan carioca	170,551	20%	S/0.40	1.91%	3.00%	34,110	S/13,644.11	
Pan de molde	30,699	20%	S/12.00	1.91%	3.00%	6,140	S/73,678.18	
Pan Ciabatta precocido	27,288	20%	S/5.00	1.91%	3.00%	5,458	S/27,288.21	
TOTAL						1,560,736	S/1,102,076.82	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 59

Demanda valorizada de Panadería del año 2022 al 2025.

PANADERÍA	Demanda 2022 en Unidades	Valorizado Año 2022	Demanda 2023 en Unidades	Valorizado Año 2023	Demanda 2024 en Unidades	Valorizado Año 2024	Demanda 2025 en Unidades	Valorizado Año 2025
Pan francés	753,401	S/376,700.48	790,825	S/395,412.32	830,107	S/415,053.64	871,341	S/435,670.60
Pan Ciabatta	606,330	S/424,430.91	636,448	S/445,513.67	668,062	S/467,643.67	701,247	S/490,872.93
Pan integral	114,317	S/57,158.51	119,995	S/59,997.74	125,956	S/62,978.01	132,213	S/66,106.31
Pan baguette artesanal	62,730	S/156,824.27	65,846	S/164,614.20	69,116	S/172,791.08	72,550	S/181,374.13
Pan de yema	53,506	S/21,402.57	56,164	S/22,465.70	58,954	S/23,581.64	61,883	S/24,753.01
Pan carioca	35,805	S/14,321.85	37,583	S/15,033.26	39,450	S/15,780.01	41,410	S/16,563.85
Pan de molde	6,445	S/77,337.99	6,765	S/81,179.60	7,101	S/85,212.04	7,454	S/89,444.78
Pan Ciabatta precocido	5,729	S/28,643.70	6,013	S/30,066.52	6,312	S/31,560.01	6,626	S/33,127.69
TOTAL	1,638,262	S/1,156,820.28	1,719,640	S/1,214,283.01	1,805,059	S/1,274,600.09	1,894,722	S/1,337,913.30

Nota: Elaboración propia.

Tabla 60

Demanda valorizada de Pastelería del año 2021.

PASTELERÍA	Demanda Efectiva año 2021 en Unidades	% de Captación de Mercado	PRECIO	Crecimiento de la población	Crecimiento de la Empresa	Demanda 2021 en Unidades	Valorizado Anual 2021
Queque de naranja	11,370	20%	S/25.00	1.91%	3.00%	2,274	S/56,850.45
Queque de plátano	26,395	20%	S/35.00	1.91%	3.00%	5,279	S/184,763.95
Tres leches de vainilla	32,399	20%	S/65.00	1.91%	3.00%	6,480	S/421,191.42
Tarta de manzana	9,746	20%	S/52.00	1.91%	3.00%	1,949	S/101,356.22
Tarta de limón	18,950	20%	S/63.00	1.91%	3.00%	3,790	S/238,771.87
Torta de chocolate	23,606	20%	S/73.00	1.91%	3.00%	4,721	S/344,654.47
Torta de chantilly	1,083	20%	S/67.00	1.91%	3.00%	217	S/14,510.40
Torta helada	4,331	20%	S/59.00	1.91%	3.00%	866	S/51,111.26
TOTAL						25,576	S/1,413,210.04

Nota: Elaboración propia.

Tabla 61

Demanda valorizada de Pastelería del año 2022 al 2025.

Mercado Objetivo								
PASTELERÍA	Demanda 2022 en Unidades	Valorizado Año 2022	Demanda 2023 en Unidades	Valorizado Año 2023	Demanda 2024 en Unidades	Valorizado Año 2024	Demanda 2025 en Unidades	Valorizado Año 2025
Queque de naranja	2,387	S/59,674.38	2,506	S/62,638.58	2,630	S/65,750.03	2,761	S/69,016.03
Queque de plátano	5,541	S/193,941.73	5,816	S/203,575.40	6,105	S/213,687.60	6,409	S/224,302.10
Tres leches de vainilla	6,802	S/442,113.26	7,140	S/464,074.35	7,494	S/487,126.31	7,867	S/511,323.34
Tarta de manzana	2,046	S/106,390.89	2,148	S/111,675.65	2,254	S/117,222.91	2,366	S/123,045.72
Tarta de limón	3,978	S/250,632.39	4,176	S/263,082.05	4,383	S/276,150.12	4,601	S/289,867.33
Torta de chocolate	4,956	S/361,774.50	5,202	S/379,744.92	5,460	S/398,607.99	5,732	S/418,408.04
Torta de chantilly	227	S/15,231.17	239	S/15,987.75	250	S/16,781.91	263	S/17,615.52
Torta helada	909	S/53,650.11	954	S/56,315.07	1,002	S/59,112.41	1,052	S/62,048.70
TOTAL	26847	S/1,483,408.42	28180	S/1,557,093.76	29580	S/1,634,439.28	31049	S/1,715,626.79

Nota: Elaboración propia.

4.3. Mezcla de marketing

4.3.1. Producto.

Panadería y Pastelería E-PAN SAC. Presenta una propuesta de panificadora en la sombra. Posteriormente a la evaluación de los resultados de las encuestas, las entrevistas y el Focus Group se recopiló la siguiente información, la cual es muy importante para la definición de nuestro portafolio de productos.

4.3.1.1. Logo.

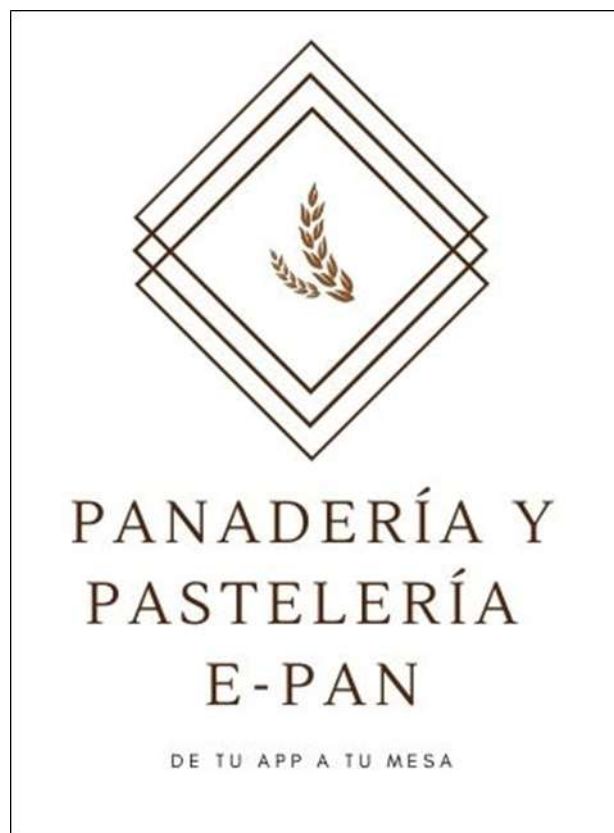


Figura 33. Logo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Nuestro logo tiene la característica de simplicidad y se decidió el color marrón bronce ya que el marrón es por ser "acogedor" y el color bronce transmite elegancia.

4.3.1.2. Producto.

Nuestra panificadora cuenta con un variado portafolio en los que destaca los siguientes productos.

Panadería

Pan horneado

- Pan francés. Peso aproximado 80 gramos. De corteza crujiente, miga suave y esponjosa. Ideal para preparar una deliciosa Butifarra.
- Pan Ciabatta. Peso aproximado 80 gramos. Pan de origen italiano, de corteza crocante y miga ligera. Ideal para sanguches.
- Pan integral. Peso aproximado 50 gramos. Pan a base de mezcla de harina integral de trigo no refinada, sal comestible y agua filtrada. De sabor Suave y ligeramente dulce.
- Pan baguette artesanal. Peso aproximado 250 gramos. Pan crocante hecho en base a harina, sal, levadura y agua filtrada.
- Pan pita. Peso aproximado 50 gramos. Pan de tipo redondo plano, levemente fermentado y de textura similar al borde de la pizza. Hecho en base a harina de trigo, sal, agua, levadura y aceite.

Pan pre cocido

- Pan Ciabatta pre cocido. Pack de 10 unidades. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.
- Pan francés pre cocido. Pack de 10 unidades. Cocido en dos fases, elaborado de la manera tradicional. Una vez sacado del horno, enfriado y congelado. Ideal para que lo caliente cuando usted lo desee.

Pastelería

- Queque de naranja. Para 10 porciones. Queque hecho con la receta casera, esponjoso y suave, con naranja natural.

- Torta de chocolate. Para 20 personas. Queque húmedo de chocolate, relleno y bañado de fudge de chocolate.
- Torta de chantilly. Para 20 personas. Bizcochuelo de vainilla relleno de manjar blanco, fresas, durazno y crema chantilly.
- Torta helada. Para 20 personas. Torta formada por tres capas: la superior de una capa de gelatina de fresa, la mediana de carlota (preparación de gelatina de fresa batida con leche) y la inferior de un bizcochuelo.

Envase

Contamos con tres envases.

- Para los panes horneados

El material es papel Kraft de calidad alimentaria y plástico con las siguientes dimensiones 9 x 4,7 x 2 pulgadas. El diseño transparente de la ventana es para mostrar claramente qué contenido en él.



Figura 34. Presentación en Papel Kraft.

Fuente: Elaboración propia.

- Para los panes pre cocidos. Rollo de bolsas de plástico con pre corte en color natural. Ideal para la conservación y protección del pan pre cocido.



Figura 35. Presentación bolsa de plástico.

Fuente: Elaboración propia.

- Para los pasteles

Esta caja está formada por una sola pieza que se abre a modo de flor mediante cuatro solapas. Estas solapas se pliegan para cerrar a través de un original sistema de asa, que incorpora unos agujeros para transportarla cómodamente.



Figura 36. Presentación para pasteles.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Precio.

Para la determinación del precio se considera el análisis de precios de la competencia directa lo cual nos lleva a revisar las siguientes panaderías.

El pan criollo.



Figura 37. Precio de Pan criollo.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 38. Precio de Pasteles.

Fuente: Elaboración propia.

La empresa se dedica a la elaboración de pan tradicionales, artesanales, queques y tortas.

Incluye delivery con un monto mínimo de S/. 30.00 en un rango de 48 horas del pedido.

- Pastipan

 ARABE BLANCO X 6 UND S/ 3.00 + - Ver detalle	 CIABATTA BLANCO PRECOCIDO Bolsa x 10 UND Producto artesanal no contiene preservantes. S/ 5.90 + - Ver detalle	 PAN FRANCES PRECOCIDO Bolsa x 10 UND Producto artesanal no contiene preservantes. S/ 5.90 + - Ver detalle	 PAN HAMBURGUESA #4 Bolsa x 10 UND Producto artesanal no contiene preservantes. S/ 5.00 + - Ver detalle	 PAN HOT DOG JR Bolsa x 10 UND Producto artesanal no contiene preservantes. S/ 4.00 + - Ver detalle
---	---	--	--	--

Figura 39. Precio de Pastipan.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3. Plaza.

La distribución de la empresa “Dark Bakery” será de canal directo, nos permitirá brindar un costo bajo al consumidor final ya que no se repartirán ganancias con un distribuidor, a la vez se podrá tener contacto directo con los consumidores y poder hacer un seguimiento de fidelización.

Distribución Selectiva: Debido que la distribución de los productos de nuestra empresa será exclusivamente al distrito de San Borja NSE A/B, con fácil acceso del punto de producción al de venta.

La venta de los productos será recepción de llamadas y por medios electrónicos como el ecommerce y también por WhatsApp, para poder realizar las coordinaciones de entrega por ese medio.

Tabla 62

Preguntas.

¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?
Para comercializar nuestros productos al consumidor final será de forma directa.	Llevando los productos por delivery y asegurándonos que sean correctamente empaquetados y transportados hasta llegar al consumidor final	Gerente logístico quien organizará nuestros despachadores los días y horas programados de entrega	Ene-20

Nota: Elaboración propia.

El producto será entregado directamente al cliente final, a diferencia de nuestros competidores directos que cuentan con tienda física la cual es el lugar de recojo.



Figura 40. Canales de distribución directo.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.4. Promoción.

Al iniciar las actividades de nuestra empresa, contaremos con publicidad la cual será mediante redes sociales como Facebook e Instagram, y nos mantendremos en contacto ante cualquier consulta o solicitud vía WhatsApp ya que es un medio fácil y accesible para los clientes, ya que los medios electrónicos son muy usados por NSE A y B. En estos medios sociales mostraremos y enviaremos información sobre nuestra empresa y portafolio de productos de manera permanente. Los visitantes y compradores potenciales podrán interactuar con nosotros por medio de las redes mencionadas.

También manejaremos una página web ya que aumenta nuestra credibilidad y otorga a nuestra empresa una imagen de profesionalidad, brindándonos la oportunidad de mostrar por estos medios la imagen que deseamos proyectar de nuestra empresa.

Los días que se publicarán nuestras promociones por Facebook e Instagram serán los días viernes, sábados y domingos los cuales son los de mayor concurrencia. El mejor horario para conseguir que seamos vistos de lunes a jueves son de 5pm el cual es el horario estándar que se termina el horario laboral.



Figura 41. Medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 63

Plan de Acción: Promoción

¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?
Estar presentes en redes sociales y pagina web	Impulsar nuestros productos en redes sociales como Facebook e Instagram, para captar clientes potenciales, a la vez nos mantendremos en frecuente contacto con esos clientes vía WhatsApp	Gerente de Marketing y Ventas	2021

Nota: Elaboración propia.

Tabla 64

Costos Marketing Digital

Costos Marketing Digital	Subtotal	IGV	Total Soles	Forma de Pago
WEB				
Creación pág. web	2,500.00	450.00	2,950.00	Único
Dominio	250.00	45.00	295.00	Anual
hosting	250.00	45.00	295.00	Anual
			3,540.00	
Facebook e Instagram				
Subtotal		IGV	Total Soles	Forma de Pago
Creación de contenido	1,080.00	194.40	1,274.40	Mensual
Pauta en redes sociales	120.00	21.60	141.60	Mensual
			1,416.00	

Nota: Elaboración propia.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.

La campaña de lanzamiento la difundiremos por medio de las redes sociales, y nuestra página web, para esto contaremos con hosting, dominio y realizaremos el diseño y programación que nos permite tener contacto con nuestros clientes potenciales. De esta forma llegar a ser visto por un gran número de personas pertenecientes a nuestro mercado objetivo.

La degustación es una forma efectiva de promocionar nuestro portafolio de productos, debido a esto se entregará una bolsa de 5 mini panes variados con una torta tamaño cup cake para los que se inscriban en nuestra página

web y Facebook, llenando un formulario con preguntas que demuestren que son nuestro mercado objetivo.

Nuestro personal de delivery contará con un vistoso traje de maestro panadero para hacer entrega de nuestros productos los cuales los llevará en un carrito de panadero que tiene la cualidad de mantener nuestros productos calientes, a la vez este contará con nuestro logo de la empresa.

4.3.4.2. Promoción para todos los años.

La promoción que vamos a mantener activa a través anualmente es llevar degustaciones de nuevos productos o nuevas presentaciones de nuestro portafolio, esta actividad se realizará en ferias en el distrito de San Borja con una frecuencia de dos veces al mes.

Tabla 65

Participación en feria año 2021.

Participación en feria año 2021. Frecuencia 2 veces al mes.					
Ítem	Descripción	Cantidad	subtotal	Igv	total
Inscripción	Entrada feria Itinerante San Borja realizada cada 15 días en distintos parques del distrito	1	500	90	590
Implementación	Mantel Con logo	1	50	9	59
	Bandejas brandeadas	10	322.03	57.97	380
	Banner Roll Screen con diseño de la marca y parante para exteriores	2	320	57.6	377.6
	1 millar de volantes para repartir	1	50	9	59
Degustadoras	Degustadoras encargadas de atender al público	2	120	21.6	141.6
Uniformes	Pantalón brandeado	2	37	6.66	43.66
	Polo brandeado	2	26.5	4.77	31.27
	Mascarilla con especificaciones MINSA Brandeado	2	9.8	1.76	11.56
	Malla de cabello	2	3	0.54	3.54
Panes	8 tipos de Panes	2,549.00	333.1	59.96	393.06
Tortas	1/4 de porción de torta de 20 pedazos	30	363.08	65.35	428.43
Otros implementos	Paquete de servilletas para entregar en la degustación	3	11.37	2.05	13.42
	Paquete de papel toalla	1	9.99	1.8	11.79
	Botella de agua de 7L San Luis para el personal	1	6.5	1.17	7.67
Total			2,162.37	389.23	2,551.60

Nota: Elaboración propia.

Tabla 66

Participación en feria año 2022.

Participación en feria año 2022. Frecuencia 2 veces al mes.					
Ítem	Descripción	Cantidad	subtotal	Igv	total
Inscripción	Entrada feria Itinerante San Borja realizada cada 15 días en distintos parques del distrito	1	500	90	590
Implementación	Mantel Con logo	1	50	9	59
	Bandejas brandeadas	10	322.03	57.97	380
	Banner Roll Screen con diseño de la marca y parante para exteriores	2	320	57.6	377.6
	1 millar de volantes para repartir	1	50	9	59
Degustadoras	Degustadoras encargadas de atender al público	2	120	21.6	141.6
Uniformes	Pantalón brandeado	2	37	6.66	43.66
	Polo brandeado	2	26.5	4.77	31.27
	Mascarilla con especificaciones MINSA Brandeado	2	9.8	1.76	11.56
	Malla de cabello	2	3	0.54	3.54
Panes	8 tipos de Panes	2,307.00	301.48	54.27	355.75
Tortas	1/4 de porción de torta de 20 pedazos	29	353.89	63.7	417.59
Otros implementos	Paquete de servilletas para entregar en la degustación	3	11.37	2.05	13.42
	Paquete de papel toalla	1	9.99	1.8	11.79
	Botella de agua de 7L San Luis para el personal	1	6.5	1.17	7.67
Total			2,121.57	381.88	2,503.45

Nota: Elaboración propia.

Tabla 67

Participación en feria año 2023.

Participación en feria año 2023. Frecuencia 2 veces al mes.					
Ítem	Descripción	Cantidad	subtotal	Igv	total
Inscripción	Entrada feria Itinerante San Borja realizada cada 15 días en distintos parques del distrito	1	500	90	590
Implementación	Mantel Con logo	1	50	9	59
	Bandejas brandeadas	10	322.03	57.97	380
	Banner Roll Screen con diseño de la marca y parante para exteriores	2	320	57.6	377.6
Volantes	1 millar de volantes para repartir	1	50	9	59
degustadoras	Degustadoras encargadas de atender al público	2	120	21.6	141.6
Uniformes	Pantalón brandeado	2	37	6.66	43.66
	Polo brandeado	2	26.5	4.77	31.27
	Mascarilla con especificaciones MINSA Brandeado	2	9.8	1.76	11.56
	Malla de cabello	2	3	0.54	3.54
Panes	8 tipos de Panes	2,064.00	269.64	48.54	318.18
Tortas	1/4 de porción de torta de 20 pedazos	28	342.9	61.72	404.62
Otros implementos	Paquete de servilletas para entregar en la degustación	3	11.37	2.05	13.42
	Paquete de papel toalla	1	9.99	1.8	11.79
	Botella de agua de 7L San Luis para el personal	1	6.5	1.17	7.67
Total			2,078.74	374.17	2,452.91

Nota: Elaboración propia.

Tabla 68

Participación en feria año 2024.

Participación en feria año 2024. Frecuencia 2 veces al mes.					
Ítem	Descripción	Cantidad	subtotal	Igv	total
Inscripción	Entrada feria Itinerante San Borja realizada cada 15 días en distintos parques del distrito	1	500	90	590
Implementación	Mantel Con logo	1	50	9	59
	Bandejas brandeadas	10	322.03	57.97	380
	Banner Roll Screen con diseño de la marca y parante para exteriores	2	320	57.6	377.6
	1 millar de volantes para repartir	1	50	9	59
degustadoras	Degustadoras encargadas de atender al público	2	120	21.6	141.6
Uniformes	Pantalón brandeado	2	37	6.66	43.66
	Polo brandeado	2	26.5	4.77	31.27
	Mascarilla con especificaciones MINSA Brandeado	2	9.8	1.76	11.56
	Malla de cabello	2	3	0.54	3.54
Panes	8 tipos de Panes	1,820.00	237.83	42.81	280.64
Tortas	1/4 de porción de torta de 20 pedazos	27	329.93	59.39	389.32
Otros implementos	Paquete de servilletas para entregar en la degustación	3	11.37	2.05	13.42
	Paquete de papel toalla	1	9.99	1.8	11.79
	Botella de agua de 7L San Luis para el personal	1	6.5	1.17	7.67
Total			2,033.96	366.11	2,400.07

Nota: Elaboración propia.

Tabla 69

Participación en feria año 2025.

Participación en feria año 2025. Frecuencia 2 veces al mes.					
Ítem	Descripción	Cantidad	subtotal	Igv	total
Inscripción	Entrada feria Itinerante San Borja realizada cada 15 días en distintos parques del distrito	1	500	90	590
Implementación	Mantel Con logo	1	50	9	59
	Bandejas brandeadas	10	322.03	57.97	380
	Banner Roll Screen con diseño de la marca y parante para exteriores	2	320	57.6	377.6
Volantes	1 millar de volantes para repartir	1	50	9	59
degustadoras	Degustadoras encargadas de atender al público	2	120	21.6	141.6
Uniformes	Pantalón brandeado	2	37	6.66	43.66
	Polo brandeado	2	26.5	4.77	31.27
	Mascarilla con especificaciones MINSA Brandeado	2	9.8	1.76	11.56
	Malla de cabello	2	3	0.54	3.54
Panes	8 tipos de Panes	1,579.00	206.31	37.14	243.45
Tortas	1/4 de porción de torta de 20 pedazos	26	314.84	56.67	371.51
Otros implementos	Paquete de servilletas para entregar en la degustación	3	11.37	2.05	13.42
	Paquete de papel toalla	1	9.99	1.8	11.79
	Botella de agua de 7L San Luis para el personal	1	6.5	1.17	7.67
Total			1,987.35	357.72	2,345.07

Nota: Elaboración propia.

Tabla 70

Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2021.

Programación de gastos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Sampling	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	2,551	30,612
Uniformes	4,800						4,800						
stickers	1,000						1,000						2,000
volantes	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Manejo de redes sociales	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
Branding (carritos)	9,800				9,800				9,800				29,400
Sub total	19,851	4,251	4,251	4,251	14,051	4,251	10,051	4,251	14,051	4,251	4,251	4,251	92,012
IGV	3,573	765	765	765	2,529	765	1,809	765	2,529	765	765	765	16,562
Total	23,424	5,016	5,016	5,016	16,580	5,016	11,860	5,016	16,580	5,016	5,016	5,016	108,574

Nota: Elaboración propia.

Tabla 71

Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2022.

Programación de gastos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Sampling	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	33,530
Uniformes	4,800						4,800						
stickers	1,000						1,000						2,000
Google ads	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
volantes	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Manejo de redes sociales	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
Branding (carritos)	9,800				9,800				9,800				29,400
Sub total	21,594	5,994	5,994	5,994	15,794	5,994	11,794	5,994	15,794	5,994	5,994	5,994	112,930
IGV	3,887	1,079	1,079	1,079	2,843	1,079	2,123	1,079	2,843	1,079	1,079	1,079	20,327
Total	25,481	7,073	7,073	7,073	18,637	7,073	13,917	7,073	18,637	7,073	7,073	7,073	133,258

Nota: Elaboración propia.

Tabla 72

Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2023.

Programación de gastos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Sampling	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	2,453	29,434
Uniformes	4,800						4,800						
stickers	1,000						1,000						2,000
Google Ads	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
volantes	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Manejo de redes sociales	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
Branding (carritos)	9,800				9,800				9,800				29,400
Sub total	21,253	5,653	5,653	5,653	15,453	5,653	11,453	5,653	15,453	5,653	5,653	5,653	108,834
IGV	3,826	1,018	1,018	1,018	2,782	1,018	2,062	1,018	2,782	1,018	1,018	1,018	19,590
Total	25,078	6,670	6,670	6,670	18,234	6,670	13,514	6,670	18,234	6,670	6,670	6,670	128,425

Nota: Elaboración propia.

Tabla 73

Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2024.

Programación de gastos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Sampling	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	28,800
Uniformes	4,800						4,800						
stickers	1,000						1,000						2,000
Google Ads	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
volantes	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Manejo de redes sociales	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
Branding (carritos)	9,800				9,800				9,800				29,400
Sub total	21,200	5,600	5,600	5,600	15,400	5,600	11,400	5,600	15,400	5,600	5,600	5,600	108,200
IGV	3,816	1,008	1,008	1,008	2,772	1,008	2,052	1,008	2,772	1,008	1,008	1,008	19,476
Total	25,016	6,608	6,608	6,608	18,172	6,608	13,452	6,608	18,172	6,608	6,608	6,608	127,676

Nota: Elaboración propia.

Tabla 74

Programación de gastos de publicidad y Sampling para el año 2025.

Programación de gastos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Sampling	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	2,345	28,140
Uniformes	4,800						4,800						
stickers	1,000						1,000						2,000
Google Ads	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
volantes	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Manejo de redes sociales	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
Branding (carritos)	9,800				9,800				9,800				29,400
Sub total	21,145	5,545	5,545	5,545	15,345	5,545	11,345	5,545	15,345	5,545	5,545	5,545	107,540
IGV	3,806	998	998	998	2,762	998	2,042	998	2,762	998	998	998	19,357
Total	24,951	6,543	6,543	6,543	18,107	6,543	13,387	6,543	18,107	6,543	6,543	6,543	126,898

Nota: Elaboración propia.

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria

E-PAN será una empresa bajo la formación societaria de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), según la Ley General de Sociedades (Ley 26887), debido a que presentará las siguientes características.

Seremos una empresa conformada por cinco (05) socios. Todos los socios poseerán la misma cantidad de acciones y todos participarán activamente en las decisiones de la empresa.

Estas acciones no estarán inscritas en el registro público de mercado de valores.

El capital social de E-PAN S.A.C. estará conformado de la siguiente manera.

Tabla 75

Capital Social.

Capital Social		
Accionistas	%	Cargo
Carla Melgar	20%	Tesorera
Patricia Rolando	20%	Secretaria
Anthony Salas	20%	Director
Jorge Navarro	20%	Vice Director
Álvaro García	20%	Director Suplente

Nota: Elaboración propia.

5.1.1.1. Valorización.

Tabla 76

Valorización Forma societaria.

ACTIVIDADES	DETALLES	V.V	IGV 18%	PRECIO
Búsqueda de nombre	Se busca en la SUNARP	S/.5.00	S/.0.90	S/.5.90
Reserva de Nombre	Se reserva el nombre en SUNARP por 30 días	S/.20.00	S/.3.60	S/.23.60
Minuta de constitución	Elaboración ante un notario y accionistas	S/.450.00	S/.81.00	S/.531.00
Inscripción Registro Público y entrega de testimonio de la empresa	Inscripción en SUNARP	S/.90.00	S/.16.20	S/.106.20
Obtención del RUC	Inscripción como persona Jurídica en Sunat	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Monto Total				S/.666.70

Nota: Elaboración propia.

5.1.2. Registro de marcas y patentes-

5.1.2.1. Actividades y Valorización.

Tabla 77

Actividades y Valorización Marcas y patentes.

ACTIVIDADES	DETALLES	Costo
Búsqueda Fonética /Figurativa	Verificar en Indecopi que no exista una marca similar o igual.	Gratuito
Solicitud de Registro	Se entrega 3 copias a colores del Logo a INDECOPI para el registro de la marca.	S/.534.99
Publicación Oficial y obtención del Título de propiedad intelectual	Después de obtener el Título de propiedad de la marca se debe Publicar por 30 días en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industria	Gratuito

Nota: Elaboración propia.

5.1.3. Licencias y autorizaciones.

La municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de seguridad en Defensa Civil.

5.1.3.1. Actividades y Valorización.

Tabla 78

Actividades Licencias y autorizaciones

ACTIVIDADES		DETALLES	Costo
Licencia de Funcionamiento		Sera obtenida en la Municipalidad y se debe presentar lo siguiente: 1.- Declaración Jurada. Incluir RUC. 2.- Vigencia de Poderes 3.- Inspección de Defensa Civil	S/.160.48
Inscripción de seguridad en Defensa Civil		Cumplir con todas las condiciones de seguridad exigidas y estar aprobadas por INDECI.	S/.86.25
Registro Sanitario		Regulador: DIGESA. Calificar a la evaluación y control sanitario para la producción de alimentos y bebidas. Se realiza un muestreo microbiológico a los productos.	Procedimiento tramitado en la VUCE, No se deberá realizar el pago en el Banco de la Nación
Habilitación Sanitaria y HACCP		Presentar la elaboración de un patrón para garantizar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos. Evaluación de los procesos productivos y asegurar que se cumpla el código de alimentación, desde el inicio del proceso productivo hasta llegar al consumidor final.	Procedimiento tramitado en la VUCE, No se deberá realizar el pago en el Banco de la Nación
Carnet de Sanidad		Lo deberán obtener todos los colaboradores que tengan contacto con los productos destinados al consumo humano.	S/.16.20
Defensa Civil		El costo de la inspección está sujeto al metraje del área de la empresa.	S/.39.29

Nota: Elaboración propia.

5.1.4. Legislación laboral

E-Pan S.A.C. iniciará sus labores como una Pequeña Empresa ya que estará conformada inicialmente por 13 trabajadores y las ventas anuales no superaran 1700 Unidad Impositivas Tributarias (UIT).

Con esta constitución se tiene la siguiente legislación laboral.

5.1.4.1. Actividades y Valorización.

Tabla 79

Actividades y valorización de Legislación laboral.

ACTIVIDADES	DETALLES
Planillas	Los empleados deben estar registrados en la planilla de la empresa. Se llevará la planilla electrónica y se generará el PDT Plame.
Jornada de trabajo	Jornada máxima de 08 horas diarias y un total de 48 horas semanales.
Sobre tiempo	Se realiza un cálculo en base a la Remuneración del trabajador. Las dos (02) primeras horas se calcula al 25% y el resto al 35%.
Remuneración	No menor de a la Remuneración Mínima Vital (RMV)
Descanso Vacacional	Descanso 15 días calendarios.
Gratificación	Se considera media remuneración Fiestas Patrias y en navidad.
CTS	Derecho a la CTS equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con un tope de 90 días de remuneración.
Seguro	Cobertura de seguro social en salud a través de ESSALUD Cobertura de seguro de vida y seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR). Seguro Ley vida
Utilidad	Derecho a participación en las utilidades de la empresa. Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Nota: Elaboración propia.

5.1.5. Legislación tributaria.

Tabla 80

Legislación tributaria.

ACTIVIDADES	DETALLES	Costo
Impuesto General a las Ventas (IGV)	Este impuesto grava a todas las ventas.	18%
Impuesto a la Renta	E-Pan SAC, realizará actividad de producción y comercialización; y le corresponde el impuesto a la renta de tercera categoría. El monto a pagar se calcula al tener las ganancias ya deducidas de todo gasto. El pago es anual y el plazo para realizar la declaración vence el 31 de marzo del año posterior al ejercicio declarado.	Hasta 300 UIT solo pagas el 1% de los ingresos netos mensuales, y si se supera las 300 UIT será el que resulte mayor de aplicar el coeficiente o 1.5%.

Nota: Elaboración propia.

5.1.6. Otros aspectos legales,

- Ley de Industrias – LEY N° 24307

En la cual se indican las normas legales, que deben cumplir las empresas industriales, en aspectos como seguridad e higiene industrial, enfocado en la integridad física de los trabajadores.

- Control e inocuidad de los alimentos de los alimentos para el consumo humano y Código de protección al consumidor

La empresa cumplirá las normas establecidas en la base del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por D.S. 007-98-SA y Decreto Legislativo N° 1062 Ley de inocuidad de los Alimentos, en donde se detallan aspectos como: Buenas prácticas de manufactura, buenas prácticas de almacenamiento, los criterios microbiológicos de calidad sanitaria, rotulado y envasado, manipulación de los alimentos, buenas prácticas de higiene y saneamiento del personal y superficies, entre otros.

5.1.7. Resumen del capítulo.

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

Tabla 81

Resumen del capítulo.

CONSTITUCION DE LA EMPRESA		
ACTIVIDADES	DETALLES	Valor de Venta
Búsqueda de nombre	Se busca en la SUNARP	S/.5.90
Reserva de Nombre	Se reserva el nombre en SUNARP por 30 días	S/.23.60
Minuta de constitución	Elaboración ante un notario y accionistas	S/.531.00
inscripción Registro Público y entrega de testimonio de la empresa	Inscripción en SUNARP	S/.106.20
Obtención del RUC	Inscripción como persona Jurídica en Sunat	Gratuito
MARCAS Y PATENTES		
ACTIVIDADES	DETALLES	Costo
Búsqueda Fonética /Figurativa	Verificar en Indecopi que no exista una marca similar o igual.	Gratuito
Solicitud de Registro	Se entrega 3 copias a colores del Logo a INDECOPÍ para el registro de la marca.	S/.534.99
Publicación Oficial y obtención del Título de propiedad intelectual	Después de obtener el Título de propiedad de la marca se debe Publicar por 30 días en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industria	Gratuito
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES		
Licencia de Funcionamiento	Sera obtenida en la Municipalidad y se debe presentar lo siguiente: 1.- Declaración Jurada. Incluir RUC. 2.- Vigencia de Poderes 3.- Inspección de Defensa Civil	S/.160.48
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	Cumplir con todas las condiciones de seguridad exigidas y estar aprobadas por INDECI.	S/.86.25
Registro Sanitario	Regulador: DIGESA. Calificar a la evaluación y control sanitario para la producción de alimentos y bebidas. Se realiza un muestreo microbiológico a los productos.	Procedimiento tramitado en la VUCE, No se deberá realizar el pago en el Banco de la Nación
Habilitación Sanitaria y HACCP	Presentar la elaboración de un patrón para garantizar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos.	Procedimiento tramitado en la VUCE, No se deberá realizar el pago en el Banco de la Nación
Carnet de Sanidad	Evaluación de los procesos productivos y asegurar que se cumpla el código de alimentación, desde el inicio del proceso productivo hasta llegar al consumidor final. Lo deberán obtener todos los colaboradores que tengan contacto con los productos destinados al consumo humano.	S/.16.20
Defensa Civil	El costo de la inspección está sujeto al metraje del área de la empresa.	S/.39.29
LEGISLACION LABORAL		
ACTIVIDADES	DETALLES	
Planillas	Los empleados deben estar registrados en la planilla de la empresa.	
Jornada de trabajo	Se llevará la planilla electrónica y se generará el PDT Plame.	
Sobre tiempo	Jornada máxima de 08 horas diarias y un total de 48 horas semanales.	
Remuneración	Se realiza un cálculo en base a la Remuneración del trabajador. Las dos (02) primeras horas se calcula al 25% y el resto al 35%.	
Descanso Vacacional	No menor de a la Remuneración Mínima Vital (RMV)	
Gratificación	Descanso 15 días calendarios.	
CTS	Se considera media remuneración Fiestas Patrias y en navidad.	
Seguro	Derecho a la CTS equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con un tope de 90 días de remuneración.	
Utilidad	Cobertura de seguro social en salud a través de ESSALUD	
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.	Cobertura de seguro de vida y seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).	
	Seguro Ley vida	
	Derecho a participación en las utilidades de la empresa.	
LEGISLACION TRIBUTARIA		
ACTIVIDADES	DETALLES	Costo
Impuesto General a las Ventas (IGV)	Este impuesto grava a todas las ventas.	18%
Impuesto a la Renta	E-Pan SAC, realizará actividad de producción y comercialización; y le corresponde el impuesto a la renta de tercera categoría. El monto a pagar se calcula al tener las ganancias ya deducidas de todo gasto. El pago es anual y el plazo para realizar la declaración vence el 31 de marzo del año posterior al ejercicio declarado.	Hasta 300 UIT solo pagas el 1% de los ingresos netos mensuales, y si se supera las 300 UIT será el que resulte mayor de aplicar el coeficiente o 1.5%.

Nota: Elaboración propia.

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

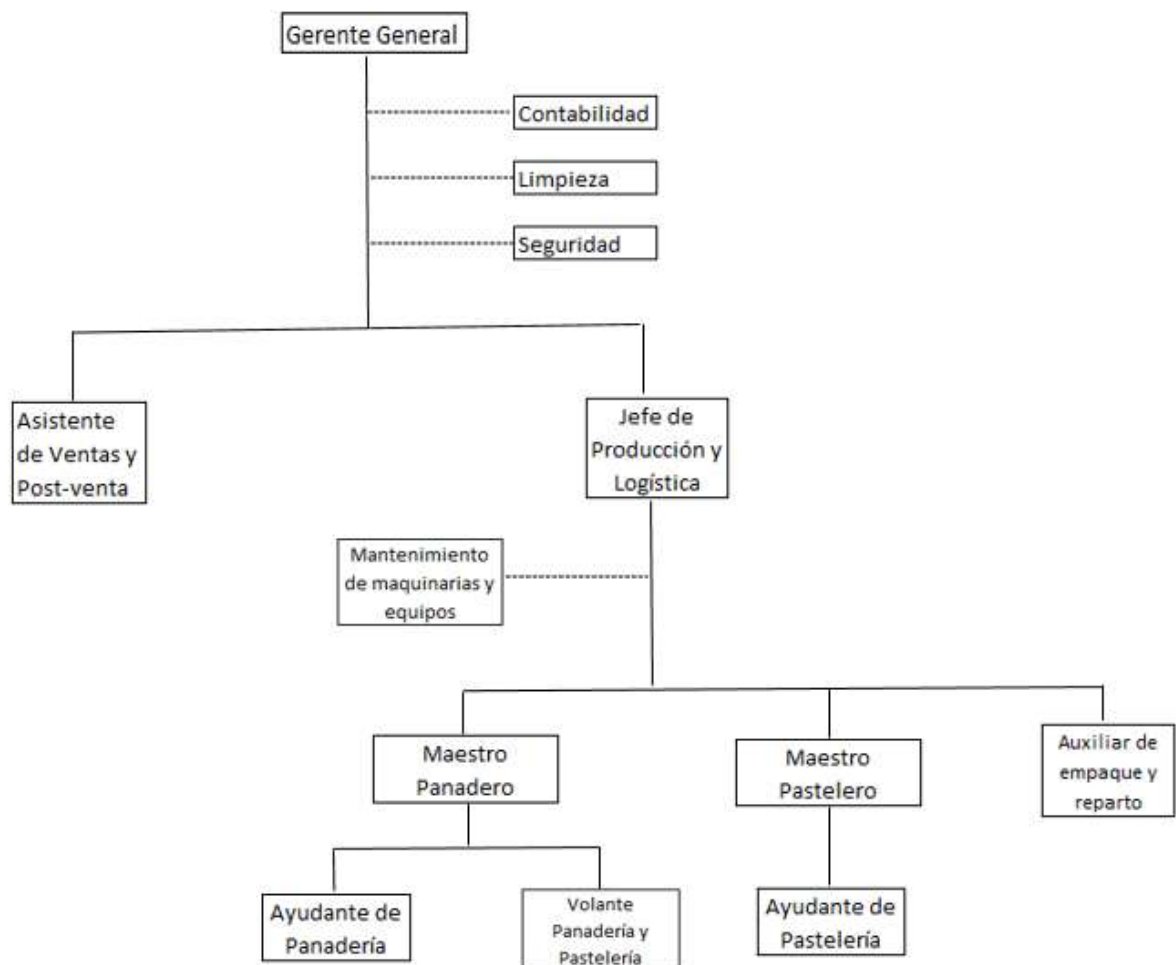


Figura 42. Organigrama Funcional.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Servicios tercerizados.

