**UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA**

# QUESO VEGETAL A BASE DE CASTAÑA

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


**MARITZA ETELVINA DIAZ CAYOTOPA –**
**Ingeniería Industrial**

**FIORELLA ISABEL GUTIERREZ HURTADO –**
**Ingeniería Industrial**

**DAYSI MARIBEL CASTRO BERNUY –**
**Negocios Internacionales**

**OMAR GOMEZ TORRES –**
**Administración de Empresas**

**JONHATAN JOEL VILCHEZ MELO –**
**Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**Asesor:**
**Eduardo Miguel Llosa Pasquel**


**Lima – Perú**
**2019**

INDICE

Resumen Ejecutivo ..... 26
Capítulo I. Información General ..... 28
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación ..... 28
1.1.1. Razón social. ..... 28
1.1.2. Nombre comercial. ..... 28
1.1.3. Logo. ..... 28
1.1.4. Eslogan. ..... 28
1.1.5. Horizonte de evaluación. ..... 28
1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria ..... 29
1.2.1. Actividad económica. ..... 29
1.2.2. Código CIIU. ..... 29
1.2.3. Partida arancelaria. ..... 29
1.3. Definición del negocio ..... 29
1.3.1. Modelo CANVAS. ..... 30
1.4. Descripción del producto. ..... 31
1.4.1. Propiedades. ..... 31
1.5. Oportunidades de negocio ..... 34
1.6. Estrategia genérica de la empresa ..... 35
Capítulo II. Análisis del Entorno ..... 36
2.1. Análisis del Macroentorno ..... 36
2.1.1. Del País (últimos 5 años). ..... 36
2.1.2. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes. ..... 36
*2.1.2.1.Capital.* ..... 36
*2.1.2.2.Ciudades importantes.* ..... 37
*2.1.2.3.Superficie.* ..... 37
*2.1.2.4.Habitantes.* ..... 38
2.1.3. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. ..... 39
*2.1.3.1.Tasa de crecimiento de la población.* ..... 39
*2.1.3.2.Ingreso per cápita.* ..... 40
*2.1.3.3.Población Económicamente Activa.* ..... 41
2.1.4. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones. ..... 43
*2.1.4.1.Exportaciones.* ..... 45
*2.1.4.2.Importaciones.* ..... 45

2.1.5. *Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.* ....45
*2.1.5.1.Producto Bruto Interno.* ....45
*2.1.5.2.Tasa de Inflación.* ....46
*2.1.5.3.Tasa de interés.* ....47
*2.1.5.4.Tipo de cambio.* ....49
*2.1.5.5.Riesgo país.* ....50
2.1.6. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto. ....50
2.1.7. Del Sector (últimos 5 años). ....51
*2.1.7.1.Mercado internacional.* ....51
*2.1.7.2.Mercado del consumidor.* ....53
*2.1.7.3.Mercado de proveedores.* ....54
*2.1.7.4.Mercado competidor.* ....55
*2.1.7.5.Mercado distribuidor.* ....56
*2.1.7.6.Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.* ....57
2.2. Análisis del Microentorno ....58
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad Media ....58
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes: Baja. ....62
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores: Baja. ....63
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos: Media. ....63
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada: Baja. ....64
Capítulo III. Plan estratégico ....65
3.1. Visión y misión de la empresa. ....65
3.1.1. Visión. ....65
3.1.2. Misión. ....65
3.2. Análisis FODA ....65
3.1.1. FODA ....66
3.3. Objetivos ....67
3.3.1. Objetivo General ....67
3.3.2. Objetivos Específicos. ....67
Capítulo IV. Estudio de Mercado ....68
4.1. Investigación de mercado ....68
4.1.1. Criterios de segmentación. ....68
*4.1.1.1.Segmentación Geográfica.* ....68
*4.1.1.2.Segmentación Demográfica.* ....69
*4.1.1.3.Segmentación Psicográfica.* ....69

*4.1.1.4.Segmentación Socioeconómica.* ..... 69
4.1.2. Marco Muestral. ..... 69
*4.1.2.1.Cálculo del tamaño de la muestra.* ..... 70
4.1.3. Entrevistas a profundidad ..... 71
4.1.4. Focus Group. ..... 76
4.1.5. Encuestas. ..... 80
4.2. Demanda y oferta ..... 93
4.2.1. Estimación del mercado potencial. ..... 93
4.2.2. Estimación del mercado disponible. ..... 96
4.2.3. Estimación del mercado efectivo. ..... 98
4.2.4. Estimación del mercado objetivo. ..... 100
4.2.5. Frecuencia de compra. ..... 102
4.2.6. Cuantificación anual de la demanda. ..... 102
4.2.7. Estacionalidad. ..... 103
4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado ..... 105
4.3. Mezcla de marketing ..... 132
4.3.1. Producto. ..... 132
*4.3.1.1.Logo.* ..... 133
*4.3.1.2.Eslogan.* ..... 133
*4.3.1.3.Presentación.* ..... 134
*4.3.1.4.Características.* ..... 138
4.3.2. Precio. ..... 138
*4.3.2.1.*Precios de la competencia. ..... 138
*4.3.2.2.Disposición de pago del consumidor.* ..... 140
4.3.2.3.*Justificación de precio.* ..... 141
4.3.2.4.*Estrategia de precios.* ..... 141
4.3.3. Plaza ..... 141
4.3.3.1.*Porcentaje de ventas por canal.* ..... 145
4.3.3.2.*Costo de distribución a Delivery.* ..... 146
4.3.4. Promoción. ..... 147
4.3.4.1.*Campaña de Lanzamiento*. ..... 148
*4.3.4.2.Promoción para todos los años:* ..... 149
Capítulo V. Estudio de Legal y Organizacional ..... 152
5.1. Estudio Legal ..... 152
5.1.1. Forma Societaria. ..... 152
5.1.2. Registro de marcas y patentes. ..... 156

5.1.3. Licencia y autorizaciones. ..... 158
5.1.4. Legislación laboral. ..... 159
5.1.5. Legislación tributaria. ..... 162
5.1.6. Otros aspectos legales. ..... 165
5.1.7. Resumen del capítulo ..... 167
5.2. Estudio Organizacional ..... 168
5.2.1. Organigrama Organizacional. ..... 168
5.2.2. Servicios de terceros. ..... 169
5.2.3. Descripción de puestos de trabajo. ..... 170
5.2.4. Descripción de las actividades de los servicios por terceros ..... 178
5.2.5. Aspecto Laboral. ..... 179
Capítulo VI. Estudio Técnico ..... 193
6.1. Tamaño de proyecto ..... 193
6.1.1. Capacidad Instalada. ..... 193
6.1.2. Capacidad Utilizada. ..... 193
6.1.3. Capacidad Máxima ..... 194
6.2. Procesos ..... 194
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción. ..... 194
6.2.2. Programa de producción. ..... 204
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos. ..... 212
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos. ..... 218
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa ..... 218
6.3. Tecnología para el proceso ..... 219
6.3.1. Maquinarias. ..... 219
6.3.2. Equipos ..... 219
6.3.3. Herramientas. ..... 220
6.3.4. Utensilios ..... 221
6.3.5. Mobiliario ..... 221
6.3.6. Útiles de oficina. ..... 222
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos. ..... 226
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso. ..... 227
6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación, maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliarios por incremento de ventas ..... 231
6.4. Localización ..... 234
6.4.1. Macro localización. ..... 234

6.4.2. Micro localización. ....238
6.4.3. Gastos de adecuación. ....243
6.4.4. Gastos de servicio. ....244
6.4.5. Plano del centro de operaciones. ....247
6.4.6. Descripción del centro de operaciones. ....249
6.5. Responsabilidad social frente al entrono ....250
6.5.1. Impacto ambiental. ....250
6.5.2. Con los trabajadores ....251
6.5.3. Con la comunidad. ....253
Capítulo VII. Estudio económico y financiero ....258
7.1. Inversiones ....258
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable. ....258
7.1.2. Inversión en Activo Intangible. ....260
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos. ....261
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales. ....268
7.1.5. Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado máximo de caja). 271
7.1.6. Liquidación del IGV. ....272
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones. ....273
7.2. Financiamiento ....273
7.2.1. Estructura de financiamiento. ....273
7.2.2. Cronograma del Financiamiento del activo fijo. ....274
7.3. Ingresos anuales ....277
7.3.1. Ingresos por ventas. ....277
7.3.2. Recuperación de capital de trabajo. ....279
7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo. ....280
7.4. Costos y gastos anuales ....281
7.4.1. Egresos desembolsables. ....281
*7.4.1.1.Presupuesto de materias primas e insumos.* ....281
*7.4.1.2.Presupuesto de Mano de Obra Directa.* ....282
*7.4.1.3.Presupuesto de costos indirectos.* ....282
*7.4.1.4.Presupuesto de gastos de administración.* ....283
*7.4.1.5.Presupuesto de gastos de ventas* ....285
7.4.2. Egresos no desembolsables ....287
*7.4.2.1.Depreciación.* ....287
*7.4.2.2.Amortización de intangibles.* ....289

*7.4.2.3.Amortización de activos no depreciables* ....291
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario. ....291
*7.4.4. Costos fijos y variables unitarios* ....295
Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados ....298
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja ....298
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros ....298
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal ....299
8.4. Flujo de Caja Proyectado Operativo, capital y económico y financiero ....300
Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera ....303
9.1. Cálculo de la tasa de descuento ....303
9.1.1. Costo de oportunidad (Ke). ....303
*9.1.1.1.Cálculo del CAPM.* ....303
*9.1.1.2.Cálculo COK Propio.* ....303
*9.1.1.3.Costo de la deuda.* ....304
9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (WACC). ....304
9.2. Evaluación económica financiera ....305
9.2.1. Indicadores de Rentabilidad. ....305
*9.2.1.1.*VANE y VANF ....305
*9.2.1.2.TIRE y TIRF, TIR modificado* ....305
*9.2.1.3.Período de recuperación descontado.* ....306
9.2.1.4.Análisis Beneficio / Costo (B/C). ....307
9.2.2. Análisis del punto de equilibrio ....307
9.2.2.1.Costos variables, Costos fijos ....307
*9.2.2.2.Estado de resultados (costeo directo)* ....308
*9.2.2.3.Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades* ....309
*9.2.2.4.Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles* ....309
9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo ....310
9.3.1. Resumen de escenarios. ....313
Conclusiones ....314
Recomendaciones ....316
Referencias ....317
Anexo ....322

## Índice de Figuras


Figura 1. Logo de Purum Veggie ..... 28
Figura 2. Países de América del Sur: Densidad Poblacional, 207 (hab./km2) ..... 38
Figura 3. Perú: Evolución del Ingreso Real Promedio per Cápita mensual 2007 - 2017 ..... 41
Figura 4. Perú: Balanza Comercial 2007 - 2018 ..... 44
Figura 5. Perú: Inflación últimos 12 meses ..... 47
Figura 6. Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario ..... 48
Figura 7. Perú: Tasa de Interés de Referencia y Fijo ..... 49
Figura 8. Tipo de cambio ..... 49
Figura 9. Riesgo País 2018 ..... 50
Figura 10. Estadística del mercado previsto para queso vegano en el mundo 2015 – 2024 (millones de USD$) ..... 52
Figura 11. Censo realizado por Red Vegana, 2018 ..... 53
Figura 12. Restricciones en las dietas alrededor del mundo ..... 54
Figura 13. Mercado Distribuidor ..... 56
Figura 14. Página de empresa “Las Tres Gunas” ..... 59
Figura 15. Página de empresa “Las Tres Gunas” ..... 59
Figura 16. Página de empresa “Madre Tierra Perú” ..... 60
Figura 17. Página de empresa “Madre Tierra Perú” ..... 60
Figura 18. Página de empresa “Trasso” ..... 61
Figura 19. Página web de La Bodega Ibérica ..... 61
Figura 20. Quedo sin lactosa LAIVE ..... 62
Figura 21. Estilos de vida ..... 69
Figura 22. Focus group 1 foto 1 ..... 77
Figura 23. Focus group 1 foto 2 ..... 78
Figura 24. Focus group 2 ..... 79
Figura 25. Pregunta 1: Edad ..... 80
Figura 26. Pregunta 2: Género ..... 80
Figura 27. Pregunta 3: Ingresos brutos mensuales ..... 81
Figura 28. Pregunta 4: Distrito de residencia ..... 81
Figura 29. Pregunta 5: Consumo de queso vegetal o sin lactosa ..... 82
Figura 30. Pregunta 6: Momentos del día en el que consume queso ..... 82
Figura 31. Pregunta 7: Estación del año donde consume queso con mayor frecuencia ..... 83
Figura 32. Pregunta 8: Marcas de queso vegetal que conoce ..... 84

FIGURA 33. PREGUNTA 9: LUGAR DONDE COMPRA QUESOS DE SU PREFERENCIA.....84
FIGURA 34. PREGUNTA 10: PRESENTACIÓN DE QUESO QUE COMPRA MÁS .....85
FIGURA 35. PREGUNTA 11: FACTORES IMPORTANTES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA .....85
FIGURA 36. PREGUNTA 12: ASPECTOS QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTES EN EL ETIQUETADO .....86
FIGURA 37. PREGUNTA 13: IDENTIFICACIÓN DE SEGMENTO.....86
FIGURA 38. PREGUNTA 14: VALORACIÓN DE CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....87
FIGURA 39. PREGUNTA 15: DISPOSICIÓN PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO .....87
FIGURA 40. PREGUNTA 16: PRESENTACIÓN DE PREFERENCIA.....88
FIGURA 41. PREGUNTA 17: DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR POR LA PRESENTACIÓN DE MOLDE DE 150GR .....88
FIGURA 42. PREGUNTA 18: DISPOSICIÓN DE PRECIO A PAGAR POR LA PRESENTACIÓN DE LAMINADO DE 100GR .....89
FIGURA 43. PREGUNTA 19: PREFERENCIA DE SABORES ADICIONALES EN LAS PRESENTACIONES .....89
FIGURA 44. PREGUNTA 20: MEDIO DE PREFERENCIA PARA CONOCER LOS PRODUCTOS .....90
FIGURA 45. PREGUNTA 21: CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA NUESTROS PRODUCTOS.....90
FIGURA 46. PREGUNTA 22: FRECUENCIA DE COMPRA DE UNA UNIDAD, POR CADA PRESENTACIÓN.....91
FIGURA 47. PREGUNTA 22: FRECUENCIA DE COMPRA DE DOS UNIDADES, POR CADA PRESENTACIÓN.....92
FIGURA 48. PREGUNTA 22: FRECUENCIA DE COMPRA DE TRES UNIDADES, POR CADA PRESENTACIÓN.....92
FIGURA 49. PREGUNTA 23: LUGAR DE PREFERENCIA PARA ENCONTRAR LOS PRODUCTOS .....93
FIGURA 50. LOGO FINAL DE PURUM VEGGIE .....133
FIGURA 51. QUESO MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL .....135
FIGURA 52. QUESO MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO.....136
FIGURA 53. QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL .....137
FIGURA 54. QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO.....138
FIGURA 55. TIENDA FLORA Y FAUNA .....142
FIGURA 56. TIENDA LA SANAHORIA .....142
FIGURA 57. TIENDA VERDEANDO .....143
FIGURA 58. TIENDA MARA.....143
FIGURA 59. TIENDA MADRE NATURA .....144
FIGURA 60. TIENDA THIKA THANI MARKET.....144

FIGURA 61. PÁGINA DE FACEBOOK DE PURUM VEGGIE ..... 148
FIGURA 62. PUBLICIDAD REGISTRAL EN LÍNEA ..... 153
FIGURA 63. CONSTANCIA DE ENVÍO DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS ..... 154
FIGURA 64. SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PÚBLICOS ..... 155
FIGURA 65. LOGO DE PURUM VEGGIE ..... 156
FIGURA 66. REGISTRO EN EL REMYPE ..... 160
FIGURA 67. REQUISITOS PARA RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO ..... 163
FIGURA 68. COMPROBANTES DE PAGO ..... 164
FIGURA 69. EXPEDIENTE DE LOS DATOS DEL PRODUCTO ..... 165
FIGURA 70. PROYECTO DE ROTULADO DEL PRODUCTO ..... 166
FIGURA 71. ORGANIGRAMA FUNCIONAL ..... 168
FIGURA 72. ACTIVIDADES EMPRESARIALES ..... 179
FIGURA 73. DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE QUESO DE MOLDE DE 150 GRAMOS (NATURAL Y ORÉGANO-TOMILLO) Y LAMINADO DE 100 GRAMOS (NATURAL Y ORÉGANO-TOMILLO) ..... 196
FIGURA 74. DIAGRAMA DE ANÁLISIS DEL PROCESO QUESO LAMINADO DE 100GR ..... 197
FIGURA 75. DIAGRAMA DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE QUESO DE MOLDE DE 150GR ..... 198
FIGURA 76. DIAGRAMA DE OPERACIONES DEL PROCESO DE MOLDE DE 150GR ..... 199
FIGURA 77. DIAGRAMA DE OPERACIONES DEL PROCESO DE QUESO LAMINADO DE 100GR ..... 200
FIGURA 78. DIAGRAMA DE RECORRIDO DE LA PLANTA, PROCESO DE QUESO EN MOLDE ..... 201
FIGURA 79. DIAGRAMA DE RECORRIDO DE LA PLANTA, PROCESO DE QUESO LAMINADO ..... 202
FIGURA 80. DIAGRAMA DE GANTT ..... 203
FIGURA 81. MAPA DE LIMA – PARCIAL ..... 234
FIGURA 82. DISTRITO DE SAN LUIS ..... 235
FIGURA 83. DISTRITO DE SURQUILLO ..... 236
FIGURA 84. DISTRITO DE LA VICTORIA ..... 237
FIGURA 85. MATRIZ DE PONDERACIÓN – MACRO LOCALIZACIÓN ..... 238
FIGURA 86. VARIABLES DE MACRO LOCALIZACIÓN ..... 238
FIGURA 87. LOCAL OPCIÓN 1 ..... 239
FIGURA 88. LOCAL OPCIÓN 2 ..... 240
FIGURA 89. UBICACIÓN LOCAL: OPCIÓN N°2 ..... 240
FIGURA 90. LOCAL: OPCIÓN N°3 ..... 241
FIGURA 91. LOCAL ..... 241
FIGURA 92. MATRIZ DE PONDERACIÓN – MICRO LOCALIZACIÓN ..... 242
FIGURA 93. CALIFICACIÓN DE LOS LOCALES SEGÚN VARIABLES – MICRO LOCALIZACIÓN ..... 242
FIGURA 94. COTIZACIÓN DE ADECUACIONES ..... 244

FIGURA 95. ESTRUCTURA TARIFARIA DE SEDAPAL....245
FIGURA 96. PRECIOS PARA LA VENTA DE ENERGÍA ELÉCTRICA....246
FIGURA 97. SERVICIO DÚO....246
FIGURA 98. SÓTANO....247
FIGURA 99. PRIMER PISO....248
FIGURA 100. SEGUNDO PISO....249
FIGURA 101. LOGO MAÚS....251
FIGURA 102. VALE DE COMPRA....253
FIGURA 103. LOGO CLÍNICA SAN JUAN DE DIOS....253
FIGURA 104. FINANCIAMIENTO....274

## Índice de Tablas


TABLA 1. CANVAS....30
TABLA 2. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA CASTAÑA....31
TABLA 3. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE QUESO EN MOLDE SABOR NATURAL....32
TABLA 4. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE QUESO EN MOLDE SABOR ORÉGANO TOMILLO....32
TABLA 5. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE QUESO LAMINADO SABOR NATURAL....33
TABLA 6. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE QUESO LAMINADO SABOR ORÉGANO TOMILLO....34
TABLA 7. POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL, SEGÚN CENSOS REALIZADOS. 1940 -201737
TABLA 8. POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL, SEGÚN CENSOS REALIZADOS. 1940 -201738
TABLA 9. POBLACIÓN ESTIMADA Y PROYECTADA POR SEXO Y TASA DE CRECIMIENTO, SEGÚN AÑOS 2010 - 2024....40
TABLA 10. COMPARACIÓN DE REMUNERACIONES 2013 - 2018....42
TABLA 11. COMPARACIÓN DE INGRESOS PROMEDIO FAMILIAR MENSUAL....42
TABLA 12. PERÚ: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2007, 2016, 2017 (MILES DE PERSONAS)....43
TABLA 13. BALANZA COMERCIAL 2017 – 2018 (EN MILLONES DE US$)....44
TABLA 14. PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO (VARIACIÓN PORCENTUAL RESPECTO A SIMILAR PERIODO DEL AÑO ANTERIOR)....46
TABLA 15. TASA DE INTERÉS ACTIVA DE MERCADO EN MONEDA NACIONAL Y MONEDA EXTRANJERA....48
TABLA 16. MARCAS INTERNACIONALES DE QUESO VEGETAL....52
TABLA 17. LISTA DE PROVEEDORES DE INSUMO....55
TABLA 18. COMPETIDORES DIRECTOS EN PERÚ, MARCAS DE QUESOS VEGETALES....55
TABLA 19. COMPETIDORES INDIRECTOS EN PERÚ, MARCAS DE QUESOS SIN LACTOSA....56
TABLA 20. TIENDAS ESPECIALIZADAS EN LIMA, EN LAS ZONAS A Y B....57
TABLA 21. LISTADO DE TIENDAS VIRTUALES (E-COMMERCE) ORGÁNICAS QUE ATIENDEN EN LIMA....57
TABLA 22. FODA....66
TABLA 23. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA....68
TABLA 24. POBLACIÓN PROYECTADA EN PERSONAS 2019 - 2024....70
TABLA 25. POBLACIÓN PROYECTADA EN PERSONAS 2019 POR EDADES....70
TABLA 26. MERCADO POTENCIAL 2020....94
TABLA 27. MERCADO POTENCIAL 2021....94
TABLA 28. MERCADO POTENCIAL 2022....95
TABLA 29. MERCADO POTENCIAL 2023....95
TABLA 30. MERCADO POTENCIAL 2024....96

TABLA 31. MERCADO POTENCIAL 2020 - 2024 ..... 96
TABLA 32. CON QUE SEGMENTO SE IDENTIFICA ..... 97
TABLA 33. MERCADO DISPONIBLE EN PERSONAS 2020 - 2024 ..... 97
TABLA 34. DISPOSICIÓN DE COMPRA DEL PRODUCTO ..... 98
TABLA 35. MERCADO EFECTIVO 2020 - 2024 ..... 98
TABLA 36. PRESENTACIÓN DE SU PREFERENCIA ..... 99
TABLA 37. PRESENTACIÓN POR MOLDE DE 150GR ..... 99
TABLA 38. PRESENTACIÓN LAMINADA 100GR ..... 99
TABLA 39. MERCADO EFECTIVO POR PRESENTACIÓN 2020 - 2024 ..... 100
TABLA 40. PREGUNTA 8: QUE MARCAS CONOCE ..... 100
TABLA 41. TASAS DE CRECIMIENTO DEL MERCADO OBJETIVO 2020 - 2024 ..... 101
TABLA 42. TASAS DE MERCADO OBJETIVO 2020 – 2024 ..... 101
TABLA 43. TOTAL MERCADO OBJETIVO EN PERSONAS 2020 - 2024 ..... 101
TABLA 44. FRECUENCIA DE COMPRA ..... 102
TABLA 45. DEMANDA EN UNIDADES 2020 - 2024 ..... 102
TABLA 46. ¿EN QUÉ ESTACIÓN DEL AÑO COMPRA CON MAYOR FRECUENCIA? ..... 103
TABLA 47. ESTACIONALIDAD TRIMESTRAL 2020 - 2024 ..... 103
TABLA 48. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2020 ..... 104
TABLA 49. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2021 - 2024 ..... 104
TABLA 50. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2020 ..... 105
TABLA 51. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2021 ..... 106
TABLA 52. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2022 ..... 107
TABLA 53. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2023 ..... 108
TABLA 54. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2024 ..... 109
TABLA 55. PREGUNTA 23: DONDE LE GUSTARÍA ENCONTRAR NUESTROS PRODUCTOS - ENCUESTA ..... 109
TABLA 56. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2020 ..... 110
TABLA 57. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2021 ..... 111
TABLA 58. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2022 ..... 112
TABLA 59. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2023 ..... 113
TABLA 60. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2024 ..... 114
TABLA 61. RESUMEN DEL PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES TIENDAS ESPECIALIZADAS 2020 - 2024 ..... 115
TABLA 62. VALOR VENTA NETO VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS ESPECIALIZADAS ..... 115
TABLA 63. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2020(IMPORTE EN SOLES) ..... 116

TABLA 64. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2021(IMPORTE EN SOLES)....117
TABLA 65. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2022(IMPORTE EN SOLES)....118
TABLA 66. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2023(IMPORTE EN SOLES)....119
TABLA 67. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2024(IMPORTE EN SOLES)....120
TABLA 68. RESUMEN DE INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS 2020 - 2024(IMPORTE EN SOLES)....121
TABLA 69. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2020....121
TABLA 70. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2021....122
TABLA 71. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2022....123
TABLA 72. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2023....124
TABLA 73. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2024....125
TABLA 74. RESUMEN DEL PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES 2020 - 2024....125
TABLA 75. VALOR VENTA NETO VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS VIRTUALES....126
TABLA 76. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2020(IMPORTE EN SOLES)....126
TABLA 77. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2021(IMPORTE EN SOLES)....127
TABLA 78. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2022(IMPORTE EN SOLES)....128
TABLA 79. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2023(IMPORTE EN SOLES)....129
TABLA 80. INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2024(IMPORTE EN SOLES)....130
TABLA 81. RESUMEN DE INGRESOS TOTALES DE VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES 2020 - 2024(IMPORTE EN SOLES)....131
TABLA 82. RESUMEN TOTAL DEL PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES 2020 - 2024....131
TABLA 83. RESUMEN DE INGRESOS (IMPORTE EN SOLES)....131
TABLA 84. ACEPTACIÓN DEL NOMBRE DEL PRODUCTO....133
TABLA 85. ACEPTACIÓN DEL NOMBRE DEL SLOGAN....133
TABLA 86. PRIMERAS PRESENTACIONES DE NUESTROS PRODUCTOS....134
TABLA 87. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL....134

TABLA 88. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO ..... 135
TABLA 89. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL QUESO EN LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL ..... 136
TABLA 90. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL QUESO EN LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO ..... 137
TABLA 91. PRECIOS DE LA COMPETENCIA DEL SECTOR (IMPORTE EN SOLES) ..... 139
TABLA 92. PREGUNTA 17: DISPOSICIÓN DE PAGO POR LA PRESENTACIÓN MOLDE DE 150GR - ENCUESTA ..... 140
TABLA 93. PREGUNTA 18: DISPOSICIÓN DE PAGO POR LA PRESENTACIÓN LAMINADO DE 100GR - ENCUESTA ..... 140
TABLA 94. DIRECCIONES DE LAS TIENDAS ESPECIALIZADA FLORA Y FAUNA ..... 141
TABLA 95. DIRECCIONES DE LAS TIENDAS ESPECIALIZADA LA SANAHORIA ..... 142
TABLA 96. DIRECCIÓN DE LA TIENDA ESPECIALIZADA VERDEANDO ..... 143
TABLA 97. DIRECCIONES DE LA TIENDA ESPECIALIZADA MARA ..... 143
TABLA 98. DIRECCIONES DE LA TIENDA ESPECIALIZADA MADRE NATURA ..... 144
TABLA 99. DIRECCIONES DE LA TIENDA ESPECIALIZADA THIKA THANI MARKET ..... 144
TABLA 100. DIRECCIONES DE LA TIENDA ESPECIALIZADA VERDEANDO ..... 145
TABLA 101. PORCENTAJE DE VENTAS POR CANAL ..... 145
TABLA 102. MÁRGENES DE GANANCIA POR CANAL ..... 145
TABLA 103. COSTOS DE DISTRIBUCIÓN DELIVERY ..... 146
TABLA 104. PRESUPUESTO DE MARKETING TODOS LOS AÑOS ..... 147
TABLA 105. CAMPAÑAS ..... 149
TABLA 106. CAMPAÑA 2020 ..... 150
TABLA 107. CAMPAÑA 2021 ..... 150
TABLA 108. CAMPAÑA 2022 ..... 150
TABLA 109. CAMPAÑA 2023 ..... 151
TABLA 110. CAMPAÑA 2024 ..... 151
TABLA 111. PRESUPUESTO DE AÑO 0 ..... 151
TABLA 112. TIPOS DE EMPRESA ..... 152
TABLA 113. APORTE DE LOS ACCIONISTAS ..... 153
TABLA 114. VALORIZACIÓN PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA ..... 156
TABLA 115. COSTOS DE MARCAS Y PATENTES ..... 157
TABLA 116. VALORIZACIÓN DE LICENCIAS Y AUTORIZACIONES ..... 159
TABLA 117. COMPARACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA ..... 161
TABLA 118. LEGISLACIÓN LABORAL ..... 162

TABLA 119. PAGO DE TRIBUTOS ..... 164
TABLA 120. TRÁMITES ADMINISTRATIVOS ..... 167
TABLA 121. DETALLES DE PRECIOS, SEGÚN RUBRO ..... 167
TABLA 122. SERVICIOS TERCERIZADOS ..... 170
TABLA 123. GERENTE GENERAL ..... 170
TABLA 124. JEFE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS ..... 171
TABLA 125. ASISTENTE ADMINISTRATIVO ..... 172
TABLA 126. JEFE DE OPERACIONES ..... 173
TABLA 127. ANALISTA DE LABORATORIO ..... 174
TABLA 128. OPERARIO DE PRODUCCIÓN ..... 175
TABLA 129. JEFE COMERCIAL Y VENTAS ..... 176
TABLA 130. EJECUTIVO DE VENTAS ..... 177
TABLA 131. CONTRATOS DE NATURALEZA TEMPORAL ..... 180
TABLA 132. TERCERIZACIÓN DE SERVICIOS ..... 182
TABLA 133. CONTRATACIÓN DE LOS DIFERENTES PUESTOS ..... 183
TABLA 134. BENEFICIOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA SEGÚN LEY ..... 184
TABLA 135. PLANILLA DEL PERSONAL PARA TODOS LOS AÑOS ..... 185
TABLA 136. PLANILLA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA ..... 185
TABLA 137. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA DIC. 2019 – DIC.2020 ..... 185
TABLA 138. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 2020 – 2024 ..... 186
TABLA 139. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA ADMINISTRATIVA DIC. 2019 – DIC. 2020 ..... 186
TABLA 140. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA ADMINISTRATIVA. 2020 - 2024 ..... 186
TABLA 141. PLANILLA DEL ÁREA DE VENTAS ..... 187
TABLA 142. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE VENTAS DIC. 2019 – DIC.2020 ..... 187
TABLA 143. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE VENTAS 2020 - 2024 ..... 187
TABLA 144. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE VENTAS DIC.2019 – DIC.2020 ..... 188
TABLA 145. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE VENTAS 2020 - 2024 ..... 188
TABLA 146. PLANILLA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERARIOS) ..... 188
TABLA 147. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN NOV.2019 – DIC.2020 ..... 188
TABLA 148. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERARIOS) 2020 - 2024 ..... 189
TABLA 149. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE PRODUCCIÓN (OPERARIOS) ..... 189
TABLA 150. PLANILLA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN ..... 189
TABLA 151. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DIC. 2019 – DIC. 2020 ..... 190
TABLA 152. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN 2020 - 2024 ..... 190

TABLA 153. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE PRODUCCIÓN DIC.. 2019 – DIC. 2020 ..... 190
TABLA 154. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE PRODUCCIÓN 2020 - 2024 ..... 191
TABLA 155. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS DIC..2019 – DIC.2020 ..... 191
TABLA 156. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS 2020 - 2024 ..... 191
TABLA 157. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS Y % DE LAS VENTAS ..... 191
TABLA 158. CUADRO DEL TOTAL DE GASTOS POR SERVICIOS TERCERIZADOS ..... 192
TABLA 159. HORARIO DE PERSONAL ..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
TABLA 160. CAPACIDAD INSTALADA..... 193
TABLA 161. UNIDADES A PRODUCIR 2020 - 2024 ..... 193
TABLA 162. % CAPACIDAD UTILIZADA 2020 - 2024 ..... 194
TABLA 163. PROCESO DE ENFRIAMIENTO DE QUESO VEGETAL..... 194
TABLA 164. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR DIC. 2019 – 2024 ..... 204
TABLA 165. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) DIC..2019 - DIC.2020 ..... 204
TABLA 166. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR. (UNIDADES) 2021 ..... 204
TABLA 167. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) 2022 ..... 205
TABLA 168. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) 2023 ..... 205
TABLA 169. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) 2024 ..... 205
TABLA 170. RESUMEN DEL PROGRAMA DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 205
TABLA 171. RESUMEN DE SAMPLING Y STOCK DE QUESO EN MOLDE DE 150GR (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 206
TABLA 172. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO 2019 – 2024 ..... 206
TABLA 173. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) DIC. 2019 - DIC.2020 ..... 206
TABLA 174. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2021 ..... 206
TABLA 175. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2022 ..... 207

TABLA 176. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2023 ..... 207
TABLA 177. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2024 ..... 207
TABLA 178. RESUMEN DEL PROGRAMA DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 207
TABLA 179. RESUMEN DE SAMPLING Y STOCK DE QUESO EN MOLDE DE 150GR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 208
TABLA 180. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL 2019 – 2024 ..... 208
TABLA 181. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) DIC. 2019 - DIC.2020 ..... 208
TABLA 182. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) 2021 ..... 208
TABLA 183. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) 2022 ..... 209
TABLA 184. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) 2023 ..... 209
TABLA 185. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) 2024 ..... 209
TABLA 186. RESUMEN DEL PROGRAMA DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 209
TABLA 187. RESUMEN DE SAMPLING Y STOCK DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR NATURAL 2019 - 2024 ..... 210
TABLA 188. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO 2019 – 2024 ..... 210
TABLA 189. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) DIC. 2019 - DIC.2020 ..... 210
TABLA 190. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2021 ..... 210
TABLA 191. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2022 ..... 211
TABLA 192. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2023 ..... 211
TABLA 193. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2024 ..... 211

TABLA 194. RESUMEN DEL PROGRAMA DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 211
TABLA 195. RESUMEN DE SAMPLING Y STOCK DE QUESO LAMINADO 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO 2019 - 2024 ..... 212
TABLA 196. RESUMEN DE PRODUCCIÓN TOTAL DE QUESO (UNIDADES) 2019 - 2024 ..... 212
TABLA 197. FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA PARA ELABORAR QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL ..... 212
TABLA 198. FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA PARA ELABORAR QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO ..... 213
TABLA 199. FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA PARA ELABORAR QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL ..... 213
TABLA 200. FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA PARA ELABORAR QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO ..... 214
TABLA 201. INSUMOS MENSUALES MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL DIC. 2019 – DIC. 2024 ..... 214
TABLA 202. INSUMOS MENSUALES MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO DIC. 2019 – DIC. 2024 ..... 215
TABLA 203. INSUMOS MENSUALES QUESO LAMINADO DE 150GR SABOR NATURAL DIC.. 2019 – DIC. 2024 ..... 215
TABLA 204. INSUMOS MENSUALES QUESO LAMINADO DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO DIC. 2019 – DIC. 2024 ..... 216
TABLA 205. MATERIALES QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL 2020 - 2024 ..... 216
TABLA 206. MATERIALES QUESO EN MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO 2020 - 2024 ..... 216
TABLA 207. MATERIALES QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL 2020 - 2024 ..... 216
TABLA 208. MATERIALES QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO 2020 - 2024 ..... 217
TABLA 209. RESUMEN TOTAL DE NECESIDADES DE MATERIA PRIMA ..... 217
TABLA 210. RESUMEN TOTAL DE NECESIDADES DE MATERIALES ..... 217
TABLA 211. PROGRAMA DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS 2019 - 2024 ..... 218
TABLA 212. PROGRAMA DE COMPRAS DE MATERIALES 2019 - 2024 ..... 218
TABLA 213. PLANILLA DEL PERSONAL PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN PARA TODOS LOS AÑOS ..... 218
TABLA 214. MAQUINARIAS PARA OPERACIONES ..... 219
TABLA 215. EQUIPOS DEL ÁREA DE OPERACIONES ..... 219
TABLA 216. EQUIPOS DE ÁREA ADMINISTRATIVA Y FINANZAS ..... 219

TABLA 217. EQUIPOS ÁREA DE VENTAS ....220
TABLA 218. HERRAMIENTAS DE TRABAJO ....220
TABLA 219. ÚTILES DE LIMPIEZA ....220
TABLA 220. ÚTILES, UTENSILIOS ....221
TABLA 221. MOBILIARIOS DE OPERACIONES ....221
TABLA 222. MOBILIARIO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y FINANZAS....222
TABLA 223. MOBILIARIO DEL ÁREA DE VENTAS....222
TABLA 224. ÚTILES DEL ÁREA DE OPERACIONES ....222
TABLA 225. ÚTILES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y FINANZAS....224
TABLA 226. ÚTILES DEL ÁREA COMERCIAL Y VENTAS....225
TABLA 227. MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE ÁREA DE OPERACIONES....226
TABLA 228. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MOBILIARIO DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS ....227
TABLA 229. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MOBILIARIO DEL ÁREA COMERCIAL Y VENTAS ....227
TABLA 230. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS DIC. 2019 – 2024....227
TABLA 231. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA DIC. 2019 – DIC.2020 ....228
TABLA 232. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA 2020 – 2024 ....229
TABLA 233. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE UTENSILIOS DIC. 2019 - 2024 ....230
TABLA 234. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA ÁREA DE OPERACIONES....231
TABLA 235. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA ÁREA ADMINISTRATIVA....232
TABLA 236. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA ÁREA DE VENTAS....233
TABLA 237. VARIABLES DE LA MACRO LOCALIZACIÓN ....237
TABLA 238. CARACTERÍSTICAS DEL LOCAL ....239
TABLA 239. CARACTERÍSTICAS DEL LOCAL OPCIÓN 2 ....239
TABLA 240. CARACTERÍSTICAS DEL LOCAL OPCIÓN 3 ....240
TABLA 241. VARIABLES DE LA MICRO LOCALIZACIÓN ....242
TABLA 242. GASTOS DE ADECUACIÓN ....243
TABLA 243. GASTOS DE SERVICIO....244
TABLA 244. CÁLCULO DE CONSUMO DE AGUA....245
TABLA 245. MUESTRA EL DETALLE DE FACTURACIÓN ESTIMADO ....245
TABLA 246. DETALLE DE LOS PRODUCTOS PARA LAS CANASTAS NAVIDEÑAS....252
TABLA 247. DETALLE DE ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD EN NAVIDAD ....254
TABLA 248. PRESUPUESTO ANUAL 2020 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ....255
TABLA 249. PRESUPUESTO ANUAL 2021 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ....255
TABLA 250. PRESUPUESTO ANUAL 2022 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ....256

