UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DENTÍFRICO EN PASTILLAS

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

JAENSLYE DENISE NICKOLLE ALVA MEDINA –
Administración de Empresas

CARMEN ROSA CORDOVA FARFAN –
Administración de Empresas

JORGE LUIS CUETO CABRERA –
Administración de Empresas

JORDY JAHIR DIAZ IPANAQUE –
Administración de Empresas

LESLIE SHARON OBREGON ESPINOZA –
Administración de Empresas

Asesor:
Eduardo Miguel Llosa Pasquel

Lima - Perú
2019

ÍNDICE GENERAL

0. RESUMEN EJECUTIVO 1
1. Capítulo I: Información General 3
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación 3
1.1.1. Razón Social. 3
1.1.2. Razón Comercial. 3
1.1.3. Logo de los productos. 3
1.1.4. Slogan. 3
1.1.5. Horizonte de Evaluación. 3
1.2. Actividad económica, Código CIIU, Partida arancelaria 3
1.2.1. Actividad Económica. 3
1.2.2. Código CIIU. 4
1.3. Definición del Negocio y Modelo CANVAS 4
1.4. Descripción del Producto 6
1.5. Oportunidad del negocio. 6
1.6. Estrategia Genérica de la empresa 7
2. Capítulo II: Análisis Del Entorno 8
2.1. Análisis del Macro entorno 8
2.1.1. Del País (últimos 5 años o último año según corresponda). 8
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, número de habitantes. 8
2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. 8
2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones. 9
2.1.1.4. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. 9
2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto. 11
2.1.2. Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda) 12
2.1.2.1. Mercado internacional. 12
2.1.2.2. Mercado del consumidor. 12
2.1.2.3. Mercado de proveedores. 13
2.1.2.4. Mercado competidor. 13
2.1.2.5. Mercado distribuidor 14
2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto. 14
2.2. Análisis del Micro entorno 15
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad Baja 15
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes: Nivel de poder Bajo. 16

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores: Nivel de poder Bajo.....16
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos: Amenazas Alta.....16
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada. 16
3. Capitulo III: Plan estratégico 17
3.1. Visión y misión de la empresa 17
3.1.1. Visión. 17
3.1.2. Misión.....17
3.2. Objetivos 17
3.2.1. Objetivos Generales. 17
3.2.2. Objetos Específicos.....17
3.3. FODA 18
4. Capítulo IV: Estudio de mercado.....19
4.1. Investigación de mercado.....19
4.1.1. Criterios de segmentación. 19
4.1.1.1. Segmentación Geográfica.....19
4.1.1.2. Segmentación Demográfica.....19
4.1.1.3. Segmentación Conductual. 20
4.1.2. Marco muestral. 20
4.1.3. Focus Group. 21
4.1.4. Entrevistas a profundidad. 29
4.1.4.1. Entrevista a Odontologo.....29
4.1.4.2. Entrevista a Químico Farmacéutico. 30
4.1.4.3. Entrevista a Especialista en Marketing. 31
4.1.5. Encuestas. 32
4.2. Demanda y oferta 46
4.2.1. Estimación del mercado potencial. 46
4.2.2. Estimación del mercado disponible. 47
4.2.3. Estimación del mercado efectivo. 47
4.2.4. Estimación del mercado objetivo. 48
4.2.5. Frecuencia de compra. 48
4.2.6. Cuantificación anual de la demanda. 49
4.2.7. Estacionalidad. 49
4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado. 49
4.3. Mezcla de marketing.....50
4.3.1. Producto. 50
4.3.2. Precio.....50

4.3.3. Plaza. 51
4.3.4. Promoción. 52
4.3.4.1. Campaña de lanzamiento. 53
4.3.4.2. Promoción para todos los años 53
5. Capítulo V: Estudio legal y organizacional 54
5.1. Forma societaria. 54
5.1.1.1. Actividades. 54
5.1.1.2. Valorización. 55
5.1.2. Registro de marcas y patentes. 55
5.1.2.1. Actividades. 55
5.1.2.2. Valorización. 56
5.1.3. Licencias y autorizaciones. 56
5.1.3.1. Actividades. 56
5.1.3.2. Valorización. 58
5.1.4. Legislación laboral 58
5.1.4.1. Valorización. 59
5.1.5. Legislación tributaria. 59
5.1.5.1. Actividades. 60
5.1.5.2. Valorización. 60
5.1.6. Otros aspectos legales 60
5.1.7. Resumen del capítulo. 61
5.2. Estudio organizacional 62
5.2.1. Organigrama funcional. 62
5.2.2. Servicios tercerizados. 62
5.2.3. Descripción de puestos de trabajo. 63
5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados. 70
5.2.5. Aspectos laborales. 71
5.2.5.1. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios Tercerizados. 71
5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo. 71
5.2.5.3. Planilla para todos los años del proyecto. 72
5.2.5.4. Gastos por servicios Tercerizados para todos los años del proyecto. 73
5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo. 73
6. Capítulo VI: Estudio técnico 74
6.1. Tamaño del proyecto 74

6.1.1. Capacidad instalada. 74
6.1.2. Capacidad utilizada 74
6.1.3. Capacidad máxima. 74
6.2. Procesos 75
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción. 75
6.2.1.1. Diagrama de procesos. 75
6.2.2. Programa de producción. 80
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos 82
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos. 83
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa. 84
6.3. Tecnología para el proceso 84
6.3.1. Maquinarias. 84
6.3.2. Equipos. 90
6.3.3. Herramientas y Utensilios. 91
6.3.4. Mobiliario. 92
6.3.5. Útiles de oficina. 93
6.3.6. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos. 93
6.3.7. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso. 95
6.4. Localización 96
6.4.1. Macro localización. 96
6.4.2. Micro localización. 102
6.4.3. Gastos de adecuación. 104
6.4.4. Gastos de servicios. 104
6.4.5. Plano de centro de operaciones. 108
6.4.6. Descripción del centro de operaciones. 108
6.5. Responsabilidad social frente al entorno 109
6.5.1. Impacto ambiental. 109
6.5.2. Con los trabajadores. 109
6.5.3. Con la comunidad. 109
7. Capítulo VII: Estudio económico y financiero 111
7.1. Inversiones 111
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable 111
7.1.2. Inversión en Activo Intangible. 111
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos. 112
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales 114
7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado). 115

7.1.6. Liquidación del IGV. 116
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones. 117
7.2. Financiamiento 118
7.2.1. Estructura de financiamiento. 118
7.2.2. Financiamiento del activo fijo y capital de trabajo 118
7.3. Ingresos anuales 121
7.3.1. Ingresos por ventas. 121
7.3.2. Recuperación de capital de trabajo. 122
7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo. 123
7.4. Costos y gastos anuales 124
7.4.1. Egresos desembolsables 124
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos. 124
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa. 125
7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos. 126
7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración. 127
7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas. 128
7.4.2. Egresos no desembolsables 130
7.4.2.1. Depreciación. 130
7.4.2.2. Amortización de intangibles. 131
7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables. 132
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario. 133
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios. 134
8. Capítulo VIII: Estados financieros proyectados 135
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja. 135
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros. 135
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal. 136
8.4. Flujo de Caja Operativo. 136
8.5. Flujo de Capital. 137
8.6. Flujo de Caja Económico. 137
8.7. Flujo del Servicio de la deuda. 138
8.8. Flujo de Caja Financiero. 138
9. Capítulo IX: Evaluación económico financiera 139
9.1. Cálculo de la tasa de descuento 139
9.1.1. Costo de oportunidad 139
9.1.1.1. CAPM. 139
9.1.1.2. COK propio. 139

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC). 139
9.2. Evaluación económica financiera 140
9.2.1. Indicadores de Rentabilidad 140
9.2.1.1. VANE y VANF. 140
9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado. 140
9.2.1.3. Período de recuperación descontado. 141
9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C). 141
9.2.2. Análisis del punto de equilibrio 141
9.2.2.1. Costos variables, Costos fijos. 141
9.2.2.2. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades. 141
9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles. 142
9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo 142
9.3.1. Variables de entrada. 142
9.3.2. Variables de salida. 142
9.3.3. Análisis unidimensional. 142
9.3.4. Análisis multidimensional. 143
9.3.5. Variables críticas del proyecto. 144
9.3.6. Perfil de riesgo. 144
10. Conclusiones 145
11. Recomendaciones 146
12. REFERENCIAS 147
13. ANEXOS 151

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Canvas.....5
Tabla 2 Análisis FODA.....18
Tabla 3 Ficha técnica de Focus Group.....21
Tabla 4 Cantidad de personas en la muestra.....22
Tabla 5 Importancia. 24
Tabla 6 Frecuencia de limpieza. 24
Tabla 7 Conocimiento de marcas.....25
Tabla 8 Lugares de compra. 25
Tabla 9 Aceptación de pasta dental en pastilla. 25
Tabla 10 Tamaño de pastilla.....26
Tabla 11 Preferencia sobre sabores. 26
Tabla 12 Color de pastilla. 26
Tabla 13 Forma de pastilla.....27
Tabla 14 Preferencia de envase. 27
Tabla 15 Envase en casa.....27
Tabla 16 Aceptación de precio.....28
Tabla 17 Aceptación de logo.....28
Tabla 18 Alternativas de lugares de compra. 28
Tabla 19 Cuadro de Género. 33
Tabla 20 Cuadro de rango de edad de los encuestados. 33
Tabla 21 Cuadro de distrito de residencia.....34
Tabla 22 Rango de ingresos económicos. 35
Tabla 23 Cuadro de frecuencia de cepillado de dientes.....36
Tabla 24 Tipo de pasta dental que conocen los encuestados. 37
Tabla 25 Cuadro de marcas de pasta dental que compran. 37
Tabla 26 Cuadro de los atributos que valoran de una pasta dental.....38
Tabla 27 Cuadro de preferencia de sabores en la pasta dental. 39
Tabla 28 Cuadro de lugares de compra de pasta dental.....39
Tabla 29 Cuadro de relación de color con la pasta dental.....40
Tabla 30 Cuadro de disposición de uso. 40
Tabla 31 Cuadro de frecuencia de compra y unidades. 41
Tabla 32 Cuadro del dinero que destinan para la compra. Precio vs Gramos. 41
Tabla 33 Cuadro de disposición de compra una pasta dental en pastillas. 42
Tabla 34 Cuadro de disposición de compra. Precio vs grs.....43
Tabla 35 Tipo de empaque. 43

Tabla 36 Forma de pasta dental. 44
Tabla 37 Nombres de pasta dental. 45
Tabla 38 Medios de Información. 45
Tabla 39 Campaña de fidelización. 46
Tabla 40 Variables para segmentación. 46
Tabla 41 Proyección de crecimiento. 46
Tabla 42 Mercado Disponible. 47
Tabla 43 Mercado Efectivo. 47
Tabla 44 Mercado Efectivo por producto. 48
Tabla 45 Mercado Objetivo. 48
Tabla 46 Periodicidad. 48
Tabla 47 Compras por producto. 49
Tabla 48 Frecuencia. 49
Tabla 49 Demanda anual en unidades. 49
Tabla 50 Proyección de ventas anuales. 50
Tabla 51 Costo de campaña de lanzamiento. 53
Tabla 52 Participación de los accionistas. 54
Tabla 53 Constitución y formalización de la empresa. 55
Tabla 54 Registro de marcas y patentes. 56
Tabla 55 Licencias. 58
Tabla 56 Características de Legislación laboral. 59
Tabla 57 Legislación laboral. 59
Tabla 58 Régimen. 60
Tabla 59 Costos de legislación tributaria. 60
Tabla 60 Resumen del capítulo. 61
Tabla 61 Servicios Tercerizados. 62
Tabla 62 Descripción Gerente General. 63
Tabla 63 Descripción Jefe de Operaciones. 64
Tabla 64 Descripción Jefe de Administración y Finanzas. 65
Tabla 65 Descripción Asistente de Gerencia General. 66
Tabla 66 Descripción Coordinador de Logística y almacén. 67
Tabla 67 Descripción Jefe Comercial. 68
Tabla 68 Descripción Operario. 69
Tabla 69 Tipo de contrato. 71
Tabla 70 Servicios tercerizados. 71
Tabla 71 Resumen de planilla para todos los años. 72

Tabla 72 Gasto por servicio tercerizado. 73
Tabla 73 Horario de puestos de trabajo. 73
Tabla 74 Calculo de capacidad instalada. 74
Tabla 75 Calculo de capacidad utilizada. 74
Tabla 76 Calculo de capacidad máxima. 74
Tabla 77 Procesos. 77
Tabla 78 Tabla de pasos y tiempos. 78
Tabla 79 Producción del sabor a menta. 80
Tabla 80 Producción del sabor a hierba buena. 80
Tabla 81 Producción total. 80
Tabla 82 Contenido por unidad (1 pastilla). 81
Tabla 83 Producción anual en kilogramos y gramos. 81
Tabla 84 Calculo de costo unitario. 82
Tabla 85 Necesidad de materia prima. 83
Tabla 86 Programa de compras (S/). 83
Tabla 87 Requerimiento de mano de obra. 84
Tabla 88 Costos y Especificaciones de las maquinas. 90
Tabla 89 Equipos para el Área de Administración. 90
Tabla 90 Equipos para el Área de Producción. 90
Tabla 91 Estructura de costos – Herramientas y Utensilios. 91
Tabla 92 Mobiliario Administración. 92
Tabla 93 Mobiliario producción 92
Tabla 94 Mobiliario de Ventas. 92
Tabla 95 Útiles de Oficina. 93
Tabla 96 Mantenimiento de Máquinas. 93
Tabla 97 Mantenimiento de Equipos. 94
Tabla 98 Reposición de utensilios y Herramientas. 95
Tabla 99 Estudio de metro cuadrado por distrito. 98
Tabla 100 Costo de Licencias de Funcionamiento por Distrito. 98
Tabla 101 Matriz de Macro Localización. 100
Tabla 102 Variables de Macro Localización. 100
Tabla 103 Matriz de Micro-Localización. 102
Tabla 104 Gastos de Adecuación del Local. 104
Tabla 105 Datos del Local. 104
Tabla 106 Gastos Alquiler del Local. 105
Tabla 107 Gastos por garantía de Local. 105

Tabla 108 Estructura de Tarifa Vigente de Agua.....106
Tabla 109 Estructura de Facturación. 106
Tabla 110 Medición de energía.....106
Tabla 111 Estructura de Facturación de Luz.....107
Tabla 112 Facturación movistar.....107
Tabla 113 Calendario Anual de Actividades.....110
Tabla 114 Activos fijos depreciables. 111
Tabla 115 Resumen Activos fijos depreciables. 111
Tabla 116 Inversión en Activo Intangible.....112
Tabla 117 Inversión en Gastos Pre-Operativos.....113
Tabla 118 Inversión en Inventarios Iniciales. 114
Tabla 119 Capital de trabajo -Flujo de Caja Operativo.....115
Tabla 120 Liquidación del IGV mensual.....116
Tabla 121 Liquidación del IGV Anual. 116
Tabla 122 Resumen de estructura de inversiones. 117
Tabla 123 Estructura de financiamiento.....118
Tabla 124 Aporte de cada socio. 118
Tabla 125 La relación deuda capital. 118
Tabla 126 Cuadro comparativo de tasas de Interés.....119
Tabla 127 Fondo crecer.....119
Tabla 128 Cronograma del Préstamo. 120
Tabla 129 Resumen Préstamo. 120
Tabla 130 Ventas.....121
Tabla 131 Ventas Mensual. 121
Tabla 132 Recuperación de capital de trabajo. 122
Tabla 133 Valor de Desecho Neto del activo fijo.....123
Tabla 134 Presupuesto Insumos.....124
Tabla 135 Presupuesto Materia prima. 125
Tabla 136 Trabajadores.....125
Tabla 137 Costo MOD. 126
Tabla 138 Presupuesto de costos indirectos.....126
Tabla 139 Cantidad de trabajadores. 127
Tabla 140 Presupuesto de gastos de administración. 127
Tabla 141 Trabajadores de Ventas. 128
Tabla 142 Presupuesto de gastos de ventas. 129
Tabla 143 Depreciación. 130

Tabla 144 Depreciación Anual. 130
Tabla 145 Amortización - Activo intangible. 131
Tabla 146 Activo fijo no depreciable. 132
Tabla 147 Costo de producción unitario y costo total unitario. 133
Tabla 148 .Costos fijos y variables unitarios. 134
Tabla 149 Estado de resultado. 135
Tabla 150 Estado de Resultados con GF. 136
Tabla 151 Flujo de Caja Operativo. 136
Tabla 152 Flujo de Caja. 137
Tabla 153 Flujo de Caja. 137
Tabla 154 Cronograma de pagos Financiamiento. 138
Tabla 155 Flujo de Caja financiero. 138
Tabla 156 calculo beta (b) apalancado. 139
Tabla 157 Costo de oportunidad. 139
Tabla 158 Costo Promedio Ponderado de Capital. 139
Tabla 159 VANE y VANF. 140
Tabla 160 VANF. 140
Tabla 161 Flujo de Económico 141
Tabla 162 Flujo de Caja Financiero. 141
Tabla 163 Costos variables, Costos fijos. 141
Tabla 164 Punto de Equilibrio (en unidades). 142
Tabla 165 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles. 142
Tabla 166 Tasa Crecimiento Activo Fijo. 143
Tabla 167 Tasa Crecimiento Ventas. 143
Tabla 168 Tasa Crecimiento Gastos Administrativos. 143

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.Logo de la empresa. 3
Figura 2.PEA. 8
*Figura 3.*Balanza comercial.....9
*Figura 4.*Comportamiento del PBI en los últimos 7 años. 10
*Figura 5.*Información general. 11
Figura 6.Mercado de Cuidado Oral. 12
*Figura 7.*Distribución de NSE por zona - Lima metropolitana. 20
*Figura 8.*Estructura socioeconómica 2018. 21
Figura 9.Foto del focus group en Usil - La molina. 24
*Figura 10.*Género de los encuestados. 33
Figura 11.Rango de edad de los encuestados. 34
Figura 12.Distrito donde reside. 35
Figura 13.Rango de ingresos de los encuestados. 35
*Figura 14.*Frecuencia de cepillado de dientes de los encuestados. 36
*Figura 15.*Tipo de pasta dental que conocen los encuestados. 37
*Figura 16.*Marcas de pasta dental que compran. 38
Figura 17.Atributos que valoran de una pasta dental. 38
*Figura 18.*Preferencia de sabores de la pasta dental. 39
Figura 19.Lugar de compra de la pasta dental. 40
*Figura 20.*Disposición de uso. 41
Figura 21.Frecuencia de compra. 41
Figura 22.Dinero que destinan para la compra. 42
*Figura 23.*Disposición de compra. 42
Figura 24.Disposición de compra Precio. 43
*Figura 25.*Tipo de empaque. 44
*Figura 26.*Forma de pasta dental. 44
Figura 27.Nombres de pasta dental 45
*Figura 28.*Medios de información. 45
*Figura 29.*Medios de información. 46
Figura 30.Distribución Colgate. 51
Figura 31.Sin intermediarios (Ferias). 52
Figura 33. Organigrama funcional. 62
*Figura 34.*Proceso logística. 75
*Figura 35.*Proceso de producción. 76
*Figura 36.*Proceso de tiempos y pasos 79

Figura 37.Mezcladora de polvo, Modelo MZPV5.....84
Figura 38.Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo.....86
Figura 39.Tableteadora Automática, Modelo MTAB15.....87
*Figura 40.*Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo.....88
*Figura 41.*Tableteadora Automática, Modelo Ct100sp. 88
Figura 42.Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo.....89
*Figura 43.*Mapa de ubicación del distrito de San Luis. 96
*Figura 44.*Mapa de ubicación del distrito de Surquillo. 97
Figura 45.Mapa de ubicación del distrito de Santa Anita.....98
Figura 46.Mapa Acceso vial y tráfico. 99
*Figura 47.*Mapa de criminalidad y seguridad ciudadana. 99
*Figura 48.*Mapa de denuncias por distritos. 100
Figura 49.Mapa de ubicación del distrito de San Luis. 102
Figura 50.Mapa de ubicación del local Industrial.....103
*Figura 51.*Foto del local Industrial. 105
Figura 52. Plano de planta.....108
Figura 53.Calendario Anual de Actividades. 110
Figura 54. Estructura de inversión. 117

INDICE DE ANEXO

Anexo 1 Ficha técnica.....151
Anexo 2 Encuesta.....151

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que a continuación presentamos describe el trabajo realizado para llevar a cabo la producción y comercialización de Dentífrico en pastillas, producto que tiene como principal característica la practicidad de transporte, así también incluye el uso de algunos insumos naturales en su proceso de elaboración, el cual es usado para la higiene bucal.

El proyecto durará 5 años, el año cero será en diciembre del 2019, donde el inicio de las actividades será en enero del año 2020 y terminará en diciembre del año 2024.

Q – Dent es un dentífrico en pastillas que para su elaboración se considera el uso de algunos insumos naturales, esencia natural de menta y esencia natural de Hierbabuena La presentación será mediante un envase de aluminio 100% reciclable y fácil de transportar que contiene 60 pastillas redondas, las dimensiones del empaque será de 7.3 x 34.5 x 1.8, los colores de las pastillas serán blanco con tonalidades verdes, nuestro producto tendrá una vigencia de 6 meses.

Se realizó un trabajo de investigación de tipo cualitativa, utilizando la técnica de Focus Group al público de nuestro segmento objetivo (personas de 23 a 45 años, del NSE A y B de las Zonas 6, 7 y el distrito de Barranco) y las entrevistas a profundidad a especialistas (Odontólogos, Químico Farmacéutico y Especialista en Marketing). Las encuestas se usaron como técnica de la Investigación Cuantitativa de la cual obtuvimos nuestro mercado potencial, mercado disponible, mercado efectivo y mercado objetivo. Ambos tipos de investigación contribuyeron en la determinación del color de logo, de los tipos de sabores de mayor preferencia (Menta y Hierbabuena) así como el material del empaque (lata de aluminio) y la forma del dentífrico (pastillas redondas) y el precio (S/ 16.00). Asimismo, se pudo identificar las preferencias de lugares de compras (Ecoferias, Tiendas ecológicas) que serán nuestros canales de venta.

La empresa se va a registrar bajo el nombre de JLC SAC, la cual estará integrada por 5 socios, que realizarán aportes iguales. Para la producción y comercialización de pastillas dentífricas se procederá en alquilar un local en el distrito de San Luis, donde se ubicará nuestra planta de producción y oficinas administrativas.

El cálculo de la capacidad utilizada tiene como resultado 67.90%, que irá incrementando año tras año y de esta manera se podrá reflejar el crecimiento en producción y ventas que tendrá nuestro negocio.

La estructura de financiamiento del proyecto estará conformada en un 23% de deuda con terceros y el 77% de capital social por el aporte de los 5 socios.

Para evaluar la viabilidad del proyecto se procedió a utilizar indicadores financieros como: el VAN, VANF, TIR, COK, entre otros. Donde el VANF (Valor actual neto financiero) es menor a cero, por lo tanto, el proyecto no es viable. El resultado del periodo para la recuperación de inversión da negativo para los 5 años del proyecto, por lo tanto, no se logra recuperar lo invertido.

Capítulo I: Información General

1.1.Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1. Razón Social.

JLC SAC

1.1.2. Razón Comercial.

Q-Dent

1.1.3.Logo de los productos.

Figura 1.Logo de la empresa.
Elaboración propia.

1.1.4.Slogan.

“Frescura rápida”

1.1.5. Horizonte de Evaluación.

El proyecto durará 5 años, el año cero será en diciembre del 2019, donde el inicio de las actividades será en enero del año 2020 y terminará en diciembre del año 2024.

1.2.Actividad económica, Código CIIU, Partida arancelaria

1.2.1. Actividad Económica.

La actividad económica de la empresa será la producción y comercialización de dentífrico en pastillas libre de flúor, micro plásticos y con esencias naturales de menta y hierbabuena para hombres y mujeres.

1.2.2. Código CIIU.

El código de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) que corresponde al proyecto según SUNAT, es **2023** - Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador.

Algunas de las actividades que comprende el CIIU en mención son: Fabricación de dentífricos y derivados para la higiene bucal y dental, de igual forma para la fijación de dentaduras postizas; desodorantes, sales de baño, bronceadores, cremas solares, bronceadores, perfumes y cremas depiladoras.

1.3.Definición del Negocio y Modelo CANVAS

Somos una empresa que opera bajo la configuración de un laboratorio que elabora Dentífrico en pastillas para el uso y cuidado de la higiene bucal, estamos regidos por la Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas - DIGEMID, ya que nuestro producto está considerado dentro de la categoría de productos sanitarios.

Tabla 1

Canvas.

<table>
<tr><td>8. Aliados Clave</td><td>7. Actividades Clave</td><td>1.Propuesta de Valor</td><td>4. Relación con los clientes</td><td>2. Segmento de clientes</td></tr>
<tr><td>● Proveedores de los insumos.</td><td>● Producción
● Comercialización
● Manejo de Inventarios
6. RECURSOS CLAVES
● Insumos naturales
● Personal Calificado
● Fórmula dentífrico</td><td>● El producto cuenta con un empaque práctico de trasladar.
● Insumos naturales</td><td>● Redes sociales
3.CANALES
● Eco ferias</td><td>● NSE A y B
● Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel), Zona 7 (Surco, Miraflores, San Isidro, La Molina, San Borja) y Barranco.
● Edad de 23 a 45 años (PEA)</td></tr>
<tr><td colspan="2">9. Estructura de costos
● Costos de insumos
● Costos de maquinarias</td><td colspan="3">5. Estructura de Ingresos
Ventas del producto</td></tr>
</table>

Nota: Elaboración propia.

1.4.Descripción del Producto

Se presenta el producto: Dentífrico en pastillas, el cual suplirá la pasta dental tradicional. Este producto contiene ingredientes naturales, libre de micro plásticos y flúor. Se comercializarán dos tipos de sabores; menta y hierbabuena. La presentación será mediante un envase de aluminio 100% reciclable y fácil de transportar que contiene 60 pastillas redondas, las dimensiones del empaque será de 7.3 x 34.5 x 1.8, los colores de las pastillas serán blanco con tonalidades verdes, nuestro producto tendrá una vigencia de 6 meses.

Ingredientes:

Xilitol: Repele las bacterias que causan caries y endulzante natural
Eritritol: Evita que las bacterias causen caries
Esencia de menta y de Hierbabuena: saborizantes
Carbonato de calcio: Actúa como abrasivo suave que ayuda a limpiar y pulir los dientes
Isetionato de cocoil sódico: Ayuda a que los mordiscos hagan espuma y limpien los dientes
Bicarbonato de sodio: Ayuda a equilibrar el nivel de PH en la boca
Goma de guar: Hecho de legumbres ayuda a compactar los insumos del producto.

1.5.Oportunidad del negocio.

La Unión **Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN)**, señala que: *las micropartículas de plástico representan hasta el 30% de la basura que contamina los fondos marinos del planeta. Se calcula que de los 9,5 millones de toneladas de plástico que se arrojan cada año a los océanos, entre el 15 y el 31% son micro plásticos.*

Señala también que los dentífricos tradicionales llevan sustancias como los **micro plásticos o el triclosán** que se escapan a los sistemas de depuración de aguas residuales y acaban en los fondos marinos y fluviales, provocando daños en los ecosistemas e, indirectamente, en los seres humanos, dañando su salud.

Por otra parte, otro estudio señala que en el mercado peruano existe una alta tendencia por el “consumo saludable”, ya que más de la mitad de los hogares peruanos (54%) se consideran entre saludables y muy saludables. Además, refiere que las familias en el Perú hoy en día priorizan la salud y nutrición (58%).

Los resultados de nuestra encuesta evidencian que el 97 % de personas consideran importante el consumo de productos que no dañen el medio ambiente.

El 96 % de los encuestados si está dispuesto a comprar una pasta dental en pastillas libre de flúor y micro plásticos

Para el último trimestre del 2018, hubo un crecimiento del 5 %para productos de cuidado personal.

Es en esa posición que presentamos nuestra propuesta de un dentífrico en forma de pastillas, producto innovador, práctico por su facilidad al transportar con empaque de material reciclable contribuyendo así con el medio ambiente y saludable por los ingredientes naturales que contiene y de esa manera, también contribuye con la salud de las personas. Si bien es cierto, existen productos similares, estos son elaborados de manera artesanal y no cuentan con el registro sanitario que garantiza las buenas prácticas de manufactura, almacenamiento y transporte.

1.6.Estrategia Genérica de la empresa

La estrategia Genérica que la empresa va a utilizar es la de Enfoque (diferenciación) ya que nos dirigimos a un segmento del mercado (Sector 6, sector 7 y el Distrito de Barranco) que valorará la calidad de nuestro producto, es decir basándose en los atributos que este le brinda. Con esta estrategia buscamos especializarnos en conocer sus requerimientos como potenciales compradores y otorgarles un valor agregado.

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.

Perú cuenta con una población total estimada (2018) de: 32,162,184 habitantes y una superficie de 1.285.215,60 km². Perú tiene como capital a Lima ubicada en la costa central del territorio peruano.

Entre las ciudades más importantes económicamente se encuentra Lima, Trujillo, Arequipa e Ica.

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

Según la consulta IPSOS la tasa de crecimiento anual de población en Perú es de 1.01% hasta enero 2018.

El ingreso per cápita en el 2018 fue de $ 7,040. Respecto a la PEA según el INEI en la evaluación del trimestre MAYO – JUNIO – JULIO la población económicamente activa representa el 66.5% (5 millones 221 mil 700 personas) de la población en edad de trabajar.

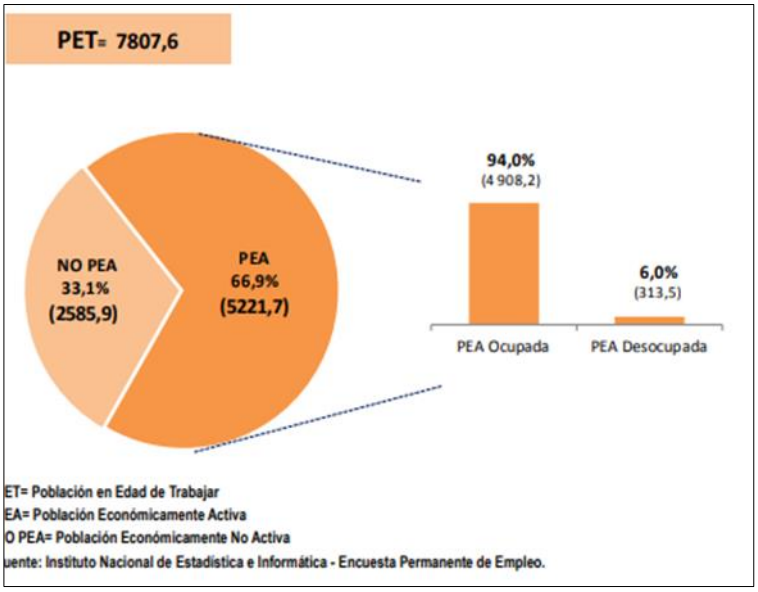


Figura 2.PEA.

Recuperado de Encuesta permanente de empleo.

2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Respecto a la balanza comercial se registró un superávit de $ 7,197 millones de dólares en el 2018, el cual superó al año 2017. Las exportaciones para el año 2018 alcanzaron los $ 49,066 millones de dólares, la cual superó las del año 2017. Referente a las importaciones el importe para el 2018 fue de la suma de $ 41,870 millones, dicho monto fue mayor respecto al año 2017.

BALANZA COMERCIAL
(Millones de US$)

	2016	2017	2018		2019
			I Trim	Año	I Trim
I. Exportaciones	**37 082**	**45 422**	**11 951**	**49 066**	**11 158**
Productos tradicionales	26 183	33 566	8 771	35 638	7 883
Pesqueros	1 269	1 789	307	1 938	663
Agrícolas	878	827	98	762	92
Mineros 1/	21 819	27 582	7 370	28 899	6 300
Petróleo y gas natural	2 217	3 369	997	4 039	827
Productos no tradicionales	10 798	11 725	3 142	13 240	3 232
Otros	101	130	38	189	43
II. Importaciones	**-35 128**	**-38 722**	**-10 039**	**-41 870**	**-9 947**
Bienes de consumo	8 608	9 339	2 350	9 591	2 326
Insumos	15 022	17 902	4 820	20 516	4 763
Bienes de capital	11 232	11 316	2 817	11 641	2 828
Otros bienes	267	164	51	123	29
III. Balanza comercial (I-II)	**1 953**	**6 700**	**1 913**	**7 197**	**1 212**

1/ Incluye estimación de exportaciones de oro no registradas por Aduanas.

*Figura 3.*Balanza comercial.

Elaboración propia con información del Banco Central de Reserva.

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

En el año 2016 se registró un PBI de 4%, donde sobresale el sector minero y a la vez se registra una caída de (10%) en el sector pesca. Para el año 2017 se registra un descenso en el PBI a 2.5 %, registrando una caída en el sector minero a 3.4%. En el 2018 se registra un PBI de 4%, donde el sector pesca sobresale con 39.7%.

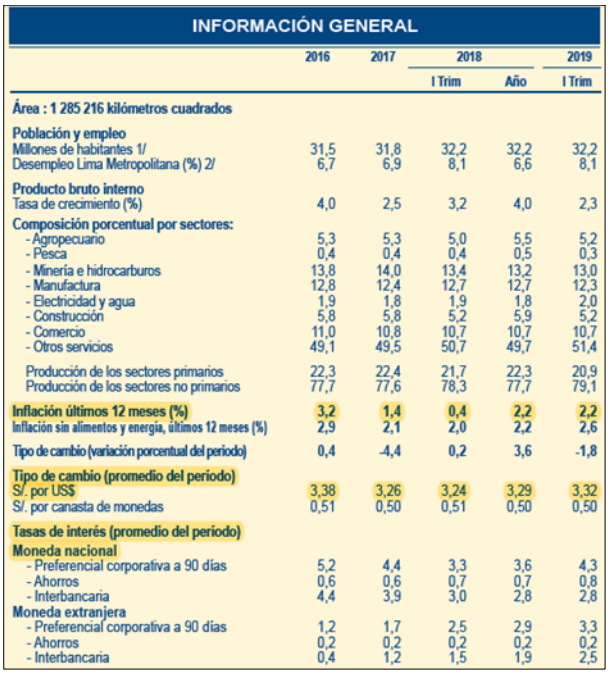
PRODUCTO BRUTO INTERNO
(Variaciones porcentuales anuales)

	2016	2017	2018		2019
			I Trim	Año	I Trim
Agropecuario	**2,7**	**2,8**	**7,3**	**7,8**	**4,9**
Agrícola	1,8	2,5	10,6	9,4	5,2
Pecuario	3,7	2,8	3,3	5,5	4,6
Pesca	**-10,1**	**4,7**	**6,1**	**39,7**	**-20,5**
Minería e hidrocarburos	**16,3**	**3,4**	**0,4**	**-1,3**	**-0,6**
Minería metálica	21,2	4,5	1,5	-1,5	-2,2
Hidrocarburos	-5,1	-2,4	-5,9	0,0	9,5
Manufactura	**-1,4**	**-0,2**	**0,5**	**6,2**	**-0,9**
De procesamiento de recursos primarios	-0,6	1,9	0,5	13,2	-13,0
No primaria	-1,6	-0,9	0,6	3,7	3,1
Electricidad y agua	**7,3**	**1,1**	**2,3**	**4,4**	**6,0**
Construcción	**-3,2**	**2,1**	**4,9**	**5,4**	**1,8**
Comercio	**1,8**	**1,0**	**2,7**	**2,6**	**2,4**
Servicios 1/	**4,0**	**3,3**	**4,3**	**4,4**	**3,7**
PBI	**4,0**	**2,5**	**3,2**	**4,0**	**2,3**
Sectores primarios	10,0	3,1	2,0	3,3	-1,3
Sectores no primarios	2,5	2,3	3,6	4,2	3,3

*Figura 4.*Comportamiento del PBI en los últimos 7 años.
Recuperado del INEI - PBI Variaciones porcentuales anuales.

Tasa de inflación, tasa de interés y tipo de cambio.

La inflación anual de Perú en el 2016 fue de 3.2%, luego se puede apreciar que hay una reducción a 1.4% para el año 2017, luego hay un ligero incremento en la inflación a 2.2 % para el 2018. Según el BCR, hay expectativas de disminución de la inflación, en lo que concierne al primer trimestre del 2019 se puede apreciar que no ha variado y se mantiene en 2.2 %.



INFORMACIÓN GENERAL					
	2016	2017	2018		2019
			I Trim	Año	I Trim
Área : 1 285 216 kilómetros cuadrados					
Población y empleo					
Millones de habitantes 1/	31,5	31,8	32,2	32,2	32,2
Desempleo Lima Metropolitana (%) 2/	6,7	6,9	8,1	6,6	8,1
Producto bruto interno					
Tasa de crecimiento (%)	4,0	2,5	3,2	4,0	2,3
Composición porcentual por sectores:					
- Agropecuario	5,3	5,3	5,0	5,5	5,2
- Pesca	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3
- Minería e hidrocarburos	13,8	14,0	13,4	13,2	13,0
- Manufactura	12,8	12,4	12,7	12,7	12,3
- Electricidad y agua	1,9	1,8	1,9	1,8	2,0
- Construcción	5,8	5,8	5,2	5,9	5,2
- Comercio	11,0	10,8	10,7	10,7	10,7
- Otros servicios	49,1	49,5	50,7	49,7	51,4
Producción de los sectores primarios	22,3	22,4	21,7	22,3	20,9
Producción de los sectores no primarios	77,7	77,6	78,3	77,7	79,1
Inflación últimos 12 meses (%)	3,2	1,4	0,4	2,2	2,2
Inflación sin alimentos y energía, últimos 12 meses (%)	2,9	2,1	2,0	2,2	2,6
Tipo de cambio (variación porcentual del período)	0,4	-4,4	0,2	3,6	-1,8
Tipo de cambio (promedio del período)					
S/. por US$	3,38	3,26	3,24	3,29	3,32
S/. por canasta de monedas	0,51	0,50	0,51	0,50	0,50
Tasas de interés (promedio del período)					
Moneda nacional					
- Preferencial corporativa a 90 días	5,2	4,4	3,3	3,6	4,3
- Ahorros	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8
- Interbancaria	4,4	3,9	3,0	2,8	2,8
Moneda extranjera					
- Preferencial corporativa a 90 días	1,2	1,7	2,5	2,9	3,3
- Ahorros	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
- Interbancaria	0,4	1,2	1,5	1,9	2,5

*Figura 5.*Información general.