Delegaremos las tareas que no van ligadas con el propósito principal del negocio, por lo que podríamos reducir costos dedicando así más tiempo y atención a la elaboración, distribución y fidelización de los clientes.

Contaremos con los siguientes servicios:

Servicio Outsourcing de contabilidad

Servicios de mantenimiento de las maquinarias

Servicio de limpieza

Servicios de seguridad monitoreada.

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Tabla 82

Descripción Gerente General.

IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Puesto:	Gerente General
Área:	Administrativa
Reporta a:	-
FUNCIONES	
Adecuar la estructura organizacional y asignar los recursos financieros y humanos de acuerdo con el plan Contratación y la formación del personal, gestionar actividades de los colaboradores	
Implementar indicadores de gestión	
Diseñar estrategias y realizar seguimiento del proceso de ventas	
Capacitación a los repartidores de atención al cliente	
Elegir el número de miembros del equipo	
Establecer objetivos de ventas	
Producir contenidos de marketing y promoción	
Diseñar campañas promocionales	
Gestión de recursos humanos, económicos o de materiales	
REQUISITOS DEL PUESTO	
EDUCACION FORMAL	
() Secundaria completa () Estudio Técnico (X) Estudio Universitario	
CAMPO DE ESPECIALIZACION: Administración//ingeniería industrial	
GRADOS Y/O TITULOS: Titulado	
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): No	
CURSOS: Gestión de panadería	
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 5 años gestionando en restaurantes y/o cafeterías	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

Descripción Asistente de venta y postventa.

IDENTIFICACION DEL PUESTO		
Puesto:	Asistente de venta y postventa	
Área:	Administrativa	
Reporta a:	Gerente General	
FUNCIONES		
Gestionar las redes sociales y app		
Atención de los pedidos por WhatsApp		
Gestión de satisfacción al cliente y atención de reclamos		
Recibir pedidos, imprimir stickers con información de os clientes y colocarlos en las bolsas de despacho		
REQUISITOS DEL PUESTO		
EDUCACION FORMAL		
() Secundaria completa	(X) Estudio Técnico	(X) Estudio Universitario
CAMPO DE ESPECIALIZACION: Marketing		
GRADOS Y/O TITULOS: Egresado //bachiller		
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): No		
CURSOS: Ofimática		
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 2 años community manager 1 año atención al cliente		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 84

Descripción Jefe de producción y logística.

IDENTIFICACION DEL PUESTO		
Puesto:	Jefe de producción y logística	
Área:	Producción, Logística	
Reporta a:	Gerente General	
FUNCIONES		
Establecer indicadores de producción y distribución		
Gestionar de forma óptima el aprovisionamiento y la planificación, la logística interna		
Gestionar y planificar las actividades de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución		
Analizar los procedimientos de distribución de las operaciones comerciales		
Verificar la calidad de los panes y pasteles		
REQUISITOS DEL PUESTO		
EDUCACION FORMAL		
() Secundaria completa	() Estudio Técnico	(x) Estudio Universitario
CAMPO DE ESPECIALIZACION: Ingeniería Industrial		
GRADOS Y/O TITULOS: Titulado		
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): A1		
CURSOS: Cadena de Abastecimiento; logística		
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 5 años como jefe del área logística en empresas del rubro alimenticio		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 85

Descripción Maestro panadero y pastelero.

IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Puesto:	Maestro panadero, pastelero
Área:	Producción y logística
Reporta a:	Jefe de logística
FUNCIONES	
Controlar la merma.	
Elaborar las solicitudes de insumos al área logística para las preparaciones diarias	
Preparar panes, tortas y pasteles solicitados en coordinado con el área.	
Capacitar al asistente panadero/pastelero	
Mantener y supervisar las buenas prácticas de manufactura.	
Dirigir al equipo de producción de panadería/pastelería.	
REQUISITOS DEL PUESTO	
EDUCACION FORMAL	
() Secundaria completa (X) Estudio Técnico () Estudio Universitario	
CAMPO DE ESPECIALIZACION: Panadería y pastelería	
GRADOS Y/O TITULOS: Titulado	
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): No	
CURSOS: especialización en panadería y pastelería fina	
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 10 años en elaboración de panes y pasteles	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 86

Descripción Auxiliar de panadería/pastelería.

IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Puesto:	Auxiliar de panadería/pastelería
Área:	Producción y logística
Reporta a:	Maestro panadero
FUNCIONES	
Mantener el orden, la higiene de los espacios de trabajo y los elementos utilizados, bajo supervisión.	
Asistir en la elaboración de productos.	
Preparar y disponer los equipos, herramental auxiliar y materias primas para la elaboración de masas base, productos intermedios o piezas de pastelería	
REQUISITOS DEL PUESTO	
EDUCACION FORMAL	
(X) Secundaria completa (X) Estudio Técnico () Estudio Universitario	
CAMPO DE ESPECIALIZACION: panadería y pastelería	
GRADOS Y/O TITULOS: Egresado	
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): No	
CURSOS: Elaboración de panes y pasteles	
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 2 años elaborando panes y pasteles	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 87

Auxiliares de empaque y reparto.

IDENTIFICACION DEL PUESTO	
Puesto:	Auxiliares de empaque y reparto
Área:	Producción y logística
Reporta a:	Jefe de producción y logística
FUNCIONES	
Empaquetar los pedidos que entregará	
Verificar que el producto cuente con precinto de seguridad y colocar doble embalaje antes de ponerlo al carrito delivery desinfectado	
Al entregar el pedido deberá (si recién se procede al pago) colocar en una superficie limpia el vuelto que estará en una bolsita de plástico o colocar el POS desinfectado para que el cliente digite su clave y proceda al pago	
REQUISITOS DEL PUESTO	
EDUCACION FORMAL	
(X) Secundaria completa	() Estudio Técnico () Estudio Universitario
CAMPO DE ESPECIALIZACION: --	
GRADOS Y/O TITULOS: --	
LICENCIA DE CONDUCIR (Clase): B-Ib. Motocicletas con Sidecar (3 ruedas)	
CURSOS: --	
EXPERIENCIA PREVIA (Tiempo): 2 años brindando el servicio de delivery	

Nota: Elaboración propia.

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Tabla 88

Servicio Outsourcing de Contabilidad.

IDENTIFICACION DEL SERVICIO
Servicio Outsourcing de Contabilidad
FUNCIONES
Examinar las cuentas y registros financieros.
Verificar que los libros contables cumplan con la legislación aplicable.
Garantizar que tanto los ingresos como los egresos de dinero hayan sido debidamente registrados.
Elaborar el balance de los ingresos y gastos en el libro contable correspondiente.
Manejar la nómina de las empresas.
Asesorar en la declaración de impuestos.
Calcular el monto a cancelar por concepto de impuestos.
Analizar los registros contables.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 89

Servicio Mantenimiento de las máquinas.

IDENTIFICACION DE SERVICIO
Servicio Mantenimiento de las máquinas
FUNCIONES
Mantenimiento industrial correctivo.
Mantenimiento industrial preventivo
Mantenimiento industrial predictivo
<i>Nota:</i> Elaboración propia.

Tabla 90

Servicio Mantenimiento y limpieza.

IDENTIFICACION DE SERVICIO
Servicio Mantenimiento y limpieza
FUNCIONES
Servicio todo incluido: operarios, productos y equipos
Horario de limpieza adaptado a las necesidades del cliente.
<i>Nota:</i> Elaboración propia.

Tabla 91

Servicio video vigilancia.

IDENTIFICACION DE SERVICIO
Servicio video vigilancia
FUNCIONES
Servicio de video vigilancia las 24hrs.
Reporte en caso de incidencias
<i>Nota:</i> Elaboración propia.

5.2.5. Aspectos laborales.

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

Tabla 92

Tipo de contrato.

CARGO	Tipo de contrato
Gerente General	Contrato a plazo indeterminado o indefinido
Jefe Comercial y Ventas	Contrato a plazo indeterminado o indefinido
Jefe Producción y Logística	Contrato a plazo indeterminado o indefinido
Asistente de Ventas	Contrato a plazo fijo o determinado
Maestro Panadero	Contrato a plazo fijo o determinado
Maestro Pastelero	Contrato a plazo fijo o determinado
Ayudante de panadería	Contrato a plazo fijo o determinado
Ayudante de pastelería	Contrato a plazo fijo o determinado
Auxiliares de empaque y reparto	Contrato de locación y servicio

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.

El régimen laboral de la empresa E-Pan S.A.C. se encuentra regulado por la Ley 28015 – Ley de la Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa

Tabla 93

Régimen laboral de puestos de trabajo.

Ley N° 28015	
	Los empleados deben estar registrados en la planilla de la empresa. Se llevará la planilla electrónica y se generará el PDT Plame. Jornada máxima de 08 horas diarias y un total de 48 horas semanales. Se realiza un cálculo en base a la Remuneración del trabajador. Las dos (02) primeras horas se calcula al 25% y el resto al 35%.
Beneficios Laborales	No menor de a la Remuneración Mínima Vital (RMV) Descanso 15 días calendarios. Se considera media remuneración Fiestas Patrias y en navidad. Derecho a la CTS equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con un tope de 90 días de remuneración. Derecho a participación en las utilidades de la empresa.
Salud	Cobertura de seguro social en salud a través de ESSALUD Seguro Ley vida Cobertura de seguro de vida y seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).
Sistema Pensionario	Obligación entre SNP Y SPP

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.3. Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 94

Planilla Año 2020 - diciembre.

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador			Aportes del Empleador		Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones		Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%	Seguro Ley vida	Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Pro fututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/16.86	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58		S/54,089.49
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	pro fututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/16.86	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90		S/39,199.61
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/16.86	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/31,619.32
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/16.86	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/36,254.40
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/16.86	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/36,254.40
Ayudante de Panadería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/16.86	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/14,415.92
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/16.86	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/14,415.92
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/16.86	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/14,415.92
Auxiliares de empaque y reparto	5	S/960.00	S/4,800.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/16.86	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/58,575.92
	13		S/17,830.00		S/1,600.11	S/1,456.00		S/134.88					S/245,151.42

Nota: Elaboración propia.

Tabla 95

Planilla Año 2021.

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador		Aportes del Empleador			Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones	Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%		Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL	
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Profututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/202.32	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58	S/56,315.01	
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	Profututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/202.32	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90	S/41,425.13	
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/404.64	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/36,272.68
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/2,880.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/606.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/43,577.12
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Auxiliares de empaque y reparto	23	S/960.00	S/22,080.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/4,653.36	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/312,933.92
	33		S/37,030.00		S/1,600.11	S/1,456.00		S/6,676.56					S/544,451.58

Nota: Elaboración propia.

Tabla 96

Planilla Año 2022

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador		Aportes del Empleador			Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones	Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%		Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL	
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Profututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/202.32	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58	S/56,315.01	
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	Profututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/202.32	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90	S/41,425.13	
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/404.64	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/36,272.68
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/2,880.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/606.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/43,577.12
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Auxiliares de empaque y reparto	24	S/960.00	S/23,040.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/4,855.68	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/326,401.76
	34		S/37,990.00		S/1,600.11	S/1,456.00		S/6,878.88					S/557,919.42

Nota: Elaboración propia.

Tabla 97

Planilla Año 2023

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador		Aportes del Empleador			Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones		Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%		Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Profututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/202.32	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58		S/56,315.01
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	Profututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/202.32	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90		S/41,425.13
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/404.64	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/36,272.68
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/2,880.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/606.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/43,577.12
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Auxiliares de empaque y reparto	25	S/960.00	S/24,000.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/5,058.00	S/480.00	S/523.20	S/523.60		S/339,269.60
	35		S/38,950.00		S/1,600.11	S/1,456.00		S/7,081.20					S/570,787.26

Nota: Elaboración propia.

Tabla 98

Planilla Año 2024.

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador		Aportes del Empleador			Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones		Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%		Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Profututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/202.32	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58		S/56,315.01
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	Profututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/202.32	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90		S/41,425.13
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/404.64	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/36,272.68
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/38,479.92
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/2,880.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/606.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/43,577.12
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/16,641.44
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/220.00	S/16,921.44
Auxiliares de empaque y reparto	27	S/960.00	S/25,920.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/5,462.64	S/480.00	S/523.20	S/523.60		S/300,653.60
	37		S/40,870.00		S/1,600.11	S/1,456.00	S/7,485.84						S/532,451.26

Nota: Elaboración propia.

Tabla 99

Planilla Año 2025.

SUELDOS		Ingresos		Aportes del trabajador		Aportes del Empleador			Beneficios Sociales				
Puestos	Cant.	Remuneración Básica Mensual	Remuneración Básica Mensual total	Sist. De Pensiones		Quinta Categoría UIT 2020: 4300	Es salud 9%		Vacaciones 15 DIAS	Gratificaciones (Jul-Dic)	CTS (May- Nov)	BONO TRIMESTRAL	TOTAL DE PLANILLA ANUAL
Gerente General	1	S/3,800.00	S/3,800.00	Profututo (12.02%)	S/456.76	S/672.00	S/342.00	S/202.32	S/1,900.00	S/2,071.00	S/2,072.58		S/53,887.17
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/2,750.00	Profututo (12.02%)	S/330.55	S/672.00	S/247.50	S/202.32	S/1,375.00	S/1,498.75	S/1,499.90		S/38,997.29
Asistente de ventas	2	S/1,200.00	S/2,400.00	Integra (11.35%)	S/136.20	S/0.00	S/108.00	S/404.64	S/600.00	S/654.00	S/654.50	S/150.00	S/31,417.00
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/36,052.08
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/2,500.00	ONP (13%)	S/325.00	S/392.00	S/225.00	S/202.32	S/1,250.00	S/1,362.50	S/1,363.54	S/150.00	S/36,052.08
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/2,880.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/606.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/36,293.60
Ayudante de Panadería y Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/14,213.60
Ayudante de Pastelería	1	S/960.00	S/960.00	ONP (13%)	S/124.80	S/0.00	S/86.40	S/202.32	S/480.00	S/523.20	S/523.60	S/150.00	S/14,213.60
Auxiliares de empaque y reparto	28	S/960.00	S/26,880.00	Integra (11.35%)	S/108.96	S/0.00	S/86.40	S/5,664.96	S/480.00	S/523.20	S/523.60		S/311,693.60
	38		S/41,830.00		S/1,600.11	S/1,456.00		S/7,688.16					S/518,932.86

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 100

Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.

Servicios	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Mantenimiento	S/.13,765.88	S/.13,765.88	S/.13,765.88	S/.13,765.88	S/.13,765.88
Contabilidad	S/.4,450.00	S/.4,450.00	S/.4,450.00	S/.4,450.00	S/.4,450.00
Limpieza	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00
Seguridad	S/.1061.00	S/.1061.00	S/.1061.00	S/.1061.00	S/.1061.00

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Horario Administrativos.

Lunes a sábado de 9:00 a 6:00 pm

Horario Producción

Lunes a domingo de 4:00am - 2:00 pm (maestro panadero)

Lunes a domingo de 5:30am - 9:30 am y 3:30 pm – 7:30 pm (auxiliares de empaque y reparto)

Lunes a domingo de 6:30am - 3:30 pm (ayudantes de panadería)

Lunes a domingo de 7:00am - 4:00 pm (jefe de logística)

Lunes a domingo de 9:00 am – 6:00 pm (maestro de pastelería y ayudantes)

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada.

6.1.1.1. Criterios.

- Logística y abastecimiento:

El proceso de abastecimiento será de mantener stock para 3 días para perecibles como los huevos y frutas, un stock de 7 días para productos lácteos y sus derivados y un stock de 15 días para productos secos con mayor tiempo de vida como el azúcar, la harina, la sal. Los productos de embalaje y/o empaque tendrán una política de stock de 1 mes para reducir costos de compras por volumen.

- Comercialización:

Los pedidos se recepcionarán hasta las 5:00 pm. del día anterior, para poder garantizar la correcta atención de todos los pedidos.

- Producción:

La producción en la elaboración de los panes del día será en un solo turno, iniciando la producción a las 7 de la mañana y terminando aproximadamente a las 2 de la tarde. Consideramos 2 tiempos de horneado, el mismo que inicia a las 4 de la mañana, siendo el segundo turno a las 3 y 30 de la tarde. Se consideró un maestro panadero y dos ayudantes de panadería.

La producción de pastelería se inicia a las 9 de la mañana y se termina a las 6 de la tarde. Para esta producción se contará con un maestro pastelero y un ayudante de pastelería.

- Distribución:

Para la distribución contaremos con una flota de 23 auxiliares de reparto para el año 2021, los mismo que tendrán la función adicional del empaquetado de los panes y tortas además de la distribución.

6.1.1.2. Cálculos.

- Logística y abastecimiento

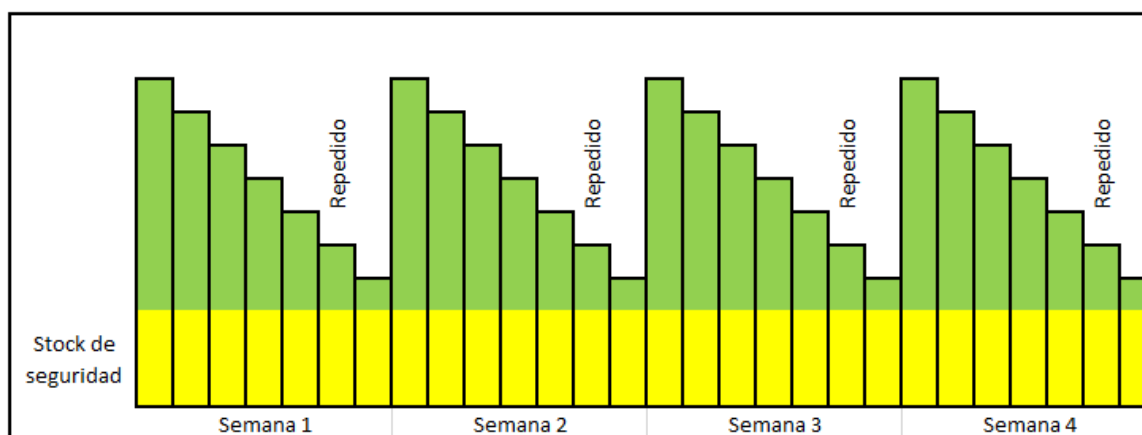


Figura 43. Logística y abastecimiento.

Fuente: Elaboración propia.

- Comercialización

Tabla 101

Comercialización.

Medio de recepción	Participación	2021	2022	2023	2024	2025
		542	569	597	627	658
WhatsApp	46%	249	262	275	288	303
App	34%	184	193	203	213	224
Afiliación	11%	60	63	66	69	72
Manual	9%	49	51	54	56	59
		542	569	597	627	658
Personal	Tiempo (min)	2021	2022	2023	2024	2025
2	960	49	51	54	56	59
Atención por minuto		20	19	18	17	16

Nota: Elaboración propia.

- Producción

Tabla 102

Producción de panadería. (en paralelo 4 personal)

Producción de panadería				
Trabajo secuencial	Inicio	Fin	Minutos	Cantidad Trabajadores
Recojo de ingredientes	7:00 a. m.	7:20 a. m.	20	2
Pesado de Insumos	7:20 a. m.	7:50 a. m.	30	2
Trabajos en Paralelo				
Amasado Proceso 1 (2 máquinas)	7:50 a. m.	8:30 am	40	2
Amasado Proceso 2 (2 máquinas)	8:30 a. m.	9:10 a. m.	40	2
Divisora Automática	8:30 a. m.	9:35 a. m.	65	1
	9:40 a. m.	10:30 a. m.	50	1
	10:35 a. m.	11:35 a. m.	60	1
	11:40 a. m.	12:00 p. m.	20	1
Formado de panes y traslado a cámara de fermentación	8:40 a. m.	11:05 a. m.	145	2
	9:55 a. m.	10:45 a. m.	50	1
	10:45 a. m.	1:03 p. m.	138	2
	11:35 a. m.	12:45 p. m.	70	1
	12:45 p. m.	2:15 p. m.	90	2
	1:05 p. m.	2:05 p. m.	60	2
Horneado turno tarde	3:30 p. m.	5:36 p. m.	126	1
Horneado turno mañana	4:00 a. m.	5:54 a. m.	116	1

Nota: Elaboración propia.

- Distribución

Tabla 103

Distribución de panadería en ambos turnos.

Turno Diurno	Año 2021		Distribución		
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
6:30-7:00am	24%	833	104	5	17
7:00-7:30 am	32%	1,110	139	5	23
7:30-8:00 am	20%	694	87	5	14
8:00-8:30am	9%	312	39	5	7
8:30-9:00 am	15%	520	65	5	11
Totales		3,469	434		23
Turno Tarde	Año 2021		Distribución		
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
5:00 – 5:30 pm.	14%	124	15	5	3
5:31 – 6:00 pm.	29%	248	31	5	5
6:01 – 6:30 pm.	19%	165	21	5	3
6:31 – 7:00 pm.	38%	330	41	5	7
Totales		867	108		7
Turno Diurno	Año 2025		Distribución		
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
6:30-7:00am	24%	1011	126	5	21
7:00-7:30 am	32%	1348	168	5	28
7:30-8:00 am	20%	842	105	5	18
8:00-8:30am	9%	379	47	5	8
8:30-9:00 am	15%	632	79	5	13
	100%	4,212	527		28
Turno Tarde	Año 2025		Distribución		
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
a. 5:00 – 5:30 pm.	14.30%	150	19	5	4
b. 5:31 – 6:00 pm.	28.60%	301	38	5	7
c. 6:01 – 6:30 pm.	19.00%	200	25	5	5
d. 6:31 – 7:00 pm.	38.10%	401	50	5	9
	100%	1,053	132		9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 104

Distribución de pastelería solo turno tarde.

Turno Tarde	Año 2021	Distribución			
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
4:40 – 6:40 pm.	100%	71	1	5	8
Turno Tarde	Año 2025	Distribución			
Hora	%	Demanda	Familias	Minuto x Fam.	Repartidores
4:40 – 6:40 pm.	100%	86	1	5	10

Nota: Elaboración propia

6.1.2. Capacidad utilizada.

6.1.2.1. Criterios.

Horizonte de evaluación: 5 años, 2021 – 2025

Tasa de crecimiento: 1.91 por crecimiento poblacional y 3% por crecimiento empresa.

Economía a escala:

- Horno Rotativo (1,728 panes)
- Amasadora 160kg
- Divisora automática 150 kg
- Cámara fermentación (6,912 panes)

6.1.2.2. Cálculos.

Tabla 105

Amasadora Mecnosud.

Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	2	unidades
Capacidad de masa	160	Kilos
Batch	150	Kilos
Repetir proceso	4	veces
Peso total amasado	480	Kilos
Tiempo de amasado	30	minutos
Tiempo total del proceso x máquina	40	minutos
Tiempo de la Demanda	1.2	horas

Nota: Elaboración propia.

Tabla 106

Divisora Automática PTZ - 30.

Divisora Automática PTZ - 30		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad de masa	150	Kilos
Divisiones máximas	60	unidades
Corte por minuto	30	unidades
Batch x hora	1,800	unidades
Demanda máxima por Batch	1,752	unidades
Tiempo por Evento	60	minutos
Repetir proceso	4	veces
Peso Total de masas	480	kilos
Total, cortes y boleado	5,315	unidades
Tiempo total	3.2	Horas
Trabaja en Paralelo con proceso de formado manual.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 107

Cámara de Fermentación COLIP.

Cámara de Fermentación COLIP Controlada MATURPAST 2P 8C		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad	8	coches
Capacidad de bandejas x Coche	36	bandejas
Capacidad de panes x Bandeja	24	unidades
Capacidad de panes x coche	864	unidades
Capacidad máxima de cámara	6,912	panes
Batch x día	5,315	unidades
Tiempos		Programado

Nota: Elaboración propia.

Tabla 108

Horno Rotativo Galax.

Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad	2	coches
2 coches	36	bandejas
Bandeja	24	panes
Capacidad máxima	1,728	panes
Batch máximo	1,728	panes
Tiempo por evento panes individuales	10/12/2017	minutos
Tiempo por evento pan de molde	40	minutos
Repeticiones turno mañana	4	veces
Repeticiones turno tarde	4	veces
Tiempo total turno mañana	2	horas
Tiempo total turno tarde	2	horas
Tiempo de Horneado x día en ambos turnos	5,315	panes

Nota: Elaboración propia.

6.1.2.3. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Tabla 109

Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Equipo	Tiempo utilización	Ratio de uso
Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	1.64	20.50%
Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	1.7	21.25%
Divisora Automática PTZ - 30	2.9	36.25%
Cámara de fermentación controlada 2P 8C	2.4	30.00%

Nota: Elaboración propia.

6.1.3. Capacidad máxima.

6.1.3.1. Criterios.

- Capacidad de equipos: Se considera la máxima capacidad de producción de los equipos.
- Turno: Se considera un turno diurno con inicio de operaciones 4am, eliminando el turno de amanecida al incluir dentro de las maquinarias, una cámara de fermentación controlada, que permite el bloqueo de fermentación para que el horneado sea a la hora deseada.

6.1.3.2. Cálculos.

Tabla 110

Cálculos.

	Año 2021		Año 2022		Año 2023		Año 2024		Año 2025	
	Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día	
	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades
Demanda	366	4,335.40	384.2	4,550.70	403.3	4,776.80	423.4	5,014.10	444.4	5,263.10
Merma	7%		7%		7%		7%		7%	
Sampling	1.40%	1.40%	1.30%	1.30%	1.20%	1.20%	1.10%	1.10%	1.00%	1.00%
Totales	397	4,396	416	4,610	436	4,834	458	5,069	480	5,316

Nota: Elaboración propia.

Tabla 111

Capacidad de producción.

Capacidad de producción	Demanda	Turno de 8 horas.	Turnos 12 horas.	Ratio
kg.	408	480	1440	353%
und.	4211	4954	14861	353%

Nota: Elaboración propia.

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

Diagrama de flujo logístico: Inicio de nuestras operaciones

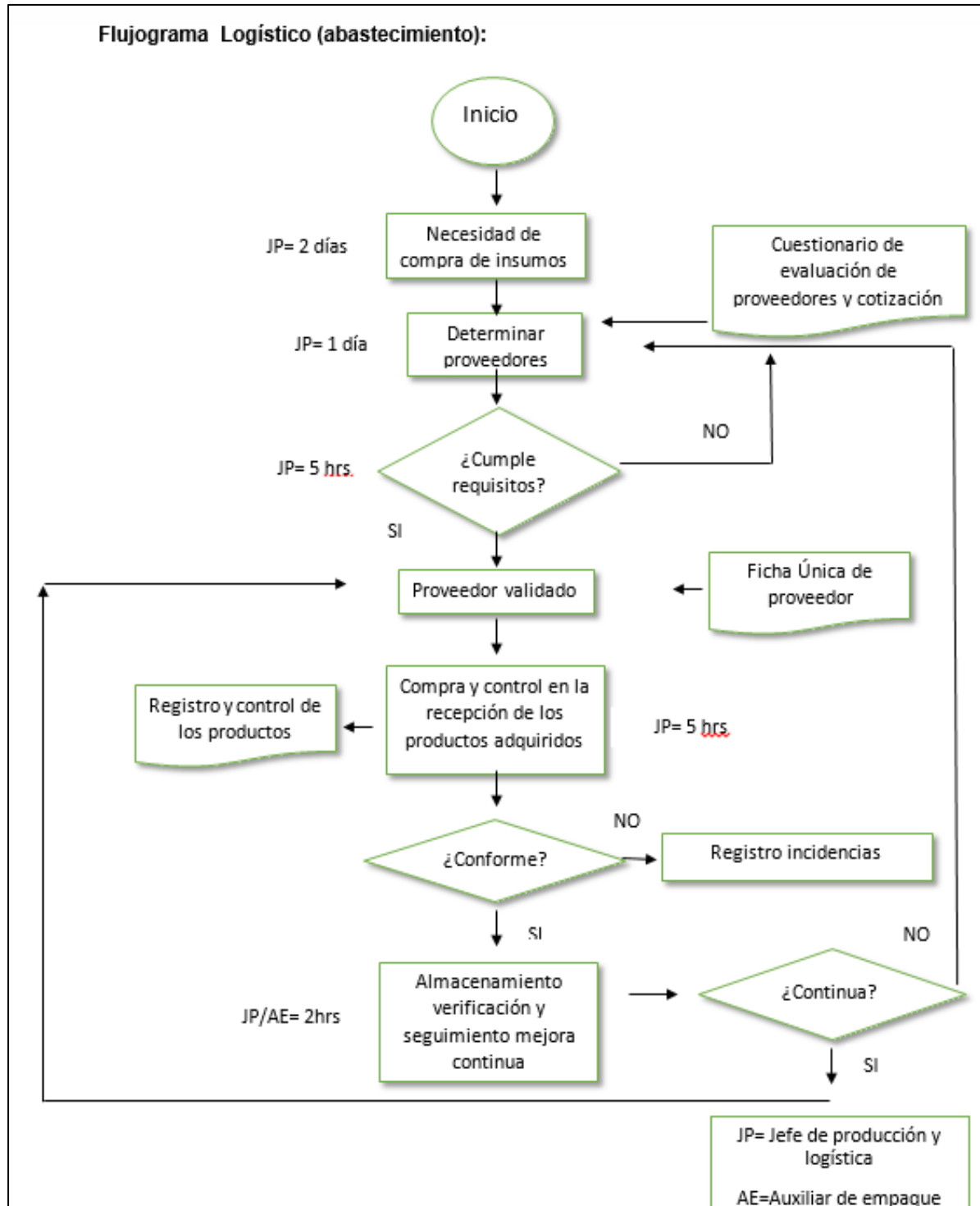


Figura 44. Diagrama de flujo logístico: Inicio de nuestras operaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Flujograma Logístico (abastecimiento):

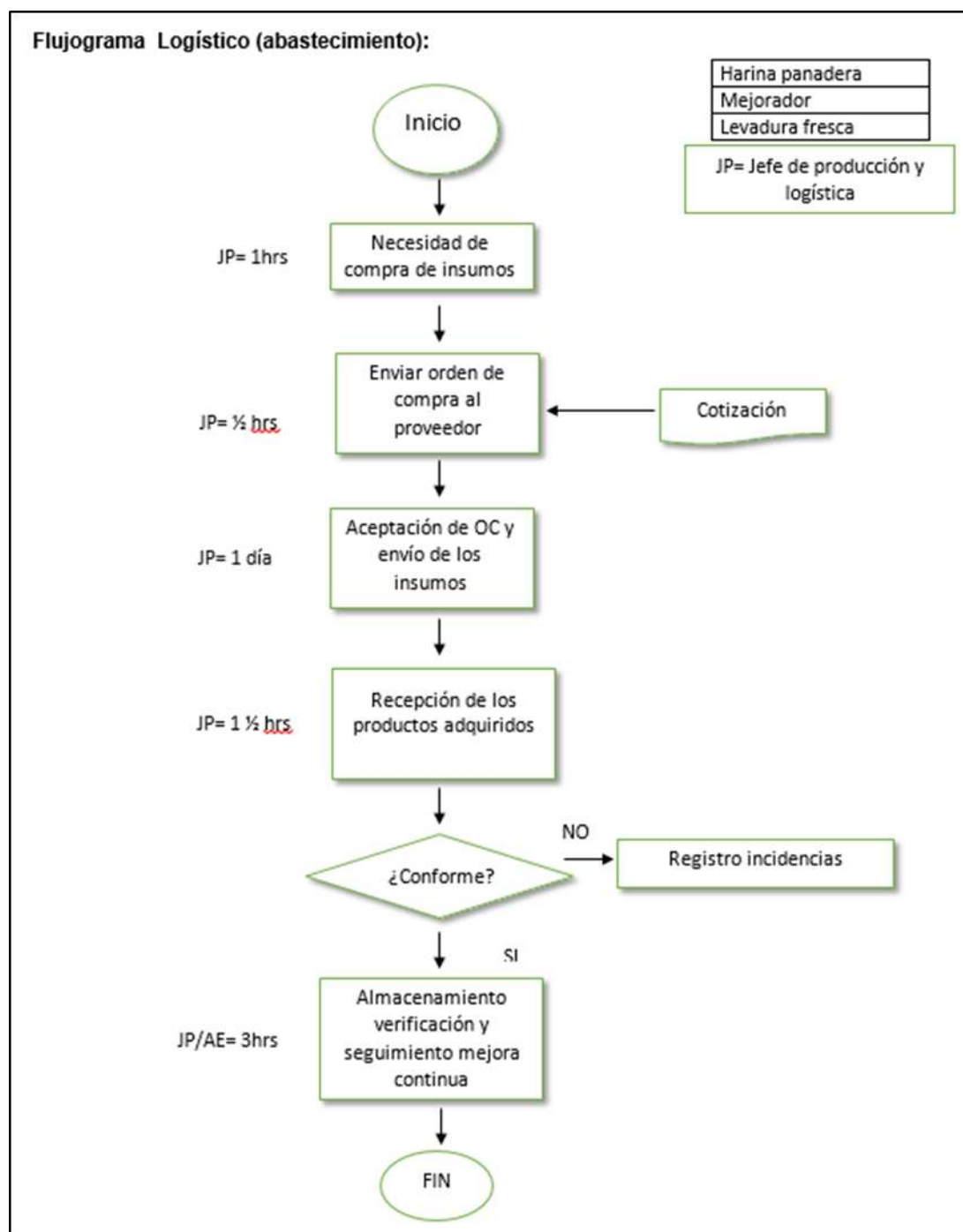


Figura 45. Flujograma Logístico (abastecimiento):

Fuente: Elaboración propia.