TABLA 251. PRESUPUESTO ANUAL 2023 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL .....256
TABLA 252. PRESUPUESTO ANUAL 2024 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL .....257
TABLA 253. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES (IMPORTE EN SOLES).....259
TABLA 254. RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVO FIJO DEPRECIABLE (IMPORTE EN SOLES)....260
TABLA 255. INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES (IMPORTE EN SOLES).....261
TABLA 256. RESUMEN DE ACTIVOS INTANGIBLES (IMPORTE EN SOLES) .....261
TABLA 257. GASTOS PRE OPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES).....262
TABLA 258. RESUMEN DE GASTOS PRE OPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES).....265
TABLA 259. COSTOS DE DICIEMBRE Y ENERO .....265
TABLA 260. COSTOS DE DICIEMBRE Y ENERO MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL .....266
TABLA 261. COSTOS DE DICIEMBRE Y ENERO MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO .....266
TABLA 262. COSTOS DE DICIEMBRE Y ENERO MOLDE DE 100GR SABOR ORIGINAL .....267
TABLA 263. COSTOS DE DICIEMBRE Y ENERO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO .....267
TABLA 264. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES MOLDE DE 150 GR SABOR NATURAL .....268
TABLA 265. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES MOLDE DE 150 GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO .....269
TABLA 266. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES LAMINADO 100 GR SABOR ORIGINAL .....269
TABLA 267. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES LAMINADO 100 GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO .....270
TABLA 268. RESUMEN DE INVENTARIO INICIAL .....270
TABLA 269. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO MES 1 – MES 12 (IMPORTE EN SOLES).....271
TABLA 270. LIQUIDACIÓN DEL IGV 2020 - 2024 (IMPORTE EN SOLES).....272
TABLA 271. RESUMEN LIQUIDACIÓN DEL IGV 2020 - 2024 (IMPORTE EN SOLES).....272
TABLA 272. RESUMEN DE INVERSIONES .....273
TABLA 273. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (IMPORTE EN SOLES) .....273
TABLA 274. APORTE DE LOS SOCIOS (IMPORTE EN SOLES).....274
TABLA 275. FINANCIAMIENTO DEL ACTIVO FIJO .....274
TABLA 276. CRONOGRAMA DE PAGOS DEL ACTIVO FIJO .....275
TABLA 277. FINANCIAMIENTO DE LA DEUDA DEL ACTIVO FIJO .....276
TABLA 278. INGRESO POR VENTAS EN TIENDAS ESPECIALIZADAS (IMPORTE EN SOLES) .....277
TABLA 279. INGRESO POR VENTAS EN TIENDA VIRTUAL (IMPORTE EN SOLES).....277
TABLA 280. FACTURACIÓN POR AÑO (IMPORTE EN SOLES) .....278
TABLA 281. % DE VENTAS POR PRODUCTO.....278
TABLA 282. VENTAS TOTALES (IMPORTE EN SOLES).....278

TABLA 283. TOTAL DE COBRANZA (IMPORTE EN SOLES) .....278
TABLA 284. RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO (IMPORTE EN SOLES).....279
TABLA 285. VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO (IMPORTE EN SOLES) .....280
TABLA 286. RESUMEN DEL VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO (IMPORTE EN SOLES) .....280
TABLA 287. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS (IMPORTE EN SOLES) .....281
TABLA 288. PRESUPUESTO DE MATERIALES (IMPORTE EN SOLES) .....281
TABLA 289. RESUMEN DE MATERIA PRIMA (IMPORTE EN SOLES) .....281
TABLA 290. MANO DE OBRA - OPERARIOS .....282
TABLA 291. MANO DE OBRA (IMPORTE EN SOLES) .....282
TABLA 292. PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS (IMPORTE EN SOLES).....282
TABLA 293. EGRESOS NO DESEMBOLSABLES (IMPORTE EN SOLES) .....283
TABLA 294. PRESUPUESTOS DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN (IMPORTE EN SOLES) .....283
TABLA 295. COSTOS FIJOS (IMPORTE EN SOLES) .....284
TABLA 296. COSTOS VARIABLES (IMPORTE EN SOLES) .....284
TABLA 297. EGRESOS NO DESEMBOLSABLES (IMPORTE EN SOLES) .....285
TABLA 298. GASTOS DE VENTAS.....285
TABLA 299. COSTOS FIJOS .....286
TABLA 300. COSTOS VARIABLES .....286
TABLA 301. GASTOS VENTA PARA E ESTADO DE RESULTADOS.....287
TABLA 302. TOTAL EGRESOS NO DESEMBOLSABLES .....287
TABLA 303. DEPRECIACIÓN .....288
TABLA 304. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES .....289
TABLA 305. RESUMEN DE AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE - OPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES) .....290
TABLA 306. GASTOS PRE-OPERATIVOS AMORTIZABLES (IMPORTE EN SOLES).....291
TABLA 307. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES Y ADMINISTRATIVA (IMPORTE EN SOLES).....291
TABLA 308. AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE-OPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES) .....291
TABLA 309. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL (IMPORTE EN SOLES).....292
TABLA 310. PRECIO DE VENTA AL CANAL DEL MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL .....292
TABLA 311. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (IMPORTE EN SOLES).....293
TABLA 312. PRECIO DE VENTA AL CANAL DEL MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO .....293

TABLA 313. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL (IMPORTE EN SOLES)....293
TABLA 314. PRECIO DE VENTA AL CANAL DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL 294
TABLA 315. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO (IMPORTE EN SOLES)....294
TABLA 316. PRECIO DE VENTA AL CANAL DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO....294
TABLA 317. COSTO VARIABLE UNITARIO Y COSTO FIJO UNITARIO DEL MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL....295
TABLA 318. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO DEL MOLDE DE 150GR SABOR NATURAL EN %....295
TABLA 319. COSTO VARIABLE UNITARIO Y COSTO FIJO UNITARIO DEL MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO....296
TABLA 320. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO DEL MOLDE DE 150GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO EN %....296
TABLA 321. COSTO VARIABLE UNITARIO Y COSTO FIJO UNITARIO DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL....296
TABLA 322. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR NATURAL EN %....297
TABLA 323. COSTO VARIABLE UNITARIO Y COSTO FIJO UNITARIO DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO....297
TABLA 324. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO DEL QUESO LAMINADO DE 100GR SABOR ORÉGANO Y TOMILLO EN %....297
TABLA 325. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS SIN GASTOS FINANCIEROS (IMPORTE EN SOLES)....299
TABLA 326. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS CON GASTOS FINANCIEROS Y ESCUDO FISCAL (IMPORTE EN SOLES)....300
TABLA 327.FLUJO DE CAJA OPERATIVO, CAPITAL, ECONÓMICO Y FINANCIERO (IMPORTE EN SOLES)....301
TABLA 328. CÁLCULO DE CAPM....303
TABLA 329. CÁLCULO COK PROPIO....304
TABLA 330. CÁLCULO COK PROPIO....304
TABLA 331. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)....304
TABLA 332. INDICADORES DE RENTABILIDAD....305
TABLA 333. VANE Y VANF....305
TABLA 334. TIRE Y TIRF....305

TABLA 335. PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO ECONÓMICO .....306
TABLA 336. PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO FINANCIERO.....306
TABLA 337. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.....307
TABLA 338. COSTOS VARIABLES (IMPORTE EN SOLES).....307
TABLA 339. COSTOS FIJOS (IMPORTE EN SOLES).....308
TABLA 340. ESTADO DE RESULTADOS COSTEO DIRECTO (IMPORTE EN SOLES) .....308
TABLA 341. PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES).....309
TABLA 342. PUNTO DE EQUILIBRIO (EN SOLES) .....309
TABLA 343. DATOS.....310
TABLA 344. PROYECCIÓN DE VENTAS (UNIDADES) .....311
TABLA 345. LIQUIDACIÓN DEL IGV .....311
TABLA 346. LIQUIDACIÓN DEL IGV .....311
TABLA 347. FLUJO DE INVERSIONES.....312
TABLA 348. CRONOGRAMA DE PAGOS FINANCIAMIENTO .....312
TABLA 349. RESUMEN DEL ESCENARIO .....313
TABLA 350. DEMANDA EN UNIDADES 2020 - 2024.....314
TABLA 351. RESUMEN DE INVERSIÓN .....314

## Índice de Anexo

ANEXO 1. **ENCUESTA**.....322
ANEXO 2. **ENTREVISTAS** .....328
ANEXO 3. **FOCUS GROUP**.....329
ANEXO 4. **BETA**.....331

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de negocio tiene como finalidad determinar la viabilidad de la empresa Productos Purum S.A.C., cuyo propósito es la producción y comercialización de queso vegetal a base de castañas.

En la actualidad, las personas son más conscientes de la procedencia de los alimentos que consumen, ya sean por temas de salud o éticos optan por una alimentación basada en vegetales, eliminando de su dieta diaria los que proceden de animales.

Está investigación evalúa la necesidad de un queso vegetal para las personas que cuentan con un régimen alimenticio 100% vegetal, este producto cubriría el deseo de consumo de quesos a base de leche de mamíferos.

Se analizó las condiciones del mercado y los consumidores potenciales debidamente segmentados. Así mismo, se presentarán entrevistas a personas con experiencia calificada, como especialistas de cadenas distribuidoras, nutricionistas y la presidenta de la Unión Vegetariana en Perú.

Para el correcto desenvolvimiento del proyecto se elaboraron recetas de quesos vegetales, las que fueron expuestas en dos Focus Group, la información recabada sirvió para obtener un diagnóstico amplio del producto final que desea el consumidor, teniendo en cuenta el sabor, la calidad, el precio sugerido, las presentaciones a ofrecer y los canales de venta a disponer. Como punto de inicio de las operaciones empresariales requerimos un local para establecer dónde se llevará a cabo la producción de nuestro producto. Tendremos en cuenta el área mínima indispensable, el precio, la seguridad y la ubicación.

El personal, parte del equipo está determinado por la cantidad de producción estimada mediante los estudios. Necesitaremos operarios, jefes de área y un gerente general que asuma la máxima responsabilidad del éxito del proyecto.

Consideramos los equipos, maquinaria mínima para la determinar la inversión inicial. Con esta estructura podemos establecer qué medios de financiamiento se ajustan mejor a nuestra realidad y requerimiento.

La viabilidad del proyecto va a estar vinculada a la relación del valor total de la inversión y el total de las ventas por periodo anual. Para esto requerimos los indicadores de rentabilidad y financieros obtenidos del estudio.

El proyecto “Queso vegetal a base de castaña”, nos ha brindado como futuros profesionales un marco real para poner en práctica todo lo aprendido en los diversos cursos

de nuestras variadas mallas curriculares, brindándonos la experiencia satisfactoria de un trabajo académico en equipo.

## Capítulo I. Información General

### 1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

De acuerdo a la Ley 26887, Ley General de Sociedades, libro segundo, sección séptima, título I, artículo 234; y cumpliendo con todas las disposiciones, este proyecto se identificará como una sociedad anónima cerrada, con el nombre de **Productos Purum S.A.C.**, cuyo nombre comercial será **Purum Veggie**.

La palabra **Purum**, de origen quechua Cuzqueño, significa natural y **veggie** es una palabra en idioma inglés que significa vegetal, ambos nombres identifican nuestro propósito de ofrecer productos a base de insumos naturales.

La empresa estará ubicada en Av. Nicolas Arriola N°2000, distrito de San Luis, provincia de Lima, departamento de Lima, Perú.

#### 1.1.1. Razón social.

Productos Purum S.A.C.

#### 1.1.2. Nombre comercial.

Purum Veggie.

#### 1.1.3. Logo.

*Figura 1.* Logo de Purum Veggie
*Nota*: Elaboración propia

#### 1.1.4. Eslogan.

“Que lo saludable complete tu vida”

#### 1.1.5. Horizonte de evaluación.

Nuestro proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años, a ejecutarse desde el año 2020 hasta el año 2024. Todas las estimaciones de costos, finanzas, etc., se ubicarán en ese lapso; utilizando el 2019 como año base y punto de partida.

## 1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

### 1.2.1. Actividad económica.

La empresa se dedica a la producción y comercialización de quesos vegetales, según SUNAT la actividad económica que corresponde es: “Venta al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco”.

### 1.2.2. Código CIIU.

El código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme para nuestra empresa es la clase 4630; referida a la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

### 1.2.3. Partida arancelaria.

La partida arancelaria correspondiente para un queso vegetal es 2106.90.71.00. La descripción es la siguiente “que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí”.

## 1.3. Definición del negocio

La empresa Productos Purum S.A.C., elabora y comercializa quesos a base de castañas, siendo una alternativa nutritiva y con menos grasas saturadas en comparación de los quesos que existen en el mercado. Se tendrán dos presentaciones: en molde y laminado, de dos sabores cada presentación: natural (similar al queso de vaca) y orégano-tomillo (aromático).

Nuestros productos están dirigidos para hombres y mujeres de 20 a 49 años, del NSE A y B, personas con una dieta vegana e intolerantes a la lactosa, siendo una opción libre de derivados de leche animal. Las zonas de distribución y comercialización son los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel de la zona 6 y Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina de la zona 7.

### 1.3.1. Modelo CANVAS.

Tabla 1.

*CANVAS*

<table>
<tr><th>Socios Clave</th><th>Actividades claves</th><th>Oferta de Valor:</th><th>Relación con clientes</th><th>Segmento de mercado</th></tr>
<tr>
<td>• Castañas: Candela Perú<br>• Distribución: Logistic Polar</td>
<td>• Gestión de inventarios.<br>• BPM y HACCP.<br>• Control de calidad.<br>• Política de créditos y precios.<br>• MKT y publicidad.<br><br>Recursos claves<br>• Logo V-Label.<br>• Plataforma de Facebook.</td>
<td>• Brinda un sustituto de queso.<br>• A base de castañas.<br>• Menos grasas saturadas.<br>• Cero preservantes.<br>• Presentaciones: en molde y laminados<br>• Sabores: natural y orégano con tomillo.</td>
<td>• Con distribuidores:<br>- Fidelización.<br>- Muestras en concesión.<br>- Servicio post-venta.<br>• Con clientes finales:<br>- Interacción constante en redes sociales.<br>- N° telefónico para consultas.<br>- Degustaciones.<br>Canales<br>• Tiendas especializadas:<br>- Flora y Fauna, Sanahoria, Verdeando, Mara; Madre Natura, Thika Tani Market.<br>• E – commerce:<br>- Mercadillo, Lima Orgánica, Limates.</td>
<td>• Hombres y mujeres de 20 a 49 años.<br>• NSE: A y B<br>• Zonas: 6 y 7 de Lima Metropolitana.<br>• Personas:<br>- Intolerantes a la lactosa.<br>- Veganos.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Estructura de costos<br>• Insumos para producción.<br>• Marketing: 3.5% para el inicio.</td>
<td colspan="3">• Venta por productos<br>Nota de ingresos</td>
</tr>
</table>

*Nota*: Elaboración propia

## 1.4. Descripción del producto.

Los quesos Purum Veggie están elaborados a base de castañas, no se empleará preservantes, pues nuestros productos tienen un enfoque % natural.

Las semillas de castaña son ricas en proteínas, vegetales, grasas saludables, fibra, potasio, fósforo, calcio, vitamina E, magnesio y selenio. (Indecopi, 2018)

### 1.4.1. Propiedades.

Tabla 2.

*Composición nutricional de la castaña*

| Composición nutricional (por 100g.) | | | |
|---|---|---|---|
| Agua | 48.6 g. | Calcio | 27 mg. |
| Calorías | 213 kcal. | Cobre | 0.44 mg. |
| Grasa | 2.26 g. | Zinc | 0.42 mg. |
| Proteína | 2.42 g. | Manganeso | 10.95 mcg. |
| Carbohidratos | 45.54 g. | Vitamina C | 43 mg. |
| Fibra | 8.1 g. | Vitamina A | 28 UI. |
| Potasio | 518 g. | Vitamina B1 | 0.238 mg. |
| Fósforo | 93 mg. | Vitamina B2 | 0.168 mg. |
| Hierro | 1.01 mg. | Vitamina B3 | 1.179 mg. |
| Sodio | 3 mg. | Vitamina B6 | 0.376 mg. |
| Magnesio | 33 mg. | Ácido fólico | 62 mcg. |

*Nota*: Elaboración propia

Se tendrán dos presentaciones con dos sabores, se detallan las especificaciones:

**Primera Presentación: 150 gr**

**a) Queso en molde de 150 g. sabor natural:**

Este producto está hecho a base de castañas, harina instantánea de soja, almidón de yuca, levadura de cerveza, aceite de coco, agar agar, sal marina, extracto de limón. En la tabla 2, podemos observar la información nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto. Tamaño por porción: una tajada (30 g.), aproximadamente 5 porciones por envase.

Tabla 3.

*Información nutricional de queso en molde sabor natural*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 301 | 90 | 5% |
| Grasa Total (g) | 22.8 | 6.8 | 3% |
| Grasa saturada (g) | 2.9 | 0.9 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 13.3 | 4.0 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.1 | 0.6 | |
| Proteínas (g) | 10.6 | 3.2 | 1% |
| Fibra dietaria (g) | 4.8 | 1.4 | 0% |
| Calcio (mg) | 83 | 25 | 1% |
| Sodio (mg) | 471 | 141 | 12% |

*Nota:* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

**b) Queso en molde de 150 g. sabor orégano tomillo**

Este producto está hecho a base de castañas, harina instantánea de soja, almidón de yuca, levadura de cerveza, aceite de coco, agar agar, sal marina, extracto de limón, orégano y tomillo para dar el toque aromático. En la tabla 3, podemos observar la información nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto Tamaño por porción: una tajada (30 g.), aproximadamente 5 porciones por envase.

Tabla 4.

*Información nutricional de queso en molde sabor orégano tomillo*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 307 | 92 | 5% |
| Grasa Total (g) | 23.02 | 6.9 | 3% |
| Grasa saturada (g) | 2.96 | 0.9 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 14.15 | 4.2 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.21 | 0.7 | |
| Proteínas (g) | 10.85 | 3.3 | 1% |
| Fibra dietaría (g) | 5.97 | 1.8 | 0% |
| Calcio (mg) | 135 | 41 | 2% |
| Sodio (mg) | 472 | 142 | 12% |

*Nota:* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

**Segunda Presentación: 100gr laminado**

**a) Queso laminado de 100 gr. sabor natural**

Este producto está hecho a base de castañas, harina instantánea de soja, almidón de yuca, levadura de cerveza, aceite de coco, agar agar, sal marina, extracto de limón. En la tabla 4, podemos observar la información nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto. Tamaño por porción: una lámina (20 g.), aproximadamente 5 porciones por envase.

Tabla 5.

*Información nutricional de queso laminado sabor natural*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 301 | 90 | 5% |
| Grasa Total (g) | 22.8 | 6.8 | 3% |
| Grasa saturada (g) | 2.9 | 0.9 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 13.3 | 4.0 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.1 | 0.6 | |
| Proteínas (g) | 10.6 | 3.2 | 1% |
| Fibra dietaría (g) | 4.8 | 1.4 | 0% |
| Calcio (mg) | 83 | 25 | 1% |
| Sodio (mg) | 471 | 141 | 12% |

*Nota:* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

**b) Queso en laminado de 100 gr. sabor orégano y tomillo**

Este producto está hecho a base de castañas, harina instantánea de soja, almidón de yuca, levadura de cerveza, aceite de coco, agar agar, sal marina, extracto de limón, orégano y tomillo para dar el toque aromático. En la tabla 5, podemos observar la información nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto. Tamaño por porción: una lámina (20 g.), aproximadamente 5 porciones por envase.

Tabla 6.

*Información nutricional de queso laminado sabor orégano tomillo*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 307 | 61 | 3% |
| Grasa Total (g) | 23.02 | 4.6 | 2% |
| Grasa saturada (g) | 2.96 | 0.6 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 14.15 | 2.8 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.21 | 0.4 | |
| Proteínas (g) | 10.85 | 2.2 | 0% |
| Fibra dietaría (g) | 5.97 | 1.2 | 0% |
| Calcio (mg) | 135 | 27 | 1% |
| Sodio (mg) | 472 | 94 | 8% |

*Nota:* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

## 1.5. Oportunidades de negocio

La tendencia hacía una alimentación saludable y natural ha influido en el desarrollo de una nueva industria que genera nuevos productos en formatos sostenibles, replicables y escalables. Los consumidores de estos alimentos buscan nuevas formas de cubrir sus necesidades alimenticias insatisfechas abriendo un mercado importante con oportunidades a captar.

La alimentación 100% vegetal se viene posicionando en la consciencia de las personas durante los últimos años, generando una evidente tendencia por consumir productos con insumos beneficiosos para la salud, a ello se le suma el incremento de personas que han optado por dejar de consumir alimentos de origen animal.

El mercado peruano ha adoptado esta tendencia de manera rápida y con mucho interés. Cada vez más personas se encuentran dispuestas a consumir alimentos con propiedades compatibles con su estilo de vida y sus necesidades de salud. La información disponible y la iniciativa del consumidor para tomar mejores decisiones han generado un mayor cuidado en la elección de los productos según su requerimiento.

El incremento de la población peruana que no consume productos derivados de animales viene dándose de manera sostenida, este registro se genera gracias a la publicación de una encuesta online de la Red Vegana donde se identifica un aumento de 3% entre los años 2016 y 2018. De igual forma un 18% de los encuestados consideran estar “en proceso de ser veganos”.

Según el estudio de censo a nivel nacional de la Red Vegana en el 2016 con base de 2,390 encuestados, manifiestan que un 31.2% son veganos; mientras tanto, en el 2018

con base de 3,026 encuestados mencionan un 34.9% que son veganos, habiendo un incremento significativo año tras año.

Sobre la población de intolerantes a la lactosa no se cuenta con un estudio oficial. Los registros de esta información nos indican que existe un amplio mercado, aunque los datos no sean muy concordantes entre sí.

Aproximadamente, unos 8 millones de peruanos sufrirían el “Síndrome de la mala absorción” menciona un estudio de la “Consultora Arellano Marketing” publicado en el portal de “La República” donde el 24.9% de los encuestados indican ser intolerantes a la lactosa; inclusive, podría ser mayor el índice en estudio.

Así mismo, según el Portal Vital de RPP, señala que el 70% de peruanos sufre de intolerancia a la lactosa. Las personas intolerantes a la lactosa tienen síntomas como cólicos abdominales, diarrea, gases y náuseas por lo que requieren alternativas que no les generen estos malestares ocasionados por no poder digerir la lactosa.

Mientras que en el portal “Capital.pe” se difunde un estudio realizado por Kantar Worldpanel, compañía de investigación de mercados, que señala que “al 45% de los hogares les cae mal la leche. Esto, nos lleva a pensar que, como mínimo, dos millones de personas son intolerantes a la lactosa”.

Es por lo que Purum Veggie identifica la necesidad de un producto que cumpla con características para ambos grupos de personas, y apostamos por un queso vegetal a base de castañas en presentaciones: molde y laminados, y con dos sabores: natural y orégano – tomillo.

### 1.6. Estrategia genérica de la empresa

Purum Veggie, contará como estrategia la diferenciación pues brindará un producto novedoso, ya que será el único en el mercado a base de castañas, sin preservantes y los primeros en cortar con la certificación V-Label respaldada por la Unión Vegetariana del Perú.

Este fruto seco aparte de tener grandes nutrientes, gran parte de su producción se da en nuestra selva peruana, departamento de Madre de Dios, trabajaremos directamente con proveedores que mantienen relación directa con los castañeros, de esta manera contribuiremos al aprovechamiento sostenible de la castaña.

## Capítulo II. Análisis del Entorno

### 2.1. Análisis del Macroentorno

#### 2.1.1. Del País (últimos 5 años).

Perú, conocido oficialmente como la República del Perú, es un país que limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil y al sureste con Bolivia y Chile, reconocido como uno de los países con mayores recursos minerales y con gran variedad biológica.

Económicamente, el ministro de Economía y Finanzas, Carlos Oliva, hace referencia que, en el año 2019, se considera que el Perú sería uno de los países líderes en el crecimiento económico a un 4.2%, en comparación con los países de la región, como es el caso, de Chile, Brasil, Colombia y México. Este indicador influye de manera positiva para el bienestar de todos los ciudadanos peruanos; ya que, esto promueve la competitividad, productividad y mayores inversiones extranjeras, lo cual nos fortalece como país.

Además, se debe de resaltar el crecimiento del sector turismo que viene aumentando durante los últimos 05 años, según Mincetur, en el 2015 Perú recibió 3 millones 455,709 turistas, en el 2016 las visitas se extendieron a 3 millones 744,461 turistas y en el 2017 a 4 millones 32,339 de turistas extranjeros, que nos convierte en un país más atractivo para futuros eventos internacionales.

#### 2.1.2. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.

##### *2.1.2.1. Capital.*

Lima es la capital del Perú, fundada el 18 de enero de 1538. Ubicada a orillas del océano Pacífico, costa central de Perú por ende tiene un clima subtropical con niveles altos de humedad. Para este año, 2019, Lima está considerada un buen lugar para hacer negocios y realización de eventos internacionales.

“La capital del Perú será sede de más de 30 congresos internacionales que se llevarán a cabo en los siguientes meses del año, y aportarán a la economía local más de US$ 24 millones.” (Diario Gestión, 2018).

Dentro de todos estos eventos lo más importante son los XVIII Juegos Panamericanos del 26 de julio al 11 de agosto de 2019 y los VI Juegos Parapanamericanos del 23 de agosto al 1 de septiembre de 2019, recibirán en conjunto alrededor de 12,000 participantes entre atletas, entrenadores, familiares, y delegados miembros de los 41 Comités Olímpicos Nacionales que integran la Organización Deportiva Panamericana (ODEPA).

### *2.1.2.2. Ciudades importantes.*

El Perú desde 1940 ha sufrido una migración significativa de la zona de la sierra hacia las ciudades costeras, esto ha originado un país centralista hoy en día. Por ende, el gobierno en los últimos años ha impulsado la descentralización puesto que la globalización ha producido cambios sustanciales en la estructura de la actividad económica.

En el Perú, en proceso de globalización incorpora a Lima Metropolitana y principales ciudades macro regionales (Arequipa, Trujillo) y regionales (Chiclayo, Piura, Cajamarca, Huancayo, Cusco, Iquitos, entre otras). Cada departamento-región tiene ciudades principales que influyen en los territorios aledaños.

Lima y las metrópolis regionales son atractivas para inversiones ligadas al sector servicios y al sector industrial. En estas ciudades surgen múltiples centros especializados y redes de actividades informacionales, industriales, comerciales y culturales, que generan alta densidad de actividades y flujos de capital e información.

Tabla 7.

*Población censada, omitida y total, según Censos realizados. 1940 -2017*

| Principales Ciudades del Perú | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Nro.** | **Ciudad** | **Departamento** | **Población** | **Nro.** | **Ciudad** | **Departamento** | **Población** |
| 1 | Lima | Lima | 9 562 280 | 11 | Puno | Puno | 128 637 |
| 2 | Arequipa | Arequipa | 1 008 029 | 12 | Ica | Ica | 282 407 |
| 3 | Trujillo | La Libertad | 919 899 | 13 | Cajamarca | Cajamarca | 201 329 |
| 4 | Chiclayo | Lambayeque | 552 508 | 14 | Pucallpa | Ucayali | 326 040 |
| 5 | Iquitos | Loreto | 377 609 | 15 | Sullana | Piura | 199 606 |
| 6 | Piura | Piura | 473 025 | 16 | Ayacucho | Ayacucho | 180 766 |
| 7 | Cuzco | Cuzco | 428 450 | 17 | Chincha Alta | Ica | 196 675 |
| 8 | Chimbote | Áncash | 464 568 | 18 | Huánuco | Huánuco | 196 627 |
| 9 | Huancayo | Junín | 456 250 | 19 | Moyobamba | San Martín | 50 073 |
| 10 | Tacna | Tacna | 286 240 | 20 | Puno | Puno | 140 839 |

*Nota*: INEI, 2018

### *2.1.2.3. Superficie.*

El Perú tiene una superficie de *1'285, 215.6 km2* según el último informe del INEI al 2018.

*"Es el tercer país de mayor extensión geográfica (1'285, 215.6 km2) después de Brasil y Argentina. En cuanto a densidad, se ubica en el quinto lugar entre los países con mayor densidad poblacional"* (Instituto Nacional de Estadistica e Informatica, 2018, pág. 12)

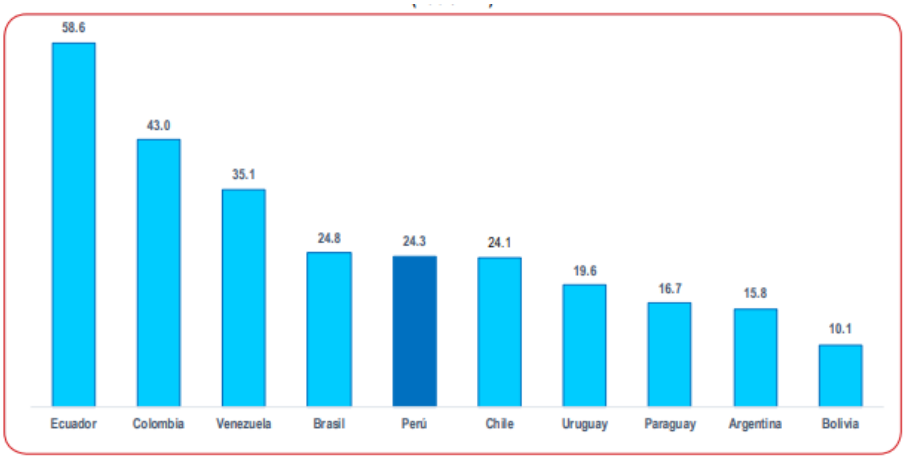



*Figura 2.* Países de América del Sur: Densidad Poblacional, 207 (hab./km2)
*Nota*: (CELADE - División de Población de la CEPAL. Revisión 2017)

#### *2.1.2.4. Habitantes.*

El número de habitantes se ve reflejada también en el informe del INE respecto a los resultados del censo 2017 que fueron publicados:

*"La población total estimada del Perú al día del censo, 22 de octubre del 2017 es de 31 millones 237 mil 385 habitantes. Esto es resultado de 29 millones 381 mil 884 habitantes registrados en el XII Censo Nacional de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas, más 1 millón 855 mil 501 habitantes omitidos, 5,94%, de la población total estimada con la Encuesta de Evaluación Censal post-empadronamiento"* (Instituto Nacional de Estadistica e Informatica, 2018, pág. 9)

Tabla 8.
*Población censada, omitida y total, según Censos realizados. 1940 -2017*

| Año | Población | | |
|---|---|---|---|
| | Censada | Omitida | Total |
| 1940 | 6 207 967 | 815 144 | 7 023 111 |
| 1961 | 9 906 746 | 513 611 | 10 420 357 |
| 1972 | 13 538 208 | 583 356 | 14 121 564 |
| 1981 | 17 005 210 | 757 021 | 17 762 231 |
| 1993 | 22 048 356 | 591 087 | 22 639 443 |
| 2007 | 27 412 157 | 808 607 | 28 220 764 |
| 2017 | 29 381 884 | 1 855 501 | 31 237 385 |

*Nota*: INEI, 2018

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

#### *2.1.3.1. Tasa de crecimiento de la población.*

"En promedio, la población peruana ha crecido 301 mil 662 habitantes por año en el mencionado período. La población ha tenido un crecimiento promedio anual de 1,0% durante el periodo 2007–2017, lo cual confirma la tendencia decreciente del ritmo de crecimiento poblacional en los últimos 56 años. De una Tasa de Crecimiento de 2,8% en el periodo íntercensal 1961–1972, pasó a 2,6% entre 1972–1981, desciende a 2,0% en el periodo 1981–1993, y en el penúltimo periodo intercensal fue de 1,6% por año. En el período de mayor crecimiento de la población, según estudios de fecundidad, la Tasa Global de Fecundidad era 6,0 hijas/os en promedio por mujer, este nivel ha descendido hasta 2,5 para el lapso 2010–2015." (Instituto Nacional de Estadistica e Informatica, 2018, pág. 9)

Considerando que la tasa de crecimiento poblacional tiende a variar, porcentualmente cada año, es importante señalar que, en la actualidad, de 194 países del mundo, Perú, se encuentra ubicado en el puesto 43 de los países con mayor alcance de población

Es importante destacar que desde el año 2000 se ha observado un ritmo descendiente del crecimiento poblacional, lo cual se convierte en un buen indicador como país, Estado; ya que, esto significa promover una mejora en la calidad y condiciones de vida, por lo que se brinda mejores oportunidades económicas, educación, asistencia médica, factores que serían complicados de garantizar a grandes poblaciones; asimismo, políticamente, la democracia funcionan de una forma más efectiva cuando hay una población pequeña.

En base a los datos estadísticos extraídos por el Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI) se estima que para el 2019 la tasa de crecimiento poblacional es de 1.04% como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 9.

*Población Estimada y Proyectada por sexo y tasa de crecimiento, según años 2010 - 2024*

| Años | Población | | | Tasa de crecimiento media de la población total (por cien) | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Total | Hombres | Mujeres | Periodo Quinquenal | Periodo Anual |
| 2010 | 29,461,933 | 14,768,901 | 14,693,032 | | 1.13 |
| 2011 | 29,797,694 | 14,935,396 | 14,862,298 | | 1.14 |
| 2012 | 30,135,875 | 15,103,003 | 15,032,872 | 1.12 | 1.13 |
| 2013 | 30,475,144 | 15,271,062 | 15,204,082 | | 1.13 |
| 2014 | 30,814,175 | 15,438,887 | 15,375,288 | | 1.11 |
| 2015 | 31,151,643 | 15,605,814 | 15,545,829 | | 1.10 |
| 2016 | 31,488,625 | 15,772,385 | 15,716,240 | | 1.08 |
| 2017 | 31,826,018 | 15,939,059 | 15,886,959 | 1.05 | 1.07 |
| 2018 | 32,162,184 | 16,105,008 | 16,057,176 | | 1.06 |
| 2019 | 32,495,510 | 16,269,416 | 16,226,094 | | 1.04 |
| 2020 | 32,824,358 | 16,431,465 | 16,392,893 | | 1.01 |
| 2021 | 33,149,016 | 16,591,315 | 16,557,701 | | 0.99 |
| 2022 | 33,470,569 | 16,749,517 | 16,721,052 | | 0.97 |
| 2023 | 33,788,589 | 16,905,832 | 16,882,757 | | 0.95 |
| 2024 | 34,102,668 | 17,060,003 | 17,042,665 | | 0.93 |

*Nota*: INEI, 2018 - Perú Estimaciones y Proyecciones de Población. Boletín de Análisis Demográfico N°36

En la tabla mostrada se puede identificar que desde el año 2010 al 2014 el porcentaje de la tasa de crecimiento no ha variado; sin embargo; a partir del año 2014, el crecimiento poblacional empieza a disminuir entre 2% a 1%, lo cual podría influir negativamente al sector de empresa; debido a que la población es la fuerza laboral de una economía que sostiene los mercados; ya que, somos nosotros, las personas quienes consumimos los bienes y servicios que las empresas producen.

#### *2.1.3.2. Ingreso per cápita.*

El ingreso per cápita es uno de los pilares más importantes y vinculados con la calidad de vida que tiene un país; así como su tasa de crecimiento económico.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática en el año 2017, el ingreso real promedio per cápita mensual descendió a 962 soles, lo que representó una disminución del 1,5% respecto al año 2016, quiere decir, que esta reducción de nuestro ingreso per cápita podría impactar e influir de forma negativa en nuestra propuesta de negocio; ya que, la población en promedio tendría menos recursos para gastar, lo cual es un indicador negativa para la apertura de nuevos negocios, debido a una estabilidad

económica, por lo que el nivel de vida también sería reducido, asumiendo que los precios hayan incrementado por un tema de inflación o se hayan mantenido; sin embargo, se estima que para los próximos años, nuestro ingreso per cápita incremente.

*Figura 3.* Perú: Evolución del Ingreso Real Promedio per Cápita mensual 2007 - 2017
*Nota*: (INEI, 2018)

#### *2.1.3.3. Población Económicamente Activa.*

La Población en edad de trabajar o Población en edad activa (PET) se subdivide en Población Económicamente Activa (PEA) conocida también como la Fuerza de Trabajo y Población Económicamente Inactiva (PEI).

La Población Económicamente Activa (PEA) consiste en ofrecer una adecuada mano de obra en el mercado laboral, por lo que una persona con la edad mínima de 14 años, en el caso de Perú, es considerada una persona económicamente activa. Asimismo, es importante señalar que, en el Perú, las personas menores a los 14 años están impedidas a trabajar; sin embargo, esta normativa no es respetada por nuestro mismo país; ya que, según INEI casi medio millón de niños y adolescentes menores de 14 años trabajan en condiciones de explotación.

Considerando a la población económicamente activa (PEA) es importante indicar que la remuneración mínima mensual en nuestro país, Perú, ha incrementado S/. 80.00 Nuevos Soles en comparación al año 2016, cuya remuneración era de S/. 850.00 Nuevos Soles.

Tabla 10.

*Comparación de Remuneraciones 2013 - 2018*

| Remuneraciones | |
|---|---|
| 2013 | S/. 750 |
| 2016 | S/. 850 |
| 2018 | S/. 930 |

*Nota*: Elaboración propia

Asimismo, se puede identificar que ha habido un incremento en el promedio general de ingresos de los niveles socioeconómicos al que estamos enfocados como empresa (A y B) en comparación al año 2016, lo cual es un indicador favorable, debido a que los sueldos dentro de nuestro sector han subido, por lo que nuestro público objetivo estaría dispuesto a adquirir nuevos productos y a aceptarlos en el mercado con un precio de introducción.

Tabla 11.

*Comparación de ingresos promedio familiar mensual*

| Año | NSE A - Soles | NSE B - Soles |
|---|---|---|
| 2018 | S/. 13, 105 | S/ 7,104 |
| 2016 | S/. 10, 860 | S/ 5,560 |
| 2015 | S/. 11, 596 | S/. 5,869 |

*Nota*: APEIM

Según el último informe del INE respecto a los indicadores de Empleo ingreso por departamento se tiene:

*La PEA se incrementó en 1,9% en el 2017 respecto al año anterior, en el Área Urbana se registra un incremento de 2,5%; mientras que en el Área Rural disminuyó en "-0,5%"* (Instituto Nacional de Estadistica e Informatica, 2018, pág. 33)

Tabla 12.

*Perú: Población Económicamente Activa, según ámbito geográfico, 2007, 2016, 2017 (Miles de personas)*

| Ámbito Geográfico | 2007 | 2016 | 2017 | Incremento promedio anual 20007-2017(Miles de personas) | Tasa de crecimiento promedio anual (%) 2007-2017) | Incremento anual 2016-2017(Miles de personas) | Variación porcentual (%) 2017-2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | 14 907,2 | 16 903,7 | 17 215,7 | 230,9 | 1,5 | 312,1 | 1,9 |
| Área de residencia | | | | | | | |
| Urbana | 10 688,0 | 13 066,1 | 13 396,5 | 270,9 | 2,3 | 330,5 | 2,5 |
| Rural | 4 219,2 | 3 837,6 | 3 819,2 | -40,0 | -1 | -18,4 | -0,5 |
| Región natural | | | | | | | |
| Costa | 8 013,1 | 9 331,7 | 9 537,9 | 152,5 | 1,8 | 206,2 | 2,2 |
| Sierra | 4 960,3 | 5 420,8 | 5 486,6 | 52,6 | 1,0 | 65,8 | 1,2 |
| Selva | 1 933,8 | 2 151,2 | 2 191,2 | 25,7 | 1,3 | 40 | 1,9 |

*Nota*: INEI, 2018

### 2.1.4. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

En diciembre del 2018, la balanza comercial fue positiva en US$ 1 076 millones. Con ello en el año 2018 se acumuló un superávit de US$ 7 049 millones, es el resultado positivo por tercer año consecutivo y el más alto desde 2011. En enero 2019, la balanza comercial fue positiva en US$ 374 millones, monto menor en US$ 310 millones a la de 2018 Según el BCR.

Tabla 13.