Recuperado del INEI - Información general.

2.1.1.5.Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

LEY No 29571 - LEY N.º 26887.- Ley General de Sociedades

Artículo 2.-

El peruano, “Ámbito de aplicación de la Ley Toda sociedad debe adoptar alguna de las formas previstas en esta ley. Las sociedades sujetas a un régimen legal especial son reguladas supletoriamente por las disposiciones de la presente ley. La comunidad de bienes, en cualquiera de sus formas, se regula por las disposiciones pertinentes del Código Civil”. (El peruano, 2015)

LEY No 30884.- Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables

El peruano, “La finalidad de la ley es contribuir en la concreción del derecho que tiene toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida, reduciendo para ello el impacto adverso del plástico de un solo uso, de la basura marina plástica, fluvial y lacustre y de otros contaminantes similares, en la salud humana y del ambiente”. (El peruano, 2018)

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

2.1.2.1.Mercado internacional.

En el mercado internacional de cuidado dental el 59.8% del mercado se concentra en dos empresas: Colgate-Palmolive y Procter & Gamble. Entre el 2011 y 2019 este mercado creció 22.9% y pasó de vender $1.3 billones a $1.6 billones durante ese periodo.

Figura 6.Mercado de Cuidado Oral.
Recuperado de Gestión Salud Dental: “Cuánto gastan los peruanos en salud bucal”.

2.1.2.2.Mercado del consumidor.

En Perú el consumo no fue nada dinámico hasta el último trimestre del año 2018, donde se amplió el margen de consumo de la canasta general, registrándose una variación positiva de +4% con respecto al mismo período del 2017, siendo las canastas de alimentos (+5%), **cuidado personal (+5%)**, cuidado del hogar (+3%) y bebidas (+3%) las que alcanzaron rendimientos positivos, mientras que la canasta con menor rendimiento fue la de lácteos (-1%).

Los hogares peruanos incrementaron el consumo de algunos enseres durante el 2018, como tortillas, tratamiento para el cabello, té bebible, mantequilla, limpia ollas y sartenes, mientras que disminuyó la compra de morcilla, pasta de tomate, tuco, refrescos líquidos y bloqueadores-protectores.

Por otra parte, las familias de los segmentos socioeconómicos altos (6%) y bajos (3.3%), en comparación con el nivel socioeconómico medio (1.4%), fueron las que más incrementaron su consumo básico en el último trimestre del 2018 versus igual período del 2017.

2.1.2.3.Mercado de proveedores.

Los insumos que se utilizarán para la producción del dentífrico en pastillas serán adquiridos en el territorio nacional.

- Menta
- Hierbabuena
- Xilitol
- Goma guar
- Carbonato de calcio
- Eritritol
- Bicarbonato de sodio

Nuestro proveedor será la empresa “Insumex S.A” ubicado en Avenida San Juan N° 1611 urb. Industrial Santa Martha – Ate.

Con respecto a los envases estaremos trabajando con la empresa “Nuevo sol S.A.C.”, ubicado en Av. Colectora Industrial 1645 - Ate

Se ha procedido a elegir los proveedores en mención, por temas de ubicación (cercanía a nuestra planta de producción) y la relación precio-calidad que son muy importante.

2.1.2.4. Mercado competidor.

Respecto al mercado que actualmente ocupado nuestros principales competidores se considera que de acuerdo al Estudio de Marcas 2018 hecha por la consultora Arellano, Colgate lidera las preferencias de los peruanos en la categoría de cuidado personal. Sin embargo, para Arellano esto es sorprendente porque la firma de cuidado oral no es la empresa con mayor nivel de ventas ni la que más invierte en publicidad.

En el mismo estudio y según el Rankin de recordación espontánea, los negocios de cuidado personal preferidos por los peruanos son Colgate, H&S, Pantene, Nivea, Dove,

Sedal, Dento, Unique, Rexona, Kolynos, Johnson&Johnson, Palmolive, Procter&Gamble y Ésika.

Colgate es la compañía de cuidado personal preferida especialmente por el público masculino y maduro (de 46 a 65 años). Así mismo, esta marca es líder en dentífricos, mientras que la aceptación de Dento se duplica y la de Kolynos se triplica.

2.1.2.5.Mercado distribuidor.

Los productos sustitutos como lo son los dentífricos tradicionales se venden en las principales cadenas de supermercados de Perú, tiendas de conveniencia y bodegas. Su estrategia colocada al consumo masivo les permite realizar campañas de descuento agresivas donde generan su principal fortaleza.

2.1.2.6.Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

En la actualidad contamos con entidades y órganos técnicos normativos que hacen de conocimiento público las leyes y reglamentos para la producción, comercialización, administrativo y legales que tienen que ser cumplidas.

Instituto Nacional de defensa civil (INDECI)

Esta entidad establece diferentes procedimientos y normas que se deberán cumplir respecto al local donde se realice todo el proceso productivo y administrativo.

Asimismo, se tendrá que señalar las zonas seguras en caso de sismos, contar con un plan contra accidentes, manuales de seguridad y salud en el trabajo.

Superintendencia nacional de aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

Da a conocer las disposiciones legales para que toda actividad económica se pueda formalizar y a la vez pueda cumplir con las normas que el sector solicita. Las normas podrán variar según el tipo de empresa y el año de inscripción.

INDECOPI

De acuerdo a la producción de nuestros productos se deberán tener en cuenta normas legales con el fin de que el consumidor final pueda contar con información comprensible, visible y fácil de leer.

Se procede a mencionar algunas leyes y artículos:

Ley n° 2957 Código de protección y defensa del consumidor. – Esta ley indica que todos los consumidores deberán tener acceso a productos y servicios eficientes, considerando eliminar malas prácticas que puedan afectar sus intereses.

Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados. – Hace mención respecto a que toda la información de los productos de manufactura deberá proporcionarse de manera comprensible y considerando el sistema legal de unidades de medida. (pág. 10)

Artículo 10.- Información acerca de los productos envasados. – Señala que todo producto envasado que llega al consumidor debe contar con información normada; para el caso de productos sanitarios deberá informar de manera legible sus ingredientes y componentes.

DIGEMID

Normas técnicas que son consideradas prioridad por el estado.

Ley N° 29459 - Ley de Productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. - Esta ley nos hace mención a los principios, criterios y exigencias acerca de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, donde se deberá establecer control de calidad a los productos, obligatoriamente de manera integral y permanente. De esta manera se garantizará la calidad de los productos mencionados.

MINSA

Norma Técnica Sanitaria de Calidad para las cremas dentales cosméticas

ARTÍCULO 2º.- Nos hace mención acerca de los principales parámetros de calidad y así garantizar que se usen productos de calidad. A la vez mencionan las normativas y controles de producción, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de las cremas dentales.

ARTÍCULO 7º.- Nos indica los requisitos necesarios que deberán tener las cremas o pastas dentales según la norma técnica sanitaria para la adición de fluoruros en cremas dentales, enjuagatorios y otros productos utilizados en la higiene bucal. A la vez nos indica que las concentraciones de metales pesados no deberán ser mayor de 20mg/kg, el pH podrá oscilar entre 5.5 y 10.5, no deberán presentar sacarosa y en la inspección visual no deberán tener signos deterioro, decoloración, fallos de sellado.

2.2.Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad Baja

Somos únicos en el mercado.

2.2.2.Fuerza negociadora de los clientes: Nivel de poder Bajo.

En el mercado de productos para la higiene bucal existe gran variedad de marcas consolidadas a nivel nacional, por lo cual nuestros clientes tendrán un alto poder de negociación ya que tendrán muchas opciones para escoger que cuentan con gran participación. Por otro lado, al ser un producto nuevo en el mercado peruano los clientes podrían tener cierto temor por apostar por este cambio en cuanto a sus hábitos de compra y de consumo.

2.2.3.Fuerza negociadora de los proveedores: Nivel de poder Bajo.

Los insumos que se requieren para producir nuestro producto son fáciles de conseguir en el mercado ya que son de origen natural, es por esto que, contamos con gran cantidad de proveedores lo cual les da un poder de negociación bajo. En cuanto a proveedores que tenemos en el mercado tenemos a “Insumex S.A” quienes distribuyen los insumos naturales que se requieren para la elaboración de las pastillas y a la empresa “Nuevo sol¨ quienes son proveedores de empaques.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos: Amenazas Alta

En el mercado existe gran variedad de productos sustitutos, entre alguna de ellas están las pastas dentales tradicionales (Colgate, Dento, Oral-B, Kolynos); bicarbonato de Sodio; enjuagues bucales e hilo dental. Al identificar tantos sustitutos dependerá del cliente y sus preferencias para elegir cambiar nuestro producto por una de ellas. En este punto un factor de decisión serán los atributos que ofrezca el producto.

2.2.5.Competidores potenciales barreras de entrada.

Somos únicos en el mercado de crema dental en pastillas industrializadas, sin embargo, existen algunos pequeños emprendimientos, que lo realizan de una forma artesanal. En cuanto a productos similares, se está realizando en Perú pasta dental en cápsulas, pero esta se encuentra aún en etapa preliminar. En cuanto a barreras de entrada, el nivel es bajo ya que no existen y la inversión que se necesita para poder sacar un producto similar al mercado es baja.

Capitulo III: Plan estratégico

3.1.Visión y misión de la empresa

3.1.1. Visión.

Posicionarnos como una empresa líder en el mercado de higiene personal con productos que contienen insumos naturales.

3.1.2. Misión.

Proveer a nuestros clientes productos alternativos con insumos naturales de calidad e innovadores para para su higiene personal y que cuiden su salud. Promover la concientización del cuidado del medio ambiente en nuestros colaboradores y por ende en la sociedad a través del uso de empaques reciclables cumpliendo con la responsabilidad ambiental. Trabajando de la mano con nuestros socios estratégicos.

3.2.Objetivos

3.2.1.Objetivos Generales.

Lograr que nuestro producto “Q-Dent” sea reconocido en el mercado objetivo, teniendo presencia en las principales cadenas de farmacias, ferias, centros odontológicos y tiendas especializadas.

3.2.2.Objetos Específicos.

Posicionarnos en el mercado como la mejor empresa en el cuidado de la higiene bucal para el año 2021.

Aumentar las ventas en 2% para el 2021.

Alcanzar una rentabilidad del 7% anual para el 2022.

Incrementar en un 50 % nuestros canales de distribución para el 2023

3.3.FODA

Tabla 2
Análisis FODA.

FACTORES INTERNOS	FORTALEZA	DEBILIDAD
	1. Producto innovador 2. Insumos naturales 3. Único producto en el mercado 4. Empaque fácil de trasladar	1. Precio por encima del mercado 2. Sabor ligeramente salado 3. Vigencia del producto corta 4. Textura arenosa
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDAD		
1. Incremento en tendencias por consumo de productos con insumos naturales. 2. Crecimiento del sector de higiene personal. 3. La ley 30884 regula el uso del plástico de un solo uso y de los recipientes descartables. 4. Desarrollo tecnológico.	F1.O1. Aprovechar nuestro producto Innovador para incrementar el posicionamiento en un mercado con tendencias por consumir productos con insumos naturales.	D2.O1. Realizar actividades de concientización para el uso del cuidado bucal con un producto novedoso para aprovechar al máximo los mercados potenciales.
AMENAZA		
1. Ingreso de nuevos competidores con mayores recursos. 2. Desconocimiento del producto. 3. No existe mucha cultura de higiene bucal. 4. Productos sustitutos consolidados.	F4.A4. Aprovechar la practicidad y eficiencia de nuestro producto para contrarrestar la amenaza de productos sustitutos.	D1. A4. Lanzar promociones al mercado para los clientes y así dar a conocer nuestro producto y sus beneficios.

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1.Investigación de mercado

4.1.1.Criterios de segmentación.

4.1.1.1.Segmentación Geográfica

Perú tiene como capital a Lima metropolitana, siendo una de las ciudades más pobladas. Se encuentra ubicada en el centro oeste del país. Sus límites son al norte con Ancash, al sur con Ica y Huancavelica, al este con Huánuco y al oeste con la provincia constitucional del callao y el océano pacífico.

El clima es subtropical y la temperatura promedio anual es de 14°C en invierno y aproximadamente de 25.5 °C en verano.

Nuestro producto está dirigido a la población de Lima Metropolitana de la Zona 7 (San Borja, San Isidro, Surco, La Molina y Miraflores); Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel); y Barranco.

4.1.1.2.Segmentación Demográfica

Nuestro producto se dirige a ambos sexos: Femenino y Masculino.

Las edades son entre 23 y 45 años.

Estado Civil: Todos.

Ingresos: desde S/. 2,000

Se incluirá a toda la población del nivel socioeconómico A y B

DISTRIBUCIÓN DE NSE POR ZONA APEIM 2018 - LIMA METROPOLITANA

(%) HORIZONTALES

ZONA	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)*
Total	100	4.7	23.2	41.3	24.4	6.4	4058	1.54
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	100	0.0	15.0	37.8	38.2	9.0	291	5.74
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.2	26.9	49.3	19.3	2.3	353	5.22
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.1	17.4	43.2	28.9	9.5	276	5.9
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100	2.5	26.7	43.0	24.1	3.8	526	4.27
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.0	10.4	45.1	33.3	10.2	331	5.39
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	14.4	56.0	23.9	3.9	1.8	284	5.82
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.6	46.4	13.7	4.2	1.1	338	5.33
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	2.0	28.8	47.4	18.1	3.7	289	5.76
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamác)	100	0.4	7.2	49.2	34.0	9.3	318	5.5
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla,Mi Perú)	100	1.3	18.7	45.7	24.6	9.8	1019	3.07
Otros	100	0.0	8.8	42.6	32.8	15.7	33	17.06

*Figura 7.*Distribución de NSE por zona - Lima metropolitana. Recuperado de APEIM 2018.

4.1.1.3.Segmentación Conductual.

Nuestro producto será dirigido a los consumidores que se preocupan por la salud bucal y busquen opciones saludables para el uso diario. A la vez que tengan conocimiento acerca de que nuestros productos no son abrasivos, ayudan a mantener el aliento fresco y prolongado.

4.1.2.Marco muestral.

La Población del sector 6, 7 y del distrito de Barranco tiene el siguiente NSE, por lo que para efectos de nuestra encuesta se ha considerado el A y B, de los cuales se han utilizado 100 encuestas.

Cuadro N° 12
Lima metropolitana 2019: APEIM estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

	Zonas	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)				
		Miles	%	A	B	C	D	E
1	Puente Piedra, Comas, Carabayllo.	1,309.3	12.4	0.0	14.6	39.7	36.6	9.1
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,318.3	12.5	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
3	San Juan de Lurigancho.	1,157.6	10.9	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	771.2	7.3	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,477.6	14.0	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	377.7	3.6	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	810.6	7.7	35.9	43.2	13.6	6.3	1.0
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	878.3	8.3	2.0	29.1	48.8	17.3	2.8
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,098.7	10.4	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,100.4	10.4	1.4	19.0	46.0	24.4	9.2
11	Cieneguilla y Balnearios	190.5	1.8	0.0	9.9	47.6	32.7	9.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6

*Figura 8.*Estructura socioeconómica 2018.

Recuperado de APEIM.

4.1.3.Focus Group.

Ficha técnica

Tabla 3
Ficha técnica de Focus Group.

FOCUS GROUP	
Tema del Focus Group	• Pensamiento sobre la limpieza bucal • Frecuencia con la que se lavan los dientes • Percepción sobre las pastas dentales tradicionales • Marcas de pastas dentales tradicionales • Preferencia sobre sabores (menta, hierbabuena, canela) • Lugares de compra de pastas dentales tradicionales • Otros tipos de pastas dentales • Aceptación de la pasta dental en pastilla • Preferencia sobre envase • Aceptación del precio • Aceptación del logo • Aceptación de los repuestos del producto • Lugares en los que les gustaría encontrar (comprar) nuestro producto
Moderadores	• Jordy Díaz Ipanaque • Jaenslye Alva Medina
Participantes	Hombres y mujeres de 23 a 45 años de edad, de la ciudad de Lima pertenecientes al NSE A, B Y C
Fecha de realización	Martes 27 de agosto del 2019
Lugar	La Molina - Lima

Nota: Elaboración propia.

ESTUDIO CUALITATIVO

Metodología

El objetivo de la investigación exploratoria es poder recolectar la mayor cantidad de información que nos permita conocer la preferencia de los clientes con respecto a las pastas dentales y así ofrecerles alternativas de acuerdo a las necesidades de sus consumidores.

Grupo Objetivo de Investigación

Hombres y mujeres de 23 a 45 años de edad, de la ciudad de Lima pertenecientes al NSE A Y B.

Muestra

Se llevó a cabo el Focus Group en USIL ubicado en La Molina. La muestra estuvo conformada por 5 mujeres y 5 hombres de acuerdo al grupo objetivo de investigación.

Tabla 4
Cantidad de personas en la muestra.

EDAD	PERSONAS SELECCIONADAS
23 a 35 años	5
35 a 45 años	5
TOTAL	10

Nota: Elaboración propia.

Guía del moderador

1. **Presentación:**
    - Presentación de las Moderadores. Para que estos se sientan familiarizados al momento de realizar las preguntas
    - Motivo de la reunión. Se explicó el porqué de la reunión.
    - Presentación de los Integrantes. Se presentó a cada uno de los participantes que son parte del grupo de enfoque para que de esa manera la interacción se pueda dar por sus nombres de pila.
    - Tiempo que duró: tiempo estimado de 50 minutos.
2. **Explicación Introductoria:**
    - Se grabó la entrevista, para que después sean analizadas con calma y se obtenga un resultado más preciso.
    - Se solicitó que hable una sola persona a la vez y levante la mano para indicar que quiere hablar.

- Si alguna persona tuvo una opinión diferente a las demás personas del grupo, se les informó que se nos haga saber.
- Tienen alguna pregunta antes de iniciar el grupo de enfoque.

3. **Rompimiento del Hielo: Se discutieron los siguientes temas:**
   - Nombres
   - Edad
   - Ocupación
4. **Temas de Apertura:** Se discutieron los siguientes temas:
   - Pensamiento sobre la limpieza bucal
   - Frecuencia con la que se lavan los dientes
5. **Temas de Transición:** Se discutieron los siguientes temas:
   - Percepción sobre las pastas dentales tradicionales
   - Marcas de pastas dentales tradicionales
   - Preferencia sobre sabores
   - Lugares de compra de pastas dentales tradicionales
6. **Temas Específicos:** Se discutieron los siguientes temas:
   - Aceptación de la pasta dental en pastilla
   - Preferencia sobre envase
   - Preferencia de lugares de compra
   - Aceptación del precio
   - Aceptación del logo
7. **Temas de Cierre:** Se discutieron los siguientes temas:

Recomendaciones

8. **Agradecimiento:**

Se les agradeció a las participantes por su asistencia y respuestas. Se les ofreció un presente por la participación.

9. **Cronograma**

24 de agosto – Búsqueda y convocatoria participantes.

27 de agosto – Realización de Focus Group.

29 de agosto – Filtración de información, análisis de datos obtenidos.

Sesiones de grupo

Figura 9.Foto del focus group en Usil - La molina.

Elaboración propia.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. **Pensamiento sobre la limpieza bucal**

Tabla 5
Importancia.

Alternativa	Resultado	%
a. Que es importante	10	100%

Nota: Elaboración propia.

Para el 100% del grupo la limpieza bucal es un factor importante en su día a día.

2. **Frecuencia con las que se lavan los dientes**

Tabla 6
Frecuencia de limpieza.

Alternativa	Resultado	%
a. Tres veces al día	9	90%
b. Cada que come	1	10%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 90 % del grupo estuvo de acuerdo que se lava los dientes 3 veces al día salvo una persona que indicó que se lava cada que consume un alimento.

3. Marcas de pastas dentales tradicionales que más conocen

Tabla 7
Conocimiento de marcas.

Alternativa	Resultado	%
a. Colgate	10	100%
b. Oral- B	0	0%
b. Aquafresh	0	0%
b. Sensodyne	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

Colgate es la marca más conocida por el grupo del focus group a diferencia de las otras marcas.

4. Lugares de compra de las pastas dentales tradicionales.

Tabla 8
Lugares de compra.

Alternativa	Resultado	%
a. Supermercados	7	70%
b. Farmacias	2	20%
b. Centro odontológicos	1	10%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

Los supermercados son los lugares de compra más frecuentados para la compra de las pastas dentales tradicionales.

5. Aceptación de la pasta dental en pastilla.

Tabla 9
Aceptación de pasta dental en pastilla.

Alternativa	Resultado	%
a. Si	10	100%
b. No	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 100% del grupo aceptó la idea de la pastilla dental en pastillas ya que les pareció una idea innovadora y práctica.

6. Tamaño de las pastillas 0.5 cm x 0.5 cm

Tabla 10
Tamaño de pastilla.

Alternativa	Resultado	%
a. Muy delgadas	8	80%
b. En duda	2	20%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 80 % del grupo al conocer el tamaño de la pastilla mostraron una preocupación ya que no creyeron que con esta cantidad se dieran abasto para poder lavarse los dientes de una manera correcta.

7. Preferencia sobre sabores.

Tabla 11
Preferencia sobre sabores.

Alternativa	Resultado	%
a. Menta	8	80%
b. Canela	2	20%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 80 % del grupo prefiere el sabor a menta ya que para ellos les da una sensación de frescura al momento de lavarse los dientes y después de hacerlo.

8. Preferencia del color de la pastilla.

Tabla 12
Color de pastilla.

Alternativa	Resultado	%
a. Negro	0	0%
b. Blanco	8	80%
b. Marrón	0	0%
b. Verde	2	20%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

La mayoría del grupo asocia el color blanco con la limpieza, por el contrario, el color negro lo pueden asociar con muchas cosas menos con aspectos de limpieza.

9. Preferencia de una forma redonda en la pastilla.

Tabla 13
Forma de pastilla.

Alternativa	Resultado	%
a. Si	10	100%
b. No	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

Todo el grupo estuvo de acuerdo con la presentación redonda de las pastillas, por el contrario, otras formas como: cuadradas o rectangulares les sonaba a que fueran medicamentos.

10. Preferencia sobre el envase para llevar.

Tabla 14
Preferencia de envase.

Alternativa	Resultado	%
a. Vidrio	0	0%
b. Lata	10	100%
b. Cartón	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 100 % del grupo del focus estuvo de acuerdo con que un envase de lata es más práctico para llevarlo ya sea para el trabajo o de viaje ya que no se rompe.

11. Preferencia sobre el envase para la casa.

Tabla 15
Envase en casa.

Alternativa	Resultado	%
a. Vidrio	10	100%
b. Lata	0	0%
b. Cartón	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 100% del grupo de focus estuvo de acuerdo que el envase de vidrio sería mejor para tenerlo en casa como dispensador para llenar su envase en lata.

12. Aceptación del precio aproximado de S/15.

Tabla 16
Aceptación de precio.

Alternativa	Resultado	%
a. Si	10	100%
b. No	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

El 100% del grupo les pareció bien el precio por una presentación de 90 pastillas las cuales les duraría para un mes.

13. Aceptación del logo.

Tabla 17
Aceptación de logo.

Alternativa	Resultado	%
a.	0	0%
b.	0	0%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

Ninguno de los participantes de nuestro focus group estuvo de acuerdo con las opciones de logo presentadas ya que les daba una idea de que se parecía a que estuvieran viendo el logo de Es salud, ellos prefieren un logo que tenga colores como: blanco, azul oscuro y verde.

14. Preferencia sobre lugares de compra.

Tabla 18
Alternativas de lugares de compra.

Alternativa	Resultado	%
a. Tiendas ecológicas	5	50%
b. Centros odontológicos	2	20%
b. Ferias	3	30%
Total	10	100%

Nota: Elaboración propia.

La mayoría del grupo del focus group se sentiría más cómodo encontrando su pasta dental en pastilla en las tiendas ecológicas ya que en esos lugares podrían aprovechar por comprar productos adicionales al mismo tiempo.

Conclusiones del Focus Group:

Al finalizar el focus group identificamos que para todos los participantes la salud bucal es muy importante es por ellos que la mayoría se lava los dientes 3 veces al día.

Segundo, se pudo identificar que las personas del sector a la que vamos enfocados conocen más la marca Colgate y que adquieren está en los supermercados.

Tercero, todos los participantes de nuestro focus group aceptaron nuestra idea de negocio sobre las pastillas dentales ya que para ellos representa un producto nuevo y llamativo, sin embargo, el tamaño que se les presentó no les pareció aceptable ya que tenían la idea de que no les abastecería para su limpieza bucal.

En cuanto a la presentación, la mayoría del grupo estuvo de acuerdo que una presentación en lata les gusta más por ser para ellos practica para llevar dejando un poco de lado el envase de vidrio que se había planteado inicialmente como el envase para llevar.

En cuanto al precio, el 100% estuvo de acuerdo con este por los atributos que se le ofrecen del producto y también por sé una presentación para un mes.

Por último, las opciones de los logos que se les presentó no fueron del agrado de los participantes, ellos dieron propuestas diferentes en cuanto a colores y formas para poder cambiarla.

4.1.4.Entrevistas a profundidad.

Se hizo entrevista a profundidad a 01 odontólogo, 01 químico farmacéutico y 01 Especialista en Marketing

4.1.4.1.Entrevista a Odontólogo.

Profesional: Jair Alexander Joao Oliva Panduro

Experiencia: 16 años

1. ¿De los ingredientes presentados para la elaboración de pasta dental en pastillas con insumos naturales, cree usted que alguno es perjudicial para la salud? o ¿los desconoce?

Respuesta: Ninguno es perjudicial para la salud.

2. ¿Por la forma de uso (morder la pastilla para diluir la pasta dental junto a la saliva), considera usted esta acción como un inconveniente?

Podría ser en paciente con aparato ortodóntico mucha fuerza habría la

posibilidad que se despegue un bracket, en pacientes con Movilidad

dentaria y personas ancianas, en niños dependiendo la edad, en

personas con discapacidad motora etc.

3. ¿Cuál es su opinión sobre el carbonato de calcio como blanqueador y su índice de abrasividad relativa de la dentina (RDA) vs los ingredientes de las pastas dentales comerciales?

Respuesta: El carbonato de calcio es un abrasivo eficaz que ayuda a remover la

placa dentaria, los ingredientes actuales usan más sales en

combinación.

4. ¿Qué cantidad de pasta dental se requiere para eficaz para una limpieza eficaz?

Respuesta: En Niños es del tamaño de un grano de arroz 500ppm y en Adultos el tamaño de un garbanzo 1000ppm

5. ¿Según su experiencia, de los ingredientes mostrados cree usted que cumplen con lo requerido para una correcta limpieza bucal?

Respuesta: Si, si cumplen. Lo único que faltaría saber es la cantidad y el porcentaje de cada uno.

6. ¿Qué opina sobre una pasta dental sin flúor? ¿es necesario el flúor en a higiene bucal?

Respuesta: Si es necesaria porque el flúor puede reemplazar al calcio dentro de los dientes, fortaleciendo el tejido del esmalte y produciendo un efecto bactericida. Ojo que también las concentraciones de flúor tienen que ser controladas para evitar una fluorosis.

7. ¿Qué ingredientes considera usted que debe tener una pasta dental eficiente en la limpieza bucal?

Respuesta: Un bactericida, un agente moderador del PH de la saliva, un ligero abrasivo y flúor en concentración controlada.

4.1.4.2.Entrevista a Químico Farmacéutico.

Profesional: Krishna Maykel Kumakawa Torres

Experiencia: 20 años

CQFP: 10115

1. ¿Qué temperatura soporta una pastilla?

Los componentes son higroscópicos, así que debe mantenerse a temperatura ambiente (máx. 30°C) y en ambiente seco, frasco original y tapado.

2. ¿De los ingredientes presentados para la elaboración de pasta dental en pastillas con insumos naturales, cree usted que alguno es perjudicial para la salud?

Todos los componentes pueden ser tóxicos en grandes cantidades o porque pueden causar alergia en personas sensibles, pero en casos aislados.

3. ¿Qué cantidad (gramos) se requiere para eficaz para una limpieza eficaz?

1 gr debe ser suficiente para una adecuada limpieza

4. ¿Cuál es su opinión sobre el carbonato de calcio como blanqueador en vez de un RDA que usan algunas pastas dentales que suelen ser muy abrasivas?

El Carbonato de Calcio puede usarse al igual que cualquier otro abrasivo siempre y cuando se respete el RDA. Por eso es importante el tamaño de partícula y las pruebas de seguridad y eficacia de las pastillas dentales.

4.1.4.3.Entrevista a Especialista en Marketing.

Profesional: Gino Cabrera Rottiers

Experiencia: 8 años

DNI:46766102

1. ¿Qué opinas sobre el uso de color oscuro (negro) para un dentífrico?

El uso del color negro para un dentífrico puede generar cierto rechazo en el consumidor puesto que siempre hemos estado acostumbrado a que el color de las pastas dentales sea blanco (ya que eso es lo que quieren transmitir con el color blanco, que los dientes van a quedar así por el uso constante del producto). Como tal, de manera subconsciente se puede generar un rechazo a un producto dentífrico con este color puesto que en el proceso mental del consumidor está acostumbrado a comprar pastas dentales de color blanco, mientras que el color negro lo podrían asociar a la caries o a que no de un buen aspecto estético a los dientes.

2. ¿Consideras que el mercado de dentífricos está en crecimiento?

No cuento con esta información a la mano.

3. ¿Qué estrategias recomendarías para hacerle frente a las empresas posicionadas del mismo rubro?

Primero se debe tener claro cuál será la propuesta de valor de la marca / producto, establecer los pilares o bases de esa propuesta y como tal realizar la correcta segmentación e identificación del target. Tal vez el producto que se quiere proponer podría ser aceptado en un nicho de mercado, para lo cual deben de establecer una investigación de mercado para que a partir de ello pueda establecer las estrategias de marketing más adecuadas para que la inversión que hagan tenga el retorno esperado. Se debe tener claro cuáles serán los ejes estratégicos del negocio.

4. ¿Qué estrategias publicitarias son más eficaces en el segmento NSE A y B del sector 6, 7 y Barranco?

Para definir la estrategia publicitaria de un producto, tienes que tener bien identificado a tu target por características demográficas, psicográficas y conductuales. La forma más adecuada de conocer qué estrategia publicitaria implementar será mediante una investigación de mercado que permita conocer los hábitos y usos de medios de comunicación del consumidor. En otras palabras, el mismo consumidor te dirá que canales de comunicación suele frecuentar para buscar algún tipo de información de algún producto o servicio.

5. ¿Consideras que el consumidor peruano está cambiando sus hábitos de consumo tradicional al de productos naturales?

En Perú el consumo de productos naturales u orgánicos aún tiene una penetración muy baja, aún son un nicho de mercado aquellas personas que tienen un estilo de vida saludable y son conscientes del cuidado de su salud y del planeta. Es un proceso de cambios conductuales en base a la cultura que se quiera transmitir, se debe de generar concientizar y educar al consumidor en que si es posible un estilo de vida que te permite cuidar tu salud y la del planeta.

4.1.5.Encuestas.

Se detallan los resultados de las 100 encuestas realizadas a personas que se encuentran dentro de Lima metropolitana. Se realizó el día lunes 2 al sábado 7 de septiembre del 2019.

Está compuesta por las siguientes preguntas:

Las primeras preguntas nos ayudan a determinar si los encuestados cumplen con las características de nuestro público objetivo.

1. **Indique su género:**

Tabla 19
Cuadro de Género.

	cantidad	%
Mujeres		
Hombres	36	36%
	64	40%
Total	100	100%

Nota: Elaboración Propia.

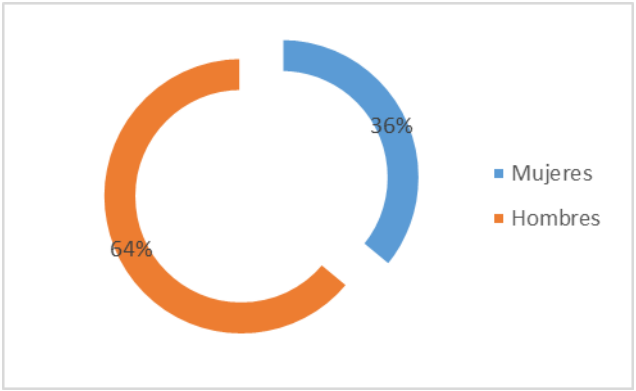


*Figura 10.*Género de los encuestados.

Nota: Elaboración Propia.

2. **¿En qué rango se encuentra su edad?**

Tabla 20
Cuadro de rango de edad de los encuestados.

Alternativa	Respuestas	%
23 a 27	16	16%
28 a 35	55	55%
36 a 40	19	19%
40 a 45	10	10%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

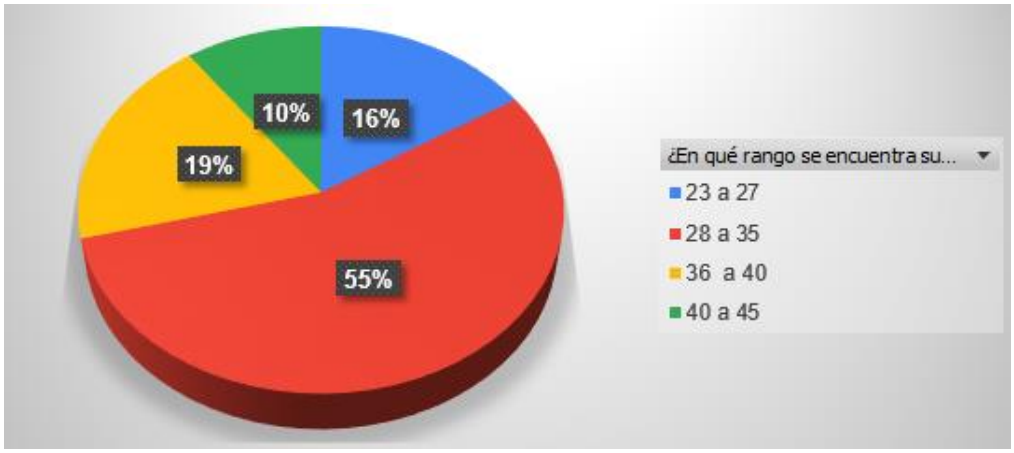


Figura 11.Rango de edad de los encuestados.

Elaboración Propia.

3. ¿En qué distrito reside?

Tabla 21

Cuadro de distrito de residencia.

Alternativa	Respuestas	%
Surco	29	29%
La Molina	16	16%
San Borja	15	15%
Jesús María	10	10%
San Miguel	9	9%
Lince	7	7%
Miraflores	5	5%
Barranco	4	4%
Magdalena	2	2%
San isidro	2	2%
Pueblo Libre	1	1%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

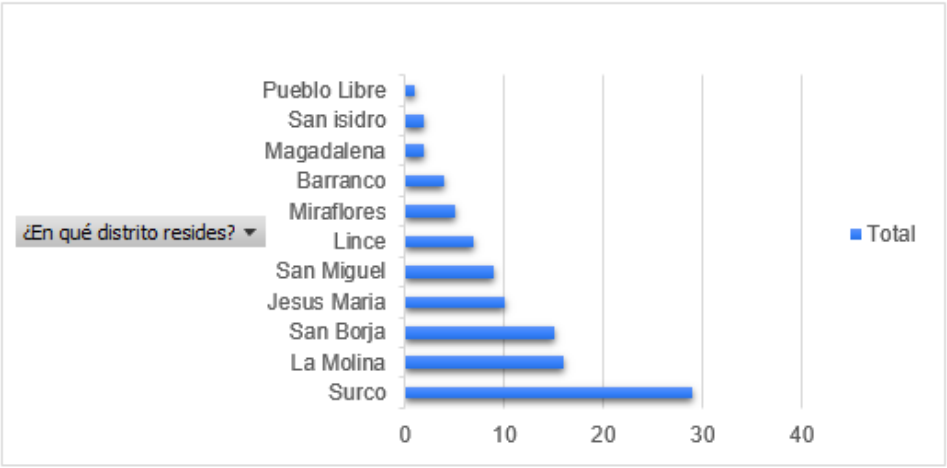


Figura 12.Distrito donde reside.

Elaboración Propia.

4. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual?

Tabla 22

Rango de ingresos económicos.

	Nº	%
1500-2000	20	20.0%
2001-3500	38	38.0%
3501-5000	19	19.0%
5000- a mas	23	23.0%

Nota: Elaboración Propia.

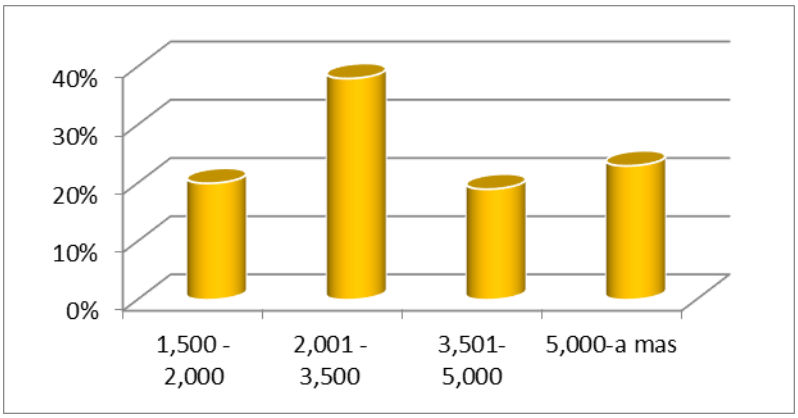


Figura 13.Rango de ingresos de los encuestados.

Elaboración Propia.

Con las siguientes preguntas se determinará el perfil del consumidor.

5. ¿Con que frecuencia te cepillas los dientes?

Tabla 23
Cuadro de frecuencia de cepillado de dientes.