Flujograma Logístico (abastecimiento):

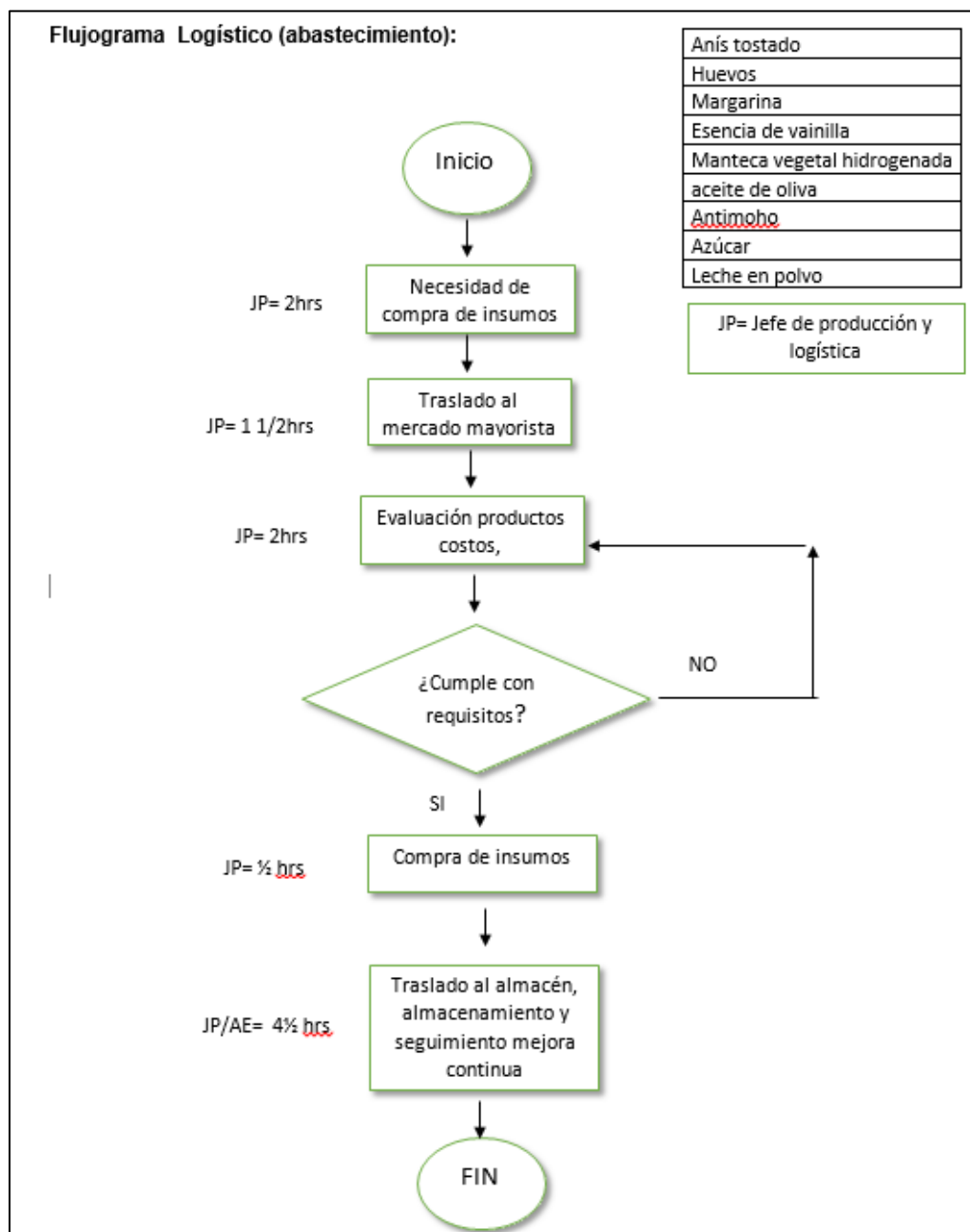
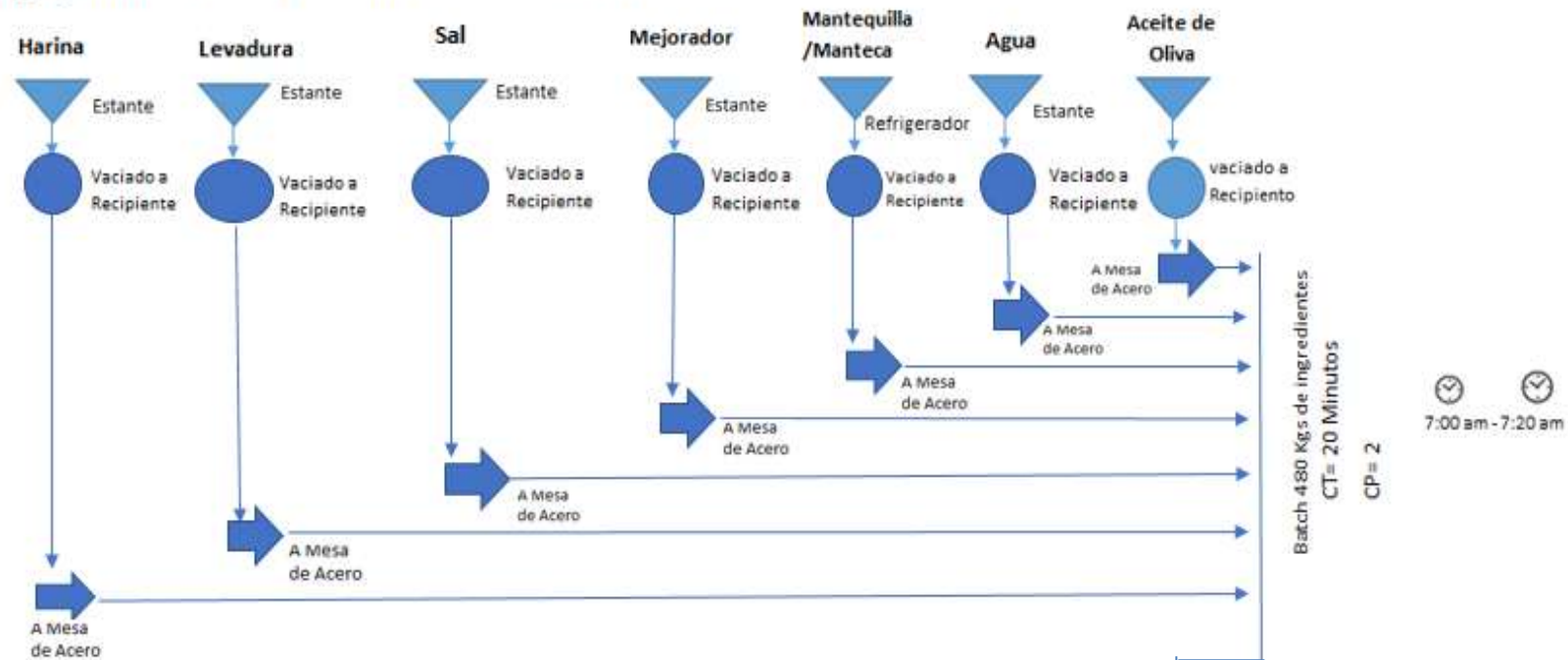


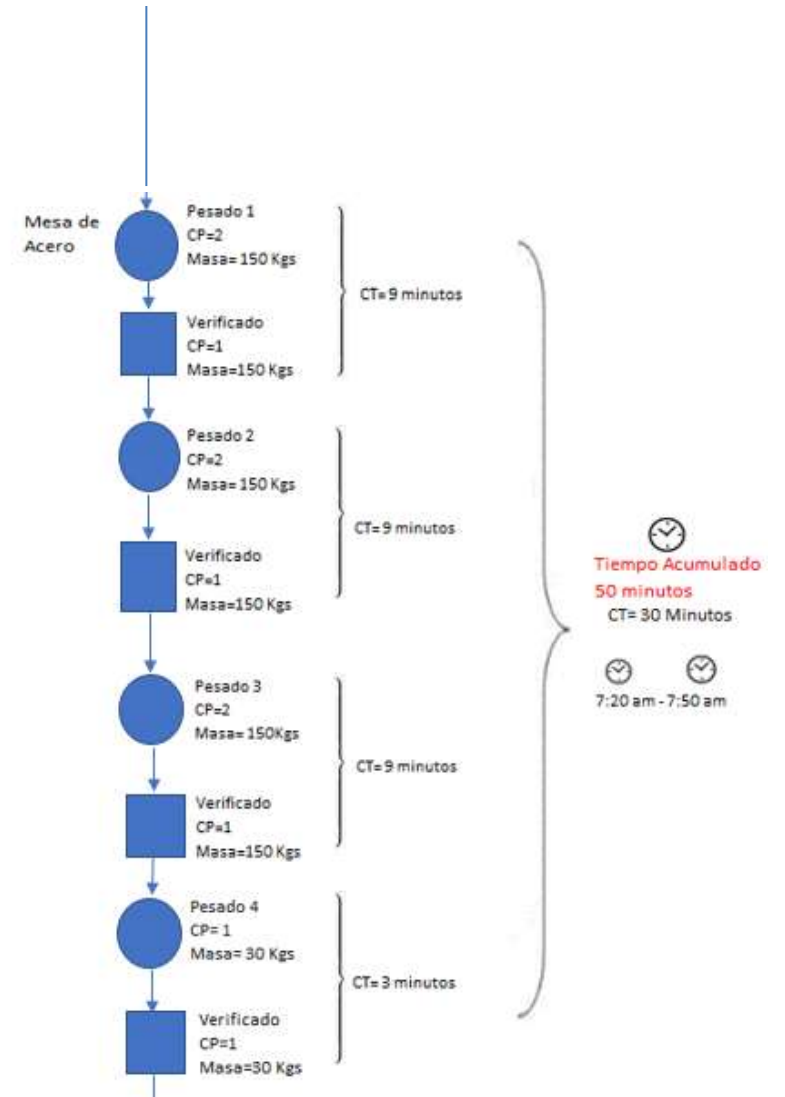
Figura 46. Flujograma Logístico (abastecimiento):

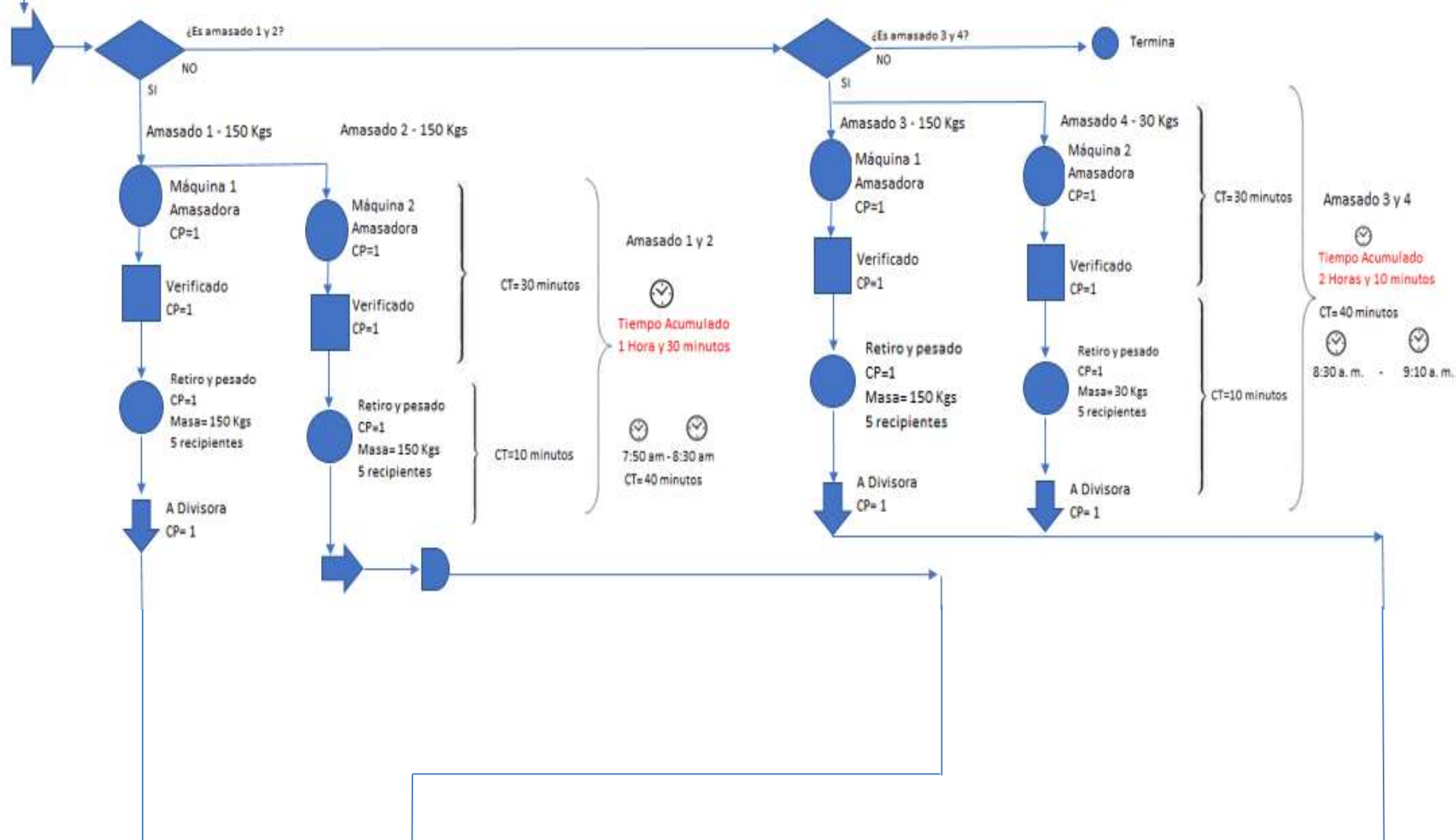
Fuente: Elaboración propia.

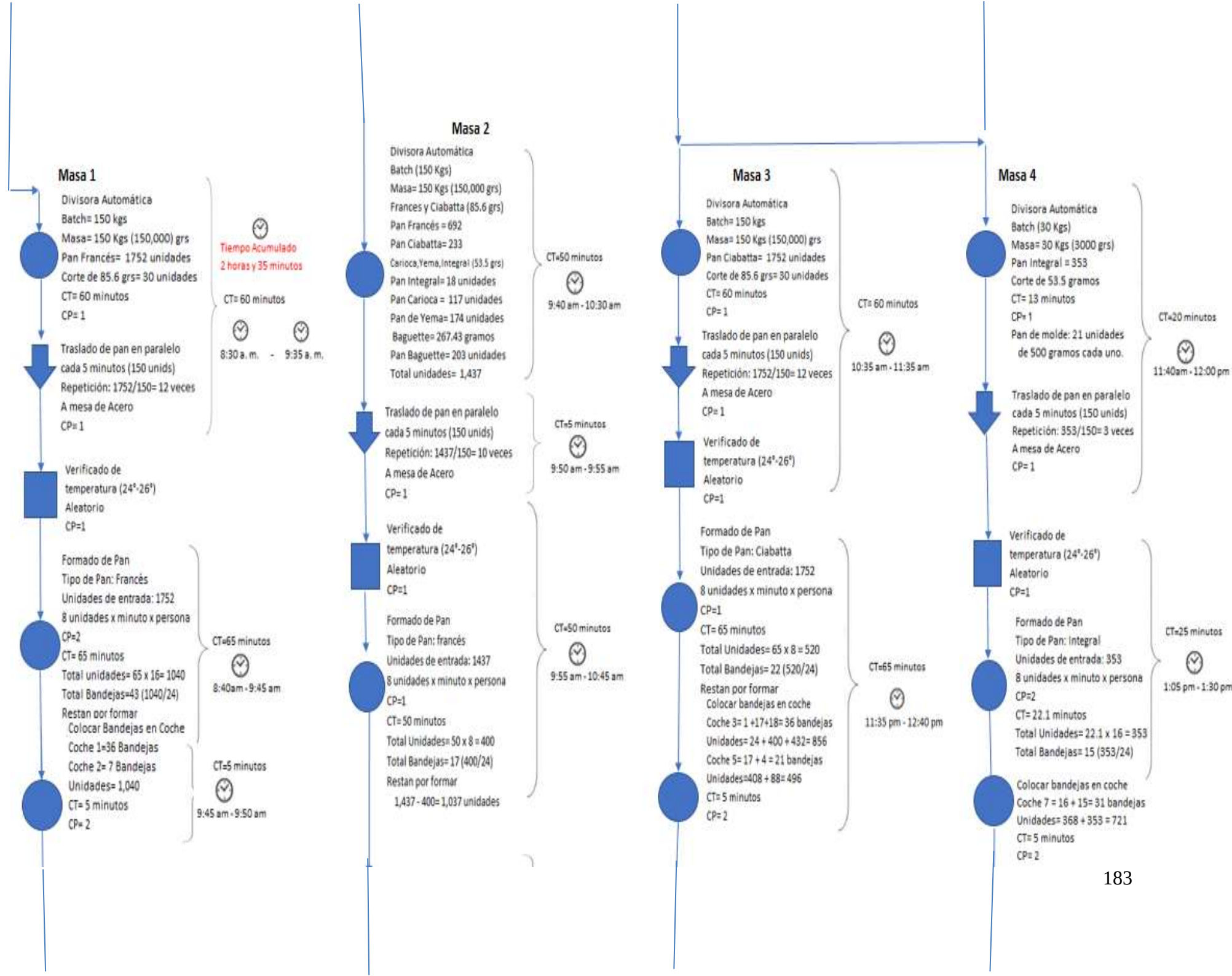
Flujograma de Producción:

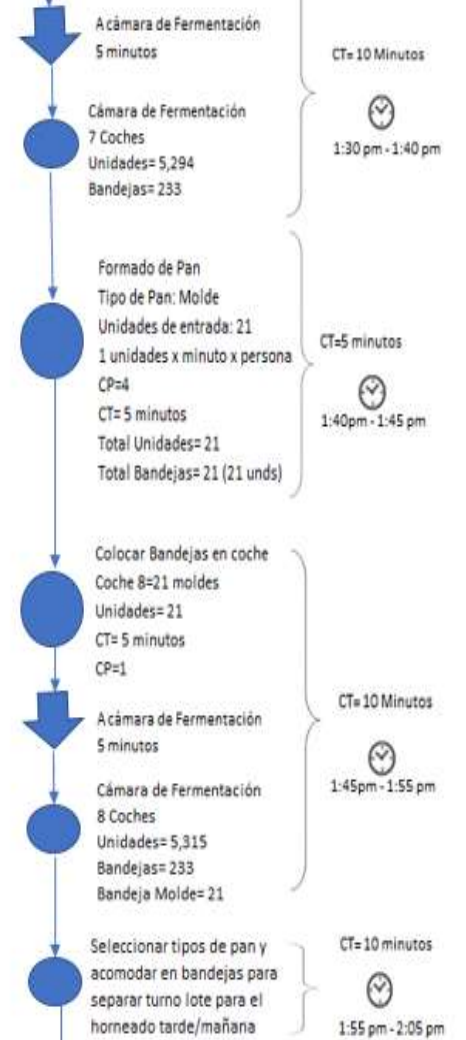
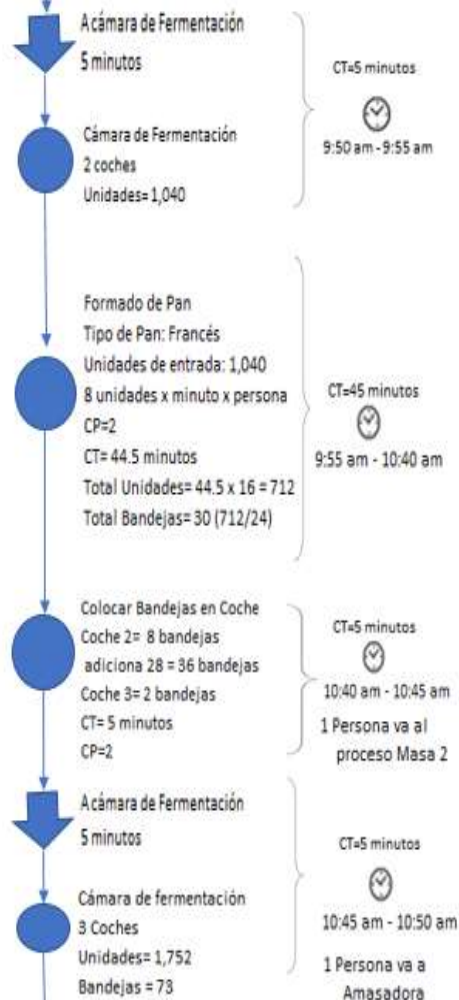
Flujograma de Produccion (MISE IN PLACE)

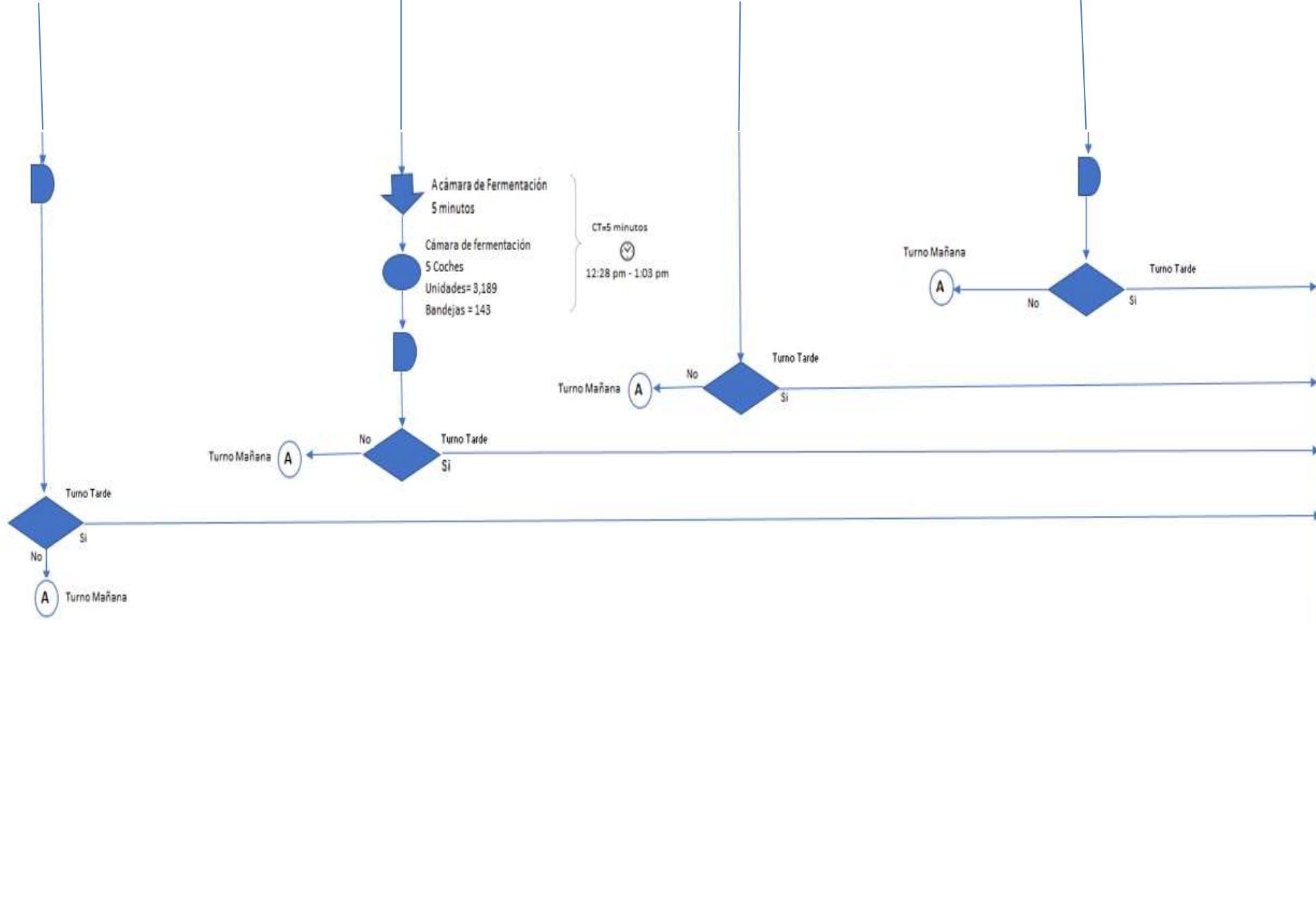


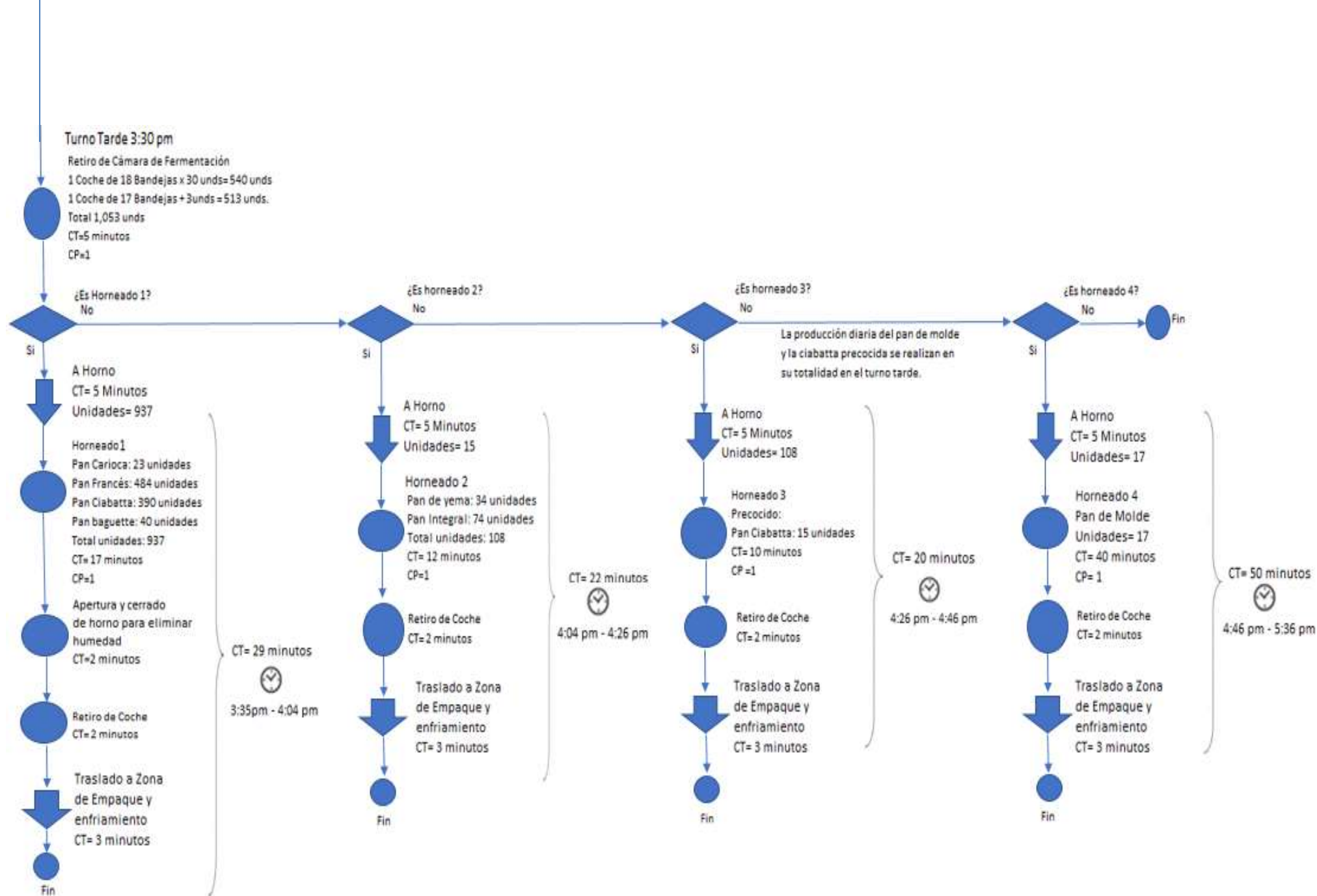




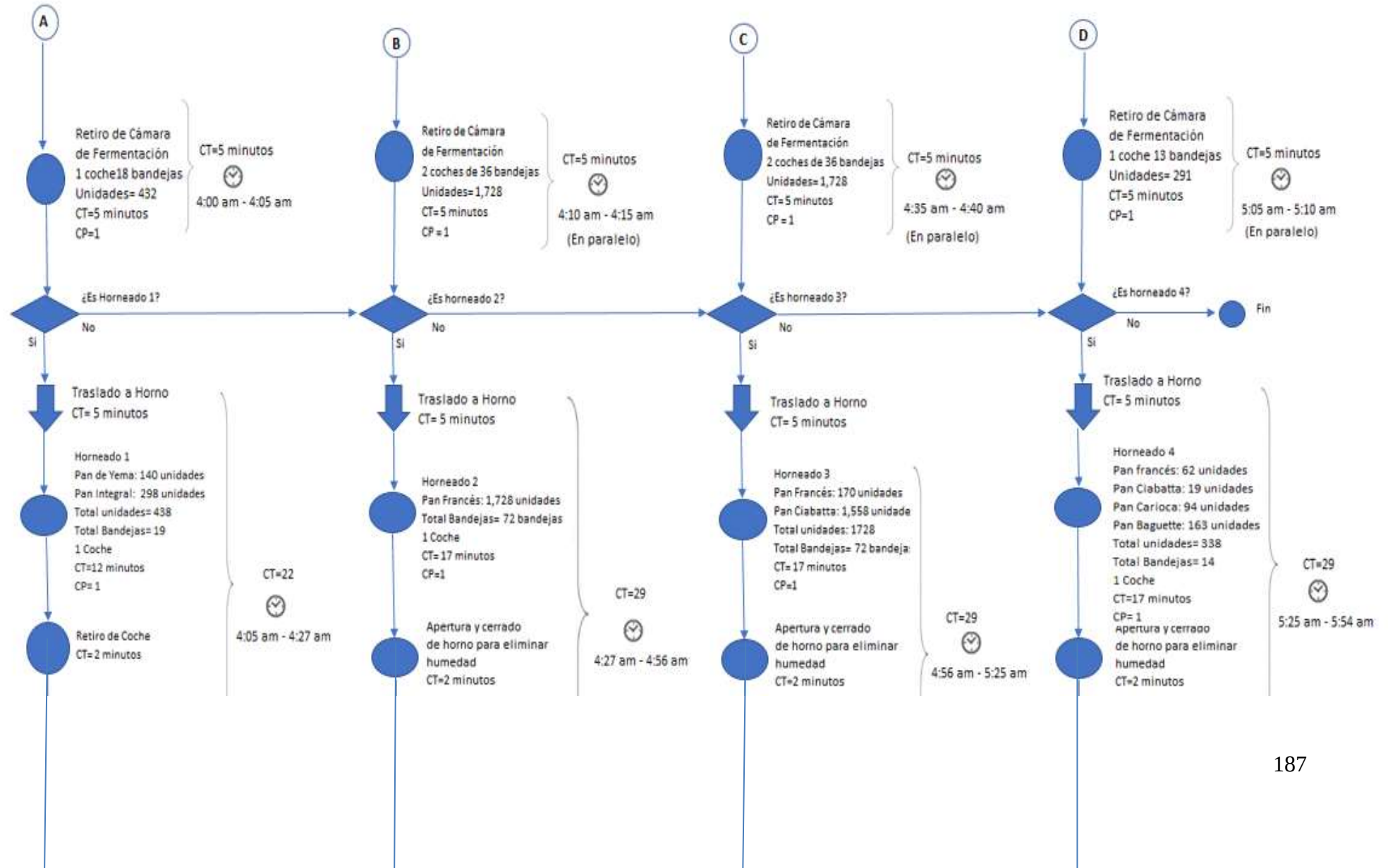








Al día siguiente inicia Turno mañana 4:00 am



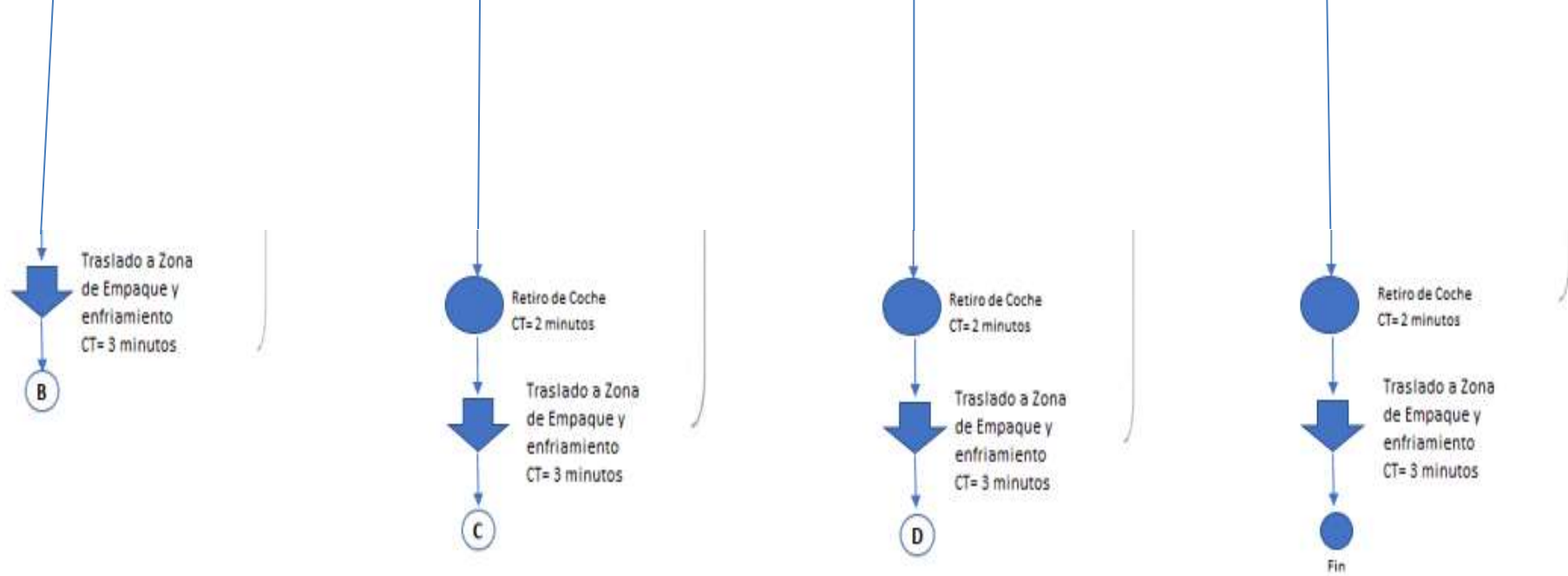


Figura 47. Proceso de producción.

Fuente: Elaboración propia.

Flujograma Logístico (distribución):

Flujo de distribución

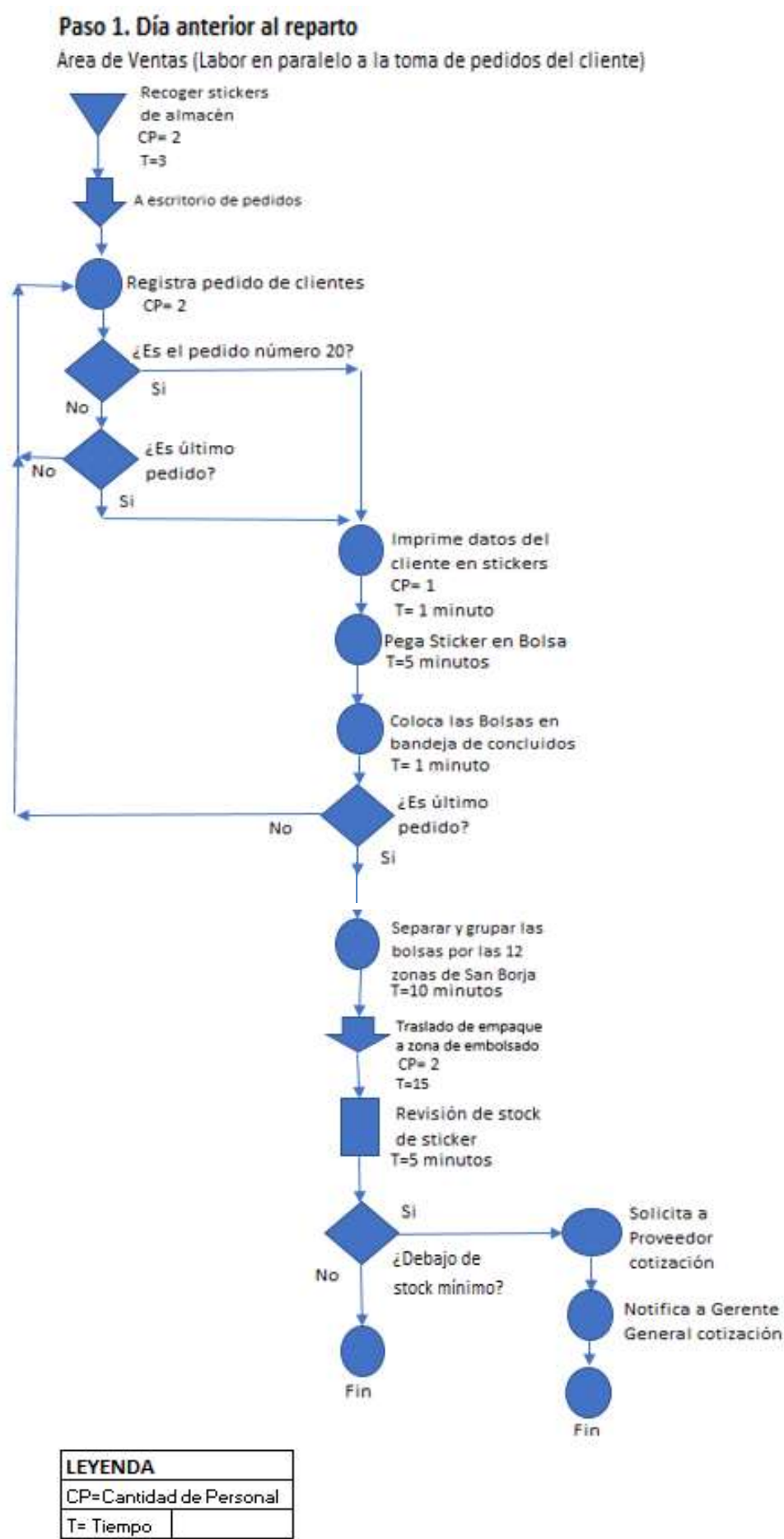


Figura 48.Flujograma logístico.

Fuente: Elaboración propia.

Distribución de Panadería. Segundo día de reparto

Área de Embolsado

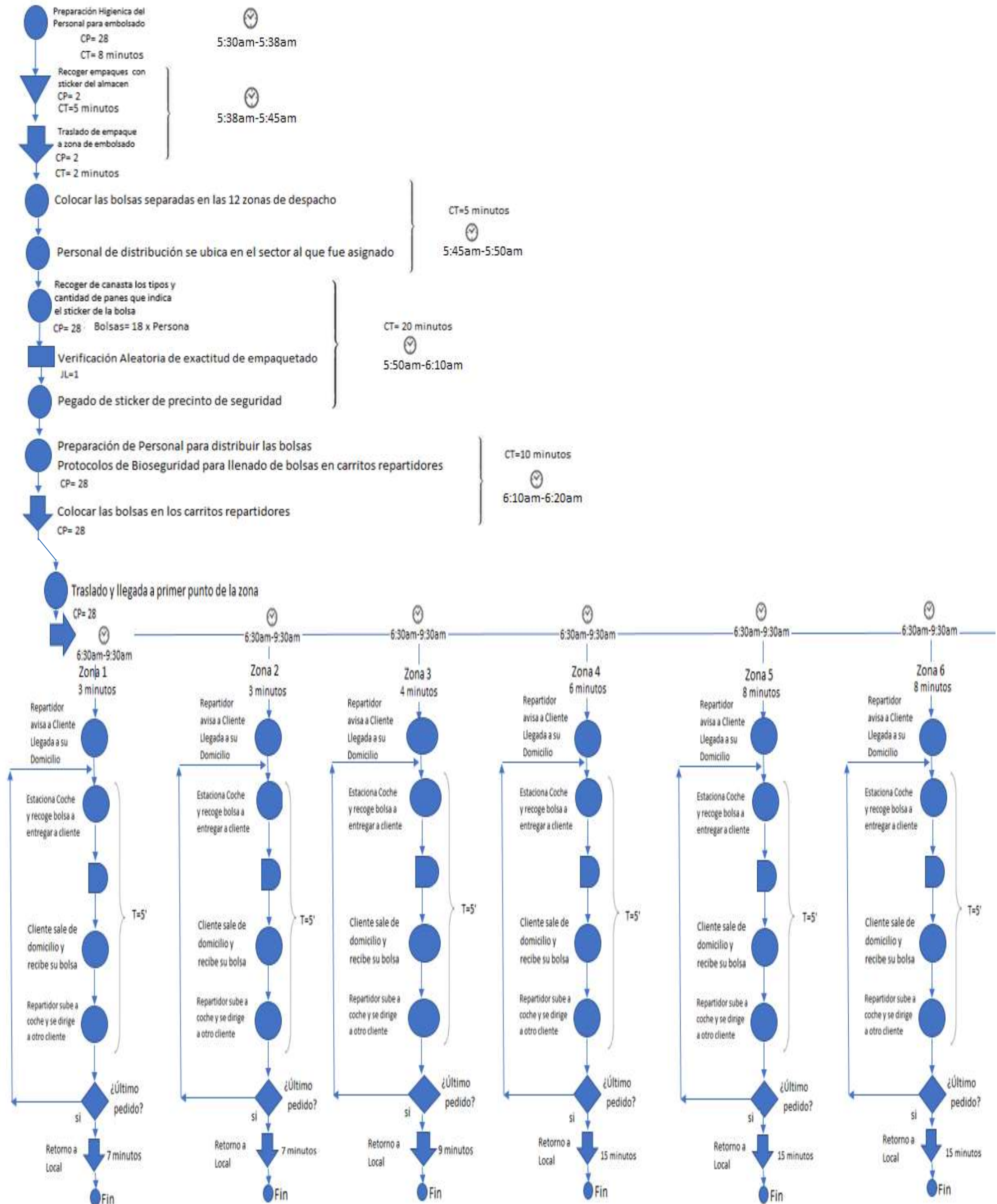


Figura 49. Flujograma logístico día 2.