*Balanza comercial 2017 – 2018 (en millones de US$).*

| | 2017 | 2018 | | diciembre | | Año | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Dic. | Nov. | Dic. | Var.% mes anterior | Var. %12 meses | 2017 | 2018 | Var.% |
| 1. Exportaciones | 4 563 | 4 161 | 4 227 | 1,6 | -7,4 | 45 275 | 48 942 | 8,1 |
| Productos tradicionales | 3 303 | 3 001 | 2 972 | -0,9 | -10,0 | 33 446 | 35 540 | 6,3 |
| Productos no tradicionales | 1 246 | 1 133 | 1 235 | 9,0 | -0,9 | 11 699 | 13 214 | 13,0 |
| Otros | 13 | 27 | 20 | -25,4 | 50,8 | 130 | 188 | 44,4 |
| 2. Importaciones | 3 329 | 3 427 | 3 152 | -8,0 | -5,3 | 38 704 | 41 893 | 8,2 |
| Bienes de consumo | 749 | 836 | 723 | -13,5 | -3,5 | 9 326 | 9 584 | 2,8 |
| Insumos | 1 627 | 1 550 | 1 493 | -3,7 | -8,2 | 17 900 | 20 544 | 14,8 |
| Bienes de capital | 947 | 1 034 | 928 | -10,2 | -1,9 | 11 315 | 11 642 | 2,9 |
| Otros bienes | 7 | 7 | 7 | -6,8 | 2,9 | 163 | 123 | -24,6 |
| 3. Balanza comercial | 1 234 | 733 | 1 076 | | | 6 571 | 7049 | |

*Nota*: SUNAT Y BCRP

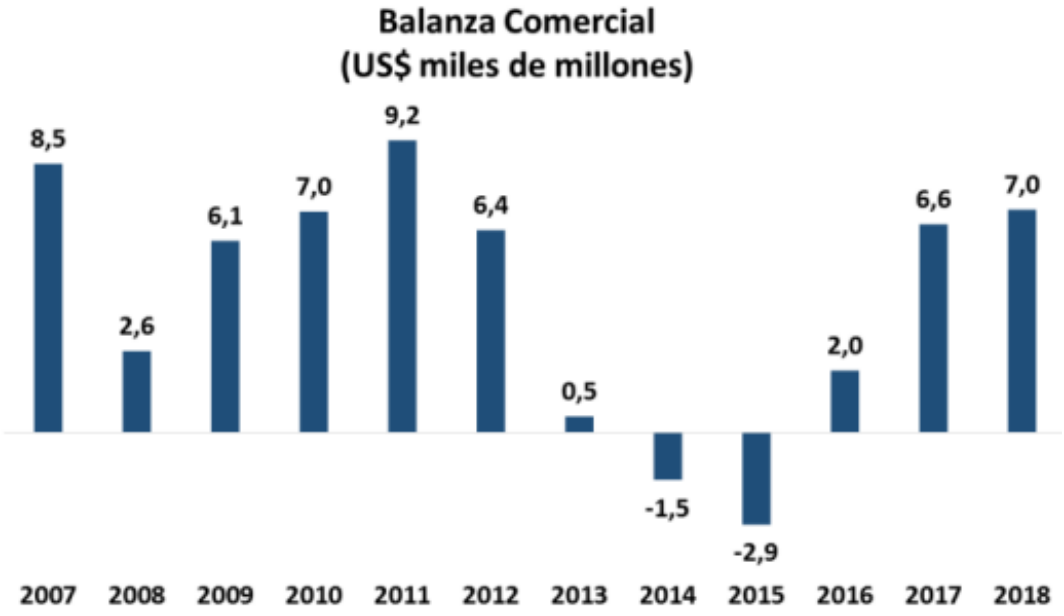



*Figura 4.* Perú: Balanza Comercial 2007 - 2018

*Nota*: BCRP

Por principales destinos, en los últimos 12 meses, las ventas a Corea del Sur se redujeron US$ 132 millones (zinc y plomo); a Brasil, US$ 82 millones (zinc y cobre); a España, US$ 78 millones (cobre y gas natural); a Suiza, US$ 76 millones (oro); y a Estados

Unidos, US$ 58 millones (oro). Ello fue parcialmente contrarrestado con el aumento de ventas a India y Países Bajos por incremento de cobre y gas natural, respectivamente.

#### *2.1.4.1. Exportaciones.*

"Las exportaciones fueron de US$ 4 227 millones, menores en 7,4 por ciento a las de diciembre de 2017. En el mes, las ventas al exterior de productos tradicionales fueron US$ 2 972 millones y las de no tradicionales ascendieron a US$ 1 235 millones. En el año 2018, el valor de las exportaciones alcanzó el monto de US$ 48 942 millones, el cual fue mayor en 8,1 por ciento al del año 2017." (Banco Central de Reserva del Perú, 2019, pág. 1)

#### *2.1.4.2. Importaciones.*

**"Las importaciones** fueron US$ 3 152 millones en el mes, 5,3 por ciento menos que en diciembre de 2017. La mayor parte correspondió a insumos (US$ 1 493 millones), seguido de bienes de capital (US$ 928 millones) y de bienes de consumo (US$ 723 millones). En el año 2018, las importaciones totalizaron US$ 41 893 millones, monto mayor en 8,2 por ciento respecto al año 2017". (Banco Central de Reserva del Perú, 2019, pág. 1)

### 2.1.5. *Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.*

#### *2.1.5.1. Producto Bruto Interno.*

EL BCRP mide el PBI de los sectores primarios (agropecuario, pesca, minería e hidrocarburos y manufactura de procesamientos de recursos primarios) y el PBI de los sectores no primarios (manufactura no primaria, construcción, comercio, electricidad y agua y otros servicios - incluyendo impuestos).

"Según el último informe del BCRP se tiene: En enero el Producto Bruto Interno creció 1,6 por ciento; los sectores no primarios crecieron 3,5 por ciento y, por el contrario, los primarios disminuyeron 5,2 por ciento. En este mes fueron menores la pesca por el cierre de la segunda temporada de 2018 y la manufactura primaria por las labores de mantenimiento de la refinería de Southern." (Banco Central de Reservas del Peru, 2019, pág. 2)

Tabla 14.

*Perú: Producto Bruto Interno (Variación porcentual respecto a similar periodo del año anterior)*

| | Estructura porcentual del PBI 2018 | 2018 | | | 2019 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Enero | Diciembre | Año | Enero |
| Agropecuario | 5,5 | 5,2 | 2,6 | 7,5 | 3,5 |
| Agrícola | 3,3 | 8,2 | -1 | 9,0 | 2,5 |
| Pecuario | 1,5 | 1,5 | 6,3 | 5,4 | 4,9 |
| Pesca | 0,5 | 12,4 | 225,9 | 39,7 | -31,3 |
| Minería o Hidrocarburos | 13,2 | -1,6 | -12 | -1,3 | -1,3 |
| Minería metálica | 9,4 | -2,0 | -17 | -1,5 | -1,5 |
| Hidrocarburos | 1,4 | 1,1 | 1,4 | 0,0 | -0,7 |
| Manufactura | 12,7 | -1,0 | 12,4 | 6,2 | -5,6 |
| Primaria | 3,0 | 2,1 | 46,8 | 13,2 | -28,2 |
| No primaria | 9,6 | -1 | 1,7 | 3,7 | 3,7 |
| Electricidad y agua | 1,8 | 0,2 | 7,4 | 4,4 | 5,4 |
| Construcción | 5,9 | 8,6 | 4,6 | 5,4 | 0,9 |
| Comercio | 10,7 | 2,4 | 1,5 | 2,6 | 2,5 |
| Total, Servicios | 49,7 | 4,4 | 4,2 | 4,4 | 4,2 |
| PBI Global | 100,0 | 2,9 | 4,7 | 4,0 | 1,6 |
| **PBI Primario** | **22,2** | **0,7** | **7,3** | **3,3** | **-5,2** |
| **PBI No Primario** | **77,8** | **3,6** | **4,1** | **4,2** | **3,5** |

*Nota*: INEI Y BCRP (1/ Ponderación implícita del año 2017 a precios de 2007)

#### *2.1.5.2. Tasa de Inflación.*

Respecto a la inflación, el Banco Central de Reservas del Perú emite mensualmente el comportamiento de este, obteniendo como resultado una tasa mensual de inflación de 0,13 por ciento en febrero de 2019. Esta inflación mensual en febrero fue superior en 0,06 por ciento respecto a la inflación de enero, lo que reflejó una menor caída del precio del pollo y el incremento del precio de los huevos. Mirando la tendencia de los últimos años según el BCRP se tiene:

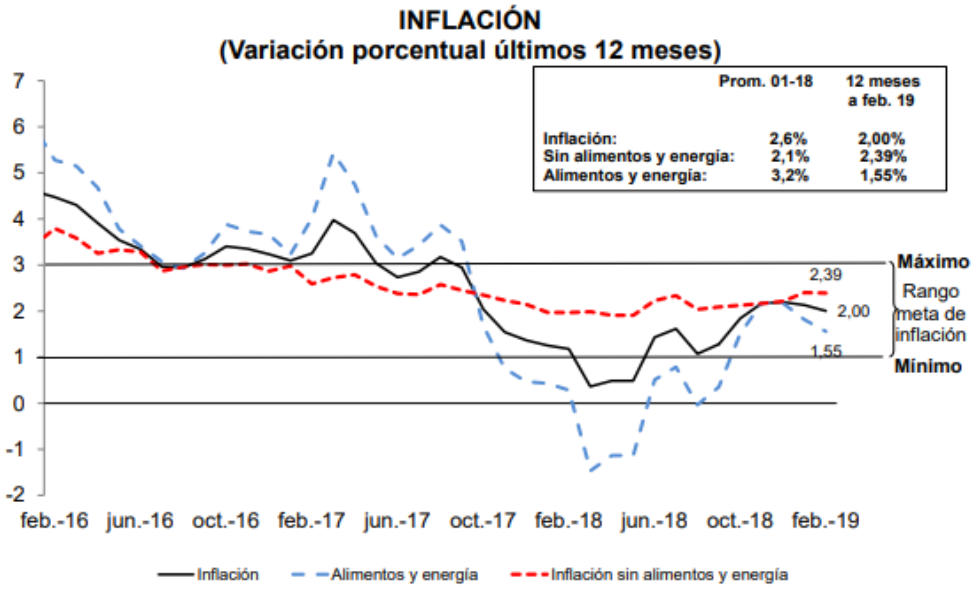



*Figura 5.* Perú: Inflación últimos 12 meses

*Nota*: BCRP

En consideración con lo expuesto sobre el crecimiento de la inflación, se puede indicar que es uno de los factores que perjudica no solo al país, sino, a las empresas que inician un plan de negocios; ya que, genera una incertidumbre en el mercado, permitiendo de esta forma la cancelación de inversiones y/o proyectos. Asimismo, la inflación provoca un impacto negativo en el sueldo de los colaboradores; ya que al incrementarse el precio de los productos y/o insumos necesarios para la alimentación, los colaboradores se verán en la necesidad de solicitar un aumento en sus remuneraciones, a fin de cubrir sus gastos.

Además, influye de forma negativa en la toma de decisiones de nuestros clientes; puesto que, al incrementarse el precio, los clientes podrían optar por comprar en menos cantidades o no comprar.

#### *2.1.5.3. Tasa de interés.*

Con la finalidad de evaluar el tipo de interés que una empresa debe de pagar como contraprestación por el uso de una cantidad fija de dinero, se debe tener en cuenta las tasas de interés activa del mercado.

Como se podrá analizar en la tabla, la tasa de interés activa de moneda extranjera es aproximadamente, la mitad de la tasa de interés activa en moneda nacional, por lo que se debe de analizar el valor de nuestra moneda local (Nuevos Soles); ya que, al realizar pagos en moneda extranjera o endeudarnos a una tasa en moneda no local, sería nada provechoso para nosotros como empresa, debido a que, al realizar el tipo de cambio de soles a dólares, el monto podría resultar mucho mayor.

Tabla 15.

*Tasa de interés activa de Mercado en Moneda Nacional y Moneda Extranjera*

| | PORCENTAJE ANUAL |
|---|---|
| TAMN | 14.60% |
| TAMEX | 7.87% |

*Nota*: Superintendencia y Banca de Seguros

Por otro lado, se manejan las siguientes tasas de interés promedio del sistema bancario, según el banco que brinde un mayor beneficio, lo ideal es elegir una tasa que no sea muy alta, a fin de evitar una gran deuda con una entidad financiera.

| Tasa Anual (%) | Continental | Comercio | Crédito | Pichincha | BIF | Scotiabank | Citibank | Interbank | Mibanco | GNB | Falabella | Santander | Ripley | Azteca | ICBC | Promedio |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Corporativos | 4.23 | 4.99 | 4.71 | 5.91 | 5.44 | 3.85 | 4.53 | 4.57 | - | 5.56 | - | 6.32 | - | - | 5.28 | 4.67 |
| Descuentos | 4.48 | - | 4.69 | 8.30 | 5.87 | 3.71 | - | 4.98 | - | - | - | 7.32 | - | - | - | 5.56 |
| Préstamos hasta 30 días | 3.68 | - | 4.32 | 4.90 | 6.55 | 3.86 | 6.15 | 3.80 | - | - | - | 4.11 | - | - | 5.16 | 4.19 |
| Préstamos de 31 a 90 días | 4.69 | 4.99 | 4.33 | 5.92 | 4.82 | 4.09 | 5.42 | 5.58 | - | 5.48 | - | 5.74 | - | - | 5.00 | 4.53 |
| Préstamos de 91 a 180 días | 3.69 | - | 4.40 | - | 4.72 | 3.91 | 4.24 | 5.26 | - | - | - | 6.15 | - | - | 5.50 | 4.13 |
| Préstamos de 181 a 360 días | 7.50 | - | 5.66 | - | 5.17 | 3.81 | - | - | - | 5.70 | - | 6.86 | - | - | - | 5.18 |
| Préstamos a más de 360 días | 6.39 | - | 6.69 | - | 6.91 | 3.60 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6.36 |
| Grandes Empresas | 6.86 | 7.53 | 6.09 | 8.08 | 6.86 | 5.85 | 5.89 | 5.57 | - | 7.73 | - | 7.48 | - | - | 7.74 | 6.30 |
| Descuentos | 9.04 | 7.41 | 4.78 | 9.59 | 7.25 | 5.69 | - | 6.58 | - | 10.79 | - | 7.57 | - | - | - | 6.55 |
| Préstamos hasta 30 días | 4.93 | 7.29 | 6.29 | 8.85 | 5.95 | 5.40 | 5.47 | 3.86 | - | 6.90 | - | 6.09 | - | - | - | 5.26 |
| Préstamos de 31 a 90 días | 6.02 | 8.02 | 6.95 | 7.51 | 6.62 | 5.03 | 5.88 | 6.87 | - | 6.94 | - | 6.99 | - | - | - | 6.45 |
| Préstamos de 91 a 180 días | 6.81 | 7.33 | 5.92 | 7.23 | 7.74 | 5.91 | 7.44 | 6.13 | - | 9.06 | - | 7.65 | - | - | - | 6.34 |
| Préstamos de 181 a 360 días | 6.45 | 7.50 | 6.65 | 9.39 | 6.85 | 5.83 | 5.90 | 6.98 | - | 10.27 | - | 8.21 | - | - | - | 6.34 |
| Préstamos a más de 360 días | 6.92 | - | 6.93 | 8.69 | 6.30 | 6.94 | - | 8.83 | - | - | - | 8.38 | - | - | 7.74 | 7.23 |
| Medianas Empresas | 10.60 | 10.19 | 10.29 | 9.28 | 9.17 | 10.37 | 5.08 | 9.33 | 15.09 | 10.76 | - | 7.74 | - | - | - | 10.24 |
| Descuentos | 12.00 | 14.62 | 7.04 | 10.37 | 8.49 | 9.03 | - | 8.13 | - | 15.03 | - | 6.79 | - | - | - | 9.15 |
| Préstamos hasta 30 días | 7.80 | 12.00 | 11.55 | 7.59 | 9.21 | 10.57 | 5.08 | 7.20 | - | - | - | 8.32 | - | - | - | 9.01 |
| Préstamos de 31 a 90 días | 10.48 | 14.00 | 11.04 | 8.45 | 9.57 | 9.95 | - | 8.82 | - | 9.12 | - | 8.24 | - | - | - | 10.28 |
| Préstamos de 91 a 180 días | 10.93 | 9.68 | 12.20 | 8.25 | 9.19 | 8.99 | - | 9.62 | 16.58 | 10.29 | - | 7.34 | - | - | - | 10.76 |
| Préstamos de 181 a 360 días | 11.12 | 9.00 | 9.53 | 9.50 | 10.90 | 9.42 | - | 9.37 | 16.70 | - | - | - | - | - | - | 10.25 |
| Préstamos a más de 360 días | 9.66 | 10.00 | 10.12 | 14.26 | 8.61 | 12.56 | - | 14.26 | 14.14 | 10.58 | - | 8.60 | - | - | - | 10.58 |
| Pequeñas Empresas | 15.01 | 12.74 | 14.89 | 19.55 | 10.95 | 17.94 | - | 17.11 | 21.97 | 9.88 | - | - | - | - | - | 18.43 |
| Descuentos | 16.07 | - | 8.46 | 11.38 | 11.73 | 11.20 | - | 8.52 | - | - | - | - | - | - | - | 11.24 |
| Préstamos hasta 30 días | 16.59 | 12.74 | 7.38 | 40.53 | - | 14.46 | - | - | 51.81 | - | - | - | - | - | - | 10.92 |
| Préstamos de 31 a 90 días | 15.06 | - | 7.70 | 16.40 | 10.72 | 15.55 | - | 16.85 | 30.18 | 9.50 | - | - | - | - | - | 10.76 |
| Préstamos de 91 a 180 días | 15.59 | - | 22.07 | 19.76 | 11.73 | 15.35 | - | 18.12 | 30.66 | - | - | - | - | - | - | 21.32 |
| Préstamos de 181 a 360 días | 16.23 | - | 15.53 | 19.63 | 13.50 | 16.23 | - | 22.85 | 25.33 | - | - | - | - | - | - | 23.33 |
| Préstamos a más de 360 días | 14.49 | - | 14.64 | 19.64 | 9.79 | 18.42 | - | 17.27 | 20.47 | 12.00 | - | - | - | - | - | 18.13 |
| Microempresas | 27.52 | - | 22.45 | 32.61 | - | 18.48 | 4.12 | 24.01 | 37.44 | - | - | - | - | - | - | 33.11 |

*Figura 6.* Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario

*Nota*: (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

EL BCRP continuando con sus funciones respecto a las políticas monetarias, decidió el 2018 mantener la tasa de interés de referencia en 2,75 por ciento entre septiembre y diciembre del 2018. Estas decisiones estaban orientada a una política monetaria expansiva y se puede observar en la siguiente figura.

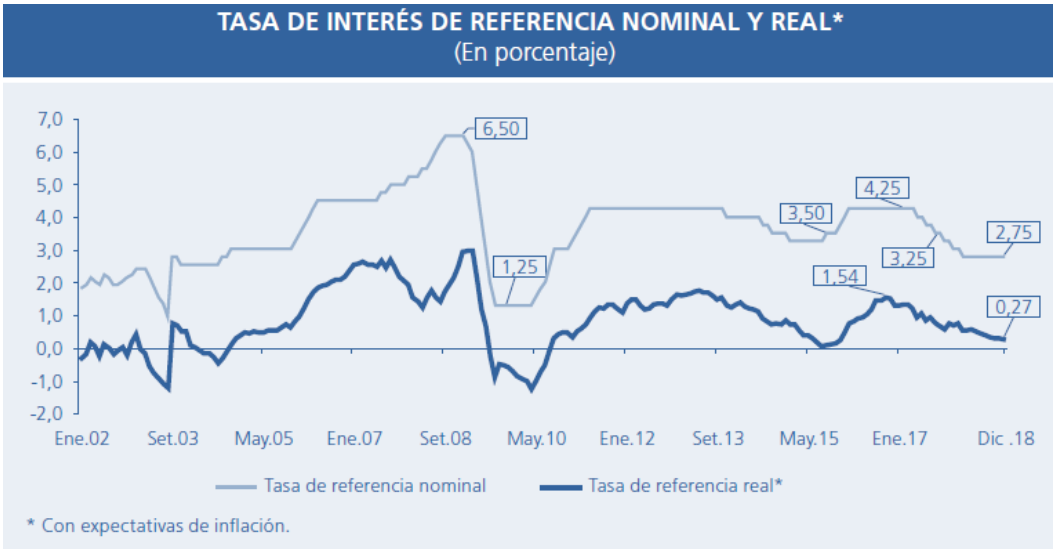



*Figura 7.* Perú: Tasa de Interés de Referencia y Fijo

*Nota*: BCRP

### *2.1.5.4. Tipo de cambio.*

En el caso del sol, entre setiembre y diciembre de 2018, se depreció 1,4 por ciento, pasando de S/ 3,30 a S/ 3,35 por dólar. Con ello, el sol registra una depreciación acumulada de 3,5 por ciento en lo que va del año. Esta evolución del tipo de cambio se dio en un contexto de mayor aversión al riesgo en los mercados financieros internacionales por la incertidumbre política en Europa y al mantenerse las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China. Adicionalmente, la Reserva Federal de Estados Unidos continuó con su proceso de normalización de política monetaria.

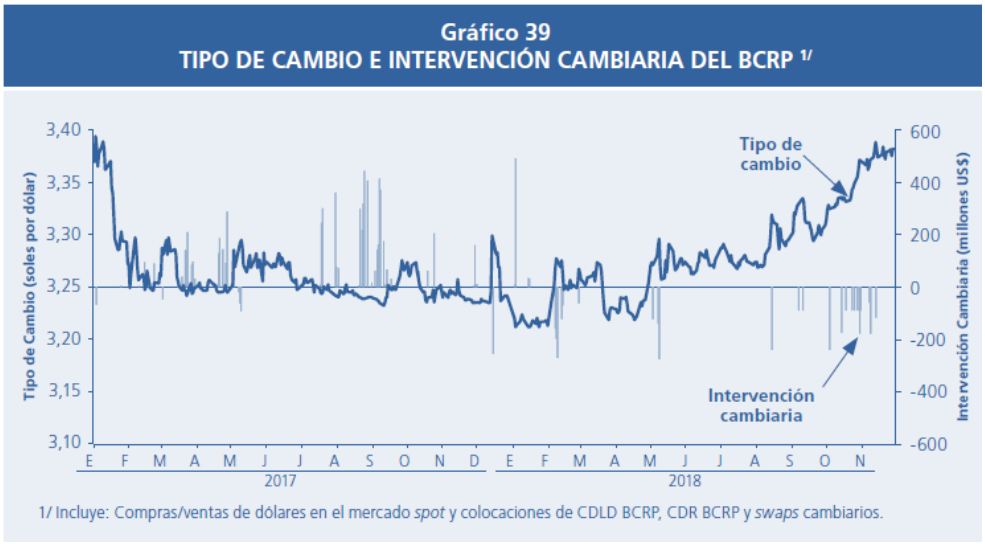



*Figura 8.* Tipo de cambio

*Nota*: BCRP

### *2.1.5.5. Riesgo país.*

Como preámbulo debemos de conocer el concepto de riego País y este es:

*"*Es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses; cuanto más crece el nivel del "Riesgo País" de una nación determinada, mayor es la probabilidad de que la misma ingrese en moratoria de pagos o "default" (Economia.com).

En la práctica, el riesgo país se mide con el EMBI (Emerging Markets Bond Index), que fue creado por la firma internacional JP Morgan Chase y que da seguimiento diario a una canasta de instrumentos de deuda en dólares emitidos por distintas entidades (Gobierno, Bancos y Empresas) en países emergentes.

*Figura 9.* Riesgo País 2018

*Nota*: JP Morgan

## 2.1.6. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Se detallan las leyes y reglamentos asociados a la empresa:

- Ley N° 29571, código de protección y defensa del consumidor.
- Ley de Inocuidad de los Alimentos *"Decreto Legislativo N° 1062" El Peruano, 28 de junio de 2008".*
- Norma Técnica Sanitaria para el procedimiento de atención de alertas sanitarias de alimentos y bebidas de consumo humano*" Resolución Ministerial Nº 222-2009/MINSA".*
- Resolución Ministerial Nº 245-2009/MINSA "Ley N° 29571" El Peruano, 2 de septiembre de 2010 - Art 35. Alimentos orgánicos (SENASA).

- Norma Sanitaria sobre el procedimiento para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas. “Resolución Magisterial N° 482-2005/MINSA”, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

### 2.1.7. Del Sector (últimos 5 años).

#### *2.1.7.1. Mercado internacional.*

Actualmente, los hábitos de consumo de las personas hacia una vida más saludable ha incremento; y con los años, los consumidores se preocupan por tener un estilo de vida más sana, alejada de enfermedades, dejando de contribuir a la explotación animal y evitando el daño al medio ambiente, razones que han promovido el crecimiento del mercado de quesos vegetales.

De acuerdo con un informe de la firma de investigación de mercado Bharat Book Bureau, se indica que la industria de queso vegano puede crecer a una tasa de 7.6% durante los años 2016 y 2024, alcanzando el mercado un valor de US$3,906 millones de dólares en los próximos años. (Cappiello, 2017)

En Asía y Europa existe un mayor número de marcas de queso vegetal, esto debido a que en estos continentes tienen un porcentaje importante de población vegetariana, el top lo tiene India con 38% de personas vegetarianas respecto a su población total, Israel 13%, Taiwán 12%, Italia 10%, Austria 10%, Alemania 9%. Estados Unidos cuenta con 3.2 % de su población, y cuenta con varias marcas de quesos vegetales, en Sudamérica los países con más opciones de estos quesos son Brasil pues tiene un 8% de población vegetaría y Chile con 5%. (Libretilla, 2018)

Tabla 16.

*Marcas Internacionales de queso vegetal*

| Presentación | Nombre comercial | País Procedencia | Presentación | Nombre comercial | País Procedencia |
|---|---|---|---|---|---|
| | Violife | Grecia | | Tree Nut Cheese | Estados Unidos |
| | Daiya Foods | Canadá | | Miyoko´s | Estados Unidos |
| | Follow your heart | Estados Unidos | | Pepilú Casa Vegana | Chile |

*Nota*: Elaboración propia

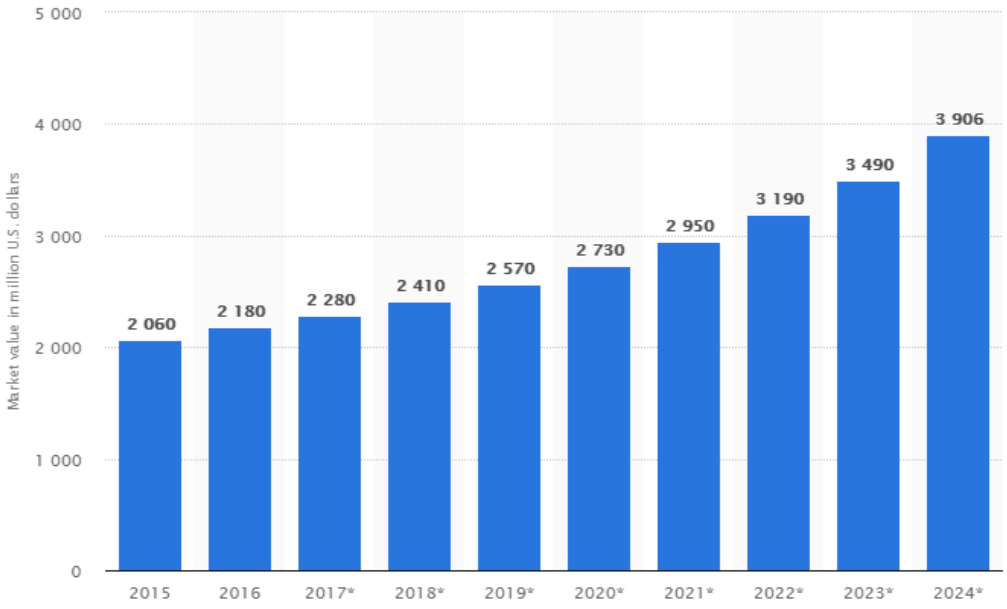



*Figura 10.* Estadística del mercado previsto para queso vegano en el mundo 2015 – 2024 (millones de USD$)

*Nota*: The Statistics Portal

### *2.1.7.2. Mercado del consumidor.*

Está dirigido a personas con interés a tener una alimentación nutritiva y sin insumos animales, como son las personas veganas e intolerantes a la lactosa. Para hombres y mujeres de 20 a 50 años, de los distritos de: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina y del nivel socioeconómico A y B.

En el artículo “Mayoría de los peruanos adquiere la intolerancia a la lactosa” se hace referencia a que en promedio el 70% de los peruanos padece de intolerancia a la lactosa, por lo que se genera en ellos una digestión inadecuada y molestias. (RPP Noticias, 2017)

Los datos estadísticos de la población vegana son carentes, ya que no se han realizado Censos por organismos gubernamentales, se tiene actualmente como *Nota* un censo realizado por la Red Vegana, realizada en septiembre del 2018, el cual nos ha ayudado a analizar el comportamiento de las personas hacia una elección por llevar una vida mucho más saludable. Según la pregunta número 7 de la encuesta, las motivaciones que han impulsado a las personas a consumir productos vegetales son: respeto a la vida de los animales, salud, ecología y principios religiosos.

Asimismo, se ha podido determinar que en el año 2018 el porcentaje de las personas que optaron por consumir productos veganos ha crecido en 26% en comparación al 2016, y que este estilo de alimentación va desde hace 1 a 5 años, lo cual ha sido un indicador para concluir que hay un crecimiento constante por los productos veganos, y por llevar una vida saludable.

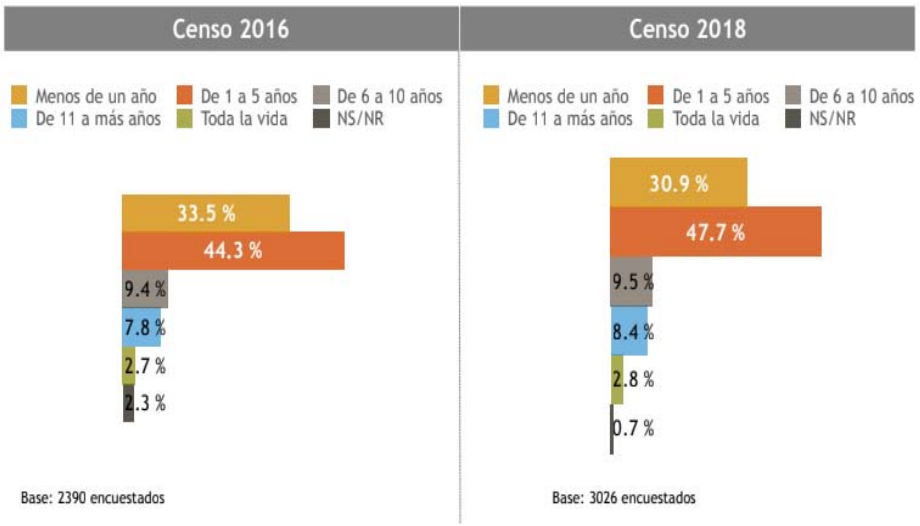



*Figura 11.* Censo realizado por Red Vegana, 2018

*Nota*: Red Vegana

De acuerdo con un informe realizado por una compañía americana Nielsen, señala que el país con mayor consumo vegetariano en América Latina es México, seguidos de Brasil y Perú respectivamente. Así mismo se obtuve una base de preferencias alimenticias.

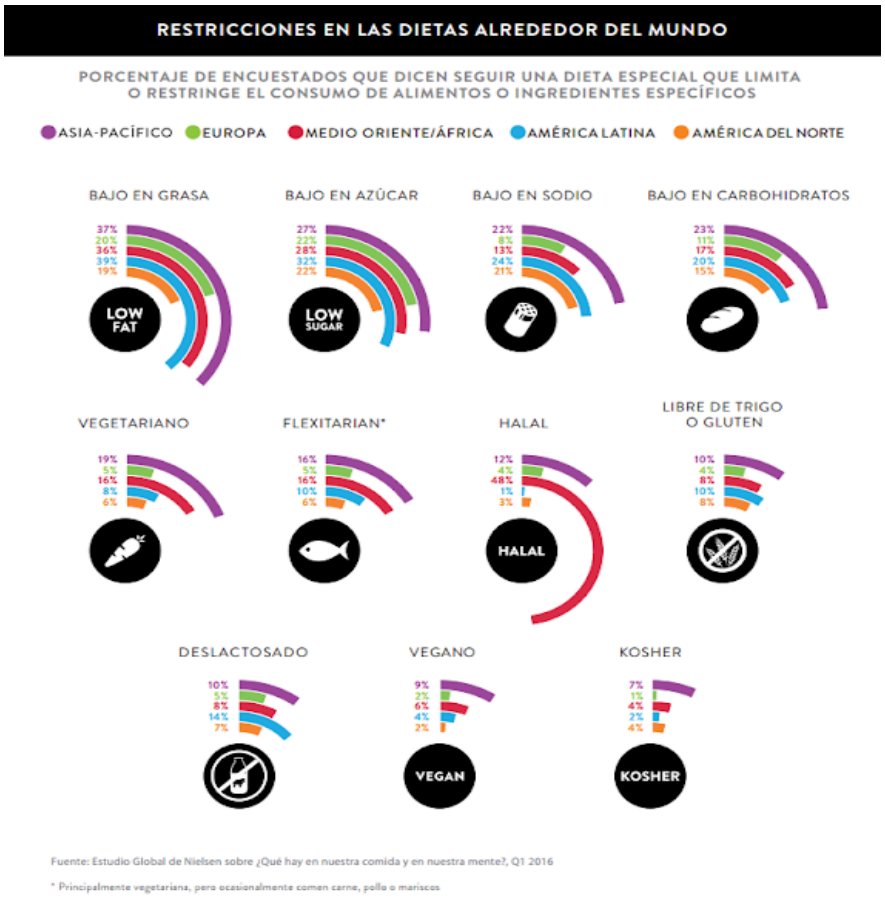



*Figura 12.* Restricciones en las dietas alrededor del mundo

*Nota*: Nielsen

### *2.1.7.3. Mercado de proveedores.*

Se considera como ingrediente principal del queso a la castaña, pues representa el 28.58% de cada producto, este insumo puede encontrarse en mercados nacionales (empresas peruanas que trabajan con productores de Madre de Dios), como en mercados internacionales (empresas brasileras y bolivianas). En el caso de los proveedores que están fuera del país se utilizarán ante un plan de contingencia, se le realizará compras menores dos veces al año para establecer relaciones comerciales.

La castaña se produce en nuestro país, en el departamento de Madre de Dios, es considerado un súper alimento, pues contiene grasas saludables, vitaminas y minerales, tiene una alta demanda internacional, exportando principalmente a Estados Unidos. Se cuentan con 258 productores, los cuales pertenecen a tres asociaciones: Los Pioneros,

Recolectores Orgánicos de la nuez Amazónica del Perú y Forestal Indígena Madre de Dios. (Comex Perú, 2018)

A fin de preservar la cadena de valor de las castañas, el Instituto Nacional de Calidad (Inacal) presento una norma técnica donde se establecen los requisitos mínimos para la producción. (Andina, 2018)

Tabla 17.

*Lista de Proveedores de Insumo*

| Nombre | | Dirección | Teléfono |
|---|---|---|---|
| Castañas | Candela Perú | Parque Mz F lote 9 Industrial 2, Cercado de Lima | 288 - 0019 |
| | Shiwi | Av. Prolongación Arenales 437 Lima, Perú | 612 - 4700 |
| | Zafra – Brasil Nut | Madre de Dios | |
| Harina de Soja | Industrias PeruInka | Junin Nº 348 - Morro Solar - Jaén - Perú | (076) 432636 |
| | Grupo la Semilla de Oro | Calle San Hernan Mz. 2F Lote 28 Urb. Santa Luisa, Los Olivos- Lima | 528 - 6144 |
| Aceite de coco | Comfrutti | Calle 10, Mz S Lote 26 - San Martín de Porres Lima | 987758949 |
| Almidón de yuca | Ricarter | Juan Maclean 869 La Brisas, Chiclayo | |
| Agar Agar | Zung Yen SRL | Jr. Ucayali, Calle Capon, 744 | 427 - 6567 |

*Nota*: Elaboración propia

#### *2.1.7.4. Mercado competidor.*

Dentro de nuestros principales competidores, se consideran los siguientes:

Tabla 18.

*Competidores directos en Perú, marcas de quesos vegetales.*

| Foto | Nombre comercial | Presentaciones | Precio |
|---|---|---|---|
| | Madre Tierra Perú | CheddarVeg (rallado 226gr.) | S/23.00 |
| | Madre Tierra Perú | Mozzaveg (rallado 226 gr.) | S/23.00 |
| | Las tres Gunas | Quesano: Original, Finas hierbas, chocolate, caprese, ají amarillo, pimento (untable 100 gr. y 190 gr.) | S/ 14 - S/ 26.5 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Las tres Gunas | Quesano: estilo mozzarella (untable 180 gr.) | S/25.00 |
| | Trasso | Molde: natural, orégano, ahumado | S/ 25 - S/ 26 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 19.

*Competidores indirectos en Perú, marcas de quesos sin lactosa*

| Foto | Nombre comercial | Presentaciones | Precio |
|---|---|---|---|
| | La bodega Ibérica | Queso de cabra sin lactosa (molde 100 gr.) | S/14.90 |
| | Laive | Queso fresco (1kg) | S/23.00 |

*Nota*: Elaboración propia

### *2.1.7.5. Mercado distribuidor.*

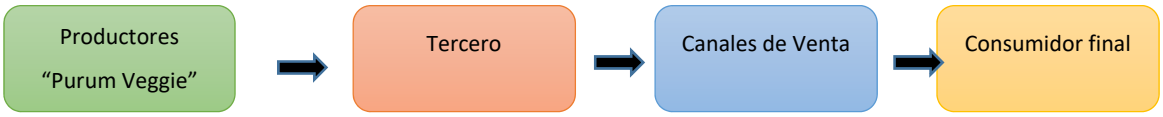



*Figura 13.* Mercado Distribuidor

*Nota*: Elaboración propia

Nuestro producto será distribuido en tiendas especializadas y e-commerce naturales.

Para las tiendas especializadas, emplearemos una distribución con empresas terceras, cuya característica principal es contar con cámara frigorífica para el traslado de los productos desde nuestra fábrica hasta los puntos de venta. Las reposiciones de stock serán semanales.

En el caso de las ventas por canales virtuales, se realizará una entrega a través de Glovo, con atenciones aproximadas de 24 horas.

Tabla 20.

*Tiendas especializadas en Lima, en las zonas A y B*

| Foto | Tiendas | Foto | Tiendas |
|---|---|---|---|
| | Flora y Fauna | | Sanahoria |
| | Verdeando | | Madre Natura |
| | Mara Biomarket | | Thika Thani Market |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 21.

*Listado de tiendas virtuales (e-commerce) orgánicas que atienden en Lima*

| Foto | E-Commerce |
|---|---|
| MERCADILLO | Mercadillo |
| limaorgánica | Lima Orgánica |
| limates | Limates |

*Nota*: Elaboración propia

### *2.1.7.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.*

Considerando que nuestro producto está enfocado para el consumo de las personas, es importante tener en cuenta las regulaciones sanitarias que refieren, como un ente indispensable se cuenta con DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental en Inocuidad Alimentaria), quien nos brinda un certificado y registro sanitario.

Se cuentan con las siguientes reglamentaciones vinculas al proyecto.

- Ley Nª 26842, ley general de salud.
- Ley N° 25971, código de protección y defensa al consumidor.

- Ley de Inocuidad de los Alimentos “Decreto Legislativo N° 1062” El Peruano, 28 de junio de 2008”.
- Norma Técnica Sanitaria para el procedimiento de atención de alertas sanitarias de alimentos y bebidas de consumo humano” Resolución Ministerial Nº 222-2009/MINSA”.
- Resolución Ministerial Nº 245-2009/MINSA “Ley N° 29571” El Peruano, 2 de septiembre de 2010 - Art 35. Alimentos orgánicos (SENASA).
- Norma Sanitaria sobre el procedimiento para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas. “Resolución Magisterial N° 482-2005/MINSA”, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

## 2.2. Análisis del Microentorno

“El análisis del microentorno estudia las 5 fuerzas de Porter, las cuales son los proveedores, consumidores, competidores directos e indirectos y las barreras hacia la entrada de un producto nuevo, esto ayuda a la empresa a generar estrategias y así poder maximizar los recursos propios y poder posicionarnos por encima de la competencia”. (Porter, 2016)

A continuación, se desarrollará cada fuerza:

### 2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad Media

Analizando nuestra competencia, decimos que el nivel es medio, ya que en el mercado peruano existen pocas empresas que comercializan quesos vegetales, así mismo se destaca que ningún de las empresas tiene algún dominio sobre un canal de ventas, no pueden ejercer control sobre los precios y no pueden generar una guerra de estos, su oferta de quesos es de 2 a 4 presentaciones por empresa.

Entre los competidores principales tenemos tres empresas:

Las Tres Gunas es una empresa que produce y comercializa sustitutos de los quesos, se distribuye a través de la red social Facebook, e-commerce de productos saludables y cadenas de tiendas especializadas. Cuenta con 18, 571 seguidores en Facebook, su producto lleva como nombre QueSano con sabores como finas hierbas, caprese, pimiento, chocolate y original y ají amarillo.

*Figura 14.* Página de empresa “Las Tres Gunas”

*Nota*: Facebook

*Figura 15.* Página de empresa “Las Tres Gunas”

*Nota*: E-commerce “Lima Orgánica”

Otro competidor es Madre Tierra Perú, se distribuye usando su página web y red social, cuenta con tres presentaciones de productos MozzaVeg, CheddarVeg y Parmesano Go Veggie. Así mismo cuenta ofrece sustitutos de embutidos, carnes y otros productos

para personas veganas. En la red social cuenta con 2, 990 seguidores y su página web ofrece recetas saludables.