Alternativa	Respuestas	%
1 vez al día	2	2%
2 veces al día	25	25%
3 veces al día	64	64%
4 veces al día	9	9%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

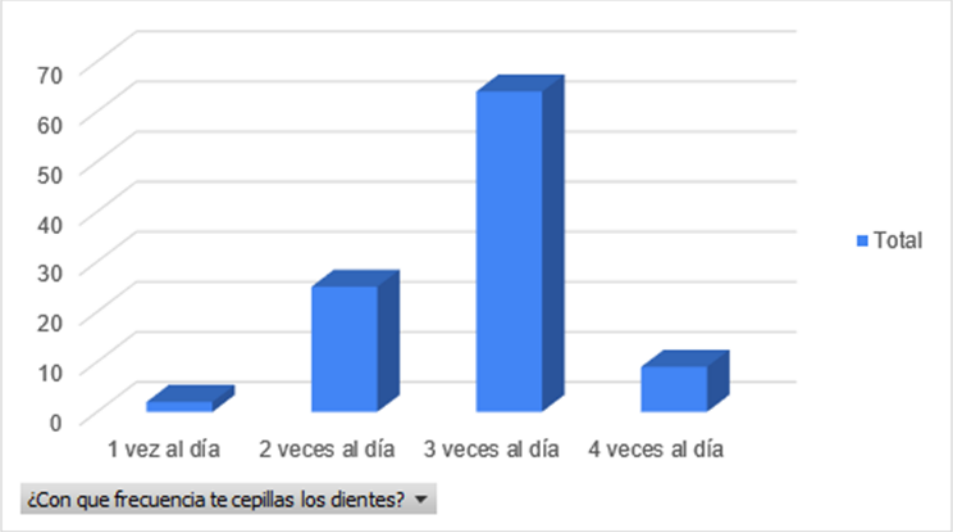


*Figura 14.*Frecuencia de cepillado de dientes de los encuestados.

Elaboración propia.

6. ¿Qué tipo de pasta dental conoce?

Tabla 24
Tipo de pasta dental que conocen los encuestados.

Alternativa	Respuestas	%
Pasta dental tradicional	77	77%
Pasta dental con insumos ecológicos	11	11%
Pasta dental de tratamiento (gingivitis, sensibilidad)	9	9%
Pasta dental de carbón activado	3	3%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

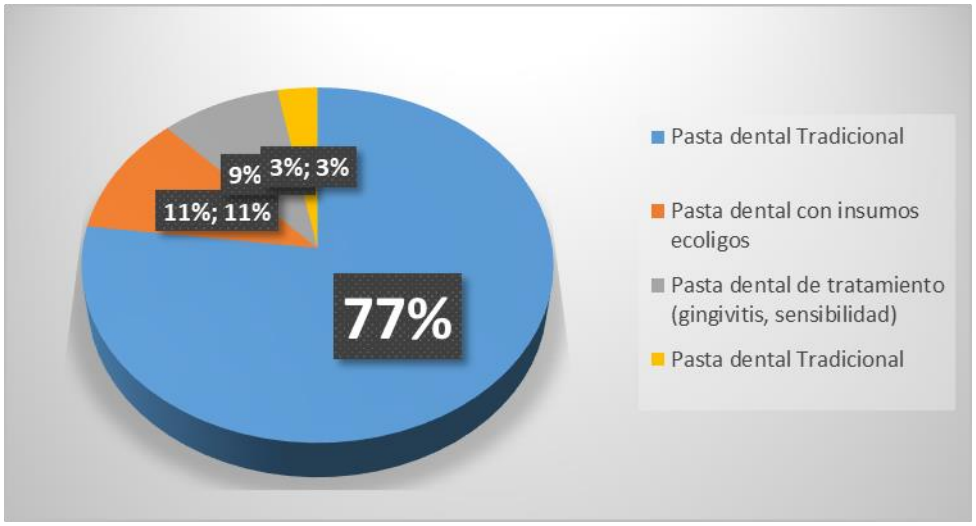


*Figura 15.*Tipo de pasta dental que conocen los encuestados.

Elaboración propia.

7. ¿Qué marca de pasta dental usualmente compra?

Tabla 25
Cuadro de marcas de pasta dental que compran.

Alternativa	Respuestas	%
Colgate	60	60%
Oral B	18	18%
Kolynos	11	11%
Sensodyne	8	8%
Dento	3	3%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

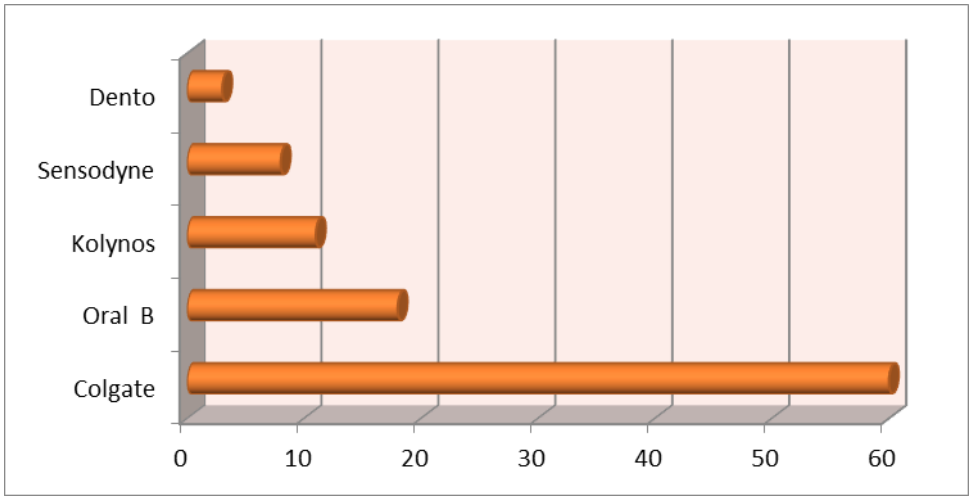


*Figura 16.*Marcas de pasta dental que compran.

Elaboración propia.

8. ¿Qué atributos valoras más al elegir una pasta dental?

Tabla 26

Cuadro de los atributos que valoran de una pasta dental.

	N.º	%
Color	6	5.0%
Precio	18	18.0%
Presentación	35	35.0%
Sabor	26	26.0%
Tamaño	15	15.0%
Total	100	100.0%

Nota: Elaboración Propia.

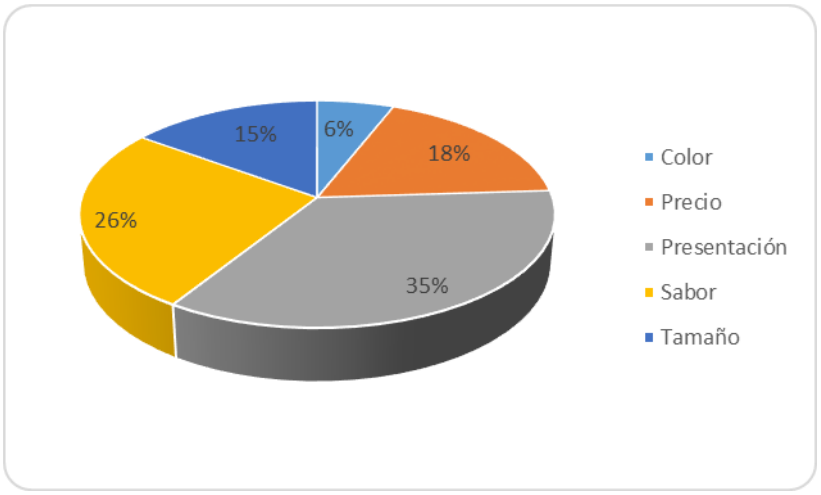


*Figura 17.*Atributos que valoran de una pasta dental.

Elaboración propia.

9. ¿Qué sabores prefiere para su pasta dental?

Tabla 27
Cuadro de preferencia de sabores en la pasta dental.

	N.º	%
Canela	4	4.0%
Hierba Buena	16	16.0%
Menta	80	80.0%
Fresa	0	0.0%
Limón	0	0.0%
Tota	100	100.0%

Nota: Elaboración Propia.

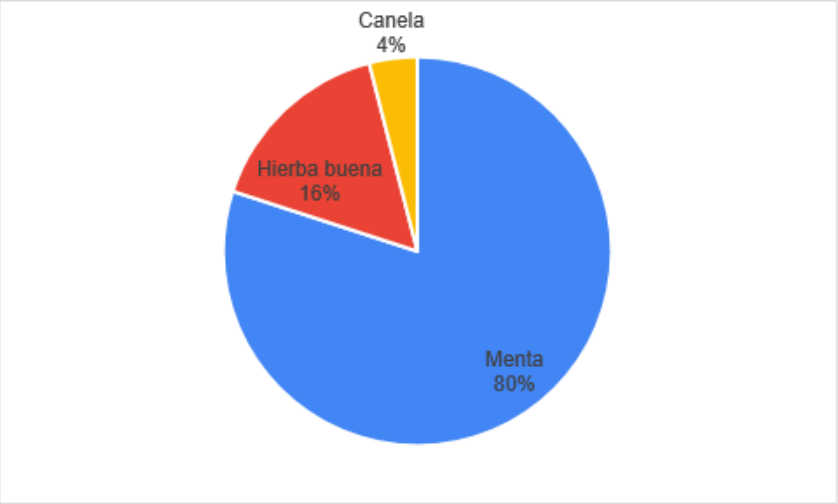


Figura 18. Preferencia de sabores de la pasta dental.

Elaboración Propia.

10. ¿En qué lugares compra su pasta dental?

Tabla 28
Cuadro de lugares de compra de pasta dental.

	N.º	%
Centros odontológicos	16	16.0%
Farmacias	13	13.0%
Ferias	26	26.0%
Supermercados	45	45.0%
Tota	100	100.0%

Nota: Elaboración Propia.

Figura 19.Lugar de compra de la pasta dental.

Elaboración Propia.

11. ¿Con qué color relaciona la pasta dental?

Tabla 29

Cuadro de relación de color con la pasta dental.

Alternativa	Respuestas	%
Blanco	71	71%
Verde	28	28%
Rojo	1	1%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

La pregunta N° 12 es importante, ya que nos ayudará a determinar nuestro público disponible.

12. ¿Estaría dispuesto a usar una pasta dental en pastillas?

Tabla 30

Cuadro de disposición de uso.

Alternativas	Respuestas	%
No	52	52%
Sí	48	48%
Total, general	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

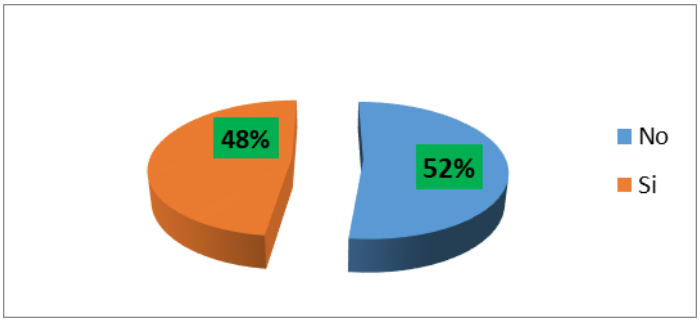


*Figura 20.*Disposición de uso.

Elaboración Propia.

13. ¿Con qué frecuencia compra su pasta dental y cuantas unidades?

Tabla 31

Cuadro de frecuencia de compra y unidades.

Periodicidad de compra	1 unidad	2 unidades	3 unidades	4 unidades	%
Cada 15 días	17				17
Al mes		69			69
Cada 2 meses			8		8
Cada 3 meses		6			6
Total	17	75	8		100

Nota: Elaboración Propia.

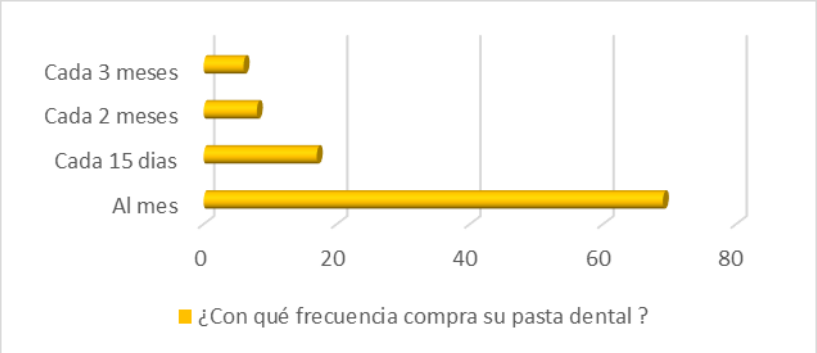


Figura 21.Frecuencia de compra.

Elaboración Propia.

14. ¿Cuánto de dinero destina para la compra de su pasta dental?

Tabla 32

Cuadro del dinero que destinan para la compra. Precio vs Gramos.

Precio/Gramos	60 gr	65 gr	70 gr	100 gr	%
De S/.5 a S/10.99	40				40%
De S/.11 a S/14.99		39			39%
De S/.15 a S/20.99	14				14%
De S/.21 a S/25				7	7%
Total	54	39	0	7	100%

Nota: Elaboración Propia.

La pregunta N° 15 es clave, ya que nos ayudará a determinar nuestro mercado efectivo

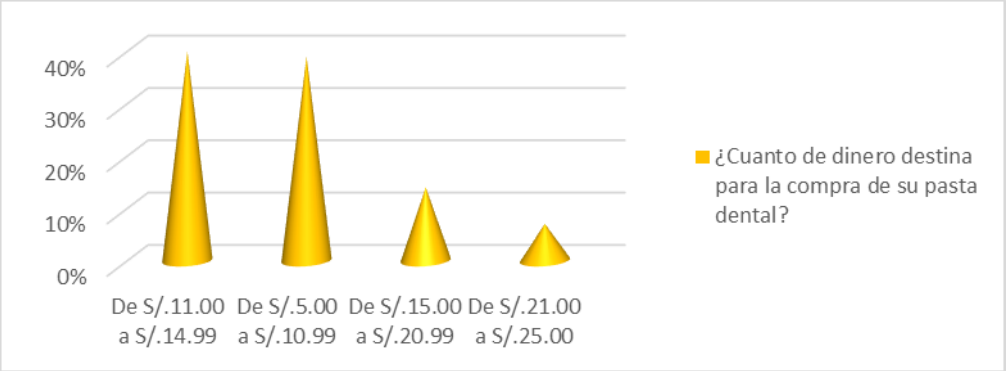


Figura 22.Dinero que destinan para la compra.

Elaboración Propia.

15. ¿Estaría dispuesto a comprar una pasta dental en pastillas, libre de flúor y micro plásticos?

Tabla 33

Cuadro de disposición de compra una pasta dental en pastillas.

Alternativa	Respuestas	%
Sí	95	95%
No (fin de la encuesta)	5	5%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

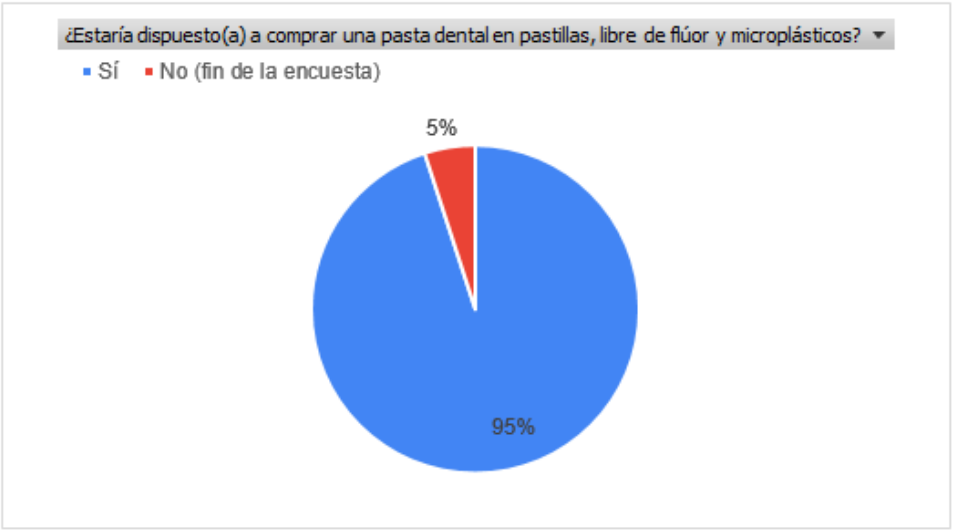


*Figura 23.*Disposición de compra.

Elaboración Propia.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de pasta dental para 30 días (65 grs)

Tabla 34

Cuadro de disposición de compra. Precio vs grs.

Alternativa	Respuestas	%
De S/11.00 a S/14.00	50	50%
De S/ 5 .00 a S/10.00	30	30%
De S/15.00 a S/20.99	14	14%
de S/21.00 a S/25.00	6	6%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

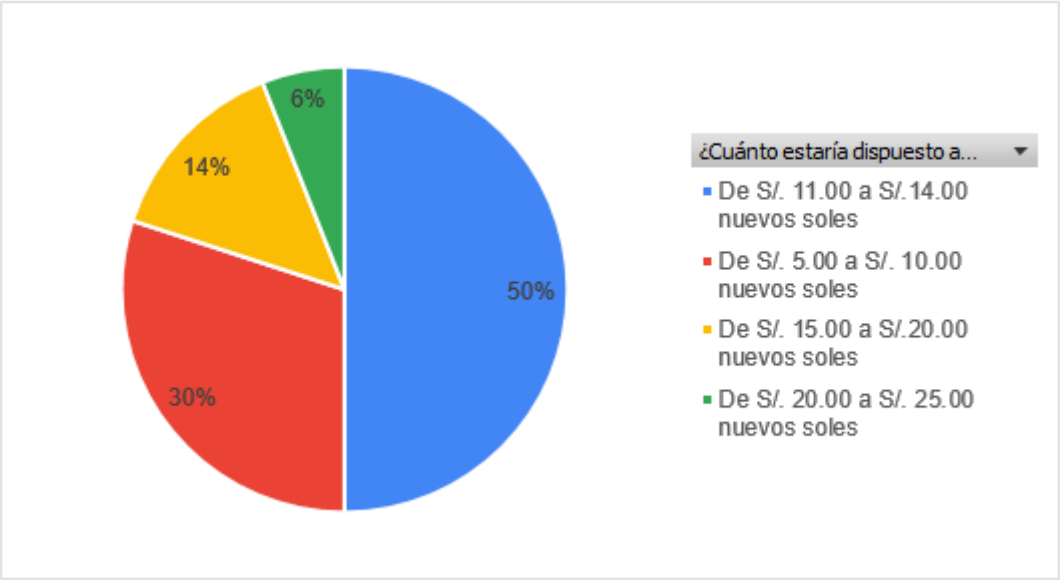


Figura 24.Disposición de compra Precio.

Elaboración Propia.

17. ¿Qué tipo de empaque le gustaría utilizar para su pasta dental?

Tabla 35

Tipo de empaque.

Alternativas	Respuestas	%
Lata (caja de aluminio)	51	51%
Vidrio (frasco)	23	23%
Cartón (reciclado)	20	20%
Plástico (frasco)	6	6%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

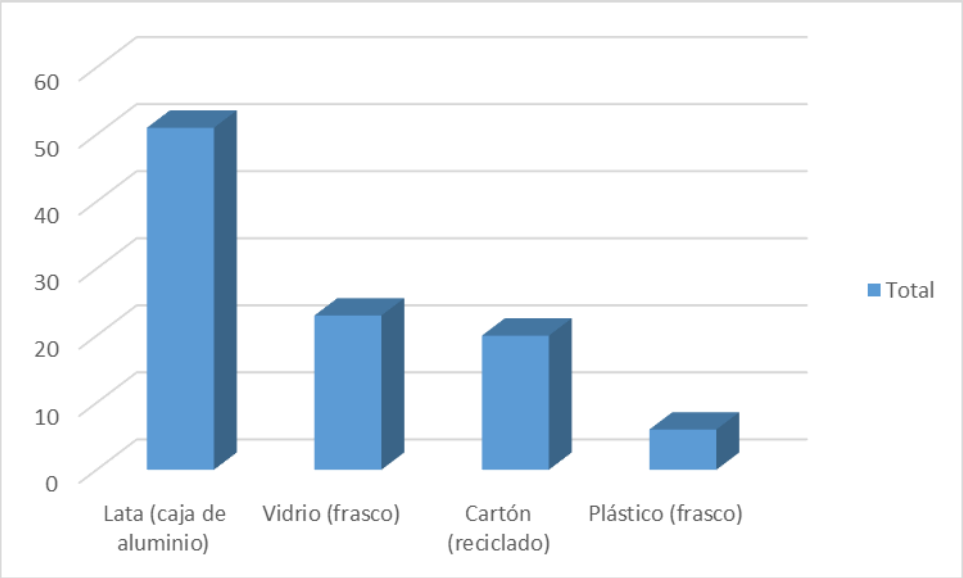


*Figura 25.*Tipo de empaque.

Elaboración Propia.

18. ¿Qué forma nos recomendarías para la pasta dental en pastillas?

Tabla 36
Forma de pasta dental.

Alternativa	Respuestas	%
Redonda	52	52%
Cuadrada	25	25%
Rectangular	14	14%
Triangulo	9	9%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

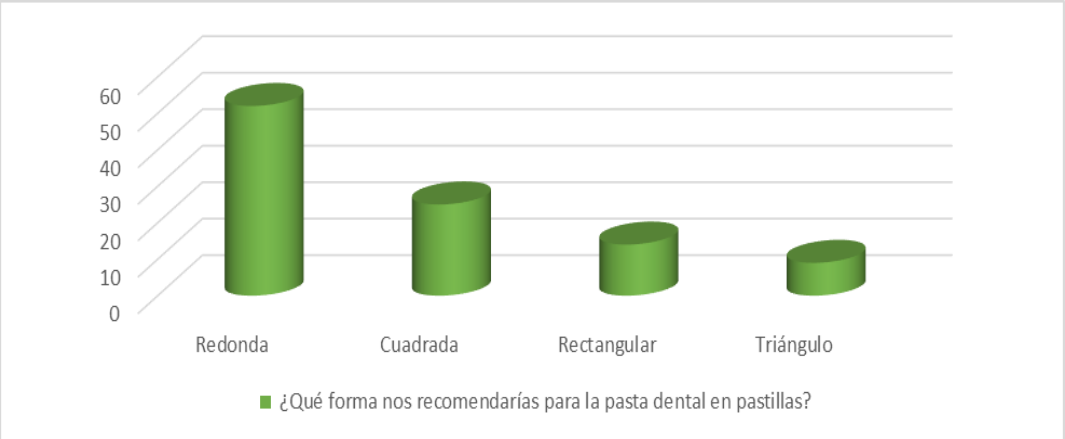


*Figura 26.*Forma de pasta dental.

Elaboración Propia.

19. ¿Con que nombre relacionarías la pasta dental en pastillas?

Tabla 37

Nombres de pasta dental.

Alternativa	Respuestas	%
Q-Dent	47	47%
Dentabs	31	31%
Cool-D	20	20%
Kiru thaniy	2	2%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

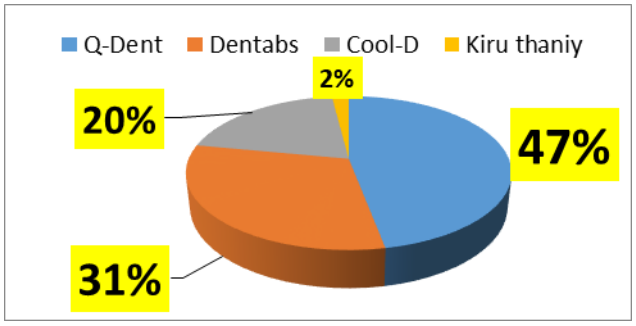


Figura 27.Nombres de pasta dental

Elaboración Propia.

20. ¿A través de qué medios te gustaría recibir publicidad?

Tabla 38

Medios de Información.

Alternativa	Respuesta	%
Redes sociales	82	82%
Página web	13	13%
Centros odontológicos	3	3%
Revistas especializadas	2	2%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

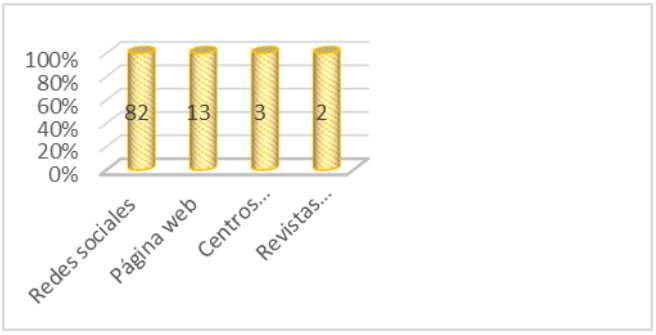


*Figura 28.*Medios de información.

Elaboración Propia.

21. ¿Cuál campaña de fidelización valora más?

Tabla 39
Campaña de fidelización.

Alternativa	Respuesta	%
Regalo de cumpleaños por ser cliente frecuente	46	46%
Vales de descuentos en centros odontológicos	23	23%
Sistema de puntos, por compras frecuentes	19	19%
Descuentos por referidos (amigos, familiares, etc.)	12	12%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

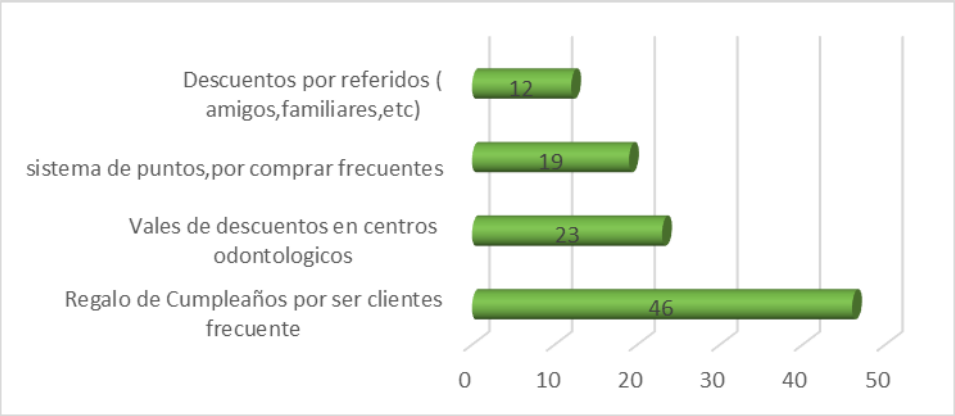


Figura 29. Medios de información.

Elaboración Propia.

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Según nuestro criterio de segmentación:

Tabla 40
Variables para segmentación.

Sexo:	**Hombre y Mujeres**
Edad:	23 a 45 años
NSE:	A y B
Zona:	Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel); Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina); Zona 8 (Solo Barranco)

Nota: Elaboración propia con data de APEIM

Presentamos los resultados de nuestro mercado potencial por año y zona:

Tabla 41
Proyección de crecimiento.

Zona	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona 7	235,010	237,384	239,781	242,203	244,649	247,120
Zona 6	130,331	131,647	132,977	134,320	135,676	137,047
Zona 8 (Barranco)	8,539	8,625	8,712	8,800	8,889	8,979
Total, mercado Potencial	373,879	377,656	381,470	385,323	389,215	393,146

Nota: Elaboración propia.

4.2.2.Estimación del mercado disponible.

Para calcular el mercado disponible se utilizó la pregunta ¿Estarías dispuesto(a) a usar pasta dental en forma de pastillas?

Respuesta: Si: 48%

Nuestro mercado disponible sería

Tabla 42
Mercado Disponible.

Zona	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona 7	112,805	113,944	115,095	116,257	117,432	118,618
Zona 6	62,559	63,191	63,829	64,473	65,125	65,782
Zona 8 (Barranco)	4,099	4,140	4,182	4,224	4,267	4,310
Total, mercado Disponible	179,462	181,275	183,106	184,955	186,823	188,710

Nota: Elaboración propia.

4.2.3.Estimación del mercado efectivo.

La empresa comercializa sus productos (Menta y hierba buena) a un precio de S/ 16; para determinar el mercado efectivo se utilizó la siguiente pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de pasta dental en pastillas (65grs)?

Respuesta: Mayor al rango de S/11 = 70%

Nuestro mercado efectivo sería:

Tabla 43
Mercado Efectivo.

Zona	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona 7	78,963	79,761	80,566	81,380	82,202	83,032
Zona 6	43,791	44,233	44,680	45,131	45,587	46,048
Zona 8 (Barranco)	2,869	2,898	2,927	2,957	2,987	3,017
Total, mercado Efectivo	125,623	126,892	128,174	129,468	130,776	132,097

Nota: Elaboración propia.

Este mercado efectivo se segmentará en base a la preferencia del sabor según los resultados de la pregunta de la encuesta ¿Qué sabores prefieres para tu pasta dental? Respuesta: Menta: 80% - Hierba Buena: 16%

Tabla 44
Mercado Efectivo por producto.

Producto	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Menta	100,499	101,514	102,539	103,575	104,621	105,678
Hierba Buena	25,125	25,378	25,635	25,894	26,155	26,419
Total, mercado Efectivo	125,623	126,892	128,174	129,468	130,776	132,097

Nota: Elaboración propia.

4.2.4.Estimación del mercado objetivo.

Dado que es un producto nuevo y basado en la participación del mercado de las pastas dentales tradicionales donde el 70% del mercado lo abarcan 3 empresas, utilizaremos un escenario conservador para proyectar a cubrir el 3% del mercado. Respecto al crecimiento anual se tomará el mismo escenario conservador y la referencia de crecimiento de Sensodyne en los últimos dos años (7% anual) siendo nuestra expectativa de 5% Anual en crecimiento.

Tabla 45
Mercado Objetivo.

Zona	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona 7	3,948	4,146	4,353	4,570	4,799	5,039
Zona 6	2,190	2,299	2,414	2,535	2,661	2,794
Zona 8 (Barranco)	143	151	158	166	174	183
Total, mercado Objetivo	6,281	6,595	6,925	7,271	7,635	8,017

Nota: Elaboración propia.

4.2.5.Frecuencia de compra.

Para calcular la frecuencia de compra, se utilizará las variables de frecuencia de compra y la cantidad de productos por cada compra.

Tabla 46
Periodicidad.

Periodicidad de compra	Cantidad	Porcentaje	Al año	Frecuencia
Cada 15 días	17	0.17	24	4.15
Al mes	69	0.69	12	8.3
Cada 2 meses	8	0.07	6	0.44
Cada 3 meses	6	0.06	4	0.25
Total	100	1		13.14

Nota: Elaboración propia.

Tabla 47
Compras por producto.

Cantidad de productos x compra	Cantidad	Porcentaje	Promedio	Frecuencia
1	19	0.19	1	0.19
2	29	0.29	2	0.58
3	34	0.34	3	1.02
4	18	0.18	4	0.72
Total	100	1		2.51

Nota: Elaboración propia.

Tabla 48
Frecuencia.

Cada cliente compra:	32.97	frascos al año
	9.89	Solo consideran el 30 %

Nota: Elaboración propia.

Es el dato de 9.89 como frecuencia de compra que se utilizará para el cálculo de la demanda.

Nota: Se considera el 30% en base a la capacidad instalada de la planta.

4.2.6.Cuantificación anual de la demanda.

Para calcular la demanda anual multiplicamos la frecuencia (9.89) con el mercado objetivo estimado para el primer año de operaciones.

La demanda anual se muestra por producto considerando la preferencia de compra y el crecimiento anual estimado.

Tabla 49
Demanda anual en unidades.

Productos vendidos en unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menta	49,702	52,187	54,796	57,536	60,413
Hierba Buena	12,425	13,046	13,699	14,383	15,103
Total	62,127	65,233	68,495	71,920	75,516

Nota: Elaboración propia.

4.2.7.Estacionalidad.

El análisis de la estacionalidad, parte de lo encontrado en el Focus Group, las entrevistas y las encuestas. Se determina que nuestro producto no se ve afectado por esta variable.

4.2.8.Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Para calcular la proyección de ventas anuales se utilizan las siguientes variables:

- Cantidad de unidades proyectadas a vender.
- Precio recogido de la cuesta referencial (S/ 16)

- Proyección de crecimiento del 7% anual.
- Ajuste del precio por incremento de la inflación: 2%

Tabla 50
Proyección de ventas anuales.

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productos					
Menta	S/795,232	S/860,043	S/930,137	S/1,005,943	S/1,087,927
Hierba Buena	S/198,800	S/215,002	S/232,525	S/251,476	S/271,971
TOTAL INGRESOS	S/994,032	S/1,075,046	S/1,162,662	S/1,257,419	S/1,359,898
Ventas diarias	170	179	188	197	207

Nota: Elaboración propia.

4.3.Mezcla de marketing

4.3.1.Producto.

Según las encuestas realizadas, el atributo más valorado por el mercado al cual nos vamos a dirigir es la presentación (35%), debido a la incomodidad en cuanto a transportar los envases tradicionales (tubos), lo cual les causa de incomodidad y accidentes.

Q-DENT

Es una pasta dental en pastillas la cual será una alternativa a la pasta dental tradicional. Este producto está hecho de insumos naturales, libre de micro plásticos y flúor. Adicionalmente, cuenta con un envase de lata el cual brinda mucha practicidad para poder llevarlo a donde sea sin mayor problema e incomodidad. que contiene 60 pastillas redondas, las dimensiones del empaque será de 7.3 x 34.5 x 1.8, los colores de las pastillas serán blanco con tonalidades verdes, nuestro producto tendrá una vigencia de 6 meses.

- Beneficio principal: Cuidado de los dientes
- Nivel de calidad: Alto.
- Color: Blanco
- Marca: Impreso en la lata por ambos lados.
- Diseño: Presentación en lata.
- Funciones: Previene la caries, el sarro, la pérdida de mineral de los dientes, el mal aliento y fortalece el esmalte de los dientes.

4.3.2.Precio

Los resultados de las encuestas son uno de los puntos en los cuales nos basamos para fijar los precios. Como resultados tenemos que: El 20 % de los encuestados destina entre S/15.00 a S/25.00 para la compra de su pasta dental, lo cual está dentro del precio que tenemos proyectado. Por otro lado, en cuanto al monto que los encuestados están

dispuestos a pagar por nuestro producto, las encuestas arrojan que un 50 % pagaría este S/11.00 a S/14.00.

Adicional a esto, aplicaremos la siguiente estrategia de descremación:

Nosotros al ofrecer un producto nuevo en el mercado, se deberá de fijar un precio elevado al principio, además de invertir en la promoción de este, al tratarse de un bien que no se encuentra en el mercado. Se utiliza esta estrategia para poder atraer a ese segmento del mercado al cual queremos llegar el cual es conocido como la crema del mercado, después de esto se va ajustando el precio, para así poder absorber y atraer, a los demás sectores del mercado, a los cuales la variable precio les afecta considerablemente, esta es una estrategia proyectada al largo plazo.

Los puntos básicos para cumplir con esta estrategia son:

- Se trata de un producto realmente nuevo en el mercado actual.
- El mercado está muy segmentado.

4.3.3. Plaza.

La distribución que tiene Colgate:

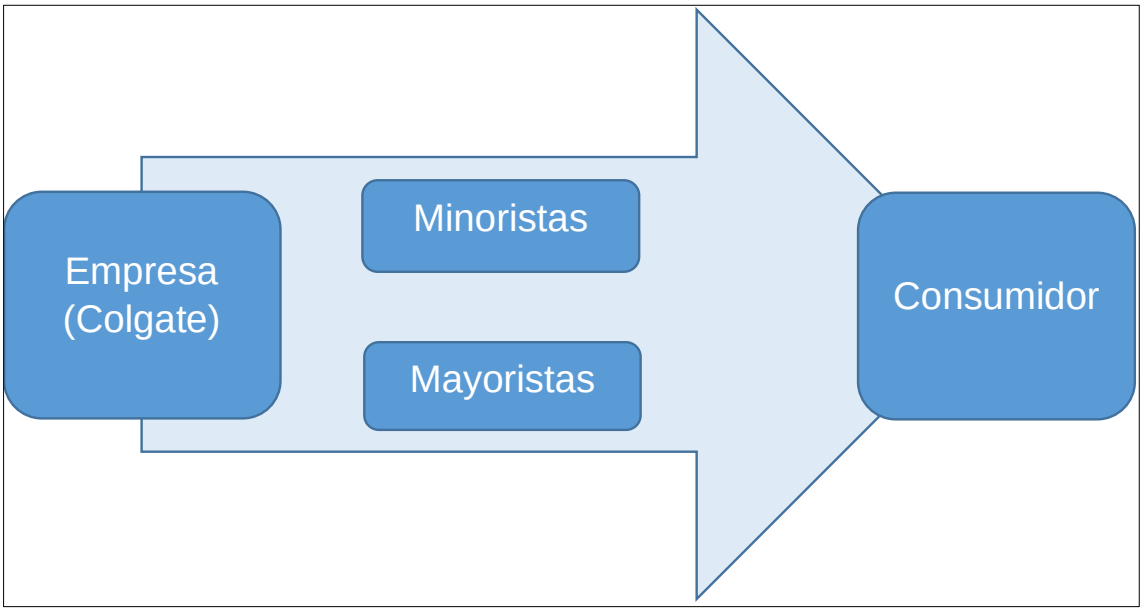


Figura 30.Distribución Colgate.
Elaboración Propia.

Tendremos un canal de distribución para nuestras pastillas dentales:

Ferias: Las ferias ecológicas en las que estaremos presentes serán un punto de venta directa de nuestras pastillas dentales, esto por ser lugares donde se venden productos elaborados con insumos naturales.

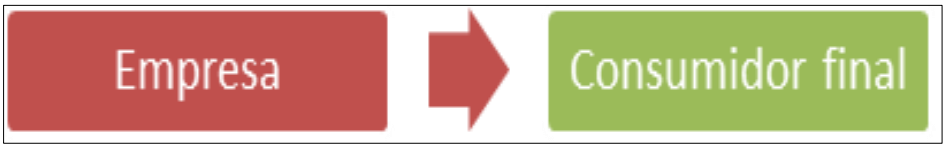


Figura 31.Sin intermediarios (Ferias).
Elaboración Propia.

4.3.4.Promoción.

Para promocionar nuestro producto usaremos las redes sociales, donde se realizarán publicaciones sobre lugares de venta, promociones y beneficios de nuestras pastillas dentales.

Las redes sociales que usaremos serán:

- Instagram
- Facebook

Enfocaremos la publicidad de nuestro producto en las redes sociales ya que según los datos que arrojan las encuestas el 87.4% prefiere recibir información por estos medios.

Por otro lado, nuestra propuesta de negocio incluye un plan de promociones mensuales para nuestros clientes, ya sean nuevos o recurrentes, dicha promoción consta de:

- Promoción del 2x1 para los clientes que estén de cumpleaños, esto con un stock de 159 unidades las cuales solo se aplicará por compras en las ferias donde realizaremos nuestra venta directa. El costo de esta promoción será de S/2,544.00, el cual está justificado por los S/16.00 que costará cada lata con 60 pastillas por las 159 unidades que se obsequiaran la que corresponde a la proyección de venta de 1 día.