Fuente: Elaboración propia.

Mise in place (Pastelería) Lote de 88 pasteles x día del 5to Año

Ingredientes:

-Harina sin preparar	-Bicarbonato	-Margarina	-Manjarblanco	-Plátanos	-Cerezas
-Sal	-Colapex en polvo	-Leche fresca	-Mantequilla	-Pasas	-Mermelada de albaricoque
-Azúcar blanca	-Cocoa	-Leche condensada	-Crema de batir	-Durazno en conserva	-Jugo de naranja
-Azúcar morena	-Canela molida	-Leche evaporada	-Huevos	-Manzanas	-Esencia de Naranja
-Polvo de hornear	-Gelatina	-Esencia de vainilla	-Aceite vegetal	-Vinagre	-Taza de jugo de Limon

Producción: 1 Maestro y ayudante

Recojo de ingredientes

CT= 20 minutos



9:00 a. m.

Lote de 90 Kgs

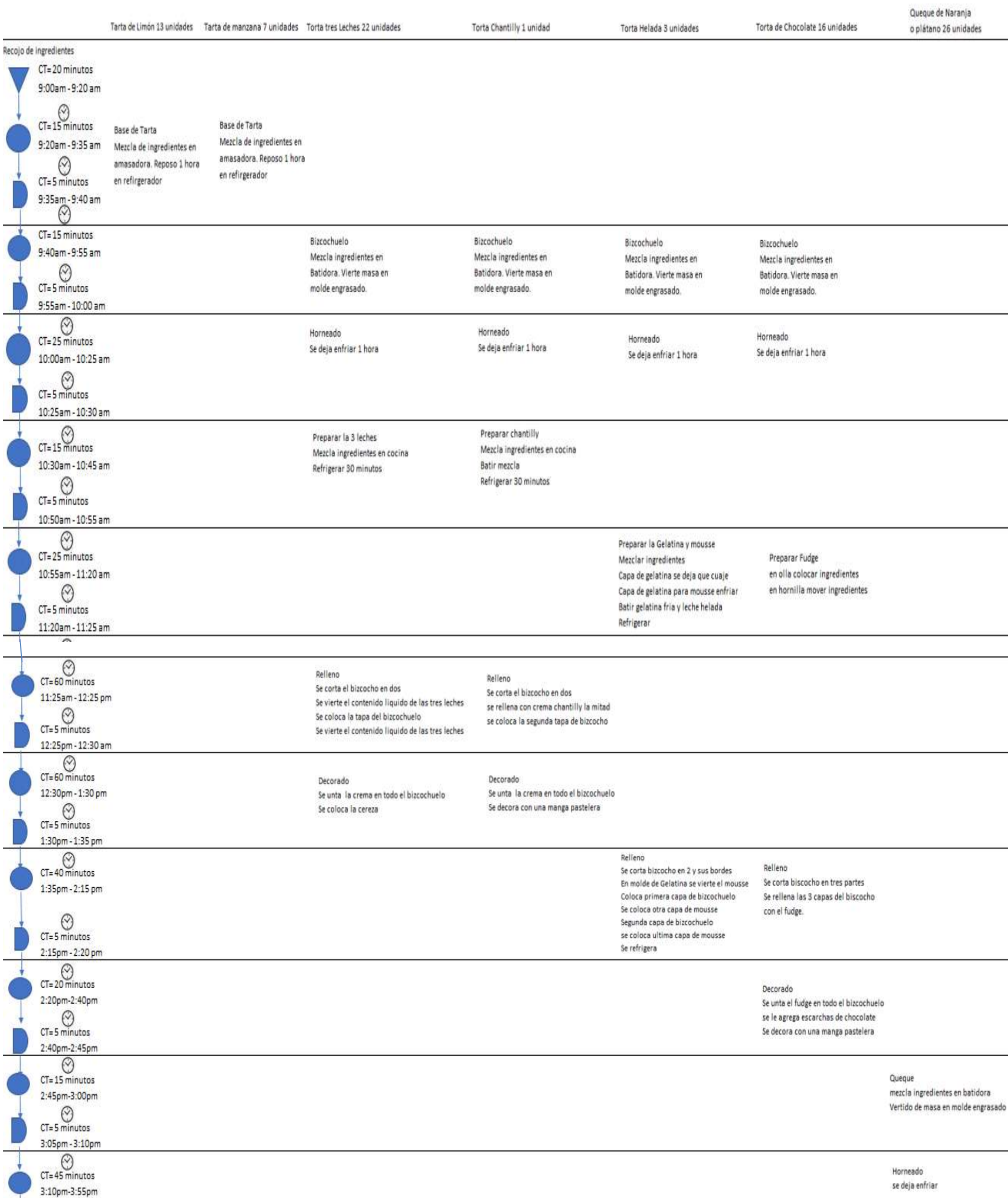




Figura 50. Flujograma de producción de pastelería.

Fuente: Elaboracion propia.

Flujograma de distribución de Pastelería:

Flujo de Distribución turno tarde Pasteles y tortas

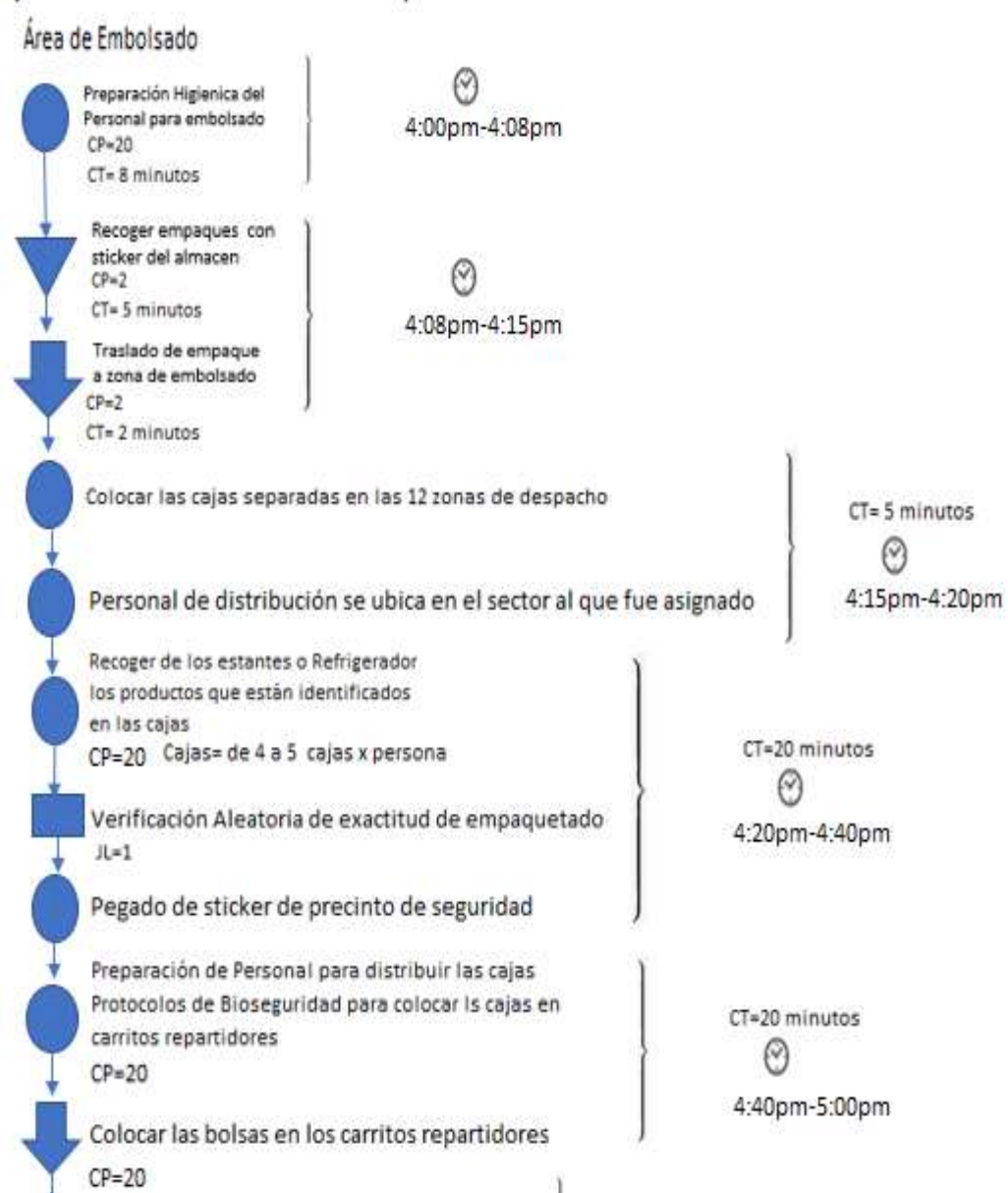




Figura 51. Flujo de producción pastelería.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.2. Programa de producción.

Nuestro programa de producción se basa en la demanda del tipo producto de mayor producción, para lo cual se calculó la cantidad de insumos para su elaboración y se proyectó para los siguientes años.

Tabla 112

Año 2025 demanda en unidades de un día.

	Peso	Demanda	Peso	Peso	Sampling	Mermas	Peso	Peso	Producción con
Tipo de Pan	Gramos	Unidades	Gramos	Kilos	1%	7%	Gramos	Kilos	Sampling
Pan francés	80	2,420	193,631	194	1,936	13,554	209,122	209	2,444
Pan Ciabatta	80	1,948	155,833	156	1,558	10,908	168,299	168	1,967
Pan integral	50	367	18,363	18	184	1,285	19,832	20	371
Pan baguette artesanal	250	202	50,382	50	504	3,527	54,412	54	203
Pan de yema	50	172	8,595	9	86	602	9,282	9	174
Pan carioca	50	115	5,751	6	58	403	6,211	6	117
Pan de molde	500	21	10,352	10	104	725	11,181	11	21
Pan Ciabatta precocido	80	18	1,472	1	15	103	1,590	2	18
		5,263	444,379	444	4,444	31,107	479,930	480	5,315

Nota: Elaboración propia.

Tabla 113

Programa de producción.

	Año 2021		Año 2022		Año 2023		Año 2024		Año 2025	
	Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día		Por 1 día	
	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades	Kilos	Unidades
Demanda	366	4,335.40	384.2	4,550.70	403.3	4,776.80	423.4	5,014.10	444.4	5,263
Merma	7%		7%		7%		7%		7%	
Sampling	1.40%	1.40%	1.30%	1.30%	1.20%	1.20%	1.10%	1.10%	1.00%	1.00%
Totales	397	4,396	416	4,610	436	4,834	458	5,069	480	5,315

Nota: Elaboración propia.

Se consideró las maquinarias apropiadas para cumplir con la demanda mayor que es la del último año de nuestro horizonte de evaluación.

Tabla 114

Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160.

Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	2	unidades
Capacidad de masa	160	Kilos
Batch	150	Kilos
Repetir proceso	4	veces
Peso total amasado	480	Kilos
Tiempo de amasado	30	minutos
Tiempo del proceso x máquina	40	minutos
Tiempo de la Demanda	1.2	horas

Nota: Elaboración propia.

Tabla 115

Divisora Automática PTZ - 30.

Divisora Automática PTZ - 30		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad de masa	150	Kilos
Divisiones máximas	60	unidades
Corte por minuto	30	unidades
Batch x hora	1,800	unidades
Demanda máxima por Batch	1,752	unidades
Tiempo por Evento	60	minutos
Repetir proceso	4	veces
Peso Total de masas	480	kilos
Total, cortes y boleado	5,315	unidades
Tiempo de uso	3.2	Horas

Trabaja en Paralelo con proceso de formado manual.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 116

Cámara de Fermentación.

Cámara de Fermentación COLIP Controlada MATURPAST 2P 8C		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad	8	coches
Capacidad de bandejas x Coche	36	bandejas
Capacidad de panes x Bandeja	24	unidades
Capacidad de panes x coche	864	unidades
Capacidad máxima de cámara	6,912	panes
Batch x día	5,315	unidades
Tiempos		Programado

Nota: Elaboración propia.

Tabla 117

Horno Rotativo Galax.

Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas		
Descripción	Cantidad	Medida
Cantidad de Equipos	1	unidad
Capacidad	2	coches
2 coches	36	bandejas
Bandeja	24	panes
Capacidad máxima	1,728	panes
Batch máximo	1,728	panes
Tiempo por evento panes individuales	10/12/2017	minutos
Tiempo por evento pan de molde	40	minutos
Repeticiones turno mañana	4	veces
Repeticiones turno tarde	4	veces
Tiempo total turno mañana	2	horas
Tiempo total turno tarde	2	horas
Horneado x día en ambos turnos	5,315	panes

Nota: Elaboración propia.

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Tabla 118

Programa de compras de materias primas e insumos.

Costo por ingredientes por cada Año		Año 2021		Año 2022		Año 2023		Año 2024		Año 2025	
Ingredientes	Costos por Kg/gr/litro	Total Kilos	Monto en Soles	Total Kilos	Monto en Soles	Total Kilos	Monto en Soles	Total Kilos	Monto en Soles	Total Kilos	Monto en Soles
Harina panadera	S/1.81	79,305.7	S/143,701.9	83,245.1	S/150,840.0	87,380.1	S/158,332.7	91,720.5	S/166,197.6	96,276.6	S/174,453.1
Mejorador	S/7.00	550.9	S/3,856.2	578.3	S/4,047.8	607.0	S/4,248.9	637.1	S/4,459.9	668.8	S/4,681.5
Leche en polvo Anchor	S/30.00	68.3	S/2,048.3	71.7	S/2,150.0	75.2	S/2,256.8	79.0	S/2,368.9	82.9	S/2,486.6
Levadura fresca	S/14.00	1,719.6	S/24,075.1	1,805.1	S/25,271.0	1,894.7	S/26,526.2	1,988.8	S/27,843.9	2,087.6	S/29,227.0
Agua	80%	51,676.0	S/0.0	54,242.9	S/0.0	56,937.3	S/0.0	59,765.5	S/0.0	62,734.2	S/0.0
Sal	S/1.26	1,628.8	S/2,052.3	1,709.7	S/2,154.2	1,794.6	S/2,261.2	1,883.8	S/2,373.5	1,977.3	S/2,491.4
Azúcar rubia	S/2.20	567.8	S/1,249.1	596.0	S/1,311.1	625.6	S/1,376.3	656.6	S/1,444.6	689.3	S/1,516.4
Anís tostado	S/12.00	15.1	S/180.8	15.8	S/189.7	16.6	S/199.2	17.4	S/209.1	18.3	S/219.4
Huevos	S/4.21	180.8	S/761.5	189.7	S/799.3	199.2	S/839.0	209.1	S/880.7	219.4	S/924.4
Margarina Multiuso Primavera	S/9.75	150.6	S/1,468.7	158.1	S/1,541.7	166.0	S/1,618.2	174.2	S/1,698.6	182.9	S/1,783.0
Esencia de vainilla Negrita	S/10.90	7.5	S/81.8	7.9	S/85.8	8.3	S/90.1	8.7	S/94.6	9.1	S/99.3
Manteca vegetal Famosa	S/5.80	1,410.8	S/8,182.5	1,480.8	S/8,588.9	1,554.4	S/9,015.5	1,631.6	S/9,463.4	1,712.7	S/9,933.4
Aceite de Oliva	S/27.60	1,101.2	S/30,392.8	1,155.9	S/31,902.5	1,213.3	S/33,487.2	1,273.6	S/35,150.6	1,336.8	S/36,896.6
Harina integral	S/2.28	3,313.2	S/7,554.2	3,477.8	S/7,929.4	3,650.6	S/8,323.3	3,831.9	S/8,736.7	4,022.2	S/9,170.7
Azúcar blanca	S/2.36	623.2	S/1,470.8	654.2	S/1,543.9	686.7	S/1,620.6	720.8	S/1,701.1	756.6	S/1,785.6
		142,319.4	S/227,075.8	149,388.9	S/238,355.4	156,809.4	S/250,195.2	164,598.6	S/262,623.1	172,774.7	S/275,668.4

Nota: Elaboración propia.

Demanda valorizada por 1 día de venta y por el año completo de cada año del horizonte de evaluación.

Tabla 119

Demanda de un día del Año 2021.

Demanda de 1 día del Año 2021. Costo y Precio de venta. Incluyen IGV								Demanda para el Año 2021. Costo y Venta		
Productos	Peso + Merma en gramos	+ Sampling 1.4%	Costo Unit. con IGV	Precio C/IGV	Demanda 1 día en unds	Costo Total de 1 día	Monto de venta de 1 día	Total Unidades	Costo Total del año	Monto Venta del año
Pan francés (80 gramos)	85.6	86.8	S/0.126	S/0.5	1,993.75	S/250.83	S/996.87	717,748.2	S/90,297.7	S/358,874.1
Pan Ciabatta (80 gramos)	85.6	86.8	S/0.156	S/0.7	1,604.55	S/250.70	S/1,123.18	577,636.9	S/90,253.5	S/404,345.8
Pan integral (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.115	S/0.5	302.52	S/34.83	S/151.26	108,907.3	S/12,537.1	S/54,453.6
Pan baguette artesanal (80 gramos)	267.5	271.2	S/0.381	S/2.5	166.00	S/63.28	S/415.01	59,761.2	S/22,779.9	S/149,403.0
Pan de yema (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.135	S/0.4	141.60	S/19.14	S/56.64	50,974.4	S/6,889.1	S/20,389.8
Pan carioca (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.080	S/0.4	94.75	S/7.58	S/37.90	34,110.3	S/2,728.1	S/13,644.1
Pan de molde (500 gramos)	535.0	542.5	S/1.080	S/12.0	17.06	S/18.43	S/204.66	6,139.8	S/6,634.0	S/73,678.2
Pan Ciabatta precocido (80 gramos)	85.6	86.8	S/1.562	S/5.0	15.16	S/23.69	S/75.80	5,457.6	S/8,527.4	S/27,288.2
Totales por día					4,335.4	S/668.46	S/3,061.3	1,560,735.8	S/240,646.9	S/1,102,076.8

Nota: Elaboración propia.

Tabla 120

Demanda de un día del Año 2022.

Demanda de 1 día del Año 2022. Costo y Precio de venta								Demanda para el Año 2022. Costo y Venta		
	Peso + Merma	+ Sampling	Costo Unit.	Precio	Demanda 1	Costo Total	Monto de	Total	Costo Total	Monto Venta
Productos	en gramos	1.3%	con IGV	C/IGV	día en unds.	de 1 día	de 1 día	Unidades	del año	del año
Pan francés (80 gramos)	85.6	86.7	S/0.126	S/0.5	2,092.8	S/263.29	S/1,046.39	753,400.96	S/94,783.0	S/376,700.5
Pan Ciabatta (80 gramos)	85.6	86.7	S/0.156	S/0.7	1,684.2	S/263.16	S/1,178.97	606,329.87	S/94,736.7	S/424,430.9
Pan integral (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.115	S/0.5	317.5	S/36.56	S/158.77	114,317.01	S/13,159.9	S/57,158.5
Pan baguette artesanal (80 gramos)	267.5	271.0	S/0.381	S/2.5	174.2	S/66.42	S/435.62	62,729.71	S/23,911.5	S/156,824.3
Pan de yema (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.135	S/0.4	148.6	S/20.09	S/59.45	53,506.43	S/7,231.3	S/21,402.6
Pan carioca (50 gramos)	53.5	54.2	S/0.080	S/0.4	99.5	S/7.95	S/39.78	35,804.63	S/2,863.6	S/14,321.9
Pan de molde (500 gramos)	535.0	542.0	S/1.080	S/12.0	17.9	S/19.34	S/214.83	6,444.83	S/6,963.6	S/77,338.0
Pan Ciabatta precocido (80 gramos)	85.6	86.7	S/1.562	S/5.0	15.9	S/24.86	S/79.57	5,728.74	S/8,950.9	S/28,643.7
Totales por día					4,550.7	S/701.67	S/3,213.39	1,638,262.18	S/252,600.5	S/1,156,820.3

Nota: Elaboración propia.

Tabla 121

Demanda de un día del Año 2023.

Demanda de 1 día del Año 2023. Costo y Precio de venta								Demanda para el Año 2023. Costo y Venta		
	Peso + Merma	+ Sampling	Costo Unit.	Precio	Demanda 1	Costo Total	Monto de	Total	Costo Total	Monto Venta
Productos	en gramos	1.2%	con IGV	C/IGV	día en unds.	de 1 día	de 1 día	Unidades	del año	del año
Pan francés (80 gramos)	85.6	86.6	S/0.126	S/0.5	2,196.7	S/276.36	S/1,098.37	790,824.64	S/99,491.2	S/395,412.3
Pan Ciabatta (80 gramos)	85.6	86.6	S/0.156	S/0.7	1,767.9	S/276.23	S/1,237.54	636,448.09	S/99,442.6	S/445,513.7
Pan integral (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.115	S/0.5	333.3	S/38.37	S/166.66	119,995.48	S/13,813.6	S/59,997.7
Pan baguette artesanal (80 gramos)	267.5	270.7	S/0.381	S/2.5	182.9	S/69.72	S/457.26	65,845.68	S/25,099.2	S/164,614.2
Pan de yema (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.135	S/0.4	156.0	S/21.08	S/62.40	56,164.26	S/7,590.5	S/22,465.7
Pan carioca (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.080	S/0.4	104.4	S/8.35	S/41.76	37,583.15	S/3,005.9	S/15,033.3
Pan de molde (500 gramos)	535.0	541.4	S/1.080	S/12.0	18.8	S/20.30	S/225.50	6,764.97	S/7,309.5	S/81,179.6
Pan Ciabatta precocido (80 gramos)	85.6	86.6	S/1.562	S/5.0	16.7	S/26.10	S/83.52	6,013.30	S/9,395.6	S/30,066.5
Totales por día					4,776.8	S/736.52	S/3,373.01	1,719,639.58	S/265,147.9	S/1,214,283.0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 122

Demanda de un día del Año 2024.

Demanda de 1 día del Año 2024. Costo y Precio de venta								Demanda para el Año 2024. Costo y Venta		
	Peso + Merma	+ Sampling	Costo Unit.	Precio	Demanda 1	Costo Total	Monto de	Total	Costo Total	Monto Venta
Productos	en gramos	1.1%	con IGV	C/IGV	día en unds.	de 1 día	de 1 día	Unidades	del año	del año
Pan francés (80 gramos)	85.6	86.5	S/0.126	S/0.5	2,305.9	S/290.09	S/1,152.93	830,107.27	S/104,433.2	S/415,053.6
Pan Ciabatta (80 gramos)	85.6	86.5	S/0.156	S/0.7	1,855.7	S/289.95	S/1,299.01	668,062.38	S/104,382.2	S/467,643.7
Pan integral (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.115	S/0.5	349.9	S/40.28	S/174.94	125,956.02	S/14,499.8	S/62,978.0
Pan baguette artesanal (80 gramos)	267.5	270.4	S/0.381	S/2.5	192.0	S/73.18	S/479.98	69,116.43	S/26,346.0	S/172,791.1
Pan de yema (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.135	S/0.4	163.8	S/22.13	S/65.50	58,954.11	S/7,967.5	S/23,581.6
Pan carioca (50 gramos)	53.5	54.1	S/0.080	S/0.4	109.6	S/8.76	S/43.83	39,450.02	S/3,155.2	S/15,780.0
Pan de molde (500 gramos)	535.0	540.9	S/1.080	S/12.0	19.7	S/21.31	S/236.70	7,101.00	S/7,672.6	S/85,212.0
Pan Ciabatta precocido (80 gramos)	85.6	86.5	S/1.562	S/5.0	17.5	S/27.40	S/87.67	6,312.00	S/9,862.3	S/31,560.0
Totales por día					5,014.1	S/773.11	S/3,540.56	1,805,059.23	S/278,318.6	S/1,274,600.1

Nota: Elaboración propia.

Tabla 123

Demanda de un día del Año 2025.

Demanda de 1 día del Año 2025. Costo y Precio de venta								Demanda para el Año 2025. Costo y Venta		
	Peso + Merma	+ Sampling	Costo Unit.	Precio	Demanda 1	Costo Total	Monto de	Total	Costo Total	Monto Venta
Productos	en gramos	1.0%	con IGV	C/IGV	día en unds	de 1 día	de 1 día	Unidades	del año	del año
Pan francés (80 gramos)	85.6	86.5	S/0.126	S/0.5	2,420.4	S/304.50	S/1,210.20	871,341.19	S/109,620.7	S/435,670.6
Pan Ciabatta (80 gramos)	85.6	86.5	S/0.156	S/0.7	1,947.9	S/304.35	S/1,363.54	701,247.04	S/109,567.2	S/490,872.9
Pan integral (50 gramos)	53.5	54.0	S/0.115	S/0.5	367.3	S/42.28	S/183.63	132,212.63	S/15,220.0	S/66,106.3
Pan baguette artesanal (80 gramos)	267.5	270.2	S/0.381	S/2.5	201.5	S/76.82	S/503.82	72,549.65	S/27,654.7	S/181,374.1
Pan de yema (50 gramos)	53.5	54.0	S/0.135	S/0.4	171.9	S/23.23	S/68.76	61,882.53	S/8,363.3	S/24,753.0
Pan carioca (50 gramos)	53.5	54.0	S/0.080	S/0.4	115.0	S/9.20	S/46.01	41,409.62	S/3,311.9	S/16,563.8
Pan de molde (500 gramos)	535.0	540.4	S/1.080	S/12.0	20.7	S/22.37	S/248.46	7,453.73	S/8,053.7	S/89,444.8
Pan Ciabatta precocido (80 gramos)	85.6	86.5	S/1.562	S/5.0	18.4	S/28.76	S/92.02	6,625.54	S/10,352.1	S/33,127.7
Totales por día					5,263.1	S/811.51	S/3,716.43	1,894,721.94	S/292,143.5	S/1,337,913.3

Nota: Elaboración propia.

6.2.4. Requerimiento de mano de obra directa.

Tabla 124

Requerimiento de mano de obra directa.

		Puestos por Año						
Puestos	Horario L - D	Dic.2020	2021	2022	2023	2024	2025	
Jefe Producción y Logística	7:00 am - 4:00 pm	1	1	1	1	1	1	MOD
Maestro de Panadería	4:00 am - 1:00 pm	1	1	1	1	1	1	MOD
Maestro de Pastelería	9:00 am - 6:00 pm	1	1	1	1	1	1	MOD
Ayudante de Panadería	6:30 am - 3:30 pm	1	3	3	3	3	3	MOD
Ayudante Panadería y Pastelería	9:00 am - 6:00 pm	1	1	1	1	1	1	MOD
Ayudante de Pastelería	9:00 am - 6:00 pm	1	1	1	1	1	1	MOD

El descanso es un día a la semana y será cubierto por un volante.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 125

Requerimiento de personal de distribución.

Personal de Distribución			Puestos por Año					
Puestos	Turno mañana	Turno Tarde	Dic.2020	2021	2022	2023	2024	2025
Auxiliares empaque y reparto	5:00am - 9:30am	3:30pm - 7:00pm	5	23	24	25	27	28

Nota: Elaboración propia.

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

Tabla 126

Maquinarias.

Año 2021				
Ítem	Área	Depreciable	Maquinaria	Cantidad
1	Producción y logística	SI	Cámara de Fermentación Colip CFC 2P 8CA	1
2	Producción y logística	SI	Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	2
3	Producción y logística	SI	Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	1
4	Producción y logística	SI	Divisora volumétrica PTZ-30	1
5	Producción y logística	SI	Batidora Planetaria cap. 60 litros	2
6	Producción y logística	SI	Rebanadora de Pan 32 Cuchillas	1
7	Distribución	SI	Carritos repartidores eléctricos	23

Nota: Elaboración propia.

6.3.2. Equipos.

Tabla 127

Equipos.

Ítem	Área	Depreciable	Maquinaria	Cantidad
1	Producción y logística	SI	Congeladora vertical	1
2	Producción y logística	SI	Computadoras	1
3	Producción y logística	SI	Laptop	1
4	Producción y logística	SI	Refrigeradora convencional	1
5	Producción y logística	SI	Carro de Acero Inoxidable para bandejas	8
6	Producción y logística	SI	Campana extractora industrial	1
7	Producción y logística	SI	Cocina industrial	1
8	Producción y logística	SI	Impresora Laser	1
9	Producción y logística		Balanzas de panadería eléctrica 300 Kg	2
10	Producción y logística		Balanzas de panadería 50 Kg	3
11	Producción y logística		Termómetro ambiental	3
12	Producción y logística		Termómetro de cocina	3
13	Producción y logística		Higrómetro digital	1
1	Administración	SI	Laptop	2
2	Administración	SI	Computadoras	1
3	Administración	SI	Impresora Laser	3
4	Administración		Impresora térmica para ticket de venta	1

Nota: Elaboración propia.

6.3.3. Herramientas.

Tabla 128

Herramientas.

Ítem	Área	Depreciable	Herramientas	Cantidad
1	Producción y logística		Rodillo de acero	3
2	Producción y logística		Cuchillos de Serrucho	3
3	Producción y logística		Tijera de cocina de acero	3
4	Producción y logística		Caja de Herramientas	1
5	Producción y logística		Cuchillo liso	3
6	Producción y logística		Guantes resistentes al calor	5
7	Producción y logística		Cucharas medidoras	3
8	Producción y logística		Batidor manual de Globo	3
9	Producción y logística		Raspas Lisa	3
10	Producción y logística		Raspa Ovalada	3
11	Producción y logística		Wincha o cinta métrica	3
12	Producción y logística		Navaja de corte	3
13	Producción y logística		Timer	1

Nota: Elaboración propia.

6.3.4. Utensilios.

Tabla 129

Utensilios.

Ítem	Área	Depreciable	Utensilios	Cantidad
1	Producción y logística		Bandejas para horno de pan	240
2	Producción y logística		Bandejas para pastelería	75
3	Producción y logística		Colador	6
4	Producción y logística		Bowl	6
5	Producción y logística		Tamizador de acero	3
6	Producción y logística		Palote de Acero	3
7	Producción y logística		Ollas de acero inoxidable	1
8	Producción y logística		Bandeja para pan de molde	25
9	Producción y logística		Espátulas	3
10	Producción y logística		Azucarero	3
11	Producción y logística		Salero	3
12	Producción y logística		Bolsas de reparto (millar)	16
13	Producción y logística		ticket precinto de seguridad	16
14	Producción y logística		Brochas de panadería y pastelería	3

Nota: Elaboración propia.

6.3.5. Mobiliario.

Tabla 130

Mobiliario.

Ítem	Área	Depreciable	Mobiliario	Cantidad
1	Producción y logística	SI	Mesa de trabajo porta bandejas	5
2	Producción y logística	SI	Estante para insumos	2
3	Producción y logística	SI	Mesa de Lavado industrial	2
4	Producción y logística		Módulo de computo	1
5	Administración		Módulo de computo	3

Nota: Elaboración propia.

6.3.6. Útiles de oficina.

Tabla 131

Útiles de oficina.

Ítem	Área	Tipo de Activo	Útiles de Oficina y Limpieza	Cantidad
1	Producción y logística		Celular gama media	1
2	Producción y logística		Celular gama baja	1
3	Producción y logística		Cuadernos	30
5	Producción y logística		Hojas Bond en millares	3
6	Producción y logística		Pizarras acrílicas pequeñas	3
19	Producción y logística		Resaltadores	4
20	Producción y logística		Lapiceros colores	1 caja
15	Producción y logística		Engrapador	2
22	Producción y logística		Grapas	1 caja
25	Producción y logística		Borradores	2
23	Producción y logística		Clips	1 caja
4	Producción y logística		Tachos de basura	3
7	Producción y logística		Escoba	5
13	Producción y logística		Recogedor	5
9	Producción y logística		Plumones	10
11	Producción y logística		Botiquín primeros auxilios	1
8	Producción y logística		Papel Tolla x 4 unidades	10
10	Producción y logística		Papel Higiénico bolsa 40 unidades	2
12	Producción y logística		Detergente x 5 kg	2
14	Producción y logística		Alcohol industrial x galón	1
16	Producción y logística		Paños de limpieza	1
17	Producción y logística		Lejía x Galón	5
18	Producción y logística		Desatorador de cañerías industrial	1
21	Producción y logística		Escurreidor	1
24	Producción y logística		Jabón	1
1	Administración	SI	Celulares	1
2	Administración	SI	Celular gama media	2
3	Administración		Lapiceros colores	6
4	Administración		Hojas Bond A4 en millares	1
5	Administración		Engrapador	3
6	Administración		Grapas x caja	3
7	Administración		Resaltadores	6
8	Administración		Cuadernos	3
9	Administración		Borradores	3

Nota: Elaboración propia.

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 132

Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Maquinaria	Centro de costo	Cantidad	Costo	Total
Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	Producción	1	S/ 850.00	S/ 850.00
Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	Producción	2	S/ 375.00	S/ 750.00
Divisora volumétrica PTZ-30	Producción	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Batidora Planetaria cap. 60 litros	Producción	2	S/ 250.00	S/ 500.00
Cámara de Fermentación Colip CFC 2P 8CA	Producción	1	S/ 525.00	S/ 525.00
Rebanadora de Pan 32 Cuchillas	Producción	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Visicooler BC-16003FC	Producción	2	S/ 270.00	S/ 540.00
Campana extractora industrial	Producción	1	S/ 125.00	S/ 125.00
Cocina industrial	Producción	1	S/ 270.00	S/ 270.00
Balanzas	Producción	5	S/ 125.00	S/ 625.00
Coches	Producción	6	S/ 80.00	S/ 480.00
Computadora	Producción	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Carritos repartidores eléctricos	Ventas	23	S/ 233.00	S/ 5,359.00
Computadoras	Ventas	2	S/ 150.00	S/ 300.00
Impresora térmica para ticket de venta	Ventas	2	S/ 105.00	S/ 210.00
Impresora Laser	Ventas	1	S/ 116.00	S/ 116.00
Computadora	Administración	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Impresora Laser	Administración	1	S/ 116.00	S/ 116.00
Total				S/ 11,666.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 133

Mantenimiento de Maquinaria por Centro de Costos x Año.

Mantenimiento de Maquinaria por Centro de Costos x Año	Costo Año 2021	Costo Año 2022	Costo Año 2023	Costo Año 2024	Costo Año 2025	Totales
Administración	S/5,151	S/5,151	S/5,151	S/5,151	S/5,151	S/25,755
Producción	S/6,515	S/6,515	S/6,515	S/6,515	S/6,515	S/32,575
TOTAL	S/11,666	S/11,666	S/11,666	S/11,666	S/11,666	S/58,330

Nota: Elaboración propia.

6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 134

Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Herramientas y utensilios	Centro de costo	Cantidad	Costo	Total
Raspa lisa	Producción	3	S/ 53.00	S/ 159.00
Raspa ovalada	Producción	3	S/ 53.00	S/ 159.00
Navaja de corte	Producción	3	S/ 35.00	S/ 105.00
Guantes resistentes al calor	Producción	3	S/ 35.00	S/ 105.00
Termómetro de cocina	Producción	1	S/ 79.00	S/ 79.00
Higrómetro digital	Producción	1	S/ 80.00	S/ 80.00
Brochas de panadería y pastelería	Producción	3	S/ 28.00	S/ 84.00
Espátulas	Producción	3	S/ 60.00	S/ 180.00
Total				S/ 951.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 135

Renovación de Utensilios por Centro de Costo y por Años.

Cuadro de Renovación de Utensilios por Centro de Costo y por Años	Costo Año 2022	Costo Año 2023	Costo Año 2024	Costo Año 2025	Totales
Administración	S/0	S/0	S/0	S/9,800	S/9,800
Producción	S/951	S/951	S/951	S/7,011	S/9,864
TOTAL	S/951	S/951	S/951	S/16,811	S/19,664

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 136

Programa de compras posteriores.

Comercial y Ventas	Ítem	Inicio Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Incremento Total
Administración	Carritos repartidores Eléctrico	Unidades 23	1	1	2	1	5
	Costo		S/6,000	S/6,000	S/12,000	S/6,000	S/30,000

Nota: Elaboración propia.

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización.

Para la localización de nuestro Dark Bakery se procedió a realizar la búsqueda de una zona con fácil acceso al distrito de San Borja, pero que tenga menores costos de alquiler que este, desarrollando la matriz crítica de factores de riesgo para distritos de la zona 5, 7 y 8 de Lima Moderna en donde se encuentran el distrito de San Luis, San Borja y Surquillo respectivamente.