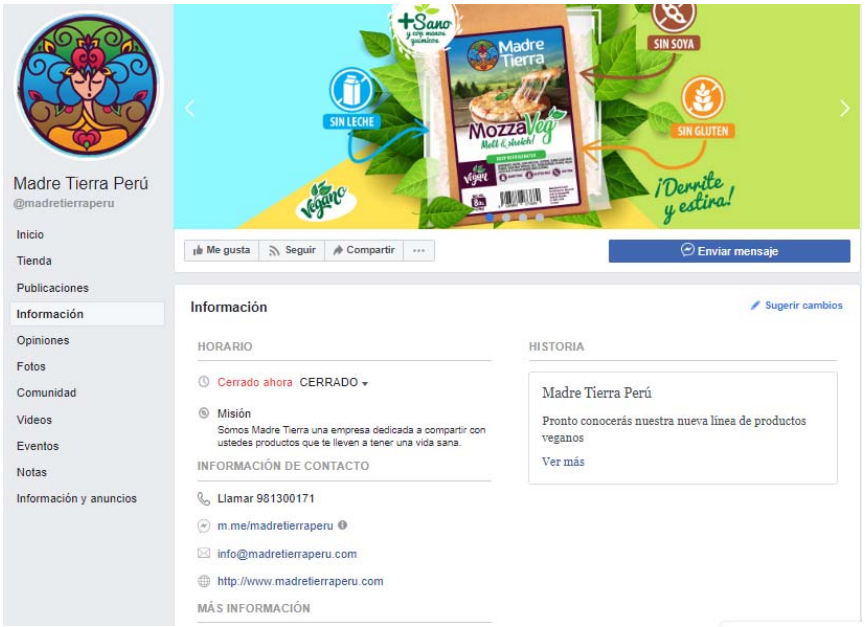



*Figura 16.* Página de empresa “Madre Tierra Perú”

*Nota*: Facebook

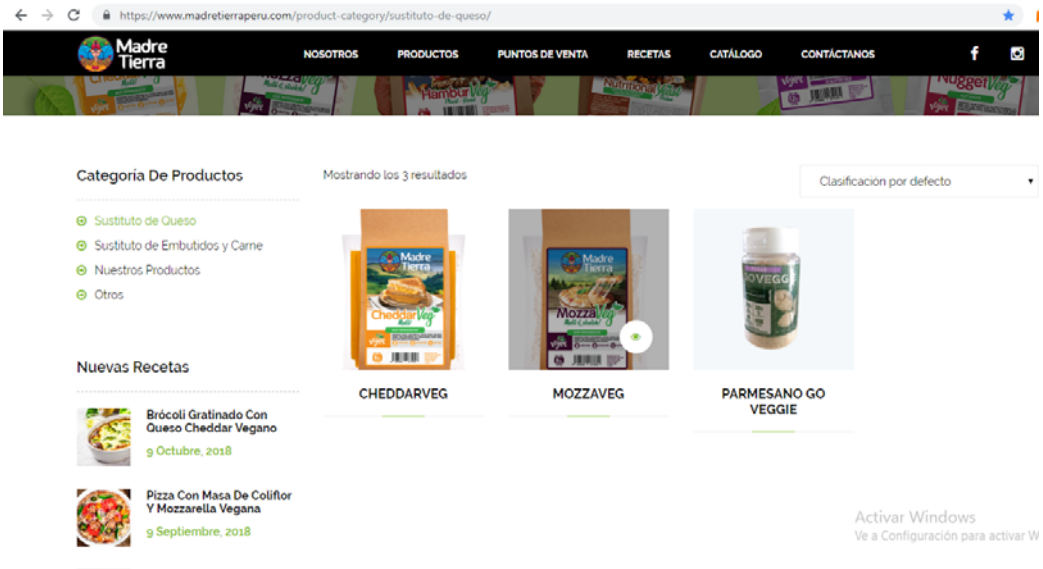



*Figura 17.* Página de empresa “Madre Tierra Perú”

*Nota*: Página web “Madre Tierra Perú”

La empresa Trasso es nueva en el mercado ofrecen sus productos usando la red social Facebook, cuentan con 220 seguidores en la red. Tienen una presentación de producto y tres sabores: ahumado, natural y orégano.

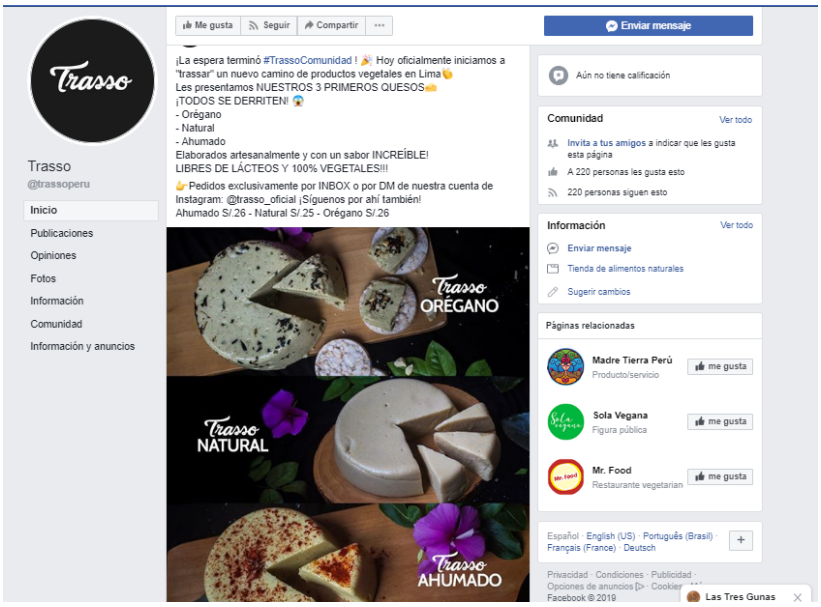



*Figura 18.* Página de empresa “Trasso”

*Nota*: Facebook

Así mismo tenemos como competencia indirecta a los quesos sin lactosa de marcas como La Bodega Ibérica, Laive y Gloria.

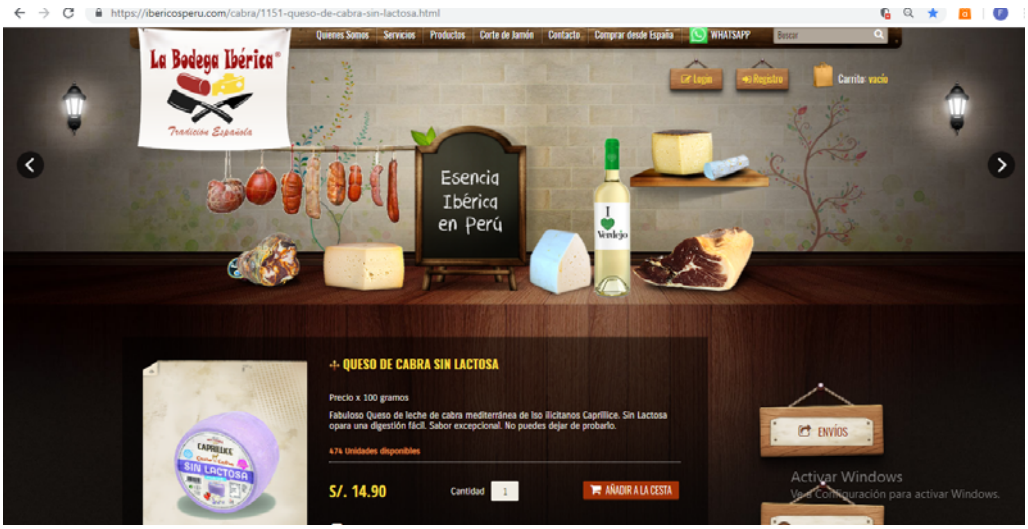



*Figura 19.* Página web de La Bodega Ibérica

*Nota*: La Bodega Ibérica

*Figura 20.* Quedo sin lactosa LAIVE

*Nota*: Página web tiendas WONG

Nosotros como empresa buscamos distribuir nuestro producto a través de tiendas virtuales y puestos físicos como son: tiendas especializadas, eco ferias, mercados zonales, por lo que comparándonos con algunas empresas como Madre Tierra y Trasso, consideramos que tendríamos una ventaja; ya que, las referidas comercializan sus productos, únicamente, de manera virtual.

### 2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes: Baja.

(Porter, 2009) El poder de negociación del cliente se refiere a la presión que pueden ejercer los consumidores sobre las empresas para conseguir que se ofrezcan productos de mayor calidad, un mejor servicio al cliente, y precios más bajos.

Se considera como fuerza de negociación de nuestros clientes baja; debido a que, nuestros consumidores, son compradores individuales que adquieren los productos por una, dos o máximo tres unidades, no concentrando su compra en grandes volúmenes por lo que no pueden influir en el precio establecido por nosotros.

Nuestros clientes buscan alimentos saludables que aporten un beneficio a su salud, que cumplan con sus estándares éticos y que sobre todo cubran su necesidad sobre el queso tradicional, pero al estar disgregados en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana y tener nuestros productos por dos canales de venta distintos no tiene un poder de negociación elevado.

Así mismo, es importante señalar que es difícil que nuestros clientes quieran integrarse hacia atrás pues ellos son un público exigente que desean tener un queso con el sabor que desean y con los nutrientes adecuados.

### 2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores: Baja.

Según las 05 fuerzas de Porter, “el poder de negociación con los proveedores se basa en las relaciones que se logran establecer entre la empresa y sus proveedores, quienes son pieza fundamental para la producción de nuestro producto”. (Porter, 2016)

La fuerza negociadora de nuestros proveedores es baja, ya que el insumo principal de nuestro producto se produce en grandes cantidades en Madre de Dios. Allí existen 3 grandes empresas que comercian castaña como: Candela Perú, Asociación de Recolectores de Nuez Amazónica del Perú (RONAP) y la Asociación de Castañeros de la Reserva Nacional Tambopata (ASCART). A la par existen 15 grandes organizaciones de base que producen castaña como: Planchón, Alegría, Mavila, Monterrey, Shiringayoc y Santa María, La Novia, Alerta, Comité de Portillo, Sabaluyoc, Asetcamd, Ashipal y Pariamanu.

De todos estos proveedores, “Candela Perú” tiene prioridad por contar con la mayor capacidad para atender nuestros pedidos con la calidad, precio, cantidad y tiempo que nosotros solicitamos. Pero, a la par, hemos tomado contacto con RONAP y ASCART ante cualquier eventualidad que represente la falta de suministro local contamos con la empresa boliviana “Tropital Fruit Delights Agroinbo S.R.L.”, que exporta castañas al mercado mundial.

Así mismo, es importante señalar que es difícil que nuestros proveedores quieran integrarse hacia adelante pues este no es su giro de negocio, ya que ellos son abastecedores más no productores de productos terminados.

### 2.2.4. Amenaza de productos sustitutos: Media.

La amenaza de productos sustitutos es media; ya que, si bien existen varios tipos de alimentos saludables que compiten directamente con nosotros como la leche de almendra, soja, quinua, coco, entre otras de origen vegetal, no son suficientes para cubrir las necesidades y exigencias de los clientes, sobre todo de las personas veganas que buscan encontrar mayor variedad de productos. Se pueden mencionar otros sustitutos como embutidos, hamburguesas, salchichas, cereales, suplementos, otros que aporten los nutrientes que las personas están buscando.

Por otro lado, como sustitutos indirectos, tenemos la leche sin lactosa de marcas como Gloria y Laive. Sus precios son accesibles, el primero está a 27,90 soles, mientras que el segundo está a 31.90 soles. Ambas presentaciones de 1 kilo.

### 2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada: Baja.

En Lima, no es complicado ingresar al mercado de producción de alimentos, ya que sus barreras de entradas no son complejas. Los trámites documentarios no son complejos de cumplir. El capital requerido para la inversión es bajo.

Por parte del ámbito legal, no existen impedimentos legales para elaborar quesos y las normativas son accesibles.

# Capítulo III. Plan estratégico

## 3.1. Visión y misión de la empresa.

### 3.1.1. Visión.

Ser la mejor alternativa de productos vegetales, ofreciendo una gran variedad de presentaciones innovadoras y nutritivas, manteniendo la calidad y ética que nos caracteriza.

### 3.1.2. Misión.

Somos una empresa peruana, que ofrece productos con alto índice nutricional en base al uso de insumos 100% vegetales, dirigido a personas que optan por llevar un estilo de vida saludable, contamos con un equipo de profesionales y tecnología de vanguardia que nos permite brindar a los consumidores de la ciudad de Lima, productos de queso elaborado con castañas, manteniendo nuestra filosofía de contribuir a la salud de la población y masificar el estilo de vida saludable en base al consumo de productos nutritivos.

## 3.2. Análisis FODA

### 3.1.1. FODA

Tabla 22.
*FODA*

| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|---|---|
| | O1. Creciente tendencia a consumir productos saludables.<br>O2. Incremento de la población vegana e intolerante a la lactosa.<br>O3. Pocos competidores en el rubro.<br>O4. Demanda continua durante todo el año. | A1. Concentración de la producción en Madre de Dios.<br>A2. Fenómenos naturales que afecten el suministro de castañas.<br>A3. Prejuicio de los consumidores contra la comida sana al considerarla desagradable.<br>A4. Variedad de productos sustitutos. |
| **FORTALEZAS** | **ESTRATEGIA FO** | **ESTRATEGIA FA** |
| F1. Producto saludable, bajo en "grasas saturadas".<br>F2. Utilización de insumos de primera calidad.<br>F3. Rápida interacción en redes con los consumidores.<br>F4. Maquinaria moderna y libre de contaminación cruzada. | F1:O2: Elaborar campañas publicitarias para difundir las bondades del producto a la población vegana e intolerante a la lactosa.<br>F2:O1: Participar en eventos gastronómicos para aprovechar la tendencia de consumo | F1:A3: Difundir las bondades y sabores de nuestros productos en activaciones en puntos de venta.<br>F4:A3: Diversificar convenios con distintas organizaciones productoras.<br>F3:A4: Desarrollar estrategias de marketing para posicionarnos como una opción sobre los sustitutos. |
| **DEBILIDADES** | **ESTRATEGIA DO** | **ESTRATEGIA DA** |
| D1. Empresa nueva sin posicionamiento en el mercado.<br>D2. Reducido acceso a *Nota*s de financiamiento por no contar con historial crediticio,<br>D3. Pocas presentaciones del producto. | D1:O3: Contar con departamento tercerizado de investigación y desarrollo para ampliar o modificar cartera de productos. | D1:A1: Establecer contactos con proveedores extranjeros (Bolivia) para comprar insumos en caso el abastecimiento local falle.<br>D3:A3: Convenir la devolución de productos en caso no sean del agrado del consumidor para cuidar la marca. |

*Nota*: Elaboración propia

## 3.3. Objetivos

### 3.3.1. Objetivo General.

Ofrecer al mercado productos nutritivos, saludables y accesibles, siendo una experiencia de agradable sabor para nuestros consumidores; teniendo como principal objetivo contribuir favorablemente a la salud de las personas.

### 3.3.2. Objetivos Específicos.

- Alcanzar una rentabilidad de al menos 10% para los accionistas en el primer año.
- Posicionar nuestro producto en el mercado para nuestro primer año.
- Incrementar las ventas en 9.5% para el segundo año.
- Desarrollar campañas de degustación con un sampling en un nivel no mayor a 2% de las ventas proyectadas mensualmente.

# Capítulo IV. Estudio de Mercado

## 4.1. Investigación de mercado

**Objetivo general de la investigación de mercado:**

Evaluar a través del estudio de mercado el nivel de aceptación de nuestro producto a desarrollar.

**Objetivos específicos:**

- Validar nuestro mercado objetivo, segmentado de acuerdo con edad, zona y preferencias.
- Reconocer el grado de preferencia de consumo de nuestro producto.
- Averiguar el nivel de satisfacción de nuestros clientes potenciales.
- Averiguar a través del estudio cuantitativo si nuestro producto tendrá aceptación.
- Validar la aceptación de nuestros productos propuestos de acuerdo con el sabor y presentación.
- Determinar el lugar en donde nuestros clientes potenciales desean adquirir nuestros productos.

### 4.1.1. Criterios de segmentación.

Nuestro proyecto estará orientado a satisfacer al público vegano e intolerantes a la lactosa (modelo (B2C), por lo que debemos determinar una doble segmentación.

#### *4.1.1.1. Segmentación Geográfica.*

Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana, que abarcan los distritos indicados en la tabla.

Tabla 23.

*Segmentación geográfica*

| Zona | Distrito |
|---|---|
| 6 | Jesús María |
| | Lince |
| | Pueblo Libre |
| | Magdalena |
| | San Miguel |
| | Miraflores |
| | Surco |
| 7 | San Borja |
| | San Isidro |
| | La Molina |

*Nota*: Elaboración propia

#### *4.1.1.2. Segmentación Demográfica.*

- Edad: personas adultas de 20 a 49 años.
- Género: hombres y mujeres.
- Nivel de instrucción: básica, superior.

#### *4.1.1.3. Segmentación Psicográfica.*

Empleando el estudio realizado por Arellano Marketing sobre los estilos de vida de los consumidores nacionales podemos determinar que como empresa vamos a enfocarnos en aquellos identificados como “Sofisticados”, representan el 10% del estudio, y en las “Modernas”, que simbolizan el 28%. En el primer caso se toman en cuenta a hombres y mujeres, mientras que en el segundo caso solo están involucradas las mujeres. (Arellano Marketing, s.f.)

Tomando en cuenta estos dos grupos estudiados llegamos a abarcar un universo del 38% de la población de Lima Metropolitana.

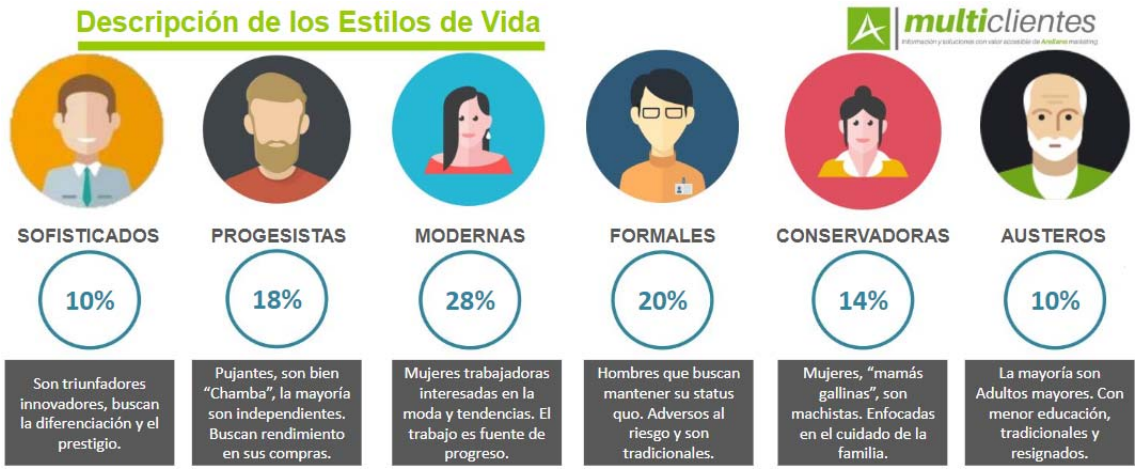



*Figura 21.* Estilos de vida
*Nota*: Arellano, Marketing

#### *4.1.1.4. Segmentación Socioeconómica.*

Nivel socioeconómico A y B

### 4.1.2. Marco Muestral.

El marco muestral de nuestro proyecto está dirigido a hombres y mujeres que se encuentren en un nivel socioeconómico A y B de la zona Metropolitana de Lima, entre las edades de 20 – 49 años.

#### *4.1.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra.*

A fin de calcular el tamaño de muestra necesaria para nuestro proyecto, se utilizó una técnica de muestreo no probabilístico y por cuotas como se puede ver en las siguientes tablas, aplicando una tasa de crecimiento de 1%.

**Desagregación de la muestra:**

Tabla 24.
*Población proyectada en personas 2019 - 2024*

| | Población en personas 2015 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| La Molina | 171,646 | 178,616 | 180,402 | 182,206 | 184,028 | 185,868 | 187,727 |
| Surco | 344,242 | 358,220 | 361,802 | 365,420 | 369,074 | 372,765 | 376,493 |
| San Isidro | 54,206 | 56,407 | 56,971 | 57,541 | 58,116 | 58,697 | 59,284 |
| San Borja | 111,928 | 116,473 | 117,638 | 118,814 | 120,002 | 121,202 | 122,414 |
| Miraflores | 81,932 | 85,259 | 86,112 | 86,973 | 87,843 | 88,721 | 89,608 |
| Jesús María | 71,589 | 74,496 | 75,241 | 75,993 | 76,753 | 77,521 | 78,296 |
| Pueblo Libre | 76,114 | 79,205 | 79,997 | 80,797 | 81,605 | 82,421 | 83,245 |
| Lince | 50,228 | 52,267 | 52,790 | 53,318 | 53,851 | 54,390 | 54,934 |
| San Miguel | 135,506 | 141,008 | 142,418 | 143,842 | 145,280 | 146,733 | 148,200 |
| Magdalena del Mar | 54,656 | 56,875 | 57,444 | 58,018 | 58,598 | 59,184 | 59,776 |
| **Total** | **1,152,047** | **1,198,826** | **1,210,815** | **1,222,922** | **1,235,150** | **1,247,502** | **1,259,977** |

*Nota*: INEI

A fin de calcular la cantidad de encuestas que debemos realizar por distrito, hemos procedido en desagregar la muestra en base a los factores sociodemográficos, multiplicando nuestra población, por nivel socioeconómico y edades, teniendo como resultado final el número total de encuestas a realizar por distrito.

Tabla 25.
*Población proyectada en personas 2019 por edades*

| Distrito | Población 2019 | A | B | Factor NSE | 20-24 | 25 - 29 | 30 - 34 | 35 - 39 | 40 - 44 | 45 - 49 | Total edad (20-49) | Mercado Potencial 2019 | % de cuota | Cuota distribuida |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| La Molina | 178,616 | 35.90% | 43.20% | **79.10%** | 8.78% | 7.59% | 7.57% | 7.82% | 6.96% | 6.97% | **45.70%** | 64,569 | 15.52% | 16 |
| Surco | 358,220 | 35.90% | 43.20% | **79.10%** | 7.94% | 7.35% | 7.76% | 8.13% | 7.13% | 7.20% | **45.51%** | 128,953 | 30.99% | 31 |
| San Isidro | 56,407 | 35.90% | 43.20% | **79.10%** | 6.57% | 6.67% | 6.84% | 7.50% | 7.23% | 7.40% | **42.21%** | 18,833 | 4.53% | 5 |
| San Borja | 116,473 | 35.90% | 43.20% | **79.10%** | 7.95% | 7.48% | 7.72% | 7.85% | 6.83% | 6.86% | **44.69%** | 41,173 | 9.90% | 10 |
| Miraflores | 85,259 | 35.90% | 43.20% | **79.10%** | 6.96% | 7.51% | 8.13% | 7.73% | 6.59% | 7.31% | **44.22%** | 29,822 | 7.17% | 7 |
| Jesús María | 74,496 | 16.20% | 58.10% | **74.30%** | 7.95% | 7.50% | 7.51% | 7.36% | 6.53% | 6.76% | **43.61%** | 24,138 | 5.80% | 6 |
| Pueblo Libre | 79,205 | 16.20% | 58.10% | **74.30%** | 7.74% | 7.14% | 7.30% | 7.06% | 6.66% | 7.22% | **43.12%** | 25,376 | 6.10% | 6 |
| Lince | 52,267 | 16.20% | 58.10% | **74.30%** | 7.82% | 7.73% | 7.66% | 7.44% | 6.69% | 6.94% | **44.29%** | 17,200 | 4.13% | 4 |
| San Miguel | 141,008 | 16.20% | 58.10% | **74.30%** | 8.12% | 7.73% | 7.84% | 7.75% | 6.86% | 7.00% | **45.30%** | 47,457 | 11.41% | 11 |
| Magdalena del Mar | 56,875 | 16.20% | 58.10% | **74.30%** | 7.60% | 7.32% | 7.87% | 7.40% | 6.63% | 7.13% | **43.95%** | 18,573 | 4.46% | 4 |
| Total | **1,198,826** | | | | | | | | | | | **416,094** | ***100.00%*** | **100** |

*Nota*: APEIM 2017

### 4.1.3. Entrevistas a profundidad

**PROYECTO: PURUM VEGGIE**

Entrevistas en profundidad 1

Entrevista Experto

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación de un queso vegetal a base de castaña para personas veganas, determinar la necesidad que actualmente tienen sobre estos productos.

NOMBRE : Jacqueline Gutiérrez Mariscal

PROFESIÓN : Licenciada en Ciencias de la Comunicación

CARGO : Presidente de la Unión Vegetariana del Perú

EXPERIENCIA : 8 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 30-03-19

**Conclusiones:**

La presidenta de la UVP nos indica que las personas que optan por este estilo de alimentación no se sienten satisfechos con los quesos que actualmente se encuentran en el mercado, ya que muchos son artesanales y su textura es similar al queque; los industrializados son a base de aceites y almidones, teniendo poco aporte nutricional.

Nos menciona que ellos para comprar un producto deben leer a detalle los ingredientes para así asegurarse que no cuenta con algún insumo de origen animal, para ellos sería valioso contar sellos de calidad para productos veganos y vegetarianos, así como sucede en el mercado europeo.

Considera que ellos valoran en un producto los ingredientes, seguido del sabor, que el tema de precio es relativo pues comparan calidad – precio.

Al mencionarle la palabra Purum nos dijo que sabe su significado, pues ha estudiado quechua a nivel básico pues ella es una viajera constante y le agrada conocer lugares de la sierra peruana.

Al contarle nuestra iniciativa de comercializar quesos de castañas nos recomienda obtener el sello de calidad para poder ser más fiables en el mercado, así mismo nos indica que distribuyamos los productos a través de ferias pues el costo es más accesible y la afluencia de personas es numerosa.

**PROYECTO: PURUM VEGGIE**

Entrevistas en profundidad 2

Entrevista Experto

**Objetivo:** Conocer la aceptación de quesos vegetales en el mercado, la demanda actual, los hábitos de los clientes para la elección de sus productos y así como los procedimientos para ser parte de su canal de distribución.

NOMBRE : Anna Chávez

PROFESIÓN : Licenciada en Educación

CARGO : Dueña de Ecotienda Walwa

EXPERIENCIA : 5 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 30-03-19

**Conclusiones:**

La entrevista nos comenta que los requisitos para ingresar al mercado son: tener registro de Senasa, sellos de calidad de EE. UU. y Europa, como por ejemplo USDA, que es responsable de la seguridad alimentaria para millones de estadounidenses. Así mismo para poder ingresar a su tienda señala que primero se debe hacer degustaciones, para evaluar la aceptación del público.

La tendencia de consumo de quesos es de 25 a 30 unidades de quesos por mes; los clientes prefieren comprar empaques biodegradables y el sabor preferido es el natural.

También nos indica que los productos nuevos en su tienda ingresan como consignación, no ofrece ningún acuerdo, pues estará a la expectativa de la aceptación de la clientela. El margen que como tienda busca es de 20% por producto.

Los precios que maneja para quesos de 150 gr. oscila entre S/. 25 a S/ 30, de acuerdo con las presentaciones puede varían entre S/ 5 soles más o menos.

Al mencionarle nuestra idea de negocio nos recomienda colocar los ingredientes de manera visible pues el público es exigente, también nos señala que sería innovador pues no existe algún queso a base de castañas y que también se tiene la presentación laminada.

**PROYECTO: PURUM VEGGIE**

Entrevistas en profundidad 3

Entrevista Experto

**Objetivo:** Conocer la aceptación de quesos vegetales en el mercado, la demanda actual, los hábitos de los clientes para la elección de sus productos y así como los procedimientos para ser parte de su canal de distribución.

NOMBRE : Oscar Enrique Colmenares Rivas

PROFESIÓN : Magister en Mercadeo

CARGO : Dueño de Tienda Verdeando

EXPERIENCIA : 15 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 30-03-19

**Conclusiones:**

El entrevistado nos indicó que los requisitos más importantes para operar son: cumplir con las normas sanitarias que exige la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA); además, que el producto debe de tener una tabla nutricional e indicar los ingredientes del producto, así como una lista de precios; asimismo, nuestro empaque debe de especificar las fechas de producción y la vigencia del mismo.

Los requisitos para ingresar a su tienda, es contar con la ficha técnica del producto y tabla nutricional, debe realizarse degustación para los clientes, cuyos costos serán asumidos por nosotros.

Los clientes que acuden a su tienda tienen preferencia por comprar quesos saborizados como el capresse para untar, ellos venden mensualmente aproximadamente 30 unidades, y la estacionalidad es de todo el año. Señala que los empaques biodegradables son de preferencia al público, siendo los de plástico no muy comprados. Resaltó que los clientes tienen el hábito de revisar la tabla nutricional.

Nos indica que, para productos nuevos, no se firma contrato, que se compran por consignación; ya que, tienen en cuenta que es un producto desconocido, el cual, podría generarle pérdidas. El margen de ganancia que busca la tienda Verdeando es de 20%.

En referencia a los precios, oscilan entre S/. 16 a S/. 30, según la presentación de los productos que ellos ofrecen, por ejemplo, los productos para untar de 100 gr., tienen un valor de S/. 16 soles.

Al mencionarle nuestro producto indica que sería competencia directa de QueSano de la empresa Las Tres Gunas, pero que sería aceptado pues este cliente sigue en la búsqueda de diversas presentaciones y de sabores agradables.

**PROYECTO: PURUM VEGGIE**

Entrevistas en profundidad 4

Entrevista Experto

**Objetivo:** Se busca la perspectiva de negocio de la empresa Lácteos Chugur, la cual ha incursionado recientemente en la venta de quesos. Se desea conocer su experiencia con el lanzamiento, fidelización del consumidor y la problemática de inversión.

NOMBRE : Nancy Huamán Rojas

PROFESIÓN : Técnica en industrias alimentarias

CARGO : Encargada de tienda

EXPERIENCIA : 8 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 09-04-19

**Conclusiones:**

La entrevistada señala que, debido a la demanda de quesos, han incrementado hace 6 meses su oferta de productos, pues ellos solo tenían para la venta leches y mantequillas.

Al consultarle sobre los requisitos que solicita para que una marca nueva ingrese a su tienda, nos señala que se debe contar con registro sanitario, en el empaque deben figurar los aportes nutricionales, ingredientes, grasas saturadas. La presentación más solicitada es la de molde, en tamaños de 500 gramos, ½ kilo y de 1 kilo, estos deben de estar empacados con bolsas termo encogibles de lo contrario no se podrá vender.

También nos indica que los productos nuevos en su tienda ingresan como consignación, pues estará a la expectativa de la aceptación de la clientela. El margen que como tienda busca es de 20% a 25% por producto.

Los precios que maneja son 500gr oscila entre S/. 15 a S/.18, ½ kilo oscila entre S/. 20 a S/. 25 y de 1 kilo oscila entre S/.26 a S/. 30 .de acuerdo con las presentaciones y sabores puede varían entre S/ 5 soles más o menos.

Al mencionarle sobre nuestra idea de negocio, nos comentó que muchas personas llegan a su tienda preguntando por productos sin lactosa, nuevas presentaciones y nuevos ingredientes. La Srta. Nancy nos indicó que a ellos les gustaría contar con nuestro producto para ofrecer a los consumidores ya que hoy en día hay muchas personas que están optando por una alimentación saludable. Así mismo nos recomienda no distribuirlo a través ecoferias pues la mayoría de los clientes prefieren comprar en tiendas especializadas pues cuentan con mayor garantía.

**PROYECTO: PURUM VEGGIE**

Entrevistas en profundidad 5

---

Entrevista Experto

**Objetivo:** Conocer la opinión de un experto en salud nutricional sobre nuestro producto, si puede contribuir a la alimentación de las personas y si tiene alguna ventaja sobre los quesos de leches de animales.

NOMBRE : Rafael Tume Peralta

PROFESIÓN : Nutricionista

CARGO : Gerente General y Sub gerente de Naturlandia S.R.L.

EXPERIENCIA : 6 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 09-04-19

**Conclusiones:**

Al consultarle a nuestro entrevistado respecto a una alimentación 100% vegetariana, nos indica que es perfectamente saludable y puede realizarse en cualquier etapa de la vida y condición si está bien planificada, y que tiene beneficios importantes en la prevención de diversas enfermedades crónicas.

Así mismo, nos indicó que los problemas de salud asociados al consumo de lácteos, los quesos siempre suelen estar asociados con problemas, a diferencia del yogurt por ejemplo que usualmente tiene asociaciones positivas y la leche que tiene resultados mixtos. Un queso de castañas tiene la ventaja de no ser una concentración de caseína que suele ser la proteína problemática de los lácteos, y podría ser por ende más saludable que los quesos convencionales. Por otro lado, este tipo de queso no sería una *Nota* de calcio, a no ser que el queso haya sido cuajado con alguna sal de calcio.

Acerca de nuestra idea de negocio, nos indica que las castañas aportan una gran cantidad de fibra, y tienen como ventaja ser un fruto seco con poca grasa, por lo cual no elevaría el aporte calórico de producto, nos indica que las castañas tienen mejor sabor a comparación de los quesos existentes a base de solo soja. Nos recomienda considerar el aporte de calcio, si se quiere obtener un alimento que sea en algún grado equivalente nutricionalmente al queso lácteo, y no solo buscar un parecido organoléptico. Así mismo nos sugiere hacerle un análisis proximal y saber su composición de macronutrientes y aporte calórico. En el caso de buscar enriquecerlo con calcio con sales de calcio al momento de la elaboración del queso de castañas, realizar el análisis para saber su aporte. Ejemplo: En un queso fresco una ración es usualmente una tajada de 40gr., los cuales aportan 7gr. de proteína y 105 kcal aproximadamente.

### 4.1.4. Focus Group.

#### A. Primer Focus Group:

El Focus Group, es una de herramienta cualitativa empleada en la investigación de mercado, lo cual nos ayuda a poder obtener las opiniones reales y sentimientos respecto al tema de interés.

Se realizaron dos Focus Group, **el primero** se realizó con 6 personas segmentadas de acuerdo con las características de nuestro mercado objetivo.

Para poder llevar a cabo este Focus, realizamos lo siguiente:

1. **Planeación:**
   - Día: sábado 30 de marzo del 2019
   - Hora: 3:00 p.m.
   - N° de participantes: 6 personas
   - Perfil del participante: personas con un régimen alimenticio saludable de entre 20 a 30 años.
2. **Reclutamiento:**

Convocamos a 10 personas a través de los grupos de WhatsApp de la Universidad San Ignacio de Loyola, para que participen en nuestro Focus Group, y poder conocer su apreciación sobre los quesos vegetales. Se empleó esta plataforma virtual ya que, al ser grupos compuestos por diversos alumnos o exalumnos, existían las posibilidades de tener personas fitness, intolerantes o con regímenes vegetarianos.

3. **Moderación:**

El moderador se reunió con los 6 participantes voluntarios, se realizó un dialogo en torno a a: producto, precio, plaza de venta, promoción y logo, el moderador lanzó preguntas

al aire, y los participantes empezaron a contestar, de esta manera pudimos conocer sus expectativas sobre los diseños, tamaños y sabores de nuestro queso, así mismo validar el monto que estarían dispuestos a pagar de acuerdo a las presentaciones planteadas, los puntos de ventas donde desearían compran, las promociones que desearían tener y que fechas del año desearían mayor número de promociones. También propusimos nuestras alternativas de nombre del producto, logos y slogan y cuales les parecían más atractivas.

4. **Análisis:**

   Posterior a la realización del focus, se llegan a las siguientes conclusiones:

- Nuestro producto si resulta ser una opción atractiva e innovadora para nuestro público objetivo.
- Validamos la segmentación a la que estamos dirigidos.
- Los participantes indican que consumen queso vegetal porque les gusta llevar una alimentación saludable y contribuir a la disminución de la huella de carbono.
- Los participantes recomiendan tener más sabores tanto en molde.
- El precio aceptado por los participantes va de S/. 20 a S/ 25.
- Los participantes prefieren que los productos sean comercializados en tiendas especializadas, pues garantizan los estándares requeridos.
- Eligieron nombre de la marca Purum Veggie, pues lo asocian mejor a lo natural.
- Finalmente eligieron el logo n° 3 y el slogan n° 2.

*Figura 22.* Focus group 1 foto 1

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 23.* Focus group 1 foto 2
*Nota*: Elaboración propia

**B. Segundo Focus Group:**

**1. Planeación:**

- Dia: jueves 04 de abril del 2019
- Hora: 8:00 p.m.
- N° de participantes: 6 personas
- Perfil del participante: personas veganas de entre 25 a 35 años

**2. Reclutamiento:**

Convocamos a 12 personas a través del grupo de la red social Facebook “Veganos en Lima – Perú”, para que participen en nuestro Focus, para poder conocer su posición y opinión respecto a los quesos vegetales. Se empleó esta plataforma virtual ya que, al ser un grupo conformado por personas que no consumen alimentos derivados de animales, son parte de nuestro mercado directo.

**3. Moderación:**

El moderador se reunió con los 6 participantes voluntarios, se realizó un dialogo en torno a a: producto, precio, plaza de venta, promoción y logo, el moderador lanzó preguntas al aire, y los participantes empezaron a contestar, de esta manera pudimos conocer sus expectativas sobre los diseños, tamaños y sabores de nuestro queso, así mismo validar el monto que estarían dispuestos a pagar de acuerdo a las presentaciones planteadas, los puntos de ventas donde desearían compran, las promociones que desearían tener y que fechas del año desearían mayor número de promociones. También propusimos nuestras alternativas de nombre del producto, logos y slogan y cuales les parecían más atractivas.

4. **Análisis:**

Posterior a la realización del focus, se llegan a las siguientes conclusiones:

- Nuestro producto resulta ser novedoso para los participantes, pues son los únicos quesos a base de castañas.
- Validamos que la segmentación elegida es la correcta, y este mercado objetivo si está dispuesto a comprar nuestro producto.
- Los participantes indican que consumen queso vegetal porque así disminuyen el impacto ambiental y protegen la vida de los animales.
- Los participantes recomiendan tener la presentación de 150 gr. para los quesos de molde y 200 gr. de los laminados.
- De los sabores ofrecidos, prefieren el l y el orégano-tomillo.
- El rango de precios aceptado por los participantes va de S/. 25 a S/ 30.
- Los participantes prefieren que los productos sean comercializados en tiendas especializadas físicas y virtuales.
- Eligieron nombre de la marca Purum Veggie, pues lo asocian mejor a lo natural.
- Finalmente eligieron el logo n° 3 y el slogan n° 2.

*Figura 24.* Focus group 2

*Nota*: Elaboración propia

### 4.1.5. Encuestas.

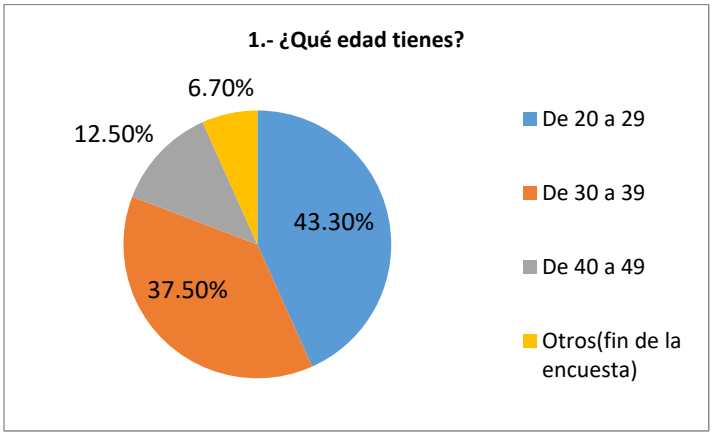



*Figura 25.* Pregunta 1: Edad

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Para identificar el segmento de los posibles consumidores y/o compradores, se utilizó el filtro correspondiente a la edad de un total de 100 personas encuestadas que, de acuerdo con el gráfico, el 43.30% se encuentran entre el rango de 20 – 29 años, el 37.50% entre el rango de 30 – 39 años y el 12.50 % entre las edades de 40 – 49 años. Por ello, se concluye que los jóvenes están enfocados en llevar una vida más saludable.