4.3.4.1.Campaña de lanzamiento.

Se realizará una campaña de lanzamiento en nuestro punto de venta directa, en esta campaña contaremos con una impulsadora la cual se encargada de obsequiar las muestras de nuestro producto para poder darlo a conocer, este evento se realizará al inicio de nuestras operaciones como empresa.

Tabla 51
Costo de campaña de lanzamiento.

	Duración	Unidades	Costo	IGV	Costo IGV
Impulsadora	Lanzamiento	1	S/123.00	S/27.00	S/150.00
Brochure	Lanzamiento	1000	S/41.00	S/9.00	S/50.00
Demostración	Lanzamiento	20	S/123.00	S/27.00	S/150.00

Nota: Elaboración propia.

4.3.4.2.Promoción para todos los años

Promoción del 2x1 para los clientes que estén de cumpleaños, esto con un stock de 159 unidades las cuales solo se aplicará por compras en las ferias donde realizaremos nuestra venta directa. El costo de esta promoción será de S/2,544.00, el cual está justificado por los S/16.00 que costará cada lata con 60 pastillas por las 159 unidades que se obsequiaran la que corresponde a la proyección de venta de 1 día.

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Forma societaria.

JLC S.A.C, según la Ley General de Corporaciones No. 26887, tendremos cinco accionistas, y el porcentaje de las acciones se determinará según el aporte de cada uno de ellos, se está considerando que la empresa no tendrá más de 5 socios. Según el acuerdo de los socios cada uno tendrá que dar una inversión del 20%.

Tabla 52
Participación de los accionistas.

ACCIONISTAS	%	MONTO
Alva Medina, Jaenslye Denise	20	S/46,024.00
Córdova Farfán, Carmen Rosa	20	S/46,024.00
Cueto Cabrera, Jorge Luis	20	S/46,024.00
Díaz Ipanaque, Jordy Jahir	20	S/46,024.00
Obregón Espinoza, Leslie	20	S/46,024.00
TOTAL	100	S/230,118.00

Nota: Elaboración Propia

Para conformar la empresa de realizar una proyección de ventas, para así invertir en una empresa que cuente con ganancias.

La totalidad de la documentación serán presentados a la SUNARP para que exista un registro de estos y no tener problemas a futuros entre los socios.

5.1.1.1. Actividades.

Reservar la razón social, para lo cual se ingresar la información a la SUNARP paras así poder realizar la búsqueda respectiva, y reservando la razón social, así como el nombre comercial, esta se separará por 30 días.

Determinar Capital Social, el cual puede ser en efectivo o en bienes, si es en efectivo, se tendrá que apertura una cuenta bancaria al nombre de la empresa constituida.

Los accionistas deberán asignar al Gerente General, a este de le darán diferentes funciones, así como atribuciones, las cuales deben de figurar en el estatuto social.

Se determinará el domicilio legal de la empresa y la duración de esta.

Se elaborará de la minuta de constitución de la empresa, en la cual los miembros manifiestan su voluntad de constituirla, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos.

La minuta consta del pacto social y los estatutos.

La minuta se tramita en un notario público, a efectos sea elevada a escritura pública, la cual se inscribirá después en los Registros Públicos de Lima.

Se tramita el RUC de la empresa y clave de SUNAT en Línea (SOL).

En la escritura pública se insertará un informe de valorización en el que se describen los bienes sujetos a escrito y su respectivo valor.

Legalizar los Libros Contables.

5.1.1.2.Valorización.

Tabla 53
Constitución y formalización de la empresa.

ACTIVIDAD	DURACION DEL TRAMITE	COSTO (INCLUYE I.G.V.)
Búsqueda del nombre	30 días	S/5.90
Reserva del nombre	30 días	S/23.60
Minuta Y escritura publica	3 días	S/531.00
Inscripción SUNARP	30 días	S/106.20
Obtención del RUC	Un día	Gratuito
Apertura de Cuenta Corriente	Un día	S/540.00
Legalizar libros contables	Un día	S/540.00
TOTAL		S/1,666.70

Nota: Elaboración propia.

5.1.2.Registro de marcas y patentes.

5.1.2.1.Actividades.

El registro de las marcas y patentes se realizará en INDECOPI, una vez que lo tengamos lo podremos utilizar por el lapso de 10 años en todo el Perú, luego de tendrá que renovar.

Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).

Indicar los datos de de) solicitante.

Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.

Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen

De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuy a prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma.

Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/ 534.99 nuevos soles.

Publicarlo en el diario el peruano con un costo de S/310.00 nuevos soles.

5.1.2.2.Valorización.

Tabla 54
Registro de marcas y patentes.

CONCEPTO	**COSTO**
Búsqueda de fonética	S/30.99
Búsqueda de figurativa	S/118.71
Registro	S/534.99
Publicación en El Peruano	S/310.00
TOTAL	S/994.69

Nota: Elaboración propia

5.1.3.Licencias y autorizaciones.

El local se encontrará ubicado en la Av. Augusto Durand 2155- en el distrito de San Luis. El cual se encuentra en una zona industrial para la elaboración del producto, considerando la ley N° 28976 esta corresponde a todas las empresas.

5.1.3.1.Actividades.

- Licencia de funcionamiento: La municipalidad de San Luis se encargará de revisar toda la información y estado del inmueble donde se va operar para asi poder emitir la licencia de Seguridad.

Cuando tengamos el certificado la empresa puede iniciar sus operaciones sin problemas con la finalidad de mantener de forma segura las instalaciones ya que la Municipalidad puede validar el estado en cualquier momento.

- INDECI (Instituto Nacional de defensa civil)

Esta entidad se encargará de certificar tolas las infraestructuras del inmueble donde funcionará la empresa, con la finalidad de reducir y evitar algún posible daño de este, frente a un siniestro.

- Solicitud de ITSE, indicando el número de recibo de pago y fecha de pago.
- Copia del plano de ubicación
- Copia de los planos de arquitectura (distribución) y detalle de cálculo de aforo por áreas.

- Copia de plano de diagrama unifamiliares y tableros eléctricos y cuadro de cargas 136
- Copia de plano de señalización y rutas de evaluación.
- Copia de plan de seguridad.
- Copia de protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- Copia de constancia de mantenimiento de calderas, cuando corresponda.
- Copia de certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra.
- Copias de los certificados de conformidad emitidos por OSINERMING, cuando corresponda.
- Copia de la autorización del ministerio de cultura, en caso de edificaciones Integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Indicar el número del certificado de ITSE de detalles vigente que corresponde a la edificación que alberga al objetivo de inspección (de corresponder, salvo los objetivos de inspección que cuenten con acceso (s) directo e independiente(s) desde la vía pública.
- Pago por derecho de trámite.

DIGEMID (Dirección general de medicamentos, insumos y drogas)

Autorización Sanitaria de Funcionamiento o Traslado de Laboratorio y Traslado de planta o almacenes de laboratorio, de Productos Sanitarios. (Procedimiento N° 140 del TUPA - MINSA).

- Solicitud de autorización con carácter de Declaración Jurada, según formato.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Croquis de distribución de las áreas de laboratorio.
- En el área de almacenamiento indicar el volumen útil de almacenamiento máximo en metros cúbicos por cada área, como mínimo, en formatos A-3.
- Diagrama de flujo de los procesos de producción por forma cosmética. Para los demás productos sanitarios, según tipos de procesos.
- Copia de la licencia de zonificación.
- Croquis de los sistemas de apoyo crítico.
- Relación de equipos críticos para la producción y control de calidad.
- Copia de contrato de servicio de tercero, cuando corresponda.

- Copia del certificado profesional del director técnico y de los profesionales a cargo de las jefaturas de aseguramiento de la calidad y de las áreas de producción y control de calidad. 138
- Pago por derecho de trámite.

5.1.3.2.Valorización.

Tabla 55
Licencias.

CONCEPTO	IMPORTE
Licencia de funcionamiento Municipalidad San Luis	S/100.00
Inspección técnica de seguridad INDECI	S/532.10
Autorización sanitaria de funcionamiento de laboratorio de productos sanitarios DIGEMID	S/891.80
TOTAL	S/994.69

Nota: Elaboración propia

5.1.4.Legislación laboral.

JLC SAC. se encuentra dentro del Régimen de la Ley General de Sociedades, bajo la denominación de MYPE.

La modalidad de contratación será bajo el contrato de necesidades de mercado que da como máximo la contratación hasta de 5 años del trabajador y el trabajador está sujeto a 3 meses de prueba pudiendo el empleador rescindir el contrato durante estos meses esta modalidad de contrato esta versado el decreto legislativo N728 aprobado por D.S N 003-97- TR-ley de la productividad y la competitividad laboral dicho contrato será por un periodo de 6 meses.

El trabajador tiene derecho a una Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales, también tiene derecho a 24 horas consecutivas de descanso como mínimo a la semana las que se otorgan preferencialmente los domingos.

El trabajador tiene derecho a un periodo de vacaciones anuales de mínimo 15 días calendario.

La remuneración mínima vital será de S/ 930.00 mensuales.

Los trabajadores tienen derecho a percibir 1 gratificación una por Fiestas Patrias y la otra por Navidad, equivalentes a una remuneración.

Tienen derecho a percibir la asignación familiar correspondiente al 10% de 1 remuneración mínima vital aquellos empleados que tengan hijos menores de 18 años o que tengan hijos que se encuentren realizando estudios universitarios.

El trabajador recibirá la asignación laboral máximo hasta 6 años después de cumplido los 18 años de sus hijos, siempre y cuando se encuentre realizando estudios universitarios.

Los trabajadores de la pequeña empresa serán asegurados regulares de ESSALUD y el empleador aportará la tasa correspondiente (9% de la remuneración).

La compensación por tiempo de servicio es una vez al año y es equivalente a medio sueldo, se deposita 2 veces al año (mayo y noviembre) de dicho abono el trabajador puede disponer el excedente después de 4 sueldos.

El trabajador tiene derecho a gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común.

En cuanto al régimen de pensiones de las MYPES Los trabajadores obligatoriamente se deberán afiliar al Sistema Nacional de Pensiones o al Sistema Privado de Pensiones.

Tabla 56
Características de Legislación laboral.

CONCEPTO	DETALLE	PORCENTAJE
Planilla	Desde el primer día que inicia con nosotros su vínculo laboral, hasta su día de cese.	
Contrato de trabajo	Indeterminado	
Jornada laboral	Máximo de 48 horas semanal	
Vacaciones	15 días	
Gratificación	Un sueldo mensual por año	
CTS	Medio sueldo al año	
ESSALUD	Pagado por la empresa al 100%	9%
SCTR	Seguro para personal operario	1.24%

Nota: Elaboración propia

5.1.4.1.Valorización.

Tabla 57
Legislación laboral.

CONCEPTO	IMPORTE
Inscribir en el Ministerio del trabajo	S/12.95

Nota: Elaboración propia

5.1.5. Legislación tributaria.

Tendremos un régimen tributario RMT, el cual fue creado especialmente para las micro y pequeñas empresas, su creación tiene como función promover su crecimiento, otorgándoles facilidades para que estos puedan cumplir con sus obligaciones tributarias, esta comprende a personas naturales y jurídicas, cuyos ingresos no superen las 1700 UIT en el año.

Tabla 58
Régimen.

REGIMEN	RMT
Límite de ingresos	Ingresos netos que no superen los 1700 UIT, en el ejercicio gravable
Límite de compras	Sin limite
Trabajadores	Sin limite
Comprobantes que pueden emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Pago de tributos mensuales	Renta: si no supera los 300 UIT, de ingresos netos anuales, pagaran el 1% de los ingresos netos obtenidos al mes. Si superan los 300 UIT de ingresos netos anuales, pagaran 1.5% o coeficiente. IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal)
Valor de activos fijos	Sin limite

Nota: Elaboración propia

5.1.5.1.Actividades.

La renta actualmente asciende al 29.50% y esta se paga dentro del primer trimestre, e IGV se abona de acuerdo al RUC que tiene cada empresa y esto tiene como fecha límite lo que indica la SUNAT. Los libros de Contables se utilizarán para registras los ingresos brutos y tienen que ser menores a 150 UIT:

- Registro de compras y registro de ventas.
- Libro Diario de Formato Simplificado.

5.1.5.2.Valorización.

Tabla 59
Costos de legislación tributaria.

CONCEPTO	DETALLE	VALORIZACION
IGV	Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.	18%
IMPUESTO A LA RENTA (IR)	Es un tributo que se determina anualmente, gravando las **rentas** que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble	29.50%
ITF	Es un Impuesto creado en el año 2004, que permite la bancarización de las operaciones económicas y comerciales que realizan las personas y empresas a través de empresas del sistema financiero, utilizando los medios de pago que la ley permite.	0.01%

Nota: Elaboración propia con data SUNAT 2019.

5.1.6. Otros aspectos legales

Licencia maternidad.

Permisos de has 45 días post y pre natal. Adicionalmente, se les permitirá contar con una hora para la lactancia de su menor hijo.

Licencia por paternidad.

La Ley actual indica que tienen beneficio de 10 días post al nacimiento del infante.

5.1.7. Resumen del capítulo.

Tabla 60
Resumen del capítulo.

CONCEPTO	**COSTO**
CONSTITUCION Y FORMALIZACION DE LA EMPRESA	
Aporte de capital social	S/300,000.00
Búsqueda del nombre	S/5.90
Reserva del nombre	S/23.60
Minuta Y escritura publica	S/531.00
Inscripción SUNARP	S/106.20
Obtención del RUC	Gratuito
Apertura de Cuenta Corriente	S/540.00
Legalizar libros contables	S/540.00
REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES	
Búsqueda de fonética	S/30.99
Búsqueda de figurativa	S/118.71
Registro	S/534.99
Publicación en El Peruano	S/310.00
LICENCIAS	
Licencia de funcionamiento Municipalidad San Luis	S/100.00
Inspección técnica de seguridad INDECI	S/532.10
Autorización sanitaria de funcionamiento de laboratorio de productos sanitarios DIGEMID	S/891.80
LEGISLACION LABORAL	
Inscribir en el Ministerio del trabajo	S/12.95
TOTAL	S/300,904.75

Nota: Elaboración propia

5.2.Estudio organizacional

5.2.1.Organigrama funcional.

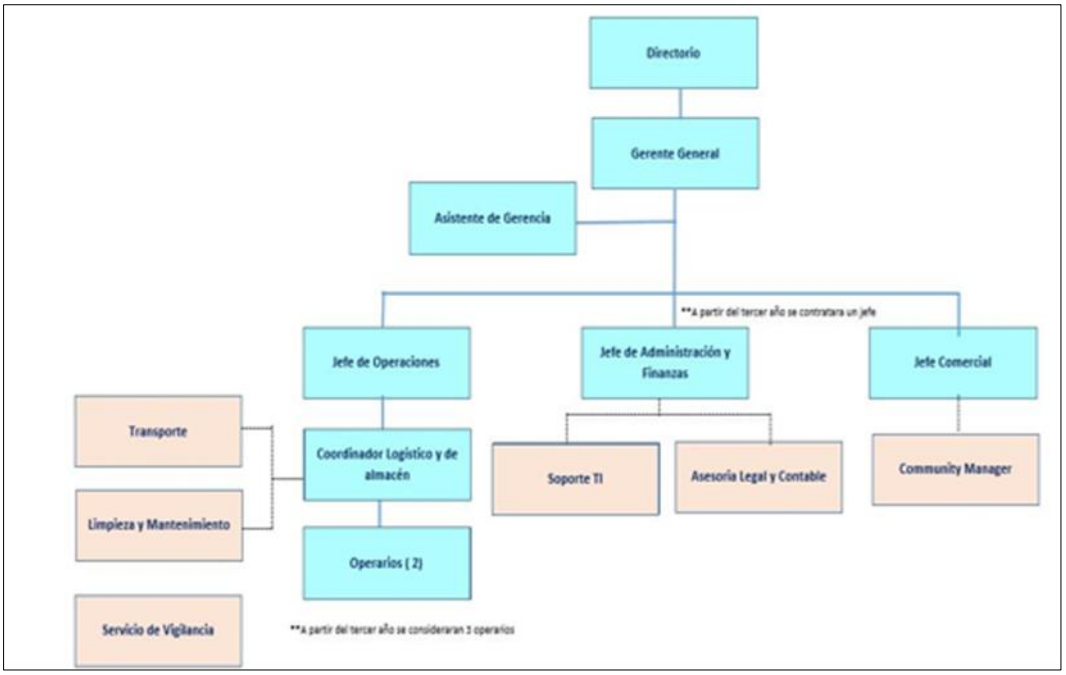


Figura 32. Organigrama funcional.

Elaboración propia.

5.2.2.Servicios tercerizados.

Tabla 61
Servicios Tercerizados.

CARGO	AREA	CANTIDAD
Soporte TI	Todos	1
Outsourcing Legal y contable	Administración y Finanzas	1
Community Manager	Comercial	1
Transporte	Logística	1
Limpieza	Logística	1
Mantenimiento de equipos	Producción	1

Nota: Elaboración propia

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Tabla 62
Descripción Gerente General.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Gerente General	
Educación		Experiencia
Título en la carrera de Administración de empresas o en Ingeniería Industrial		5 años de preferencia en planta industriales
Reporta a:	Dependencia:	Supervisa: a
Accionistas	Administrativa	Gerencia y jefaturas

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

· Ejecutar las decisiones emanadas del Directorio.
· Representar a la empresa ante cualquier autoridad y celebrar los actos y contratos necesarios para el cumplimiento del objeto social.
· Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
· Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
· Dirigir la ejecución del presupuesto de la empresa, así como presentar los estados financieros al Directorio y a las entidades externas que la Ley señale.
· A través de sus subordinados, hacer operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
· Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
· Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
· Nombrar, contratar, promover, trasladar, suspender y despedir al personal que ocupe cargos gerenciales o jefaturas en la empresa, en los niveles no reservados al Directorio, actuando de acuerdo con las disposiciones y reglamentos vigentes.
· Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
· Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).
· Identificar oportunidades de mejora de las actividades y procesos, que a través de la incorporación de acciones, controles e innovaciones permitan agregar valor a la gestión de la dependencia, permitiendo la optimización de costos operativos y la mejora de la rentabilidad y eficiencia empresarial.
· Formular un presupuesto anual de la empresa, velando por su cumplimiento.

Competencias y Habilidades

· Pensamiento crítico
· Capacidad de negociación
· Liderazgo
· Alto nivel de integridad y responsabilidad
· Habilidades Humanas

Formación

· Conocimiento de Gestión de proyectos
· Idioma Inglés a nivel intermedio
. Finanzas aplicadas

Condiciones de Puesto

Tipo de Contrato a plazo Indeterminado
Remuneración : S/. 12,000

· Beneficios Sociales Si
· Jornada : lunes - viernes y sábados
· Horario : 8:00 am - 5:00 pm L-V y sábados 8:00 am - 1:00 pm
· Tipo de Sueldo Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 63

Descripción Jefe de Operaciones.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Jefe de Operaciones	
Educación		Experiencia
Título universitario como Químico Farmacéutico		5 años de experiencia laboral en el puesto solicitado
Reporta a	Dependencia	Supervisa a
Gerente General	Gerencia	Aseguramiento de la calidad, Logística y almacén, y Operarios

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

- Dirigir y controlar las operaciones y actividades operativas de la empresa.
- Elaborar indicadores de gestión y planes para la mejora de resultados.
- Identificar y comunicar proactivamente los impactos al Gerente General.
- Planificar y programar todas las operaciones diarias.
- Planifica y organizar la disponibilidad del personal en su área
- Desarrollar y ejecutar el plan anual de las áreas que tiene a su cargo
- Control permanente de tiempos en procesos y funciones de cada trabajo, hasta la finalización del mismo.
- Vigilar que el sistema de aseguramiento de la calidad en las etapas de recepción, almacenamiento y distribución asegure la conservación, estabilidad y calidad de los productos sanitarios que comercializa la empresa
- Verificar que la promoción y publicidad que se elaboran y difunden el laboratorio Q- DENT sean acordes a la normatividad vigentes.
- Elaborar los expedientes de registro para la obtención del Registro Sanitario de los productos sanitarios que va a comercializar el laboratorio Q-DEN
- Supervisar que el almacén cumpla con las Buenas Prácticas de Almacenamiento y supervisar al servicio de transporte tercerizado.

Competencias y Habilidades

- Negociación
- Liderazgo
- Mejora Continua e Innovación
- Toma de decisiones
- Comunicación horizontal
- Capacidad de trabajo bajo presión

Formación

- Ingles intermedio
- Manejo de programas de ofimática (Ms Word, Ms Power Point, Ms Excel)
- Especialización en gestión de proyectos.
- Conocimiento logístico

Condiciones de Puesto

- Tipo de Contrato Contrato a plazo determinado
- Remuneración S/. 6,500
- Beneficios Sociales: Si
- Jornada : Lunes - viernes y sábados
- Horario : 8:00 am - 5:00 pm L-V
- Tipo de Sueldo : Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 64

Descripción Jefe de Administración y Finanzas.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Jefe de Administración y Finanzas	
Educación		Experiencia
Título universitario en Administración de empresas o Ingeniería Industrial		5 años de experiencia laboral en el puesto solicitado
Reporta a	Dependencia	Supervisa a Asistente de Adm. y Finanzas,
Gerente General	Administrativa	Staff de Asesoría Legal, Contable, Soporte TI.

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

- Gestionar los trámites documentarios de la empresa.
- Gestionar temas contractuales y fiscales (permisos, licencias, etc.) necesarios para mantener operativa la empresa.
- Coordinar con el área de Operaciones los requerimientos de las otras áreas.
- Realizar un flujo de todos los gastos de servicios públicos de toda la empresa.
- Brindar apoyo administrativo al área de comercial
- Supervisar las funciones de la Asistente del área
- Apoyar en la inducción de personal.
- Supervisar el cumplimiento de las políticas de la empresa.
- Supervisar al outsourcing contable
- Supervisar y brindar apoyo en la gestión interna con las diferentes áreas por consultas que se presenten diariamente.
- Entrevistar o preparar las entrevistas de los aspirantes a un puesto, encargarse de la rotación del personal y cuando corresponda realizar los despidos correspondientes en coordinación con la Gerencia General
- Preparar y mantener los registros y estadísticas de personal que labora en la empresa;
- Preparar y aplicar los instrumentos de control de personal;
- Calificar y evaluar al personal;
- Preparar los contratos de personal;
- Diagnóstico de las necesidades de la empresa;
- Elaborar el presupuesto de gastos del personal;
- Validar el cálculo de remuneraciones y demás beneficios económicos del personal de la empresa que elabora el asesor contable.
- Desarrollar sólidas relaciones comerciales con los clientes, atendiéndolos y realizando seguimiento a los problemas técnicos y de servicio que se presenten.
- Supervisar el ingreso diariamente en el sistema la información relacionada a los pedidos efectuados de los clientes.
- Atender las órdenes de compra de los clientes y confirmar los depósitos que se realizan.

Competencias y Habilidades

- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Comunicación horizontal
- Capacidad de trabajo bajo presión
- Pensamiento analítico

Formación

- inglés intermedio, Manejo de programas ofimática (Ms Word, Ms PowerPoint, Excel
- Especialización en gestión de proyectos. (deseable)
- Especialización en Finanzas

Condiciones de Puesto

- **Tipo de Contrato:** Contrato a plazo determinado
- **Remuneración:** S/. 6,000
- **Beneficios Sociales:** Sí
- **Jornada :** Lunes - viernes y sábados
- **Horario :** 8:00 am - 5:00 pm L-V y Sábados 8:00 am - 1:00 pm
- **Tipo de Sueldo :** Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 65

Descripción Asistente de Gerencia General.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Asistente de Gerencia General	
Educación		Experiencia
Bachiller en Administración de empresas o Ingeniería Industrial		3 años de experiencia laboral en el puesto solicitado
Reporta a	Dependencia	Coordina con
Gerente General	Administrativa	Todas las áreas

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

. Coordinar con la Gerencia de la implementación y seguimiento de procedimientos y políticas de la empresa

• Realizar la validación y seguimiento al costeo y presupuestos de proyectos.

• Coordinar, comunicar y dar seguimiento a las actividades programadas por la Gerencia.

• Realizar el registro, seguimiento y actualización de indicadores de desempeño.

• Apoyar en la elaboración y actualización del modelo financiero de la empresa.

• Realizar el registro y seguimiento de las cuentas por cobrar.

• Otras que se le indique.

Competencias y Habilidades

- buen nivel de comunicación, proactivo(a), perseverancia y dinámico(a).
- Buen criterio e iniciativa para resolver problemas

Formación

- inglés intermedio
- Manejo de programas de ofimática (Ms Word, Ms PowerPoint, Ms Excel)
-

Condiciones de Puesto

- **Tipo de Contrato:** Contrato a plazo determinado
- **Remuneración:** S/.2,000.00
- **Beneficios Sociales:** Sí
- **Jornada:** lunes - viernes y sábados
- **Horario:** 8:00 am - 5:00 pm L-V y sábados 8:00 am - 1:00 pm
- **Tipo de Sueldo:** Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 66

Descripción Coordinador de Logística y almacén.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Coordinador de Logística y almacén	
Educación		Experiencia
Carrera técnica en Administración o afines		02 años de experiencia laboral en el puesto solicitado
Reporta a	Dependencia	Coordina con
Jefe de Operaciones y logística y Director Técnico	Operativa	Todas las áreas

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

- Recibe y revisa materiales, repuestos, equipos, y otros suministros que ingresan al almacén.
- Elabora guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén.
- Realizar seguimiento al despacho y recepción de la mercancía.
- Realizar seguimiento a los inconvenientes durante la ruta de distribución de la mercancía.
- Asegurar y garantizar que la mercancía despachada en puerta sea chequeada por el cliente.
- Controlar y garantizar que el inventario físico de la mercancía esté acorde con el sistema.
- Revisar y procesar devoluciones de mercancía, en buen estado y mal estado.
- Coordinar el proceso de transporte, almacenamiento y distribución.
- Supervisar y garantizar las condiciones óptimas de almacenamiento de la mercancía.
- Llevar indicadores de Gestión del área.

Competencias y Habilidades

- Buen nivel de comunicación, proactivo(a), perseverancia y dinámico(a).
- Buen criterio e iniciativa para resolver problemas

Formación: Manejo de Kardex

Buenas prácticas de Almacenamiento

Condiciones de Puesto

- Tipo de Contrato: Contrato a plazo determinado
- Remuneración: S/1,260.00
- Beneficios Sociales: Sí
- Jornada: lunes - viernes y sábados
- Horario: 8:00 am - 5:00 pm L-V y sábados 8:00 am - 1:00 pm
- Tipo de Sueldo**:** Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 67

Descripción Jefe Comercial.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Jefe Comercial
Educación	Experiencia mínima 3 años en Gestión Comercial.
Titulado en Marketing y Publicidad o carreras afines	

Reporta a	Dependencia	Coordina con
Gerencia General	Gerencial	Todas las áreas y supervisa al servicio de Community Manager

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

- Realizar los reportes de ventas y resultados mensuales y anuales.
- Realizar Benchmarking del rubro, con el fin de estudiar a la competencia y desarrollar estrategias que permitan una mayor competencia dentro del sector
- Desarrollar alianzas estratégicas que generen un mayor movimiento e intercambio comercial.
- establecimiento de indicadores, optimización de procesos y determinación de rentabilidad de unidad de negocio.

Competencias y Habilidades

Investigación de mercados.

Establecimiento de canales de ventas.

Formación:

Condiciones de Puesto

- Tipo de Contrato: Contrato a plazo determinado
- Remuneración: S/2,000 (fijo), comisión por venta: 3%
- Beneficios Sociales: Sí
- Jornada: lunes - viernes y sábados
- Horario: 8:00 am - 5:00 pm L-V
- Tipo de Sueldo: Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

Tabla 68

Descripción Operario.

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JLC S.A.C

Nombre del Cargo	Operario
Educación	Experiencia mínima 2 años en manejo de maquinarias del sector industrial
Secundaria completa	

Reporta a	Dependencia	Coordina con
Jefe de Producción	Producción	Logística y almacén

Funciones y Responsabilidades del Cargo:

- Verificar que las máquinas y equipos de elaboración de productos se encuentren debidamente limpios.
- Verificar que la materia prima dispensada corresponda a lo indicado en la Instrucción de manufactura.
- Envasar el producto según lo indicado en la Instrucción de manufactura.
- Cuidar los equipos, equipos de protección personal (EPP) y demás implementos asignados para el correcto desarrollo de sus labores.

Competencias y Habilidades

- trabajo en equipo
- tolerancia a la presión,
- adaptación al cambio,
- autocontrol, energía e iniciativa.

Formación:

* Formación Técnica (No Indispensable)

* Deseable contar con experiencia en procesos de manufactura

Condiciones de Puesto

- Tipo de Contrato: Contrato a plazo determinado
- Remuneración: S/1,100
- Beneficios Sociales: Sí
- Jornada: lunes - viernes y sábados
- Horario: 8:00 am - 5:00 pm L-V
- Tipo de Sueldo: Pago Fijo Mensual

Nota: Elaboración propia.

5.2.4.Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Outsourcing Legal y contable:

El servicio operativo contable se realizará en forma presencial en nuestras oficinas a través de un asistente que por el momento se estima al menos una visita mensual, este asistente contará con la supervisión de la Gerencia General de JLC SAC.

Presentación de los EEFF acorde con las normas vigentes, con sus respectivos anexos en forma anual en fechas a ser establecidas con la gerencia.

La asesoría legal consiste en la revisión de todo tipo de contrato que se celebre ya sea para la contratación de personal, servicio por terceros y/o la revisión de cláusulas en acuerdos comerciales.

Soporte TI

Este soporte sería de manera virtual para temas relacionados a Hardware, a través de conexiones remotas y cuando se requiera para revisar temas de software se hará visita presencial.

Community Manager

EL objetivo del Community Manager será crear y gestionar presencia de la marca a través de las redes sociales, establecer relaciones duraderas y estables con los clientes que contribuyan a la consecución final de los objetivos del área comercial.

Transporte

Este servicio se encargará de transportar la mercadería desde nuestro almacén hasta el punto de venta (canal) Ecoferias y Tiendas ecológicas garantizando así las buenas prácticas de transporte y distribución de productos sanitarios.

Servicio de Vigilancia

El servicio de Vigilancia tendrá la tarea de proteger las instalaciones de la empresa, prevenir y custodiar los activos a través de una supervisión asignada por parte de nuestro proveedor. El servicio se nos brindará las 24 horas del día de lunes a domingo.

5.2.5.Aspectos laborales.

JLC SAC tendrá la política de contratar en planilla una vez iniciada las actividades, la contratación del personal fijo se realizará a través de un proceso de reclutamiento y selección de acuerdo al perfil descrito en cada puesto de trabajo. Asimismo, los servicios tercerizados serán por contrato por locación de servicios por el tiempo que se pacte con cada uno de ellos.

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

Tabla 69
Tipo de contrato.

CARGO	ÁREA	Q	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	Gerencia	1	Contrato indefinido por inicio de actividad
Asistente de Gerencia	Gerencia	1	Contrato temporal por inicio de actividad
Jefe de Producción	Producción	1	Contrato temporal por inicio de actividad
Operarios	Producción	2	Contrato temporal por inicio de actividad
Asistente de Logística y almacén	Logística	1	Contrato temporal por inicio de actividad
Jefe Comercial	Comercial	1	Contrato temporal por inicio de actividad

Nota: Elaboración propia.

Tabla 70
Servicios tercerizados.

CARGO	ÁREA	Forma de contratación
Soporte TI	Todos	Contrato por locación de servicios (6 meses)
Outsourcing legal y contable	Administración y Finanzas	Contrato por locación de servicios (6 meses)
Community Manager	Comercial	Contrato por locación de servicios (6 meses)
Transporte	Logística	Contrato por locación de servicios (6 meses)
Limpieza	Logística	Contrato por locación de servicios (6 meses)
Mantenimiento de equipos	Producción	Contrato por locación de servicios (6 meses)

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.2.Régimen laboral de puestos de trabajo.

JLC SAC tendrá la política de contratar en planilla una vez iniciada las actividades, la contratación del personal fijo se realizará a través de un proceso de reclutamiento y selección de acuerdo al perfil descrito en cada puesto de trabajo bajo el régimen laboral especial que aplica para la Pequeñas y medias empresas. Asimismo, los servicios Tercerizados serán por contrato por locación de servicios por el tiempo que se pacte con cada uno de ellos.

5.2.5.3.Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 71
Resumen de planilla para todos los años.

Cuadro resumen	2020	2021	2022	2023	2024
Total, GG	231,408	232,769	244,352	244,352	244,352
Total, ADMINISTRACION			107,553	107,553	107,553
Total, COMERCIAL	34,209	34,209	35,864	35,864	35,864
Pago planilla MOD	38,421	38,635	60,682	60,682	60,682
Pago planillo MOI	129,880	130,634	137,054	137,054	137,054
Total, pago de planillas	**S/. 433,918**	**S/. 436,247**	**S/. 585,506**	**S/. 585,506**	**S/. 585,506**

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 72
Gasto por servicio tercerizado.

Servicio tercerizado	Monto	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Servicio legal y contable	S/600	S/600.00	S/600.00	S/7,200.00	S/8,136.00	S/9,193.68	S/10,388.86	S/11,739.41
Soporte TI	S/300	S/300.00	S/300.00	S/3,600.00	S/4,068.00	S/4,596.84	S/5,194.43	S/5,869.70
Mantenimiento	S/970	S/970.00	S/970.00	S/11,640.00	S/11,640.00	S/11,640.00	S/11,640.00	S/11,640.00
Limpieza	S/1,000	S/1,000.00	S/1,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00
Vigilancia	S/7,000	S/7,000.00	S/7,000.00	S/84,000.00	S/84,000.00	S/84,000.00	S/84,000.00	S/84,000.00
Community Manager	S/479	S/479.00	S/479.00	S/5,748.00	S/5,748.00	S/5,748.00	S/5,748.00	S/5,748.00
Transporte	S/300	S/300.00	S/300.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00
Total		S/10,649.00	S/10,649.00	S/127,788.00	S/129,192.00	S/130,778.52	S/132,571.29	S/134,597.11

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.5. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Tabla 73
Horario de puestos de trabajo.

HORARIO POR PUESTO DE TRABAJO

CARGO	AREA	Horario
Gerente General	Gerencia	L a V de 8:00 a 5:00 / sábado 8:00 a 1:00
Asistente de Gerencia General	Gerencia	L a V de 8:00 a 5:00 / sábado: 8:00 a 1:00
Jefe de Producción	Producción	L a V de 8:00 a 5:00
Asistente de Control y aseguramiento de la Calidad	Producción	L a V de 8:00 a 5:00
Asistente de Almacén y Logística	Producción	L a V de 8:00 a 5:00 / sábado: 8:00 a 1:00
Operarios	Producción	L a V de 8:00 a 5:00
Jefe Comercial	Comercial	L a V de 8:00 a 5:00 / sábado: 8:00 a 1:00

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada.

Como criterio para calcular la capacidad instalada se tomó como referencia la capacidad máxima de producción de la máquina mezcladora la cual es de 3 kilos por hora.

Tabla 74
Calculo de capacidad instalada.

Maquina	Capacidad Max. Producción (Hr.)	Unidad	Tolda x día	Producción diaria (Unid.)	Capacidad Instalada
Mezcladora de Polvo V5	3.00	Kilos	20	300	93,046
Tableteadora automática MTAB15	3,000	Pastillas	19,500	325	100,800
Contadora semiautomática CT100SP	55	Empaques	358	358	110,880

Nota: Elaboración propia.

6.1.2. Capacidad utilizada

Para el cálculo de la capacidad utilidad se utilizará el dato de la producción anual a realizar.

Tabla 75
Calculo de capacidad utilizada.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menta	50547	52677	55201	57846	60738
Hierba Buena	12636	13169	13800	14461	15184
Unidades a producir	**63183**	**65845**	**69001**	**72307**	**75922**
Capacidad Instalada	93046	93046	93046	93046	93046
% de Utilización	**67.90%**	**70.80%**	**74.20%**	**77.70%**	**81.60%**
Capacidad ociosa	**32.09%**	**29.23%**	**25.84%**	**22.29%**	**18.40%**

Nota: Elaboración propia.

6.1.3. Capacidad máxima

La empresa utilizará para el cálculo de la capacidad máxima una producción de 24 horas y 365 años.

Tabla 76
Calculo de capacidad máxima.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad Máxima	**398,769**	**398,769**	**398,769**	**398,769**	**398,769**

Nota: Elaboración propia.

6.2.Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

6.2.1.1.Diagrama de procesos.