Los factores son los siguientes:

Factores para tomar en cuenta

Ubicación

Alquiler

Permisos municipales

Seguridad

Cercanía al distrito de reparto

Tabla 137

Calificación.

Calificación	Escala	Nota
1	Muy Malo	0 - 4
2	Malo	5 - 8
3	Regular	9 - 12
4	Bueno	13 - 16
5	Muy Bueno	17 - 20

Nota: Elaboración propia.

Tabla 138

Variables de Macro localización.

Variable	Peso	San Luis		San Borja		Surquillo	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Ubicación	0.1	4	0.4	5	0.5	3	0.3
Alquiler	0.3	5	1.5	1	0.3	5	1.5
Permisos municipales	0.1	4	0.4	1	0.1	4	0.4
Seguridad	0.2	2	0.4	4	0.8	1	0.2
Cercanía al distrito	0.3	5	1.5	5	1.5	5	1.5
Total	1		4.2		3.2		3.9

Nota: Elaboración propia.

Luego de calificar los distritos escogidos se llegó a la conclusión de que el mejor distrito para tener nuestra panadería a puerta cerrada sería San Luís.

6.4.2. Micro localización.

Una vez escogido el distrito la matriz crítica de factores para encontrar la ubicación exacta de nuestra panadería.

Las variables son:

Tamaño del local

Ubicación de piso

Alquiler

Fácil implementación

Tabla 139

Variables de micro localización.

Variable	Peso	San Luis		San Borja		Surquillo	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Tamaño del local	0.2	3	1	5	1	3	1
Ubicación de piso	0.3	5	1.5	5	1.5	5	1.5
Alquiler	0.3	4	1	4	0.5	3	1.1
Fácil implementación	0.2	3	0.8	3	0.6	3	0.6
Total	1		4.3		3.6		4.2

Nota: Elaboración propia.

Luego de analizar estas variables decidimos que la mejor ubicación para nuestro negocio se encuentra en la Av. circunvalación 2120, debido a su menor costo por metro cuadrado, así como el tamaño de los locales a conseguir y su fácil implementación por estar ubicada en la avenida auxiliar de circunvalación.

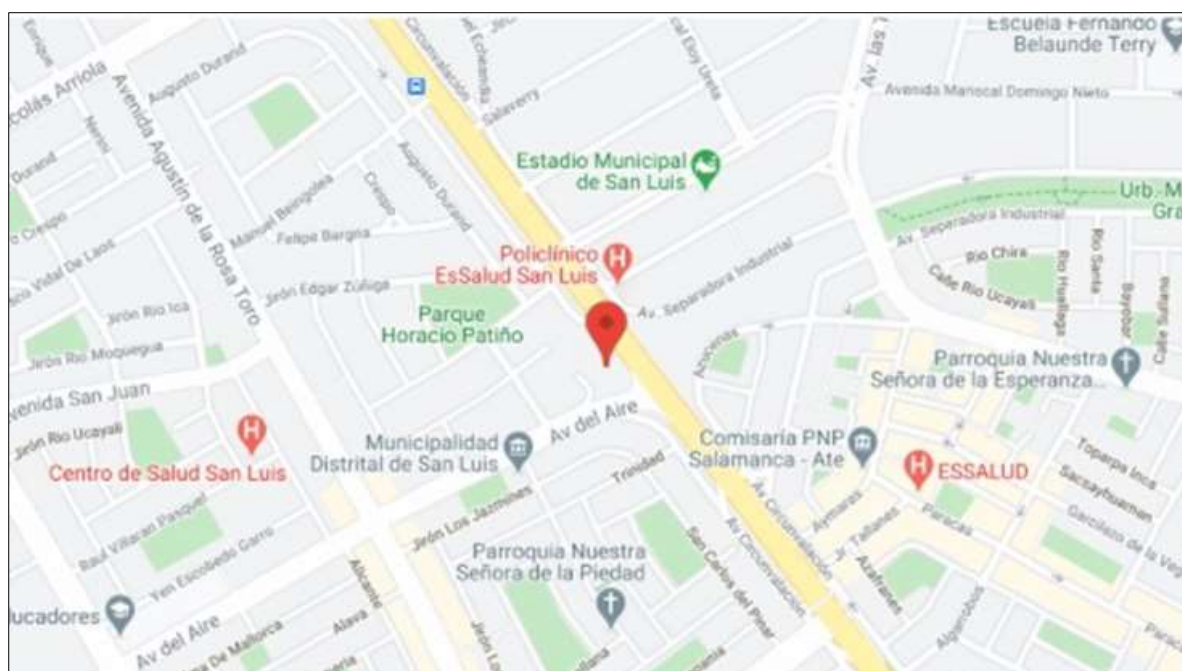


Figura 52. Ubicación de local.

Recuperado de Adonde vivir (15 de septiembre 2020). Av. Circunvalación 2120, San Luis, San Luis, Lima.

Recuperado de <https://www.adondevivir.com/propiedades/alquilo-local-comercial-de-280-m-sup2--en-av-54668391.html>

El local escogido está en muy buenas condiciones, además de tener los espacios suficientes para implementar nuestros equipos, lo que nos ahorraría en gastos de adecuación. Se encuentra ubicado estratégicamente, con salidas a Circunvalación, Av. Canadá, Av. San Luis y la Av. Javier Prado, para un rápido acceso al distrito de San Borja.

Alquilo Local Comercial Ubicación en Av. Rosa Toro San Luis

160 M2 altura de la cuadra 7 de Av. Rosa Toro, cerca de grandes comercios
2 baños para negocio (restaurante, cafetería, panadería, otros)



Figura 53. Imágenes del local.

Recuperado de Adonde vivir (15 de septiembre 2020). Av. Circunvalación 2120, San Luis, San Luis, Lima. Recuperado de <https://www.adondevivir.com/propiedades/alquilo-local-comercial-de-280-m-sup2--en-av-54668391.html>

Plano

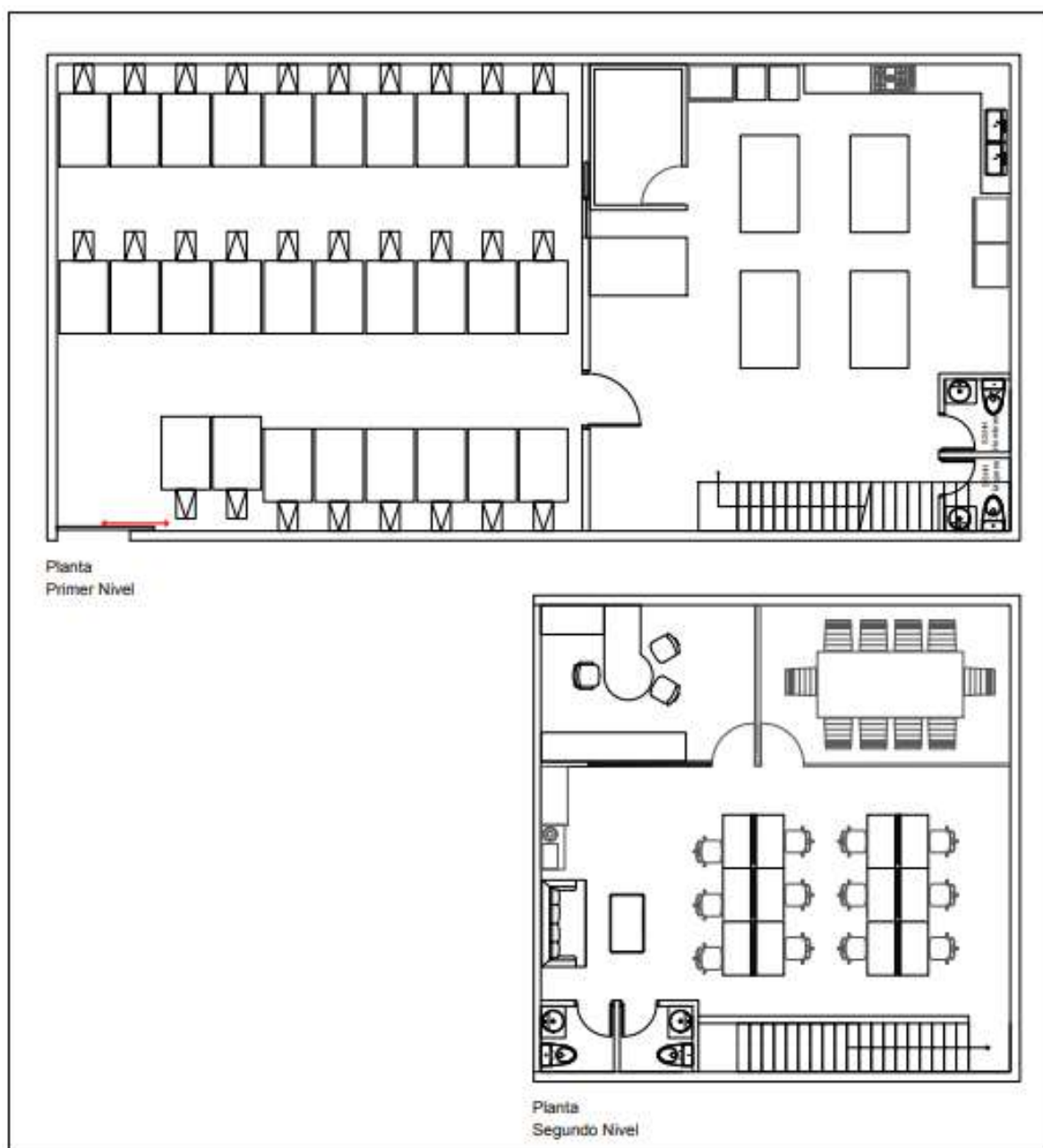


Figura 54. Plano del local.

Fuente: Elaboración propia.

El costo para la remodelación del local se expresa en el siguiente cuadro

Tabla 140

Costo de remodelación.

Remodelación Local						
Ítem	Descripción	Und.	Cantidad	Precio unitario	Valor parcial	Total
1	OBRAS PRELIMINARES					
1.1	TRABAJOS PRELIMINARES					7,170.00
1.1.1	Movilización y desmovilización de equipos y herramientas	glb	1	1,500	1,500	
1.1.2	Eliminación de desmonte y limpieza	viaje	2	400	800	
1.1.3	Limpieza de terreno	m2	300	5	1,500	
1.1.4	Trazos, niveles y replanteo preliminar	m2	300	5	1,410	
1.1.5	Replanteo durante el proceso	m2	300	5	1,410	
1.1.6	Equipo de protección según protocolo COVID-19 (mascarillas, lentes, alcohol y demás)	glb	1	550	550	
2	ARQUITECTURA					58,400.00
2.1	DRYWALL					20,400.00
2.1.1	Suministro e instalación de tabique ST pintados con vencelátex blanco	m2	240	85	20,400	
2.2	PISOS, ZÓCALOS Y TRANSICIONES					30,800.00
2.2.1	Suministro e instalación de piso de porcelanato 60 x 60	m2	280	110	30,800	
2.3	MOBILIARIO					7,200.00
2.3.1	Fabricación de vitrinas de 2.10 x .50 x 1.80 en melamine con vidrio	und	6	1,200	7,200	
3	INSTALACIONES ELÉCTRICAS					
3.1	PUNTOS DE LUZ					20,500.00
3.1.1	Tablero eléctrico	pto	1	17,000	17,000	
3.1.2	Habilitación de puntos de luz para toma corrientes	pto	25	120	3,000	
3.1.3	Instalación de tomacorrientes	pto	25	20	500	
Costo directo						S/ 86,070.00
Gastos generales						S/ 6,885.60
Sub- total						S/ 92,955.60
I.G.V (18%)						S/ 16,732.01
Total						S/ 109,687.61

Nota: Elaboración propia.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1. Impacto ambiental.

Como medida tomada por la empresa para el cuidado del medio ambiente utilizaremos realizaremos la entrega de nuestros productos en empaques de cartón y bolsas de papel que son altamente biodegradables, considerando también que son materiales que se pueden reutilizar y reciclar una vez haya cumplido su ciclo de uso.

6.5.2. Con los trabajadores.

Estamos comprometidos en respetar los derechos laborales de nuestros trabajadores, así también fomentar su crecimiento y mejorar calidad de vida, ofreciendo bonos por su buen desempeño y capacitaciones para la mejora continua en sus labores diarias.

Ofrecer un buen clima laboral y beneficios donde los trabajadores se sientan valorados mejora la productividad y calidad de nuestros productos.

6.5.3. Con la comunidad.

Nuestro compromiso con la comunidad es contratar solo al personal que reside dentro del distrito de San Borja y San Luis, de esta forma el personal contratado ahorrara tiempo y dinero en traslado a centro de trabajo, mejorando así la calidad de vida de nuestros trabajadores incidiendo directamente el a productividad, así también mejorando la reputación de nuestra empresa.

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Tabla 141

Inversión en Activo Fijo Depreciable.

ACTIVO FIJO PRODUCCIÓN			Total Costo		Total Costo	DEPRECIACIÓN				
Maquinaria / equipos	Q	C.U.	sin IGV	IGV	con IGV	Anual	1	2	3	Deprec. Acum
Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	1	S/53,000.00	S/53,000.00	S/9,540.00	S/62,540.00	33%	S/17,666.70	S/17,666.70	S/17,666.70	S/53,000.00
Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	2	S/44,921.70	S/89,843.40	S/16,171.80	S/106,015.20	33%	S/29,947.80	S/29,947.80	S/29,947.80	S/89,843.40
Divisora volumétrica PTZ-30	1	S/31,355.90	S/31,355.90	S/5,644.10	S/37,000.00	33%	S/10,452.00	S/10,452.00	S/10,452.00	S/31,355.90
Batidora Planetaria cap. 60 litros	2	S/7,200.00	S/14,400.00	S/2,592.00	S/16,992.00	33%	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00	S/14,400.00
Cámara de Fermentación Colip CFC 2P 8CA	1	S/102,595.00	S/102,595.00	S/18,467.10	S/121,062.10	33%	S/34,198.30	S/34,198.30	S/34,198.30	S/102,595.00
Rebanadora de Pan 32 Cuchillas	1	S/4,500.00	S/4,500.00	S/810.00	S/5,310.00	33%	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/4,500.00
Visicooler BC-16003FC	2	S/7,880.50	S/15,761.00	S/2,837.00	S/18,598.00	33%	S/5,253.70	S/5,253.70	S/5,253.70	S/15,761.00
Campana extractora industrial	1	S/1,799.00	S/1,799.00	S/323.80	S/2,122.80	33%	S/599.70	S/599.70	S/599.70	S/1,799.00
Cocina industrial	1	S/11,799.00	S/11,799.00	S/2,123.80	S/13,922.80	33%	S/3,933.00	S/3,933.00	S/3,933.00	S/11,799.00
Mesa de acero (panadería y pastelería)	5	S/2,400.00	S/12,000.00	S/2,160.00	S/14,160.00	33%	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/12,000.00
Mesa de lavado industrial	2	S/1,750.00	S/3,500.00	S/630.00	S/4,130.00	33%	S/1,166.70	S/1,166.70	S/1,166.70	S/3,500.00
Celular gama media	1	S/1,525.00	S/1,525.00	S/274.50	S/1,799.50	33%	S/508.30	S/508.30	S/508.30	S/1,525.00
Computadora	1	S/3,550.00	S/3,550.00	S/639.00	S/4,189.00	33%	S/1,183.30	S/1,183.30	S/1,183.30	S/3,550.00
Estante (1.8 m x 1.6 m)	2	S/1,250.00	S/2,500.00	S/450.00	S/2,950.00	33%	S/833.30	S/833.30	S/833.30	S/2,500.00
TOTAL			S/348,128.30	S/62,663.10	S/410,791.50		S/116,042.80	S/116,042.80	S/116,042.80	S/348,128.30
ACTIVO FIJO VENTAS			Total Costo		Total Costo	DEPRECIACIÓN				
Maquinaria / equipos	Cantidad	Costo unitario	sin IGV	IGV	con IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acum
Carritos repartidores eléctricos	23	S/3,900.00	S/89,700.00	S/16,146.00	S/105,846.00	33%	S/29,900.00	S/29,900.00	S/29,900.00	S/89,700.00
Computadoras	2	S/3,550.00	S/7,100.00	S/1,278.00	S/8,378.00	33%	S/2,366.70	S/2,366.70	S/2,366.70	S/7,100.00
Impresora térmica para ticket de venta	2	S/1,100.00	S/2,200.00	S/396.00	S/2,596.00	33%	S/733.30	S/733.30	S/733.30	S/2,200.00
Celular gama media	2	S/1,525.00	S/3,050.00	S/549.00	S/3,599.00	33%	S/1,016.70	S/1,016.70	S/1,016.70	S/3,050.00
Impresora Laser	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/270.00	S/1,770.00	33%	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/1,500.00
			S/103,550.00	S/18,639.00	S/122,189.00		S/34,516.70	S/34,516.70	S/34,516.70	S/102,050.00
ACTIVO FIJO ADMINISTRACIÓN					DEPRECIACIÓN					
Maquinaria / equipos	Cantidad	Costo unitario	Total Costo S/IGV	IGV	Total Costo C/IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acum
Computadora	1	S/2,899.00	S/2,899.00	S/521.80	S/3,420.80	33%	S/966.30	S/966.30	S/966.30	S/2,899.00
Impresora Laser	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/270.00	S/1,770.00	33%	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/1,500.00
Celular gama alta	1	S/2,200.00	S/2,200.00	S/396.00	S/2,596.00	33%	S/733.30	S/733.30	S/733.30	S/2,200.00
TOTAL			S/6,599.00	S/1,187.80	S/7,786.80		S/2,199.70	S/2,199.70	S/2,199.70	S/6,599.00
CUADRO RESUMEN										
INVERSIÓN AÑO 0										
Activo fijo			Total Costo S/IGV	IGV	Total Costo C/IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acum
Producción			S/348,128.30	S/62,663.10	S/410,791.50	33%	S/116,042.80	S/116,042.80	S/116,042.80	S/348,128.30
Ventas			S/103,550.00	S/18,639.00	S/122,189.00	33%	S/34,516.70	S/34,516.70	S/34,516.70	S/102,050.00
Administración			S/6,599.00	S/1,187.80	S/7,786.80	33%	S/2,199.70	S/2,199.70	S/2,199.70	S/6,599.00
TOTAL			S/458,277.30	S/82,489.90	S/540,767.30		S/152,759.10	S/152,759.10	S/152,759.10	S/456,777.30

Nota: Elaboración propia.

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

Tabla 142

Inversión en Activo Intangible.

ACTIVOS INTANGIBLES						AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES						
Descripción	Q	Costo unitario	Total S/Igv	IGV 18%	Total C/ IGV	Amortización Año 1	Administración % Dist.	Total	Ventas % Dist.	Total	Produc. y Logística % Dist.	Total
Constitución de la Empresa		S/565.0	S/565.0	S/0.0	S/565.0							
Certificado de Búsqueda	1	S/5.0	S/5.0	S/0.0	S/5.0	S/5.0	S/1.0	S/5.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Reserva de Nombre	1	S/20.0	S/20.0	S/0.0	S/20.0	S/20.0	S/1.0	S/20.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Minuta de constitución	1	S/450.0	S/450.0	S/0.0	S/450.0	S/450.0	S/1.0	S/450.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Inscripción Registro Público y entrega Constit.	1	S/90.0	S/90.0	S/0.0	S/90.0	S/90.0	S/1.0	S/90.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Obtención del RUC	1	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/1.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Marcas y Patentes		S/535.0	S/535.0	S/96.3	S/631.3							
Búsqueda Fonética	1	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.8	S/0.0	S/0.2	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Solicitud de Registro	1	S/535.0	S/535.0	S/96.3	S/631.3	S/535.0	S/0.8	S/428.0	S/0.2	S/107.0	S/0.0	S/0.0
Publicación oficial y obtención de titulo	1	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.8	S/0.0	S/0.2	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Licencias		S/302.2	S/302.2	S/54.4	S/356.6							
De funcionamiento en municipalidad	1	S/160.5	S/160.5	S/28.9	S/189.4	S/160.5	S/0.5	S/80.2	S/0.1	S/16.0	S/0.4	S/64.2
Inscripción de seguridad en INDECI	1	S/86.3	S/86.3	S/15.5	S/101.8	S/86.3	S/0.5	S/43.1	S/0.1	S/8.6	S/0.4	S/34.5
Registro Sanitario	1	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.5	S/0.0	S/0.1	S/0.0	S/0.4	S/0.0
Habilitación Sanitaria y HACCP	1	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.5	S/0.0	S/0.1	S/0.0	S/0.4	S/0.0
Carnet de Sanidad	1	S/16.2	S/16.2	S/2.9	S/19.1	S/16.2	S/0.5	S/8.1	S/0.1	S/1.6	S/0.4	S/6.5
Defensa Civil	1	S/39.3	S/39.3	S/7.1	S/46.4	S/39.3	S/0.5	S/19.6	S/0.1	S/3.9	S/0.4	S/15.7
Software		S/3,541.5	S/3,541.5	S/637.5	S/4,179.0							
Diseño página Web	1	S/2,500.0	S/2,500.0	S/450.0	S/2,950.0	S/2,500.0	S/0.5	S/1,250.0	S/0.3	S/750.0	S/0.2	S/500.0
Aplicativo de Facturación Electrónica	1	S/461.5	S/461.5	S/83.1	S/544.6	S/461.5	S/0.5	S/230.8	S/0.3	S/138.5	S/0.2	S/92.3
Hosting	1	S/300.0	S/300.0	S/54.0	S/354.0	S/300.0	S/0.5	S/150.0	S/0.3	S/90.0	S/0.2	S/60.0
Dominio	1	S/280.0	S/280.0	S/50.4	S/330.4	S/280.0	S/0.5	S/140.0	S/0.3	S/84.0	S/0.2	S/56.0
Total Inversión Intangibles			S/4,943.7	S/788.2	S/5,731.9	S/4,943.7		S/2,914.9		S/1,199.7		S/829.2

Nota: Elaboración propia.

Tabla 143

Resumen Inversión Intangible.

CUADRO RESUMEN			
Descripción	Total S/IGV	IGV 18%	Total c/ IGV
Constitución de la Empresa	S/565.0	S/0.0	S/565.0
Marcas y Patentes	S/535.0	S/96.3	S/631.3
Licencias	S/302.2	S/54.4	S/356.6
Software	S/3,541.5	S/637.5	S/4,179.0
Total Inversión Intangibles	S/4,943.7	S/788.2	S/5,731.9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 144

Resumen de Amortización.

CUADRO RESUMEN AMORTIZACIÓN	
Área	Amortización
Administración	S/2,914.9
Ventas	S/1,199.7
Producción	S/829.2
TOTAL AMORTIZACIÓN	S/4,943.7

Nota: Elaboración propia.

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Tabla 145

Inversión en Gastos Pre-Operativos.

GASTOS PRE OPERATIVOS					
Descripción	Cantidad	Costo Unit.	Total sin Igv	IGV 18%	Total c/ IGV
Acondicionamiento local principal			S/90,055.6	S/16,210.0	S/106,265.6
Gastos Generales	1	S/5,525.6	S/5,525.6	S/994.6	S/6,520.2
Movilización y desmovilización de equipos y herramientas	1	S/1,500.0	S/1,500.0	S/270.0	S/1,770.0
Eliminación de desmonte y limpieza	2	S/400.0	S/800.0	S/144.0	S/944.0
Limpieza de terreno	300	S/5.0	S/1,500.0	S/270.0	S/1,770.0
Trazos, niveles y replanteo preliminar	300	S/4.7	S/1,410.0	S/253.8	S/1,663.8
Replanteo durante el proceso	300	S/4.7	S/1,410.0	S/253.8	S/1,663.8
Equipo de protección según protocolo COVID-19 (mascarillas, lentes, alcohol y demás)	1	S/550.0	S/550.0	S/99.0	S/649.0
<u>ARQUITECTURA</u>					
DRYWALL					
Suministro e instalación de tabique ST pintados con vencelátex blanco	240	S/85.0	S/20,400.0	S/3,672.0	S/24,072.0
PISOS, ZÓCALOS Y TRANSICIONES					
Suministro e instalación de piso de porcelanato 60 x 60	280	S/110.0	S/30,800.0	S/5,544.0	S/36,344.0
MOBILIARIO					
Fabricación de vitrinas de 2.10 x .50 x 1.80 en melamine con vidrio	6	S/1,200.0	S/7,200.0	S/1,296.0	S/8,496.0
<u>INSTALACIONES ELÉCTRICAS</u>					
PUNTOS DE LUZ					
Habilitación de puntos de luz para tomacorrientes	25	S/120.0	S/3,000.0	S/540.0	S/3,540.0
Instalación de tomacorrientes	48	S/20.0	S/960.0	S/172.8	S/1,132.8
Tablero eléctrico	1	S/15,000.0	S/15,000.0	S/2,700.0	S/17,700.0
Alquiler de local			S/17,796.6	S/3,203.4	S/21,000.0
Adelanto de alquiler x mes	1	S/5,932.2	S/5,932.2	S/1,067.8	S/7,000.0
Garantía	2	S/5,932.2	S/11,864.4	S/2,135.6	S/14,000.0
Marketing de Lanzamiento			S/2,675.0	S/481.5	S/3,156.5
Campaña de lanzamiento	1	S/1,700.0	S/1,700.0	S/306.0	S/2,006.0
Sampling	1	S/975.0	S/975.0	S/175.5	S/1,150.5
Servicios tercerizados			S/1,721.7	S/309.9	S/2,031.6
Servicio Tercerizado de limpieza	1	S/508.5	S/508.5	S/91.5	S/600.0
Servicios Tercerizados Contable	1	S/314.3	S/314.3	S/56.6	S/370.8
Servicio Monitoreo de seguridad	1	S/899.0	S/899.0	S/161.8	S/1,060.8
Servicios			S/2,278.6	S/410.1	S/2,688.7
Celulares	3	S/65.9	S/197.7	S/35.6	S/233.3
Telefonía e internet	1	S/100.9	S/100.9	S/18.2	S/119.1
Luz	1	S/1,250.0	S/1,250.0	S/225.0	S/1,475.0
Agua	1	S/730.0	S/730.0	S/131.4	S/861.4
Equipos no depreciables			S/2,172.0	S/391.0	S/2,563.0
Balanzas de panadería eléctrica 300 Kgs	2	S/335.0	S/670.0	S/120.6	S/790.6
Balanzas de panadería 50 Kgs	3	S/209.0	S/627.0	S/112.9	S/739.9
Termómetro ambiental	3	S/149.0	S/447.0	S/80.5	S/527.5
Termómetro de cocina	3	S/98.0	S/294.0	S/52.9	S/346.9
Higrómetro digital	1	S/134.0	S/134.0	S/24.1	S/158.1
Utensilios			S/14,416.0	S/2,594.9	S/17,010.9
Coche de Acero Inoxidable para bandejas	6	S/650.0	S/3,900.0	S/702.0	S/4,602.0
Bandejas para horno de pan	250	S/33.0	S/8,250.0	S/1,485.0	S/9,735.0
Colador	6	S/99.0	S/594.0	S/106.9	S/700.9
Bowl	6	S/59.0	S/354.0	S/63.7	S/417.7
Tamizador de acero	3	S/99.0	S/297.0	S/53.5	S/350.5
Palote de Acero	3	S/89.0	S/267.0	S/48.1	S/315.1
Ollas de acero inoxidable	1	S/250.0	S/250.0	S/45.0	S/295.0
Regla de acero	3	S/70.0	S/210.0	S/37.8	S/247.8
Espátulas	3	S/33.0	S/99.0	S/17.8	S/116.8
Azucarero	3	S/24.0	S/72.0	S/13.0	S/85.0
Salero	3	S/24.0	S/72.0	S/13.0	S/85.0
Brochas de panadería y pastelería	3	S/17.0	S/51.0	S/9.2	S/60.2
Herramientas			S/1,891.6	S/340.5	S/2,232.1
Rodillo de acero	3	S/89.0	S/267.0	S/48.1	S/315.1
Cuchillos de Serrucho	3	S/79.0	S/237.0	S/42.7	S/279.7
Tijera de cocina de acero	3	S/75.0	S/225.0	S/40.5	S/265.5
Caja de Herramientas	1	S/211.0	S/211.0	S/38.0	S/249.0
Cuchillo liso	3	S/65.0	S/195.0	S/35.1	S/230.1
Guantes resistentes al calor	5	S/35.0	S/175.0	S/31.5	S/206.5

Cucharas medidoras	3	S/50.0	S/150.0	S/27.0	S/177.0
Batidor manual de Globo	3	S/45.0	S/135.0	S/24.3	S/159.3
Raspas Lisa	3	S/22.0	S/66.0	S/11.9	S/77.9
Raspa Ovalada	3	S/22.0	S/66.0	S/11.9	S/77.9
Wincha o cinta métrica	3	S/21.9	S/65.7	S/11.8	S/77.5
Navaja de corte	3	S/18.0	S/54.0	S/9.7	S/63.7
Timer	1	S/44.9	S/44.9	S/8.1	S/53.0
Útiles de Oficina y Limpieza			S/1,485.6	S/267.4	S/1,753.0
Hojas Bond en millares	5	S/52.0	S/260.0	S/46.8	S/306.8
Pizarras acrílicas pequeñas	3	S/35.0	S/105.0	S/18.9	S/123.9
Resaltadores	4	S/5.0	S/20.0	S/3.6	S/23.6
Lapiceros colores (Caja)	2	S/15.0	S/30.0	S/5.4	S/35.4
Engrapador	3	S/17.0	S/51.0	S/9.2	S/60.2
Grapas (Caja)	3	S/12.0	S/36.0	S/6.5	S/42.5
Borradores	2	S/2.0	S/4.0	S/0.7	S/4.7
Clips (Caja)	3	S/12.0	S/36.0	S/6.5	S/42.5
Botiquín primeros auxilios	1	S/65.0	S/65.0	S/11.7	S/76.7
Plumones	10	S/8.0	S/80.0	S/14.4	S/94.4
Papel Tolla x 4 unidades	10	S/10.0	S/99.9	S/18.0	S/117.9
Papel Higiénico bolsa 40 unidades	2	S/39.0	S/78.0	S/14.0	S/92.0
Detergente x 5 kg	2	S/25.9	S/51.8	S/9.3	S/61.1
Alcohol industrial x galón	1	S/35.0	S/35.0	S/6.3	S/41.3
Paños de limpieza	2	S/30.0	S/60.0	S/10.8	S/70.8
Lejía x Galón	5	S/5.9	S/29.5	S/5.3	S/34.8
Desatorador de cañerías industrial	1	S/23.0	S/23.0	S/4.1	S/27.1
Escurridor	1	S/15.0	S/15.0	S/2.7	S/17.7
Jabón líquido	5	S/9.0	S/45.0	S/8.1	S/53.0
Tachos de basura	3	S/69.0	S/207.0	S/37.3	S/244.3
Escoba	5	S/21.0	S/105.0	S/18.9	S/123.9
Recogedor	5	S/9.9	S/49.5	S/8.9	S/58.4
Mobiliario			S/1,480.0	S/266.4	S/1,746.4
Escritorios	4	S/370.0	S/1,480.0	S/266.4	S/1,746.4
Accesorios para uniformes			S/5,128.0	S/923.0	S/6,051.0
Mascarilla	1,380	S/3.0	S/4,140.0	S/745.2	S/4,885.2
Botas de plástico (pares)	5	S/55.0	S/275.0	S/49.5	S/324.5
Gorros	46	S/8.0	S/368.0	S/66.2	S/434.2
Guantes	1,380	S/0.3	S/345.0	S/62.1	S/407.1
Gastos de personal			S/24,680.0		S/24,680.0
Gerente general	1	S/3,800.0	S/3,800.0		S/3,800.0
Jefe de producción y logística	1	S/2,500.0	S/2,500.0		S/2,500.0
Asistente de ventas	1	S/1,200.0	S/1,200.0		S/1,200.0
Maestro panadero	1	S/2,500.0	S/2,500.0		S/2,500.0
Maestro pastelero	1	S/2,200.0	S/2,200.0		S/2,200.0
Ayudante panadería	2	S/960.0	S/1,920.0		S/1,920.0
Ayudante pastelería	1	S/960.0	S/960.0		S/960.0
Auxiliar reparto	10	S/960.0	S/9,600.0		S/9,600.0
TOTAL, GASTOS PRE-OPERATIVOS			S/165,780.7	S/25,398.1	S/191,178.9

Nota: Elaboración propia.

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

Tabla 146

Inversión en Inventarios Iniciales.

Total, Material de despacho					
Descripción	Unidades	Costo Unit.	Total, Costo S/IGV	IGV	Total, Costo
Bolsas de pan	812.9	S/0.10	S/48.80	S/8.80	S/57.60
Cajas para postres	106.55	S/0.80	S/85.20	S/15.30	S/100.60
Sticker para datos del cliente	919.45	S/0.00	S/36.80	S/6.60	S/43.40
Sticker precinto de seguridad	919.45	S/0.00	S/36.80	S/6.60	S/43.40
Total			S/207.60	S/37.40	S/244.90

Nota: Elaboración propia.

Tabla 147

Inversión en Inventarios Iniciales Panadería.

PANADERÍA		1.049657074			2021		Dic-20		
INGREDIENTES	UND MEDIDA	Q	PRECIO	NECESIDAD (KG)	NECESIDAD (UND)	COSTO TOTAL	NECESIDAD (KG)	NECESIDAD (UND)	COSTO TOTAL
Harina panadera	Saco	50	S/90.6	79305.70	1586	S/143,701.9	3965.29	79	S/7,185.1
Mejorador	Kg	1	S/7.0	550.90	551	S/3,856.3	27.55	28	S/192.8
Leche en polvo Anchor	Kg	5	S/150.0	68.30	14	S/2,049.0	3.42	1	S/102.5
Levadura fresca	Kg	1	S/14.0	1719.60	1720	S/24,074.4	85.98	86	S/1,203.7
Sal	kg	25	S/31.5	1628.80	65	S/2,052.3	81.44	3	S/102.6
Azúcar rubia	Saco	50	S/110.0	567.80	11	S/1,249.2	28.39	1	S/62.5
Anís tostado	kg	1	S/12.0	15.10	15	S/181.2	0.76	1	S/9.1
Huevos	Kg	4	S/16.9	180.80	45	S/761.6	9.04	2	S/38.1
Margarina Multiuso Primavera	Kg	8	S/78.0	150.60	19	S/1,468.4	7.53	1	S/73.4
Esencia de vainilla Negrita	Lt	1	S/10.9	7.50	8	S/81.8	0.38	0	S/4.1
Manteca vegetal Famosa	Kg	10	S/58.0	1410.80	141	S/8,182.6	70.54	7	S/409.1
Aceite de Oliva	Lt	5	S/138.0	1101.20	220	S/30,393.1	55.06	11	S/1,519.7
Harina integral	Saco	50	S/114.0	3313.20	66	S/7,554.1	165.66	3	S/377.7
Azúcar blanca	Saco	50	S/118.0	623.20	12	S/1,470.8	31.16	1	S/73.5
TOTAL						S/227,076.6			S/11,353.8

Nota: Elaboración propia.

Tabla 148

Inversión en Inventarios Iniciales Pastelería.

PASTELERÍA		2021					Dic-20		
INGREDIENTES	UND MEDIDA	Q	PRECIO	NECESIDAD (KG)	NECESIDAD (UND)	COSTO TOTAL	NECESIDAD (KG)	NECESIDAD (UND)	COSTO TOTAL
Harina sin preparar	Kg	1	S/3.4	7417.90	7418	S/25,220.8	370.89	371	S/1,261.0
Sal	Kg	0.5	S/1.5	129.79	260	S/389.4	6.49	13	S/19.5
Huevos	Und	1	S/0.3	108909.80	108910	S/32,128.4	5445.49	5445	S/1,606.4
Azúcar blanca	Kg	1	S/7.6	7681.81	7682	S/58,258.8	384.09	384	S/2,912.9
Esencia de vainilla	Lt	1	S/8.4	36.84	37	S/307.6	1.84	2	S/15.4
Mantequilla	Kg	0.4	S/14.1	8.45	21	S/297.5	0.42	1	S/14.9
Gelatina	Kg	0.16	S/3.0	277.12	1732	S/5,196.0	13.86	87	S/259.8
Durazno e conserva	Lata	12	S/6.3	4330.00	361	S/2,269.6	216.50	18	S/113.5
Colapez en polvo	Kg	0.02	S/2.5	21.65	1083	S/2,706.3	1.08	54	S/135.3
Leche evaporada	Lata	1	S/2.9	6425.00	6425	S/18,627.1	321.25	321	S/931.4
Aceite vegetal	Lt	1	S/5.3	1654.08	1654	S/8,766.6	82.70	83	S/438.3
Vinagre	Lt	5	S/7.1	208.12	42	S/295.5	10.41	2	S/14.8
Leche condensada	Lata	1	S/4.8	6017.00	6017	S/28,821.4	300.85	301	S/1,441.1
Bicarbonato	Kg	2	S/20.0	112.01	56	S/1,120.1	5.60	3	S/56.0
Cocoa	Kg	1	S/28.9	849.78	850	S/24,558.6	42.49	42	S/1,227.9
Manjar blanco	Kg	4.5	S/54.0	2360.50	525	S/28,320.8	118.03	26	S/1,416.0
Canela molida	Kg	1	S/76.0	32.40	32	S/2,462.4	1.62	2	S/123.1
Leche fresca	Lt	0.946	S/3.3	4086.65	4320	S/14,212.6	204.33	216	S/710.6
Cerezas	Und.	1	S/0.7	38880.00	38880	S/28,252.8	1944.00	1944	S/1,412.6
Manzanas	Und.	1	S/1.2	7796.63	7797	S/9,340.4	389.83	390	S/467.0
Azúcar rubia	Kg	5	S/15.5	194.92	39	S/604.2	9.75	2	S/30.2
Polvo de hornear	Kg	1	S/11.0	102.95	103	S/1,132.5	5.15	5	S/56.6
Frutos rojos	Kg	1	S/76.0	97.46	97	S/7,406.8	4.87	5	S/370.3
Mermelada de Albaricoque	Kg	0.284	S/17.9	1.36	1	S/17.9	0.07	0	S/4.3
Plátanos	Und.	1	S/0.5	15836.91	15837	S/7,918.5	791.85	792	S/395.9
Limón	Und.	1	S/0.4	18950.15	18950	S/7,580.1	947.51	948	S/379.0
Nata para cocinar	Kg	0.3	S/8.9	1061.21	3537	S/31,482.5	53.06	177	S/1,574.1
Queso crema	kg	1.36	S/33.3	852.76	627	S/20,898.8	42.64	31	S/1,044.9
Azúcar en polvo	Kg	0.18	S/1.5	1516.01	8422	S/12,633.4	75.80	421	S/631.7
Esencia de naranja	Kg	1	S/8.4	1.14	1	S/8.4	0.06	0	S/0.5
Naranja	Und.	1	S/0.6	4548.04	4548	S/2,728.8	227.40	227	S/136.4
Pasas	Kg	0.25	S/7.0	659.87	2639	S/18,450.0	32.99	132	S/922.5
Margarina Multiuso Primavera	Kg	2	S/22.4	1114.67	557	S/12,484.4	55.73	28	S/624.2
Crema de batir	lt	1	S/14.9	216.57	217	S/3,226.9	10.83	11	S/161.3
TOTAL						S/418,126.0			S/20,909.8

Nota: Elaboración propia.