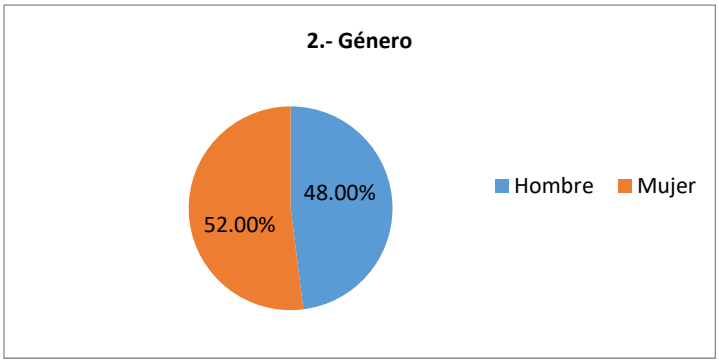



*Figura 26.* Pregunta 2: Género

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Respecto al género de las 100 personas encuestadas el 52% fueron mujeres, quienes optan por tener una vida más saludable y tratan de consumir alimentos que se adecuen a sus necesidades alimenticias, en el caso de los hombres el 48% también comparte el consumo de alimentos saludables.

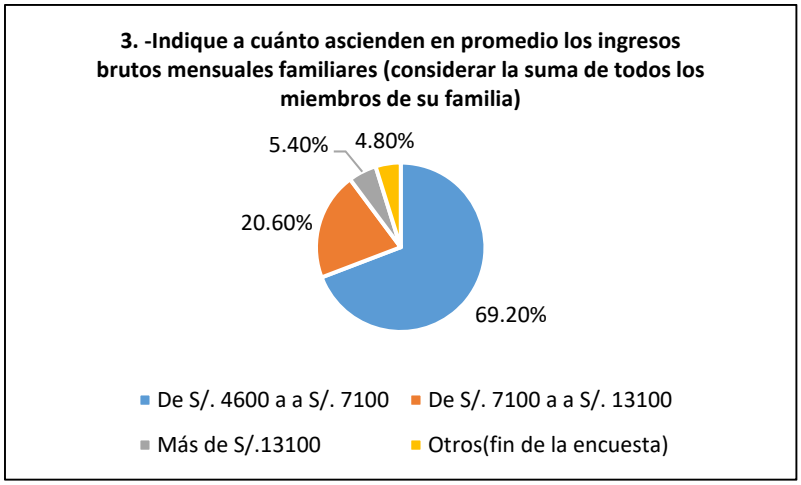



*Figura 27.* Pregunta 3: Ingresos brutos mensuales

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Con la finalidad de evaluar el poder adquisitivo de los posibles consumidores y/o compradores, se decidió conocer el promedio de los ingresos brutos mensuales familiares de nuestro segmento. Como resultado, se obtuvo que el 69.20% tiene un promedio bruto mensual entre S/. 4600 – 7100 soles, seguido de un 20.60% las personas que perciben entre S/. 7100 – 13100 soles.

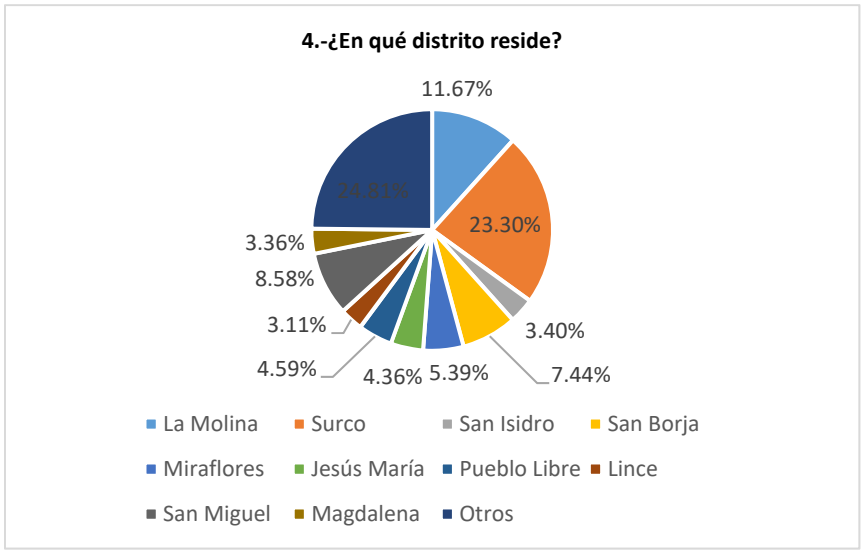



*Figura 28.* Pregunta 4: Distrito de residencia

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Según la encuesta realizada, podemos destacar el lugar de residencia del total de encuestados (100 personas), para el distrito de Surco, con un 23.30% donde se tiene mayor tendencia al consumo de productos naturales y preocupación por llevar una vida más saludable, seguido por el distrito de La Molina con 11.67%. Estos resultados son de importancia para la toma de decisiones respecto a la ubicación del local.

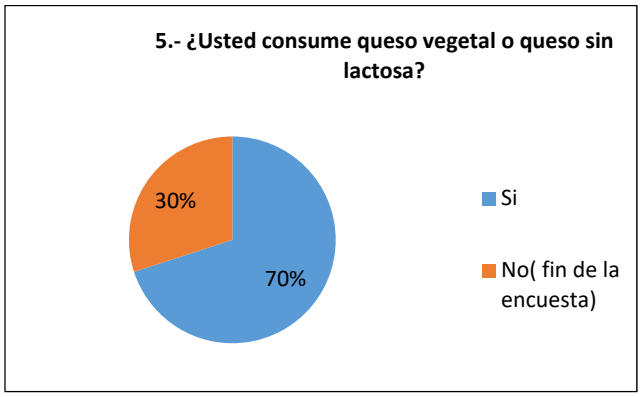



*Figura 29.* Pregunta 5: Consumo de queso vegetal o sin lactosa

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Es importante conocer el perfil de los consumidores y/o compradores, a fin de determinar, si el queso vegetal o un queso sin lactosa, ya lo han consumido anteriormente, con la finalidad de conocer sus necesidades y preferencias, se obtuvo como resultado que el 70%, respondió afirmativamente, lo cual es un indicador para seguir adelante con nuestra idea de negocio.

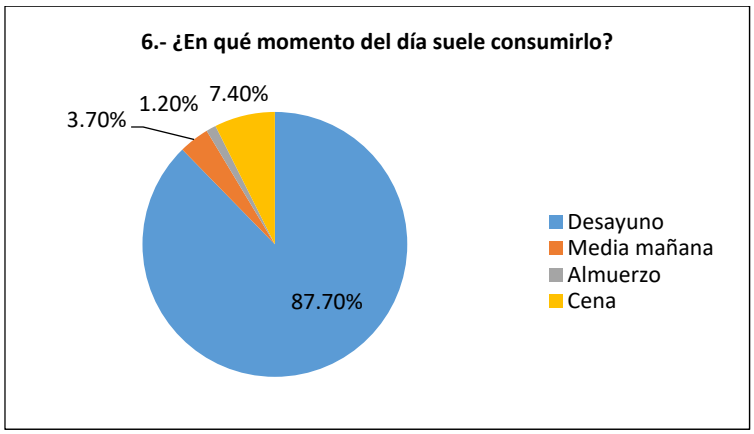



*Figura 30.* Pregunta 6: Momentos del día en el que consume queso

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** El mayor porcentaje de los encuestados indicó su preferencia por consumir queso vegetal o sin lactosa en el desayuno, sobresaliendo, con un 87.70%, un 7.40% los encuestados indicaron que suelen consumir queso al momento de la cena, el 3.70% a media mañana mientras que un 1.20% indico que consume el producto en el momento del almuerzo.

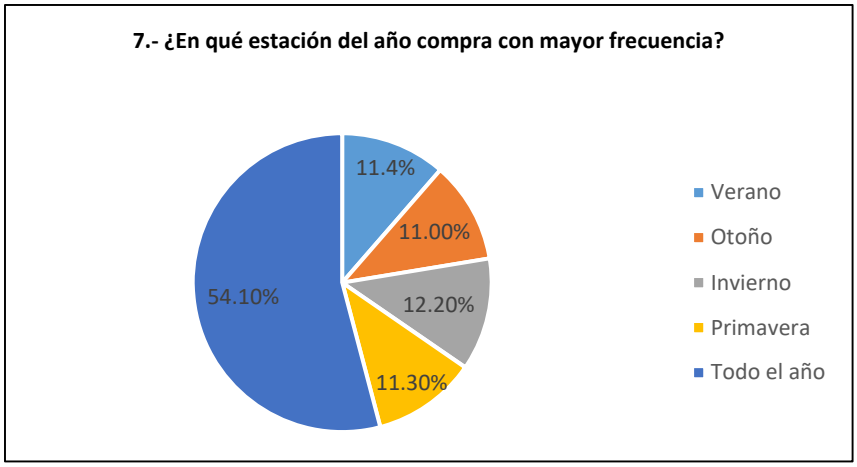



*Figura 31.* Pregunta 7: Estación del año donde consume queso con mayor frecuencia
*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Analizando cuál sería la mejor estación para la venta del queso vegetal o queso sin lactosa, se encuestó sobre la mayor frecuencia de compra de quesos, por lo que se logró obtener como resultado, que el 54.10% compra o consume queso durante todo el año, lo que nos da a conocer que nuestro producto podría ser vendido durante todo el año, sin problema.

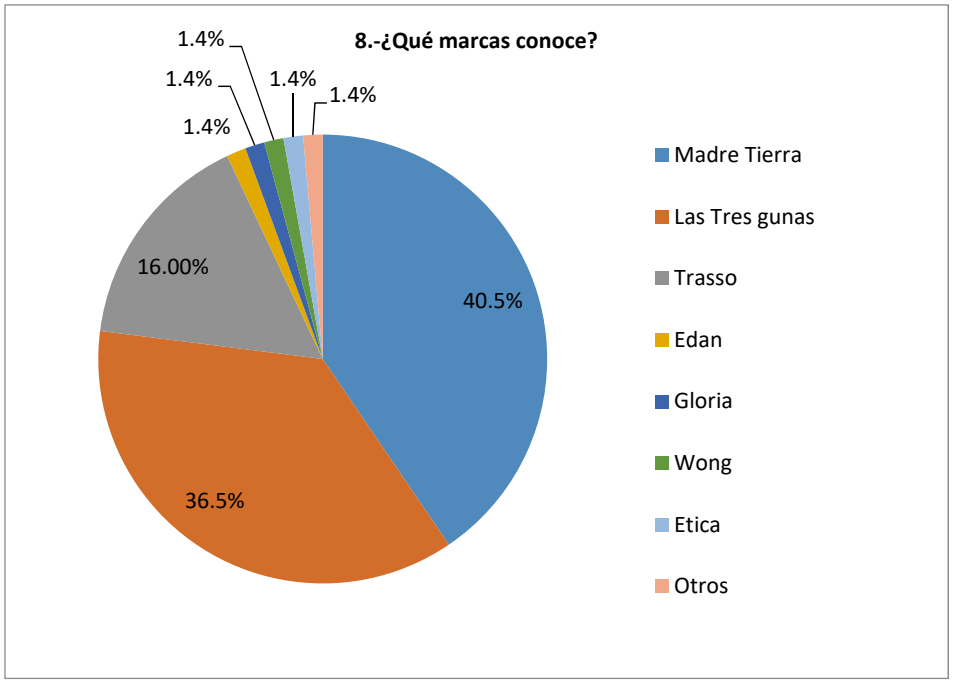



*Figura 32.* Pregunta 8: Marcas de queso vegetal que conoce

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Los resultados obtenidos al encuestar a personas que padecen de intolerancia a la lactosa y a aquellos, que prefieren un producto libre de derivados de lácteos (veganos), sobre las marcas ya existentes y conocidas en el mercado se determinó que el 40.5% de encuestados conoce la marca Madre Tierra, 36.5% Las tres gunas, 16.0% Trasso y 1.4% otras marcas de queso sin lactosa, por lo que, nos indica que la mayoría de consumidores prefieren las marcas de quesos veganos.

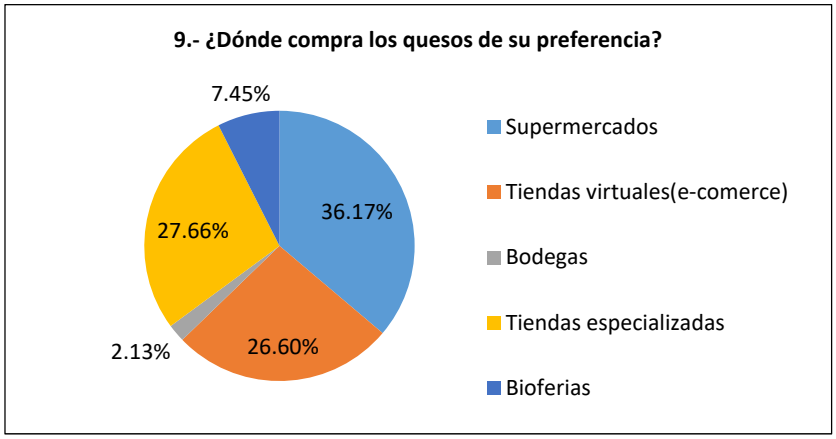



*Figura 33.* Pregunta 9: Lugar donde compra quesos de su preferencia

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** En base a nuestra encuesta, se puede dar a conocer que el 36.17% de las personas encuestadas opta por comprar el producto de su interés en los supermercados, seguidos por las tiendas especializadas con un 27.66%, el 26.60% en tiendas online (e-commerce), 7.45% en bioferias y por último un 2.13% en bodegas. Esta información nos da a entender que los clientes prefieren ir a comprar a tiendas físicas, pero también acceden a los canales online.

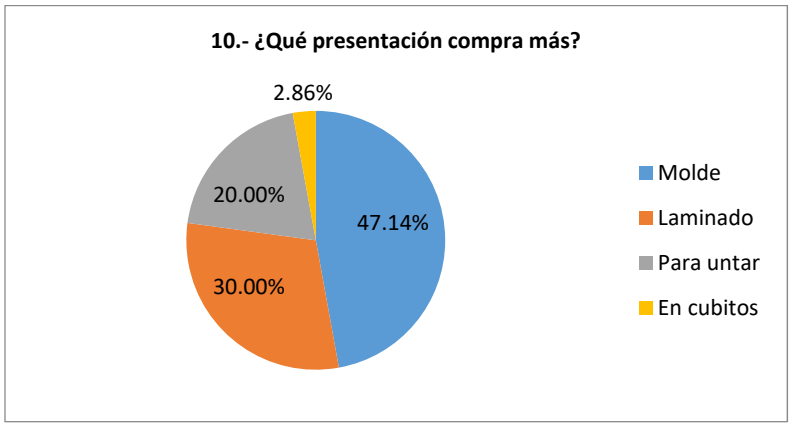



*Figura 34.* Pregunta 10: Presentación de queso que compra más

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Considerando las diferentes presentaciones de queso que se manejan en el mercado, es importante conocer, cuál es la preferencia de los consumidores y/o compradores, por lo que como resultado se obtuvo que de un total de 100 encuestados, prefieren la presentación de molde el 47.14%, seguido con la presentación de laminado con el 30%, y un 20% prefieren la presentación para untar y como última elección se encuentra la presentación de queso en cubitos con 2.22%. Se entiende que los clientes prefieren la textura del queso.

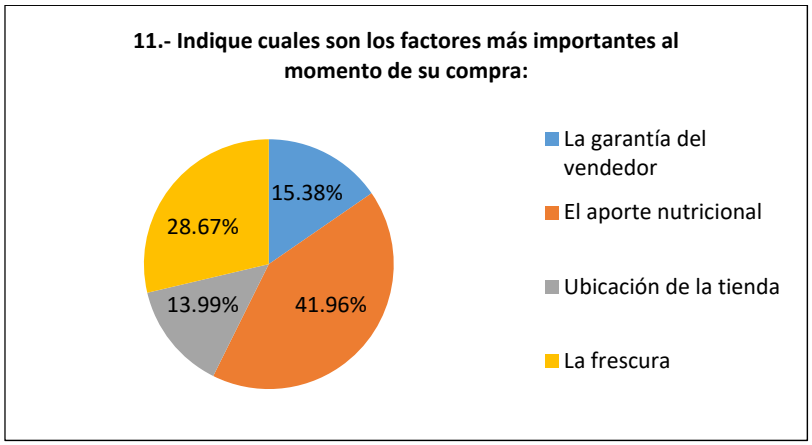



*Figura 35.* Pregunta 11: Factores importantes que influyen en la decisión de compra

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Con la intención de entender cuál es el factor más importante al momento de realizar la su compra, se obtuvo que los encuestados anteponen el aporte nutricional con un 41.96% como elemento más significativo, seguido por la frescura con 28.67%. Ambos indicadores, expresan que los clientes buscan un producto natural y que a su vez tenga una contribución nutricional que no solo les permita disfrutar de un gran sabor, sino que, a su vez, estén adquiriendo proteínas y minerales.

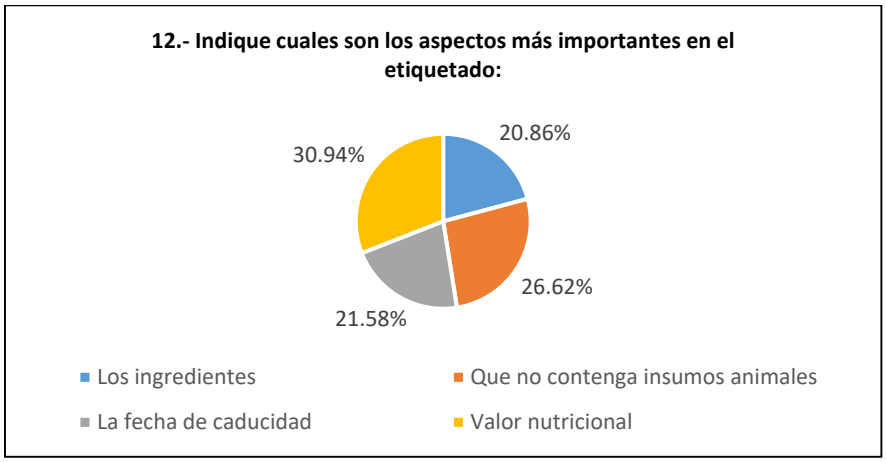



*Figura 36.* Pregunta 12: Aspectos que considera más importantes en el etiquetado

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos sobre los aspectos más importantes que deben indicarse en el etiquetado, se puede observar que la menor cantidad de encuestados (20.86%) se fija en los ingredientes, y un (21.58%) indican a la fecha de caducidad, por lo general, y en su mayoría, les importa más que el producto tenga un valor nutricional (30.94%) y que no contenga insumos animales (26.62%).

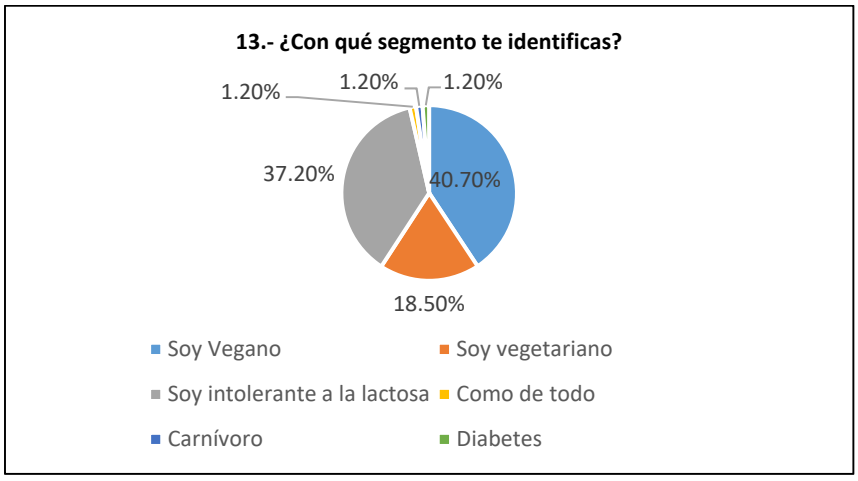



*Figura 37.* Pregunta 13: Identificación de segmento

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** El 40.70% del total de personas encuestadas se identifica con el segmento denominado Vegano, el 37.20% refiere que es intolerante a la lactosa, el 18.50% es vegetariano, mientras que el 1.20% se considera en los segmentos de carnívoro, con diabetes y como de todo, respectivamente. Por ende, las personas encuestas se encuentran dentro del rango de segmentos con mayor porcentaje a los que va dirigido el producto.

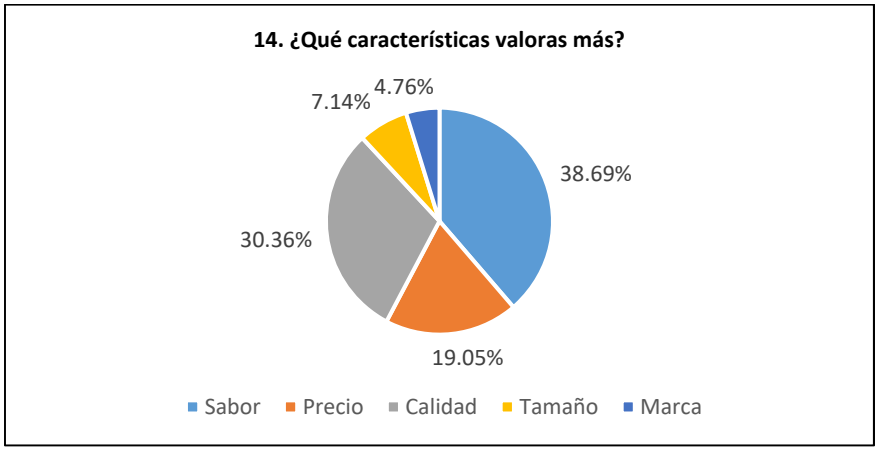



*Figura 38.* Pregunta 14: Valoración de características del producto

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** De acuerdo con los resultados, el 38.69% valora el sabor del producto como característica más importante en la compra de producto queso vegano, el 30.36% valora la calidad del producto, mientras que el 19.05% se orienta a la valoración del precio en la decisión de compra, en porcentajes menores se obtuvo el 7.14% para la característica de tamaño y el 4.76% a la característica de la marca del producto, lo que permite concluir que se debe garantizar la tanto la calidad como el sabor del y buen precio en el producto, sin dejar de lado la presentación y una identidad de marca innovador

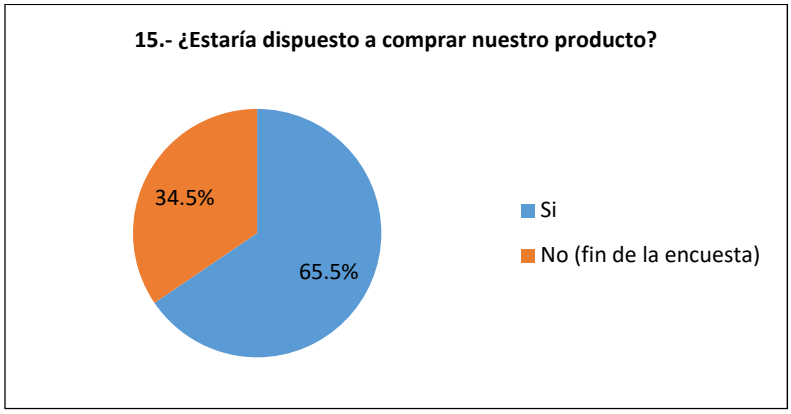



*Figura 39.* Pregunta 15: Disposición para adquirir el producto

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Como resultado mayoritario, se registró el 65.5% de personas encuestadas con disposición para adquirir el producto, y un 34.5% del total que sin interés en la compra. Estos resultados, son alentadores para continuar con el proyecto y lanzar el producto al mercado, satisfaciendo las necesidades de los interesados.

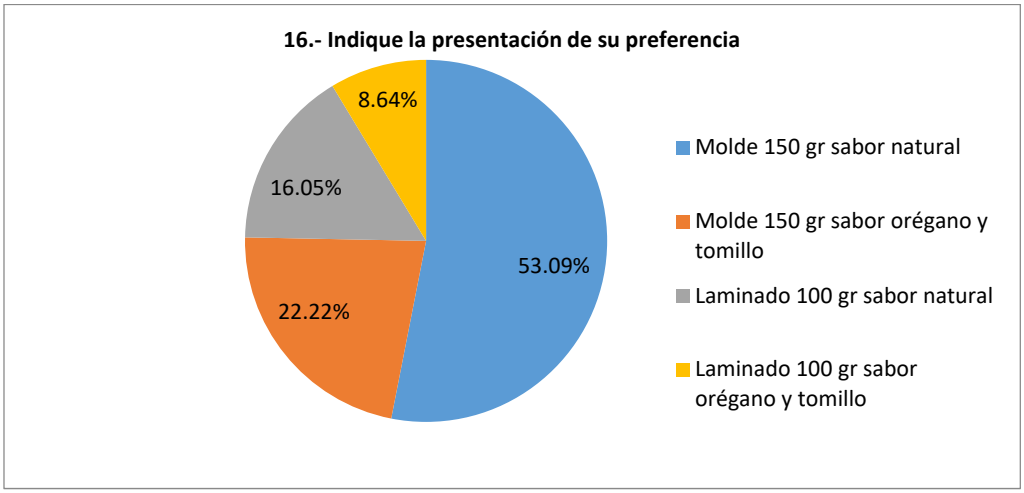



*Figura 40.* Pregunta 16: Presentación de preferencia

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** El 53.09% de encuestados prefiere la presentación de molde 150 gramos con sabor natural, el 22.22% considera la presentación de molde 150 gramos con sabor a orégano y tomillo, mientras que un 16.05% prefiere la presentación de laminado 100 gramos sabor natural y el 8.64% de laminado 100 gramos con sabor a orégano y tomillo. Los resultados descritos indican claramente la presentación requerida por posibles consumidores y/o compradores, permitiendo optar por las presentaciones de molde de 150 gramos con sabor natural, orégano y tomillo.

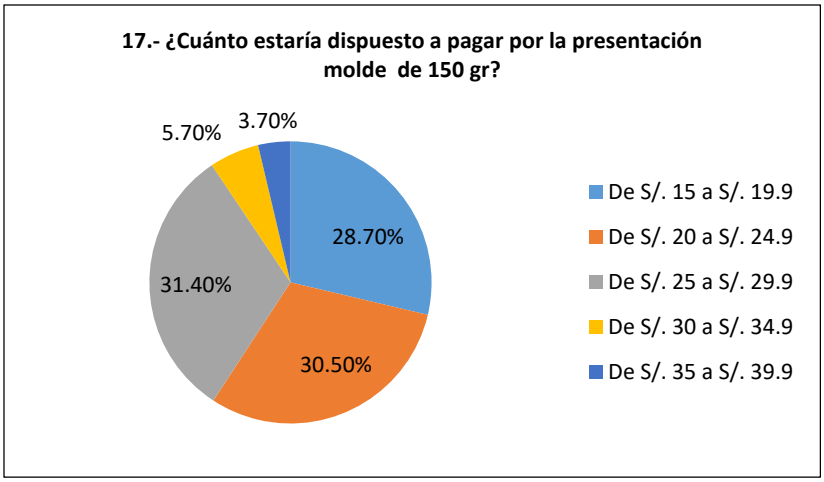



*Figura 41.* Pregunta 17: Disposición de precio a pagar por la presentación de molde de 150gr

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** En base a la preferencia de la presentación de molde de 150 gramos en todos los sabores propuestos, registrada en la pregunta anterior, se obtuvo como resultado que un 31.40% del total de encuestados, se encuentra dispuesto a pagar de S/. 25 a S/. 29.9, el 30.50% pagaría de S/.20 a S/.24.9 y el 28.70% solo se encuentra dispuesto a pagar de S/.15 a S/.19.9. Estos resultados permiten la toma de decisiones respecto al precio por lanzamiento del producto.

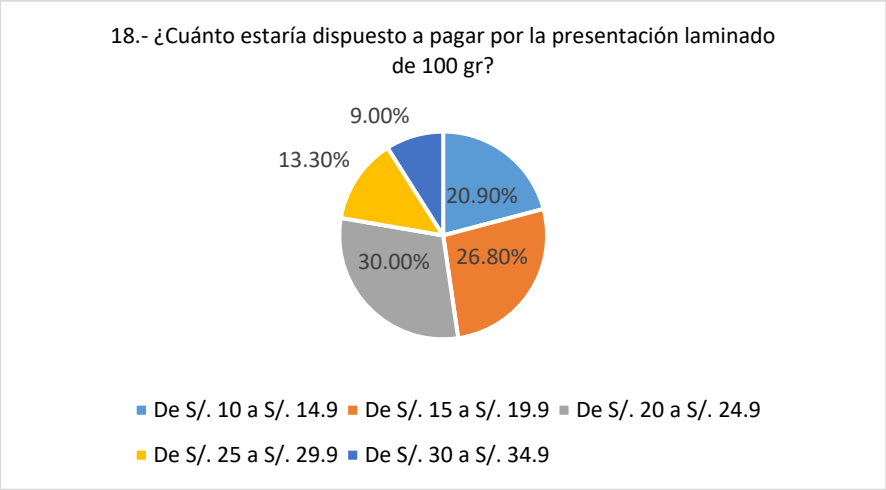



*Figura 42.* Pregunta 18: Disposición de precio a pagar por la presentación de laminado de 100gr

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** El 30% de personas encuestadas considera el rango de precio de S/.20 a S/. 24.9 como disposición principal de pago por la presentación de 100 gramos, el 26.80% de S/.15 a S/.19.9, y el 20.90% de S/.10 a S/. 14.9. Factor importante para considerar para establecer el precio por lanzamiento del producto.

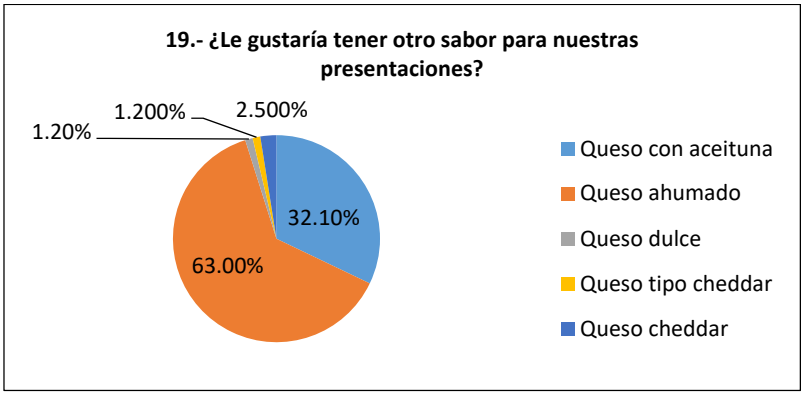



*Figura 43.* Pregunta 19: Preferencia de sabores adicionales en las presentaciones

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Entre los sabores adicionales propuestos para cada presentación del producto, el 63% prefiere el sabor a queso ahumado, y el 32.10% prefiere el sabor a queso con aceituna, en porcentajes menores que van desde el 2.50% y 1.20% prefieren otros sabores como el queso dulce, tipo cheddar y cheddar. Se consideran los resultados de los porcentajes mayores para la presentación final del producto.

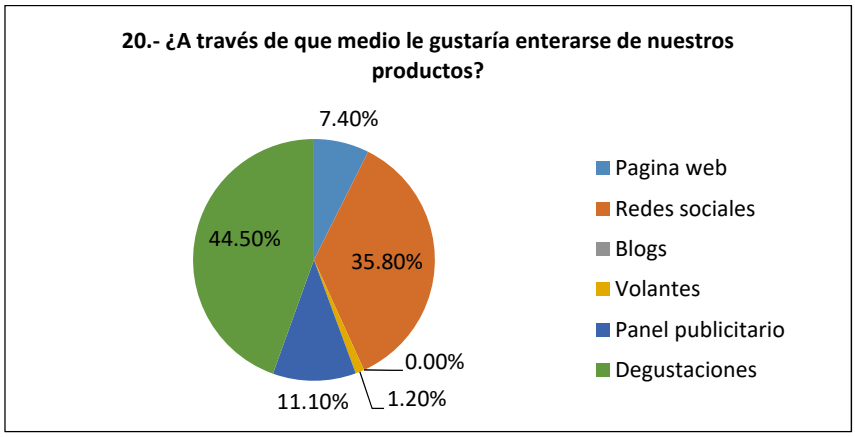



*Figura 44.* Pregunta 20: Medio de preferencia para conocer los productos

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Con la finalidad de implementar estrategias publicitarias adecuadas para llegar al público objetivo, se consideró realizar la pregunta sobre el medio que más utilizan los posibles consumidores y/o compradores, donde un 44.50% indico que las degustaciones son el medio a través del cual les gustaría conocer los productos, seguido de un 35.80% quienes prefieren la publicidad a través de las redes sociales.

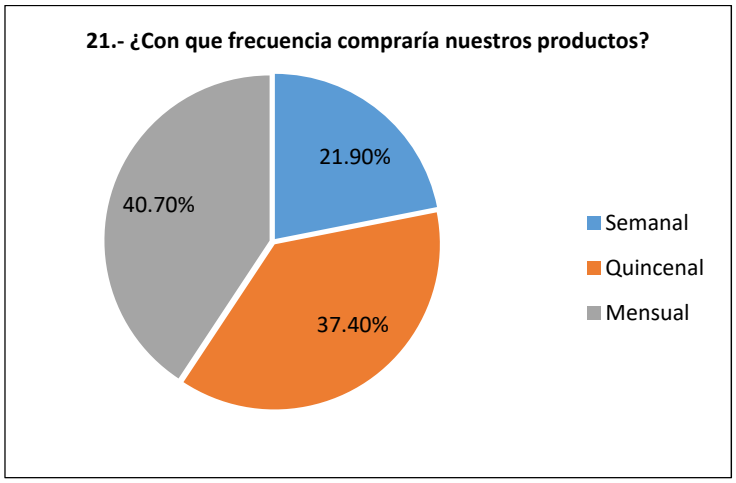



*Figura 45.* Pregunta 21: Con qué frecuencia compraría nuestros productos

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 40.70% indica que compra mensualmente los productos, un 37.40% lo realiza de forma quincenal, mientras que un 21.90% semanalmente. Estas frecuencias son favorables para la distribución de los productos.

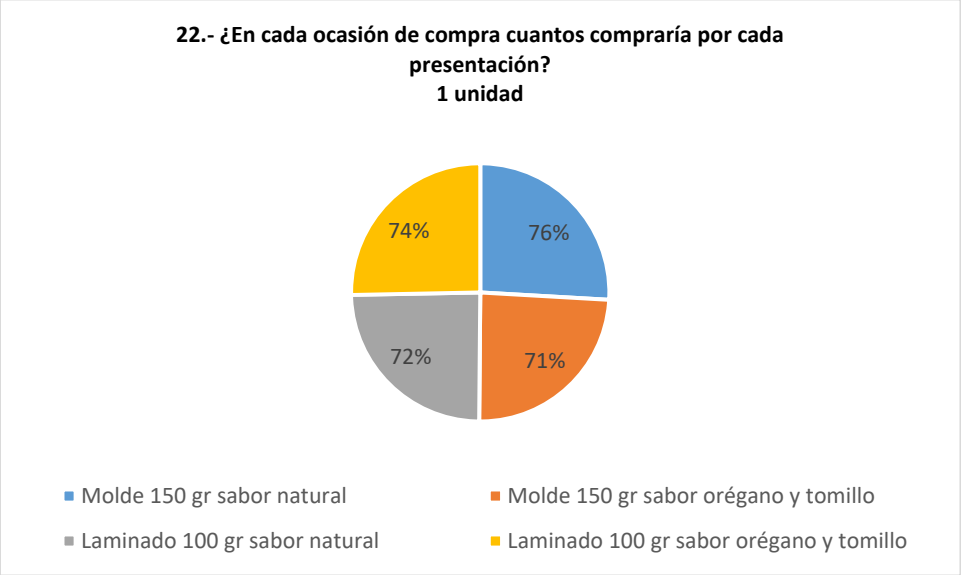



*Figura 46.* Pregunta 22: Frecuencia de compra de una unidad, por cada presentación

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** En el caso de la compra de una unidad por producto el 76% de encuestados se orienta a la presentación de molde 150 gramos sabor natural, un 74% prefiere la presentación laminado 100 gramos sabor a orégano y tomillo, un 72% elegiría el laminado 100 gramos sabor natural, mientras que el 71% prefiere el molde 150 gramos sabor a orégano y tomillo. Información relevante para la toma de decisiones respeto a la producción de los productos en sus respectivas presentaciones.

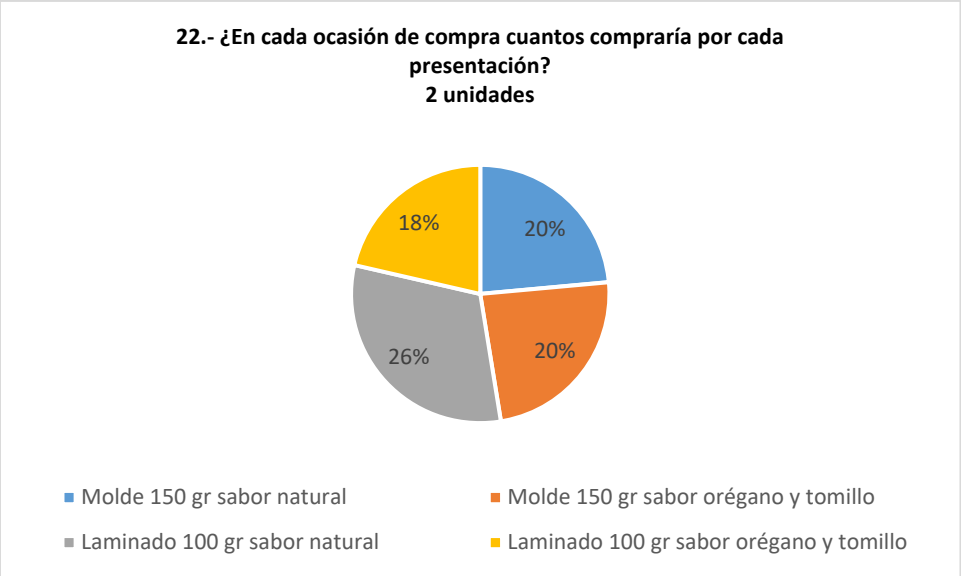



*Figura 47.* Pregunta 22: Frecuencia de compra de dos unidades, por cada presentación

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** En el caso de la compra de dos unidades por producto el 26% de encuestados se orienta a la presentación de laminado 100 gramos sabor natural, un 20% coincide en la preferencia de las presentaciones de molde 150 gramos sabor natural, orégano y tomillo, mientras que un 18% elegiría la presentación del laminado 100 gramos sabor a orégano y tomillo. Información relevante para la toma de decisiones respeto a la producción de los productos en sus respectivas presentaciones.

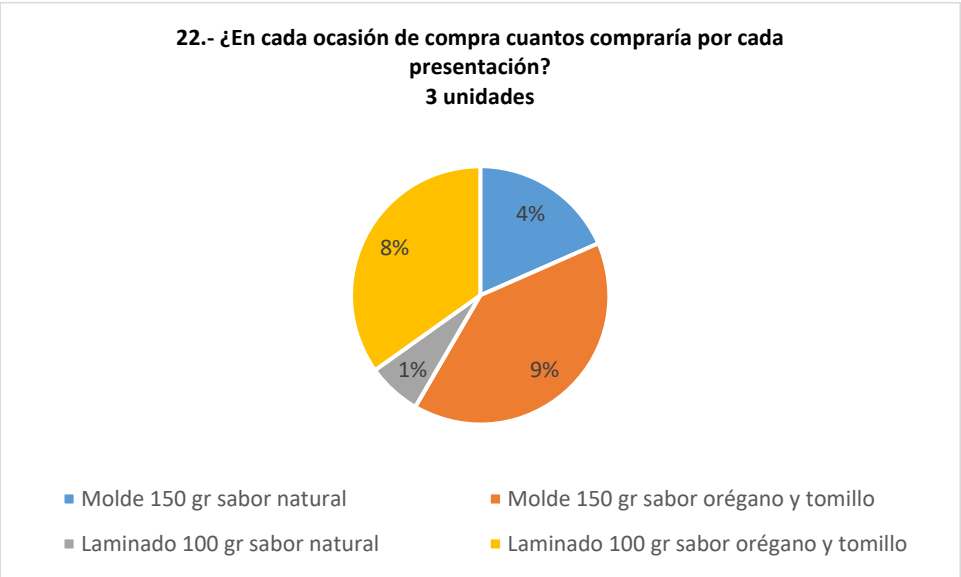



*Figura 48.* Pregunta 22: Frecuencia de compra de tres unidades, por cada presentación

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** En el caso de la compra de tres unidades por producto el 9% de encuestados se orienta a la presentación de molde 150 gramos sabor a orégano y tomillo, un 8% prefiere la presentación laminado 100 gramos sabor a orégano y tomillo, un 4% elegiría la presentación de molde 150 gramos sabor natural, mientras que el 1% prefiere el laminado 100 gramos sabor natural. Información relevante para la toma de decisiones respeto a la producción de los productos en sus respectivas presentaciones.