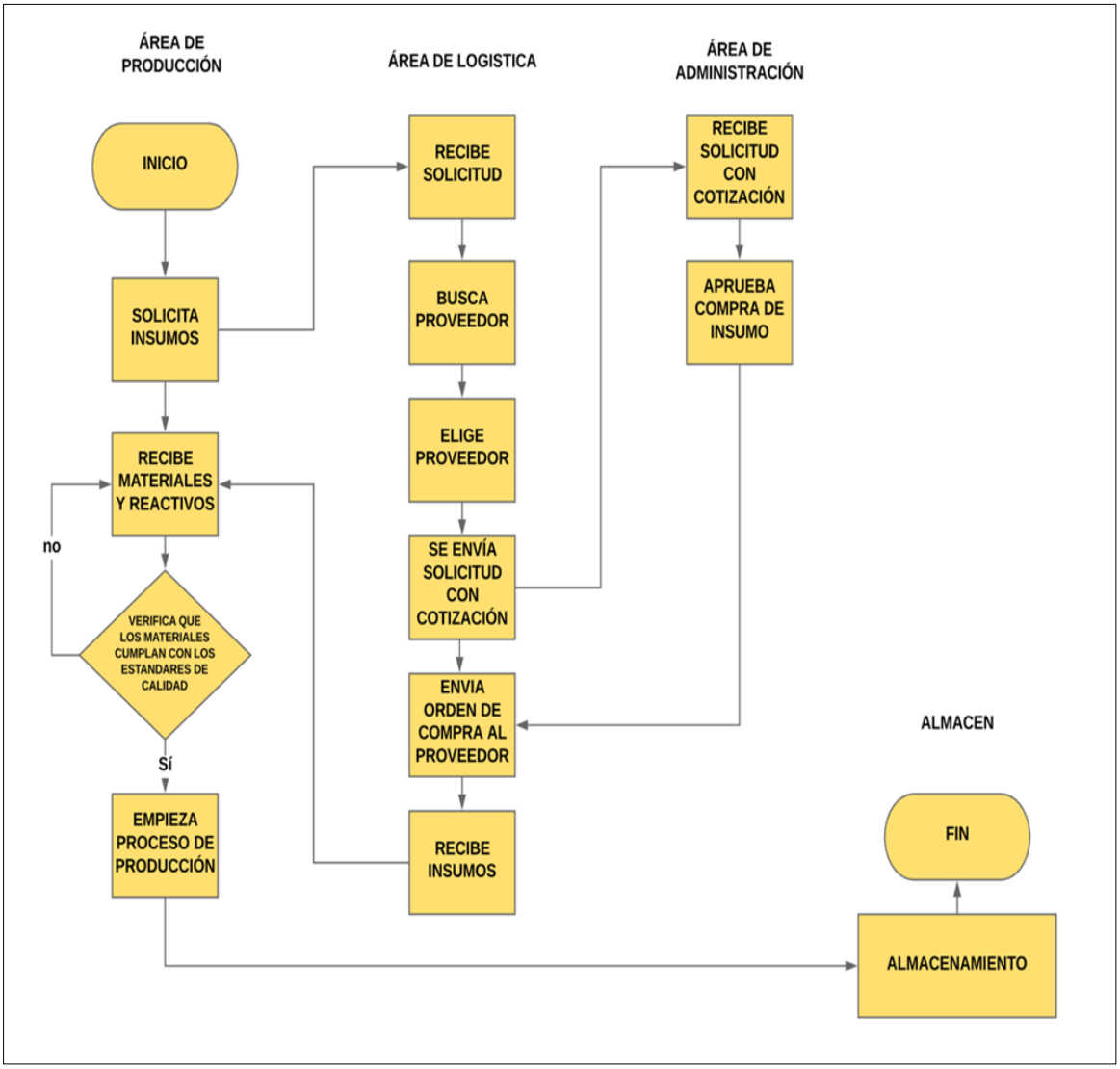


*Figura 33.*Proceso logística.

Elaboración propia.

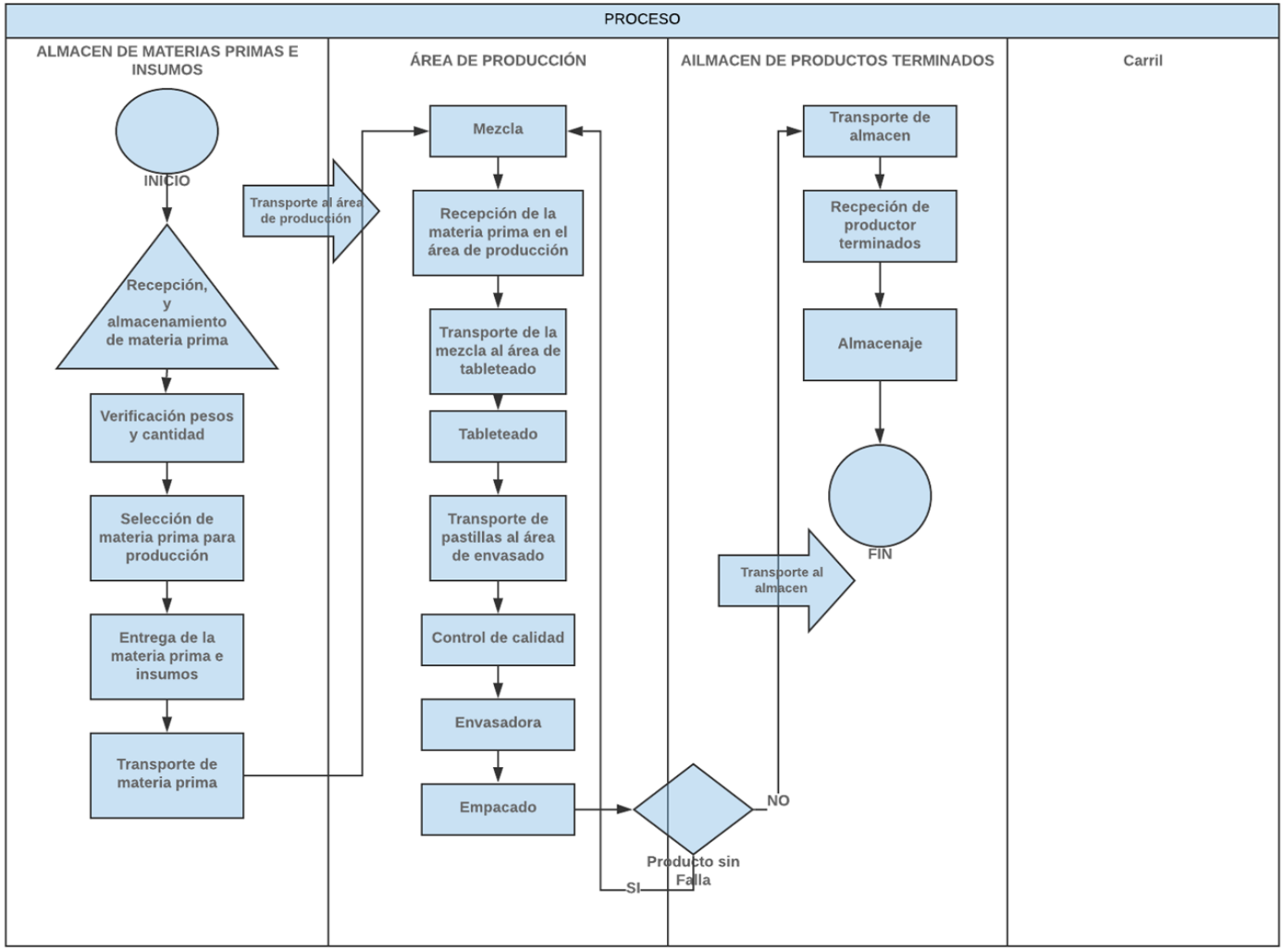


Figura 34. Proceso de producción.

Elaboración propia.

Tabla 77

Procesos.

Número	Proceso	Descripción	Minutos
1	Recepción y almacenamiento de la materia prima	La materia se recibe, haciendo inmediatamente la verificación de que sean los productos requeridos y la calidad de estos, luego se lleva a la zona de almacenaje.	15
2	Verificar pesos y cantidad	El encargado del almacén, corrobora los pesos y la cantidad recibida, anotando todo en una hoja de ingresos de mercadería.	20
3	Selección de materia prima para producción	El encargado del almacén, separa las materias primas requeridas para la producción.	20
4	Entrega de la materia prima e insumos	El encargado de almacén, hace firmar la hoja de recepción de materia prima al operario.	5
5	Transporte de materia prima	Desde el almacén, hasta el área de producción (mismo local)	5
6	Recepción de la materia prima en el área de producción	El jefe de producción, recibe, la materia prima, revisando que todo este conforme, firmando la hoja de recepción de materia prima.	15
7	Mezcla	Etapa en la cual, se agregan todos los ingredientes a la máquina mezcladora	60
8	Transporte de la mezcla al área de tableteado	Se lleva la mezcla realizada, hacia la máquina encargada de tabletear.	5
9	Tableteado	La mezcla se pone en la máquina dosificadora de pastillas	60
10	Transporte de pastillas al área de envasado	Todas las pastillas se envían a la máquina envasadora.	5
11	Control de calidad	Se escogen productos al azar, para confirmar que estos se encuentren en los parámetros obligatorios.	20
12	Envasadora	Se realiza el envasado del producto.	12
13	Empacado	Se ponen todos los productos terminados en cajas de cartón	15
14	Transporte al almacén	Se lleva el producto terminado al área de almacén	5
15	Recepción de productos terminados	Se revisa la cantidad de productos terminados entregados, firmando la conformidad de estos.	10
16	Almacenaje	Se procede a ordenar los productos terminados	15

Nota: Elaboración propia.

Tabla 78

Tabla de pasos y tiempos.

Numero	Proceso	
1	Recepción y almacenamiento de la materia prima	15
2	Verificar pesos y cantidad	20
3	Selección de materia prima para producción	20
4	Entrega de la materia prima e insumos	5
5	Transporte de materia prima	5
6	Recepción de la materia prima en el área de producción	15
7	Mezcla	60
8	Transporte de la mezcla al área de tableteado	5
9	Tableteado	60
10	Trasporte de pastillas al área de envasado	5
11	Control de calidad	20
12	Envasadora	12
13	Empacado	15
14	Transporte al almacén	5
15	Recepción de productos terminados	10
16	Almacenaje	15
	MINUTOS	287
	HORAS	4.47

Nota: Elaboración propia.

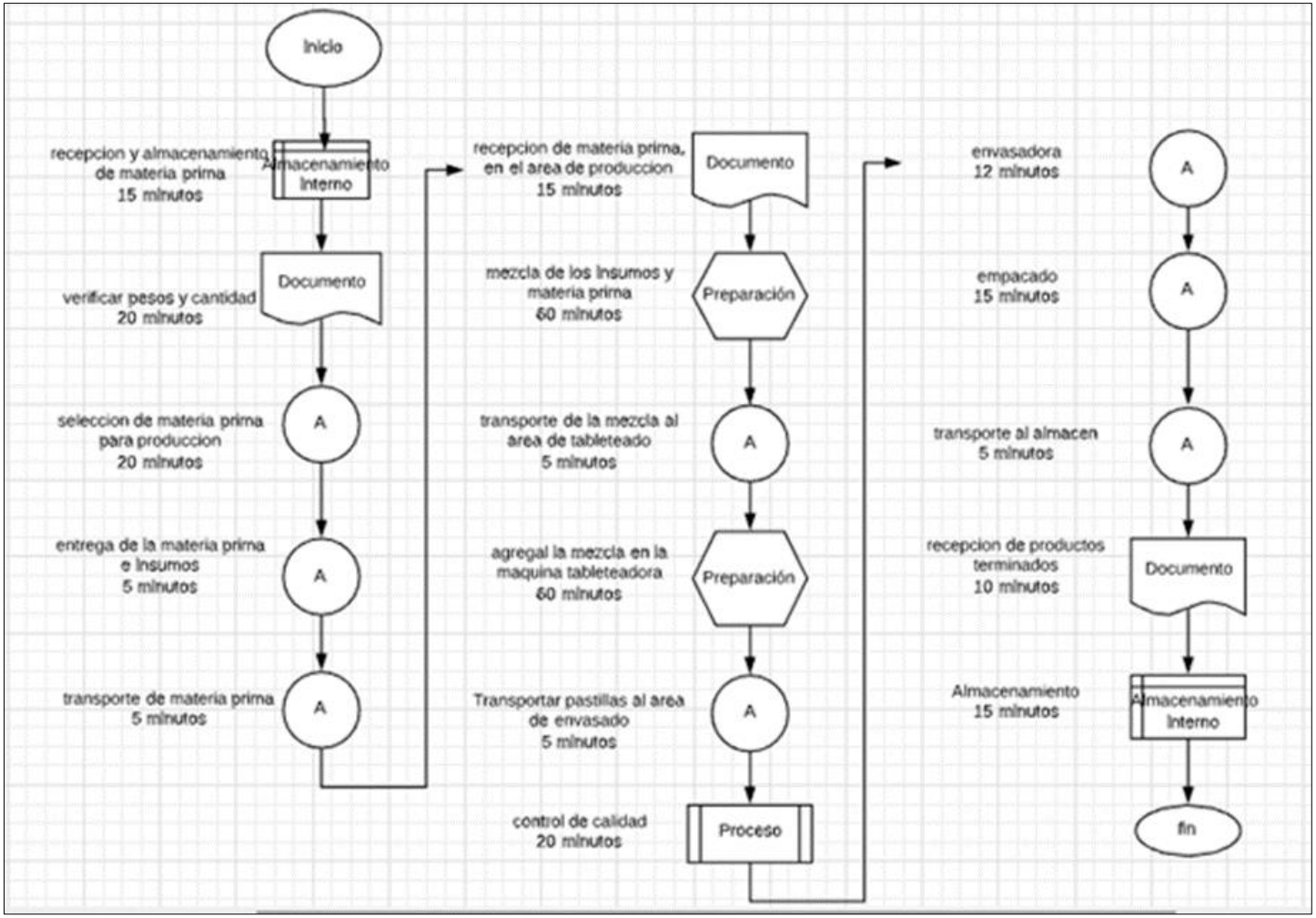


Figura 35. Proceso de tiempos y pasos

Elaboración propia.

6.2.2.Programa de producción.

La empresa está considerando para el programa de producción los siguientes criterios:

- Sampling: 1%
- Merma: 0.1%
- Inventario: 5%

Siendo el resultado el siguiente:

Tabla 79
Producción del sabor a menta.

Menta	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Inventario Inicial	0	2,187	2,485	2,609	2,740	2,877
Sampling	497	497	313	219	115	121
Merma		50	52	55	58	60
Inventario Final		2,485	2,609	2,740	2,877	3,021
Total	**497**	**50,547**	**52,677**	**55,201**	**57,846**	**60,738**

Nota: Elaboración propia.

Tabla 80
Producción del sabor a hierba buena.

Hierba Buena	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Inventario Inicial	0	547	621	652	685	719
Sampling	124	124	78	55	29	30
Merma		12	13	14	14	15
Inventario Final		621	652	685	719	755
Total	**124**	**12,636**	**13,169**	**13,800**	**14,461**	**15,184**

Nota: Elaboración propia.

Tabla 81
Producción total.

Producción Total	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Inventario Inicial	-	2,734	3,106	3,262	3,425	3,596
Sampling	621	621	391	274	144	151
Merma	-	62	65	68	72	76
Inventario Final	-	3,106	3,262	3,425	3,596	3,776
Total	**621**	**63,183**	**65,845**	**69,001**	**72,307**	**75,922**

Nota: Elaboración propia.

Tabla 82

Contenido por unidad (1 pastilla).

INGREDIENTES	PESO(GRAMOS)	%
ESENCIA	0.15	13.90%
XILITOL	0.21	19.40%
GOMA GUAR	0.09	8.30%
CARBONATO DE CALCIO	0.15	13.90%
ERITRITOL	0.2	18.50%
BICARBONATO DE SODIO	0.17	15.70%
ISETIONATO DE COCOIL SÓDICO	0.11	10.20%
TOTAL	1.08	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

Producción anual en kilogramos y gramos.

INGREDIENTES	PESO KGS. (DIARIO)	PESO KGS. ANUAL	%
ESENCIA	2.02	561	13.90%
XILITOL	2.83	785	19.40%
GOMA GUAR	1.21	337	8.30%
CARBONATO DE CALCIO	2.02	561	13.90%
ERITRITOL	2.7	748	18.50%
BICARBONATO DE SODIO	2.29	636	15.70%
ISETIONATO DE COCOIL SÓDICO	1.48	411	10.20%
TOTAL	14.56	4038	100%

Nota: Elaboración propia.

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos

Para el cálculo de la necesidad de materia prima primero se calculará el costo unitario por producto

Tabla 84
Calculo de costo unitario.

Insumos y Materiales	Cantidad (Pastilla)	Producto	Unidad	%	Precio	Venta mínima	Costo unitario	Periodicidad de compra
Esencia	0.15	9.03	ml	13.90%	S/40.36	25	S/0.36	Mensual
Xilitol	0.21	12.64	g	19.40%	S/67.26	10	S/0.85	Mensual
Goma guar	0.09	5.42	g	8.30%	S/13.46	100	S/0.07	Trimestral
Carbonato de calcio	0.15	9.03	g	13.90%	S/3.75	50	S/0.03	Trimestral
Eritritol	0.2	12.04	g	18.50%	S/30.27	100	S/0.36	Mensual
Bicarbonato de sodio	0.17	10.23	g	15.70%	S/3.04	100	S/0.03	Trimestral
Isetionato de cocoil sódico	0.11	6.62	ml	10.20%	S/33.20	25	S/0.22	Trimestral
Empaque de lata	1	1	unidad	1	S/6,750	5,000	S/1.35	Mensual

Nota: Elaboración propia.

Para calcular la cantidad de materia prima por año se utilizarán los datos calculados en producción como las unidades a producir.

Tabla 85
Necesidad de materia prima.

Insumos y Materiales	Unidad	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Esencia	L	6	570	594	623	653	685
Xilitol	Kg	9	799	832	872	914	960
Goma guar	Kg	4	342	357	374	392	411
Carbonato de calcio	Kg	6	570	594	623	653	685
Eritritol	Kg	8	761	793	831	870	914
Bicarbonato de sodio	Kg	7	646	674	706	740	777
Isetionato de cocoil sódico	L	5	418	436	457	479	503
Empaque de lata	unidad	683	63,183	65,845	69,001	72,307	75,922

Nota: Elaboración propia.

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

En el programa de compras se considerará lo siguiente:

- El contrato con el proveedor será de forma anual para poder asegurar el precio brindado.
- La periodicidad de compras será mensual.
- El proveedor indica que por la naturaleza de los insumos puede entregarme la cantidad requerida sin restricción de ventas mínimas.

Tabla 86
Programa de compras (S/).

Insumos (S/)	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Esencia	S/249	S/23,021	S/23,991	S/25,141	S/26,346	S/27,663
Xilitol	S/581	S/53,711	S/55,975	S/58,657	S/61,467	S/64,541
Goma guar	S/50	S/4,607	S/4,801	S/5,031	S/5,272	S/5,535
Carbonato de calcio	S/23	S/2,139	S/2,229	S/2,336	S/2,448	S/2,570
Eritritol	S/249	S/23,021	S/23,991	S/25,141	S/26,346	S/27,663
Bicarbonato de sodio	S/21	S/1,965	S/2,048	S/2,146	S/2,249	S/2,361
Isetionato de cocoil sódico	S/150	S/13,887	S/14,473	S/15,166	S/15,893	S/16,687
Total, sin IGV	**S/1,323**	**S/122,353**	**S/127,508**	**S/133,618**	**S/140,020**	**S/147,021**
IGV	**S/238**	**S/22,023**	**S/22,951**	**S/24,051**	**S/25,204**	**S/26,464**
Total, con IGV	**S/1,562**	**S/144,376**	**S/150,459**	**S/157,669**	**S/165,224**	**S/173,485**
Materiales	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Empaque de lata	S/923	S/85,297	S/88,891	S/93,151	S/97,614	S/102,495
Total, sin IGV	**S/923**	**S/85,297**	**S/88,891**	**S/93,151**	**S/97,614**	**S/102,495**
IGV	**S/166**	**S/15,354**	**S/16,000**	**S/16,767**	**S/17,571**	**S/18,449**
Total, con IGV	**S/1,089**	**S/100,651**	**S/104,892**	**S/109,918**	**S/115,185**	**S/120,944**
Total, de compras	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Insumos	S/1,323	S/122,353	S/127,508	S/133,618	S/140,020	S/147,021
Materiales	S/923	S/85,297	S/88,891	S/93,151	S/97,614	S/102,495
Valor venta	**S/2,246**	**S/207,650**	**S/216,399**	**S/226,769**	**S/237,634**	**S/249,516**
IGV	**S/404**	**S/37,377**	**S/38,952**	**S/40,818**	**S/42,774**	**S/44,913**
Total, con IGV	**S/2,650**	**S/245,027**	**S/255,351**	**S/267,587**	**S/280,409**	**S/294,429**

Nota: Elaboración propia.

6.2.5.Requerimiento de mano de obra directa.

En el año 1 vamos a tener 02 operarios y a partir del 3er año tendremos 03 operarios según la necesidad de producción.

Tabla 87
Requerimiento de mano de obra.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2	2	3	3	3

Nota: Elaboración propia.

6.3.Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

Las maquinas son lo más importante para nuestro negocio ya que estas nos permitirán la producción de nuestro producto en óptimas condiciones.

Maquina N° 1: Mezcladora de Polvo V5 Precio: S/. 20,856.00

Máquina mezcladora de polvo V5, Recipiente en V. Este mezclador de diseño en V es adecuado para uso en las industrias farmacéutica, químicas y de alimentos para la mezcla de alimentación o materiales granulares.

Figura 36.Mezcladora de polvo, Modelo MZPV5.
Recuperado de Encapsulado.

Características:

- Este mezclador de diseño en V es adecuado para uso en las industrias farmacéutica, químicas y de alimentos para la mezcla de alimentación o materiales granulares.
- La estructura cilíndrica de esta máquina es su característica distintiva y su capacidad de mezcla es bien homogénea y eficaz, sin puntos ciegos en los cilindros y no hay acumulación de materiales.
- La estructura de esta máquina es sencilla y es fácil de operar con superficies que son fáciles de limpiar en un alto acero inoxidable pulido.

Operación y Pulido:

- Fijación: Coloque la máquina directamente sobre el piso para que se ejecute sin problemas y eficientemente.
- Antes de su uso, agregue aceite hasta el punto de aceite marcado.
- A continuación, ejecute una carga vacía. Compruebe la acción con cuidado para asegurarse de que la máquina se encuentra en buen estado de funcionamiento.
- Al girar la estación del alimentador. Abra la tapa. Ingrese los materiales a mezclar y asegúrese de no exceder el límite de 40% del cilindro.
- Cierre la tapa del alimentador. Haga funcionar la máquina. Deténgase si se produce alguna anormalidad.
- Limpie la superficie por dentro y por fuera al cambiar los materiales o cuando haya terminado una mezcla.

Aplicación Principal:

La máquina se utiliza para la mezcla de material secos en polvo o granulado en productos farmacéuticos, material-alimentaria, química y otras industrias.

Principios de Trabajo:

- Con estructura única, de alta función de mezcla y mezcla uniforme, el barril de mezcla es de acero con paredes internas y externas pulidas. La máquina tiene aspecto hermoso, una mezcla uniforme y amplia aplicación.
- La estructura es simple, la operación es fácil. Las partes en contacto con los materiales son de acero inoxidable, fácil de mantener y limpiar.
- Está equipado con motor y reductor, la transmisión de la potencia del motor al reductor por correas, a continuación, transmite a los al cilindro V por el acoplamiento

que hacen que el cilindro V siguen corriendo, conduciendo los materiales para mezclarlos completamente.

Modelo	MZPV5
Volumen	5 Litros
Carga Máxima	2 Litros
Carga Ideal	1.4 Litros
Velocidad De Rotación	20 rotaciones / minuto
Diámetro Del Cilindro	13.3cm
Diámetro De La Puerta De Carga	7.6cm
Diámetro De La Puerta De Descarga	7.6cm
Potencia Del Motor	0.25kW
Conexión Eléctrica	Personalizable
Tamaño Del Equipo (La×An×Al)	56cm × 27cm × 56cm
Peso Del Equipo	40kg

Figura 37.Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo.
Elaboración propia.

Maquina N° 2: Tableteadora Automática MTAB15 Precio: S/. 24,750

Tableteadora cuenta con un motor para que trabaje de forma automática. Tiene una producción máxima estimada de 3600 tabletas por minuto.

Con una estructura simple, adecuada operación, la máquina tiene un alto grado de automatización. Esta Tableteadora se puede utilizar para pequeños lotes de producción en laboratorios, suplementos u otros.

Figura 38.Tableteadora Automática, Modelo MTAB15. Recuperado de Encapsulado.

Características:

Esta Tableteadora cuenta con un motor para que trabaje de forma automática. Con una estructura simple, adecuada operación, la máquina tiene un alto grado de automatización. Esta Tableteadora se puede utilizar para pequeños lotes de producción en laboratorios, suplementos u otros.

Ventajas:

- Tableteadora pequeña de sobremesa fácil de transportar.
- Estructura simple y operación sencilla.
- Con solo cambiar el molde puede producir distintas formas y diseños de tabletas.
- Cumple con los requerimientos de GMP.

Modelo	MTAB15
Marca	Encapsulando®
Operación	Automática
Tipo	Mono-punzón
Presión Máxima	15kN
Capacidad De Producción Máxima	3600 Tabletas / hora
Máximo Diámetro De La Tableta	12mm
Espesor Máximo De La Tableta	6mm
Máxima Profundidad De Llenado	11mm
Tamaño Del Equipo (La×An×Al)	57cm x 38cm x 63cm
Peso Del Equipo	70Kg

Figura 39. Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo. Recuperado de Encapsulado.

Maquina N° 3: Cortadora Semiautomática Precio: S/. 8,085.00

Esta máquina es utilizada para contar cápsulas, tabletas o comprimidos y frecuentemente usada en la industria farmacéutica, alimentaria, en unidades de investigación o en laboratorios. Es ideal cuando se busca un volumen de producción pequeño o mediano. Este equipo utiliza los efectos de vibración de electroimán lo cual lo hace estable y fiable.

Figura 40. Tableteadora Automática, Modelo Ct100sp. Recuperado de Encapsulado.

Características:

- Esta máquina es utilizada para contar cápsulas, tabletas o comprimidos y frecuentemente usada en la industria farmacéutica, alimentaria, en unidades de investigación o en laboratorios. Es ideal cuando se busca un volumen de producción pequeño o mediano. Este equipo utiliza los efectos de vibración de electroimán lo cual lo hace estable y fiable.
- Esta máquina es la contadora más vendida por tener un precio bajo, buen diseño, ser muy fácil de usar y mantener.
- Este equipo es de poco volumen, peso ligero, con ruido bajo, muy fácil de operar y de dar mantenimiento.
- El equipo está fabricado en acero inoxidable para garantizar productos envasados limpios y cumpliendo con las normas GMP.
- Este equipo utiliza los efectos de vibración de electroimán lo cual lo hace estable y fiable. Mientras el frasco se coloca en la salida, las píldoras automáticamente entran a través de la placa contadora por conducción eléctrica.
- Si requiere contar diferente cantidad solo necesita sustituir la placa contadora y no es necesario más ajustes

Modelo	CT100SP
Rango De Conteo	5~100 cápsulas o tabletas
Capacidad De Producción	12~26 frascos / minuto
Diámetro Del Disco Contador	40cm
Potencia	550W
Conexión Eléctrica	110/220V - 50/60Hz (elegible)
Tamaño Del Equipo (La×An×Al)	60cm x 50cm x 70cm
Peso Del Equipo	48kg

Figura 41.Ficha Técnica- Maquina Mezcladora de Polvo. Recuperado de Encapsulado.

Costos y Especificaciones de las máquinas

Tabla 88
Costos y Especificaciones de las maquinas.

Nº	Maquinaria	Dimensiones	Q	Costo Unitario	Total, Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Costo de Mantenimiento	Frecuencia	Reposición	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
1	Mezcladora de polvo V5	56 cm x 27 cm x 56 cm	1	S/. 17.674,58	S/. 17.674,58	S/. 3.181,42	S/. 20.856,00	S/. 450,00	Semestral	10 años	Depreciable	10%
2	Tableteadora automática	57 cm x 38 cm x 63 cm	1	S/. 20.974,58	S/. 20.974,58	S/. 3.775,42	S/. 24.750,00	S/. 300,00	Semestral	10 años	Depreciable	10%
3	Contadora	60 cm x 50 cm x 70 cm	1	S/. 6.851,69	S/. 6.851,69	S/. 1.233,31	S/. 8.085,00	S/. 220,00	Semestral	10 años	Depreciable	10%
				TOTAL	S/. 45.500,85	S/. 8.190,15	S/. 53.691,00					

Nota: Elaboración propia con data Encapsulada.

6.3.2.Equipos.

En nuestra empresa tenemos dos áreas las cuales presentan requerimientos de equipos poder funcionar, en los cuadros siguientes mostramos los equipos necesarios.

Tabla 89
Equipos para el Área de Administración.

N.º	Equipos de Oficina	Dimensiones	Q	Costo Unitario	Total, Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Reposición	Costo de Mantenimiento	Frecuencia	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
1	Laptop HP	17.3 pulgadas	2	S/. 1.694,07	S/. 3.388,14	S/. 609,86	S/. 3.998,00	4 años	S/.150,00	Anual	Depreciable	25%
2	Impresora Canon	19.7 cm x 33 cm x 44.5 cm	1	S/. 846,61	S/. 846,61	S/. 152,39	S/. 999,00	10 años	S/.120,00	Semestral	Depreciable	10%
3	Aire acondicionado	24 cm x 77cm x 18 cm	1	S/. 531,27	S/. 531,27	S/. 95,63	S/. 626,90	10 años	S/.150,00	Anual	Depreciable	10%
				TOTAL	S/. 4.766,02	S/. 857,88	S/. 5.623,90					

Nota: Elaboración Propia con data Sodimac.

Tabla 90
Equipos para el Área de Producción.

N.º	Equipos de Producción	Dimensiones	Q	Costo Unitario	Total, Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Reposición	Costo de Mantenimiento	Frecuencia	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
1	Laptop HP	17.3 pulgadas	1	S/. 1.694,07	S/. 1.694,07	S/. 304,93	S/. 1.999,00	4 años	S/.150,00	Anual	Depreciable	25%
1	Balanza compacta	326x355x115mm	1	S/. 338,98	S/. 338,98	S/. 61,02	S/. 400,00	10 años	S/.60,00	Semestral	Depreciable	10%
				TOTAL	S/. 2.033,05	S/. 365,95	S/. 2.399,00					

Nota: Elaboración Propia con data Htsperu.

6.3.3.Herramientas y Utensilios.

Tabla 91
Estructura de costos – Herramientas y Utensilios.

Herramientas y Utensilios	Q	Costo Unitario	Total Costo	IGV	Costo Total c/IGV
Bandeja de acero Inoxidable	3	S/12.00	S/36.00	S/6.48	S/42.48
Dispensador papel Higiénico	2	S/50.00	S/100.00	S/18.00	S/118.00
Papel higiénico 280metros *4UND	3	S/24.90	S/74.70	S/13.45	S/88.15
Escobas	6	S/12.63	S/75.78	S/13.64	S/89.42
Detergente liquido 5 Lt	2	S/25.00	S/50.00	S/9.00	S/59.00
Jabón Líquido 1lt	3	S/18.00	S/54.00	S/9.72	S/63.72
Alcohol en gel 1lt	2	S/12.00	S/24.00	S/4.32	S/28.32
Mascara quirúrgica	50	S/0.14	S/7.00	S/1.26	S/8.26
Gorro desechable	50	S/0.12	S/6.00	S/1.08	S/7.08
Bowls de acero	3	S/36.72	S/110.16	S/19.83	S/129.99
Cucharones de medida	3	S/4.15	S/12.45	S/2.24	S/14.69
Tacho de basura pequeño	4	S/21.10	S/84.40	S/15.19	S/99.59
Tacho de basura grande	1	S/45.00	S/45.00	S/8.10	S/53.10
Recogedor	2	S/4.60	S/9.20	S/1.66	S/10.86
Trapeador	2	S/14.00	S/28.00	S/5.04	S/33.04
Paños absorbentes	9	S/1.40	S/12.60	S/2.27	S/14.87
Guantes de baño	1	S/3.81	S/3.81	S/0.69	S/4.50
				Total, valor	S/865.06

Nota: Elaboración Propia.

6.3.4. Mobiliario.

Tabla 92

Mobiliario Administración.

N.º	Mobiliario de Oficina	Dimensiones	Cantidad	Costo Unitario	Total, Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Reposición	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
1	Escritorio Gerente	76 cm x 105 cm x 58 cm	1	S/. 423,64	S/. 423,64	S/. 76,26	S/. 499,90	10 años	Depreciable	10%
2	Escritorio	73 cm x 90 cm x 50 cm	1	S/. 338,14	S/. 338,14	S/. 60,86	S/. 399,00	10 años	Depreciable	10%
3	Silla de Gerente	95 cm x 55 cm x 75 cm	1	S/. 83,90	S/. 83,90	S/. 15,10	S/. 99,00	10 años	Depreciable	10%
4	Sillas	92 cm x 53 cm x 69 cm	2	S/. 66,95	S/. 133,90	S/. 24,10	S/. 158,00	10 años	Depreciable	10%
5	Escritorio recepción	100 cm x 90 cm x 50 cm	1	S/. 466,10	S/. 466,10	S/. 83,90	S/. 550,00	10 años	Depreciable	10%
6	Estante oficina	218 cm x 74 cm x 29 cm	1	S/. 245,68	S/. 245,68	S/. 44,22	S/. 289,90	10 años	Depreciable	10%
7	Pizarra	100 cm x 70 cm x2 cm	1	S/. 71,95	S/. 71,95	S/. 12,95	S/. 84,90	10 años	Depreciable	10%
				TOTAL	**S/. 1.763,31**	**S/. 317,39**	**S/. 2.080,70**			

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 93

Mobiliario producción

N.º	Mobiliario de Producción	Dimensiones	Cantidad	Costo Unitario	Total, Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Reposición	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
1	Estante producción	180 cm x 90 cm x 30 cm	1	S/. 122,80	S/. 122,80	S/. 22,10	S/. 144,90	10 años	Depreciable	10%
2	Sillas producción	92 cm x 53 cm x 69 cm	2	S/. 66,95	S/. 133,90	S/. 24,10	S/. 158,00	10 años	Depreciable	10%
3	Escritorio Producción	73 cm x 90 cm x 50 cm	2	S/. 338,14	S/. 676,27	S/. 121,73	S/. 798,00	10 años	Depreciable	10%
4	Mesa producción	74 cm x 180 cm x 76 cm	2	S/. 143,98	S/. 287,97	S/. 51,83	S/. 339,80	10 años	Depreciable	10%
				TOTAL	**S/. 1.220,93**	**S/. 219,77**	**S/. 1.440,70**			

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 94

Mobiliario de Ventas.

N.º	Mobiliario de Ventas	Dimensiones	Cantidad	Costo Unitario	Total Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)	Reposición	Depreciable o no Depreciable	Depreciación %
2	Escritorio	73 cm x 90 cm x 50 cm	1	S/. 338,14	S/. 338,14	S/. 60,86	S/. 399,00	10 años	Depreciable	10%
4	Sillas	92 cm x 53 cm x 69 cm	1	S/. 66,95	S/. 66,95	S/. 12,05	S/. 79,00	10 años	Depreciable	10%
6	Estante Ventas	218 cm x 74 cm x 29 cm	1	S/. 245,68	S/. 245,68	S/. 44,22	S/. 289,90	10 años	Depreciable	10%
				TOTAL	**S/. 650,76**	**S/. 117,14**	**S/. 767,90**			

Nota: Elaboración Propia.

6.3.5. Útiles de oficina.

Tabla 95
Útiles de Oficina.

Nº	Útiles de Oficina	Q	Política de Compra	Costo Unitario	Total Costo (sin IGV)	IGV	Costo Total (con IGV)
1	Bolígrafo caja x 50	1	Trimestral	S/18.56	S/18.56	S/3.34	S/21.90
2	Hoja bond A4 80g x 500	3	Trimestral	S/10.59	S/31.78	S/5.72	S/37.50
3	Grapas Artesco 26/6 caja	3	Trimestral	S/2.29	S/6.86	S/1.24	S/8.10
4	Engrapadora	1	Trimestral	S/8.14	S/8.14	S/1.46	S/9.60
5	Sacagrapas	5	Trimestral	S/1.69	S/8.47	S/1.53	S/10.00
6	Resaltador	10	Trimestral	S/2.29	S/22.88	S/4.12	S/27.00
7	Chinches caja x 100	5	Trimestral	S/1.61	S/8.05	S/1.45	S/9.50
8	Corrector Artesco Líquido	10	Trimestral	S/1.61	S/16.10	S/2.90	S/19.00
9	Tijera Wex 7,5¨C/ Grip	3	Trimestral	S/6.69	S/20.08	S/3.62	S/23.70
10	Ligas Alleanza (Nº18) 1/4lb caja	3	Trimestral	S/2.63	S/7.88	S/1.42	S/9.30
11	Perforador Artesco metal (40HJS)	1	Trimestral	S/16.95	S/16.95	S/3.05	S/20.00
12	Cinta Pegafán	5	Trimestral	S/1.36	S/6.78	S/1.22	S/8.00
						TOTAL	S/203.60

Nota: Elaboración Propia.

6.3.6. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 96
Mantenimiento de Máquinas.

Nº	Maquinas	Q	Costo Unitario	Total Costo	IGV	Costo Total c/IGV	Frecuencia de Mantenimiento.	2020	2021	2022	2023	2024
1	Mezcladora de Polvo	1	S/.381,36	S/.381,36	S/.68,64	S/.450,00	Semestral	S/.900,00	S/.900,00	S/.900,00	S/.900,00	S/.900,00
2	Tableteadora Automático	1	S/.254,24	S/.254,24	S/.45,76	S/.300,00	Semestral	S/.600,00	S/.600,00	S/.600,00	S/.600,00	S/.600,00
3	Contadora Semi Automat.	1	S/.186,44	S/.186,44	S/.33,56	S/.220,00	Semestral	S/.440,00	S/.440,00	S/.440,00	S/.440,00	S/.440,00
						TOTAL, CON IGV		S/.1.940,00	S/.1.940,00	S/.1.940,00	S/.1.940,00	S/.1.940,00
							IGV	S/.349,20	S/.349,20	S/.349,20	S/.349,20	S/.349,20

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 97

Mantenimiento de Equipos.

N.º	Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Total Costo	IGV	Costo Total c/IGV	Frecuencia de Manten.	2020	2021	2022	2023	2024
1	Laptop HP	3	S/150.00	S/450.00	S/81.00	S/531.00	Anual	S/531.00	S/531.00	S/531.00	S/531.00	S/1,062.00
2	Impresora Canon	1	S/120.00	S/120.00	S/21.60	S/141.60	Semestral	S/283.20	S/283.20	S/283.20	S/283.20	S/283.20
3	Aire acondicionado	1	S/150.00	S/150.00	S/27.00	S/177.00	Anual	S/177.00	S/177.00	S/177.00	S/177.00	S/177.00
								S/991.20	S/991.20	S/991.20	S/991.20	S/1,522.20
								S/178.42	S/178.42	S/178.42	S/178.42	S/274.00
								S/1,169.62	S/1,169.62	S/1,169.62	S/1,169.62	S/1,796.20

Nota: Elaboración Propia.

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

Tabla 98

Reposición de utensilios y Herramientas.