Tabla 149

Resumen Inventario Inicial.

CUADRO RESUMEN INVENTARIO INICIAL			
	Total S/IGV	IGV	Total C/IGV
Material de despacho	S/207.6	S/37.4	S/244.9
Materia prima panadería	S/9,621.9	S/1,731.9	S/11,353.8
Materia prima pastelería	S/17,720.1	S/3,189.6	S/20,909.8
TOTAL	S/27,549.6	S/4,958.9	S/32,508.5

Nota: Elaboración propia.

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

Capital de Trabajo. (Expresado en Nuevos Soles)

Tabla 150

Capital de Trabajo- Ingresos.

2021												
Ingresos												
Producto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Pan francés	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20	S/29,906.20
Pan Ciabatta	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50	S/33,695.50
Pan integral	S/3,141.60	S/3,141.60	S/3,141.60	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/5,235.90	S/3,141.60
Baguette artesanal	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20	S/12,450.20
Pan de yema	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10	S/1,699.10
Pan carioca	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00	S/1,137.00
Pan de molde	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80	S/6,139.80
Ciabatta precocido	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/3,411.00	S/0.00
Queque de naranja	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50	S/4,737.50
Queque de plátano	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00	S/15,397.00
Tres leches vainilla	S/28,717.60	S/28,717.60	S/28,717.60	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/38,290.10	S/28,717.60
Tarta de manzana	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40	S/8,446.40
Tarta de limón	S/17,907.90	S/17,907.90	S/17,907.90	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/20,892.50	S/17,907.90
Torta de chocolate	S/21,540.90	S/21,540.90	S/21,540.90	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/32,311.40	S/21,540.90
Torta de chantilly	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/1,813.80	S/0.00
Torta helada	S/3,194.50	S/3,194.50	S/3,194.50	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/4,791.70	S/3,194.50
Total ventas	S/188,111.20	S/188,111.20	S/188,111.20	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/220,355.30	S/188,111.20
Igv ventas	S/28,694.90	S/28,694.90	S/28,694.90	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/33,613.50	S/28,694.90
Total valor ventas	S/159,416.30	S/159,416.30	S/159,416.30	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/186,741.70	S/159,416.30
Ventas Año 1	S/2,515,286.90											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 151

Capital de Trabajo-Egresos.

Egresos												
Egresos efectivos	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Materiales												
Materia Prima Panadería	S/18,166.81	S/18,166.81	S/18,166.81	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/19,301.17	S/18,166.81
Materia Prima Pastelería	S/29,847.01	S/29,847.01	S/29,847.01	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/37,342.16	S/29,847.01
Material de embalaje	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96	S/4,898.96
Uniformes	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos varios (útiles y limpieza)	S/1,753.04	S/0.00	S/1,753.04	S/0.00	S/1,753.04	S/0.00	S/1,753.04	S/0.00	S/1,753.04	S/0.00	S/1,753.04	S/0.00
Personal												
Mano de Obra Directa	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00	S/12,550.00
Personal Administrativo	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00
Personal de Ventas	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00
Asignación familiar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Essalud 9%	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70	S/3,674.70
Gratificaciones	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/11,126.18	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/11,126.18
CTS	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/11,134.68	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/11,134.68	S/0.00
SCTR	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10	S/2,424.10
Seguro vida %	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30	S/408.30
Bonificación (Producción)	S/0.00	S/0.00	S/1,050.00	S/0.00	S/0.00	S/1,050.00	S/0.00	S/0.00	S/1,050.00	S/0.00	S/0.00	S/1,050.00
Bonificación (Ventas)	S/0.00	S/0.00	S/3,450.00	S/0.00	S/0.00	S/3,450.00	S/0.00	S/0.00	S/3,450.00	S/0.00	S/0.00	S/3,450.00
Servicios Tercerizados												
Mantenimiento de Equipos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,833.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,833.00
Limpieza	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47	S/508.47
Contable	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26
Seguridad - Monitoreo de Cámara	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92	S/74.92
IGV Servicios	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/1,211.52	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/161.58	S/1,211.52
Servicios												
Agua	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/730.00	S/380.00
Energía eléctrica	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/1,250.00	S/735.00
Alquiler	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20	S/5,932.20
Celulares	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70	S/197.70
Telefonía fija + internet	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00
IGV Servicios	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,495.60	S/1,339.90
Promoción y Publicidad												
Promoción y Publicidad	S/19,851.00	S/4,251.00	S/4,251.00	S/4,251.00	S/14,051.00	S/4,251.00	S/10,051.00	S/4,251.00	S/14,051.00	S/4,251.00	S/4,251.00	S/4,251.00
IGV Promoción y Publicidad	S/3,573.18	S/765.18	S/765.18	S/765.18	S/2,529.18	S/765.18	S/1,809.18	S/765.18	S/2,529.18	S/765.18	S/765.18	S/765.18
Impuestos												
Pago de IGV	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/20,446.04	S/21,803.35	S/19,771.94	S/21,803.35	S/21,535.94	S/17,306.89
Pago a cuenta del I.R. (1%-1.5%)	S/1,594.16	S/1,594.16	S/1,594.16	S/1,867.42	S/1,867.42	S/1,867.42	S/2,801.13	S/2,801.13	S/2,801.13	S/2,801.13	S/2,801.13	S/2,391.24
Prestamos												
Cuota prestamos activos fijos	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23	S/21,154.23
Total Egresos Efectivos	S/159,039.23	S/138,878.19	S/145,131.23	S/147,780.94	S/172,232.66	S/159,163.88	S/188,883.91	S/170,518.00	S/186,303.63	S/170,518.00	S/183,138.31	S/178,470.57
Saldo de caja Ingresos - Egresos	S/29,071.97	S/49,233.01	S/42,979.97	S/72,574.32	S/48,122.59	S/61,191.38	S/31,471.35	S/49,837.26	S/34,051.63	S/49,837.26	S/37,216.95	S/9,640.63
Saldo de caja Inicial	S/0.00	S/29,071.97	S/78,304.98	S/121,284.95	S/193,859.26	S/241,981.85	S/303,173.23	S/334,644.58	S/384,481.84	S/418,533.47	S/468,370.73	S/505,587.67
Saldo de caja final Acumulado	S/29,071.97	S/78,304.98	S/121,284.95	S/193,859.26	S/241,981.85	S/303,173.23	S/334,644.58	S/384,481.84	S/418,533.47	S/468,370.73	S/505,587.67	S/515,228.30

Nota: Elaboración propia.

7.1.6. Liquidación del IGV.

Tabla 152

Liquidación del IGV.

	Año 0	AÑO 1											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos	S/0.00	S/28,694.93	S/28,694.93	S/28,694.93	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/33,613.51	S/28,694.93
Egresos	S/113,635.15	S/13,569.21	S/10,493.80	S/10,761.21	S/11,810.16	S/13,841.58	S/12,860.10	S/13,121.58	S/11,810.16	S/13,841.58	S/11,810.16	S/12,077.58	S/11,388.04
	-S/113,635.15	S/15,125.71	S/18,201.13	S/17,933.71	S/21,803.35	S/19,771.94	S/20,753.41	S/20,491.94	S/21,803.35	S/19,771.94	S/21,803.35	S/21,535.94	S/17,306.89
Escudo Fiscal	S/0.00	-S/113,635.15	-S/98,509.43	-S/80,308.31	-S/62,374.59	-S/40,571.24	-S/20,799.31	-S/45.90	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Pago de Igv	-S/113,635.15	-S/98,509.43	-S/80,308.31	-S/62,374.59	-S/40,571.24	-S/20,799.31	-S/45.90	S/20,446.04	S/21,803.35	S/19,771.94	S/21,803.35	S/21,535.94	S/17,306.89

Nota: Elaboración propia.

Tabla 153

Liquidación del IGV Anual.

IGV	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	S/0.00	S/383,687.82	S/402,746.75	S/422,752.39	S/443,751.77	S/490,541.23
EGRESOS	S/113,635.15	S/147,385.28	S/152,717.82	S/158,315.15	S/164,190.45	S/170,357.50
		S/98,420.73	S/103,307.82	S/108,437.58	S/113,822.08	S/119,473.95
		S/8,967.59	S/9,413.04	S/9,880.61	S/10,371.41	S/10,886.59
		S/1,604.48	S/1,604.48	S/1,604.48	S/1,604.48	S/1,604.48
		S/4,038.80	S/4,038.80	S/4,038.80	S/4,038.80	S/4,038.80
		S/17,791.52	S/17,791.52	S/17,791.52	S/17,791.52	S/17,791.52
		S/16,562.16	S/16,562.16	S/16,562.16	S/16,562.16	S/16,562.16
	-S/113,635.15	S/236,302.54	S/250,028.94	S/264,437.24	S/279,561.32	S/320,183.73
ESCUDO FISCAL	S/0.00	-S/113,635.15	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
PAGO IGV	-S/113,635.15	S/122,667.39	S/250,028.94	S/264,437.24	S/279,561.32	S/320,183.73

Nota: Elaboración propia.

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 154

Resumen de estructura de inversiones.

Resumen Inversión en Activo Fijo, Intangible, Gastos Pre Operativos e Inventarios				
Tipo	Total, sin IGV	IGV 18%	Total, con IGV S/	%
Activos Fijo Depreciable	S/458,277.3	S/82,489.9	S/540,767.3	70.21%
Activos Intangibles	S/4,943.7	S/788.2	S/5,731.9	0.74%
Gastos Pre Operativos	S/165,780.7	S/25,398.1	S/191,178.9	24.82%
Inventario inicial	S/27,549.6	S/4,958.9	S/32,508.5	4.22%
Totales	S/656,551.4	S/113,635.1	S/770,186.5	100.00%

Nota: Elaboración propia.

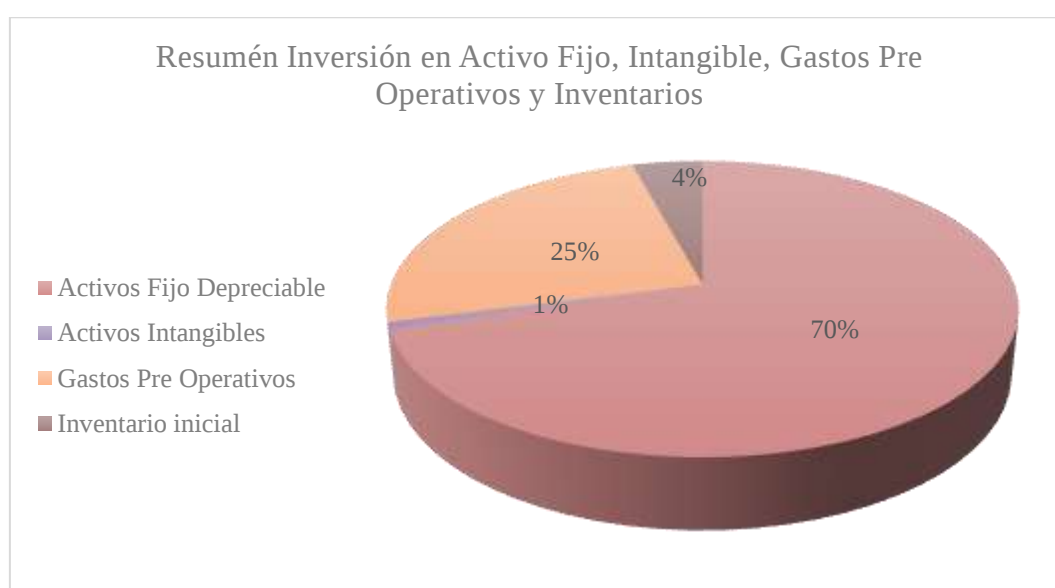


Figura 55. Resumen de estructura de inversiones.

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de financiamiento.

Tabla 155

Inversión Total.

INVERSIÓN TOTAL			FINANCIAMIENTO	
Financiamiento	Monto	%	Importe	S/385,093.30
Inversión Total	S/770,186.53		TCEA	32%
Aporte Socios	S/385,093.27	50%	TCEM	2.34%
Préstamo BCP	S/385,093.27	50%	Plazo	24
Total	S/770,186.53	100%	Cuota	-21,154.20

Nota: Elaboración propia.

Tabla 156

Cronograma de cuotas.

Periodo	Capital	Interés	Amortización	Cuota	Escudo fiscal
S/1.0	S/385,093.3	S/9,013.4	S/12,140.9	S/21,154.2	S/2,658.9
S/2.0	S/372,952.4	S/8,729.2	S/12,425.0	S/21,154.2	S/2,575.1
S/3.0	S/360,527.4	S/8,438.4	S/12,715.8	S/21,154.2	S/2,489.3
S/4.0	S/347,811.5	S/8,140.8	S/13,013.5	S/21,154.2	S/2,401.5
S/5.0	S/334,798.1	S/7,836.2	S/13,318.1	S/21,154.2	S/2,311.7
S/6.0	S/321,480.0	S/7,524.5	S/13,629.8	S/21,154.2	S/2,219.7
S/7.0	S/307,850.3	S/7,205.4	S/13,948.8	S/21,154.2	S/2,125.6
S/8.0	S/293,901.5	S/6,879.0	S/14,275.3	S/21,154.2	S/2,029.3
S/9.0	S/279,626.2	S/6,544.8	S/14,609.4	S/21,154.2	S/1,930.7
S/10.0	S/265,016.8	S/6,202.9	S/14,951.3	S/21,154.2	S/1,829.9
S/11.0	S/250,065.5	S/5,853.0	S/15,301.3	S/21,154.2	S/1,726.6
S/12.0	S/234,764.2	S/5,494.8	S/15,659.4	S/21,154.2	S/1,621.0
S/13.0	S/219,104.8	S/5,128.3	S/16,025.9	S/21,154.2	S/1,512.8
S/14.0	S/203,078.9	S/4,753.2	S/16,401.0	S/21,154.2	S/1,402.2
S/15.0	S/186,677.8	S/4,369.3	S/16,784.9	S/21,154.2	S/1,289.0
S/16.0	S/169,892.9	S/3,976.5	S/17,177.8	S/21,154.2	S/1,173.1
S/17.0	S/152,715.1	S/3,574.4	S/17,579.8	S/21,154.2	S/1,054.4
S/18.0	S/135,135.3	S/3,162.9	S/17,991.3	S/21,154.2	S/933.1
S/19.0	S/117,144.0	S/2,741.8	S/18,412.4	S/21,154.2	S/808.8
S/20.0	S/98,731.6	S/2,310.9	S/18,843.4	S/21,154.2	S/681.7
S/21.0	S/79,888.3	S/1,869.8	S/19,284.4	S/21,154.2	S/551.6
S/22.0	S/60,603.9	S/1,418.5	S/19,735.8	S/21,154.2	S/418.5
S/23.0	S/40,868.1	S/956.5	S/20,197.7	S/21,154.2	S/282.2
S/24.0	S/20,670.4	S/483.8	S/20,670.4	S/21,154.2	S/142.7
TOTAL		S/122,608.3	S/385,093.3	S/507,701.6	S/36,169.5

Nota: Elaboración propia.

Tabla 157

Resumen de Cronograma.

Periodo	Capital	Interés	Amortización	Cuota	Escudo fiscal
Año 1	S/385,093.3	S/87,862.3	S/165,988.5	S/253,850.8	S/25,919.4
Año 2	S/219,104.8	S/34,746.0	S/219,104.8	S/253,850.8	S/10,250.1
TOTAL		S/122,608.3	S/385,093.3	S/507,701.6	S/36,169.5

Nota: Elaboración propia.

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas. (Montos expresados en nuevos soles)

Tabla 158

Ingresos por ventas Año 2021.

Año 2021												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Queque de naranja	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5	S/4,737.5
Queque de plátano	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0	S/15,397.0
Tres leches de vainilla	S/28,717.6	S/28,717.6	S/28,717.6	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/38,290.1	S/28,717.6
Tarta de manzana	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4	S/8,446.4
Tarta de limón	S/17,907.9	S/17,907.9	S/17,907.9	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/20,892.5	S/17,907.9
torta de chocolate	S/21,540.9	S/21,540.9	S/21,540.9	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/32,311.4	S/21,540.9
Torta Chantilly	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/1,813.8	S/0.0
Torta Helada	S/3,194.5	S/3,194.5	S/3,194.5	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/4,791.7	S/3,194.5
Total	S/99,941.7	S/99,941.7	S/99,941.7	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/126,680.4	S/99,941.7

Nota: Elaboración propia.

Tabla 159

Ingresos por ventas Año 2022.

Año 2022												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Queque de naranja	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9	S/4,972.9
Queque de plátano	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8	S/16,161.8
Tres leches de vainilla	S/30,144.1	S/30,144.1	S/30,144.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/40,192.1	S/30,144.1
Tarta de manzana	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9	S/8,865.9
Tarta de limón	S/18,797.4	S/18,797.4	S/18,797.4	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/21,930.3	S/18,797.4
torta de chocolate	S/22,610.9	S/22,610.9	S/22,610.9	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/33,916.4	S/22,610.9
Torta Chantilly	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/1,903.9	S/0.0
Torta Helada	S/3,353.1	S/3,353.1	S/3,353.1	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/5,029.7	S/3,353.1
Total	S/104,906.1	S/104,906.1	S/104,906.1	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/132,973.0	S/104,906.1

Nota: Elaboración propia.

Tabla 160

Ingresos por ventas Año 2023.

Año 2023												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Queque de naranja	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9	S/5,219.9
Queque de plátano	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6	S/16,964.6
Tres leches de vainilla	S/31,641.4	S/31,641.4	S/31,641.4	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/42,188.6	S/31,641.4
Tarta de manzana	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3	S/9,306.3
Tarta de limón	S/19,731.2	S/19,731.2	S/19,731.2	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/23,019.7	S/19,731.2
torta de chocolate	S/23,734.1	S/23,734.1	S/23,734.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/35,601.1	S/23,734.1
Torta Chantilly	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/1,998.5	S/0.0
Torta Helada	S/3,519.7	S/3,519.7	S/3,519.7	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/5,279.5	S/3,519.7
Total	S/110,117.1	S/110,117.1	S/110,117.1	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/139,578.2	S/110,117.1

Nota: Elaboración propia.

Tabla 161

Ingresos por ventas Año 2024.

Año 2024												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Queque de naranja	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2	S/5,479.2
Queque de plátano	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3	S/17,807.3
Tres leches de vainilla	S/33,213.2	S/33,213.2	S/33,213.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/44,284.2	S/33,213.2
Tarta de manzana	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6	S/9,768.6
Tarta de limón	S/20,711.3	S/20,711.3	S/20,711.3	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/24,163.1	S/20,711.3
torta de chocolate	S/24,913.0	S/24,913.0	S/24,913.0	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/37,369.5	S/24,913.0
Torta Chantilly	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/2,097.7	S/0.0
Torta Helada	S/3,694.5	S/3,694.5	S/3,694.5	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/5,541.8	S/3,694.5
Total	S/115,587.0	S/115,587.0	S/115,587.0	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/146,511.4	S/115,587.0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 162

Ingresos por ventas Año 2025.

Año 2025												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Queque de naranja	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3	S/5,751.3
Queque de plátano	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8	S/18,691.8
Tres leches de vainilla	S/34,863.0	S/34,863.0	S/34,863.0	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/46,483.9	S/34,863.0
Tarta de manzana	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8	S/10,253.8
Tarta de limón	S/21,740.0	S/21,740.0	S/21,740.0	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/25,363.4	S/21,740.0
torta de chocolate	S/26,150.5	S/26,150.5	S/26,150.5	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/39,225.8	S/26,150.5
Torta Chantilly	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/2,201.9	S/0.0
Torta Helada	S/3,878.0	S/3,878.0	S/3,878.0	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/5,817.1	S/3,878.0
Total	S/121,328.5	S/121,328.5	S/121,328.5	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/153,789.1	S/121,328.5

Nota: Elaboración propia.

Tabla 163

Panadería Ingresos por ventas Año 2021.

Año 2021												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pan francés	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2	S/29,906.2
Pan Ciabatta	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5	S/33,695.5
Pan integral	S/3,141.6	S/3,141.6	S/3,141.6	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/5,235.9	S/3,141.6
Pan baguette artesanal	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2	S/12,450.2
Pan de yema	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1	S/1,699.1
Pan carioca	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0	S/1,137.0
Pan de molde	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8	S/6,139.8
Pan Ciabatta precocido	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/3,411.0	S/0.0
TOTAL	S/88,169.5	S/88,169.5	S/88,169.5	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/93,674.9	S/88,169.5

Nota: Elaboración propia.

Tabla 164

Panadería Ingresos por ventas Año 2022.

Año 2022												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pan francés	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7	S/31,391.7
Pan Ciabatta	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2	S/35,369.2
Pan integral	S/3,297.6	S/3,297.6	S/3,297.6	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/5,496.0	S/3,297.6
Pan baguette artesanal	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7	S/13,068.7
Pan de yema	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5	S/1,783.5
Pan carioca	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5	S/1,193.5
Pan de molde	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8	S/6,444.8
Pan Ciabatta precocido	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/3,580.5	S/0.0
TOTAL	S/92,549.1	S/92,549.1	S/92,549.1	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/98,328.0	S/92,549.1

Nota: Elaboración propia.

Tabla 165

Panadería Ingresos por ventas Año 2023.

Año 2023												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pan francés	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0	S/32,951.0
Pan Ciabatta	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1	S/37,126.1
Pan integral	S/3,461.4	S/3,461.4	S/3,461.4	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/5,769.0	S/3,461.4
Pan baguette artesanal	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8	S/13,717.8
Pan de yema	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1	S/1,872.1
Pan carioca	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8	S/1,252.8
Pan de molde	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0	S/6,765.0
Pan Ciabatta precocido	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/3,758.3	S/0.0
TOTAL	S/97,146.3	S/97,146.3	S/97,146.3	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/103,212.2	S/97,146.3

Nota: Elaboración propia.

Tabla 166

Panadería Ingresos por ventas Año 2024.

Año 2024												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pan francés	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8	S/34,587.8
Pan Ciabatta	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3	S/38,970.3
Pan integral	S/3,633.3	S/3,633.3	S/3,633.3	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/6,055.6	S/3,633.3
Pan baguette artesanal	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3	S/14,399.3
Pan de yema	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1	S/1,965.1
Pan carioca	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0	S/1,315.0
Pan de molde	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0	S/7,101.0
Pan Ciabatta precocido	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/3,945.0	S/0.0
TOTAL	S/101,971.9	S/101,971.9	S/101,971.9	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/108,339.1	S/101,971.9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 167

Panadería Ingresos por ventas Año 2025.

Año 2025												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pan francés	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9	S/36,305.9
Pan Ciabatta	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1	S/40,906.1
Pan integral	S/3,813.8	S/3,813.8	S/3,813.8	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/6,356.4	S/3,813.8
Pan baguette artesanal	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5	S/15,114.5
Pan de yema	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8	S/2,062.8
Pan carioca	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3	S/1,380.3
Pan de molde	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7	S/7,453.7
Pan Ciabatta precocido	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/4,141.0	S/0.0
TOTAL	S/107,037.1	S/107,037.1	S/107,037.1	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/113,720.6	S/107,037.1

Nota: Elaboración propia.

Tabla 168

Resumen de Inversión.

CUADRO RESUMEN					
Línea	S/2,021.0	S/2,022.0	S/2,023.0	S/2,024.0	S/2,025.0
Panadería	S/1,102,076.8	S/1,156,820.3	S/1,214,283.0	S/1,274,600.1	S/1,337,913.3
Pastelería	S/1,413,210.0	S/1,483,408.4	S/1,557,093.8	S/1,634,439.3	S/1,715,626.8
Total ventas	S/2,515,286.9	S/2,640,228.7	S/2,771,376.8	S/2,909,039.4	S/3,053,540.1
Igv	S/383,687.8	S/402,746.8	S/422,752.4	S/443,751.8	S/465,794.3
Total valor ventas	S/2,131,599.0	S/2,237,481.9	S/2,348,624.4	S/2,465,287.6	S/2,587,745.8

Nota: Elaboración propia.

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

En este modelo de negocio las ventas se pagan al contado, ello permite generar ingresos desde el primer mes. Aplicando el método del déficit acumulado, los ingresos son mayores que los egresos desde el primer mes de operación, es por ello que la empresa no necesita tener capital de trabajo.

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 169

Valor de desecho del activo fijo.

Activo fijo	Total Costo S/IGV	Depre. Acum.	Valor libros	Valor Comercial	Valor Desecho
Producción	348,128.30	348,128.30		S/104,438.50	S/73,629.10
Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	53,000.00	53,000.00		S/15,900.00	S/11,209.50
Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	89,843.40	89,843.40		S/26,953.00	S/19,001.90
Divisora volumétrica PTZ-30	31,355.90	31,355.90		S/9,406.80	S/6,631.80
Batidora Planetaria cap. 60 litros	14,400.00	14,400.00		S/4,320.00	S/3,045.60
Cámara de Fermentación Colip CFC 2P 8CA	102,595.00	102,595.00		S/30,778.50	S/21,698.80
Rebanadora de Pan 32 Cuchillas	4,500.00	4,500.00		S/1,350.00	S/951.80
Visicooler BC-16003FC	15,761.00	15,761.00		S/4,728.30	S/3,333.50
Campana extractora industrial	1,799.00	1,799.00		S/539.70	S/380.50
Cocina industrial	11,799.00	11,799.00		S/3,539.70	S/2,495.50
Mesa de acero (panadería y pastelería)	12,000.00	12,000.00		S/3,600.00	S/2,538.00
Mesa de lavado industrial	3,500.00	3,500.00		S/1,050.00	S/740.30
Celular gama media	1,525.00	1,525.00		S/457.50	S/322.50
Computadora	3,550.00	3,550.00		S/1,065.00	S/750.80
Estante (1.8 m x 1.6 m)	2,500.00	2,500.00		S/750.00	S/528.80
Ventas	103,550.00	103,550.00		S/31,065.00	S/21,900.80
Carritos repartidores eléctricos	89,700.00	89,700.00		S/26,910.00	S/18,971.60
Computadoras	7,100.00	7,100.00		S/2,130.00	S/1,501.70
Impresora térmica para ticket de venta	2,200.00	2,200.00		S/660.00	S/465.30
Celular gama media	3,050.00	3,050.00		S/915.00	S/645.10
Impresora Laser	1,500.00	1,500.00		S/450.00	S/317.30
Administración	6,599.00	6,599.00		S/1,979.70	S/1,395.70
Computadora	2,899.00	2,899.00		S/869.70	S/613.10
Impresora Laser	1,500.00	1,500.00		S/450.00	S/317.30
Celular gama alta	2,200.00	2,200.00		S/660.00	S/465.30
TOTAL	458,277.30	458,277.30		S/137,483.20	S/96,925.70
				IGV venta	S/24,746.98
				Precio venta	S/121,672.64

Nota: Elaboración propia.

7.4. Costos y gastos anuales

7.4.1. Egresos desembolsables

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 170

Presupuesto de materia prima e insumos Panadería.

PANADERÍA				2021			2022			2023			2024			2025		
INGREDIENTES	U.M.	Q	Precio	Necesidad		Costo Total	Necesidad		Costo Total	Necesidad		Costo Total	Necesidad		Costo Total	Necesidad		Costo Total
				Kg	und		Kg	und		Kg	und		Kg	und		Kg	und	
Harina panadera	Saco	50	S/90.60	79305.7	1586	S/143,701.90	83243.79	1665	S/150,837.70	87377.43	1748	S/158,327.90	91716.34	1834	S/166,190.00	96270.7	1925	S/174,442.50
Mejorador	Kg	1	S/7.00	550.9	551	S/3,856.30	578.26	578	S/4,047.80	606.97	607	S/4,248.80	637.11	637	S/4,459.80	668.75	669	S/4,681.20
Leche en polvo Anchor	Kg	5	S/150.00	68.3	14	S/2,049.00	71.69	14	S/2,150.70	75.25	15	S/2,257.50	78.99	16	S/2,369.70	82.91	17	S/2,487.30
Levadura fresca	Kg	1	S/14.00	1719.6	1720	S/24,074.40	1804.99	1805	S/25,269.90	1894.62	1895	S/26,524.70	1988.7	1989	S/27,841.80	2087.46	2087	S/29,224.40
Sal	kg	25	S/31.50	1628.8	65	S/2,052.30	1709.68	68	S/2,154.20	1794.58	72	S/2,261.20	1883.69	75	S/2,373.50	1977.23	79	S/2,491.30
Azúcar rubia	Saco	50	S/110.00	567.8	11	S/1,249.20	596	12	S/1,311.20	625.59	13	S/1,376.30	656.66	13	S/1,444.60	689.26	14	S/1,516.40
Anís tostado	kg	1	S/12.00	15.1	15	S/181.20	15.85	16	S/190.20	16.64	17	S/199.60	17.46	17	S/209.60	18.33	18	S/220.00
Huevos	Kg	4	S/16.90	180.8	45	S/761.60	189.78	47	S/799.40	199.2	50	S/839.10	209.09	52	S/880.80	219.48	55	S/924.50
Margarina Multiuso Primavera	Kg	8	S/78.00	150.6	19	S/1,468.40	158.08	20	S/1,541.30	165.93	21	S/1,617.80	174.17	22	S/1,698.10	182.82	23	S/1,782.50
Esencia de vainilla Negrita	Lt	1	S/10.90	7.5	8	S/81.80	7.87	8	S/85.80	8.26	8	S/90.10	8.67	9	S/94.50	9.1	9	S/99.20
Manteca vegetal Famosa	Kg	10	S/58.00	1410.8	141	S/8,182.60	1480.86	148	S/8,589.00	1554.39	155	S/9,015.50	1631.58	163	S/9,463.20	1712.6	171	S/9,933.10
Aceite de Oliva	Lt	5	S/138.00	1101.2	220	S/30,393.10	1155.88	231	S/31,902.40	1213.28	243	S/33,486.50	1273.53	255	S/35,149.40	1336.77	267	S/36,894.80
Harina integral	Saco	50	S/114.00	3313.2	66	S/7,554.10	3477.72	70	S/7,929.20	3650.42	73	S/8,323.00	3831.69	77	S/8,736.20	4021.96	80	S/9,170.10
Azúcar blanca	Saco	50	S/118.00	623.2	12	S/1,470.80	654.15	13	S/1,543.80	686.63	14	S/1,620.40	720.73	14	S/1,700.90	756.51	15	S/1,785.40
TOTAL				S/227,076.60			S/238,352.60			S/250,188.50			S/262,612.10			S/275,652.60		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 171

Presupuesto de materia prima e insumos Pastelería.

PASTELERÍA				2021			2022			2023			2024			2025		
INGREDIENTES	U.M.	Q	Precio	Necesidad Kg	UND	Costo Total	Necesidad Kg	UND	Costo Total	Necesidad Kg	UND	Costo Total	Necesidad Kg	UND	Costo Total	Necesidad Kg	UND	Costo Total
Harina sin preparar	Kg	1	S/3.40	7417.9	7418	S/25,220.80	7786.25	7786	S/26,473.20	8172.89	8173	S/27,787.80	8578.73	8579	S/29,167.70	9004.73	9005	S/30,616.10
Sal	Kg	0.5	S/1.50	129.79	260	S/389.40	136.24	272	S/408.70	143	286	S/429.00	150.1	300	S/450.30	157.56	315	S/472.70
Huevos	Und	1	S/0.30	108909.8	108910	S/32,128.40	114317.94	114318	S/33,723.80	119994.63	119995	S/35,398.40	125953.21	125953	S/37,156.20	132207.68	132208	S/39,001.30
azúcar blanca	Kg	1	S/7.60	7681.81	7682	S/58,258.80	8063.27	8063	S/61,151.80	8463.66	8464	S/64,188.40	8883.95	8884	S/67,375.80	9325.1	9325	S/70,721.50
Esencia de vainilla	Lt	1	S/8.40	36.84	37	S/307.60	38.67	39	S/322.90	40.59	41	S/338.90	42.6	43	S/355.70	44.72	45	S/373.40
Mantequilla	Kg	0.4	S/14.10	8.45	21	S/297.50	8.86	22	S/312.30	9.31	23	S/327.80	9.77	24	S/344.00	10.25	26	S/361.10
Gelatina	Kg	0.16	S/3.00	277.12	1732	S/5,196.00	290.88	1818	S/5,454.00	305.33	1908	S/5,724.80	320.49	2003	S/6,009.10	336.4	2103	S/6,307.50
Durazno e conserva	Lata	12	S/6.30	4330	361	S/2,269.60	4545.02	379	S/2,382.30	4770.71	398	S/2,500.60	5007.61	417	S/2,624.80	5256.27	438	S/2,755.20
Colapez en polvo	Kg	0.02	S/2.50	21.65	1083	S/2,706.30	22.73	1136	S/2,840.60	23.85	1193	S/2,981.70	25.04	1252	S/3,129.80	26.28	1314	S/3,285.20
Leche evaporada	Lata	1	S/2.90	6425	6425	S/18,627.10	6744.05	6744	S/19,552.10	7078.94	7079	S/20,523.00	7430.46	7430	S/21,542.10	7799.43	7799	S/22,611.80
Aceite vegetal	Lt	1	S/5.30	1654.08	1654	S/8,766.60	1736.22	1736	S/9,202.00	1822.43	1822	S/9,658.90	1912.93	1913	S/10,138.50	2007.92	2008	S/10,642.00
Vinagre	Lt	5	S/7.10	208.12	42	S/295.50	218.46	44	S/310.20	229.3	46	S/325.60	240.69	48	S/341.80	252.64	51	S/358.80
Leche condensada	Lata	1	S/4.80	6017	6017	S/28,821.40	6315.79	6316	S/30,252.60	6629.41	6629	S/31,754.90	6958.61	6959	S/33,331.70	7304.15	7304	S/34,986.90
Bicarbonato	Kg	2	S/20.00	112.01	56	S/1,120.10	117.57	59	S/1,175.70	123.41	62	S/1,234.10	129.54	65	S/1,295.40	135.97	68	S/1,359.70
Cocoa	Kg	1	S/28.90	849.78	850	S/24,558.60	891.98	892	S/25,778.20	936.27	936	S/27,058.20	982.76	983	S/28,401.90	1031.56	1032	S/29,812.20
Manjar blanco	Kg	4.5	S/54.00	2360.5	525	S/28,320.80	2477.72	551	S/29,727.10	2600.75	578	S/31,203.20	2729.9	607	S/32,752.70	2865.46	637	S/34,379.10
Canela molida	Kg	1	S/76.00	32.4	32	S/2,462.40	34.01	34	S/2,584.70	35.7	36	S/2,713.00	37.47	37	S/2,847.70	39.33	39	S/2,989.20
Leche fresca	Lt	0.946	S/3.30	4086.65	4320	S/14,212.60	4289.58	4534	S/14,918.30	4502.59	4760	S/15,659.10	4726.18	4996	S/16,436.70	4960.86	5244	S/17,252.90
Cerezas	Und.	1	S/0.70	38880	38880	S/28,252.80	40810.67	40811	S/29,655.80	42837.21	42837	S/31,128.40	44964.38	44964	S/32,674.10	47197.18	47197	S/34,296.60
Manzanas	Und.	1	S/1.20	7796.63	7797	S/9,340.40	8183.79	8184	S/9,804.20	8590.17	8590	S/10,291.00	9016.74	9017	S/10,802.10	9464.48	9464	S/11,338.40
Azúcar rubia	Kg	5	S/15.50	194.92	39	S/604.20	204.59	41	S/634.20	214.75	43	S/665.70	225.42	45	S/698.80	236.61	47	S/733.50
Polvo para hornear	Kg	1	S/11.00	102.95	103	S/1,132.50	108.07	108	S/1,188.70	113.43	113	S/1,247.80	119.06	119	S/1,309.70	124.98	125	S/1,374.70
Frutos rojos	Kg	1	S/76.00	97.46	97	S/7,406.80	102.3	102	S/7,774.60	107.38	107	S/8,160.70	112.71	113	S/8,565.90	118.31	118	S/8,991.30
Mermelada de Albaricoque	Kg	0.284	S/17.90	1.36	1	S/17.90	1.43	1	S/17.90	1.5	1	S/17.90	1.58	1	S/17.90	1.66	1	S/17.90
Plátanos	Und.	1	S/0.50	15836.91	15837	S/7,918.50	16623.32	16623	S/8,311.70	17448.79	17449	S/8,724.40	18315.25	18315	S/9,157.60	19224.73	19225	S/9,612.40
Limón	Und.	1	S/0.40	18950.15	18950	S/7,580.10	19891.16	19891	S/7,956.50	20878.89	20879	S/8,351.60	21915.68	21916	S/8,766.30	23003.95	23004	S/9,201.60
Nata para cocinar	Kg	0.3	S/8.90	1061.21	3537	S/31,482.50	1113.9	3713	S/33,045.80	1169.22	3897	S/34,686.80	1227.28	4091	S/36,409.20	1288.22	4294	S/38,217.20
Queso crema	kg	1.36	S/33.30	852.76	627	S/20,898.80	895.1	658	S/21,936.60	939.55	691	S/23,025.90	986.21	725	S/24,169.30	1035.18	761	S/25,369.50
Azúcar en polvo	Kg	0.18	S/1.50	1516.01	8422	S/12,633.40	1591.29	8841	S/13,260.80	1670.31	9280	S/13,919.30	1753.25	9740	S/14,610.50	1840.32	10224	S/15,336.00
Esencia de naranja	Kg	1	S/8.40	1.14	1	S/8.40	1.19	1	S/8.40	1.25	1	S/8.40	1.31	1	S/8.40	1.38	1	S/8.40
Naranja	Und.	1	S/0.60	4548.04	4548	S/2,728.80	4773.88	4774	S/2,864.30	5010.93	5011	S/3,006.60	5259.76	5260	S/3,155.90	5520.95	5521	S/3,312.60
Pasas	Kg	0.25	S/7.00	659.87	2639	S/18,450.00	692.64	2771	S/19,366.20	727.03	2908	S/20,327.80	763.14	3053	S/21,337.30	801.03	3204	S/22,396.80
Margarina Multiuso Primavera	Kg	2	S/22.40	1114.67	557	S/12,484.40	1170.03	585	S/13,104.30	1228.13	614	S/13,755.00	1289.11	645	S/14,438.00	1353.13	677	S/15,155.00
Crema de batir	lt	1	S/14.90	216.57	217	S/3,226.90	227.33	227	S/3,387.20	238.62	239	S/3,555.40	250.46	250	S/3,731.90	262.9	263	S/3,917.20
TOTAL						S/418,126.00			S/438,887.60			S/460,680.20			S/483,554.90			S/507,565.50

Nota: Elaboración propia.