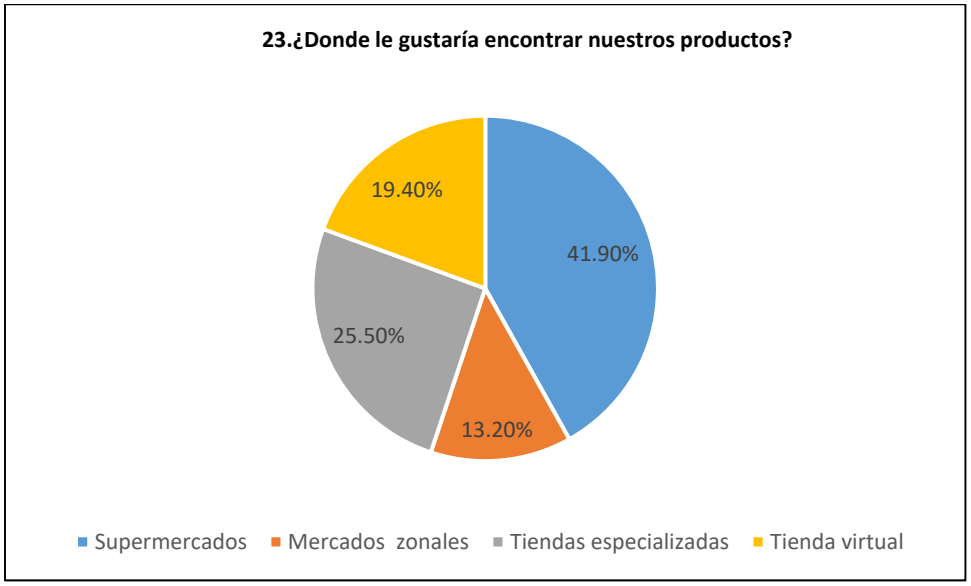



*Figura 49.* Pregunta 23: Lugar de preferencia para encontrar los productos

*Nota*: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por PURUM VEGGIE

**Interpretación:** Respecto a los lugares donde los encuestados prefieren encontrar los productos, el 41.90% indico la preferencia de disponibilidad de productos en supermercados, el 25.50% en tiendas especializadas, el 19.40% a través de tienda virtual y el 13.20% en mercados zonales. Resultados que permiten la toma de decisiones a momento de idear las estrategias de los canales de distribución de productos.

## 4.2. Demanda y oferta

### 4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Determinar el mercado potencial, como empresa, es de importancia; ya que, nos permite conocer la cantidad de clientes qué podrían dejar de comprar a la competencia para empezar a comprar nuestros productos.

Los criterios de segmentación que hemos empleado han sido: la población proyectada, el nivel socioeconómico, solo zonas 6 y 7, y la edad. Nuestro segmento está enfocado en hombres y mujeres de los 20 – 49 años.

Para hallar el mercado potencial, se utilizó la siguiente fórmula:

*Población Proyectada *Factores Sociodemográficos* = **Mercado Potencial**

En base a ello se obtuvieron los siguientes resultados, por cada año de proyección:

Tabla 26.

*Mercado Potencial 2020*

| | Población Total 2020 | NSE A y B | Total edad (20-49) | Mercado potencial 2020 |
|---|---|---|---|---|
| La Molina | 180,402 | 79.10% | 45.70% | 65,214 |
| Surco | 361,802 | 79.10% | 45.51% | 130,243 |
| San Isidro | 56,971 | 79.10% | 42.21% | 19,021 |
| San Borja | 117,638 | 79.10% | 44.69% | 41,585 |
| Miraflores | 86,112 | 79.10% | 44.22% | 30,121 |
| Jesús María | 75,241 | 74.30% | 43.61% | 24,380 |
| Pueblo Libre | 79,997 | 74.30% | 43.12% | 25,629 |
| Lince | 52,790 | 74.30% | 44.29% | 17,372 |
| San Miguel | 142,418 | 74.30% | 45.30% | 47,932 |
| Magdalena del Mar | 57,444 | 74.30% | 43.95% | 18,759 |
| Total | 1,210,815 | | | 420,256 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 27.

*Mercado Potencial 2021*

| | Población Total 2021 | NSE A y B | Total edad (20-49) | Mercado potencial 2021 |
|---|---|---|---|---|
| La Molina | 182,206 | 79.10% | 45.70% | 65,867 |
| Surco | 365,420 | 79.10% | 45.51% | 131,545 |
| San Isidro | 57,541 | 79.10% | 42.21% | 19,212 |
| San Borja | 118,814 | 79.10% | 44.69% | 42,001 |
| Miraflores | 86,973 | 79.10% | 44.22% | 30,422 |
| Jesús María | 75,993 | 74.30% | 43.61% | 24,623 |
| Pueblo Libre | 80,797 | 74.30% | 43.12% | 25,886 |
| Lince | 53,318 | 74.30% | 44.29% | 17,546 |
| San Miguel | 143,842 | 74.30% | 45.30% | 48,411 |
| Magdalena del Mar | 58,018 | 74.30% | 43.95% | 18,946 |
| **Total** | **1,222,922** | | | **424,459** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 28.

*Mercado Potencial 2022*

| | Población Total 2022 | NSE A y B | Total edad (20-49) | Mercado potencial 2022 |
|---|---|---|---|---|
| La Molina | 184,028 | 79.10% | 45.70% | 66,525 |
| Surco | 369,074 | 79.10% | 45.51% | 132,860 |
| San Isidro | 58,116 | 79.10% | 42.21% | 19,404 |
| San Borja | 120,002 | 79.10% | 44.69% | 42,421 |
| Miraflores | 87,843 | 79.10% | 44.22% | 30,726 |
| Jesús María | 76,753 | 74.30% | 43.61% | 24,870 |
| Pueblo Libre | 81,605 | 74.30% | 43.12% | 26,144 |
| Lince | 53,851 | 74.30% | 44.29% | 17,721 |
| San Miguel | 145,280 | 74.30% | 45.30% | 48,895 |
| Magdalena del Mar | 58,598 | 74.30% | 43.95% | 19,136 |
| **Total** | **1,235,150** | | | **428,702** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 29.

*Mercado Potencial 2023*

| | Población Total 2023 | NSE A y B | Total edad (20-49) | Mercado potencial 2023 |
|---|---|---|---|---|
| La Molina | 185,868 | 79.10% | 45.70% | 67,190 |
| Surco | 372,765 | 79.10% | 45.51% | 134,189 |
| San Isidro | 58,697 | 79.10% | 42.21% | 19,598 |
| San Borja | 121,202 | 79.10% | 44.69% | 42,845 |
| Miraflores | 88,721 | 79.10% | 44.22% | 31,033 |
| Jesús María | 77,521 | 74.30% | 43.61% | 25,119 |
| Pueblo Libre | 82,421 | 74.30% | 43.12% | 26,406 |
| Lince | 54,390 | 74.30% | 44.29% | 17,898 |
| San Miguel | 146,733 | 74.30% | 45.30% | 49,384 |
| Magdalena del Mar | 59,184 | 74.30% | 43.95% | 19,327 |
| **Total** | **1,247,502** | | | **432,989** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 30.

*Mercado Potencial 2024*

| | Población Total 2024 | NSE A y B | Total edad (20-49) | Mercado potencial 2024 |
|---|---|---|---|---|
| La Molina | 187,727 | 79.10% | 45.70% | 67,862 |
| Surco | 376,493 | 79.10% | 45.51% | 135,531 |
| San Isidro | 59,284 | 79.10% | 42.21% | 19,794 |
| San Borja | 122,414 | 79.10% | 44.69% | 43,273 |
| Miraflores | 89,608 | 79.10% | 44.22% | 31,344 |
| Jesús María | 78,296 | 74.30% | 43.61% | 25,370 |
| Pueblo Libre | 83,245 | 74.30% | 43.12% | 26,670 |
| Lince | 54,934 | 74.30% | 44.29% | 18,077 |
| San Miguel | 148,200 | 74.30% | 45.30% | 49,878 |
| Magdalena del Mar | 59,776 | 74.30% | 43.95% | 19,520 |
| **Total** | **1,259,977** | | | **437,319** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 31.

*Mercado Potencial 2020 - 2024*

| Distrito | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| La Molina | 65,214 | 65,867 | 66,525 | 67,190 | 67,862 |
| Surco | 130,243 | 131,545 | 132,860 | 134,189 | 135,531 |
| San Isidro | 19,021 | 19,212 | 19,404 | 19,598 | 19,794 |
| San Borja | 41,585 | 42,001 | 42,421 | 42,845 | 43,273 |
| Miraflores | 30,121 | 30,422 | 30,726 | 31,033 | 31,344 |
| Jesús María | 24,380 | 24,623 | 24,870 | 25,119 | 25,370 |
| Pueblo Libre | 25,629 | 25,886 | 26,144 | 26,406 | 26,670 |
| Lince | 17,372 | 17,546 | 17,721 | 17,898 | 18,077 |
| San Miguel | 47,932 | 48,411 | 48,895 | 49,384 | 49,878 |
| Magdalena del Mar | 18,759 | 18,946 | 19,136 | 19,327 | 19,520 |
| **Mercado potencial en personas** | **420,256** | **424,459** | **428,702** | **432,989** | **437,319** |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.2. Estimación del mercado disponible.

El mercado disponible nos ayuda a identificar el grupo de personas que serían nuestros posibles compradores y/o consumidores, para ello, se ha considerado como pieza fundamental utilizar las preguntas de nuestra encuesta, considerando que dicha respuesta será fundamental para nuestra idea de negocio.

La pregunta número 05 de nuestra encuesta nos indica la cantidad de personas que consumen queso vegetal, de manera que, al consumirlo, estarían predispuestos a comprar nuestro producto.

Tabla 32.

*Con que segmento se identifica*

| 13.- ¿Con qué segmento te identificas? | |
|---|---|
| Soy Vegano | 40.70% |
| Soy vegetariano | 18.50% |
| Soy intolerante a la lactosa | 37.20% |
| Como de todo | 1.20% |
| Carnívoro | 1.20% |
| Diabetes | 1.20% |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

**Factor segmento de consumo** **97.60%**

**Factor mercado disponible** **68.32%**

Considerando los resultados de la encuesta de la **pregunta 5**, el 70% respondió de forma afirmativa al consumo de queso vegetal o sin lactosa; adicionalmente, considerando el factor segmento de consumo en la **pregunta 13** que compone la suma del % de las respuestas de nuestro segmento, obteniendo como resultado el 97.60%. Finalmente, el factor del mercado disponible es de 68.32% con que se procedió a calcular el mercado disponible, por cada distrito, utilizando la siguiente fórmula:

*Mercado potencial *Factor mercado disponible* = **Mercado Disponible**

Tabla 33.

*Mercado Disponible en personas 2020 - 2024*

| Distrito | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| La Molina | 44,554 | 45,000 | 45,450 | 45,904 | 46,363 |
| Surco | 88,982 | 89,872 | 90,770 | 91,678 | 92,595 |
| San Isidro | 12,995 | 13,126 | 13,257 | 13,389 | 13,523 |
| San Borja | 28,411 | 28,695 | 28,982 | 29,272 | 29,564 |
| Miraflores | 20,579 | 20,784 | 20,992 | 21,202 | 21,414 |
| Jesús María | 16,656 | 16,822 | 16,991 | 17,161 | 17,333 |
| Pueblo Libre | 17,510 | 17,685 | 17,862 | 18,041 | 18,221 |
| Lince | 11,869 | 11,987 | 12,107 | 12,228 | 12,350 |
| San Miguel | 32,747 | 33,074 | 33,405 | 33,739 | 34,077 |
| Magdalena del Mar | 12,816 | 12,944 | 13,074 | 13,204 | 13,336 |
| **Mercado disponible en personas** | **287,119** | **289,989** | **292,890** | **295,818** | **298,776** |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

El análisis del mercado efectivo nos ayuda a identificar al grupo de personas que estarían dispuestos a comprar y pagar por nuestro producto, por lo que para definir cuál sería el precio que nuestros clientes y/o consumidores pagarían, nos respaldamos en las preguntas de nuestra encuesta, validación del producto, basándonos en los porcentajes que se tuvieron como resultado.

Tabla 34.

*Disposición de compra del producto*

| **15.- ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto?** | | |
|---|---|---|
| Si | 46 | 65.50% |
| No (fin de la encuesta) | 24 | 34.50% |
| **Total** | **70** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

En esta pregunta podemos identificar que el 65.5% de encuestados manifestaron su aprobación para la compra de nuestro producto. En base a ello, podremos calcular nuestro mercado efectivo general, por años.

**Factor disposición de compra 65.50%**

Tabla 35.

*Mercado Efectivo 2020 - 2024*

| **Distrito** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
|---|---|---|---|---|---|
| La Molina | 29,183 | 29,475 | 29,770 | 30,067 | 30,368 |
| Surco | 58,283 | 58,866 | 59,454 | 60,049 | 60,650 |
| San Isidro | 8,512 | 8,598 | 8,683 | 8,770 | 8,858 |
| San Borja | 18,609 | 18,795 | 18,983 | 19,173 | 19,364 |
| Miraflores | 13,479 | 13,614 | 13,750 | 13,887 | 14,026 |
| Jesús María | 10,910 | 11,018 | 11,129 | 11,240 | 11,353 |
| Pueblo Libre | 11,469 | 11,584 | 11,700 | 11,817 | 11,935 |
| Lince | 7,774 | 7,851 | 7,930 | 8,009 | 8,089 |
| San Miguel | 21,449 | 21,663 | 21,880 | 22,099 | 22,320 |
| Magdalena del Mar | 8,394 | 8,478 | 8,563 | 8,649 | 8,735 |
| Mercado efectivo general en personas | **188,062** | **189,942** | **191,842** | **193,760** | **195,698** |

*Nota*: Elaboración propia

Asimismo, necesitamos identificar el precio que estarían dispuestos a pagar en las presentaciones y sabores que ofrecemos:

Tabla 36.

*Presentación de su preferencia*

| 16.- Indique la presentación de su preferencia | % |
|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 53.09% |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 22.22% |
| Laminado 100 gr sabor natural | 16.05% |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 8.64% |
| Total | 100.00% |

*Nota*: Elaboración propia

Según la encuesta el 53.09% de personas indicaron su preferencia con nuestra presentación de molde de 150 gr, con sabor natural. En base a estos resultados podemos analizar el precio que estaría dispuestos a pagar:

Tabla 37.

*Presentación por molde de 150gr*

| | % |
|---|---|
| De S/. 15 a S/. 19.9 | 28.70% |
| De S/. 20 a S/. 24.9 | 30.50% |
| **De S/. 25 a S/. 29.9** | **31.40%** |
| **De S/. 30 a S/. 34.9** | **5.70%** |
| **De S/. 35 a S/. 39.9** | **3.70%** |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

**Factor precio** **40.80%**

Tabla 38.

*Presentación laminada 100gr*

| | % |
|---|---|
| De S/. 10 a S/. 14.9 | 20.90% |
| De S/. 15 a S/. 19.9 | 26.80% |
| **De S/. 20 a S/. 24.9** | **30.00%** |
| **De S/. 25 a S/. 29.9** | **13.30%** |
| **De S/. 30 a S/. 34.9** | **9.00%** |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

**Factor precio** **52.30%**

El factor precio es el resultado de la suma del porcentaje que se encuentra dispuesto a pagar entre 25 a 39.90 soles, más los que pagarían entre 20 a 34.90 soles.

*Mercado efectivo general *Factor precio* = **Mercado Efectivo por presentación**

Tabla 39.

*Mercado Efectivo por presentación 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Total mercado efectivo en personas que prefieren molde 150 gr natural | 40,734 | 41,139 | 41,552 | 41,967 | 42,386 |
| Total mercado efectivo en personas que prefieren molde 150 gr orégano y tomillo | 17,051 | 17,221 | 17,393 | 17,566 | 17,743 |
| Total mercado efectivo en personas que prefieren laminado de 100 gr natural | 15,786 | 15,944 | 16,103 | 16,263 | 16,427 |
| Total mercado efectivo en personas que prefieren laminado de 100 gr sabor orégano y tomillo | 8,498 | 8,585 | 8,670 | 8,758 | 8,845 |
| **Total mercado efectivo en personas** | **82,069** | **82,889** | **83,718** | **84,554** | **85,401** |

*Nota*: Elaboración propia

En resumen, se indica nuestro mercado efectivo, en base a su preferencia de nuestras presentaciones y sabores, utilizando el siguiente cálculo:

### 4.2.4. Estimación del mercado objetivo.

El libro de Posicionamiento (1989) define recordación de marca (top of mind), como: “La marca que primero le viene a la mente a un consumidor, también se conoce como primera mención. Tiene además la característica de ser la mejor posicionada y además la marca que más probablemente se compre”.

Para nuestro mercado objetivo, usaremos la metodología de recordación de marca, donde tomaremos un 20% (escenario conservador) de la marca de menor recordación de las tres con mayor participación de la pregunta 8 de la encuesta, debido a que es más fácil quitarle mercado a la marca más débil.

Tabla 40.

*Pregunta 8: Que marcas conoce*

| 8.- ¿Qué marcas conoces? | |
|---|---|
| Madre Tierra | 40.50% |
| Las Tres Gunas | 36.50% |
| **Trasso** | **16.00%** |
| Edan | 1.40% |
| Gloria | 1.40% |
| Wong | 1.40% |
| Ética | 1.40% |
| Otros | 1.40% |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

Siendo nuestra tasa de mercado objetivo el 3.0%, calcularemos nuestro crecimiento promedio.

Tabla 41.

*Tasas de crecimiento del mercado objetivo 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Mercado potencial en personas | 420,256 | 424,459 | 428,702 | 432,989 | 437,319 |
| Crecimiento | | 1.0001% | 0.9996% | 1.0000% | 1.0000% |
| **Crecimiento promedio** | **0.9999%** | | | | |
| **Crecimiento mercado objetivo** | **0.30%** | | | | |

*Nota*: Elaboración propia

En conclusión, nuestra tasa crecería aritméticamente al 0.30% del crecimiento promedio

***Mercado Objetivo*** = *Mercado Efectivo * Tasas de mercado objetivo*

Tabla 42.

*Tasas de Mercado Objetivo 2020 – 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Tasas de mercado objetivo | 3.00% | 3.30% | 3.60% | 3.90% | 4.20% |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 43.

*Total Mercado Objetivo en personas 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Total mercado objetivo en personas que prefieren molde 150 gr natural | 1,222 | 1,358 | 1,496 | 1,637 | 1,780 |
| Total mercado objetivo en personas que prefieren molde 150 gr orégano y tomillo | 512 | 568 | 626 | 685 | 745 |
| Total mercado objetivo en personas que prefieren laminado de 100 gr natural | 474 | 526 | 580 | 634 | 690 |
| Total mercado objetivo en personas que prefieren laminado de 100 gr sabor orégano y tomillo | 255 | 283 | 312 | 342 | 371 |
| **Total mercado objetivo en personas** | **2,462** | **2,735** | **3,014** | **3,298** | **3,587** |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.5. Frecuencia de compra.

En base a las preguntas realizadas en nuestra encuesta, se puede dar a conocer con qué frecuencia nuestros clientes y/o consumidores comprarían nuestro producto.

Este resultado nos indica que cada persona compraría 25 veces al año nuestro producto. Asimismo, buscamos analizar la cantidad de unidades que podrían ser adquiridas por nuestro cliente, según las presentaciones y sabores que ofrecemos.

Tabla 44.

*Frecuencia de compra*

| | % | Veces al año | Ponderado |
|---|---|---|---|
| Semanal | 21.90% | 52 | 11.39 |
| Quincenal | 37.40% | 24 | 8.98 |
| Mensual | 40.70% | 12 | 4.88 |
| **Total** | **100.00%** | | **25.25** |

Unidades en porcentajes adquiridas por el cliente

| | 1 unidad | 2 unidades | 3 unidades | 4 unidades a más | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 76% | 20% | 4% | 0% | 100% |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 71% | 20% | 9% | 0% | 100% |
| Laminado 100 gr sabor natural | 72% | 26% | 1% | 0% | 100% |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 74% | 18% | 8% | 0% | 100% |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Para calcular nuestra cuantificación anual de la demanda es importante considerar lo siguiente:

*Mercado objetivo*Frecuencia de compra* = **Demanda del producto por año**

Tabla 45.

*Demanda en unidades 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 39493 | 43873 | 48342 | 52894 | 57531 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 17782 | 19755 | 21766 | 23814 | 25904 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 15474 | 17191 | 18941 | 20723 | 22542 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 8582 | 9537 | 10507 | 11498 | 12506 |
| **Total unidades a distribuir** | **81,331** | **90,356** | **99,556** | **108,929** | **118,483** |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.7. Estacionalidad.

Dando un seguimiento a la frecuencia de compra que realizan nuestros clientes y/o consumidores, también, debemos analizar en qué estación del año, nuestras ventas van a tener un mayor crecimiento, por lo que, decidimos incluir en nuestra encuesta la pregunta de estacionalidad.

Tabla 46.

*¿En qué estación del año compra con mayor frecuencia?*

| | | Distribución de todo el año | Total estacionalidad |
|---|---|---|---|
| Verano | 11.40% | 13.53% | **24.93%** |
| Otoño | 11.00% | 13.53% | **24.53%** |
| Invierno | 12.20% | 13.53% | 25.73% |
| Primavera | 11.30% | 13.53% | 24.83% |
| Todo el año | 54.10% | | **100.00%** |
| **Total** | **100.00%** | | |

*Nota*: Elaboración propia

En base a la respuesta obtenida, consideramos que nuestro producto será vendido por todo el año, lo cual es beneficioso para nosotros.

Así mismo, quisimos analizar la estacionalidad de nuestros productos, por los siguientes 4 años, iniciando desde el 2020.

Tabla 47.

*Estacionalidad Trimestral 2020 - 2024*

| Año | Verano(Enero -marzo) | Otoño(abril junio) | Invierno(Julio-setiembre) | Primavera(octubre-diciembre) | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 2,020 | **17.4%** | **20.85%** | **25.73%** | **24.825%** | **89%** |
| 2,021 | 24.93% | 24.53% | 25.73% | 24.83% | 100% |
| 2,022 | 24.93% | 24.53% | 25.73% | 24.83% | 100% |
| 2,023 | 24.93% | 24.53% | 25.73% | 24.83% | 100% |
| 2,024 | 24.93% | 24.53% | 25.73% | 24.83% | 100% |

*Nota*: Elaboración propia

En esta tabla, se puede ver que, en nuestro primer año, primer trimestre, nuestras ventas son menores, considerando que la imagen de nuestro producto no estará fuerte aún en los primeros 6 meses del primer año, por lo que se debe de lograr aproximadamente el 40% de las ventas, en consecuencia, se suele castigar la estacionalidad con un 30% en el primer trimestre.

Por lo general nuestros productos, serán mayormente promocionados en los siguientes acontecimientos: por medio de campañas para el verano (enero, febrero y

marzo), día del no consumo de carne (marzo), día del planeta (abril), día de la madre (mayo), fiestas patrias (julio) y para la campaña navideña (noviembre)

Tabla 48.

*% Estacionalidad mensual 2020*

| | **Estacionalidad 2020** |
|---|---|
| Enero | 4.82% |
| Febrero | 5.82% |
| Marzo | 6.82% |
| Abril | 6.95% |
| Mayo | 7.95% |
| Junio | 5.95% |
| Julio | 9.58% |
| Agosto | 8.58% |
| Septiembre | 7.58% |
| Octubre | 7.28% |
| Noviembre | 8.28% |
| Diciembre | 9.28% |
| Total | 88.84% |

Curva de aprendizaje

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 49.

*% Estacionalidad mensual 2021 - 2024*

| | **Estacionalidad 2021-2024** |
|---|---|
| Enero | 7.31% |
| Febrero | 9.31% |
| Marzo | 8.31% |
| Abril | 8.18% |
| Mayo | 9.18% |
| Junio | 7.18% |
| Julio | 9.58% |
| Agosto | 8.58% |
| Septiembre | 7.58% |
| Octubre | 7.28% |
| Noviembre | 8.28% |
| Diciembre | 9.28% |
| **Total** | 100.00% |

*Nota*: Elaboración propia

### 4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado

**PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES:**

Tabla 50.

*Programa de Ventas en unidades 2020*

| | Estacionalidad 2020 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 4.82% | 1,902 | 856 | 745 | 413 | 3,916 |
| Febrero | 5.82% | 2,297 | 1,034 | 900 | 499 | 4,730 |
| Marzo | 6.82% | 2,692 | 1,212 | 1,055 | 585 | 5,544 |
| Abril | 6.95% | 2,744 | 1,236 | 1,075 | 596 | 5,651 |
| Mayo | 7.95% | 3,139 | 1,413 | 1,230 | 682 | 6,464 |
| Junio | 5.95% | 2,349 | 1,058 | 921 | 511 | 4,839 |
| Julio | 9.58% | 3,781 | 1,703 | 1,482 | 822 | 7,788 |
| Agosto | 8.58% | 3,387 | 1,525 | 1,327 | 736 | 6,975 |
| Septiembre | 7.58% | 2,992 | 1,347 | 1,172 | 650 | 6,161 |
| Octubre | 7.28% | 2,873 | 1,294 | 1,126 | 624 | 5,917 |
| Noviembre | 8.28% | 3,268 | 1,471 | 1,280 | 710 | 6,729 |
| Diciembre | 9.28% | 3,663 | 1,649 | 1,435 | 796 | 7,543 |
| **Total** | 88.844% | **35,087** | **15,798** | **13,748** | **7,624** | **72,257** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 51.

*Programa de Ventas en unidades 2021*

| | Estacionalidad 2021 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 7.308% | 3,206 | 1,444 | 1,256 | 697 | 6,603 |
| Febrero | 9.308% | 4,084 | 1,839 | 1,600 | 888 | 8,411 |
| Marzo | 8.308% | 3,645 | 1,641 | 1,428 | 792 | 7,506 |
| Abril | 8.175% | 3,587 | 1,615 | 1,405 | 780 | 7,387 |
| Mayo | 9.175% | 4,025 | 1,813 | 1,577 | 875 | 8,290 |
| Junio | 7.175% | 3,148 | 1,417 | 1,233 | 684 | 6,482 |
| Julio | 9.575% | 4,201 | 1,892 | 1,646 | 913 | 8,652 |
| Agosto | 8.575% | 3,762 | 1,694 | 1,474 | 818 | 7,748 |
| Septiembre | 7.575% | 3,323 | 1,496 | 1,302 | 722 | 6,843 |
| Octubre | 7.275% | 3,192 | 1,437 | 1,251 | 694 | 6,574 |
| Noviembre | 8.275% | 3,630 | 1,635 | 1,423 | 789 | 7,477 |
| Diciembre | 9.275% | 4,069 | 1,832 | 1,594 | 885 | 8,380 |
| **Total** | 100.00% | **43,872** | **19,755** | **17,189** | **9,537** | **90,353** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 52.

*Programa de Ventas en unidades 2022*

| | Estacionalidad 2022 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 7.308% | 3,533 | 1,591 | 1,384 | 768 | 7,276 |
| Febrero | 9.308% | 4,500 | 2,026 | 1,763 | 978 | 9,267 |
| Marzo | 8.308% | 4,016 | 1,808 | 1,574 | 873 | 8,271 |
| Abril | 8.175% | 3,952 | 1,779 | 1,548 | 859 | 8,138 |
| Mayo | 9.175% | 4,435 | 1,997 | 1,738 | 964 | 9,134 |
| Junio | 7.175% | 3,469 | 1,562 | 1,359 | 754 | 7,144 |
| Julio | 9.575% | 4,629 | 2,084 | 1,814 | 1,006 | 9,533 |
| Agosto | 8.575% | 4,145 | 1,866 | 1,624 | 901 | 8,536 |
| Septiembre | 7.575% | 3,662 | 1,649 | 1,435 | 796 | 7,542 |
| Octubre | 7.275% | 3,517 | 1,583 | 1,378 | 764 | 7,242 |
| Noviembre | 8.275% | 4,000 | 1,801 | 1,567 | 869 | 8,237 |
| Diciembre | 9.275% | 4,484 | 2,019 | 1,757 | 975 | 9,235 |
| **Total** | 100.00% | **48,342** | **21,765** | **18,941** | **10,507** | **99,555** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 53.

*Programa de Ventas en unidades 2023*

| | Estacionalidad 2023 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 7.308% | 3,866 | 1,740 | 1,515 | 840 | 7,961 |
| Febrero | 9.308% | 4,924 | 2,217 | 1,929 | 1,070 | 10,140 |
| Marzo | 8.308% | 4,395 | 1,979 | 1,722 | 955 | 9,051 |
| Abril | 8.175% | 4,324 | 1,947 | 1,694 | 940 | 8,905 |
| Mayo | 9.175% | 4,853 | 2,185 | 1,901 | 1,055 | 9,994 |
| Junio | 7.175% | 3,795 | 1,709 | 1,487 | 825 | 7,816 |
| Julio | 9.575% | 5,065 | 2,280 | 1,984 | 1,101 | 10,430 |
| Agosto | 8.575% | 4,536 | 2,042 | 1,777 | 986 | 9,341 |
| Septiembre | 7.575% | 4,007 | 1,804 | 1,570 | 871 | 8,252 |
| Octubre | 7.275% | 3,848 | 1,732 | 1,508 | 836 | 7,924 |
| Noviembre | 8.275% | 4,377 | 1,971 | 1,715 | 951 | 9,014 |
| Diciembre | 9.275% | 4,906 | 2,209 | 1,922 | 1,066 | 10,103 |
| **Total** | **100.00%** | **52,896** | **23,815** | **20,724** | **11,496** | **108,931** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 54.

*Programa de Ventas en unidades 2024*

| | Estacionalidad 2024 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 7.308% | 4,205 | 1,893 | 1,647 | 914 | 8,659 |
| Febrero | 9.308% | 5,355 | 2,411 | 2,098 | 1,164 | 11,028 |
| Marzo | 8.308% | 4,780 | 2,152 | 1,873 | 1,039 | 9,844 |
| Abril | 8.175% | 4,703 | 2,118 | 1,843 | 1,022 | 9,686 |
| Mayo | 9.175% | 5,278 | 2,377 | 2,068 | 1,147 | 10,870 |
| Junio | 7.175% | 4,128 | 1,859 | 1,617 | 897 | 8,501 |
| Julio | 9.575% | 5,509 | 2,480 | 2,158 | 1,197 | 11,344 |
| Agosto | 8.575% | 4,933 | 2,221 | 1,933 | 1,072 | 10,159 |
| Septiembre | 7.575% | 4,358 | 1,962 | 1,708 | 947 | 8,975 |
| Octubre | 7.275% | 4,185 | 1,885 | 1,640 | 910 | 8,620 |
| Noviembre | 8.275% | 4,761 | 2,144 | 1,865 | 1,035 | 9,805 |
| Diciembre | 9.275% | 5,336 | 2,403 | 2,091 | 1,160 | 10,990 |
| Total | 100.00% | **57,531** | **25,905** | **22,541** | **12,504** | **118,481** |

*Nota*: Elaboración propia

**Programa de ventas en unidades e Ingresos por canal de distribución:**

Tabla 55.

*Pregunta 23: Donde le gustaría encontrar nuestros productos - Encuesta*

| | % |
|---|---|
| Supermercados | 41.90% |
| Mercados zonales | 13.20% |
| Tiendas especializadas | 25.50% |
| Tienda virtual | 19.40% |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

**TIENDAS ESPECIALIZADAS: 57.00%**

**Unidades a vender:**

Tabla 56.

*Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2020*

| 2020 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,084 | 488 | 425 | 235 | 2,232 |
| Febrero | 1,309 | 589 | 513 | 284 | 2,695 |
| Marzo | 1,534 | 691 | 601 | 333 | 3,159 |
| Abril | 1,564 | 705 | 613 | 340 | 3,222 |
| Mayo | 1,789 | 805 | 701 | 389 | 3,684 |
| Junio | 1,339 | 603 | 525 | 291 | 2,758 |
| Julio | 2,155 | 971 | 845 | 469 | 4,440 |
| Agosto | 1,931 | 869 | 756 | 420 | 3,976 |
| Septiembre | 1,705 | 768 | 668 | 371 | 3,512 |
| Octubre | 1,638 | 738 | 642 | 356 | 3,374 |
| Noviembre | 1,863 | 838 | 730 | 405 | 3,836 |
| Diciembre | 2,088 | 940 | 818 | 454 | 4,300 |
| **Total unidades** | **19,999** | **9,005** | **7,837** | **4,347** | **41,188** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 57.

*Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2021*

| 2021 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,827 | 823 | 716 | 397 | 3,763 |
| Febrero | 2,328 | 1,048 | 912 | 506 | 4,794 |
| Marzo | 2,078 | 935 | 814 | 451 | 4,278 |
| Abril | 2,045 | 921 | 801 | 445 | 4,212 |
| Mayo | 2,294 | 1,033 | 899 | 499 | 4,725 |
| Junio | 1,794 | 808 | 703 | 390 | 3,695 |
| Julio | 2,395 | 1,078 | 938 | 520 | 4,931 |
| Agosto | 2,144 | 966 | 840 | 466 | 4,416 |
| Septiembre | 1,894 | 853 | 742 | 412 | 3,901 |
| Octubre | 1,819 | 819 | 713 | 396 | 3,747 |
| Noviembre | 2,069 | 932 | 811 | 450 | 4,262 |
| Diciembre | 2,319 | 1,044 | 909 | 504 | 4,776 |
| **Total unidades** | **25,006** | **11,260** | **9,798** | **5,436** | **51,500** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 58.

*Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2022*

| 2022 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 2,014 | 907 | 789 | 438 | 4,148 |
| Febrero | 2,565 | 1,155 | 1,005 | 557 | 5,282 |
| Marzo | 2,289 | 1,031 | 897 | 498 | 4,715 |
| Abril | 2,253 | 1,014 | 882 | 490 | 4,639 |
| Mayo | 2,528 | 1,138 | 991 | 549 | 5,206 |
| Junio | 1,977 | 890 | 775 | 430 | 4,072 |
| Julio | 2,639 | 1,188 | 1,034 | 573 | 5,434 |
| Agosto | 2,363 | 1,064 | 926 | 514 | 4,867 |
| Septiembre | 2,087 | 940 | 818 | 454 | 4,299 |
| Octubre | 2,005 | 902 | 785 | 435 | 4,127 |
| Noviembre | 2,280 | 1,027 | 893 | 495 | 4,695 |
| Diciembre | 2,556 | 1,151 | 1,001 | 556 | 5,264 |
| **Total unidades** | **27,556** | **12,407** | **10,796** | **5,989** | **56,748** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 59.

*Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2023*

| 2023 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 2,204 | 992 | 864 | 479 | 4,539 |
| Febrero | 2,807 | 1,264 | 1,100 | 610 | 5,781 |
| Marzo | 2,505 | 1,128 | 982 | 544 | 5,159 |
| Abril | 2,465 | 1,110 | 966 | 536 | 5,077 |
| Mayo | 2,766 | 1,245 | 1,084 | 601 | 5,696 |
| Junio | 2,163 | 974 | 848 | 470 | 4,455 |
| Julio | 2,887 | 1,300 | 1,131 | 628 | 5,946 |
| Agosto | 2,586 | 1,164 | 1,013 | 562 | 5,325 |
| Septiembre | 2,284 | 1,028 | 895 | 496 | 4,703 |
| Octubre | 2,193 | 987 | 860 | 477 | 4,517 |
| Noviembre | 2,495 | 1,123 | 978 | 542 | 5,138 |
| Diciembre | 2,796 | 1,259 | 1,096 | 608 | 5,759 |
| **Total unidades** | **30,151** | **13,574** | **11,817** | **6,553** | **62,095** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 60.

*Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2024*

| 2024 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 2,397 | 1,079 | 939 | 521 | 4,936 |
| Febrero | 3,052 | 1,374 | 1,196 | 663 | 6,285 |
| Marzo | 2,725 | 1,227 | 1,068 | 592 | 5,612 |
| Abril | 2,681 | 1,207 | 1,051 | 583 | 5,522 |
| Mayo | 3,008 | 1,355 | 1,179 | 654 | 6,196 |
| Junio | 2,353 | 1,060 | 922 | 511 | 4,846 |
| Julio | 3,140 | 1,414 | 1,230 | 682 | 6,466 |
| Agosto | 2,812 | 1,266 | 1,102 | 611 | 5,791 |
| Septiembre | 2,484 | 1,118 | 974 | 540 | 5,116 |
| Octubre | 2,385 | 1,074 | 935 | 519 | 4,913 |
| Noviembre | 2,714 | 1,222 | 1,063 | 590 | 5,589 |
| Diciembre | 3,042 | 1,370 | 1,192 | 661 | 6,265 |
| **Total unidades** | **32,793** | **14,766** | **12,851** | **7,127** | **67,537** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 61.

*Resumen del Programa de Ventas en unidades tiendas especializadas 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 19,999 | 25,006 | 27,556 | 30,151 | 32,793 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 9,005 | 11,260 | 12,407 | 13,574 | 14,766 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 7,837 | 9,798 | 10,796 | 11,817 | 12,851 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 4,347 | 5,436 | 5,989 | 6,553 | 7,127 |
| **Total unidades** | **41,188** | **51,500** | **56,748** | **62,095** | **67,537** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 62.

*Valor venta neto Ventas en unidades en tiendas especializadas*

| | Molde 150 gr | Laminado 100 gr |
|---|---|---|
| **Precio promedio sugerido al publico** | **S/. 25.00** | **S/. 22.00** |
| Valor venta unitario | S/. 21.19 | S/. 18.64 |
| **Margen aproximado del canal 35 %** | S/. 7.42 | S/. 6.53 |
| **Valor venta neto** | **S/. 13.77** | **S/. 12.12** |

*Nota*: Elaboración propia

**Ingresos:**

Tabla 63.

*Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2020(importe en soles)*

| 2020 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 14,927.97 | 6,720.34 | 5,150.42 | 2,847.88 | 29,646.61 |
| Febrero | 18,026.48 | 7,137.88 | 6,216.86 | 3,441.69 | 34,822.92 |
| Marzo | 21,125.00 | 8,373.98 | 7,283.31 | 4,035.51 | 40,817.80 |
| Abril | 21,538.14 | 8,543.64 | 7,428.73 | 4,120.34 | 41,630.85 |
| Mayo | 24,636.65 | 9,755.51 | 8,495.17 | 4,714.15 | 47,601.48 |
| Junio | 18,439.62 | 7,307.54 | 6,362.29 | 3,526.53 | 35,635.97 |
| Julio | 29,676.91 | 11,767.20 | 10,240.25 | 5,683.64 | 57,368.01 |
| Agosto | 26,592.16 | 10,531.10 | 9,161.69 | 5,089.83 | 51,374.79 |
| Septiembre | 23,479.87 | 9,307.12 | 8,095.25 | 4,496.02 | 45,378.26 |
| Octubre | 22,557.20 | 8,943.56 | 7,780.17 | 4,314.24 | 43,595.17 |
| Noviembre | 25,655.72 | 10,155.42 | 8,846.61 | 4,908.05 | 49,565.81 |
| Diciembre | 28,754.24 | 11,391.53 | 9,913.05 | 5,501.86 | 55,560.68 |
| **Valor venta** | **275,409.96** | **109,934.83** | **94,973.81** | **52,679.75** | **532,998.35** |
| IGV | 49,573.79 | 19,788.27 | 17,095.29 | 9,482.35 | 95,939.70 |
| **Ingresos** | **324,983.75** | **129,723.10** | **112,069.10** | **62,162.10** | **628,938.05** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 64.

*Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2021(importe en soles)*

| 2021 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 25,159.96 | 11,333.69 | 8,676.95 | 4,811.10 | 49,981.69 |
| Febrero | 32,059.32 | 14,432.20 | 11,052.20 | 6,132.03 | 63,675.76 |
| Marzo | 28,616.53 | 12,876.06 | 9,864.58 | 5,465.51 | 56,822.67 |
| Abril | 28,162.08 | 12,683.26 | 9,707.03 | 5,392.80 | 55,945.17 |
| Mayo | 31,591.10 | 14,225.64 | 10,894.66 | 6,047.20 | 62,758.60 |
| Junio | 24,705.51 | 11,127.12 | 8,519.41 | 4,726.27 | 49,078.31 |
| Julio | 32,981.99 | 14,845.34 | 11,367.29 | 6,301.69 | 65,496.31 |
| Agosto | 29,525.42 | 13,302.97 | 10,179.66 | 5,647.29 | 58,655.34 |
| Septiembre | 26,082.63 | 11,746.82 | 8,992.03 | 4,992.88 | 51,814.36 |
| Octubre | 25,049.79 | 11,278.60 | 8,640.59 | 4,798.98 | 49,767.97 |
| Noviembre | 28,492.58 | 12,834.75 | 9,828.22 | 5,453.39 | 56,608.94 |
| Diciembre | 31,935.38 | 14,377.12 | 11,015.85 | 6,107.80 | 63,436.14 |
| **Valor venta** | **344,362.29** | **155,063.56** | **118,738.47** | **65,876.95** | **684,041.27** |
| IGV | 61,985.21 | 27,911.44 | 21,372.93 | 11,857.85 | 123,127.43 |
| **Ingresos** | **406,347.50** | **182,975.00** | **140,111.40** | **77,734.80** | **807,168.70** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 65.

*Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2022(importe en soles)*

| 2022 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 27,735.17 | 12,490.47 | 9,561.61 | 5,307.97 | 55,095.21 |
| Febrero | 35,323.09 | 15,905.72 | 12,179.24 | 6,750.08 | 70,158.14 |
| Marzo | 31,522.25 | 14,198.09 | 10,870.42 | 6,035.08 | 62,625.85 |
| Abril | 31,026.48 | 13,963.98 | 10,688.64 | 5,938.14 | 61,617.25 |
| Mayo | 34,813.56 | 15,671.61 | 12,009.58 | 6,653.14 | 69,147.88 |
| Junio | 27,225.64 | 12,256.36 | 9,391.95 | 5,211.02 | 54,084.96 |
| Julio | 36,342.16 | 16,360.17 | 12,530.68 | 6,943.98 | 72,176.99 |
| Agosto | 32,541.31 | 14,652.54 | 11,221.86 | 6,228.98 | 64,644.70 |
| Septiembre | 28,740.47 | 12,944.92 | 9,913.05 | 5,501.86 | 57,100.30 |
| Octubre | 27,611.23 | 12,421.61 | 9,513.14 | 5,271.61 | 54,817.58 |
| Noviembre | 31,398.31 | 14,143.01 | 10,821.95 | 5,998.73 | 62,361.99 |
| Diciembre | 35,199.15 | 15,850.64 | 12,130.76 | 6,737.97 | 69,918.52 |
| **Valor venta** | **379,478.81** | **170,859.11** | **130,832.88** | **72,578.56** | **753,749.36** |
| IGV | 68,306.19 | 30,754.64 | 23,549.92 | 13,064.14 | 135,674.89 |
| **Ingresos** | **447,785.00** | **201,613.75** | **154,382.80** | **85,642.70** | **889,424.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 66.

*Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2023(importe en soles)*

| 2023 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 30,351.69 | 13,661.02 | 10,470.51 | 5,804.83 | 60,288.05 |
| Febrero | 38,655.72 | 17,406.78 | 13,330.51 | 7,392.37 | 76,785.38 |
| Marzo | 34,496.82 | 15,533.90 | 11,900.51 | 6,592.54 | 68,523.77 |
| Abril | 33,945.97 | 15,286.02 | 11,706.61 | 6,495.59 | 67,434.19 |
| Mayo | 38,091.10 | 17,145.13 | 13,136.61 | 7,283.31 | 75,656.14 |
| Junio | 29,787.08 | 13,413.14 | 10,276.61 | 5,695.76 | 59,172.58 |
| Julio | 39,757.42 | 17,902.54 | 13,706.19 | 7,610.51 | 78,976.65 |
| Agosto | 35,612.29 | 16,029.66 | 12,276.19 | 6,810.68 | 70,728.81 |
| Septiembre | 31,453.39 | 14,156.78 | 10,846.19 | 6,010.85 | 62,467.20 |
| Octubre | 30,200.21 | 13,592.16 | 10,422.03 | 5,780.59 | 59,995.00 |
| Noviembre | 34,359.11 | 15,465.04 | 11,852.03 | 6,568.31 | 68,244.49 |
| Diciembre | 38,504.24 | 17,337.92 | 13,282.03 | 7,368.14 | 76,492.33 |
| **Valor venta** | **415,215.04** | **186,930.08** | **143,206.02** | **79,413.47** | **824,764.62** |
| IGV | 74,738.71 | 33,647.42 | 25,777.08 | 14,294.43 | 148,457.63 |
| **Ingresos** | **489,953.75** | **220,577.50** | **168,983.10** | **93,707.90** | **973,222.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 67.

*Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2024(importe en soles)*

| 2024 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 33,009.53 | 14,859.11 | 11,379.41 | 6,313.81 | 65,561.86 |
| Febrero | 42,029.66 | 18,921.61 | 14,493.90 | 8,034.66 | 83,479.83 |
| Marzo | 37,526.48 | 16,897.25 | 12,942.71 | 7,174.24 | 74,540.68 |
| Abril | 36,920.55 | 16,621.82 | 12,736.69 | 7,065.17 | 73,344.24 |
| Mayo | 41,423.73 | 18,659.96 | 14,287.88 | 7,925.59 | 82,297.16 |
| Junio | 32,403.60 | 14,597.46 | 11,173.39 | 6,192.63 | 64,367.08 |
| Julio | 43,241.53 | 19,472.46 | 14,905.93 | 8,264.92 | 85,884.83 |
| Agosto | 38,724.58 | 17,434.32 | 13,354.75 | 7,404.49 | 76,918.14 |
| Septiembre | 34,207.63 | 15,396.19 | 11,803.56 | 6,544.07 | 67,951.44 |
| Octubre | 32,844.28 | 14,790.25 | 11,330.93 | 6,289.58 | 65,255.04 |
| Noviembre | 37,375.00 | 16,828.39 | 12,882.12 | 7,150.00 | 74,235.51 |
| Diciembre | 41,891.95 | 18,866.53 | 14,445.42 | 8,010.42 | 83,214.32 |
| **Valor venta** | **451,598.52** | **203,345.34** | **155,736.69** | **86,369.58** | **897,050.13** |
| IGV | 81,287.73 | 36,602.16 | 28,032.61 | 15,546.52 | 161,469.02 |
| **Ingresos** | **532,886.25** | **239,947.50** | **183,769.30** | **101,916.10** | **1,058,519.15** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 68.

*Resumen de Ingresos totales de ventas en tiendas especializadas 2020 - 2024(importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 275,409.96 | 344,362.29 | 379,478.81 | 415,215.04 | 451,598.52 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 109,934.83 | 155,063.56 | 170,859.11 | 186,930.08 | 203,345.34 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 94,973.81 | 118,738.47 | 130,832.88 | 143,206.02 | 155,736.69 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 52,679.75 | 65,876.95 | 72,578.56 | 79,413.47 | 86,369.58 |
| **Total valor venta** | **532,998.35** | **684,041.27** | **753,749.36** | **824,764.62** | **897,050.13** |
| IGV | 95,939.70 | 123,127.43 | 135,674.89 | 148,457.63 | 161,469.02 |
| **Ingresos** | **628,938.05** | **807,168.70** | **889,424.25** | **973,222.25** | **1,058,519.15** |

*Nota*: Elaboración propia

**TIENDA VIRTUAL: 43.00%**

Tabla 69.

*Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2020*

| 2020 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 818 | 368 | 320 | 178 | 1,684 |
| Febrero | 988 | 445 | 387 | 215 | 2,035 |
| Marzo | 1,158 | 521 | 454 | 252 | 2,385 |
| Abril | 1,180 | 531 | 462 | 256 | 2,429 |
| Mayo | 1,350 | 608 | 529 | 293 | 2,780 |
| Junio | 1,010 | 455 | 396 | 220 | 2,081 |
| Julio | 1,626 | 732 | 637 | 353 | 3,348 |
| Agosto | 1,456 | 656 | 571 | 316 | 2,999 |
| Septiembre | 1,287 | 579 | 504 | 280 | 2,650 |
| Octubre | 1,235 | 556 | 484 | 268 | 2,543 |
| Noviembre | 1,405 | 633 | 550 | 305 | 2,893 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Diciembre | 1,575 | 709 | 617 | 342 | 3,243 |
| **Total unidades** | **15,088** | **6,793** | **5,911** | **3,278** | **31,070** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 70.

*Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2021*

| **2021** | **Molde 150 gr sabor natural** | **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | **Laminado 100 gr sabor natural** | **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | **Total** |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,379 | 621 | 540 | 300 | 2,840 |
| Febrero | 1,756 | 791 | 688 | 382 | 3,617 |
| Marzo | 1,567 | 706 | 614 | 341 | 3,228 |
| Abril | 1,542 | 694 | 604 | 335 | 3,175 |
| Mayo | 1,731 | 780 | 678 | 376 | 3,565 |
| Junio | 1,354 | 609 | 530 | 294 | 2,787 |
| Julio | 1,806 | 814 | 708 | 393 | 3,721 |
| Agosto | 1,618 | 728 | 634 | 352 | 3,332 |
| Septiembre | 1,429 | 643 | 560 | 310 | 2,942 |
| Octubre | 1,373 | 618 | 538 | 298 | 2,827 |
| Noviembre | 1,561 | 703 | 612 | 339 | 3,215 |
| Diciembre | 1,750 | 788 | 685 | 381 | 3,604 |
| **Total unidades** | **18,866** | **8,495** | **7,391** | **4,101** | **38,853** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 71.

*Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2022*

| 2022 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,519 | 684 | 595 | 330 | 3,128 |
| Febrero | 1,935 | 871 | 758 | 421 | 3,985 |
| Marzo | 1,727 | 777 | 677 | 375 | 3,556 |
| Abril | 1,699 | 765 | 666 | 369 | 3,499 |
| Mayo | 1,907 | 859 | 747 | 415 | 3,928 |
| Junio | 1,492 | 672 | 584 | 324 | 3,072 |
| Julio | 1,990 | 896 | 780 | 433 | 4,099 |
| Agosto | 1,782 | 802 | 698 | 387 | 3,669 |
| Septiembre | 1,575 | 709 | 617 | 342 | 3,243 |
| Octubre | 1,512 | 681 | 593 | 329 | 3,115 |
| Noviembre | 1,720 | 774 | 674 | 374 | 3,542 |
| Diciembre | 1,928 | 868 | 756 | 419 | 3,971 |
| **Total unidades** | **20,786** | **9,358** | **8,145** | **4,518** | **42,807** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 72.

*Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2023*

| 2023 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,662 | 748 | 651 | 361 | 3,422 |
| Febrero | 2,117 | 953 | 829 | 460 | 4,359 |
| Marzo | 1,890 | 851 | 740 | 411 | 3,892 |
| Abril | 1,859 | 837 | 728 | 404 | 3,828 |
| Mayo | 2,087 | 940 | 817 | 454 | 4,298 |
| Junio | 1,632 | 735 | 639 | 355 | 3,361 |
| Julio | 2,178 | 980 | 853 | 473 | 4,484 |
| Agosto | 1,950 | 878 | 764 | 424 | 4,016 |
| Septiembre | 1,723 | 776 | 675 | 375 | 3,549 |
| Octubre | 1,655 | 745 | 648 | 359 | 3,407 |
| Noviembre | 1,882 | 848 | 737 | 409 | 3,876 |
| Diciembre | 2,110 | 950 | 826 | 458 | 4,344 |
| **Total unidades** | **22,745** | **10,241** | **8,907** | **4,943** | **46,836** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 73.

*Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2024*

| 2024 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 1,808 | 814 | 708 | 393 | 3,723 |
| Febrero | 2,303 | 1,037 | 902 | 501 | 4,743 |
| Marzo | 2,055 | 925 | 805 | 447 | 4,232 |
| Abril | 2,022 | 911 | 792 | 439 | 4,164 |
| Mayo | 2,270 | 1,022 | 889 | 493 | 4,674 |
| Junio | 1,775 | 799 | 695 | 386 | 3,655 |
| Julio | 2,369 | 1,066 | 928 | 515 | 4,878 |
| Agosto | 2,121 | 955 | 831 | 461 | 4,368 |
| Septiembre | 1,874 | 844 | 734 | 407 | 3,859 |
| Octubre | 1,800 | 811 | 705 | 391 | 3,707 |
| Noviembre | 2,047 | 922 | 802 | 445 | 4,216 |
| Diciembre | 2,294 | 1,033 | 899 | 499 | 4,725 |
| **Total unidades** | **24,738** | **11,139** | **9,690** | **5,377** | **50,944** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 74.

*Resumen del Programa de Ventas en unidades en tiendas virtuales 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 15,088 | 18,866 | 20,786 | 22,745 | 24,738 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 6,793 | 8,495 | 9,358 | 10,241 | 11,139 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 5,911 | 7,391 | 8,145 | 8,907 | 9,690 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 3,278 | 4,101 | 4,518 | 4,943 | 5,377 |
| **Total unidades** | **31,070** | **38,853** | **42,807** | **46,836** | **50,944** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 75.

*Valor venta neto Ventas en unidades en tiendas virtuales*

| | Molde 150 gr | Laminado 100 gr |
|---|---|---|
| **Precio promedio sugerido al publico** | **S/. 25.00** | **S/. 22.00** |
| Valor venta unitario | S/. 21.19 | S/. 18.64 |
| **Margen de tiendas virtuales 25%** | S/. 5.30 | S/. 4.66 |
| **Valor venta neto** | **S/. 15.89** | **S/. 13.98** |

*Nota*: Elaboración propia

**INGRESOS:**

Tabla 76.

*Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2020(importe en soles)*

| 2020 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 12,997.88 | 5,847.46 | 4,474.58 | 2,488.98 | 25,808.90 |
| Febrero | 15,699.15 | 7,070.97 | 5,411.44 | 3,006.36 | 31,187.92 |
| Marzo | 18,400.42 | 8,278.60 | 6,348.31 | 3,523.73 | 36,551.06 |
| Abril | 18,750.00 | 8,437.50 | 6,460.17 | 3,579.66 | 37,227.33 |
| Mayo | 21,451.27 | 9,661.02 | 7,397.03 | 4,097.03 | 42,606.36 |
| Junio | 16,048.73 | 7,229.87 | 5,537.29 | 3,076.27 | 31,892.16 |
| Julio | 25,836.86 | 11,631.36 | 8,907.20 | 4,936.02 | 51,311.44 |
| Agosto | 23,135.59 | 10,423.73 | 7,984.32 | 4,418.64 | 45,962.29 |
| Septiembre | 20,450.21 | 9,200.21 | 7,047.46 | 3,915.25 | 40,613.14 |
| Octubre | 19,623.94 | 8,834.75 | 6,767.80 | 3,747.46 | 38,973.94 |
| Noviembre | 22,325.21 | 10,058.26 | 7,690.68 | 4,264.83 | 44,338.98 |
| Diciembre | 25,026.48 | 11,265.89 | 8,627.54 | 4,782.20 | 49,702.12 |
| **Valor venta** | **239,745.76** | **107,939.62** | **82,653.81** | **45,836.44** | **476,175.64** |
| IGV | 43,154.24 | 19,429.13 | 14,877.69 | 8,250.56 | 85,711.61 |
| **Ingresos** | **282,900.00** | **127,368.75** | **97,531.50** | **54,087.00** | **561,887.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 77.

*Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2021(importe en soles)*

| 2021 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 21,912.08 | 9,867.58 | 7,550.85 | 4,194.92 | 43,525.42 |
| Febrero | 27,902.54 | 11,060.59 | 9,620.34 | 5,341.53 | 53,925.00 |
| Marzo | 24,899.36 | 9,872.03 | 8,585.59 | 4,768.22 | 48,125.21 |
| Abril | 24,502.12 | 9,704.24 | 8,445.76 | 4,684.32 | 47,336.44 |
| Mayo | 27,505.30 | 10,906.78 | 9,480.51 | 5,257.63 | 53,150.21 |
| Junio | 21,514.83 | 8,515.68 | 7,411.02 | 4,111.02 | 41,552.54 |
| Julio | 28,697.03 | 11,382.20 | 9,900.00 | 5,495.34 | 55,474.58 |
| Agosto | 25,709.75 | 10,179.66 | 8,865.25 | 4,922.03 | 49,676.69 |
| Septiembre | 22,706.57 | 8,991.10 | 7,830.51 | 4,334.75 | 43,862.92 |
| Octubre | 21,816.74 | 8,641.53 | 7,522.88 | 4,166.95 | 42,148.09 |
| Noviembre | 24,804.03 | 9,830.08 | 8,557.63 | 4,740.25 | 47,931.99 |
| Diciembre | 27,807.20 | 11,018.64 | 9,578.39 | 5,327.54 | 53,731.78 |
| **Valor venta** | **299,777.54** | **119,970.13** | **103,348.73** | **57,344.49** | **580,440.89** |
| IGV | 53,959.96 | 21,594.62 | 18,602.77 | 10,322.01 | 104,479.36 |
| **Ingresos** | **353,737.50** | **141,564.75** | **121,951.50** | **67,666.50** | **684,920.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 78.

*Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2022(importe en soles)*

| 2022 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 24,136.65 | 10,868.64 | 8,319.92 | 4,614.41 | 47,939.62 |
| Febrero | 30,746.82 | 13,840.04 | 10,599.15 | 5,886.86 | 61,072.88 |
| Marzo | 27,441.74 | 12,346.40 | 9,466.53 | 5,243.64 | 54,498.31 |
| Abril | 26,996.82 | 12,155.72 | 9,312.71 | 5,159.75 | 53,625.00 |
| Mayo | 30,301.91 | 13,649.36 | 10,445.34 | 5,802.97 | 60,199.58 |
| Junio | 23,707.63 | 10,677.97 | 8,166.10 | 4,530.51 | 47,082.20 |
| Julio | 31,620.76 | 14,237.29 | 10,906.78 | 6,054.66 | 62,819.49 |
| Agosto | 28,315.68 | 12,743.64 | 9,760.17 | 5,411.44 | 56,230.93 |
| Septiembre | 25,026.48 | 11,265.89 | 8,627.54 | 4,782.20 | 49,702.12 |
| Octubre | 24,025.42 | 10,820.97 | 8,291.95 | 4,600.42 | 47,738.77 |
| Noviembre | 27,330.51 | 12,298.73 | 9,424.58 | 5,229.66 | 54,283.47 |
| Diciembre | 30,635.59 | 13,792.37 | 10,571.19 | 5,858.90 | 60,858.05 |
| **Valor venta** | **330,286.02** | **148,697.03** | **113,891.95** | **63,175.42** | **656,050.42** |
| IGV | 59,451.48 | 26,765.47 | 20,500.55 | 11,371.58 | 118,089.08 |
| **Ingresos** | **389,737.50** | **175,462.50** | **134,392.50** | **74,547.00** | **774,139.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 79.

*Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2023(importe en soles)*

| 2023 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 26,408.90 | 11,885.59 | 9,102.97 | 5,047.88 | 52,445.34 |
| Febrero | 33,638.77 | 15,143.01 | 11,591.95 | 6,432.20 | 66,805.93 |
| Marzo | 30,031.78 | 13,522.25 | 10,347.46 | 5,747.03 | 59,648.52 |
| Abril | 29,539.19 | 13,299.79 | 10,179.66 | 5,649.15 | 58,667.80 |
| Mayo | 33,162.08 | 14,936.44 | 11,424.15 | 6,348.31 | 65,870.97 |
| Junio | 25,932.20 | 11,679.03 | 8,935.17 | 4,963.98 | 51,510.38 |
| Julio | 34,608.05 | 15,572.03 | 11,927.54 | 6,613.98 | 68,721.61 |
| Agosto | 30,985.17 | 13,951.27 | 10,683.05 | 5,928.81 | 61,548.31 |
| Septiembre | 27,378.18 | 12,330.51 | 9,438.56 | 5,243.64 | 54,390.89 |
| Octubre | 26,297.67 | 11,837.92 | 9,061.02 | 5,019.92 | 52,216.53 |
| Noviembre | 29,904.66 | 13,474.58 | 10,305.51 | 5,719.07 | 59,403.81 |
| Diciembre | 33,527.54 | 15,095.34 | 11,550.00 | 6,404.24 | 66,577.12 |
| **Valor venta** | **361,414.19** | **162,727.75** | **124,547.03** | **69,118.22** | **717,807.20** |
| IGV | 65,054.56 | 29,291.00 | 22,418.47 | 12,441.28 | 129,205.30 |
| **Ingresos** | **426,468.75** | **192,018.75** | **146,965.50** | **81,559.50** | **847,012.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 80.

*Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2024(importe en soles)*

| 2024 | Molde 150 gr sabor natural | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | Laminado 100 gr sabor natural | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Enero | 28,728.81 | 12,934.32 | 9,900.00 | 5,495.34 | 57,058.47 |
| Febrero | 36,594.28 | 16,477.75 | 12,612.71 | 7,005.51 | 72,690.25 |
| Marzo | 32,653.60 | 14,698.09 | 11,256.36 | 6,250.42 | 64,858.47 |
| Abril | 32,129.24 | 14,475.64 | 11,074.58 | 6,138.56 | 63,818.01 |
| Mayo | 36,069.92 | 16,239.41 | 12,430.93 | 6,893.64 | 71,633.90 |
| Junio | 28,204.45 | 12,695.97 | 9,718.22 | 5,397.46 | 56,016.10 |
| Julio | 37,643.01 | 16,938.56 | 12,976.27 | 7,201.27 | 74,759.11 |
| Agosto | 33,702.33 | 15,174.79 | 11,619.92 | 6,446.19 | 66,943.22 |
| Septiembre | 29,777.54 | 13,411.02 | 10,263.56 | 5,691.10 | 59,143.22 |
| Octubre | 28,601.69 | 12,886.65 | 9,858.05 | 5,467.37 | 56,813.77 |
| Noviembre | 32,526.48 | 14,650.42 | 11,214.41 | 6,222.46 | 64,613.77 |
| Diciembre | 36,451.27 | 16,414.19 | 12,570.76 | 6,977.54 | 72,413.77 |
| **Valor venta** | **393,082.63** | **176,996.82** | **135,495.76** | **75,186.86** | **780,762.08** |
| IGV | 70,754.87 | 31,859.43 | 24,389.24 | 13,533.64 | 140,537.17 |
| **Ingresos** | **463,837.50** | **208,856.25** | **159,885.00** | **88,720.50** | **921,299.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 81.

*Resumen de Ingresos totales de ventas en tiendas virtuales 2020 - 2024(importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 239,745.76 | 299,777.54 | 330,286.02 | 361,414.19 | 393,082.63 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 107,939.62 | 119,970.13 | 148,697.03 | 162,727.75 | 176,996.82 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 82,653.81 | 103,348.73 | 113,891.95 | 124,547.03 | 135,495.76 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 45,836.44 | 57,344.49 | 63,175.42 | 69,118.22 | 75,186.86 |
| **Total valor venta** | **476,175.64** | **580,440.89** | **656,050.42** | **717,807.20** | **780,762.08** |
| IGV | 85,711.61 | 104,479.36 | 118,089.08 | 129,205.30 | 140,537.17 |
| **Ingresos** | **561,887.25** | **684,920.25** | **774,139.50** | **847,012.50** | **921,299.25** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 82.

*Resumen Total del Programa de Ventas en unidades 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 35,087 | 43,872 | 48,342 | 52,896 | 57,531 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 15,798 | 19,755 | 21,765 | 23,815 | 25,905 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 13,748 | 17,189 | 18,941 | 20,724 | 22,541 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 7,625 | 9,537 | 10,507 | 11,496 | 12,504 |
| **Total unidades a vender** | **72,258** | **90,353** | **99,555** | **108,931** | **118,481** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 83.

*Resumen de Ingresos (importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 515,155.72 | 644,139.83 | 709,764.83 | 776,629.24 | 844,681.14 |
| Molde 150 gr sabor natural | 217,874.45 | 275,033.69 | 319,556.14 | 349,657.84 | 380,342.16 |
| Molde 100 gr sabor orégano y tomillo | 177,627.63 | 222,087.20 | 244,724.83 | 267,753.05 | 291,232.46 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 98,516.19 | 123,221.44 | 135,753.98 | 148,531.69 | 161,556.44 |
| **Total valor venta** | **1,009,173.98** | **1,264,482.16** | **1,409,799.79** | **1,542,571.82** | **1,677,812.20** |
| IGV | 181,651.32 | 227,606.79 | 253,763.96 | 277,662.93 | 302,006.20 |
| **Total Ingresos** | **1,190,825.30** | **1,492,088.95** | **1,663,563.75** | **1,820,234.75** | **1,979,818.40** |
| **Crecimiento** | | **25.299%** | **11.492%** | **9.418%** | **8.767%** |

*Nota*: Elaboración propia

## 4.3. Mezcla de marketing

### 4.3.1. Producto.

Los productos que ofreceremos pertenecen a la línea de quesos vegetales que es totalmente diferente a los quesos veganos que existen en el mercado ya que están elaborados a base de aceites obteniendo como resultado mayores grasas saturadas; en cambio, nuestros productos están elaborados a base de castañas en presentación de queso sabor natural y sabor orégano y tomillo (aromático).

Purum Veggie es un producto saludable con un alto valor nutricional, con menos grasas saturadas, cero preservantes y a un precio competitivo en el mercado.

Purum Veggie en el empaque cuenta con la etiqueta nutricional diseñada específicamente por una especialista en industrias alimentarias con las proporciones adecuadas en forma equilibrada de cada producto y presentación, ofreciendo a los consumidores la garantía de la denominación de saludable.

Purum Veggie en su mayor proporción contiene castañas muy reconocidas por su valioso aporte nutricional en vitaminas C antioxidante, A, E, Niacina o B3, Piridoxina o B6, Tiamina o B1, Riboflavina o B2 y folato o B9, y compuestos fenólicos como el ácido gálico, el vaníllico. En cuanto a los minerales, destaca su aporte de manganeso. Asimismo, las castañas poseen potasio, fósforo, calcio, magnesio, sodio, hierro, zinc, selenio y yodo. Por otro lado, las castañas estimulan el funcionamiento de nuestro sistema nervioso. Las personas con diabetes pueden beneficiarse del consumo de las castañas, las castañas contienen todos los aminoácidos esenciales, las castañas contribuyen al buen tránsito intestinal, alimento saludable para hipertensos; finalmente, para prevenir o mejorar los casos de anemia ferropénica y de cansancio y fatiga.

Purum Veggie garantiza los beneficios nutricionales ya que será respaldado por un área de calidad interna con especialistas en industrias alimentarias, en las entregas de los pedidos y la distribución se contará con buen stock, en la forma de pago al crédito será a 15 y 30 días y contaremos con servicio post venta para la atención e información para nuevos canales de distribución y consumidor final.

#### *4.3.1.1. Logo.*

*Figura 50.* Logo final de Purum Veggie
*Nota*: Elaboración propia

#### *4.3.1.2. Eslogan.*

**Slogan "Que lo saludable complete tu vida"**

La marca de nuestro producto tiene como nombre Purum Veggie, la palabra "Purum" proviene de la lengua quechua que significa natural y "Veggie" que proviene del idioma inglés y significa vegetal, hemos tomado este nombre debido a que queremos posicionarnos como una marca peruana.

Como resultado de la investigación realizada a través del focus group, los participantes señalaron con sus opiniones respecto al logo y al slogan, la información que ha sido recibida es importante para poder analizar y de esta manera llegar a las siguientes conclusiones:

Tabla 84.
*Aceptación del nombre del producto*

| Nombre Producto | Conclusión |
|---|---|
| Purum Veggie | Este nombre fue que el más voto tuvo en el Focus Group. |
| Quesomos | |
| Quecaso | |
| Quesabroso | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 85.
*Aceptación del nombre del slogan*

| Nombre Slogan | Conclusión |
|---|---|
| "Naturalmente feliz" | |
| "Que lo saludable complete tu vida" | Este nombre fue que el que obtuvo votos tuvo en el Focus Group. |
| "Que lo natural entre a tu vida" | |

*Nota*: Elaboración propia

#### *4.3.1.3. Presentación.*

Tabla 86.

*Primeras presentaciones de nuestros productos*

| Presentación | Conclusión |
|---|---|
| | El insumo de las castañas sería el insumo principal de nuestros quesos vegetales, la soja sería un insumo complementario. |
| | El color del fondo de la etiqueta no debería tener fondo celeste, el arco azul. En conclusión, en el focus group, nos recomendaron utilizar colores blanco, verde, marrón, y amarillo. |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 87.

*Información Nutricional del queso en molde de 150gr sabor natural*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 301 | 90 | 5% |
| Grasa Total (g) | 22.8 | 6.8 | 3% |
| Grasa saturada (g) | 2.9 | 0.9 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 13.3 | 4.0 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.1 | 0.6 | |
| Proteínas (g) | 10.6 | 3.2 | 1% |
| Fibra dietaria (g) | 4.8 | 1.4 | 0% |
| Calcio (mg) | 83 | 25 | 1% |
| Sodio (mg) | 471 | 141 | 12% |

*Nota:*

* Tamaño por Porción: Una tajada (30 g)

** Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

***Porciones por envase: Aprox. 5

*Figura 51.* Queso molde de 150gr sabor natural

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 88.

*Información Nutricional del queso en molde de 150gr sabor orégano y tomillo*

| **Información Nutricional** | **Cantidad por 100 g** | **Cantidad por porción** | **%VD** |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 307 | 92 | 5% |
| Grasa Total (g) | 23.02 | 6.9 | 3% |
| Grasa saturada (g) | 2.96 | 0.9 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 14.15 | 4.2 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.21 | 0.7 | |
| Proteínas (g) | 10.85 | 3.3 | 1% |
| Fibra dietaria (g) | 5.97 | 1.8 | 0% |
| Calcio (mg) | 135 | 41 | 2% |
| Sodio (mg) | 472 | 142 | 12% |

*Nota*: Elaboración propia

*Nota:*

* Tamaño por Porción: Una tajada (30 g)

** Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

*** Porciones por envase: Aprox. 5

*Figura 52.* Queso molde de 150gr sabor orégano y tomillo

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 89.

*Información Nutricional del queso en laminado de 100gr sabor natural*

| Información Nutricional | Cantidad por 100 g | Cantidad por porción | %VD |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 301 | 60 | 3% |
| Grasa Total (g) | 22.8 | 4.6 | 2% |
| Grasa saturada (g) | 2.9 | 0.6 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 13.3 | 2.7 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.1 | 0.4 | |
| Proteínas (g) | 10.6 | 2.1 | 0% |
| Fibra dietaria (g) | 4.8 | 1.0 | 0% |
| Calcio (mg) | 83 | 17 | 1% |
| Sodio (mg) | 471 | 94 | 8% |

*Nota:*

* Tamaño por Porción: Una lámina (20 g)

** Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

*** Porciones por envase: Aprox. 5

*Figura 53.* Queso laminado de 100gr sabor natural

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 90.

*Información Nutricional del queso en laminado de 100gr sabor orégano y tomillo*

| **Información Nutricional** | **Cantidad por 100 g** | **Cantidad por porción** | **%VD** |
|---|---|---|---|
| Energía (Kcal) | 307 | 61 | 3% |
| Grasa Total (g) | 23.02 | 4.6 | 2% |
| Grasa saturada (g) | 2.96 | 0.6 | 0% |
| Colesterol (g) | 0.0 | 0.0 | 0% |
| Carbohidratos (g) | 14.15 | 2.8 | 1% |
| Azúcares totales (g) | 2.21 | 0.4 | |
| Proteínas (g) | 10.85 | 2.2 | 0% |
| Fibra dietaria (g) | 5.97 | 1.2 | 0% |
| Calcio (mg) | 135 | 27 | 1% |
| Sodio (mg) | 472 | 94 | 8% |

*Nota:*

* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 Kcal

** Tamaño por Porción: Una lámina (20 g)

*** Porciones por envase: Aprox. 5

*Figura 54.* Queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo

*Nota*: Elaboración propia

#### *4.3.1.4. Características.*

a) Empaque:
   - En papel manteca
   - En plástico eco encogible.

b) Etiqueta:
   - Código de barra
   - Ingredientes
   - Información nutricional
   - Tamaño
   - RS
   - Logotipo V-Label

### 4.3.2. Precio.

Para definir nuestro precio hemos tomado en cuenta lo siguiente:

#### *4.3.2.1.* Precios de la competencia.

Para determinar el precio aproximado tomaremos en cuenta los precios de la competencia basados en gramos:

Tabla 91.

*Precios de la competencia del sector (importe en soles)*

| Foto | Nombre comercial | Presentaciones | Precio |
|---|---|---|---|
| | Madre Tierra Perú | CheddarVeg (rallado 226gr.) | S/23.00 |
| | Madre Tierra Perú | Mozzaveg (rallado 226 gr.) | S/23.00 |
| | Las tres Gunas | Quesano: Original, Finas hierbas, chocolate, caprese, ají amarillo, pimento (untable 100 gr. y 190 gr.) | S/ 14 - S/ 26.5 |
| | Las tres Gunas | Quesano: estilo mozzarella (untable 180 gr.) | S/25.00 |
| | Trasso | Molde: natural, orégano, ahumado | S/ 25 - S/ 26 |
| | La bodega Ibérica | Queso de cabra sin lactosa (molde 100 gr.) | S/14.90 |
| | Laive | Queso fresco sin lactosa (1kg) | S/28.90 |
| | Gloria | Queso fresco deslactosado (1kg) | S/30.90 |

*Nota*: Elaboración propia

#### *4.3.2.2. Disposición de pago del consumidor.*

El precio aproximado que tomaremos en cuenta para la presentación en molde de 150 gramos lo hemos tomado de los resultados de la pregunta N° 17 de las encuestas que se encuentra alrededor de S/.25.00 y S/.29.90 soles; asimismo, para la presentación en laminado de 100 gramos se obtuvo el precio de los resultados de la pregunta N° 18 de las encuestas que se encuentra alrededor de S/.20.00 y S/.24.90 soles venta al público.

Tabla 92.

*Pregunta 17: Disposición de pago por la presentación molde de 150gr - encuesta*

| | % |
|---|---|
| De S/. 15 a S/. 19.9 | 28.70% |
| De S/. 20 a S/. 24.9 | 30.50% |
| De S/. 25 a S/. 29.9 | **31.40%** |
| De S/. 30 a S/. 34.9 | 5.70% |
| De S/. 35 a S/. 39.9 | 3.70% |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 93.

*Pregunta 18: Disposición de pago por la presentación laminado de 100gr - encuesta*

| | % |
|---|---|
| De S/. 10 a S/. 14.9 | 20.90% |
| De S/. 15 a S/. 19.9 | 26.80% |
| De S/. 20 a S/. 24.9 | **30.00%** |
| De S/. 25 a S/. 29.9 | 13.30% |
| De S/. 30 a S/. 34.9 | 9.00% |
| **Total** | **100.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

Cabe mencionar que, en nuestra investigación, en las entrevistas a profundidad, a los canales de distribución, tiendas especializadas, mencionaron que su margen de ganancia se encuentra entre 20% a 25% antes de impuestos. Estos altos márgenes serán compensados por los volúmenes más altos de ventas, así como el posicionamiento de la marca en el punto de venta.

En conclusión, El precio determinado para nuestra presentación de queso en molde de 150 gramos en presentación natural y hierbas finas (orégano y tomillo) es de **S/. 25.00** y del queso laminado de 100 gramos en presentación natural y hierbas finas es de **S/. 22.00.**

#### 4.3.2.3. *Justificación de precio.*

- Nuestros productos tienen precios validados por las encuestas.
- Se considera los precios de la competencia y estamos por debajo de ellos, en el caso de los quesos de molde tienen a costar en la competencia 31 soles, mientras que el laminado 25 soles.
- Producto será vendido en un NSE A y B, con las posibilidades de pagar el precio por un buen producto

#### 4.3.2.4. *Estrategia de precios.*

- **Descuentos:**
  - Por la compra de 2 quesos de molde, el segundo sale con 5% de descuento. (duración los primeros 6 meses de operación).
  - En los meses de campaña, se tendrán descuentos, a los que llamaremos aleatorios, consistirá en al comprar 2, el segundo tiene 5% de descuento.
- **Ofertas de lanzamiento:**

Se utilizará una estrategia de penetración, en donde por el primer mes todos los productos tendrán un 5% de descuento.

### 4.3.3. Plaza.

Considerando que nuestro público objetivo está enfocado en los niveles socioeconómicos A y B de las zonas 6 y 7 que involucra a los principales distritos de lima como Jesús María, San Miguel, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina, hemos decidido introducir y ofrecer nuestros productos por medio de los siguientes canales:

**A) Canales Indirectos.**

Dentro de nuestros canales indirectos se ha decidido colocar nuestros productos en tiendas especializadas como Flora y Fauna, Sanahora, Verdeando, Mara, Madre Natura, y Thika Thani Market por medio del cual ofreceremos nuestros productos a nuestros clientes finales, a fin de que puedan elegir y visualizar nuestro producto por medio de las góndolas y adquirirlas.

Tabla 94.

*Direcciones de las tiendas especializada Flora y Fauna*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| Av. Mariscal La Mar | 1110 | Miraflores |
| Av. Aviación | 3110 | San Borja |
| Av. Primavera | 645 | Surco |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 55.* Tienda Flora y Fauna

*Nota*: Página web Flora y Fauna

Tabla 95.

*Direcciones de las tiendas especializada La Sanahoria*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| Calle. Miguel Dasso | 101 | San Isidro |
| El Polo | 670 | Santiago de Surco |
| Centenario | 195 | Barranco |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 56.* Tienda La Sanahoria

*Nota*: Página web CNN en Español

Tabla 96.

*Dirección de la tienda especializada Verdeando*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| Las Caobas | 146 | La Molina |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 57.* Tienda Verdeando

*Nota*: Página web Verdeando

Tabla 97.

*Direcciones de la tienda especializada Mara*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| La Paz | 536 | Miraflores |
| Camino real | 1251 | San Isidro |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 58.* Tienda Mara

*Nota*: Página web Mara

Tabla 98.

*Direcciones de la tienda especializada Madre Natura*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| Chiclayo | 815 | Miraflores |
| La Encalada | 300 | Surco |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 59.* Tienda Madre Natura

*Nota*: Página web Madre Natura

Tabla 99.

*Direcciones de la tienda especializada Thika Thani Market*

| Dirección | N° | Distrito |
|---|---|---|
| Aviacion | 2808 | San Borja |
| Benavides | 474 | Miraflores |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 60.* Tienda Thika Thani Market

*Nota*: Página web Thika Thani Market

Asimismo, dentro de nuestros canales indirectos, nos enfocaremos en ofrecer nuestros productos por medio de tiendas virtuales (E-commerce), a fin de brindar un servicio que se ajuste a la comodidad de nuestros clientes, sin la necesidad que ellos salgan a buscarlos.

Tabla 100.

*Direcciones de la tienda especializada Verdeando*

| Logo | Nombre |
|---|---|
| MERCADILLO | Mercadillo |
| limaOrgánica | Lima Orgánica |
| limates | Limates |

*Nota*: Elaboración propia

#### 4.3.3.1. *Porcentaje de ventas por canal.*

Luego de haber realizado la encuesta, se puede identificar el porcentaje de ventas que obtendríamos como empresa Productos Purum.

Tabla 101.