Reposición de utensilios y Herramientas	Q	Costo Unitario	Total Costo	IGV	Costo Total c/IGV	Frecuencia de compra	2020	2021	2022	2023	2024
Bandeja de acero Inox	3	S/12.00	S/36.00	S/6.48	S/42.48	anual	S/42.48	S/44.60	S/46.83	S/49.18	S/51.63
Dispensador papel Higienice	2	S/50.00	S/100.00	S/18.00	S/118.00	trimestral	S/118.00	S/123.90	S/130.10	S/136.60	S/143.43
Papel higiénico 280metros *4UND	3	S/24.90	S/74.70	S/13.45	S/88.15	semestral	S/88.15	S/92.55	S/97.18	S/102.04	S/107.14
Escobas	6	S/12.63	S/75.78	S/13.64	S/89.42	anual	S/89.42	S/93.89	S/98.59	S/103.52	S/108.69
Detergente liquido 5 lt	2	S/25.00	S/50.00	S/9.00	S/59.00	trimestral	S/59.00	S/61.95	S/65.05	S/68.30	S/71.71
Jabón Líquido 1lt	3	S/18.00	S/54.00	S/9.72	S/63.72	trimestral	S/63.72	S/66.91	S/70.25	S/73.76	S/77.45
Alcohol en gel 1lt	2	S/12.00	S/24.00	S/4.32	S/28.32	trimestral	S/28.32	S/29.74	S/31.22	S/32.78	S/34.42
Mascara quirúrgica	50	S/0.14	S/7.00	S/1.26	S/8.26	trimestral	S/8.26	S/8.67	S/9.11	S/9.56	S/10.04
Gorro desechable	50	S/0.12	S/6.00	S/1.08	S/7.08	trimestral	S/7.08	S/7.43	S/7.81	S/8.20	S/8.61
Bowls de acero	3	S/36.72	S/110.16	S/19.83	S/129.99	trimestral	S/129.99	S/136.49	S/143.31	S/150.48	S/158.00
Cucharones de medida	3	S/4.15	S/12.45	S/2.24	S/14.69	anual	S/14.69	S/15.43	S/16.20	S/17.01	S/17.86
Tacho de basura pequeño	4	S/21.10	S/84.40	S/15.19	S/99.59	anual	S/99.59	S/104.57	S/109.80	S/115.29	S/121.05
Tacho de basura grande	1	S/45.00	S/45.00	S/8.10	S/53.10	anual	S/53.10	S/55.76	S/58.54	S/61.47	S/64.54
Recogedor	2	S/4.60	S/9.20	S/1.66	S/10.86	anual	S/10.86	S/11.40	S/11.97	S/12.57	S/13.20
Trapeador	2	S/14.00	S/28.00	S/5.04	S/33.04	anual	S/33.04	S/34.69	S/36.43	S/38.25	S/40.16
Paños absorbentes	9	S/1.40	S/12.60	S/2.27	S/14.87	trimestral	S/14.87	S/15.61	S/16.39	S/17.21	S/18.07
Guantes de baño	1	S/3.81	S/3.81	S/0.69	S/4.50	trimestral	S/4.50	S/4.72	S/4.96	S/5.20	S/5.46
						IGV	S/155.71	S/163.50	S/171.67	S/180.25	S/189.27
						Monto total	S/865.06	S/908.31	S/953.73	S/1,001.41	S/1,051.48

Nota: Elaboración Propia.

6.4.Localización

Elegir dónde se ubicará la empresa es muy importante, es por eso que se evaluarán diferentes factores los cuales podrían tener algún impacto al momento de poner en marcha el negocio. Los factores identificados son: Cercanía a clientes y proveedores, precio de alquiler, acceso a las principales avenidas, entre otros.

6.4.1.Macro localización.

Para la localización de la planta o empresa de JLC S.A.C., se considerará los distritos que cuenten con zonas industriales y que sean aledañas a la zona siete donde se encuentran nuestra segmentación geográfica.

Cabe resaltar que el local que se proceda a alquilar para el proyecto, funcionará como oficina, planta y almacén.

Se optaron por tres posibles distritos para ubicar nuestro negocio. Son los siguientes distritos:

- San Luis. - Es un distrito céntrico con zona residencial e industrial, con acceso a varias avenidas principales, del mismo modo presenta cercanía hacia nuestra segmentación geográfica que es la zona 7 y a nuestros principales proveedores. La renta de alquiler es medio. Seguridad media- alta.

Zona Industrial - Distrito de San Luis, Lima, Perú

*Figura 42.*Mapa de ubicación del distrito de San Luis.
Recuperado de Google Maps.

- Surquillo. - Limita con el distrito de san isidro y san Borja por el norte, mientras que por el este con el distrito de surco y al oeste con Miraflores del mismo modo presenta cercanía hacia nuestra segmentación geográfica que es la zona 7, pero no cuenta con tantas avenidas principales de fácil acceso. Presenta cercanía a nuestros principales proveedores. Tiene zona residencial e industrial. Donde la zona industrial y comercial se concentra entre la av. Republica de panamá y Angamos este, La renta de alquiler es medio y alto. Seguridad media a baja.

Zona Industrial - Distrito de Surquillo, Lima, Perú.

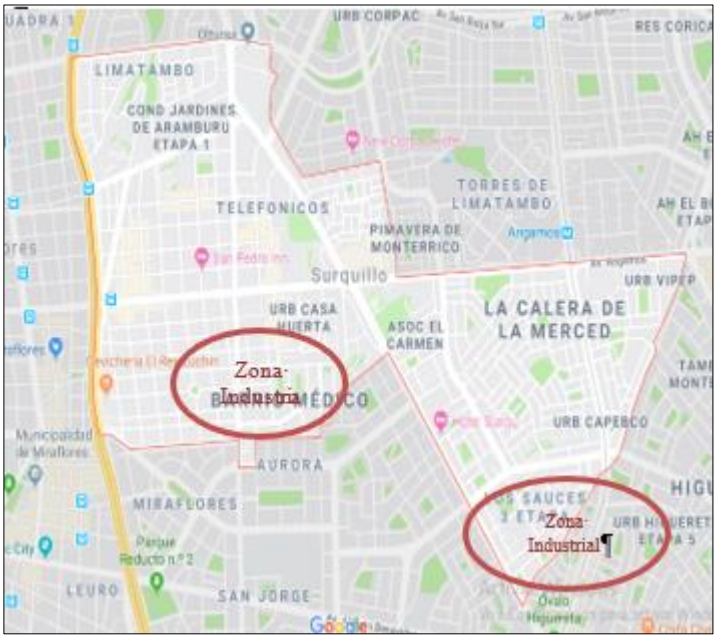


Figura 43. Mapa de ubicación del distrito de Surquillo. Recuperado de Google Maps.

- Santa Anita. - Es un distrito que cuenta tanto de zonas industriales, comerciales y residencial. A la vez tiene vías de rápido acceso; como lo es vía evitamiento. También se considera cercano a nuestros proveedores. La renta de alquiler es alta por ser una zona con tanta demanda comercial. Dimensiones de local exceden de tamaño. Seguridad media a baja.

Zona Industrial - distrito de Santa Anita, Lima, Perú

Figura 44.Mapa de ubicación del distrito de Santa Anita.

Recuperado de Google Maps.

Tabla 99

Estudio de metro cuadrado por distrito.

Distrito	Costo m2
San Luis	S/.4,739.37
Surquillo	S/.5,192.70
Santa Anita	S/.3,896.40

Nota: Inmobiliaria MantyObras

Tabla 100

Costo de Licencias de Funcionamiento por Distrito.

Distrito	Importe S/.	Tiempo
San Luis	S/.108.40	7 días hábiles
Surquillo	S/.160.80	15 días hábiles
Santa Anita	S/.279.00	15 días hábiles

Nota: UCSS.

Figura 45.Mapa Acceso vial y tráfico.

Recuperado de Inei-Datacrim

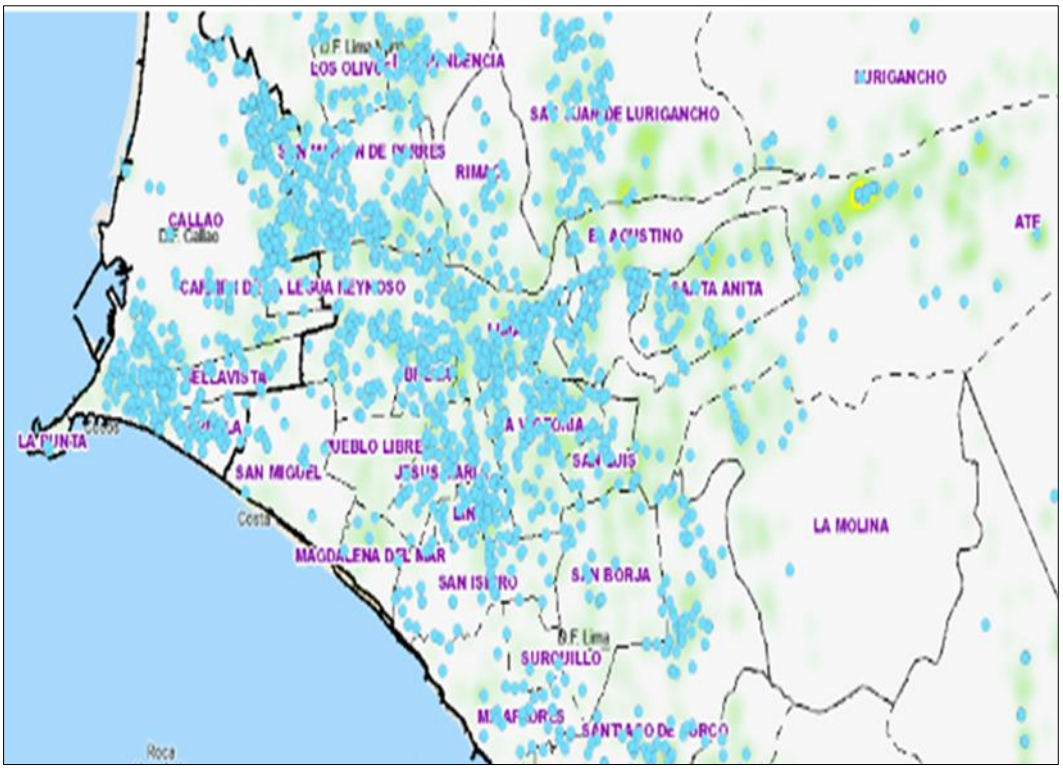


*Figura 46.*Mapa de criminalidad y seguridad ciudadana.

Recuperado de Inei-Datacrim.

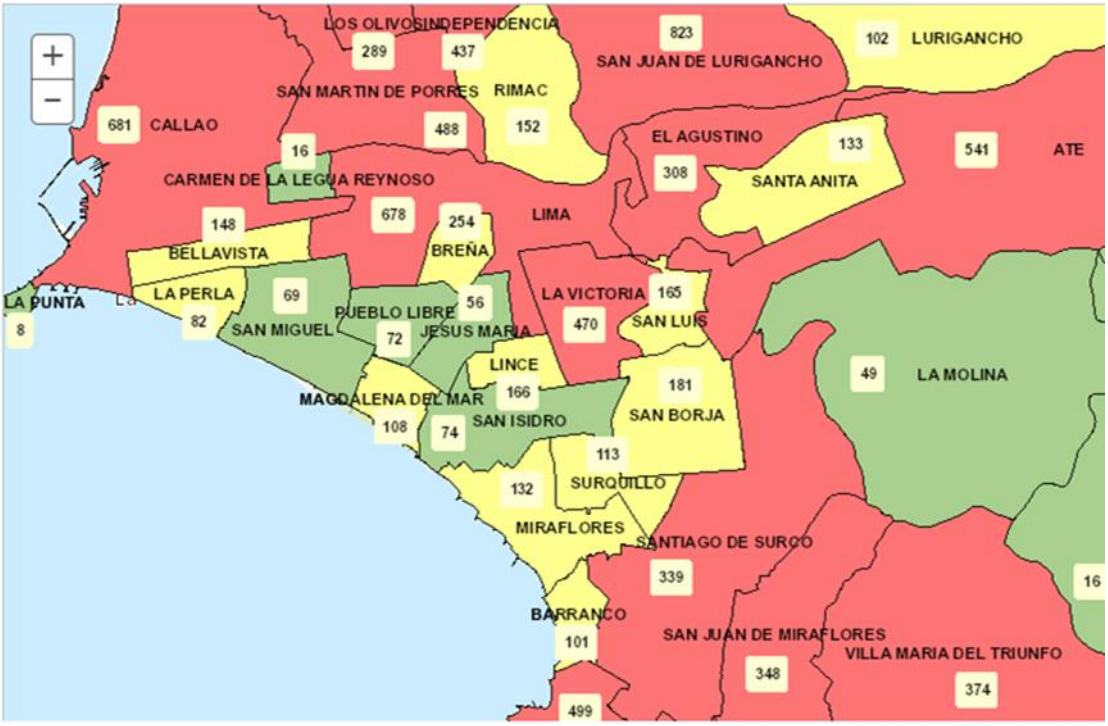


Figura 47. Mapa de denuncias por distritos.

Recuperado de Ministerio del Interior.

Tabla 101

Matriz de Macro Localización.

SAN LUIS		SURQUILLO		SANTA ANITA	
CALIFICACIÓN	PONDERADO	CALIFICACIÓN	PONDERADO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
8	**3.2**	6	**2.4**	6	**2.4**
7	**0.7**	7	**0.7**	8	**0.8**
7	**1.4**	6	**1.2**	7	**1.4**
9	**1.8**	4	**0.8**	9	**1.8**
5	**0.5**	5	**0.5**	5	**0.5**
Total	7.6		5.6		6.9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102

Variables de Macro Localización.

VARIABLES	PESOS
Costo m2	0.4
Costo Licencia	0.2
Impuestos Predial y Arbitrios	0.2
Acceso a Av. Principales	0.2
Eliminación de desechos	0.1
TOTAL	1

Nota: Elaboración propia.

Se procede a explicar cada variable que se utilizó para ponderar la matriz de macro localización:

- **Costo m2:** Se asignó un peso de 0.4 (40%), ya que se considera un criterio importante al momento de determinar la localización de nuestra planta y así poder determinar el alquiler del local.
- **Costo de licencias:** Esta variable también es importante, donde se le asignó un 0.1 (10%) de peso, debido a que nos permite saber los costos de licencias de funcionamiento y tiempos de entrega.
- **Impuestos prediales y arbitrios:** Se asignó un 0.2 (20%) de peso. Será importante saber cuánto de impuestos se pagarán anualmente según nuestra ubicación.
- **Acceso a Avenidas principales:** A esta variable se le asignó un 0.2 (20%) de peso. Será primordial contar con acceso a las avenidas principales que puedan conectarnos a la zona 7, donde se encontrarán nuestros futuros clientes.
- **Eliminación de desechos:** Se le asignó un peso de 0.1 (10%). Ya que es importante saber si los distritos donde se ubicará nuestra planta cuenta con un buen proceso de eliminación de desechos.

El resultado del análisis de la macro localización, nos indica que el distrito donde se procederá a poner nuestra planta o empresa JLC SAC, será en el distrito de San Luis.

Distrito de San Luis, Lima, Perú

Figura 48.Mapa de ubicación del distrito de San Luis. Recuperado de Mapasdeperu.com.

6.4.2.Micro localización.

Nuestra empresa o planta estará ubicada en el distrito de San Luis, según el análisis de la matriz anterior.

A la vez se procede a realizar el siguiente análisis.

Tabla 103
Matriz de Micro-Localización.

		Calle Augusto Moran		**Av. Las torres**	
VARIABLES	PESOS	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Tamaño del Local	0.3	8	2.4	4	1.2
Buen acceso Vial	0.2	8	1.6	8	1.6
Transporte Público	0.1	6	0.6	3	0.3
Seguridad de la zona	0.1	7	0.7	4	0.4
Costo de Adecuación	0.3	6	1.8	4	1.2
TOTAL	1		7.1		4.7

Nota: Elaboración Propia.

Se procede a explicar las variables seleccionadas para poder ponderar la matriz de micro localización:

- **Tamaño del local:** A esta variable se le asignó un 0.3 de peso. La dimensión del local es importante ya que deberá tener un tamaño óptimo para poder llevar a cabo las operaciones, por lo tanto, es muy importante.
- **Buen acceso vial:** Esta variable es importante, donde se le asignó un 0.2 de peso, la empresa necesita contar con buen acceso vial, ya se para que puedan llegar nuestros insumos y salgan nuestros productos al mercado objetivo.
- **Transporte público -Acceso:** Se asignó un 0.1 de peso. El que haya poco tráfico por nuestras principales vías de salida y entrada, hará que la empresa pueda ser más eficiente con sus tiempos, de la misma forma será beneficioso para nuestros colaboradores y así puedan llegar al local.
- **Seguridad de la zona:** Se procedió en asignar un 0.1 de peso. La seguridad es una variable importante debido a que la empresa y sus trabajadores necesitan sentirse protegidos y así poder ejercer sus actividades y operaciones.
- **Costo de adecuación del local:** Esta variable y muy importante, por ello se asignó un 0.3 ya que influirá directamente en los costos pre-operativos de la empresa.

Ubicación del Local Industrial – Distrito San Luis

Figura 49.Mapa de ubicación del local Industrial.
Recuperado de Urbania.com.pe.

La empresa o planta se encontrará ubicada en Calle Augusto Durand, del distrito de San Luis, Lima. La localización en mención impactará de manera positiva a nuestro negocio, debido a que:

- El costo de adecuación del local se ajusta a las necesidades de la empresa para comenzar a operar.

- El tamaño del local es el adecuado para poner en marcha la empresa.
- Acceso Vial, cuenta con varias avenidas principales importantes para solicitar y atender requerimientos.
- Seguridad de la zona, donde estará la empresa tiene buena seguridad ya que pasan las 24 horas serenazgos.
- Transporte público – Acceso, esto permitirá que nuestros colaboradores puedan llegan sin problemas al local a realizar sus labores.

6.4.3.Gastos de adecuación.

El local de la empresa o planta a alquilar tiene un tamaño de 450 m2, donde se procederá a adaptar las oficinas administrativas, la planta de producción y almacén. Asimismo, pintado, señalización de la instalación. etc.

Tabla 104
Gastos de Adecuación del Local.

Detalle	Cant.	Costo Unitario	Total Costo	IGV	Total c/Igv
Servicio de pintura por m^2	450	S/9.00	S/4,050.00	S/729.00	S/4,779.00
Pintura (Litros)	48	S/45.00	S/2,160.00	S/388.80	S/2,548.80
Extintores	2	S/80.00	S/160.00	S/28.80	S/188.80
Sistema eléctrico	1	S/1,100.00	S/1,100.00	S/198.00	S/1,298.00
Detectores de Humo	4	S/120.00	S/480.00	S/86.40	S/566.40
Luces de emergencia	6	S/70.00	S/420.00	S/75.60	S/495.60
Señalización de seguridad	18	S/3.00	S/54.00	S/9.72	S/63.72
Instalación Sanitaria y vestidores	1	S/150.00	S/150.00	S/27.00	S/177.00
Instalación de Rack	1	S/150.00	S/150.00	S/27.00	S/177.00
Instalación teléfono, internet y cable.	1	S/10.00	S/10.00	S/1.80	S/11.80
Sistema de cámaras	1	S/550.00	S/550.00	S/99.00	S/649.00
Total, Adecuación Local			**S/8,584.00**	**S/1,644.12**	**S/10,778.12**

Nota: Elaboración Propia.

6.4.4.Gastos de servicios.

- **Alquiler:**

Se procede a detallar el Local que se alquilará:

Tabla 105
Datos del Local.

Datos de Local para alquilar	
Tipo	Local Industrial
Área	450 mt2
Precio	S/.5,400

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 106
Gastos Alquiler del Local.

Concepto	Precio Und.	Cant	P. sin IGV	IGV	Total
Alquiler de Local	S/.5,400	1	S/.4,576.27	S/.823.73	S/.5,400

Nota: Elaboración Propia con datos de Urbania.

- **Garantía**

Para el alquiler del local, el dueño estipula que se deje en garantía 2 meses y se 1 mes de adelanto (2 x 1).

Tabla 107
Gastos por garantía de Local.

Concepto	Precio Und.	Q	Total
Garantía de Alquiler	S/.5,400	2	S/.10,800
Mes adelantado	S/.5,400	1	S/.5,400

Nota: Elaboración Propia con datos de Urbania.

Figura 50. Foto del local Industrial.
Recuperado de Urbania.com.pe

- **Agua**

Estructura tarifaria de Sedapal Vigente

Por los servicios de Agua potable y alcantarillado, se le aplicará la tarifa correspondiente al rango 0 a más m3/mes.

Cargo fijo (S/. / Mes): 5.042

Cargo por volumen

Tabla 108
Estructura de Tarifa Vigente de Agua.

Clase Categoría	Rangos de consumos	Tarifa (S/ / m3)	
No residencial	m3/mes	Agua potable	Alcantarillado
Industrial	0 a más	5.787	2.726

Nota: Elaboración propia con datos Sedapal actualizado 2019.

Se considerará un consumo de agua de 150 m3, que se procede a detallar.

Tabla 109
Estructura de Facturación.

Estructura de Facturación	
Volumen de agua potable	S/.868.05
Servicio de alcantarillado	S/.408.90
Cargo fijo	S/.5.04
Sub total	S/.1,281.99
IGV 18%	S/.230.76
Total, con IGV	S/.1,512.75

Nota: Elaboración Propia

- **Luz**

Referente al servicio de luz, la estructura tarifaria que correspondiente a nuestro local seria clientes de media tensión cuyo suministro está conectado por un nivel de tensión de 2,3kv, 1. Kv o 22.9 kv. Asimismo, la empresa realizará sus operaciones en los periodos horas fuera de punta, que comprende desde las 08:00 am hasta las 6:00pm.

Tabla 110
Medición de energía.

MEDICIÓN DOBLE DE ENERGIA Y UNA POTENCIA CONTRATADA (2E1P)	UNIDAD	MT3	BT3
Cargo Fijo mensual	S/. /Usuario	5,75	5,75
Cargo por Energía en punta	cent S/. /kW.h	29,08	31,72
Cargo por Energía fuera de punta	cent S/. /kW.h	24,32	26,55
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Presentes punta"	S/. /kW-mes	57,16	61,63
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Fuera punta"	S/. /kW-mes	37,50	40,73
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Presentes punta"	S/. /kW-mes	11,60	53,09
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Fuera punta"	S/. /kW-mes	11,58	48,76
Cargo por energía reactiva que exceda del 30% del total de la energía activa cent	S/. /kvarh	5,49	5,49

Nota: Elaboración propia con datos Luz del sur, Tarifario actualizado setiembre 2019.

Se estima el siguiente consumo de luz.

Tabla 111

Estructura de Facturación de Luz.

Estructura de Facturación de Luz	S/.	
Cargo fijo	S/.	5.75
Cargo de energía fuera de punta	S/.	5,175.30
Sub total	S/.	5,181.05
IGV 18%	S/.	932.59
Total, con IGV	S/.	6,113.63

Nota: Elaboración propia

- **Internet, Teléfono y Cable:**

Se contratará un paquete trío movistar total empresas, que pertenece a la empresa Movistar Perú. Se procede a detallar los servicios:

Internet: Con descarga ilimitada de 120 Mbps de velocidad, incluye 1 módem Smart Wifi con bandas de 2.4 y 5 GHz, App Smart Wifi, para controlar el wifi de la empresa.

Teléfono: Llamadas ilimitadas a teléfonos fijos movistar y 1000 minutos libres para llamadas a otros operadores.

Cable: 108 canales y 64 con hd, incluye 1 deco Hd y 1 deco Smart.

http://empresas.movistar.com.pe/trios

Tabla 112

Facturación movistar.

Estructura de Facturación Movistar	
Trío Fijo	S/.275.00
Movistar Voz	S/.9.99
Internet	S/.166.01
Movistar TV	S/.79.00
IGV 18%	S/.20.00
Total, con IGV	S/.275.00

Nota: Elaboración propia con datos Movistar.

6.4.5.Plano de centro de operaciones.

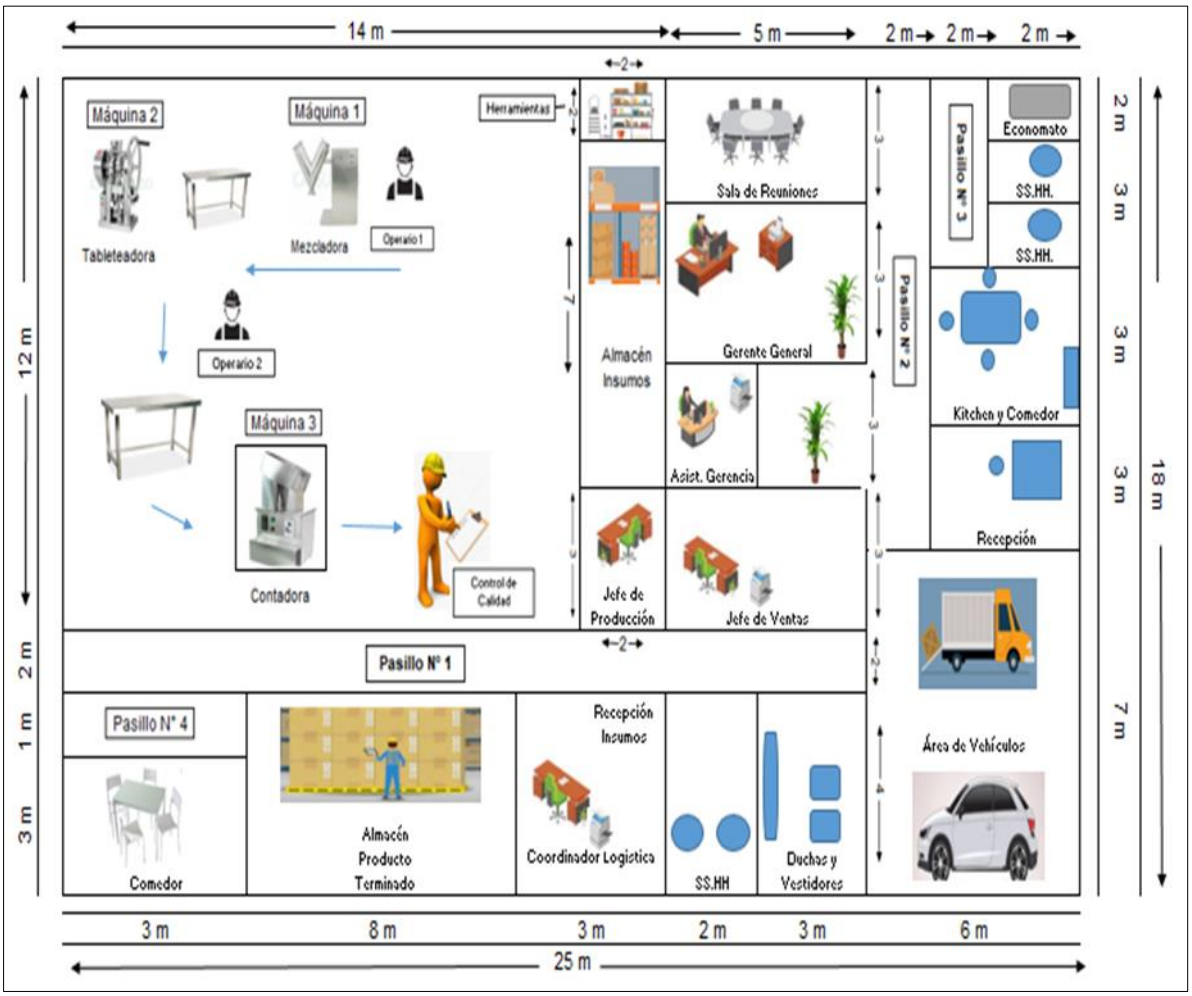


Figura 51. Plano de planta.

Elaboración propia.

6.4.6.Descripción del centro de operaciones.

La empresa y/o planta estará ubicada en Calle Augusto Durand N° 2155, distrito de San Luis, donde encontrarán las oficinas administrativas, la planta de producción y almacén.

Se procede a detallar las 3 zonas que tendrá la instalación.

Zona 1: En esta área se encuentran las oficinas administrativas, incluyendo la gerencia, paralelamente se encuentra el Kitchen, sala de reuniones, economato, recepción (puerta principal), los servicios higiénicos y dos pequeños pasillos. El área aproximada es de 130 m2.

Zona 2: En este ambiente se encuentra el área de producción, donde hallaremos las maquinarias para elaboración de producto, 1 almacén para insumos, 1 pequeño almacén para las herramientas, oficina del jefe de producción, de la misma forma un área de control de calidad. El área aproximada es de 160 m2.

Zona 3: En esta tercera zona se encuentra el almacén de productos terminados, oficina del coordinador de logística y recepción de insumos, servicios higiénicos y duchas, comedor para los operarios, 2 pasillos y el área de estacionamiento. El área aproximada es de 160 m2

6.5.Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1.Impacto ambiental.

Reciclaje

Reciclar es una actividad muy importante ya que concientiza a los colaboradores de la importancia por el cuidado del planeta y cómo podemos ayudar a reducir el impacto al medio ambiente. Esta actividad se realizará por 4 días durante el mes, en este tiempo los trabajadores reunirán todos los materiales que pueden ser reciclados, ya sea que los lleven de sus casas o los que almacenaron durante el mes en el trabajo, después estos serán llevados a lugares donde serán reciclados.

6.5.2.Con los trabajadores.

Los colaboradores son clientes internos muy importantes para el éxito de la organizacional ya que si estos trabajan haciendo suyos los objetivos de la empresa se lograrán estos de manera rápida y eficaz, es por eso que para mantenerlos motivados y cómodos con su centro laboral tomaremos las siguientes acciones:

- Capacitación sobre puesto
- Encuestas de satisfacción
- Actividad de Integración

Estas actividades contribuyen a mantener un personal capacitado para su puesto de trabajo y también para conocer su satisfacción con su puesto de trabajo, de esta manera nos ayuda a saber las posibles mejoras para cada área.

6.5.3.Con la comunidad.

Brindar charlas a la comunidad acerca de la salud bucal las cuales serán brindadas por practicantes de odontología, quienes al tener amplio conocimiento del tema serán los más capacitados para esta actividad.

Tabla 113

Calendario Anual de Actividades.

Responsabilidad Social	Costo	Periodo	2020	2021	2022	2023	2024
Charla ¨Cuidemos el planeta¨	S/50.00	Mensual	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600
Actividad de Integración	S/100.00	Mensual	S/1,200	S/1,200	S/1,200	S/1,200	S/1,200
Charla ¨Salud bucal¨	S/100.00	Mensual	S/1,200	S/1,200	S/1,200	S/1,200	S/1,200

Nota: Elaboración Propia.

Nº	Actividad	Fecha Inicio	Fecha Fin	2020															
				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Reciclaje	02/03/2020	05/03/2020																
2	Capacitaciones sobre puesto	09/03/2020	10/03/2020																
3	Encuestas de satisfacción	16/03/2020	18/03/2020																
4	Charla sobre la salud bucal	23/03/2020	27/03/2020																
5	Actividad de Integración	27/03/2020	28/03/2020																
6	Reciclaje	02/04/2020	05/04/2020																
7	Encuestas de satisfacción	16/04/2020	18/04/2020																
8	Charla sobre la salud bucal	23/04/2020	27/04/2020																
10	Actividad de Integración	27/04/2020	28/04/2020																
11	Reciclaje	02/05/2020	05/05/2020																
12	Encuestas de satisfacción	16/05/2020	18/05/2020																
13	Charla sobre la salud bucal	23/05/2020	27/05/2020																
15	Actividad de Integración	27/05/2020	28/05/2020																
16	Reciclaje	02/06/2020	05/06/2020																
17	Capacitaciones sobre puesto	09/06/2020	13/06/2020																
18	Encuestas de satisfacción	16/06/2020	18/06/2020																
19	Charla sobre la salud bucal	23/06/2020	27/06/2020																
20	Actividad de Integración	27/06/2020	28/06/2020																

Activar Windows

Figura 52.Calendario Anual de Actividades.

Elaboración propia.

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1.Inversiones

7.1.1.Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para la inversión de los activos fijos tangibles estamos considerando aquellos cuyo costo unitario sobrepase ¼ de UIT (S/1050.00). Dentro de esta inversión de activos tangibles tenemos los equipos que va a necesitar cada área y las maquinarias para poder realizar nuestro producto final.

Tabla 114
Activos fijos depreciables.

Área	Cantidad	Valor total	IGV	Total, precio
Administración		**5,608**	**1,010**	**6,618**
Laptop HP	2	S/. 3,388.14	S/609.86	S/. 3,998.00
Televisor 50"	1	S/. 1,118.64	S/201.36	S/. 1,320.00
Aire acondicionado	1	S/. 1,101.69	S/198.31	S/. 1,300.00
Ventas		**S/. 2,795.76**	**S/. 503.24**	**S/. 3,299.00**
Laptop HP	1	S/. 1,694.07	S/304.93	S/. 1,999.00
Aire acondicionado	1	S/. 1,101.69	S/198.31	S/. 1,300.00
Producción		**S/. 51,109.32**	**S/. 9,199.68**	**S/. 60,309.00**
Mezcladora de polvo V5	1	S/. 17,674.58	S/3,181.42	S/. 20,856.00
Tableteadora automática	1	S/. 20,974.58	S/3,775.42	S/. 24,750.00
Contadora	1	S/. 6,851.69	S/1,233.31	S/. 8,085.00
Laptop HP	2	S/. 3,388.14	S/609.86	S/. 3,998.00
Televisor 50"	1	S/. 1,118.64	S/201.36	S/. 1,320.00
Aire acondicionado	1	S/. 1,101.69	S/198.31	S/. 1,300.00

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 115
Resumen Activos fijos depreciables.

Activos fijos depreciables	Año 0
Administración	S/5,608.50
Producción	S/51,109.30
Ventas	S/2,795.80
Total, activos fijos	S/59,513.60
IGV	S/10,712.40
Total, activos fijos con IGV	S/70,226.00

Nota: Elaboración Propia.

7.1.2.Inversión en Activo Intangible.

Dentro de los activos intangibles estamos considerando toda la inversión relacionada con la constitución de la empresa como son las licencias, software, marcas y patentes.

Tabla 116
Inversión en Activo Intangible.

Concepto	Q	Valor total	IGV	Total, precio
Búsqueda del nombre	1	S/ 5,00		S/ 5,00
Reserva del nombre	1	S/ 20,00		S/ 20,00
Minuta y escritura publica	1	S/ 450,00	S/ 81,00	S/ 531,00
Inscripción SUNARP	1	S/ 90,00	S/ 16,20	S/ 106,20
Apertura de Cuenta Corriente	1	S/ 457,63	S/ 82,37	S/ 540,00
Legalizar libros contables	1	S/ 457,63	S/ 82,37	S/ 540,00
Búsqueda de fonética	1	S/ 26,26		S/ 26,26
Búsqueda de figurativa	1	S/ 100,60		S/ 100,60
Registro	1	S/ 453,38	S/ 81,61	S/ 534,99
Publicación en El Peruano	1	S/ 262,71	S/ 47,29	S/ 310,00
Licencia de funcionamiento Municipalidad San Luis	1	S/ 84,75		S/ 84,75
Inspección técnica de seguridad INDECI	1	S/ 450,93		S/ 450,93
Autorización sanitaria de funcionamiento de laboratorio DIGEMID	1	S/ 755,76	S/ 136,04	891,80
Inscribir en el Ministerio del trabajo	1	S/ 10,97		S/ 10,97
Libro de reclamaciones	1	S/ 33,90	S/ 6,10	S/ 40,00
Licencias Otras (Office, web, desarrollo)		S/ 549,38	S/ 98,89	
Total		**S/ 4.208,90**	**S/ 631,87**	**S/ 4.192,51**

Nota: Elaboración Propia.

7.1.3.Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Dentro de la inversión de gastos pre-operativos estamos considerando todos los gastos que se producen en el año 0 antes de empezar operaciones, dentro de estos gastos tenemos: Útiles de oficina, planilla pre- operativa, útiles de limpieza, utensilios, acondicionamiento del local, alquiler y la garantía (Gasto pre- operativo no amortizable).

Tabla 117

Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Área	Concepto	Valor total	IGV	Total, precio
Administración	Impresora Canon	S/847	S/152	S/999
Administración	Microondas	S/135	S/24	S/159
Administración	Cafetera	S/59	S/11	S/70
Administración	Hervidor	S/84	S/15	S/99
Administración	Escritorio Gerente	S/424	S/76	S/500
Administración	Escritorio	S/338	S/61	S/399
Administración	Silla de Gerente	S/84	S/15	S/99
Administración	Sillas	S/134	S/24	S/158
Administración	Escritorio recepción	S/466	S/84	S/550
Administración	Estante oficina	S/246	S/44	S/290
Administración	Pizarra	S/72	S/13	S/85
Administración	Juego de mesa y sillas	S/508	S/92	S/600
Administración	**Sueldos Personal administrativo**	S/22.72		S/22.72
Administración	**Alquiler**	S/4.58	S/824	S/5.40
Administración	**Garantías**	S/9.15	S/1.65	S/10.80
Administración	**Útiles de oficina**	S/173	S/31	S/204
Administración	**Servicios (Luz, Agua, Teléfono)**	S/7.67	S/1.38	S/9.05
Ventas	Impresora Canon	S/847	S/152	S/999
Ventas	Escritorio	S/338	S/61	S/399
Ventas	Sillas	S/67	S/12	S/79
Ventas	Estante Ventas	S/246	S/44	S/290
Ventas	Pizarra	S/21	S/4	S/25
Ventas	**Sueldos Personal de ventas**	S/3.86		S/3.86
Ventas	**Campaña de lanzamiento**	S/2.54	S/458	S/3.00
Producción	Impresora Canon	S/423	S/76	S/499
Producción	Balanza compacta	S/339	S/61	S/400
Producción	Microondas	S/135	S/24	S/159
Producción	Estante producción	S/123	S/22	S/145
Producción	Estante herramientas	S/123	S/22	S/145
Producción	Sillas producción	S/134	S/24	S/158
Producción	Escritorio Producción	S/676	S/122	S/798
Producción	Pizarra	S/21	S/4	S/25
Producción	Mesa producción	S/288	S/52	S/340
Producción	Juego de mesa y sillas	S/169	S/31	S/200
Producción	Bandeja de acero Inoxidable	S/36	S/6	S/42
Producción	Dispensador papel Higiénico	S/100	S/18	S/118
Producción	Papel higiénico 280 metros *4UND	S/75	S/13	S/88
Producción	Escobas	S/76	S/14	S/89
Producción	Mandil	S/86	S/16	S/102
Producción	Casco	S/25	S/5	S/30
Producción	Botas	S/102	S/18	S/120
Producción	Detergente liquido 5 Lt	S/50	S/9	S/59
Producción	Jabón Líquido 1lt	S/54	S/10	S/64
Producción	Alcohol en gel 1lt	S/24	S/4	S/28
Producción	Mascara quirúrgica	S/7	S/1	S/8
Producción	Gorro desechable	S/6	S/1	S/7
Producción	Bowls de acero	S/110	S/20	S/130
Producción	Cucharones de medida	S/12	S/2	S/15
Producción	Tacho reciclaje	S/320	S/58	S/378
Producción	Tacho de basura pequeño	S/84	S/15	S/100
Producción	Tacho de basura grande	S/45	S/8	S/53
Producción	Recogedor	S/9	S/2	S/11
Producción	Trapeador	S/28	S/5	S/33
Producción	Paños absorbentes	S/13	S/2	S/15
Producción	Guantes de baño	S/4	S/1	S/5
Producción	**Producción Año 0 (Sampling + Inventario inicial)**	S/22.35	S/4.02	S/26.37
Producción	**Sueldos Personal de producción**	S/10.54		S/10.54
Gastos Adecuación	Servicio de pintura por m2	S/4.05	S/729	S/4.78
Gastos Adecuación	Pintura (Litros)	S/2.16	S/389	S/2.55
Gastos Adecuación	Extintores	S/237	S/43	S/280
Gastos Adecuación	Detectores de Humo	S/480	S/86	S/566
Gastos Adecuación	Luces de emergencia	S/356	S/64	S/420
Gastos Adecuación	Señalización de seguridad	S/54	S/10	S/64
Gastos Adecuación	Instalación de Rack	S/150	S/27	S/177
Gastos Adecuación	Instalación teléfono, internet y cable.	S/10	S/2	S/12
Gastos Adecuación	Agua de mesa (Surtidor + 4 bidones)	S/71	S/13	S/84
Total, gastos pre-operativos		**S/99.755**	**S/11.25**	**S/111.030**

Nota: Elaboración Propia.