Tabla 172

Resumen presupuesto de materia prima.

Resumen					
Costo	2021	2022	S/2,023.00	2024	2025
Panadería	S/227,076.60	S/238,352.60	S/250,188.50	S/262,612.10	S/275,652.60
Pastelería	S/418,126.00	S/438,887.60	S/460,680.20	S/483,554.90	S/507,565.50
Total con Igv	S/645,202.60	S/677,240.10	S/710,868.60	S/746,167.00	S/783,218.10
IGV	S/98,420.70	S/103,307.80	S/108,437.60	S/113,822.10	S/119,474.00
Total sin Igv	S/546,781.80	S/573,932.30	S/602,431.00	S/632,344.90	S/663,744.20

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 173

Mano de Obra Directa.

CARGO	Q	SUELDO MENS.	SCTR	SEGURO VIDA	SUB TOTAL MENSUAL	SUB TOTAL ANUAL	GRATIFIC. (JULIO - DIC.)	ESSALUD	CTS	BONO (ANUAL)	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN	PLANILLA ANUAL
Jefe Producción y Logística	1	S/2,750.00	S/192.50	S/27.50	S/2,970.00	S/35,640.00	S/1,498.75	S/3,207.60	S/1,499.90	S/600.00	S/42,446.25	S/42,446.25
Maestro de Panadería	1	S/2,500.00	S/175.00	S/25.00	S/2,700.00	S/32,400.00	S/1,362.50	S/2,916.00	S/1,363.54	S/600.00	S/38,642.04	S/38,642.04
Maestro de Pastelería	1	S/2,500.00	S/175.00	S/25.00	S/2,700.00	S/32,400.00	S/1,362.50	S/2,916.00	S/1,363.54	S/600.00	S/38,642.04	S/38,642.04
Ayudante de Panadería	3	S/960.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/480.00	S/1,119.74	S/523.60	S/600.00	S/15,164.94	S/45,494.83
Ayudante de Pastelería	2	S/960.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/480.00	S/1,119.74	S/523.60	S/600.00	S/15,164.94	S/30,329.89
					TOTAL							S/195,555.05

Nota: Elaboración propia.

Tabla 174

Resumen de Mano de Obra Directa.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	S/ 195,555.05	S/ 195,555.05	S/195,555.05	S/ 195,555.05	S/ 195,555.05

Nota: Elaboración propia

.

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.

Tabla 175

Presupuesto de costos indirectos.

Descripción	Unidades	Dic-20	2021	2022	2023	2024	2025
Bolsas de pan (PAPEL)	Und.		195,092.00	204,782.80	214,954.90	225,632.40	236,840.20
Cajas para postres	Und.		25,576.20	26,846.70	28,180.20	29,580.00	31,049.30
Sticker para datos del cliente	Und.		220,668.20	231,629.40	243,135.20	255,212.40	267,889.60
Sticker precinto de seguridad	Und.		220,668.20	231,629.40	243,135.20	255,212.40	267,889.60
Descripción	Costo Unit.	Dic-20	2021	2022	2023	2024	2025
Bolsas de pan (PAPEL)	S/0.06		S/11,705.50	S/12,287.00	S/12,897.30	S/13,537.90	S/14,210.40
Cajas para postres	S/0.80		S/20,461.00	S/21,477.30	S/22,544.20	S/23,664.00	S/24,839.50
Sticker para datos del cliente	S/0.04		S/8,826.70	S/9,265.20	S/9,725.40	S/10,208.50	S/10,715.60
Sticker precinto de seguridad	S/0.04		S/8,826.70	S/9,265.20	S/9,725.40	S/10,208.50	S/10,715.60
Total Costo S/IGV			S/49,819.90	S/52,294.60	S/54,892.30	S/57,618.90	S/60,481.00
IGV			S/8,967.60	S/9,413.00	S/9,880.60	S/10,371.40	S/10,886.60
Total Costo			S/58,787.50	S/61,707.70	S/64,772.90	S/67,990.30	S/71,367.60

Nota: Elaboración propia.

Tabla 176

Costos indirectos de fabricación.

Costos indirectos de fabricación		AÑO			
	2021	2022	2023	2024	2025
Material indirecto					
Material de embalaje	S/49,819.9	S/52,294.6	S/54,892.3	S/57,618.9	S/60,481.0
Servicios					
Mantenimiento de Equipos	S/2,426.4	S/2,426.4	S/2,426.4	S/2,426.4	S/2,426.4
Limpieza	S/3,050.8	S/3,050.8	S/3,050.8	S/3,050.8	S/3,050.8
Contable	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Seguridad - Monitoreo de Cámara	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Agua	S/7,008.0	S/7,008.0	S/7,008.0	S/7,008.0	S/7,008.0
Energía eléctrica	S/12,000.0	S/12,000.0	S/12,000.0	S/12,000.0	S/12,000.0
Alquiler	S/56,949.1	S/56,949.1	S/56,949.1	S/56,949.1	S/56,949.1
Celulares	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Telefonía fija + internet	S/597.0	S/597.0	S/597.0	S/597.0	S/597.0
Promoción y Publicidad	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Bienes no depreciables	S/2,172.0				
Depreciación	S/116,042.8	S/116,042.8	S/116,042.8	S/ -	S/ -
Amortización	S/829.2				
Total CIF	S/250,895.2	S/250,368.8	S/252,966.4	S/ 139,650.28	S/ 142,512.38

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

Tabla 177

Pago de administración.

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENS.	ASIG FAMILIAR	SCTR	SEGURO VIDA	SUB TOTAL MENSUAL	SUB TOTAL ANUAL	GRATIFIC. (JULIO - DIC.)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN	PLANILLA ANUAL
Gerente General	1	S/ 3,800.00	S/ 0.0	S/ 0.0	S/ 38.00	S/ 3,838.00	S/ 46,056.00	S/ 2,071.00	S/ 4,145.04	S/ 2,072.58	S/ 54,344.62	S/ 54,344.62
TOTAL												S/ 54,344.62

Nota: Elaboración propia.

Tabla 178

Presupuesto de gastos de administración.

Presupuestos gastos administrativos	2021											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Personal												
Sueldo	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00	S/3,800.00
Asignación familiar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gratificación (provisión)	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58	S/172.58
SCTR	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
ESSALUD	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42	S/345.42
CTS	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72	S/172.72
SEGURO VIDA	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00	S/38.00
Materiales												
Útiles de oficina y limpieza	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00
Servicios												
Mantenimiento de Equipos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Limpieza	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12
Contable	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26	S/314.26
Seguridad - Monitoreo de Cámara	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00	S/899.00
Agua	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50	S/36.50
Energía eléctrica	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50	S/62.50
Alquiler	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61	S/296.61
Celulares	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90	S/65.90
Telefonía fija + internet	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75	S/49.75
Promoción y Publicidad	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Bienes no depreciables	S/0.00											
Depreciación	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31	S/183.31
Amortización	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90	S/242.90
Total presupuesto de gasto administrativo	S/7,683.09	S/6,806.57	S/7,683.09	S/6,806.57	S/7,683.09	S/6,806.57	S/7,683.09	S/6,806.57	S/7,683.09	S/6,806.57	S/7,683.09	S/6,806.57

Nota: Elaboración propia.

Tabla 179

Presupuesto de gastos de administración Anual.

Presupuestos gastos administrativos	Año				
	2021	2022	2023	2024	2025
Personal					
Sueldo	S/45,600.00	S/45,600.00	S/45,600.00	S/45,600.00	S/45,600.00
Asignación familiar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gratificación (provisión)	S/2,071.00	S/2,071.00	S/2,071.00	S/2,071.00	S/2,071.00
SCTR					
ESSALUD	S/4,145.04	S/4,145.04	S/4,145.04	S/4,145.04	S/4,145.04
CTS	S/2,072.58	S/2,072.58	S/2,072.58	S/2,072.58	S/2,072.58
SEGURO VIDA	S/456.00	S/456.00	S/456.00	S/456.00	S/456.00
Materiales					
Útiles de oficina y limpieza	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13
Servicios					
Limpieza	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41
Contable	S/3,771.12	S/3,771.12	S/3,771.12	S/3,771.12	S/3,771.12
Seguridad - Monitoreo de Cámara	S/10,788.00	S/10,788.00	S/10,788.00	S/10,788.00	S/10,788.00
Agua	S/438.00	S/438.00	S/438.00	S/438.00	S/438.00
Energía eléctrica	S/750.00	S/750.00	S/750.00	S/750.00	S/750.00
Alquiler	S/3,559.32	S/3,559.32	S/3,559.32	S/3,559.32	S/3,559.32
Celulares	S/790.80	S/790.80	S/790.80	S/790.80	S/790.80
Telefonía fija + internet	S/597.00	S/597.00	S/597.00	S/597.00	S/597.00
Bienes no depreciables	S/0.00				
Depreciación	S/2,199.67	S/2,199.67	S/2,199.67		
Amortización	S/2,914.85				
Total presupuesto de gasto administrativo	S/86,937.92	S/84,023.07	S/84,023.07	S/81,823.40	S/81,823.40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 180

Flujo de caja gastos administrativos.

Gastos administrativos	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
Personal	S/54,344.62	S/54,344.62	S/54,344.62	S/54,344.62	S/54,344.62
Material indirecto	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13
Servicios	S/22,219.65	S/22,219.65	S/22,219.65	S/22,219.65	S/22,219.65
TOTAL S/ IGV	S/81,823.40	S/81,823.40	S/81,823.40	S/81,823.40	S/81,823.40
IGV	S/4,946.18	S/4,946.18	S/4,946.18	S/4,946.18	S/4,946.18
TOTAL C/ IGV	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 181

Presupuesto de gastos de ventas 2021-2022.

CARGO	Q	Sueldo mensual	Asig. familiar	SCTR	Seguro vida	Sub total mensual	Sub total anual	GRATIFIC (JULIO - DIC.)	ESSALUD	CTS	Total gasto remuneración	Planilla anual
AÑO 2021												
Asistentes de ventas	2	S/1,200.00	S/0.00	S/0.00	S/12.00	S/1,212.00	S/14,544.00	S/654.00	S/1,308.96	S/654.50	S/17,161.46	S/34,322.92
Auxiliares de reparto	23	S/960.00	S/0.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/523.20	S/1,119.74	S/523.60	S/14,608.14	S/335,987.31
TOTAL												S/370,310.23
AÑO 2022												
Asistentes de ventas	2	S/1,200.00	S/0.00	S/0.00	S/12.00	S/1,212.00	S/14,544.00	S/654.00	S/1,308.96	S/654.50	S/17,161.46	S/34,322.92
Auxiliares de reparto	24	S/960.00	S/0.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/523.20	S/1,119.74	S/523.60	S/14,608.14	S/350,595.46
TOTAL												S/384,918.38

Nota: Elaboración propia.

Tabla 182

Presupuesto de gastos de ventas 2023 al 2025.

CARGO	Q	SUELDO MENS.	ASIG FAMILIAR	SCTR	SEGURO VIDA	SUB TOTAL MENSUAL	SUB TOTAL ANUAL	GRATIFIC.(JULIO - DIC.)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN	PLANILLA ANUAL
AÑO 2023												
Asistentes de ventas	2	S/1,200.00	S/0.00	S/0.00	S/12.00	S/1,212.00	S/14,544.00	S/654.00	S/1,308.96	S/654.50	S/17,161.46	S/34,322.92
Auxiliares de reparto	25	S/960.00	S/0.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/523.20	S/1,119.74	S/523.60	S/14,608.14	S/365,203.60
TOTAL												S/399,526.52
AÑO 2024												
Asistentes de ventas	2	S/1,200.00	S/0.00	S/0.00	S/12.00	S/1,212.00	S/14,544.00	S/654.00	S/1,308.96	S/654.50	S/17,161.46	S/34,322.92
Auxiliares de reparto	27	S/960.00	S/0.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/523.20	S/1,119.74	S/523.60	S/14,608.14	S/394,419.89
TOTAL												S/428,742.81
AÑO 2025												
Asistentes de ventas	2	S/1,200.00	S/0.00	S/0.00	S/12.00	S/1,212.00	S/14,544.00	S/654.00	S/1,308.96	S/654.50	S/17,161.46	S/34,322.92
Auxiliares de reparto	28	S/960.00	S/0.00	S/67.20	S/9.60	S/1,036.80	S/12,441.60	S/523.20	S/1,119.74	S/523.60	S/14,608.14	S/409,028.03
TOTAL												S/443,350.95

Nota: Elaboración propia.

Tabla 183

Gastos de ventas.

	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos de ventas (personal)	S/370,310.23	S/384,918.38	S/399,526.52	S/428,742.81	S/443,350.95

Nota: Elaboración propia.

Tabla 184

Presupuesto gasto de ventas.

PRESUPUESTO GASTO DE VENTAS	2021											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Personal												
Sueldo	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00	S/24,480.00
Asignación familiar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gratificaciones	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80	S/1,111.80
SCTR	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60	S/1,545.60
ESSALUD	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34	S/2,364.34
CTS	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65	S/1,112.65
SEGURO VIDA	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80	S/244.80
BONO TRIMESTRAL	S/0.00	S/0.00	S/3,750.00	S/0.00	S/0.00	S/3,750.00	S/0.00	S/0.00	S/3,750.00	S/0.00	S/0.00	S/3,750.00
Materiales												
Útiles de oficina y limpieza	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00	S/876.52	S/0.00
Servicios												
Mantenimiento de Equipos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Limpieza	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12	S/127.12
Contable	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Seguridad - Monitoreo de Cámara	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Agua	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50	S/109.50
Energía eléctrica	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50	S/187.50
Alquiler	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83	S/889.83
Celulares	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80	S/131.80
Telefonía fija + internet	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50	S/99.50
Promoción y Publicidad												
Promoción y Publicidad	S/18,300.00	S/2,700.00	S/2,700.00	S/2,700.00	S/12,500.00	S/2,700.00	S/8,500.00	S/2,700.00	S/12,500.00	S/2,700.00	S/2,700.00	S/2,700.00
Bienes no depreciables	S/0.00											
Depreciación	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39	S/2,876.39
Amortización	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97	S/99.97
Total presupuesto de gasto ventas	S/54,557.32	S/38,080.79	S/42,707.32	S/38,080.79	S/48,757.32	S/41,830.79	S/44,757.32	S/38,080.79	S/52,507.32	S/38,080.79	S/38,957.32	S/41,830.79

Nota: Elaboración propia.

Tabla 185

Presupuesto gasto de ventas Anual.

PRESUPUESTO GASTO DE VENTAS	2021	2022	Año 2023	2024	2025
Personal					
Sueldo	S/293,760.00	S/305,280.00	S/316,800.00	S/339,840.00	S/351,360.00
Asignación familiar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gratificaciones	S/13,341.60	S/13,864.80	S/14,388.00	S/15,434.40	S/15,957.60
SCTR	S/18,547.20	S/19,353.60	S/20,160.00	S/21,772.80	S/22,579.20
ESSALUD	S/28,372.03	S/29,491.78	S/30,611.52	S/32,851.01	S/33,970.75
CTS	S/13,351.80	S/13,875.40	S/14,399.00	S/15,446.20	S/15,969.80
SEGURO VIDA	S/2,937.60	S/3,052.80	S/3,168.00	S/3,398.40	S/3,513.60
BONO	S/15,000.00	S/15,600.00	S/16,200.00	S/17,400.00	S/18,000.00
Materiales					
Útiles de oficina y limpieza	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13
Servicios					
Limpieza	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41	S/1,525.41
Agua	S/1,314.00	S/1,314.00	S/1,314.00	S/1,314.00	S/1,314.00
Energía eléctrica	S/2,250.00	S/2,250.00	S/2,250.00	S/2,250.00	S/2,250.00
Alquiler	S/10,677.96	S/10,677.96	S/10,677.96	S/10,677.96	S/10,677.96
Celulares	S/1,581.60	S/1,581.60	S/1,581.60	S/1,581.60	S/1,581.60
Telefonía fija + internet	S/1,194.00	S/1,194.00	S/1,194.00	S/1,194.00	S/1,194.00
Promoción y Publicidad					
Promoción y Publicidad	S/73,400.00	S/89,000.00	S/86,600.00	S/84,200.00	S/81,800.00
Bienes no depreciables	S/0.00				
Depreciación	S/34,516.67	S/34,516.67	S/34,516.67	S/0.00	S/0.00
Amortización	S/1,199.67	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total presupuesto de gasto de ventas	S/518,228.67	S/547,837.14	S/560,645.29	S/554,144.91	S/566,953.05

Nota: Elaboración propia.

Tabla 186

Presupuesto gasto de ventas flujo de caja.

GASTOS VENTAS	2021	2022	AÑO 2023	2024	2025
Personal	S/385,310.23	S/400,518.38	S/415,726.52	S/446,142.81	S/461,350.95
Materiales	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13	S/5,259.13
Servicios	S/18,542.97	S/18,542.97	S/18,542.97	S/18,542.97	S/18,542.97
Promoción y Publicidad	S/73,400.00	S/89,000.00	S/86,600.00	S/84,200.00	S/81,800.00
TOTAL S/ IGV	S/482,512.33	S/513,320.48	S/526,128.62	S/554,144.91	S/566,953.05
IGV	S/17,496.38	S/20,304.38	S/19,872.38	S/19,440.38	S/19,008.38
TOTAL C/ IGV	S/500,008.71	S/533,624.85	S/546,001.00	S/573,585.29	S/585,961.43

Nota: Elaboración propia.

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación.

Tabla 187

Depreciación.

ACTIVO FIJO PRODUCCIÓN			Costo total		Costo total		DEPRECIACIÓN			
Maquinaria / equipos	Q	Costo unitario	sin IGV	IGV	con IGV	Anual	1	2	3	Deprec. Acumulada
Horno Rotativo Galax 1000 Edén, 72 bandejas	1	S/53,000.00	S/53,000.00	S/9,540.00	S/62,540.00	33%	S/17,666.70	S/17,666.70	S/17,666.70	S/53,000.00
Amasadora Mecnosud Cuba fija SP 160	2	S/44,921.70	S/89,843.40	S/16,171.80	S/106,015.20	33%	S/29,947.80	S/29,947.80	S/29,947.80	S/89,843.40
Divisora volumétrica PTZ-30	1	S/31,355.90	S/31,355.90	S/5,644.10	S/37,000.00	33%	S/10,452.00	S/10,452.00	S/10,452.00	S/31,355.90
Batidora Planetaria cap. 60 litros	2	S/7,200.00	S/14,400.00	S/2,592.00	S/16,992.00	33%	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00	S/14,400.00
Cámara de Fermentación Colip CFC 2P 8CA	1	S/102,595.00	S/102,595.00	S/18,467.10	S/121,062.10	33%	S/34,198.30	S/34,198.30	S/34,198.30	S/102,595.00
Rebanadora de Pan 32 Cuchillas	1	S/4,500.00	S/4,500.00	S/810.00	S/5,310.00	33%	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/4,500.00
Visicooler BC-16003FC	2	S/7,880.50	S/15,761.00	S/2,837.00	S/18,598.00	33%	S/5,253.70	S/5,253.70	S/5,253.70	S/15,761.00
Campana extractora industrial	1	S/1,799.00	S/1,799.00	S/323.80	S/2,122.80	33%	S/599.70	S/599.70	S/599.70	S/1,799.00
Cocina industrial	1	S/11,799.00	S/11,799.00	S/2,123.80	S/13,922.80	33%	S/3,933.00	S/3,933.00	S/3,933.00	S/11,799.00
Mesa de acero (panadería y pastelería)	5	S/2,400.00	S/12,000.00	S/2,160.00	S/14,160.00	33%	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/12,000.00
Mesa de lavado industrial	2	S/1,750.00	S/3,500.00	S/630.00	S/4,130.00	33%	S/1,166.70	S/1,166.70	S/1,166.70	S/3,500.00
Celular gama media	1	S/1,525.00	S/1,525.00	S/274.50	S/1,799.50	33%	S/508.30	S/508.30	S/508.30	S/1,525.00
Computadora	1	S/3,550.00	S/3,550.00	S/639.00	S/4,189.00	33%	S/1,183.30	S/1,183.30	S/1,183.30	S/3,550.00
Estante (1.8 m x 1.6 m)	2	S/1,250.00	S/2,500.00	S/450.00	S/2,950.00	33%	S/833.30	S/833.30	S/833.30	S/2,500.00
TOTAL			S/348,128.30	S/62,663.10	S/410,791.50		S/116,042.80	S/116,042.80	S/116,042.80	S/348,128.30
ACTIVO FIJO VENTAS			Costo total		Costo total		DEPRECIACIÓN			
Maquinaria / equipos	Cantidad	Costo unitario	sin IGV	IGV	con IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acumulado
Carritos repartidores eléctricos	23	S/3,900.00	S/89,700.00	S/16,146.00	S/105,846.00	33%	S/29,900.00	S/29,900.00	S/29,900.00	S/89,700.00
Computadoras	2	S/3,550.00	S/7,100.00	S/1,278.00	S/8,378.00	33%	S/2,366.70	S/2,366.70	S/2,366.70	S/7,100.00
Impresora térmica para ticket de venta	2	S/1,100.00	S/2,200.00	S/396.00	S/2,596.00	33%	S/733.30	S/733.30	S/733.30	S/2,200.00
Celular gama media	2	S/1,525.00	S/3,050.00	S/549.00	S/3,599.00	33%	S/1,016.70	S/1,016.70	S/1,016.70	S/3,050.00
Impresora Laser	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/270.00	S/1,770.00	33%	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/1,500.00
			S/103,550.00	S/18,639.00	S/122,189.00		S/34,516.70	S/34,516.70	S/34,516.70	S/102,050.00
ACTIVO FIJO ADMINISTRACIÓN			Costo total		Costo total		DEPRECIACIÓN			
Maquinaria / equipos	Cantidad	Costo unitario	sin IGV	IGV	con IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acumulada
Computadora	1	S/2,899.00	S/2,899.00	S/521.80	S/3,420.80	33%	S/966.30	S/966.30	S/966.30	S/2,899.00
Impresora Laser	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/270.00	S/1,770.00	33%	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/1,500.00
Celular gama alta	1	S/2,200.00	S/2,200.00	S/396.00	S/2,596.00	33%	S/733.30	S/733.30	S/733.30	S/2,200.00
TOTAL			S/6,599.00	S/1,187.80	S/7,786.80		S/2,199.70	S/2,199.70	S/2,199.70	S/6,599.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 188

Resumen de Depreciación.

INVERSIÓN AÑO 0				DEPRECIACIÓN				
Activo fijo	Costo total S/IGV	IGV	Costo total C/IGV	Deprec.	1	2	3	Deprec. Acumulada
Producción	S/348,128.30	S/62,663.10	S/410,791.50	33%	S/116,042.80	S/116,042.80	S/116,042.80	S/348,128.30
Ventas	S/103,550.00	S/18,639.00	S/122,189.00	33%	S/34,516.70	S/34,516.70	S/34,516.70	S/102,050.00
Administración	S/6,599.00	S/1,187.80	S/7,786.80	33%	S/2,199.70	S/2,199.70	S/2,199.70	S/6,599.00
TOTAL	S/458,277.30	S/82,489.90	S/540,767.30		S/152,759.10	S/152,759.10	S/152,759.10	S/456,777.30

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

Tabla 189

Amortización de intangibles.

ACTIVOS INTANGIBLES						AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES						
Descripción	Cantidad	Costo	Total	IGV	Total	Amortización	Administración		Ventas		Produc. y Logística	
		unitario	S/Igv	18%	C/ IGV	Año 1	% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Constitución de la Empresa		S/565.00	S/565.00	S/0.00	S/565.00							
Certificado de Búsqueda	1	S/5.00	S/5.00	S/0.00	S/5.00	S/5.00	S/1.00	S/5.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Reserva de Nombre	1	S/20.00	S/20.00	S/0.00	S/20.00	S/20.00	S/1.00	S/20.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Minuta de constitución	1	S/450.00	S/450.00	S/0.00	S/450.00	S/450.00	S/1.00	S/450.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Inscripción Registro Público y entrega Constit.	1	S/90.00	S/90.00	S/0.00	S/90.00	S/90.00	S/1.00	S/90.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Obtención del RUC	1	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Marcas y Patentes		S/535.00	S/535.00	S/96.30	S/631.30							
Búsqueda Fonética	1	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.80	S/0.00	S/0.20	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Solicitud de Registro	1	S/535.00	S/535.00	S/96.30	S/631.30	S/535.00	S/0.80	S/428.00	S/0.20	S/107.00	S/0.00	S/0.00
Publicación oficial y obtención de titulo	1	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.80	S/0.00	S/0.20	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Licencias		S/302.20	S/302.20	S/54.40	S/356.60							
De funcionamiento en municipalidad	1	S/160.50	S/160.50	S/28.90	S/189.40	S/160.50	S/0.50	S/80.20	S/0.10	S/16.00	S/0.40	S/64.20
Inscripción de seguridad en INDECI	1	S/86.30	S/86.30	S/15.50	S/101.80	S/86.30	S/0.50	S/43.10	S/0.10	S/8.60	S/0.40	S/34.50
Registro Sanitario	1	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.50	S/0.00	S/0.10	S/0.00	S/0.40	S/0.00
Habilitación Sanitaria y HACCP	1	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.50	S/0.00	S/0.10	S/0.00	S/0.40	S/0.00
Carnet de Sanidad	1	S/16.20	S/16.20	S/2.90	S/19.10	S/16.20	S/0.50	S/8.10	S/0.10	S/1.60	S/0.40	S/6.50
Defensa Civil	1	S/39.30	S/39.30	S/7.10	S/46.40	S/39.30	S/0.50	S/19.60	S/0.10	S/3.90	S/0.40	S/15.70
Software		S/3,541.50	S/3,541.50	S/637.50	S/4,179.00							
Diseño página Web	1	S/2,500.00	S/2,500.00	S/450.00	S/2,950.00	S/2,500.00	S/0.50	S/1,250.00	S/0.30	S/750.00	S/0.20	S/500.00
Aplicativo de Facturación Electrónica	1	S/461.50	S/461.50	S/83.10	S/544.60	S/461.50	S/0.50	S/230.80	S/0.30	S/138.50	S/0.20	S/92.30
Hosting	1	S/300.00	S/300.00	S/54.00	S/354.00	S/300.00	S/0.50	S/150.00	S/0.30	S/90.00	S/0.20	S/60.00
Dominio	1	S/280.00	S/280.00	S/50.40	S/330.40	S/280.00	S/0.50	S/140.00	S/0.30	S/84.00	S/0.20	S/56.00
Total Inversión Intangibles			S/4,943.70	S/788.20	S/5,731.90	S/4,943.70		S/2,914.90		S/1,199.70		S/829.20

Nota: Elaboración propia.

Tabla 190

Resumen Amortización de intangibles.

Descripción	Total S/IGV	IGV 18%	Total c/ IGV
Constitución de la Empresa	S/565.0	S/0.0	S/565.0
Marcas y Patentes	S/535.0	S/96.3	S/631.3
Licencias	S/302.2	S/54.4	S/356.6
Software	S/3,541.5	S/637.5	S/4,179.0
Total Inversión Intangibles	S/4,943.7	S/788.2	S/5,731.9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 191

Cuadro resumen amortización.

CUADRO RESUMEN AMORTIZACIÓN	
Área	Amortización
Administración	S/2,914.9
Ventas	S/1,199.7
Producción	S/829.2
Amortización total	S/4,943.7

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

Tabla 192

Gasto por activos fijos no depreciables.

Activos no depreciables	Cantidad	Costo unit.	Total sin IGV	IGV 18%	Total c/ IGV
Balanzas de panadería eléctrica 300 Kg	2	S/335.00	S/670.00	S/120.60	S/790.60
Balanzas de panadería 50 Kg	3	S/209.00	S/627.00	S/112.86	S/739.86
Termómetro ambiental	3	S/149.00	S/447.00	S/80.46	S/527.46
Termómetro de cocina	3	S/98.00	S/294.00	S/52.92	S/346.92
Higrómetro digital	1	S/134.00	S/134.00	S/24.12	S/158.12
	Total				S/2,562.96

Nota: Elaboración propia.

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 193

Costo de producción unitario promedio pastelería.

PASTELERÍA					
COSTO PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASTELERÍA	25,576	26,847	28,180	29,580	31,049
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIAL DIRECTO	S/354,344.04	S/371,938.63	S/390,406.91	S/409,792.27	S/430,140.25
MANO DE OBRA DIRECTA	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05
CIF	S/123,044.71	S/122,662.11	S/123,835.64	S/67,046.07	S/68,339.08
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/567,583.81	S/584,795.79	S/604,437.60	S/567,033.39	S/588,674.38
COSTOS PRODUCCION UNI. PROMEDIO	S/22.19	S/21.78	S/21.45	S/19.17	S/18.96
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASTELERÍA	25,576	26,847	28,180	29,580	31,049
COSTOS TOTALES					
MATERIAL DIRECTO	S/354,344.04	S/371,938.63	S/390,406.91	S/409,792.27	S/430,140.25
MANO DE OBRA DIRECTA	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05
CIF	S/123,044.71	S/122,662.11	S/123,835.64	S/67,046.07	S/68,339.08
GASTOS ADMINISTRACION	S/48,845.94	S/47,208.23	S/47,208.23	S/45,972.35	S/45,972.35
GASTOS VENTAS	S/291,165.98	S/307,801.45	S/314,997.69	S/311,345.46	S/318,541.70
TOTAL COSTOS	S/907,595.72	S/939,805.48	S/966,643.52	S/924,351.20	S/953,188.43
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO	S/35.49	S/35.01	S/34.30	S/31.25	S/30.70
Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/13.85	S/13.85	S/13.85	S/13.85	S/13.85
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/4.57	S/4.39	S/2.27	S/2.20
Costo de producción unitario promedio	S/22.19	S/21.78	S/21.45	S/19.17	S/18.96
Gastos administración	S/1.91	S/1.76	S/1.68	S/1.55	S/1.48
Gastos de ventas	S/11.38	S/11.47	S/11.18	S/10.53	S/10.26
Costo total unitario promedio	S/35.49	S/35.01	S/34.30	S/31.25	S/30.70

Nota: Elaboración propia.

Tabla 194

Costo de producción Queque de naranja.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/10.42	S/10.42	S/10.42	S/10.42	S/10.42
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/4.57	S/4.39	S/2.27	S/2.20
Costo de producción unitario	S/18.76	S/18.35	S/18.01	S/15.73	S/15.52
Gastos administración	S/0.86	S/0.80	S/0.76	S/0.70	S/0.67
Gastos de ventas	S/5.15	S/5.19	S/5.06	S/4.76	S/4.64
Costo total unitario	S/24.77	S/24.33	S/23.83	S/21.20	S/20.84

Nota: Elaboración propia.

Tabla 195

Costo de producción Queque de plátano.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/9.44	S/9.44	S/9.44	S/9.44	S/9.44
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.41	S/0.39	S/0.20	S/0.20
Costo de producción unitario	S/17.78	S/13.21	S/13.03	S/12.69	S/12.54
Gastos administración	S/1.21	S/1.11	S/1.06	S/0.98	S/0.94
Gastos de ventas	S/7.21	S/7.26	S/7.08	S/6.67	S/6.50
Costo total unitario	S/26.20	S/21.59	S/21.18	S/20.35	S/19.98

Nota: Elaboración propia.

Tabla 196

Costo de producción tres leches vainilla.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/7.88	S/7.88	S/7.88	S/7.88	S/7.88
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/16.22	S/11.32	S/11.16	S/10.97	S/10.82
Gastos administración	S/2.25	S/2.07	S/1.97	S/1.83	S/1.74
Gastos de ventas	S/13.39	S/13.49	S/13.15	S/12.38	S/12.07
Costo total unitario	S/31.85	S/26.88	S/26.28	S/25.18	S/24.63

Nota: Elaboración propia.

Tabla 197

Costo de producción tarta de manzana.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/8.76	S/8.76	S/8.76	S/8.76	S/8.76
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.02	S/0.02	S/0.01	S/0.01
Costo de producción unitario	S/17.10	S/12.14	S/11.98	S/11.82	S/11.68
Gastos administración	S/1.80	S/1.65	S/1.58	S/1.46	S/1.39
Gastos de ventas	S/10.71	S/10.79	S/10.52	S/9.91	S/9.65
Costo total unitario	S/29.61	S/24.59	S/24.08	S/23.19	S/22.72

Nota: Elaboración propia.

Tabla 198

Costo de producción tarta de limón.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/18.05	S/18.05	S/18.05	S/18.05	S/18.05
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Costo de producción unitario	S/26.38	S/21.41	S/21.25	S/21.10	S/20.95
Gastos administración	S/2.18	S/2.00	S/1.91	S/1.77	S/1.69
Gastos de ventas	S/12.98	S/13.07	S/12.74	S/12.00	S/11.70
Costo total unitario	S/41.54	S/36.49	S/35.90	S/34.87	S/34.34

Nota: Elaboración propia.

Tabla 199

Costo de producción torta de chocolate.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/26.49	S/26.49	S/26.49	S/26.49	S/26.49
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Costo de producción unitario	S/34.83	S/29.85	S/29.69	S/29.54	S/29.39
Gastos administración	S/2.52	S/2.32	S/2.21	S/2.05	S/1.96
Gastos de ventas	S/15.04	S/15.15	S/14.77	S/13.91	S/13.55
Costo total unitario	S/52.39	S/47.32	S/46.67	S/45.50	S/44.90

Nota: Elaboración propia.

Tabla 200

Costo de producción torta de chantilly.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/19.93	S/19.93	S/19.93	S/19.93	S/19.93
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Costo de producción unitario	S/28.26	S/23.29	S/23.13	S/22.98	S/22.83
Gastos administración	S/2.32	S/2.13	S/2.03	S/1.88	S/1.80
Gastos de ventas	S/13.80	S/13.90	S/13.55	S/12.76	S/12.44
Costo total unitario	S/44.38	S/39.32	S/38.71	S/37.62	S/37.07

Nota: Elaboración propia.

Tabla 201

Costo de producción torta helada.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/17.19	S/17.19	S/17.19	S/17.19	S/17.19
Mano de obra directa	S/3.53	S/3.36	S/3.20	S/3.05	S/2.90
CIF	S/4.81	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Costo de producción unitario	S/25.52	S/20.55	S/20.39	S/20.24	S/20.09
Gastos administración	S/2.04	S/1.88	S/1.79	S/1.66	S/1.58
Gastos de ventas	S/12.16	S/12.24	S/11.94	S/11.24	S/10.95
Costo total unitario	S/39.72	S/34.67	S/34.11	S/33.13	S/32.63

Nota: Elaboración propia.

Tabla 202

Costo producción unitario promedio panadería.

PANADERÍA					
COSTO PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PANADERÍA	1,560,736	1,638,262	1,719,640	1,805,059	1,894,722
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIAL DIRECTO	S/192,437.80	S/201,993.70	S/212,024.11	S/222,552.61	S/233,603.92
MANO DE OBRA DIRECTA	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00
CIF	S/127,850.53	S/127,706.65	S/129,130.75	S/72,604.21	S/74,173.30
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/425,648.33	S/435,060.35	S/446,514.87	S/400,516.82	S/413,137.22
costos produccion UNI. promedio	S/0.27	S/0.27	S/0.26	S/0.22	S/0.22
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PANADERÍA	1,560,736	1,638,262	1,719,640	1,805,059	1,894,722
COSTOS TOTALES					
MATERIAL DIRECTO	S/192,437.80	S/201,993.70	S/212,024.11	S/222,552.61	S/233,603.92
MANO DE OBRA DIRECTA	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00
CIF	S/127,850.53	S/127,706.65	S/129,130.75	S/72,604.21	S/74,173.30
GASTOS ADMINISTRACION	S/38,091.98	S/36,814.84	S/36,814.84	S/35,851.05	S/35,851.05
GASTOS VENTAS	S/227,062.69	S/240,035.69	S/245,647.60	S/242,799.45	S/248,411.35
TOTAL COSTOS	S/690,803.00	S/711,910.87	S/728,977.30	S/679,167.31	S/697,399.63
Costo total unitario promedio	S/0.44	S/0.43	S/0.42	S/0.38	S/0.37
Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.12	S/0.12	S/0.12	S/0.12	S/0.12
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario promedio	S/0.27	S/0.27	S/0.26	S/0.22	S/0.22
Gastos administración	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.02
Gastos de ventas	S/0.15	S/0.15	S/0.14	S/0.13	S/0.13
Costo total unitario promedio	S/0.44	S/0.43	S/0.42	S/0.38	S/0.37

Nota: Elaboración propia.

Tabla 203

Costo producción pan francés.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.10	S/0.10	S/0.10	S/0.10	S/0.10
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario promedio	S/0.25	S/0.24	S/0.24	S/0.20	S/0.20
Gastos administración	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.01	S/0.01
Gastos de ventas	S/0.10	S/0.11	S/0.10	S/0.10	S/0.09
Costo total unitario promedio	S/0.37	S/0.37	S/0.35	S/0.31	S/0.30

Nota: Elaboración propia.

Tabla 204

Costo producción pan Ciabatta.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.12	S/0.12	S/0.12	S/0.12	S/0.12
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/0.27	S/0.27	S/0.26	S/0.22	S/0.22
Gastos administración	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.02
Gastos de ventas	S/0.14	S/0.15	S/0.14	S/0.13	S/0.13
Costo total unitario	S/0.44	S/0.43	S/0.42	S/0.38	S/0.37

Nota: Elaboración propia.

Tabla 205

Costo producción pan integral.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.09	S/0.09	S/0.09	S/0.09	S/0.09
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/0.24	S/0.23	S/0.23	S/0.19	S/0.19
Gastos administración	S/0.02	S/0.02	S/0.02	S/0.01	S/0.01
Gastos de ventas	S/0.10	S/0.10	S/0.10	S/0.10	S/0.09
Costo total unitario	S/0.36	S/0.35	S/0.34	S/0.30	S/0.29

Nota: Elaboración propia.

Tabla 206

Costo producción pan baguette artesanal.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.30	S/0.30	S/0.30	S/0.30	S/0.30
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/0.45	S/0.45	S/0.44	S/0.40	S/0.40
Gastos administración	S/0.09	S/0.08	S/0.08	S/0.07	S/0.07
Gastos de ventas	S/0.52	S/0.52	S/0.51	S/0.48	S/0.46
Costo total unitario	S/1.06	S/1.05	S/1.02	S/0.95	S/0.93

Nota: Elaboración propia.

Tabla 207

Costo producción pan de yema.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.11	S/0.11	S/0.11	S/0.11	S/0.11
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/0.26	S/0.25	S/0.24	S/0.21	S/0.20
Gastos administración	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
Gastos de ventas	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.07
Costo total unitario	S/0.35	S/0.35	S/0.34	S/0.29	S/0.29

Nota: Elaboración propia.

Tabla 208

Costo producción pan carioca.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/0.21	S/0.21	S/0.20	S/0.16	S/0.16
Gastos administración	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
Gastos de ventas	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.07
Costo total unitario	S/0.31	S/0.30	S/0.29	S/0.25	S/0.24

Nota: Elaboración propia.

Tabla 209

Costo producción pan de molde.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/0.86	S/0.86	S/0.86	S/0.86	S/0.86
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/1.01	S/1.01	S/1.00	S/0.96	S/0.96
Gastos administración	S/0.41	S/0.38	S/0.36	S/0.34	S/0.32
Gastos de ventas	S/2.47	S/2.49	S/2.43	S/2.29	S/2.23
Costo total unitario	S/3.90	S/3.88	S/3.79	S/3.59	S/3.51

Nota: Elaboración propia.

Tabla 210

Costo producción pan Ciabatta precocido.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	S/1.25	S/1.25	S/1.25	S/1.25	S/1.25
Mano de obra directa	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.06	S/0.06
CIF	S/0.08	S/0.08	S/0.08	S/0.04	S/0.04
Costo de producción unitario	S/1.40	S/1.39	S/1.39	S/1.35	S/1.34
Gastos administración	S/0.17	S/0.16	S/0.15	S/0.14	S/0.13
Gastos de ventas	S/1.03	S/1.04	S/1.01	S/0.95	S/0.93
Costo total unitario	S/2.60	S/2.59	S/2.55	S/2.44	S/2.41

Nota: Elaboración propia.

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 211

Costos fijos y variables unitarios Pastelería.

PASTELERÍA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	25,576	26,847	28,180	29,580	31,049
Costos variables					
Material directo	S/354,344.04	S/371,938.63	S/390,406.91	S/409,792.27	S/430,140.25
Mano de obra directa	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05
CIF - variable	S/80,286.48	S/80,118.00	S/80,949.25	S/44,688.09	S/45,603.96
Total costos variables	S/524,825.58	S/542,251.68	S/561,551.21	S/544,675.41	S/565,939.26
Costo variable unitario	S/20.52	S/20.20	S/19.93	S/18.41	S/18.23
MARGEN UNITARIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor venta unitario promedio	S/46.50	S/46.50	S/46.50	S/46.50	S/46.50
Costo variable unitario	S/20.52	S/20.20	S/19.93	S/18.41	S/18.23
Marge de contribución unitario	S/25.98	S/26.31	S/26.58	S/28.09	S/28.28
Margen contribución %	56%	57%	57%	60%	61%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 212

Costos variables unitarios Pastelería.

PANADERÍA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	1,560,736	1,638,262	1,719,640	1,805,059	1,894,722
Costos variables					
Material directo	S/192,437.80	S/201,993.70	S/212,024.11	S/222,552.61	S/233,603.92
Mano de obra directa	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00
CIF - variable	S/120,429.72	S/120,177.01	S/121,423.87	S/67,032.13	S/68,405.94
Total costos variables	S/418,227.52	S/427,530.70	S/438,807.98	S/394,944.74	S/407,369.86
Costo variable unitario	S/0.27	S/0.26	S/0.26	S/0.22	S/0.22
MARGEN UNITARIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor venta unitario promedio	S/0.42	S/0.42	S/0.42	S/0.42	S/0.42
Costo variable unitario	S/0.27	S/0.26	S/0.26	S/0.22	S/0.22
Marge de contribución unitario	S/0.16	S/0.16	S/0.17	S/0.20	S/0.21
Margen contribución %	37%	38%	40%	48%	49%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 213

Costos fijos.

COSTOS FIJOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIF FIJO	S/50,179.05	S/50,073.75	S/50,593.28	S/27,930.06	S/28,502.48
GASTOS ADM. FIJOS	S/86,937.92	S/84,023.07	S/84,023.07	S/81,823.40	S/81,823.40
GASTOS VENTAS FIJOS	S/518,228.67	S/547,837.14	S/560,645.29	S/554,144.91	S/566,953.05
TOTAL COSTOS FIJOS	S/655,345.64	S/681,933.96	S/695,261.63	S/663,898.36	S/677,278.93
Unidades	1,586,312	1,665,109	1,747,820	1,834,639	1,925,771
COSTO FIJO UNITARIO	S/0.41	S/0.41	S/0.40	S/0.36	S/0.35

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

- * horizonte de evaluación es de 5 años
- * Iniciaremos operaciones diciembre 2020
- * Todos los montos son expresados en soles
- * El IR es de 29.5%
- * Las ventas son al contado y los pagos se realizan dentro del mes
- * La estructura financiera es 50%/50%
- * Los importes en el estado de ganancias y pérdidas están sin IGV
- * Los precios se mantiene constantes durante todo el periodo de evaluación.

Tabla 214

Lista de precios.

Producto	Valor de venta	IGV	Precio de venta
Pan francés	S/0.42	S/0.08	S/0.50
Pan Ciabatta	S/0.59	S/0.11	S/0.70
Pan integral	S/0.42	S/0.08	S/0.50
Pan baguette artesanal	S/2.12	S/0.38	S/2.50
Pan de yema	S/0.34	S/0.06	S/0.40
Pan carioca	S/0.34	S/0.06	S/0.40
Pan de molde	S/10.17	S/1.83	S/12.00
Pan Ciabatta precocido	S/4.24	S/0.76	S/5.00
Queque de naranja	S/21.19	S/3.81	S/25.00
Queque de plátano	S/29.66	S/5.34	S/35.00
Tres leches de vainilla	S/55.08	S/9.92	S/65.00
Tarta de manzana	S/44.07	S/7.93	S/52.00
Tarta de limón	S/53.39	S/9.61	S/63.00
Torta de chocolate	S/61.86	S/11.14	S/73.00
Torta de chantilly	S/56.78	S/10.22	S/67.00
Torta helada	S/50.00	S/9.00	S/59.00

Nota: Elaboración propia.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 215

Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros.

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/2,131,599.03	S/2,237,481.95	S/2,348,624.39	S/2,465,287.61	S/2,587,745.84
COSTO DE VENTAS	-S/993,232.14	-S/1,019,856.14	-S/1,050,952.47	-S/967,550.20	-S/1,001,811.60
(-) Material directo	S/546,781.84	S/573,932.33	S/602,431.02	S/632,344.88	S/663,744.17
(-) Mano de obra directa	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05
(-) CIF	S/134,023.27	S/134,325.98	S/136,923.61	S/139,650.28	S/142,512.38
(-) Depreciación producción	S/116,042.78	S/116,042.78	S/116,042.78	S/0.00	S/0.00
(-) Amortización producción	S/829.19	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UTILIDAD BRUTA	S/1,138,366.89	S/1,217,625.81	S/1,297,671.92	S/1,497,737.40	S/1,585,934.23
GASTOS OPERATIVOS	-S/494,977.73	-S/510,187.88	-S/525,398.02	-S/552,443.71	-S/567,653.85
(-) Gastos administrativos	S/83,247.40	S/83,248.40	S/83,249.40	S/83,250.40	S/83,251.40
(-) Depreciación administración	S/597.00	S/597.00	S/597.00		
(-) Amortización administración	S/0.00				
(-) Gastos ventas	S/409,939.33	S/425,148.48	S/440,357.62	S/469,193.31	S/484,402.45
(-) Depreciación ventas	S/1,194.00	S/1,194.00	S/1,194.00		
(-) Amortización ventas	S/0.00				
(+) Ingresos extraordinarios					S/137,483.20
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/643,389.16	S/707,437.93	S/772,273.90	S/945,293.69	S/1,155,763.59
IMPUESTOS	-S/177,222.30	-S/208,694.19	-S/227,820.80	-S/278,861.64	-S/340,950.26
UTILIDAD NETA	S/466,166.85	S/498,743.74	S/544,453.10	S/666,432.05	S/814,813.33

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 216

Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros.

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/2,131,599.03	S/2,237,481.95	S/2,348,624.39	S/2,465,287.61	S/2,587,745.84
COSTO DE VENTAS	-S/993,232.14	-S/1,019,856.14	-S/1,050,952.47	-S/967,550.20	-S/1,001,811.60
(-) Material directo	S/546,781.84	S/573,932.33	S/602,431.02	S/632,344.88	S/663,744.17
(-) Mano de obra directa	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05
(-) CIF	S/134,023.27	S/134,325.98	S/136,923.61	S/139,650.28	S/142,512.38
(-) Depreciación producción	S/116,042.78	S/116,042.78	S/116,042.78	S/0.00	S/0.00
(-) Amortización producción	S/829.19	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UTILIDAD BRUTA	S/1,138,366.89	S/1,217,625.81	S/1,297,671.92	S/1,497,737.40	S/1,585,934.23
GASTOS OPERATIVOS	-S/494,977.73	-S/510,187.88	-S/525,398.02	-S/552,443.71	-S/567,653.85
(-) Gastos administrativos	S/83,247.40	S/83,248.40	S/83,249.40	S/83,250.40	S/83,251.40
(-) Depreciación administración	S/597.00	S/597.00	S/597.00	S/0.00	S/0.00
(-) Amortización administración	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(-) Gastos ventas	S/409,939.33	S/425,148.48	S/440,357.62	S/469,193.31	S/484,402.45
(-) Depreciación ventas	S/1,194.00	S/1,194.00	S/1,194.00	S/0.00	S/0.00
(-) Amortización ventas	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(+) Ingresos extraordinarios	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/137,483.20
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/643,389.16	S/707,437.93	S/772,273.90	S/945,293.69	S/1,155,763.59
GASTOS FINANCIEROS	-S/87,862.32	-S/34,746.01	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UT. ANTES DEL IMPUESTO	S/555,526.83	S/672,691.92	S/772,273.90	S/945,293.69	S/1,155,763.59
IMPUESTOS	-S/151,302.92	-S/198,444.12	-S/227,820.80	-S/278,861.64	-S/340,950.26
UTILIDAD NETA	S/404,223.92	S/474,247.80	S/544,453.10	S/666,432.05	S/814,813.33
ESCUDO FISCAL	S/25,919.38	S/10,250.07	S/0.00	S/0.00	S/0.00

Nota: Elaboración propia.

8.4. Flujo de Caja Operativo.

Tabla 217

Flujo de Caja Operativo.

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/2,515,286.85	S/2,640,228.70	S/2,771,376.78	S/2,909,039.37	S/3,053,540.09
(-) Material directo	S/645,202.58	S/677,240.14	S/710,868.61	S/746,166.96	S/783,218.12
(-) Mano de obra directa	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05
(-) CIF	S/155,584.50	S/158,504.66	S/161,569.86	S/164,787.33	S/168,164.61
(-) Gastos administrativos	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58	S/86,769.58
(-) Gastos ventas	S/500,008.71	S/533,624.85	S/546,001.00	S/573,585.29	S/585,961.43
(-) Impuesto a la renta (S/ préstamo)	S/177,222.30	S/208,694.19	S/227,820.80	S/278,861.64	S/340,950.26
UTILIDAD NETA	S/754,944.13	S/779,840.22	S/842,791.88	S/863,313.54	S/892,921.04

Nota: Elaboración propia.

8.5. Flujo de Capital.

Tabla 218

Flujo de Capital.

INVERSIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) INVERSION ACTIVOS	S/540,767.27					
(-) INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	S/5,731.88					
(-) INVERSION GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/191,178.86					
(-) INVERSION INVENTARIO INICIAL	S/32,508.52					
(+) VALOR DESECHO ACTIVOS						S/121,672.64
FLUJO DE CAPITAL	-S/770,186.53					S/121,672.64
LIQUIDACIÓN IGV		-S/122,667.39	-S/250,028.94	-S/264,437.24	-S/279,561.32	-S/320,183.73
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/770,186.53	S/632,276.74	S/529,811.29	S/578,354.64	S/583,752.21	S/694,409.95

Nota: Elaboración propia.

8.6. Flujo de Caja Económico.

Tabla 219

Flujo de Caja Económico.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/770,186.53	S/632,276.74	S/529,811.29	S/578,354.64	S/583,752.21	S/694,409.95

Nota: Elaboración propia.

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 220

Flujo del Servicio de la deuda.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRÉSTAMO	S/385,093.27					
(-) AMORTIZACIÓN		-S/165,988.48	-S/219,104.79	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(-) INTERES		-S/87,862.32	-S/34,746.01	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(+) ESCUDO FISCAL		S/25,919.38	S/10,250.07	S/0.00	S/0.00	S/0.00
FLUJO DE SERVICIO DE LA DEUDA	S/385,093.27	-S/227,931.41	-S/243,600.73	S/0.00	S/0.00	S/0.00

Nota: Elaboración propia.

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 221

Flujo de Caja Financiero.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/385,093.27	S/404,345.32	S/286,210.56	S/578,354.64	S/583,752.21	S/694,409.95

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad.

9.1.1.1. CAPM.

Tabla 222

Modelo CAPM.

Costo de oportunidad del capital (COK)	Modelo CAPM	
Rendimiento de mercado (Rm)	11.89%	
Tasa libre de riesgo (Rf)	7.39%	
Prima de Riesgo de Mercado (Rm - Rf)	4.50%	
Tasa de libre riesgo hoy	0.33%	
Beta des apalancado	0.68	
%D	50%	
%E	50%	
Riesgo país	1.16%	
Impuesto a la renta	29.50%	
Beta Apalancado	1.166	$Bl = Bu \times (1 + (\%D/\%E) \times (1-T))$
COK (modelo CAPM)	6.73%	$COK = Rf \text{ hoy} + Beta \times (Rm - Rf)$
Riesgo tamaño de negocio	6.73%	
Riesgo Know how	6.73%	
COK del proyecto (en soles)	20.20%	

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2. COK propio.

Tabla 223

COK propio.

ACCCIONISTAS	ALTERNATIVA INVERSIÓN	RENTABILIDAD
García-Arata Novoa, Álvaro Steffanno	DP FINANCIERA CONFIANZA	6.25%
Melgar Heredia, Carla Andrea	DP FINANCIERA RAIZ	6.00%
Navarro Otani, Jorge Luis	DP CAJA SULLANA	5.00%
Rolando León, Patricia Ivonne	DP FINANCIERA CONFIANZA	6.25%
Salas Feni, Anthony	DP FINANCIERA CONFIANZA	6.25%
	Promedio Rentabilidad	5.95%
	Factor	4.00
	COK (propio)	23.80%

Nota: Elaboración propia.

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 224

Costo Promedio Ponderado de Capital

CAPITAL	MONTO	%	CTO CAPITAL
Préstamo	S/385,093.3	50.00%	32.00%
Capital propio	S/385,093.3	50.00%	20.20%
	S/770,186.5		
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)			21.38%

Nota: Elaboración propia.

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

9.2.1.1. VANE y VANF.

Tabla 225

Indicador de rentabilidad económico.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/770,186.53	S/632,276.74	S/529,811.29	S/578,354.64	S/583,752.21	S/694,409.95
WACC	21.38%					
VAN ECONÓMICO	S/966,199.26					
TIR ECONÓMICO	72%					
Beneficio/Costo	2.25					
TIRM	43%					
Periodo de recupero descontado						
Flujo de caja descontado	-S/770,186.53	S/. 520,904	S/. 359,602	S/. 323,404	S/. 268,924	S/. 263,553
Flujo de caja acumulado	-S/770,186.53	-S/249,282.80	S/110,318.91	S/433,722.64	S/702,646.67	S/966,199.26
Periodo de recupero descontado económico	S/1.69	años	8.28	8.4		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 226

Indicadores de rentabilidad financiero.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/385,093.27	S/404,345.32	S/286,210.56	S/578,354.64	S/583,752.21	S/694,409.95
COK	20.20%					
VAN FINANCIERO	S/1,038,775.00					
TIR FINANCIERO	105%					
Beneficio/Costo	3.7					
TIRM	56%					
Periodo de recupero descontado						
Flujo de caja descontado	-S/385,093.27	S/. 336,390	S/. 198,092	S/. 333,016	S/. 279,634	S/. 276,737
Flujo de caja acumulado	-S/385,093.27	-S/48,703.55	S/149,388.12	S/482,404.11	S/762,037.92	S/1,038,775.00
Periodo de recupero descontado financiero	S/1.25	años	3			

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

La TIRE es de 72%; por lo tanto, el proyecto es viable, ya que es mayor que el WACC 21.38%

La TIRF es de 105%; por lo tanto, el proyecto es viable, ya que es mayor que el COK 20.20%

La TIRME es de 43%

LA TIRMF es de 56%

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

El periodo de recuperación para el flujo económico es de 1 año, 8 meses y 8 días.

El periodo de recuperación para el flujo financiero es de 1 año y 3 meses

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.

9.2.2.1. Costos variables, Costos fijo.

Tabla 227

Costos variables pastelería

PASTELERÍA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	25,576	26,847	28,180	29,580	31,049
COSTOS VARIABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIAL DIRECTO	S/354,344.04	S/371,938.63	S/390,406.91	S/409,792.27	S/430,140.25
MANO DE OBRA DIRECTA	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05	S/90,195.05
CIF - VARIABLE	S/80,286.48	S/80,118.00	S/80,949.25	S/44,688.09	S/45,603.96
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/524,825.58	S/542,251.68	S/561,551.21	S/544,675.41	S/565,939.26

Nota: Elaboración propia.

Tabla 228

Costos variables panadería.

PANADERÍA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	1,560,736	1,638,262	1,719,640	1,805,059	1,894,722
COSTOS VARIABLES					
MATERIAL DIRECTO	S/192,437.80	S/201,993.70	S/212,024.11	S/222,552.61	S/233,603.92
MANO DE OBRA DIRECTA	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00	S/105,360.00
CIF - VARIABLE	S/120,429.72	S/120,177.01	S/121,423.87	S/67,032.13	S/68,405.94
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/418,227.52	S/427,530.70	S/438,807.98	S/394,944.74	S/407,369.86

Nota: Elaboración propia.

Tabla 229

Costos fijos

COSTOS FIJOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIF FIJO	S/50,179.05	S/50,073.75	S/50,593.28	S/27,930.06	S/28,502.48
GASTOS ADMI. FIJOS	S/86,937.92	S/84,023.07	S/84,023.07	S/81,823.40	S/81,823.40
GASTOS VENTAS FIJOS	S/518,228.67	S/547,837.14	S/560,645.29	S/554,144.91	S/566,953.05
TOTAL, COSTOS FIJOS	S/655,345.64	S/681,933.96	S/695,261.63	S/663,898.36	S/677,278.93

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 230

Estado de resultados (costeo directo).

ESTADO DE RESULTADOS (COSTEO DIRECTO)					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS (EN SOLES)	S/2,131,599.03	S/2,237,481.95	S/2,348,624.39	S/2,465,287.61	S/2,587,745.84
Panadería	S/933,963.40	S/980,356.17	S/1,029,053.40	S/1,080,169.57	S/1,133,824.83
Pastelería	S/1,197,635.62	S/1,257,125.78	S/1,319,570.99	S/1,385,118.04	S/1,453,921.00
COSTOS VARIABLES	S/943,053.09	S/969,782.39	S/1,000,359.19	S/939,620.15	S/973,309.13
MATERIAL DIRECTO	S/546,781.84	S/573,932.33	S/602,431.02	S/632,344.88	S/663,744.17
MANO DE OBRA DIRECTA	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05	S/195,555.05
CIF - VARIABLE	S/200,716.20	S/200,295.01	S/202,373.12	S/111,720.22	S/114,009.90
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/1,188,545.94	S/1,267,699.56	S/1,348,265.20	S/1,525,667.46	S/1,614,436.71
COSTOS FIJOS	S/655,345.64	S/681,933.96	S/695,261.63	S/663,898.36	S/677,278.93
CIF FIJO	S/50,179.05	S/50,073.75	S/50,593.28	S/27,930.06	S/28,502.48
GASTOS ADM. FIJOS	S/86,937.92	S/84,023.07	S/84,023.07	S/81,823.40	S/81,823.40
GASTOS VENTAS FIJOS	S/518,228.67	S/547,837.14	S/560,645.29	S/554,144.91	S/566,953.05
UTILIDAD OPERATIVA	S/533,200.30	S/585,765.60	S/653,003.57	S/861,769.09	S/937,157.78

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades y soles.

Tabla 231

Estimación de punto de equilibrio.

				AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5
VENTAS (EN SOLES)	V. venta	%	Und.	S/1,598,398.73	Und.	S/1,651,716.35	Und.	S/1,695,620.82	Und.	S/1,603,518.51	Und.	S/1,650,588.05
Panadería		44%		S/703,295.44		S/726,755.19		S/746,073.16		S/705,548.15		S/726,258.74
Pan francés	S/0.42	33%	540,481	S/229,017.19	558,509	S/236,656.49	573,355	S/242,947.09	542,212	S/229,750.75	558,128	S/236,494.83
Pan Ciabatta	S/0.59	37%	434,974	S/258,035.18	449,483	S/266,642.43	461,431	S/273,730.08	436,367	S/258,861.68	449,176	S/266,460.28
Pan integral	S/0.42	5%	82,010	S/34,749.84	84,745	S/35,908.98	86,998	S/36,863.49	82,272	S/34,861.14	84,687	S/35,884.45
Pan baguette artesanal	S/2.12	14%	45,002	S/95,342.20	46,503	S/98,522.52	47,739	S/101,141.36	45,146	S/95,647.59	46,471	S/98,455.22
Pan de yema	S/0.34	2%	38,385	S/13,011.82	39,665	S/13,445.85	40,720	S/13,803.26	38,508	S/13,053.49	39,638	S/13,436.66
Pan carioca	S/0.34	1%	25,686	S/8,707.05	26,543	S/8,997.49	27,248	S/9,236.65	25,768	S/8,734.94	26,524	S/8,991.34
Pan de molde	S/10.17	7%	4,623	S/47,018.07	4,778	S/48,586.45	4,905	S/49,877.93	4,638	S/47,168.67	4,774	S/48,553.26
Pan ciabatta precocido	S/4.24	2%	4,110	S/17,414.10	4,247	S/17,994.98	4,360	S/18,473.31	4,123	S/17,469.88	4,244	S/17,982.69
Pastelería		56%		S/895,103.29		S/924,961.16		S/949,547.66		S/897,970.37		S/924,329.31
Queque de naranja	S/21.19	4%	1,700	S/36,008.11	1,756	S/37,209.23	1,803	S/38,198.29	1,705	S/36,123.45	1,755	S/37,183.81
Queque de plátano	S/29.66	13%	3,945	S/117,026.35	4,077	S/120,929.99	4,185	S/124,144.44	3,958	S/117,401.20	4,074	S/120,847.38
Tres leches de vainilla	S/55.08	30%	4,843	S/266,775.51	5,005	S/275,674.31	5,138	S/283,002.04	4,859	S/267,630.01	5,001	S/275,485.99
Tarta de manzana	S/44.07	7%	1,457	S/64,197.31	1,505	S/66,338.74	1,545	S/68,102.10	1,461	S/64,402.94	1,504	S/66,293.42
Tarta de limón	S/53.39	17%	2,833	S/151,234.06	2,927	S/156,278.76	3,005	S/160,432.82	2,842	S/151,718.47	2,925	S/156,172.00
Torta de chocolate	S/61.86	24%	3,529	S/218,298.30	3,646	S/225,580.06	3,743	S/231,576.23	3,540	S/218,997.53	3,644	S/225,425.96
Torta de chantilly	S/56.78	1%	162	S/9,190.64	167	S/9,497.21	172	S/9,749.66	162	S/9,220.08	167	S/9,490.72
Torta helada	S/50.00	4%	647	S/32,373.00	669	S/33,452.87	687	S/34,342.08	650	S/32,476.70	669	S/33,430.02
COSTOS VARIABLES				S/943,053.09		S/969,782.39		S/1,000,359.19		S/939,620.15		S/973,309.13
MATERIAL DIRECTO				S/546,781.84		S/573,932.33		S/602,431.02		S/632,344.88		S/663,744.17
MANO DE OBRA DIRECTA				S/195,555.05		S/195,555.05		S/195,555.05		S/195,555.05		S/195,555.05
CIF - VARIABLE				S/200,716.20		S/200,295.01		S/202,373.12		S/111,720.22		S/114,009.90
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				S/655,345.64		S/681,933.96		S/695,261.63		S/663,898.36		S/677,278.93
COSTOS FIJOS				S/655,345.64		S/681,933.96		S/695,261.63		S/663,898.36		S/677,278.93
CIF FIJO				S/50,179.05		S/50,073.75		S/50,593.28		S/27,930.06		S/28,502.48
GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS				S/86,937.92		S/84,023.07		S/84,023.07		S/81,823.40		S/81,823.40
GASTOS VENTAS FIJOS				S/518,228.67		S/547,837.14		S/560,645.29		S/554,144.91		S/566,953.05
UTILIDAD OPERATIVA				S/0.00		S/0.00		S/0.00		S/0.00		S/0.00

Nota: Elaboración propia.

9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1. Variables de entrada.

• Las variables de entrada, son variables independientes que influyen directamente en los resultados económicos-financieros del proyecto. Estas son:

- Precio
- Costos de materia prima
- Costos de mano de obra
- Costos indirectos de fabricación
- Costos de equipos
- Demanda

9.3.2. Variables de salida.

• Son las variables que van a depender de las variables de entrada, para nuestro proyecto se está considerando la TIRF, ya que en este indicador se descontó el préstamo.

9.3.3. Análisis unidimensional.

9.3.3.1. Precio.

Tabla 232

Variación de precios.

	PRECIO	VARIACIÓN	SENSIBILIDAD
Pan francés	S/0.50	S/0.43	12.80%
Pan Ciabatta	S/0.70	S/0.60	12.80%
Pan integral	S/0.50	S/0.43	12.80%
Pan baguette artesanal	S/2.50	S/2.15	12.80%
Pan de yema	S/0.40	S/0.34	12.80%
Pan carioca	S/0.40	S/0.34	12.80%
Pan de molde	S/12.00	S/10.32	12.80%
Pan ciabatta precocido	S/5.00	S/4.30	12.80%
Queque de naranja	S/25.00	S/21.50	12.80%
Queque de plátano	S/35.00	S/30.10	12.80%
Tres leches de vainilla	S/65.00	S/55.90	12.80%
Tarta de manzana	S/52.00	S/44.72	12.80%
Tarta de limón	S/63.00	S/54.18	12.80%
Torta de chocolate	S/73.00	S/62.78	12.80%
Torta de chantilly	S/67.00	S/57.62	12.80%
Torta helada	S/59.00	S/50.74	12.80%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 233

Análisis de sensibilidad de precios.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Precio	0%	12.8%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.08%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

9.3.3.2. Costos.

Tabla 234

Análisis de sensibilidad de material directo.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Costo de material directo	0%	49.80%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.27%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 235

Análisis de sensibilidad de mano de obra.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Costo de mano de obra	0%	178%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.39%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 236

Análisis de sensibilidad de CIF.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Costos indirectos de fabricación	0%	217%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.30%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 237

Análisis de sensibilidad de costos totales.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Costos totales	0%	33%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.29%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 238

Análisis de sensibilidad de costos de activos.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Costos de equipos	0%	384%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.22%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

9.3.3.3. Demanda.

Tabla 239

Análisis de sensibilidad de la demanda.

VARIABLE DE ENTRADA	BASE	VARIACIÓN
Variable demanda	0%	17.20%
VARIABLE DE SALIDA		
TIR financiera	104.90%	20.17%
COK	20.20%	20.20%

Nota: Elaboración propia.

9.3.4. Análisis multidimensional.

Tabla 240

Análisis multidimensional.

	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
VARIABLE DE ENTRADA			
Variable precio	-10%	0%	5%
Variable demanda	-5%	0%	5%
Variable costo de materia prima	5%	0%	0%
Variable costo de personal	5%	0%	0%
Variable costos indirectos de fabricación	5%	0%	0%
Variable costo maquinaria	5%	0%	0%
VARIABLE DE SALIDA			
TIR financiera	2.86%	104.90%	163.34%
Probabilidad de ocurrencia de escenarios	20%	75%	5%

Nota: Elaboración propia.

9.3.5. Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas del proyecto son la variable precio y demanda, pues estos tienen un grado de sensibilidad de 12.80% y 17.20% respectivamente, es importante que se desarrollen estrategias para ambas variables a lo largo del horizonte de evaluación.

9.3.6. Perfil de riesgo.

Luego de realizado el análisis de las variables y posibles escenarios, se ha determinado que el riesgo de mercado es bajo, puesto que en la variable precio se eligió el rango mínimo aceptado por los clientes en la encuesta realizada, por lo que esto no debería representar un inconveniente para la puesta en marcha de la empresa; asimismo, para la variable demanda se ha castigado el proyecto al máximo, solo considerando el 20% del mercado efectivo y un crecimiento mínimo de nuestro negocio de 3.00%.

Capítulo X: Conclusiones y Recomendaciones

10.1. Conclusiones

- Aceptación inmediata de este nuevo modelo de negocio por parte de los entrevistados del distrito de San Borja, que se vio reflejada en el Focus Group y en la encuesta, ya que se sintieron atraídos por tener los productos frescos de panadería y pastelería en su hogar, además de tener el servicio del delivery gratis.
- Mercado desatendido. No hay competidor directo que brinda el mismo servicio, puesto que el delivery que se ofrece en las panaderías tradicionales, se tiene que hacer el pedido con 48 horas de antelación y pagar el delivery.
- Diversidad de proveedores en el mercado que ofertan las maquinarias y equipos de panadería y pastelería, además de proveer de servicio de postventa de acuerdo a las necesidades.
- Mercado laboral alto en Mano de Obra calificada y experta en panadería y pastelería.
- Costo de producción bajo, lo que nos permite brindar gratis el servicio de delivery por la compra de nuestros productos, siendo un elemento diferenciador con nuestros competidores tradicionales.

10.2. Recomendaciones

- La aceptación de la población de San Borja sobre este nuevo modelo de negocio, con productos de panadería y pastelería que es consumida a diario por público de todas las edades, nos permite proyectar el modelo a otros distritos del mismo nivel socio económico.
- Integrar al portafolio de productos, panes y postres saludables, para abarcar nuevos clientes.
- Mantener constante la publicidad en redes sociales y adquirir un software especializado para conocer las preferencias de nuestros clientes y hacer estrategias para fidelizarlos.

Referencias

- Adonde vivir (15 de septiembre 2020). Av. Circunvalación 2120, San Luis, San Luis, Lima.
Recuperado de <https://www.adondevivir.com/propiedades/alquilo-local-comercial-de-280-m-sup2--en-av-54668391.html>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (10 de enero 2019). Nota Semanal: Expectativas de inflación en el rango meta del BCRP. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2019/resumen-informativo-01-2019.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (2019). Memoria 2019. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (2019). PBI -Gasto. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/trimestrales/pbi-gasto>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (27 de febrero 2020). Resumen Informativo Semanal. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/resumen-informativo-2020-02-27.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (28 de mayo 2020). Nota Semanal N°20. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/ns-20-2020.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (27 de febrero 2020). Tipo de cambio - fin de periodo. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tipo-de-cambio-fin-de-periodo>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (2020). Inflación subyacente en el Perú. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2000/Documento-Trabajo-02-2000.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (2020). Indicadores de riesgo para países emergentes: EMBIG. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/indicadores-de-riesgo-para-paises-emergentes-embig>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (2020). Indicadores de riesgo para países emergentes: EMBIG - Latín EMBIG Países Latinoamericanos. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01137XM/html>

Compañía Peruana de Estudios de Mercados y opinión pública SAC, CPI. (2019). Perú: Población 2019. Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

Datos Macro (2018). PBI -Perú. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/pib/peru>

Decreto Legislativo N°1062 que aprueba la Ley de inocuidad de los alimentos. (2009). En Diario Oficial El Peruano

Diario Gestión (12 de mayo, 2019). Producción peruana de farináceos crecería ligeramente en el 2019. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/produccion-peruana-farinaceos-creceria-ligeramente-2019-266552-noticia/#:~:text=Del%20trigo%20producido%20en%20el,2.6%25%20menos%20respecto%20al%202017.>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI (2017). Perú - Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2018. Recuperado de https://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/672

Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI (05 de mayo 2019). Situación del Mercado laboral en Lima Metropolitana. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-de-empleo-lima-metropolitana-feb-mar-abr2019.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI (2020). Perú tiene una población de 32 millones 131 mil 400 habitantes al 30 de junio del presente año. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/peru-tiene-una-poblacion-de-32-millones-131-mil-400-habitantes-al-30-de-junio-del-presente-ano-11659/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI (2020). Estado de la población peruana 2020. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI (15 de agosto 2020). La población ocupada del país alcanzó 10 millones 272 mil 400 personas en el II trimestre del 2020. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-ocupada-del-pais-alcanzo-10-millones-272-mil-400-personas-en-el-ii-trimestre-del-2020-12346/>

Jurado Nacional de Elecciones. JNE (2018). Plan de Gobierno Distrital de San Borja 2019 – 2022. Recuperado de <https://declara.jne.gob.pe/ASSETS/PLANGOBIERNO/FILEPLANGOBIERNO/5915.pdf>

Koo, W. (06 de marzo 2019). Trigo Los demás Perú Importación 2019 Febrero. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2019/03/trigo-los-demas-peru-importacion-2019-febrero.html>

La Nuez Panadería y Pastelería (21 de julio 2020). Iniciar el día con buenas energías, compartir con tus mejores amistades con un rico y delicioso desayuno, es la mejor forma de iniciar el día. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/La-Nuez-Panader%C3%ADa-y-Pasteler%C3%ADa-442544616159584>

Maquipan (15 de julio 2020). Logo de página principal. Recuperado de <http://www.maquipan.com.pe/>

Mercado Productores de Santa Anita GMLL (17 de agosto 2020). Mercado productores abarrotes y mas. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/MercadoProductoresPeru/>

Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI (2018). Informe de Seguimiento Agroeconomico ISA. p-20. Recuperado de http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/informe_seguimiento_agroeconomico-iv_trim18_030419.pdf

Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI (2020). Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra 2019. Recuperado de http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/Libro%20Resultado%20ENIS%202019-2020_260719.pdf

Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI (2020). Plan Nacional de Cultivos Campaña agrícola 2019-2020. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471867/Plan_Nacional_de_Cultivos_2019_2020b.pdf

Nova Maquinaria (15 de julio 2020). Logo de pagina principal. Recuperado de <http://nova.pe/>

Panadería San Luis (18 de agosto 2020). Desde hace 3 generaciones venimos elaborando los más esquistos Panes Artesanales en horno. [Estado de actualización de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/sanluispanaderia/>

Polo, M. (01 de agosto 201). El Modelo de Negocio Canvas: Crea TU MODELO paso a paso. [emprender-facil.com] Recuperado de <https://www.emprender-facil.com/el-modelo-de-negocio-canvas/>

Publicación El Peruano (21 de febrero 2020). Actividad económica creció en 1.8% en el último trimestre del 2019. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/90151-actividad-economica-crecio-en-18-en-el-ultimo-trimestre-del-2019>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP SBS (15 de julio 2020). Tasas de interés promedio. Recuperado de <https://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tasa-de-interes/tasas-de-interes-promedio>

STATISTA (12 de julio 2020). Un Pan en todo el Mundo. Recuperado de <https://www.statista.com/outlook/40050100/100/bread/worldwide#market-pricePerUnit>