7.1.4.Inversión en Inventarios Iniciales

En el siguiente cuadro se muestra el inventario inicial la cual representa la producción del año 0, en este incluimos los insumos y la mano de obra directa.

Tabla 118
Inversión en Inventarios Iniciales.

Insumos	**Unidad**	**Dic-19**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Esencia	L	6	S/249	S/45	S/294
Xilitol	Kg	9	S/581	S/105	S/686
Goma guar	Kg	4	S/50	S/9	S/59
Carbonato de calcio	Kg	6	S/23	S/4	S/27
Eritritol	Kg	8	S/249	S/45	S/294
Bicarbonato de sodio	Kg	7	S/21	S/4	S/25
Isetionato de cocoil sódico	L	5	S/150	S/27	S/177
CIF - Materiales	**Unidad**	**Dic-19**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Empaque de lata	unidad	683	S/923	S/166	S/1.09
MOD + MOI					
Sueldo bruto personal MOD					S/1.59
Sueldo bruto personal MOI					S/10.15
			S/2.25	**S/404**	**S/14.40**

Nota: Elaboración Propia.

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

Para hallar el capital de trabajo para el primer año se utilizó el método de déficit acumulado, en los siguientes cuadros se listan todos los ingresos y egresos del primer año con lo cual nos dará los resultados para hallar el capital de trabajo.

Tabla 119

Capital de trabajo -Flujo de Caja Operativo.

Capital de trabajo	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Ventas contables.		16,848	25,272	42,120	50,544	58,968	67,392	84,240	92,664	101,088	101,088	101,088	101,088
Ventas flujos		16,848	25,272	42,120	50,544	58,968	67,392	84,240	92,664	101,088	101,088	101,088	101,088
IGV Ventas		3,033	4,549	7,582	9,098	10,614	12,131	15,163	16,680	18,196	18,196	18,196	18,196
Costo MD+CIF variable		-4,845	-7,268	-12,113	-14,535	-16,958	-19,380	-24,225	-26,648	-29,071	-29,071	-29,071	-29,071
CIF Fijo		-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925	-15,925
MOD		-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181	-3,181
Depreciación/Amortización		-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496	-496
IGV Costo de ventas		166	-271	-1,144	-1,580	-2,017	-2,453	-3,326	-3,763	-4,199	-4,199	-4,199	-4,199
Utilidad Operativa		**-7,599**	**-1,598**	**10,405**	**16,407**	**22,408**	**28,410**	**40,413**	**46,414**	**52,416**	**52,416**	**52,416**	**52,416**
Gastos administrativos Fijos		**-21,542**	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542	-21,542
Gasto de administrativos Variables		-828	-1,243	-2,071	-2,485	-2,899	-3,313	-4,142	-4,556	-4,970	-4,970	-4,970	-4,970
Depreciación/Amortización		-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451	-6,451
IGV G. Administrativo		-846	-861	-893	-908	-924	-940	-971	-986	-1,002	-1,002	-1,002	-1,002
Gastos de Venta fijos		-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524	-6,524
Gasto de ventas variables		-1,139	-1,709	-2,848	-3,418	-3,987	-4,557	-5,696	-6,266	-6,836	-6,836	-6,836	-6,836
Depreciación/Amortización													
IGV G. Ventas		-924	-993	-1,130	-1,199	-1,268	-1,336	-1,474	-1,543	-1,611	-1,611	-1,611	-1,611
EBIT		**-44,083**	**-39,066**	**-29,030**	**-24,013**	**-18,995**	**-13,978**	**-3,942**	**1,075**	**6,093**	**6,093**	**6,093**	**6,093**
Impuesto a la renta													
IGV a Pagar								-7,221	-10,388	-11,383	-11,383	-11,383	-11,383
Depreciación/amortización		6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947	6,947
Flujo de Caja Operativo		**-35,961**	**-30,074**	**-18,301**	**-12,414**	**-6,527**	**-640**	**3,912**	**6,632**	**11,523**	**11,523**	**11,523**	**11,523**
Validación IGV		1,429	2,424	4,415	5,410	6,406	7,401	2,171	-	-	-	-	-

Ajuste del Impuesto a la Renta	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Impuesto a la renta del mes		661	586	435	360	285	210	59	-16	-91	-91	-91	-91
Crédito tributario deducible		661	1,247	1,683	2,043	2,328	2,537	2,597	2,580	2,489	2,398	2,306	2,215
Impuesto a la renta a pagar													
Ajuste del Impuesto a la Renta		-253	-379	-632	-758	-885	-1,011	-1,264	-1,390	-1,516	-1,516	-1,516	-1,516

Flujo de inversiones	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Activo Fijo	**-59,514**												
IGV Activo Fijo	-10,712												
Activo Intangible	4208.9												
IGV Activo Intangible	631.9												
Gastos preoperativos (Inc. garantía alquiler)	-102,224												
IGV Gastos Preoperativos	-19210												
Capital de Trabajo Déficit Acum.	-114,247												
Capital de Trabajo Inventario Inicial (Stock Seguridad)	-2,031	-121	-242	-121	-121	-121	-242	-121	-121	-	-	-	-73
IGV Stock de Seguridad	-366												
Total, Inversiones	-303,464												
Flujo de Caja Libre o Económico	**-303,464**	**-36,082**	**-30,317**	**-18,422**	**-12,535**	**-6,648**	**-883**	**3,791**	**6,511**	**11,523**	**11,523**	**11,523**	**11,451**

Nota: Elaboración Propia.

7.1.6.Liquidación del IGV.

En este cuadro esta detallado el pago mensual de impuestos que se realizara a la SUNAT.

Tabla 120
Liquidación del IGV mensual.

Liquidación del IGV	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
IGV de ventas		3,032.64	4,549	7,582	9,098	10,614	12,131	15,163	16,680	18,196	18,196	18,196	18,196
IGV de compras		272	-249	-1,291	-1,812	-2,332	-2,853	-3,895	-4,416	-4,937	-4,937	-4,937	-4,937
IGV Activo + Stocks	-10,446												
IGV Gastos Operativos	-19,210	3,304	4,300	6,291	7,286	8,282	9,277	11,268	12,264	13,259	13,259	13,259	13,259
Crédito fiscal por IGV	-29,656	-26,352	-22,052	-15,761	-8,475	-193	9,084						
IGV a pagar							9,084	11,268	12,264	13,259	13,259	13,259	13,259

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 121
Liquidación del IGV Anual.

Liquidación del IGV	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de ventas	151,632	163,990	177,355	191,810	208,612.13
IGV de compras	-36,324	-45,270	-49,495	-54,128	-59,313
IGV Activo + Stocks	0				
IGV Gastos Operativos	115,308	118,720	127,860	137,682	149,299
Crédito fiscal por IGV	-29,656				
IGV a pagar	85,652	118,720	127,860	137,682	149,299

Nota: Elaboración Propia.

7.1.7.Resumen de estructura de inversiones.

En este cuadro podemos ver el monto total que se requiere para cada una de las inversiones y el porcentaje en función de cada monto. Tenemos el total de inversión para activo fijo tangible, activo fijo intangible, capital de trabajo y gastos pre-operativos.

Tabla 122
Resumen de estructura de inversiones.

Concepto	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo fijo tangible	S/59,513.56	S/10,712	S/70,226	12%
Capital de trabajo	S/114,247	S/ -	S/114,247	69%
Gastos pre-operativos	S/99,755	S/11,275	S/111,030	19%
Activo intangible	S/. 4,209	S/632	S/4,841	1%
Total, inversión	**S/277,725**	**S/22,620**	**S/300,344**	**100%**

Nota: Elaboración Propia.

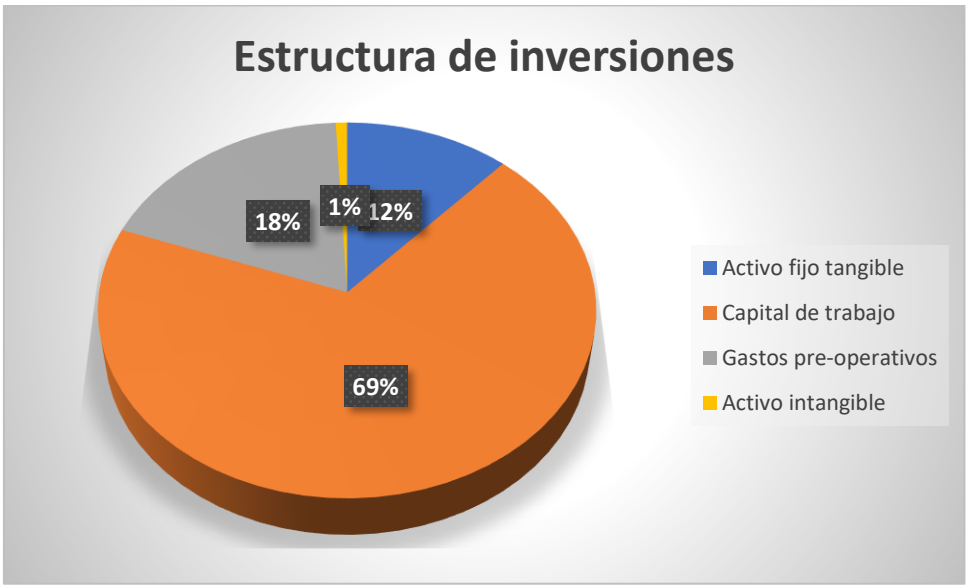


Figura 53. Estructura de inversión.

Elaboración propia.

7.2.Financiamiento

7.2.1.Estructura de financiamiento.

El monto de la inversión es de S/. 300,344 siendo deuda por activo fijo de S/. 70,226 y un capital propio de S/ 230,118.

Tabla 123
Estructura de financiamiento.

Concepto	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Capital propio	Deuda
Activo fijo tangible	S/59,514	S/10,712	S/70,226		S/70,226
Capital de trabajo	S/114,247	S/ -	S/114,247	S/114,247	
Gastos preoperativos	S/99,755	S/11,275	S/111,030	S/111,030	
Activo intangible	S/4,209	S/632	S/4,841	S/4,841	
Total, inversión	**S/277,725**	**S/22,620**	**S/300,344**	**S/230,118**	**S/70,226**

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 124
Aporte de cada socio.

APORTE DE CADA SOCIO		Participación
Socio 1	46,024	20,00%
Socio 2	46,024	20,00%
Socio 3	46,024	20,00%
Socio 4	46,024	20,00%
Socio 5	46,024	20,00%
TOTAL	**230,118**	**100,00%**

Nota: Elaboración Propia.

La relación deuda capital, es la siguiente:

Tabla 125
La relación deuda capital.

Descripción		Importe	%
Deuda con terceros	S/.	70,226.00	23
Capital Social	S/.	527,783	77
Total	**S/.**	**300,393.12**	**100**

Nota: Elaboración Propia.

7.2.2. Financiamiento del activo fijo y capital de trabajo

Nuestro proyecto financiará el activo fijo con el Banco Continental, debido a que se realizó un cuadro comparativo de tasas y el banco en mención nos ofrece una tasa de interés anual de 10%, mediante el fondo crecer que es dado por un convenio de COFIDE Y el BBVA.

Tabla 126

Cuadro comparativo de tasas de Interés.

Bancos	TEA	TEM	CUOTA MENSUAL			FUNCIONARIO	SUCURSAL
Interbank	38%	2.72%	S/.	2,628.36	80%	Edgar Urcia	Camacho
BCP	32%	2.34%	S/.	2,359.07	90%	José Portocarrero	Camacho
Continental	19%	1.46%	S/.	1,800.19	80%	Daniel Ugaz	Camacho
Fondo Crecer BBVA	10%	0.80%	S/.	1,492.00	100%		

Nota: Elaboración Propia con datos de diferentes entidades financieras en mención.

Tabla 127

Fondo crecer.

	FONDO CRECER	
Importe del préstamo	S/.	70,226
Interés anual		10.00%
Período del préstamo en años		5
Fecha inicial del préstamo		1/01/2020
Pago mensual	S/.	1,492.09
Número de pagos		60
Interés total	S/.	19,299.70
Costo total del préstamo	S/.	89,525.70

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 128

Cronograma del Préstamo.

N.º	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo final
1	1/02/2020	S/70,226.00	S/1,492.09	S/906.88	S/585.22	S/69,319.12
2	1/03/2020	S/69,319.12	S/1,492.09	S/914.44	S/577.66	S/68,404.69
3	1/04/2020	S/68,404.69	S/1,492.09	S/922.06	S/570.04	S/67,482.63
4	1/05/2020	S/67,482.63	S/1,492.09	S/929.74	S/562.36	S/66,552.89
5	1/06/2020	S/66,552.89	S/1,492.09	S/937.49	S/554.61	S/65,615.40
6	1/07/2020	S/65,615.40	S/1,492.09	S/945.30	S/546.80	S/64,670.10
7	1/08/2020	S/64,670.10	S/1,492.09	S/953.18	S/538.92	S/63,716.93
8	1/09/2020	S/63,716.93	S/1,492.09	S/961.12	S/530.97	S/62,755.80
9	1/10/2020	S/62,755.80	S/1,492.09	S/969.13	S/522.97	S/61,786.68
10	1/11/2020	S/61,786.68	S/1,492.09	S/977.21	S/514.89	S/60,809.47
11	1/12/2020	S/60,809.47	S/1,492.09	S/985.35	S/506.75	S/59,824.12
12	1/01/2021	S/59,824.12	S/1,492.09	S/993.56	S/498.53	S/58,830.56
13	1/02/2021	S/58,830.56	S/1,492.09	S/1,001.84	S/490.25	S/57,828.72
14	1/03/2021	S/57,828.72	S/1,492.09	S/1,010.19	S/481.91	S/56,818.53
15	1/04/2021	S/56,818.53	S/1,492.09	S/1,018.61	S/473.49	S/55,799.92
16	1/05/2021	S/55,799.92	S/1,492.09	S/1,027.10	S/465.00	S/54,772.83
17	1/06/2021	S/54,772.83	S/1,492.09	S/1,035.65	S/456.44	S/53,737.17
18	1/07/2021	S/53,737.17	S/1,492.09	S/1,044.29	S/447.81	S/52,692.89
19	1/08/2021	S/52,692.89	S/1,492.09	S/1,052.99	S/439.11	S/51,639.90
20	1/09/2021	S/51,639.90	S/1,492.09	S/1,061.76	S/430.33	S/50,578.14
21	1/10/2021	S/50,578.14	S/1,492.09	S/1,070.61	S/421.48	S/49,507.53
22	1/11/2021	S/49,507.53	S/1,492.09	S/1,079.53	S/412.56	S/48,427.99
23	1/12/2021	S/48,427.99	S/1,492.09	S/1,088.53	S/403.57	S/47,339.47
24	1/01/2022	S/47,339.47	S/1,492.09	S/1,097.60	S/394.50	S/46,241.87
25	1/02/2022	S/46,241.87	S/1,492.09	S/1,106.75	S/385.35	S/45,135.12
26	1/03/2022	S/45,135.12	S/1,492.09	S/1,115.97	S/376.13	S/44,019.15
27	1/04/2022	S/44,019.15	S/1,492.09	S/1,125.27	S/366.83	S/42,893.88
28	1/05/2022	S/42,893.88	S/1,492.09	S/1,134.65	S/357.45	S/41,759.24
29	1/06/2022	S/41,759.24	S/1,492.09	S/1,144.10	S/347.99	S/40,615.14
30	1/07/2022	S/40,615.14	S/1,492.09	S/1,153.64	S/338.46	S/39,461.50
31	1/08/2022	S/39,461.50	S/1,492.09	S/1,163.25	S/328.85	S/38,298.25
32	1/09/2022	S/38,298.25	S/1,492.09	S/1,172.94	S/319.15	S/37,125.31
33	1/10/2022	S/37,125.31	S/1,492.09	S/1,182.72	S/309.38	S/35,942.59
34	1/11/2022	S/35,942.59	S/1,492.09	S/1,192.57	S/299.52	S/34,750.02
35	1/12/2022	S/34,750.02	S/1,492.09	S/1,202.51	S/289.58	S/33,547.51
36	1/01/2023	S/33,547.51	S/1,492.09	S/1,212.53	S/279.56	S/32,334.97
37	1/02/2023	S/32,334.97	S/1,492.09	S/1,222.64	S/269.46	S/31,112.34
38	1/03/2023	S/31,112.34	S/1,492.09	S/1,232.83	S/259.27	S/29,879.51
39	1/04/2023	S/29,879.51	S/1,492.09	S/1,243.10	S/249.00	S/28,636.41
40	1/05/2023	S/28,636.41	S/1,492.09	S/1,253.46	S/238.64	S/27,382.95
41	1/06/2023	S/27,382.95	S/1,492.09	S/1,263.90	S/228.19	S/26,119.05
42	1/07/2023	S/26,119.05	S/1,492.09	S/1,274.44	S/217.66	S/24,844.61
43	1/08/2023	S/24,844.61	S/1,492.09	S/1,285.06	S/207.04	S/23,559.56
44	1/09/2023	S/23,559.56	S/1,492.09	S/1,295.77	S/196.33	S/22,263.79
45	1/10/2023	S/22,263.79	S/1,492.09	S/1,306.56	S/185.53	S/20,957.23
46	1/11/2023	S/20,957.23	S/1,492.09	S/1,317.45	S/174.64	S/19,639.78
47	1/12/2023	S/19,639.78	S/1,492.09	S/1,328.43	S/163.66	S/18,311.35
48	1/01/2024	S/18,311.35	S/1,492.09	S/1,339.50	S/152.59	S/16,971.85
49	1/02/2024	S/16,971.85	S/1,492.09	S/1,350.66	S/141.43	S/15,621.18
50	1/03/2024	S/15,621.18	S/1,492.09	S/1,361.92	S/130.18	S/14,259.27
51	1/04/2024	S/14,259.27	S/1,492.09	S/1,373.27	S/118.83	S/12,886.00
52	1/05/2024	S/12,886.00	S/1,492.09	S/1,384.71	S/107.38	S/11,501.29
53	1/06/2024	S/11,501.29	S/1,492.09	S/1,396.25	S/95.84	S/10,105.04
54	1/07/2024	S/10,105.04	S/1,492.09	S/1,407.89	S/84.21	S/8,697.15
55	1/08/2024	S/8,697.15	S/1,492.09	S/1,419.62	S/72.48	S/7,277.53
56	1/09/2024	S/7,277.53	S/1,492.09	S/1,431.45	S/60.65	S/5,846.08
57	1/10/2024	S/5,846.08	S/1,492.09	S/1,443.38	S/48.72	S/4,402.70
58	1/11/2024	S/4,402.70	S/1,492.09	S/1,455.41	S/36.69	S/2,947.30
59	1/12/2024	S/2,947.30	S/1,492.09	S/1,467.53	S/24.56	S/1,479.76
60	1/01/2025	S/1,479.76	S/1,492.09	S/1,479.76	S/12.33	S/0.00
	Total		**S/89,525.70**	**S/70,226.00**	**S/19,299.70**	

Nota: Banco Continental-

Tabla 129

Resumen Préstamo.

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamo	70,226					
Amortización		-11,395	-12,589	-13,907	-15,363	-16,972
Interés		-6,510	-5,316	-3,998	-2,542	-933
Total	**70,226**	**-17,905**	**-17,905**	**-17,905**	**-17,905**	**-17,905**
Escudo Fiscal		**-1,920**	**-1,568**	**-1,179**	**-750**	**-275**

Nota: Banco Continental.

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

A continuación, se detallan nuestros ingresos anuales, el punto de partida donde será el programa de ventas anuales por producto; a la vez se aprecian de manera mensual.

Tabla 130
Ventas.

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menta	S/. 673,925	S/. 728,850	S/. 788,252	S/. 852,494	S/. 921,972
Hierba buena	S/. 168,475	S/. 182,205	S/. 197,055	S/. 213,115	S/. 230,484
Valor venta	**S/. 842,400**	**S/. 911,056**	**S/. 985,307**	**S/. 1,065,609**	**S/. 1,152,456**
IGV	**S/. 151,632**	**S/. 163,990**	**S/. 177,355**	**S/. 191,810**	**S/. 207,442**
Total	**S/. 994,032**	**S/. 1,075,046**	**S/. 1,162,662**	**S/. 1,257,419**	**S/. 1,359,898**

Nota: Elaboración propia.

Tabla 131
Ventas Mensual.

Ventas	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Menta	13,479	20,218	33,696	40,436	47,175	53,914	67,393	74,132	80,871	80,871	80,871	80,871	673,925
H. Buena	3,369	5,054	8,424	10,108	11,793	13,478	16,847	18,532	20,217	20,217	20,217	20,217	168,475
V. Venta	16,848	25,272	42,120	50,544	58,968	67,392	84,240	92,664	101,088	101,088	101,088	101,088	842,400
IGV	3,033	4,549	7,582	9,098	10,614	12,131	15,163	16,680	18,196	18,196	18,196	18,196	151,632
Total	**19,881**	**29,821**	**49,702**	**59,642**	**69,582**	**79,523**	**99,403**	**109,344**	**119,284**	**119,284**	**119,284**	**119,284**	**994,032**

Nota: Elaboración propia.

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

Se puede observar el importe que se necesita para el capital de trabajo para cada año, de la misma forma para la recuperación del capital para el año 5.

Tabla 132
Recuperación de capital de trabajo.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión capital de trabajo	-114,247	-3,317	-437	-1,173	-1,286	
Recuperación de capital de trabajo						6,212

Nota: Elaboración propia.

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Este cuadro representara, el monto de la depreciación acumulada de la maquinaria y equipos es igual al valor en libros, y teniendo aun vida útil dicha maquinaria y equipo para ser utilizada en el proceso productivo, se establece un valor de salvamiento respectivo.

Tabla 133
Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Depreciación	Valor inicial	Vida útil	Depreciación acumulada	Valor en libros	Valor en Mercado	U/P antes de Imp.	Valor de desecho
Administración	**S/. 7,318**		**S/. 5,658**	**S/. 1,660**	**S/. 1,028**	**S/. -632**	**S/. -818**
Laptops	S/. 3,998	4	S/. 3,998	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Central telefónica	S/. 2,000	10	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 500	S/. -500	S/. -648
TV	S/. 1,320	10	S/. 660	S/. 660	S/. 528	S/. -132	S/. -171
Producción	**S/. 59,009**		**S/. 31,504**	**S/. 27,506**	**S/. 22,004**	**S/. -5,501**	**S/. -7,124**
Mezcladora de polvo V5	S/. 20,856	10	S/. 10,428	S/. 10,428	S/. 8,342	S/. -2,086	S/. -2,701
Tableteadora automática	S/. 24,750	10	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 9,900	S/. -2,475	S/. -3,205
Contadora	S/. 8,085	10	S/. 4,043	S/. 4,043	S/. 3,234	S/. -809	S/. -1,047
Laptop	S/. 3,998	4	S/. 3,998	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
TV	S/. 1,320	10	S/. 660	S/. 660	S/. 528	S/. -132	S/. -171
Ventas	**S/. 1,999**		**S/. 1,999**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. -**
Laptop	S/. 1,999	4	S/. 1,999	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
						Valor	**S/. -7,942**
						IGV	**S/. -1,430**
						Valor de desecho	**S/. -9,372**

Nota: Elaboración propia.

7.4.Costos y gastos anuales

7.4.1.Egresos desembolsables

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

El cuadro presenta el costo de los insumos requeridos en los años 2019 a 2024 para el proceso productivo, así como el costo mensual para el primer año.

Tabla 134
Presupuesto Insumos.

Insumos (S/)	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Esencia	S/249	S/23,021	S/23,991	S/25,141	S/26,346	S/27,663
Xilitol	S/581	S/53,711	S/55,975	S/58,657	S/61,467	S/64,541
Goma guar	S/50	S/4,607	S/4,801	S/5,031	S/5,272	S/5,535
Carbonato de calcio	S/23	S/2,139	S/2,229	S/2,336	S/2,448	S/2,570
Eritritol	S/249	S/23,021	S/23,991	S/25,141	S/26,346	S/27,663
Bicarbonato de sodio	S/21	S/1,965	S/2,048	S/2,146	S/2,249	S/2,361
Isetionato de cocoil sódico	S/150	S/13,887	S/14,473	S/15,166	S/15,893	S/16,687
Total, sin IGV	**S/1,323**	**S/122,353**	**S/127,508**	**S/133,618**	**S/140,020**	**S/147,021**
IGV	**S/238**	**S/22,023**	**S/22,951**	**S/24,051**	**S/25,204**	**S/26,464**
Total, con IGV	**S/1,562**	**S/144,376**	**S/150,459**	**S/157,669**	**S/165,224**	**S/173,485**

Nota: Elaboración propia.

Tabla 135

Presupuesto Materia prima.

Materia prima	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Esencia	249	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	23021
Xilitol	581	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	4476	53711
Goma guar	50	1152	0	0	1152	0	0	1152	0	0	1152	0	0	4607
Carbonato de calcio	23	535	0	0	535	0	0	535	0	0	535	0	0	2139
Eritritol	249	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	1918	23021
Bicarbonato de sodio	21	491	0	0	491	0	0	491	0	0	491	0	0	1965
Isetionato de cocoil sódico	150	3472	0	0	3472	0	0	3472	0	0	3472	0	0	13887
Total, Valor venta	1323	13962	8313	8313	13962	8313	8313	13962	8313	8313	13962	8313	8313	122353
IGV	238	2513	1496	1496	2513	1496	1496	2513	1496	1496	2513	1496	1496	22023
Total, Venta	**1562**	**16476**	**9809**	**9809**	**16476**	**9809**	**9809**	**16476**	**9809**	**9809**	**16476**	**9809**	**9809**	**144376**

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

En los siguientes cuadros se aprecian los costos de mano de obra directa, el cual se incluyen sueldo de operarios, así todos sus beneficios de acuerdo a ley y el régimen de una PYME.

Tabla 136

Trabajadores.

Puesto	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Gratificación (Jul - Dic)	ESSALUD 9% Anual	CTS	Anual x Trab	SCTR
Operario	S/. 1,300	S/. 15,600	S/. 1,300	S/. 1,521	S/. 650	S/. 19,086	S/. 15

Nota: Elaboración propia.

Tabla 137
Costo MOD.

COSTOS MOD	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad Obreros	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**	**3**
Planilla	1,594	S/. 19,086	S/. 19,086	S/. 19,276	S/. 19,469	S/. 19,664
TOTAL, COSTO MOD	**S/3,188**	**S/38,171**	**S/38,171**	**S/38,553**	**S/58,408**	**S/58,992**

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.

En los siguientes cuadros se detallan los presupuestos anuales de mano de costos indirectos identificados según su naturaleza, necesario para todo el tiempo de vida del proyecto.

Tabla 138
Presupuesto de costos indirectos.

CIF	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOI	S/10,154	S/121,854	S/121,854	S/121,854	S/121,854	S/121,854
Materiales Indirectos	S/923	S/85,297	S/88,891	S/93,151	S/97,614	S/102,495
Servicios	S/1,582	S/18,983	S/22,400	S/22,400	S/22,400	S/22,400
Mantenimiento		S/3,880	S/4,578	S/4,578	S/4,578	S/4,578
Alquiler	S/3,051	S/36,610	S/43,200	S/43,200	S/43,200	S/43,200
Transporte	S/1,322	S/15,864	S/18,720	S/18,720	S/18,720	S/18,720
Seguro PYME	S/35	S/417	S/417	S/417	S/417	S/417
Servicio de IT Prod	S/102	S/1,220	S/1,220	S/1,220	S/1,220	S/1,220
Limpieza	S/1,130	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559
Vigilancia	S/1,130	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559
Total, CIF sin IGV	**S/19,428**	**S/311,245**	**S/328,399**	**S/332,659**	**S/337,122**	**S/342,003**
IGV	**S/1,503**	**S/18,737**	**S/21,178**	**S/21,178**	**S/21,178**	**S/21,178**

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

A continuación, detallamos los presupuestos anuales de los gastos administrativos identificados según su naturaleza, necesario para los 5 años de tiempo de vida del proyecto.

Tabla 139

Cantidad de trabajadores.

Puesto	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Gratificación (Jul - Dic)	ESSALUD 9% Anual	CTS	Anual x Trab	Trabj	Total
Gerente General	S/. 12,000	S/. 144,000	S/. 12,000	S/. 14,040	S/. 6,000	S/.176,040	1	S/.176,040
Asistente de gerencia	S/. 2,200	S/. 26,400	S/. 2,200	S/. 2,574	S/. 1,100	S/. 32,274	1	S/. 32,274
Jefe de Administración y Finanzas	S/. 6,500	S/. 78,000	S/. 6,500	S/. 7,605	S/.3,250	S/. 95,355	1	S/.95,355
	S/. 20,700	**S/. 248,400**	**S/. 20,700**	**S/. 24,219**	**S/. 10,350**	**S/. 303,669**	**3**	**S/. 303,669**

Nota: Elaboración propia

Tabla 140

Presupuesto de gastos de administración.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	S/. 208,314	S/. 210,397	S/. 212,501	S/. 309,981	S/. 313,081
Bonos	S/. 9,940	S/. 10,750	S/. 11,627	S/. 12,574	S/. 13,599
Sub-total	**S/. 218,254**	**S/. 221,148**	**S/. 224,128**	**S/. 322,555**	**S/. 326,680**
Otros Gastos					
Útiles de oficina	S/. 4,800	S/. 5,280	S/. 5,808	S/. 6,389	S/. 7,028
Mantenimiento de equipos	S/. 6,480	S/. 6,480	S/. 6,480	S/. 6,480	S/. 6,480
Servicios (Agua y luz)	S/. 6,720	S/. 6,720	S/. 6,720	S/. 6,720	S/. 6,720
Comunicaciones (Teléf., internet, cable)	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300	S/. 3,300
Alquiler	S/. 12,960	S/. 12,960	S/. 12,960	S/. 12,960	S/. 12,960
Asesoría Legal	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000
Outsourcing Contable	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200
Servicio de IT administración	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 1,440
Servicio de IT computo	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720
Limpieza	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
Vigilancia	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
Sub-total	**S/. 59,220**	**S/. 59,700**	**S/. 60,228**	**S/. 60,809**	**S/. 61,448**
Total	**S/. 277,474**	**S/. 280,848**	**S/. 284,356**	**S/. 383,364**	**S/. 388,128**

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

A continuación, detallamos los presupuestos anuales de los gastos de ventas identificados según su naturaleza, necesario para los 5 años de tiempo de vida del proyecto.

Tabla 141
Trabajadores de Ventas.

Puesto	Remuneración Mensual	Comisión por venta	Remuneración Anual	Gratificación (Jul - Dic)	ESSALUD 9% Anual	CTS	Anual x Trab	Trabj	Total
Jefe comercial y ventas	S/. 3,500	S/. 1,260	S/. 43,260	S/. 4,760	S/. 4,322	S/. 2,380	S/. 54,722	1	S/. 54,722
	S/. 3,500	S/. 1,260	S/. 43,260	S/. 4,760	S/. 4,322	S/. 2,380	S/. 54,722	1	S/. 54,722

Nota: Elaboración propia.

Tabla 142

Presupuesto de gastos de ventas.

Concepto	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Salarios		S/. 54,721.80	S/. 54,721.80	S/. 54,721.80	S/. 54,721.80	S/. 54,721.80
Total, I		**S/. 54,721.80**	**S/. 54,721.80**	**S/. 54,721.80**	**S/. 54,721.80**	**S/. 54,721.80**
Otros GASTOS DE VENA	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Community Manager		S/. 5,748.00	S/. 5,748.00	S/. 5,748.00	S/. 5,748.00	S/. 5,748.00
Servicios (Agua y luz)		S/. 4,480.00	S/. 4,480.00	S/. 4,480.00	S/. 4,480.00	S/. 4,480.00
Alquiler		S/. 8,640.00	S/. 8,640.00	S/. 8,640.00	S/. 8,640.00	S/. 8,640.00
Promoción 2 x 1 (159 unidades)		S/. 1,908.00	S/. 1,908.00	S/. 1,908.00	S/. 1,908.00	S/. 1,908.00
Limpieza		S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00
Vigilancia		S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00
Total, II		**S/. 27,176.00**	**S/. 27,176.00**	**S/. 27,176.00**	**S/. 27,176.00**	**S/. 27,176.00**
Resumen incluido IGV	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Total, I, no aplica IGV, gasto fijo		S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722
Total, II, aplica IGV, gasto fijo		S/. 27,176	S/. 27,176	S/. 27,176	S/. 27,176	S/. 27,176
Total, General incluido IGV		**S/. 91,808**	**S/. 92,616**	**S/. 93,490**	**S/. 94,434**	**S/. 95,456**
Resumen S/IGV	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Total, I, no aplica IGV, gasto fijo		S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722	S/. 54,722
Total, II, aplica IGV, gasto fijo		S/. 23,031	S/. 23,031	S/. 23,031	S/. 23,031	S/. 23,031
Total, General s/IGV		**S/. 86,151**	**S/. 86,836**	**S/. 87,576**	**S/. 88,376**	**S/. 89,242**

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación.

En el siguiente cuadro se muestra el valor en soles de la depreciación según su naturaleza

Tabla 143
Depreciación.

Depreciación	Valor inicial	Vida útil	Depreciación acumulada	Valor en libros
Administración	**S/. 7,318**		**S/. 5,658**	**S/. 1,660**
Laptops	S/. 3,998	4	S/. 3,998	S/. -
Central telefónica	S/. 2,000	10	S/. 1,000	S/. 1,000
TV	S/. 1,320	10	S/. 660	S/. 660
Producción	**S/. 59,009**		**S/. 31,504**	**S/. 27,506**
Mezcladora de polvo V5	S/. 20,856	10	S/. 10,428	S/. 10,428
Tableteadora automática	S/. 24,750	10	S/. 12,375	S/. 12,375
Contadora	S/. 8,085	10	S/. 4,043	S/. 4,043
Laptop	S/. 3,998	4	S/. 3,998	S/. -
TV	S/. 1,320	10	S/. 660	S/. 660
Ventas	**S/. 1,999**		**S/. 1,999**	**S/. -**
Laptop	S/. 1,999	4	S/. 1,999	S/. -

Nota: Elaboración propia

Tabla 144
Depreciación Anual.

Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración	**1,332**	**1,332**	**1,332**	**1,332**	**332**
Laptops	1,000	1,000	1,000	1,000	-
Central telefónica	200	200	200	200	200
TV	132	132	132	132	132
Producción	**6,501**	**6,501**	**6,501**	**6,501**	**5,501**
Mezcladora de polvo V5	2,086	2,086	2,086	2,086	2,086
Tableteadora automática	2,475	2,475	2,475	2,475	2,475
Contadora	809	809	809	809	809
Laptop	1,000	1,000	1,000	1,000	-
TV	132	132	132	132	132
Ventas	**500**	**500**	**500**	**500**	**-**
Laptop	500	500	500	500	-
Total	**8,332**	**8,332**	**8,332**	**8,332**	**5,833**

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

se muestra el valor en soles de la amortización según su naturaleza.

Tabla 145
Amortización - Activo intangible.
Amortización - Activo intangible

Concepto	Q	Valor total	IGV	Total precio
Búsqueda del nombre	1	S/5.00		S/5.00
Reserva del nombre	1	S/20.00		S/20.00
Minuta y escritura publica	1	S/450.00	S/81.00	S/531.00
Inscripción SUNARP	1	S/90.00	S/16.20	S/106.20
Apertura de Cuenta Corriente	1	S/457.63	S/82.37	S/540.00
Legalizar libros contables	1	S/457.63	S/82.37	S/540.00
Búsqueda de fonética	1	S/26.26		S/26.26
Búsqueda de figurativa	1	S/100.60		S/100.60
Registro	1	S/453.38	S/81.61	S/534.99
Publicación en El Peruano	1	S/262.71	S/47.29	S/310.00
Licencia de funcionamiento Municipalidad San Luis	1	S/84.75		S/84.75
Inspección técnica de seguridad INDECI	1	S/450.93		S/450.93
Autorización sanitaria de funcionamiento de laboratorio DIGEMID	1	S/755.76	S/136.04	S/891.80
Inscribir en el Ministerio del trabajo	1	S/10.97		S/10.97
Libro de reclamaciones	1	S/33.90	S/6.10	S/40.00
Total		**S/3,659.53**	**S/532.98**	**S/4,192.51**

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

En el siguiente cuadro mostramos el valor en soles de los gastos por activos fijos no depreciables en cada año de duración del proyecto.

Tabla 146
Activo fijo no depreciable.
Activo fijo no depreciable

Área	Concepto	Valor total	IGV	Total precio
Administración	Impresora Canon	S/847	S/152	S/999
Administración	Microondas	S/135	S/24	S/159
Administración	Cafetera	S/59	S/11	S/70
Administración	Hervidor	S/84	S/15	S/99
Administración	Escritorio Gerente	S/424	S/76	S/500
Administración	Escritorio	S/338	S/61	S/399
Administración	Silla de Gerente	S/84	S/15	S/99
Administración	Sillas	S/134	S/24	S/158
Administración	Escritorio recepción	S/466	S/84	S/550
Administración	Estante oficina	S/246	S/44	S/290
Administración	Pizarra	S/72	S/13	S/85
Administración	Juego de mesa y sillas	S/508	S/92	S/600
Administración	Sueldos Personal administrativo	S/22,718		S/22,718
Ventas	Impresora Canon	S/847	S/152	S/999
Ventas	Escritorio	S/338	S/61	S/399
Ventas	Sillas	S/67	S/12	S/79
Ventas	Estante Ventas	S/246	S/44	S/290
Ventas	Pizarra	S/21	S/4	S/25
Ventas	Sueldos Personal de ventas	S/3,860		S/3,860
Producción	Impresora Canon	S/423	S/76	S/499
Producción	Balanza compacta	S/339	S/61	S/400
Producción	Microondas	S/135	S/24	S/159
Producción	Estante producción	S/123	S/22	S/145
Producción	Estante herramientas	S/123	S/22	S/145
Producción	Sillas producción	S/134	S/24	S/158
Producción	Escritorio Producción	S/676	S/122	S/798
Producción	Pizarra	S/21	S/4	S/25
Producción	Mesa producción	S/288	S/52	S/340
Producción	Juego de mesa y sillas	S/169	S/31	S/200
Producción	Bandeja de acero Inoxidable	S/36	S/6	S/42
Producción	Dispensador papel Higiénico	S/100	S/18	S/118
Producción	Papel higiénico 280metros *4UND	S/75	S/13	S/88
Producción	Escobas	S/76	S/14	S/89
Producción	Mandil	S/86	S/16	S/102
Producción	Casco	S/25	S/5	S/30
Producción	Botas	S/102	S/18	S/120
Producción	Detergente liquido 5 Lt	S/50	S/9	S/59
Producción	Jabón Líquido 1lt	S/54	S/10	S/64
Producción	Alcohol en gel 1lt	S/24	S/4	S/28
Producción	Mascara quirúrgica	S/7	S/1	S/8
Producción	Gorro desechable	S/6	S/1	S/7
Producción	Bowls de acero	S/110	S/20	S/130
Producción	Cucharones de medida	S/12	S/2	S/15
Producción	Tacho reciclaje	S/320	S/58	S/378
Producción	Tacho de basura pequeño	S/84	S/15	S/100
Producción	Tacho de basura grande	S/45	S/8	S/53
Producción	Recogedor	S/9	S/2	S/11
Producción	Trapeador	S/28	S/5	S/33
Producción	Paños absorbentes	S/13	S/2	S/15
Producción	Guantes de baño	S/4	S/1	S/5
Producción	Producción Año 0	S/2,246	S/404	S/2,650
Producción	Sueldos Personal de producción	S/9,600		S/9,600
Gastos Adecuación	Servicio de pintura por m2	S/4,050	S/729	S/4,779
Gastos Adecuación	Pintura (Litros)	S/2,160	S/389	S/2,549
Gastos Adecuación	Extintores	S/237	S/43	S/280
Gastos Adecuación	Detectores de Humo	S/480	S/86	S/566
Gastos Adecuación	Luces de emergencia	S/356	S/64	S/420
Gastos Adecuación	Señalización de seguridad	S/54	S/10	S/64
Gastos Adecuación	Instalación de Rack	S/150	S/27	S/177
Gastos Adecuación	Instalación teléfono, internet y cable.	S/10	S/2	S/12
Gastos Adecuación	Agua de mesa (Surtidor + 4 bidones)	S/71	S/13	S/84
Total, gastos pre-operativos		S/54,605	S/3,317	S/57,922

Nota: Elaboración propia.

7.4.3.Costo de producción unitario y costo total unitario.

A continuación, se detalla los costos de producción, totales y margen de operación unitario

Tabla 147

Costo de producción unitario y costo total unitario.

Costos MP	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Menta	S/. 1,059	S/. 97,883	S/. 102,007	S/. 106,895	S/. 112,017	S/. 117,618
Hierba buena	S/. 265	S/. 24,470	S/. 25,501	S/. 26,723	S/. 28,003	S/. 29,403
TOTAL, COSTO MP	**S/. 1,323**	**S/. 122,353**	**S/. 127,508**	**S/. 133,618**	**S/. 140,020**	**S/. 147,021**
IGV MP	**S/. 238**	**S/. 22,023**	**S/. 22,951**	**S/. 24,051**	**S/. 25,204**	**S/. 26,464**
COSTOS MOD	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Cantidad Obreros	**1**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
Planilla	1,594	S/. 19,086	19,276	19,469	19,664	19,861
TOTAL, COSTO MOD	**S/1,594**	**S/38,171**	**S/38,553**	**S/38,938**	**S/39,328**	**S/39,721**

CIF	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
MOI	S/10,154	S/121,854	S/123,072	S/124,303	S/125,546	S/126,802
Materiales Indirectos	S/923	S/85,297	S/88,891	S/93,151	S/97,614	S/102,495
Servicios	S/1,582	S/18,983	S/18,983	S/18,983	S/18,983	S/18,983
Mantenimiento		S/3,880	S/3,880	S/3,880	S/3,880	S/3,880
Alquiler	S/3,051	S/36,610	S/36,610	S/36,610	S/36,610	S/36,610
Transporte	S/1,322	S/15,864	S/15,864	S/15,864	S/15,864	S/15,864
Seguro PYME	S/35	S/417	S/417	S/417	S/417	S/417
ST- IT Prod	S/102	S/1,220	S/1,220	S/1,220	S/1,220	S/1,220
ST - Limpieza	S/1,130	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559
ST - Vigilancia	S/1,130	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559	S/13,559
Total CIF sin IGV	**S/19,428**	**S/311,245**	**S/316,057**	**S/321,548**	**S/327,254**	**S/333,390**
IGV	**S/1,503**	**S/18,737**	**S/18,737**	**S/18,737**	**S/18,737**	**S/18,737**
Costo de ventas	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
MP	S/. 1,323	S/. 122,353	S/. 127,508	S/. 133,618	S/. 140,020	S/. 147,021
MOD	S/1,594	S/38,171	S/38,553	S/38,938	S/39,328	S/39,721
CIF	S/19,428	S/311,245	S/316,057	S/321,548	S/327,254	S/333,390
Costos de ventas	**S/. 22,346**	**S/. 471,769**	**S/. 482,118**	**S/. 494,104**	**S/. 506,602**	**S/. 520,132**
Costo de ventas unitario	**S/. 33**	**S/. 7.5**	**S/. 7.3**	**S/. 7.2**	**S/. 7.0**	**S/. 6.9**
MP	S/1,562	S/144,376	S/150,459	S/157,669	S/165,224	S/173,485
MOD	S/1,594	S/38,171	S/38,553	S/38,938	S/39,328	S/39,721
CIF	S/20,931	S/329,982	S/334,794	S/340,284	S/345,991	S/352,127
C. Ventas incluido IGV	**S/24,087**	**S/512,529**	**S/523,806**	**S/536,892**	**S/550,543**	**S/565,333**

Nota: Elaboración propia.

7.4.4.Costos fijos y variables unitarios.

En los siguientes cuadros detallaremos los Costos variables y fijos expresados en soles durante la vida del proyecto.

Tabla 148
.Costos fijos y variables unitarios.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (Unidades)	**683**	**63,183**	**65,845**	**69,001**	**72,307**	**75,922**
		COSTO VARIABLE				
Materia Prima	1,323	122,353	127,508	133,618	140,020	147,021
Materiales Indirectos	923	85,297	88,891	93,151	97,614	102,495
Servicios	1,582	18,983	18,983	18,983	18,983	18,983
Transporte	1,322	15,864	15,864	15,864	15,864	15,864
Comisiones		27,580	28,390	29,267	30,214	31,239
TOTAL, CV	**5,150**	**270,078**	**279,637**	**290,883**	**302,696**	**315,603**
TOTAL, CVU	**7.54**	**4.27**	**4.25**	**4.22**	**4.19**	**4.16**
		COSTO FIJO				
Mano de obra directa	1,594	38,171	38,553	38,938	39,328	39,721
CIF Fijos	15,602	191,100	192,319	193,549	194,792	196,048
Gastos administrativos	-	258,500	258,500	258,500	353,855	353,855
Gastos de ventas	-	78,291	78,291	78,291	78,291	78,291
Depreciación	-	8,332	8,332	8,332	8,332	5,833
Amortización	-	-	25,991	25,991	25,991	25,991
Costo fijo - Total	**15,602**	**536,224**	**563,433**	**564,664**	**661,262**	**660,019**
Costo fijo unitario	**22.83**	**8.49**	**8.56**	**8.18**	**9.15**	**8.69**
Costo total (en soles)	**20,752**	**806,301**	**843,070**	**855,547**	**963,958**	**975,621**
Costo unitario (en soles)	**30.4**	**12.8**	**12.8**	**12.4**	**13.3**	**12.9**

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

Las premisas para la elaboración de los estados financieros:

Todos los importes deben estar en la moneda soles

Todo se compra y vende en el mismo periodo

Los estados ganancias y pérdidas no incluyen IGV

Para los flujos de caja económico y financiero, se incluyen IGV neto a pagar (IGV ventas-IGV compras)

El impuesto a la renta utilizado es del 29.50%

Se consideró 5 años para el desarrollo del proyecto

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

En los Estados de Ganancias y pérdidas; podremos observar los cálculos de los resultados de cada año (1 al 5) no considerando en uno de ellos, los Gastos Financieros y el Escudo Fiscal; y en el otro caso considerando ambos. En ninguno de ellos se considera el IGV.

Tabla 149
Estado de resultado.

ESTADOS DE GANANCIAS Y PERDIDAS SIN GF

Concepto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingresos de Venta	S/.842,400	S/.911,056	S/.985,307	S/.1,065,609	S/.1,152,456
Costos de Venta	S/.494,114	S/.482,118	S/.494,104	S/.506,602	S/.520,132
Utilidad Bruta	**S/.348,286**	**S/.428,938**	**S/.491,203**	**S/.559,007**	**S/.632,324**
Gastos de Venta	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291
Gastos Administrativos	S/.268,441	S/.269,251	S/.270,127	S/.366,430	S/.367,454
Depreciación	S/.19,301	S/.19,301	S/.19,301	S/.0	S/.0
Amortización	S/.77,409				
Utilidad Operativa	**S/.95,157**	**S/.62,094**	**S/.123,483**	**S/.114,286**	**S/.186,578**
Pérdida del año anterior		S/.95,157	S/.33,063		
Utilidad antes de impuestos	S/.95,157	S/.33,063	S/.90,421	S/.114,286	S/.186,578
Impuesto a la renta	S/.0	S/.0	S/.26,674	S/.33,714	S/.55,041
Utilidad Neta	**S/.95,157**	**S/.33,063**	**S/.63,747**	**S/.80,572**	**S/.131,538**

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 150
Estado de Resultados con GF.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Venta	S/.842,400	S/.911,056	S/.985,307	S/.1,065,609	S/.1,152,456
Costos de Venta	S/.494,114	S/.482,118	S/.494,104	S/.506,602	S/.520,132
Utilidad Bruta	**S/.348,286**	**S/.428,938**	**S/.491,203**	**S/.559,007**	**S/.632,324**
Gastos de Venta	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291	S/.78,291
Gastos Administrativos	S/.268,441	S/.269,251	S/.270,127	S/.366,430	S/.367,454
Depreciación	S/.19,301	S/.19,301	S/.19,301	S/.0	S/.0
Amortización	S/.77,409	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0
Utilidad Operativa	**S/.95,157**	**S/.62,094**	**S/.123,483**	**S/.114,286**	**S/.186,578**
Gastos Financieros	S/.17,905	S/.17,905	S/.17,905	S/.17,905	S/.17,905
Pérdida del año anterior		S/.113,062	S/.68,873		
Utilidad antes de impuestos	**S/.113,062**	**S/.68,873**	**S/.36,705**	**S/.96,381**	**S/.168,673**
Impuesto a la renta	S/.0	S/.0	S/.10,828	S/.28,432	S/.49,759
Utilidad Neta	**S/.113,062**	**S/.68,873**	**S/.25,877**	**S/.67,949**	**S/.118,914**

Nota: Elaboración propia.

8.4.Flujo de Caja Operativo.

Tabla 151
Flujo de Caja Operativo.

Flujo de Caja Operativo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ventas contables.	842,400	911,056	985,307	1,065,609	1,152,456
Ventas flujos	842,400	911,056	985,307	1,065,609	1,152,456
IGV Ventas	151,632	163,990	177,355	191,810	207,442
Costo MD+CIF variable	-242,255	-251,498	-274,972	-300,712	-329,516
CIF Fijo	-191,100	-192,319	-192,319	-192,319	-192,319
MOD	-38,171	-38,553	-38,938	-39,328	-39,721
Depreciación/Amortización	-5,951	-5,951	-5,951	-5,951	-5,951
IGV Costo de ventas	-31,185	-32,681	-36,902	-41,530	-46,710
Utilidad Operativa	**364,923**	**422,735**	**473,127**	**527,300**	**584,950**
Gastos administrativos Fijos	-258,500	-258,500	-258,500	-353,855	-353,855
Gasto de administrativos Variables	-41,418	-10,750	-11,627	-12,574	-13,599
Depreciación/Amortización	-77,409				
IGV G. Administrativo	-11,337	-10,178	-10,211	-13,851	-13,890
Gastos de Venta fijos	-78,291	-78,291	-78,291	-78,291	-78,291
Gasto de ventas variables	-56,964	-32,848	-35,484	-38,391	-40,939
Depreciación/Amortización					
IGV G. Ventas	-16,312	-13,403	-13,721	-14,072	-14,379
EBIT	**-147,660**	**42,345**	**89,224**	**44,187**	**98,265**
Impuesto a la renta	0				-21,875
IGV a Pagar	-63,142	-118,720	-127,860	-137,682	-149,299
Depreciación/amortización	83,361	5,951	5,951	5,951	5,951
Flujo de Caja Operativo	**-34,643**	**37,304**	**83,836**	**34,814**	**87,380**

Nota: Elaboración propia.

8.5.Flujo de Capital.

Tabla 152
Flujo de Caja.

Flujo de inversiones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Fijo					**9,372**
IGV Activo Fijo					1,170
Activo Intangible					
IGV Activo Intangible					
Gastos preoperativos (incluye garantía alquiler)					4,500
IGV Gastos Preoperativos					
Capital de Trabajo Déficit Acumulado					
Capital de Trabajo Inventario Inicial (Stock Seg.)	-3,317	-437	-1,173	-1,286	6,212
IGV Stock de Seguridad					
Total, Inversiones	**-3,317**	**-437**	**-1,173**	**-1,286**	**21,254**

Nota: Elaboración propia.

8.6.Flujo de Caja Económico.

Tabla 153
Flujo de Caja.

Flujo de inversiones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Fijo					**9,372**
IGV Activo Fijo					1,170
Activo Intangible					
IGV Activo Intangible					
Gastos preoperativos (incluye garantía alquiler)					4,500
IGV Gastos Preoperativos					
Capital de Trabajo Déficit Acumulado					
Capital de Trabajo Inventario Inicial (Stock Seg)	-3,317	-437	-1,173	-1,286	6,212
IGV Stock de Seguridad					
Total, Inversiones	**-3,317**	**-437**	**-1,173**	**-1,286**	**21,254**
Flujo de Caja Libre o Económico	**-37,960**	**36,867**	**82,664**	**33,528**	**108,634**

Nota: Elaboración propia.

8.7.Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 154
Cronograma de pagos Financiamiento.

Cronograma de pagos Financiamiento	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Saldo	58,723	46,070	32,152	16,841	
Amortización	11,503	12,653	13,918	15,310	16,841
Interés	6,224	5,074	3,808	2,417	886
Cuota	**17,727**	**17,727**	**17,727**	**17,727**	**17,727**
Escudo Fiscal Intereses	1,671	1,497	1,124	713	261
Total, Flujo de Caja del Financiamiento	**-16,056**	**-16,230**	**-16,603**	**-17,014**	**-17,466**

Nota: Elaboración propia.

8.8.Flujo de Caja Financiero.

Tabla 155
Flujo de Caja financiero.

Cronograma de pagos Financiamiento	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	
Saldo	58,723	46,070	32,152	16,841		-
Amortización	11,503	12,653	13,918	15,310	16,841	
Interés	6,224	5,074	3,808	2,417	886	
Cuota	**17,727**	**17,727**	**17,727**	**17,727**	**17,727**	
Escudo Fiscal Intereses	1,671	1,497	1,124	713	261	
Total, Flujo de Caja del Financiamiento	**-16,056**	**-16,230**	**-16,603**	**-17,014**	**-17,466**	
Flujo de Caja Financiero o del accionista	**-54,016**	**20,636**	**66,060**	**16,514**	**91,169**	

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 156
calculo beta (b) apalancado.

CALCULO BETA (B) APALANCADO	
BETA DESAPALANCADO	0.21
IMPUESTO A LA RENTA 2019	29.50%
CAPITAL	77%
DEUDA	23%
BETA (B) APALANCADO	**0.24**

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2. COK propio.

Tabla 157
Costo de oportunidad.

Costo de oportunidad del capital (Ke)	
TASA DE LIBRE RIESGO (Rf)	**7.10%**
BETA APALANCADO PROYECTADO	**0.24**
RIESGO DE MERCADO (Rm)	**11.10%**
PRIMA DE RIESGO DEL MERCADO (Rm - Rf)	4%
Spread EEUU - PERU	8.1%
RIESGO PAÍS	**1.10%**
COSTO DE OPORTUNIDAD (Ke)	**17.30%**

Nota: Elaboración propia.

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 158
Costo Promedio Ponderado de Capital.

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)		
Re	17.22%	Costo de oportunidad
Rd	10.00%	Costo de la deuda
CAA	77%	Capital sociedad
D	23%	Deuda
T	29.50%	Impuesto a la renta
WACC:	14.89%	

Nota: Elaboración propia.

9.2.Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad

9.2.1.1.VANE y VANF.

VANE

En esta tabla se muestra el VAN Económico que usa la tasa de descuento WACC para su cálculo

VANE: -180,563

Tabla 159
VANE y VANF.

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-303,464	-37,960	36,867	82,664	33,528	108,634

Nota: Elaboración propia.

VANF

En esta tabla se muestra el VAN Financiero que usa la tasa de descuento COK para su cálculo.

VANF: -191,124

Tabla 160
VANF.

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-233,238	-54,016	20,636	66,060	16,514	91,169

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.2.TIRE y TIRF, TIR modificado.

En esta tabla se muestra el cálculo de la tasa interna de retorno y se evidencia que la TIRE es menor al WACC.

TIRE: 6.9% - TIREm: 1%

En esta tabla se muestra el cálculo de la tasa interna de retorno y se evidencia que la TIRF es menor al COK

TIRF: 9.8% - TIRFm: 3,6%

9.2.1.3.Período de recuperación descontado.

En el periodo de recuperación descontado acumulado Económico y Financiero, el resultado de los flujos de los 05 años que dura el proyecto sale negativo, por tanto, no se recupera.

9.2.1.4.Análisis Beneficio / Costo (B/C).

El análisis costo beneficio del flujo económico se evidencia que por cada sol invertido el proyecto gana 0.6

Tabla 161
Flujo de Económico

Flujo de Económico (en soles)	Costo B/C	0.4

Nota: Elaboración propia.

El análisis costo beneficio del flujo financiero se evidencia que por cada sol invertido en el proyecto el inversionista pierde 0.5 soles.

Tabla 162
Flujo de Caja Financiero.

Flujo de Caja Financiero (en soles)	Costo B/C	-0.8

Nota: Elaboración propia.

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio

9.2.2.1.Costos variables, Costos fijos.

En esta tabla se detalla los costos variables unitario y el costo fijo total de los 05 años para el cálculo del punto de equilibrio en soles y unidades.

Tabla 163
Costos variables, Costos fijos.

AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS (Soles)	994,032	1,075,046	1,162,662	1,257,419	1,359,898
VENTAS (Unidades)	63,183	65,845	69,001	72,307	75,922
Precio	16	16.48	16.97	17.48	18.01
COSTO VARIABLE TOTAL	**270,078**	**279,637**	**290,883**	**302,696**	**315,603**
Costo variable unitario	4.27	4.25	4.22	4.19	4.16
COSTO FIJO TOTAL	536,224	563,433	564,664	661,262	660,019

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2.Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Para estar en equilibrio la empresa deberá producir para el Año 1, 45,731 unidades para ambas líneas de productos (Menta y Hierbabuena) a un precio unitario de 16 soles.

Tabla 164
Punto de Equilibrio (en unidades).

Punto de Equilibrio (en unidades)					
Menta	**36,585**	**36,846**	**35,406**	**39,783**	**38,120**
Hierba Buena	**9,146**	**9,212**	**8,851**	**9,946**	**9,530**
Total, Unidades	**45,731**	**46,058**	**44,257**	**49,729**	**47,651**

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 165
Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.

AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
Menta	585,363	607,229	600,989	695,552	686,479
Hierba Buena	146,341	151,807	150,247	173,888	171,620
Total	**731,704**	**759,036**	**751,236**	**869,441**	**858,099**

Nota: Elaboración propia.

9.3.Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1.Variables de entrada.

Las variables de entrada para nuestro proyecto serán las siguientes:

- Gastos Administrativos fijos
- Activo Fijo
- Costo
- Tasa de crecimiento de ventas.
- Precio

9.3.2.Variables de salida.

Las variables de salida para el proyecto serán las siguientes:

- VANF
- Payback

9.3.3.Análisis unidimensional.

El proyecto en el análisis unidimensional es sensible a incremento de la tasa de crecimiento de las ventas la que si incrementara un 15% nos daría un VANF positivo de S/ 11,404.

Tabla 166
Tasa Crecimiento Activo Fijo.

	VANF	Tasa Crecimiento Activo Fijo				
	-251,162.39	-25%	-20%	0%	20%	35%
Tasa Crec.Ventas	-20%	-582,769	-586,465	-601,250	-616,035	-627,124
	-10%	-407,725	-411,421	-426,206	-440,991	-452,080
	0%	-232,681	-236,377	-251,162	-265,947	-277,036
	10%	-57,637	-61,333	-76,118	-90,903	-101,992
	15%	29,885	26,188	11,404	-3,381	-14,470
	25%	204,929	201,232	186,448	171,663	160,574

Nota: Elaboración propia.

Lo mismo sucede con el precio, si se decidiera subir el mismo un 10% el VANF sería positivo con un valor de S/ 552,16

Tabla 167
Tasa Crecimiento Ventas.

	VANF	Tasa Crecimiento Ventas				
	-251,162.39	-25%	-20%	0%	20%	35%
Precio	-20%	-1,148,339	-1,091,455	-863,918	-636,382	-465,729
	-10%	-918,556	-846,353	-557,540	-268,728	-52,119
	0%	-688,772	-601,250	-251,162	98,926	360,415
	10%	-458,989	-356,148	55,216	464,449	768,200
	15%	-344,097	-233,597	208,405	645,672	952,118
	25%	-114,314	11,506	512,361	990,662	1,249,970

Nota: Elaboración propia.

9.3.4.Análisis multidimensional.

En el análisis multidimensional se puede observar que tanto el costo como los gastos administrativos tienen que reducir en 10% y 20% respectivamente para poder tener un VANF positivo (mínimo)

Tabla 168
Tasa Crecimiento Gastos Administrativos.

	VANF	Tasa Crecimiento Gastos Administrativos				
	-251,162.39	-25%	-20%	0%	20%	35%
Costo	-20%	83,608	47,565	-96,605	-240,775	-348,903
	-10%	6,329	-29,713	-173,884	-318,054	-426,181
	0%	-70,950	-106,992	-251,162	-395,333	-503,460
	10%	-148,228	-184,271	-328,441	-472,611	-580,739
	15%	-186,868	-222,910	-367,081	-511,251	-619,378
	25%	-264,147	-300,189	-444,359	-588,529	-696,657

Nota: Elaboración propia.

9.3.5.Variables críticas del proyecto.

Las variables más críticas del proyecto son tantos los Costos como los Gastos administrativos ya que son estos los que tendrían que reducir considerablemente para poder lograr tener un VANF positivo.

9.3.6. Perfil de riesgo.

El proyecto tiene un perfil de riesgo alto dado que se necesita reducir considerablemente sus costos y gastos administrativos fijos o incrementar sus precios como mínimo 10% lo que llevaría el precio al límite del umbral recogido en la investigación de mercado.

El VANF obtenido variar las variables como lo indicado anteriormente solo generarían un VANF muy pequeño para el nivel de inversión requerida.

Conclusiones

- El producto presentado resulto ser atractivo para el segmento al que nos dirigimos por ser innovador y por contar con una presentación practica de trasladar. También, luego de las entrevistas realizadas con los especialistas tuvimos como concusión que el producto cuenta con los insumos necesarios para tener una correcta limpieza bucal.
- El producto contará con dos sabores menta y hierba buena dado que resulto tener más acogida en la investigación de mercado, la presentación que tendrá será un envase de lata de 7.3 x 34.5 x 1.8 cm que tendrá un contendido de 60 pastillas y un peso de 65 gr.
- La estrategia de precio que utilizaremos para ingresar al mercado es la de descremación y el punto de venta directo con la que se contara son las Ecoferias.
- El total de inversión que se necesita para este proyecto es de S/. 598,009 el cual se necesita para cubrir la inversión de activos tangibles, capital de trabajo, activos intangibles y gastos pre-operativos.
- Los S/. 598,009 (100%) se financiarán de la siguiente manera: S/ 70,226 (23%) el cual será en deuda con terceros y S/ 527,783 (77%) con capital social el cual será aportado por los 5 socios del proyecto.
- El proyecto se financiará con el Banco Continental el cual ofrece una tasa de interés anual de 10%, esta tasa nos será dada gracias al convenio que tiene con COFIDE.
- Con respecto al tema financiero según lo que vemos que el proyecto presenta un VANE de S/. -224,176 y en VANF de S/. -251,162, dado los resultados podemos decir que el proyecto no es rentable.

Recomendaciones

Debido al estudio realizado en el proyecto se obtiene las siguientes recomendaciones para la viabilidad del proyecto y del producto, además de mantener la marca del producto en el mercado.

- Seguir estudiando el mercado de cuidado personal y/o bucal del mercado peruano, para así poder entender mejor al público objetivo al cual nos vamos a dirigir.
- Realizar una campaña más agresiva el momento de lanzar el producto al mercado, debido a que es totalmente nuevo en el Perú, por lo cual debemos informar más sobre este, para que las personas tengas un mayor conocimiento de él.
- Buscar más variedad de proveedores y/o de insumos lo cual nos permite reducir nuestros costos de producción, en cuanto a la materia prima, a la ves buscar equipos que nos permitan optimizar nuestra producción, logrando así ser más eficaces en como utilizamos los recursos disponibles con los que contamos
- Tener un mejor seguimiento post venta del producto, para poder tener un feedback, el cual nos permite conocer mejor a nuestros clientes, al mismo tiempo de poder conseguir un producto que cubra las necesidades que el mercado exige.
- Identificar otros canales de distribución para nuestro producto, donde tengan un alcance más grande y permanente, así pudiendo tener más ganancias.
- Utilizar la depreciación acelerada que es de 3 años para las pequeñas y medianas empresas en lugar de las de 10 años.

REFERENCIAS

ANA. (s.f.). *El agua en cifras: Peri paraíso de agua. Índice de eficiencia de agua en el sector industrial. Ministerio de agricultura y riego*. Recuperado de:http://www.ana.gob.pe/contenido/el-agua-en-cifras

Agencia de la promoción de la Inversión privada. (s.f.) *Ubicación Geográfica. Pro Inversión.* Recuperado de: https://www.investinperu.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5649&sec=1

APEIM (2018). Niveles socioeconómicos 2018. Recuperado de:http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf

Bumeran (2019). *Sueldo de Operario de producción*. Recuperado de:https://www.bumeran.com.pe/salarios/produccion/operario-de-produccion_314.html

Computrabajo (2019). *Salarios de jefe comercial.* Recuperado de: https://www.computrabajo.com.pe/salarios/jefe-comercial

CIIU. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de:https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

El peruano (2019, 9 de agosto). *Agilizan proceso para la constitución de empresas. Diario Oficial el Peruano*. Recuperado de: http://www.elperuano.pe/noticia-agilizan-proceso-para-constitucion-empresas-82266.aspx

Fernández A. (2017, 27 de marzo). *La pasta de dientes amenaza el medio Ambiente*. Recuperado de:https://www.consumer.es/medio-ambiente/la-pasta-de-dientes-amenaza-el-medio-ambiente.html

Freepik. (2018,28 setiembre). Egresados de la carrera de Administración mejor pagados en el Perú. Orientación Universia. Recuperado de: https://orientacion.universia.edu.pe/infodetail/orientacion/proyeccion_laboral/egresados-de-la-carrera-de-administracion-mejor-pagados-en-el-peru-3190.html

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación (5ta Edición). Recuperado de:

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

INEI (2019). *Situación del mercado laboral en lima metropolitana.* Recuperado de:https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_mercado_laboral_limametro.pdf

INDECOPI (2010). *Código de protección en defensa del consumidor*. Recuperado de:https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e

Indeed (2019). *Salarios para empleos de Asistente de almacén en Perú*. Recuperado de:https://www.indeed.com.pe/salaries/Asistente-de-almac%C3%A9n-Salaries

Ley 29459(2009). *Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios*. *Diario Oficial el peruano*. Recuperado de: http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/Ley29459.pdf

Ley N° 26887 Ley General de Sociedades. Diario Oficial el peruano. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf

LEY Nº 30884 Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables. *Diario Oficial el peruano*. Recuperado de:https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-regula-el-plastico-de-un-solo-uso-y-los-recipientes-ley-n-30884-1724734-1/

LEY Nº 29571.- Código de protección y defensa del consumidor (2010) Recuperado de:http://www.gacetajuridica.com.pe/boletin-nvnet/img_bol08/COdigo%20de%20protecciOn%20y%20defensa%20del%20consumidor.pdf

Luz del Sur (2019,04 de julio). *Empresa de distribución eléctrica Luz del Sur, Estructuras Tarifarias.* Recuperado de: https://www.luzdelsur.com.pe/media/pdf/tarifas/TARIFAS.pdf

Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados (5ta Edición). Recuperado el 11 de: http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf

Mercado Negro (2018, 23 de noviembre). *Conoce las tendencias que activaran en el consumo del 2019. Diario la república.* Recuperado de:https://larepublica.pe/marketing/1362912-conoce-tendencias-activaran-consumo-2019/

Mercola J. (s.f.). *Estudio de Harvard: Flúor reduce el CI en los niños. Mundo Nuevo.* Recuperado de: https://www.mundonuevo.cl/estudio-de-harvard-fluor-en-agua-potable-reduce-ci-en-ninos/.

Ministerio de Energía y Minas. (2011). Guía de orientación para la selección de la tarifa eléctrica para usuarios en media tensión". Recuperado de: http://www.minem.gob.pe/archivos/prepublicacion-zmz7973zz4.PDF

Movistar Empresas (s.f.). *Plan tarifario y detalle del trio empresa.* Recuperado de: http://empresas.movistar.com.pe/trios

Plataforma_glr. (2017. 01 de febrero). Sunass publica lista del promedio del consumo de agua por distritos. Diario la Republica. Recuperado de:https://larepublica.pe/sociedad/844961-sunass-publica-lista-del-promedio-del-consumo-de-agua-por-distritos-foto/

Porter, M (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Recuperado de: https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Porter M.(s.f.) *Las 3 estrategias Genéricas.* Recuperado de: https://www.5fuerzasdeporter.com/las-3-estrategias-genericas-michael-porter/

Programa Internacional de Seguridad de las Sustancias Químicas(s.f.) *Exceso o cantidad inadecuada del flúor. Organización Mundial de la salud*. Recuperado de: https://www.who.int/ipcs/assessment/public_health/fluoride/es/

Redacción gestión (2018, 13 de noviembre). Ingresos: ¿Cuánto ganan los gerentes en el Perú?. Diario Gestión. Recuperado de:https://gestion.pe/economia/management-empleo/ingresos-ganan-gerentes-peru-249769-noticia/

Redacción Perú 21. (2016,11 de marzo). *Lima, Arequipa y Trujillo escalaron en el ranking de las mejores ciudades para hacer negocios.* Recuperado

de:https://peru21.pe/economia/lima-arequipa-trujillo-escalaron-ranking-mejores-ciudades-negocios-212758

Redacción Gestión. (2018,06 de febrero). *Ipsos: Tasa de crecimiento anual de población peruana es de 1.01%.* Recuperado de:https://gestion.pe/economia/ipsos-tasa-crecimiento-anual-poblacion-peruana-1-01-226591-noticia/

SINEACE. (s.f.) *Caracterización de Lima Metropolitana.* Recuperado de:https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2017/08/PERFIL-LIMA-METROPOLITANA.pdf

ANEXOS

Anexo 1
Ficha técnica.

Ficha Técnica

Descripción	Dentífrico en pastillas
Contenido	60 pastillas
Peso	65 gramos
Vida útil	6 meses
Medidas	7,3 x 3,4 x 1,8 cm lata.
Sabores	Menta y hierba buena.
Composición	Xilitol, eritritol, carbonato de calcio, icetionato de cocoil sódico, bicarbonato de sodio, goma de guar, saborizantes naturales.

Nota: Elaboración propia.

Anexo 2
Encuesta.

ENCUESTA

FILTRO

1. ¿Qué edad tiene?
   a) Entre 23 a 28 años c) Entre 35 a 40 años
   b) Entre 29 a 34 años. d) Entre 45 a 50 años
2. Indique su sexo
   a) Femenino
   b) Masculino
3. En qué distrito resides
   a) La molina
   b) Miraflores
   c) Surco
   d) San Isidro
   e) Jesús María
   f) Lince
   g) Pueblo libre
   h) San Borja
   i) Magdalena
   j) San Miguel
   k) Barranco
   l) Otros (Fin de la encuesta)
4. En qué rango se encuentra su ingreso mensual
   a) S/. 2,000 a S/. 3,000 nuevos soles

b) S/. 3,001 a S/. 4,000 nuevos soles
c) S/. 4,001 a S/. 5,000 nuevos soles
d) S/. 5,001 a S/. 6,000 nuevos soles
e) S/. 6,001 a S/. 7,000 nuevos soles

PERFIL DEL CONSUMIDOR

5. ¿Con que frecuencia te cepillas los dientes?
   a) 1 vez al día
   b) 2 veces al día
   c) 3 veces al día
   d) 4 veces al día
   e) 5 veces al día
6. ¿Qué tipo de pasta dental conoces?
   a) Pasta dental tradicional
   b) Pasta dental con productos naturales-ecológicas
   c) Pasta dental de carbón activado
   d) Pasta dental de tratamiento (gingivitis, sensibilidad)
7. ¿En qué lugar sueles comprar tu pasta dental?
   a) Supermercados
   b) Farmacias
   c) Centros odontológicos
   d) Ferias
   e) Página web
8. ¿Qué marca de pasta dental usualmente compras?
   a) Aquafresh
   b) Colgate
   c) Oral B
   d) Kolynos
   e) Sensodyne
9. ¿Qué atributos valoras más al momento de elegir una pasta dental?
   a) Tamaño
   b) Precio
   c) Color
   d) Presentación
   e) Marca
   f) Sabor
10. ¿Qué sabores prefiere para su pasta dental?
    a) Menta
    b) Hierbabuena
    c) Canela
    d) Limón
    e) Fresa
11. ¿Con qué color relaciona la pasta dental?
    a) Blanco
    b) Verde
    c) Rojo

d) Amarillo
e) Gris

12. ¿Estaría dispuesto a usar una pasta dental en pastillas?
    a) Si
    b) No (Fin de la encuesta)
13. ¿Con qué frecuencia compra pasta dental y cuantas unidades?

Frecuencia / Cantidad	1	2	3	4
Cada 15 días				
Cada mes				
Cada 2 meses				
Cada 3 meses				

14. ¿Cuánto destinas usualmente para la compra de tu pasta dental por unidad?

Precio / Gramos	60 grs	65 grs	70 grs	100grs
De S/. 5 a S/. 10.99				
De S/. 11 a S/.14.99				
De S/. 15 a S/.20.99				
De S/. 21 a S/. 25				

15. ¿Estaría dispuesto(a) a comprar una pasta dental en pastillas, libre de flúor y micro plásticos?
    a) Si
    b) No (Fin de la encuesta)
16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de pasta dental para 30 días (60 grs)?
    a) De S/. 5 a S/. 10 nuevos soles
    b) De S/. 11 a S/.14 nuevos soles
    c) De S/. 15 a S/.20 nuevos soles
    d) De S/. 20 a S/. 25 nuevos soles
17. ¿Qué tipo de presentación le gustaría usar para nuestra presentación de 65 grs?
    a) Caja de lata (aluminio) pequeño
    b) Frasco de vidrio pequeño
    c) Caja de cartón corrugado
    d) Frasco de plástico
18. ¿Es relevante la forma de la pastilla?
    a) Redonda
    b) Cuadrada
    c) Triángulo
    d) Rectangular
    e) No
19. ¿Con qué nombre relaciona la pasta dental en pastillas?
    a) Q-Dent
    b) Dentabs
    c) KiruThaniy (Diente sano)

d) FreshDent
e) Cool-D

20. ¿Dónde te gustaría comprar nuestro producto (Pasta dental en pastillas)?
    a) Centros odontológicos
    b) Eco Ferias
    c) Tiendas ecológicas
    d) Página web
    e) Farmacias
21. ¿A través de qué medios le gustaría saber de nuestro producto (Pasta dental en pastillas)?
    a) Redes Sociales
    b) Página web
    c) Centros odontológicos
    d) Revistas especializadas
    e) Radio
22. ¿Cuál campaña de fidelización valora más?
    a) Vales de descuentos en centros odontológicos
    b) Regalo de cumpleaños por ser cliente frecuente
    c) Descuentos por referidos
    d) Sistema de puntos, por compras frecuentes
    e) Sorteos Semestrales en redes sociales