*Porcentaje de ventas por canal*

| Porcentaje de Ventas por canal | |
|---|---|
| Tiendas Especializadas | 57% |
| Tiendas Virtuales | 43% |

*Nota*: Elaboración propia

Asimismo, se ha considerado los siguientes márgenes de ganancia para ambos canales.

Tabla 102.

*Márgenes de ganancia por canal*

| Márgenes de ganancia por canal | |
|---|---|
| Tiendas Especializadas | 35% |
| Tiendas Virtuales | 25% |

*Nota*: Elaboración propia

Requisitos para ingresar a tiendas, considerando nuestra decisión de ingresar a tiendas especializadas, se requiere contar con los siguientes documentos:

- Ficha Técnica
- Registro Sanitario
- Código de barras
- Certificados

Asimismo, se debe de considerar las políticas de selección:

Productos comestibles libres de:

- Saborizantes y aromas artificiales
- Colorantes artificiales
- Grasas hidrogena
- Realzador de sabor
- Preservantes de alta toxicidad: benzoato de sodio, nitratos y nitritos
- Edulcorantes: aspartame, acesulfamo K y sucralosa
- Jarabe de maíz de alta fructosa
- Carragenina

#### 4.3.3.2. *Costo de distribución a Delivery.*

Respecto a costo de distribución se ha tomado como base una aplicación online a fin que estos no sean tan altos y ya sean cubiertos por un especialista en distribución, de esta manera nosotros nos enfocamos en el core business y no aumentamos nuestros costos operativos.

Tabla 103.

*Costos de distribución Delivery*

| Distrito | Costo Delivery de 9:00am a 4:00pm | Costo Delivery de 5:00pm a 9:00pm |
|---|---|---|
| Jesús María | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| Lince | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| Pueblo Libre | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| Magdalena | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| San Miguel | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| Miraflores | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| Surco | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| San Borja | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| San Isidro | S/. 8.90 | S/. 11 00 |
| La Molina | S/. 8.90 | S/. 11 00 |

*Nota:* Elaboración propia

(*) Si la distancia del pto de abastecimiento Av. Nicolas Arriola N°2000, distrito de San Luis y pto de destino supera los 11 km se realizará un incremento de S/.3.00 a este tarifario.
(*) *Nota*: Glovo.

### 4.3.4. Promoción.

El objetivo para esta campaña serán los siguientes:

- Presentar y promocionar el lanzamiento de una nueva marca de queso vegetal, promoviendo sus ventajas nutricionales sobre los quesos existentes en el mercado.
- Fidelizar a nuestros clientes finales.
- Destacar nuestra diferenciación ante nuestros competidores.

El objetivo para usar esta herramienta es captar a los clientes no fidelizados por otras marcas y colocarnos como primera opción sobre la competencia.

Para lograr este propósito asignaremos como presupuesto el 3.5% de nuestras ventas del primer año, considerando que somos una empresa en proceso de lanzamiento.

Tabla 104.
*Presupuesto de marketing todos los años*

| Resumen | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ventas S/ | 1,190,825.30 | 1,492,088.95 | 1,663,563.75 | 1,820,234.75 | 1,979,818.40 |
| % ppto respecto a las ventas | 3.54% | 2.10% | 2.11% | 2.09% | 2.00% |
| **Presupuesto anual S/** | **42,208.00** | **31,380.00** | **35,060.00** | **38,060.00** | **39,660.00** |

*Nota*: Elaboración propia

Promocionaremos nuestro producto a través de los cuatro medios más elegidos por los encuestados:

- Degustaciones: 44.5%
- Redes sociales: 35.80%
- Panel publicitario: 11.10%
- Página web: 7.40%

Con esta información vamos a estructurar las estrategias por cada medio:

- Página web:

Se desarrollará una página web para poder promocionar nuestros productos y los canales de venta, así como también podrán hacer sus sugerencias. En la web se tendrá un blog en donde se promocionarán los eventos veganos a los cuales asistiremos.

- Sampling:

Participaremos en charlas organizadas por la Unión Vegetariana del Perú y otros grupos veganos, para realizar degustaciones de nuestros productos y exhibir nuestras presentaciones.

- Redes sociales:

Se contará con una página en la red social Facebook, la cual ingresará a los grupos de esta red social relacionados a comunidades veganas e intolerantes a la lactosa. Se interaccionará diariamente con los seguidores, se compartirán recetas de comidas saludables, tips alimenticios y principalmente se dará a conocer nuestros productos y los canales por los que será distribuido.

*Figura 61.* Página de Facebook de Purum Veggie
*Nota*: Elaboración propia

#### 4.3.4.1. *Campaña de Lanzamiento*.

Emplearemos tácticas de promoción de nuestro producto a través de:

- Redes sociales: Para promocionar nuestro producto y hacerlo conocido, buscando obtener el mayor número de “me gusta”, se difundirá por los grupos veganos e intolerantes a la lactosa, y se empleará la publicidad de esta red segmentar a nuestro mercado.
- Anuncios por la Unión Vegetariana del Perú: Bajo un acuerdo de promoción con ellos, compartirán a través de su página web y red sociales nuestro lanzamiento,

productos y puntos de venta, al contar con el logo de calidad brindado por ellos perteneceremos al grupo de empresas que ellas garantizarán.

Como estrategias promocionales que se emplearán serán: precios de introducción, por la compra de 2 productos, el segundo sale con 10% de descuento (solo para tiendas físicas).

#### *4.3.4.2. Promoción para todos los años:*

Conseguir la preferencia del público objetivo por los quesos vegetal y ello se logrará a través de las siguientes actividades:

Tabla 105.
*Campañas*

| Meses | Campañas | Difusión |
|---|---|---|
| Enero, Febrero, Marzo | Campaña "Fitness Verano" | Medios digitales y banners en tiendas |
| Marzo | Campaña "Día Mundial sin carne" | Medios digitales y banners en tiendas |
| Abril | Campaña "Día del planeta" | Medios digitales y banners en tiendas |
| Mayo | Campaña "Día de la madre" | Medios digitales y banners en tiendas |
| Julio | Campaña "Fiestas Patrias" | Medios digitales y banners en tiendas |
| Noviembre | Campaña "Navideña" | Medios digitales y banners en tiendas |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 106.

*Campaña 2020*

| Campaña | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/190.00 | S/190.00 | S/190.00 | S/190.00 | S/190.00 | S/190.00 | S/190.00 | S/120.00 | S/120.00 | S/120.00 | S/190.00 | S/120.00 | S/2,000.00 |
| Instagram | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/132.00 | S/132.00 | S/132.00 | S/210.00 | S/132.00 | S/2,208.00 |
| AdWords (Google Search) | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | | | | | S/300.00 | S/2,400.00 |
| Influencers + Canje | S/3,000.00 | S/3,000.00 | S/3,000.00 | S/3,000.00 | S/3,000.00 | | S/3,000.00 | | | | S/1,000.00 | S/1,000.00 | S/20,000.00 |
| Comunity Manager | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/7,200.00 |
| Sampling | S/1,200.00 | S/1,200.00 | S/1,200.00 | S/1,200.00 | S/1,200.00 | S/1,200.00 | | | | | | S/1,200.00 | S/8,400.00 |
| Total | S/5,500.00 | S/5,500.00 | S/5,500.00 | S/5,500.00 | S/5,500.00 | S/2,500.00 | S/4,300.00 | S/852.00 | S/852.00 | S/852.00 | S/2,000.00 | S/3,352.00 | S/42,208.00 |
| | | | | | | | | | | | | | **3.54%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 107.

*Campaña 2021*

| Campaña | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/2,560.00 |
| Instagram | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/210.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/210.00 | S/220.00 | S/2,560.00 |
| AdWords (Google Search) | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | S/300.00 | | | | | S/200.00 | S/2,300.00 |
| Influencers + Canje | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | | S/1,500.00 | | | | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/12,000.00 |
| Comunity Manager | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/7,200.00 |
| Sampling | S/680.00 | S/680.00 | S/680.00 | S/680.00 | S/680.00 | S/680.00 | S/680.00 | | | | | | S/4,760.00 |
| Total | S/3,510.00 | S/3,510.00 | S/3,510.00 | S/3,510.00 | S/3,510.00 | S/2,010.00 | S/3,510.00 | S/1,020.00 | S/1,020.00 | S/1,020.00 | S/2,530.00 | S/2,720.00 | S/31,380.00 |
| | | | | | | | | | | | | | **2.10%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 108.

*Campaña 2022*

| Campaña | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/2,560.00 |
| Instagram | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/2,800.00 |
| AdWords (Google Search) | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | | | | | S/200.00 | S/3,000.00 |
| Influencers + Canje | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | | | | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/13,500.00 |
| Comunity Manager | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/7,200.00 |
| Sampling | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | | | | S/750.00 | | S/6,000.00 |
| Total | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/1,000.00 | S/1,000.00 | S/1,000.00 | S/3,320.00 | S/2,700.00 | S/35,060.00 |
| | | | | | | | | | | | | | **2.11%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 109.

*Campaña 2023*

| Campaña | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/2,560.00 |
| Instagram | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/2,800.00 |
| AdWords (Google Search) | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | | | | | S/200.00 | S/3,000.00 |
| Influencers + Canje | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/16,500.00 |
| Comunity Manager | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/7,200.00 |
| Sampling | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | | | | S/750.00 | | S/6,000.00 |
| Total | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/1,000.00 | S/2,500.00 | S/2,500.00 | S/3,320.00 | S/2,700.00 | S/38,060.00 |
| | | | | | | | | | | | | | S/1,843,625.45 |
| | | | | | | | | | | | | | **2.09%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 110.

*Campaña 2024*

| Campaña | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/220.00 | S/200.00 | S/2,560.00 |
| Instagram | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/200.00 | S/250.00 | S/200.00 | S/2,800.00 |
| AdWords (Google Search) | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/400.00 | S/200.00 | S/4,600.00 |
| Influencers + Canje | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/1,500.00 | S/16,500.00 |
| Comunity Manager | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/600.00 | S/7,200.00 |
| Sampling | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | S/750.00 | | | | S/750.00 | | S/6,000.00 |
| Total | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/3,720.00 | S/1,400.00 | S/2,900.00 | S/2,900.00 | S/3,720.00 | S/2,700.00 | S/39,660.00 |
| | | | | | | | | | | | | | **2.00%** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 111.

*Presupuesto de año 0*

| Campaña | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|---|---|---|---|---|
| Facebook | S/60.00 | S/60.00 | S/60.00 | S/180.00 |
| AdWords (Google Search) | S/150.00 | S/150.00 | S/150.00 | S/450.00 |
| Comunity Manager | S/500.00 | S/500.00 | S/500.00 | S/1,500.00 |
| Sampling | | S/700.00 | S/700.00 | S/1,400.00 |
| **Total** | **S/710.00** | **S/1,410.00** | **S/1,410.00** | **S/3,530.00** |

*Nota*: Elaboración propia

## Capítulo V. Estudio de Legal y Organizacional

### 5.1. Estudio Legal

#### 5.1.1. Forma Societaria.

Con la finalidad de identificar el tipo de empresa que estaremos desempeñando, es importante analizar dos puntos elementales, si nuestra inscripción como empresa ante registros públicos, será como persona natural o como persona jurídica. Además, de ello, analizar qué tipo de empresa seremos.

Tabla 112.

*Tipos de empresa*

| Tipo de Empresa | Cantidad de Accionistas | Organización | Capital y Acciones |
|---|---|---|---|
| Sociedad Anónima (S.A) | Mínimo: 2<br>Máximo Ilimitado | Junta General de Accionistas<br>Gerencia<br>Directorio | Aportes de socios y registro de acciones en el Registro de Matrícula de Acciones |
| Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) | Mínimo: 2<br>Máximo: 20 | Junta General de Accionistas<br>Gerencia<br>Directorio (Opcional) | |
| Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L) | Mínimo: 2<br>Máximo: 20 | Empresas familiares | Aportes de socios e inscripción en Registros Públicos |
| Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L) | Solo uno (1) | Una persona cumple el rol de socio y Gerente General | Único aportante |
| Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.) | Mínimo 750 | Junta General de Accionistas<br>Gerencia<br>Directorio | Más del 35% del capital pertenece a más de 175 accionistas |

*Nota*: Elaboración propia

Luego de tener una perspectiva de lo que involucra cada tipo de empresa, nuestra empresa tendrá una inscripción ante registros públicos como persona jurídica; ya que, de esta manera, la empresa asumirá todas las obligaciones y deudas como parte del patrimonio de la misma. Además, seremos una empresa cuya razón social será Productos Purum S.A.C.

Según la Ley General de Sociedades N° 26887, en su artículo 4, hace referencia sobre la pluralidad de socios e indica que el número mínimo de socios que puede constituir una empresa es de dos personas jurídicas o naturales, por lo que, nosotros hemos

considerado ser 05 accionistas quienes distribuiremos nuestros aportes de la siguiente manera.

Tabla 113.

*Aporte de los accionistas*

| N° | Socios | Porcentaje de Aporte |
|---|---|---|
| 01 | Castro Bernuy, Daysi | 20% |
| 02 | Diaz Cayotopa, Maritza | 20% |
| 03 | Gómez Torres, Omar | 20% |
| 04 | Gutierrez Hurtado, Fiorella | 20% |
| 05 | Vilchez Melo, Jonathan | 20% |

*Nota*: Elaboración propia

**a. Actividades:**

Los pasos a seguir para constituir nuestra empresa es la siguiente:

- Asegurarnos de que no exista en SUNARP el nombre que deseamos poner a nuestra empresa, para ello tenemos que hacer uso de la página del Servicio de Publicidad Registral en línea (SPRL).
- Reservar el nombre que tenemos pensado para nuestra empresa, PRODUCTOS PURUM SAC. Este trámite, también puede realizarse de manera virtual.

*Figura 62.* Publicidad Registral en línea

*Nota*: SUNARP

- ✓ Ingresar al módulo SID- Sunarp, a fin de registrarse y obtener nuestro usuario y contraseña. Una vez que se haya tenido el acceso a la plataforma se ingresará a la opción “Solicitud de trámite de Constitución de empresa”, y se sigue lo siguientes pasos:
- ✓ Aceptar los términos y condiciones del sistema SID SUNARP
- ✓ Seleccionar la notaria de nuestra preferencia
- ✓ Completar los datos que se requiere: indicar si somos persona jurídica o persona natural, capital social, domicilio de la empresa, objeto social y participantes, una vez que se haya completado este paso, se descargará un pdf del acto constitucional en base a los datos brindados.
- ✓ Este proceso termina, cuando tenemos la opción de descargar nuestra solicitud y ésta es enviada a la notaría seleccionada.

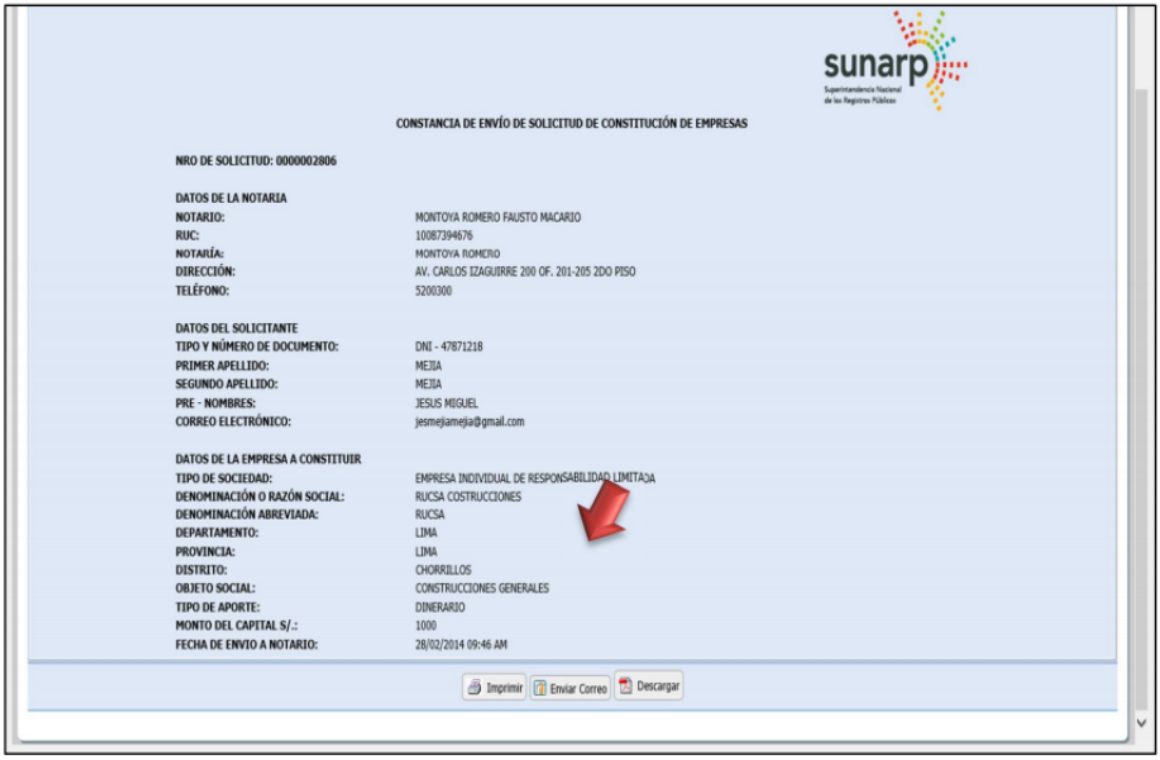



*Figura 63.* Constancia de Envío de Solicitud de Constitución de Empresas

*Nota*: SUNARP

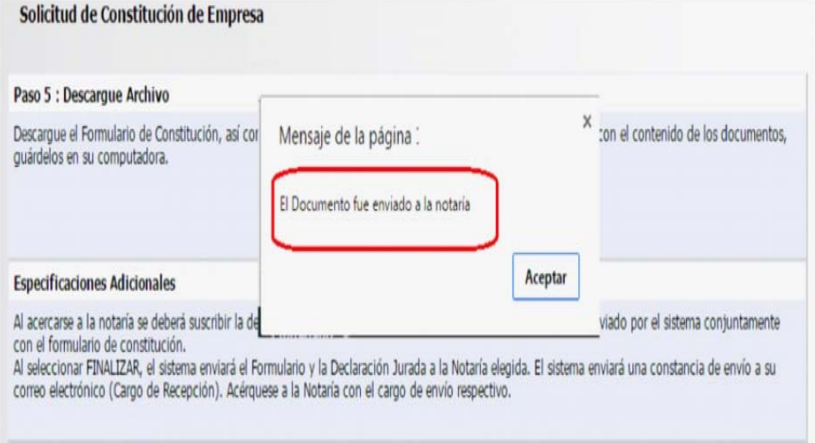



*Figura 64.* Superintendencia Nacional de Registros Públicos
*Nota*: SUNARP

En un plazo de 30 días se realiza en la notaria la firma de la escritura pública; sin embargo, previo a ello, la notaria requerirá la apertura de una cuenta bancaria por medio de un número de Kardex que será otorgado por la misma notaria, en este caso, la Notaría Vidal Hermoza.

Como último paso, el SID SUNARP envía por medio electrónico los datos del título y los enlaces para descargar la constancia del RUC de la empresa, del mismo modo la anotación y asiento de inscripción.

Nuestra empresa ha optado por realizar el trámite de Constitución de empresa por el portal SID –Sunarp; ya que, consideramos importante su interoperación con la RENIEC y la SUNAT; además, de la eliminación de papel que, generalmente, se incurre en este proceso. Estamos seguros que el uso de esta plataforma nos otorgará un mejor manejo en tiempo y dinero en comparación con otros trámites.

**b. Valorización:**

A continuación, se detallan los precios que incurrirían para la constitución de la empresa, Productos Purum SAC.

Tabla 114.

*Valorización para la constitución de la Empresa*

| Constitución de la Empresa | Monto en Soles | Lugar |
|---|---|---|
| Búsqueda de nombre | 5.00 | SUNARP |
| Reserva de nombre | 20.00 | SUNARP |
| Derechos Notariales | 450.00 | Notaría Vidal Hermoza |
| Apertura de cuenta bancaria | 500.00 | Banco de la Nación |
| Mantenimiento de cuenta | 15.00 | Banco de la Nación |
| Inscripción en registros públicos | 100.00 | SUNARP |
| Legalización de libros | 0.00 | Portal SUNAT |
| Total | 1,090 | |

*Nota*: Elaboración propia

Considerando que los libros contables son una parte fundamental y de carácter obligatorio para toda empresa, a fin de cumplir con los registros exigidos por la SUNAT, nuestra empresa, ha seleccionado el registro de libros contables de forma electrónica, Sistema de Libros Electrónicos desde el Portal – SLE Portal; ya que, de esta manera, la SUNAT, nos da la oportunidad de excluir los gastos de legalización, impresión, almacenamiento y seguridad.

### 5.1.2. Registro de marcas y patentes.

*Figura 65.* Logo de Purum Veggie

*Nota*: Elaboración propia

**a. Actividades:**

La precaución que debe de tener toda empresa que se encuentra en proceso de constitución no solo debe de enfocarse en no tener un mismo nombre en el mercado, sino, también de ser original en cuanto a su nombre comercial, y logo, a fin de evitar denuncias

por copia. Es por ello, que se debe de analizar los requisitos que debemos tener en cuenta a fin de que nuestra empresa se encuentre registrada en Indecopi.

Los pasos a seguir son los siguientes:

- ✓ Búsqueda de antecedentes, el cual nos permitirá conocer sí ya hay una marca semejante o parecida a la nuestra por otro usuario, por lo que se realiza una búsqueda de antecedentes fonéticos o figurativos.
- ✓ Completar un formato de solicitud en tres (3) ejemplares, uno para el administrado y dos para la autoridad.
- ✓ Brindar datos del solicitante: Número del RUC, por tratarse de una persona jurídica
- ✓ Brindar datos de domicilio para cualquier envío de notificaciones
- ✓ Señalar el tipo de signo que se desea registrar (mixta, figurativa o tridimensional) se adjuntan 3 copias de 5cm *5cm a color si se interesa proteger el color o enviar una copia fiel del logo al correo electrónico de Indecopi.
- ✓ Firmar la solicitud por el interesado
- ✓ Realizar el pago correspondiente a una sucursal del Banco de la Nación, ubicado en Indecopi Sede Sur –Calle de la Prosa N° 104, San Borja.

Se debe de tener presente que existen ciertos requisitos e información necesaria que tiene que ser enviada, con el fin de que se asigne una fecha de presentación. De no presentarse estos documentos: Datos del solicitante, la Marca que se desea registrar, la indicación para el producto que se requiere el registro y el pago de las tasas respectivas, en un plazo de 60 días hábiles inaplazables, la solicitud de inscripción será archivada.

Asimismo, de detectarse un parentesco con una marca del exterior, se deberá enviar la reivindicación de prioridad, adjuntando una copia legalizada de la autoridad correspondiente de la primera solicitud.

**b. Valorización:**

Los costos que tendremos que considerar para este registro son los siguientes.

Tabla 115.

*Costos de Marcas y Patentes*

| Actividades | Costo Soles | Lugar |
|---|---|---|
| Antecedente Fonético | 30.99 | INDECOPI |
| Antecedente Figurativo | 38.46 | INDECOPI |
| Costo por Registro de Marca | 583.80 | Banco de la Nación |
| Declaración Jurada | 20.20 | Notaría |
| Copia Literal, firma legalizada | 26.00 | Notaría |
| Total | 699.45 | |

*Nota*: Elaboración propia

El costo por registro de la marca es el resultado del 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT), el mismo que deberá ser cancelado en el Banco de la Nación o por cualquier otra modalidad que ellos determinen u ofrezcan en su momento.

### 5.1.3. Licencia y autorizaciones.

**a. Actividad:**

Para poner nuestra empresa, Productos Purum SAC, en marcha se requiere contar con una licencia Municipal de Funcionamiento que es emitida por la municipalidad distrital con una vigencia indeterminada, en este caso, el Distrito de San Luis; ya que, de esta forma nos permitirá garantizar a nuestros clientes la formalidad que ellos exigen.

- Según la ley 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento refiere que los requisitos que se solicitan para tramitar una licencia municipal deben de seguir los siguientes aspectos:
- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con valor de una declaración jurada (gratuita) en la que se especifique el número de RUC y DNI
- Vigencia de poder del representante legal
- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil, según el grupo al que corresponde: Grupo 1 (Locales menores a 100m2), Grupo 2 (mayor a 100m2 y menor a 500m2) y Grupo 3 (Locales mayores o igual a 500m2)
- Copia simple de título profesional en el caso de servicios concernientes con la salud
- Informar sobre el número de estacionamientos
- Conforme a la Ley 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, se deberá entregar una copia simple de la autorización tramitada por el Instituto Nacional de la Cultura.
- Recibo del pago por el trámite
- Dentro de las autorizaciones, debemos de contar con el Registro Sanitario, emitido por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), y Defensa Civil.
- Considerando que nuestro local tiene un área de 243 m2 la Municipalidad deberá realizar una Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil, antes de otorgarnos la licencia de funcionamiento, el mismo que tiene un costo según las condiciones de seguridad y al grupo que califica:
    - Grupo 1: Establecimientos de menor riesgo. - Se aplica a locales cuya área es menor a los 100m2. Costo, según Municipalidad de San Luis S/. 104.70

- Grupo 2: Establecimientos de medio riesgo. - Los locales entre los 100m2 y 500m2 pertenecen a este grupo. Costo, por autorización de licencia de funcionamiento S/. 108.40
- Grupo 3: Establecimientos de riesgo alto. - Se utiliza para los locales que son iguales o mayores a los 500m2, en donde la inspección de Defensa Civil debe de realizarse antes de otorgar la licencia de funcionamiento. Costo: S/. 608.30

**b. Valorización:**

Tabla 116.

*Valorización de Licencias y Autorizaciones*

| Actividades | Monto en Soles |
|---|---|
| Licencia de funcionamiento (Grupo 2 - Ex ante) | 108.40 |
| Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil | 223.00 |
| Validación Técnica oficial del plan Haccp | 985.30 |
| Registro Sanitario | 390.00 |
| Carnet de sanidad | 16.20 |
| Total | 1,722.90 |

*Nota*: Elaboración propia

### 5.1.4. Legislación laboral.

**a. Actividades:**

Con el propósito de cumplir con la legislación laboral de nuestro país, primero debemos identificar, si nuestra empresa es una micro, pequeña o mediana empresa, para ello, se debe de tener en cuenta los requisitos al cual éstas se acogen sobre el régimen de las mypes, según el Decreto Legislativo N° 1086 (con número de diez trabajadores), por lo que es indispensable conocer lo siguiente:

- Microempresa: Genera ventas anuales hasta un monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña Empresa: Ventas superiores a 150 UIT, anuales, y hasta un máximo de 1700 UIT.
- Mediana Empresa: Logra ventas anuales superiores a 1700 UIT, y un monto máximo de 2300 UIT.

Ya no se exige un número máximo de trabajadores.

En base a ello, debemos proceder con nuestro registro online en la página del Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, cuyo trámite es gratuito.

*Figura 66.* Registro en el REMYPE

*Nota*: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Todos los trabajadores contratados que prestan servicios a las micro y pequeñas empresas, deberán ampararse bajo la legislación laboral de la misma y tendrán que estar registrados en planilla, a fin de obtener los beneficios laborales que les corresponde, como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 117.

*Comparación de micro y pequeña empresa*

| MICRO EMPRESA | PEQUEÑA EMPRESA |
|---|---|
| Remuneración mínima | Remuneración mínima |
| Jornada laboral de 8 horas | Jornada laboral de 8 horas |
| Descanso semanal y en feriados | Descanso semanal y en feriados |
| Horas sobretiempo remuneradas | Horas de sobretiempo remuneradas |
| 15 días calendarios descanso vacacional | 15 días calendarios de descanso vacacional |
| Cobertura de Seguridad Social en Salud, a través del SIS (Seguro Integral de Salud) | Cobertura de Seguridad Social en Salud, a través del ESSALUD |
| Cobertura Previsional | Cobertura Previsional |
| Indemnización por despido (10 días de remuneración por año de servicios, hasta un máximo de 90 días) | Indemnización por despido (20 días de remuneración por año de servicios, hasta un máximo de 120 días) |
| | Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR) |
| | 2 Gratificaciones al año (julio – diciembre) |
| | Participación de utilidades de la empresa |
| | Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración |
| | Derechos Colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada |

*Nota*: Elaboración propia

Además, se debe de considerar los diferentes tipos de contratos de trabajo que una empresa puede ofrecer a sus colaboradores, en nuestro país, Perú:

a) Contrato a plazo indefinido: Este tipo de contrato, como su mismo nombre lo indica no tiene una fecha de fin, por lo que el colaborador puede acceder a todos los beneficios laborales, según la ley, como por ejemplo, vacaciones, gratificaciones, compensación por tiempo de servicios, entre otros. Bajo este tipo de contrato, el colaborador debe asegurarse de estar inscrito en la planilla de su centro laboral.
b) Contrato a plazo fijo o determinado: A diferencia del contrato a plazo indefinido, este tipo de contrato, conocido también como Sujeto a Modalidad, sí indica una fecha de inicio y fin, el cual no podrá exceder a los 05 años y deberá estar registrado ante el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. En este tipo de contrato, se puede encontrar la siguiente subdivisión:
c) Temporal: Contrato por temporadas o campañas; ya que, se requiere mayor personal para cumplir con los objetivos.

d) Ocasional: Contrato para cubrir necesidades inesperadas, suplencia por descanso pre o post natal.
e) Accidental: Contrato intermitente, para una obra determinada o servicio específico.
f) Contrato a tiempo parcial: Actualmente, conocido también como part –time, el cual no supera las 4 horas diarias de trabajo. A diferencia de los contratos a plazo indefinido o fijo, este no brinda beneficios laborales como CTS, vacaciones o indemnización por despido arbitrario.

En base a los tipos de contratos y a los beneficios laborales que los diferentes tipos de empresas ofrecen, PRODUCTOS PURUM SAC, será una pequeña empresa que ofrecerá a sus colaboradores un contrato fijo o determinado, basándose en los beneficios que indica ley.

Tabla 118.
*Legislación Laboral*

| **Beneficios de los trabajadores** | **Monto en Soles** |
|---|---|
| Pago de derecho por legalización de planilla | 1% UIT |
| Remuneración Mínima Vital | 930.00 |
| Trabajo en sobretiempo | El pago por sobretiempo es de la siguiente manera: por las dos primeras horas más de trabajo un 25%, y a partir de la tercera hora a más, se pagará un 35% adicional al valor de la hora |
| Gratificación anual | Medio Sueldo: Dos veces al año (julio y diciembre) |
| CTS | Cada 06 meses (mayo y noviembre) |
| Seguro Social de Salud | 9% de la remuneración |
| Sistema Nacional de Pensiones | 13% de la remuneración (ONP) - Opcional |
| Vacaciones | 15 días de vacaciones remuneradas que corresponde a un sueldo |
| Bono Ley | 9% de la gratificación |
| Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) | 1% del sueldo |

*Nota*: Elaboración propia

### 5.1.5. Legislación tributaria.

**a) Actividades:**

Dentro de los procesos que una empresa debe de considerar son los factores tributarios; ya que, de esta forma nos hacemos cargo del pago de impuesto y/o tributos a la autoridad tributaria nacional, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración

Tributaria (SUNAT), por lo que, se debe iniciar con un registro, de forma obligatoria en dicha entidad.

Es importante señalar que desde el año 2017 existen 04 tipos de regímenes tributarios:

Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).- Está dirigido a personas cuyo negocio es pequeño y sus principales clientes son consumidores finales. Este régimen no utiliza registros contables, como tampoco emite facturas, solo boletas de venta.

Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).- Dirigido a personas naturales y/o jurídicas, cuyas rentas provengan de la venta de bienes o por producción y prestación de servicios. Los ingresos netos anuales, no deben de exceder los S/. 525,000 soles.

Régimen Mype Tributario (RMT).- Enfocado en la micro y pequeña empresa. El monto máximo que puede generar como ingresos es de 1.700 UIT y está obligado a pagar dos tipos de impuestos: IGV e impuesto a la renta, y puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago como boleta de venta, factura, entre otros.

*Figura 67.* Requisitos para Régimen Mype Tributario
*Nota*: (Emprender, Sunat, 2018)

*Figura 68.* Comprobantes de pago

*Nota*: (Emprender, Sunat, 2018)

Régimen General (RG).- Éste régimen exige libros y/o registros contables, así mismo, puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago, y asumir los impuestos de IGV e IR. Dirigido para todas las personas jurídicas y con negocios.

En base a lo expuesto, nuestra empresa Productos Purum SAC, estaría bajo el régimen de Mype Tributario (RMT) y presentará su declaración de impuestos por medio de los siguientes documentos: PDT 621 y Declaración Simplificada.

**b. Valorización:**

Tabla 119.

*Pago de Tributos*

| IMPUESTO | VALOR |
|---|---|
| Impuesto General a las ventas (IGV) | 18% |
| Impuesto a la Renta (IR) anual | 29.5 % (Por el exceso de más de 15UIT)<br>10% (Si la renta anual es de hasta 15 UIT) |
| Impuesto a la Renta (Pagos a Cuenta) | 1% (Hasta 300 UIT)<br>1.5% (Mayor a 300 UIT hasta 1700 UIT) |
| Tasa de Impuesto a las transacciones financieras | 0.005% (según SUNAT) |

*Nota*: Emprender, Sunat

El pago de impuesto se realiza por diferentes canales: pago electrónico, red bancaria, por medio del número de pago SUNAT.

Asimismo, los medios de pagos por bancarización, el cual tiene un costo de 0.005% son para los depósitos en cuenta, giros, transferencia de fondos, órdenes de pago, tarjetas de crédito y débito.

### 5.1.6. Otros aspectos legales.

#### a. Actividades:

**DIGESA:**

Dentro de otros aspectos legales que no debemos olvidar, se encuentra la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA), la misma que tiene un rol importante en la protección de nuestros productos “queso vegetal”, y según las normas legales del Ministerio de Salud, tiene como funciones otorgar autorizaciones, registros, certificaciones, metodologías, normas, protocolos y procedimientos en materia de salud ambiental e inocuidad alimentaria.

Con el propósito de proceder con el registro correspondiente, se debe realizar una solicitud única de comercio exterior (SUCE), documento que requiere información personal, considerando que tiene representación de una Declaración Jurada, dentro de la información solicitada, se encuentra las siguientes condiciones

*Figura 69.* Expediente de los datos del producto

*Nota*: (Emprender, Sunat, 2018)

Asimismo, según el artículo 117 “Contenido del Rotulado”, aprobado por el Decreto Supremo N° 007-98- SA del “Reglamento sobre vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas” el rotulado deben de tener información mínima como el nombre del producto, fecha de vencimiento, nombre y dirección del fabricante, número de registro sanitario, ingredientes, e indicaciones sobre las condiciones de conservación.

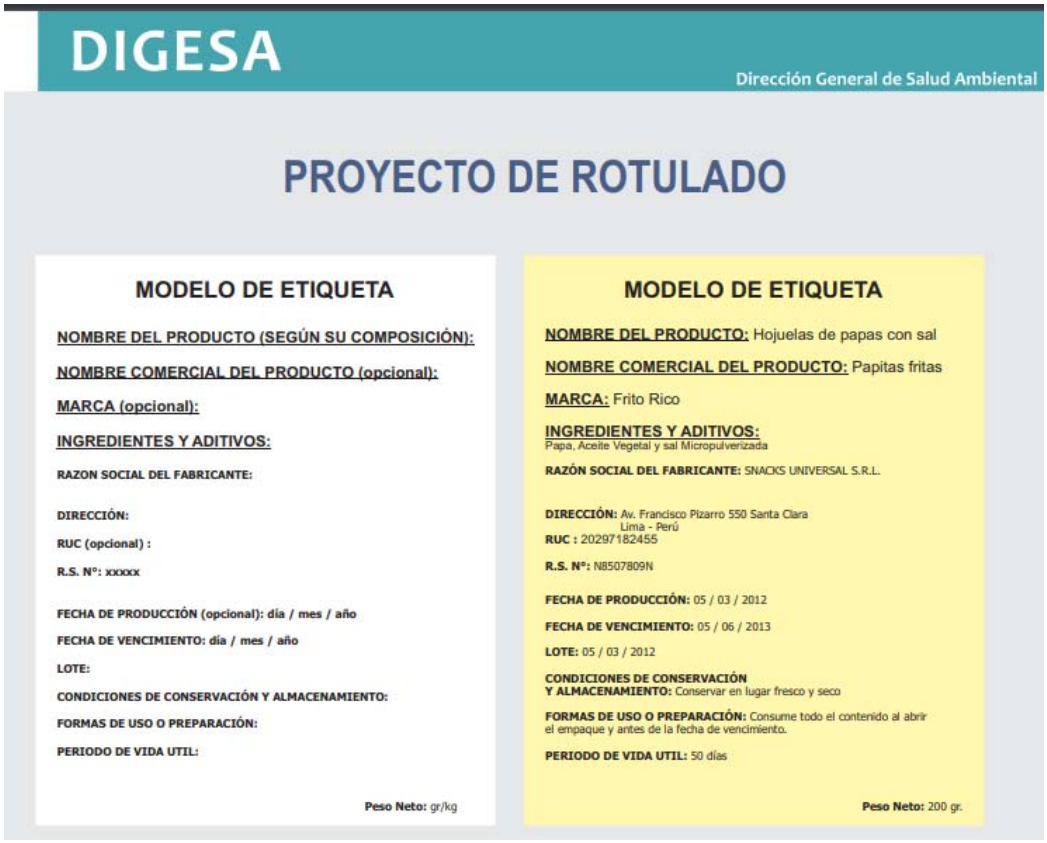



*Figura 70.* Proyecto de rotulado del producto

*Nota*: (Digesa, Minsa)

**Validación Técnica Plan Haccp:**

Los requisitos que se deben de considerar para solicitar la Validación Técnica Oficial del Plan Haccp son los siguientes:

Solicitud única del Comercio Exterior (SUCE). El N° SUCE debe de ser tramitado con su código pago bancario.

- Manual de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura y Programa de Higiene y Saneamiento
- Versión final del Plan Haccp por línea del producto
- El pago se realiza por cada línea de producción

**b. Valorización:**

Considerar los siguientes costos, extraídos de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria, según los procedimientos Administrativos (TUPA).

Tabla 120.

*Trámites Administrativos*

| Trámite | Monto en soles (S/.) |
|---|---|
| Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano | 390.00 |
| Modificaciones al Registro Sanitario de Alimentos | 63.00 |
| Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en Perú | 70.80 |
| Validación Técnica Oficial del Plan Haccp | 985.30 |
| Total | 1,509.10 |

*Nota*: (Digesa, Minsa)

### 5.1.7. Resumen del capítulo

Tabla 121.

*Detalles de precios, según rubro*

| Descripción | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV | Ope. | Adm. y Fin | Com. y vts |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Constitución de la Empresa | | | | | | |
| Búsqueda de nombre | 5.00 | - | 5.00 | 0% | 100% | 0% |
| Reserva de nombre | 20.00 | - | 20.00 | 0% | 100% | 0% |
| Derechos Notariales | 381.36 | 68.64 | 450.00 | 0% | 100% | 0% |
| Apertura de cuenta bancaria | 500.00 | - | 500.00 | 0% | 100% | 0% |
| Mantenimiento de cuenta | 15.00 | - | 15.00 | 0% | 100% | 0% |
| Inscripción en registros públicos | 200.00 | - | 200.00 | 0% | 100% | 0% |
| Marcas y Patentes | | | | | | |
| Antecedente Fonético | 30.99 | - | 30.99 | 0% | 100% | 0% |
| Antecedente Figurativo | 38.46 | - | 38.46 | 0% | 100% | 0% |
| Costo por registro de marca | 583.80 | 105.09 | 688.89 | 0% | 0% | 100% |
| Licencias y autorizaciones | | | | | | |
| Licencia de Funcionamiento | 108.40 | - | 108.40 | 0% | 100% | 0% |
| Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil | 223.00 | - | 223.00 | 0% | 100% | 0% |
| Validación Técnica Oficial del HACCP | 985.30 | - | 985.30 | 100% | 0% | 0% |
| Registro Sanitario | 390.00 | - | 390.00 | 100% | 0% | 0% |
| Carnet de Sanidad | 16.20 | - | 16.20 | 100% | 0% | 0% |
| Código de barras | 372.96 | 67.13 | 440.09 | 0% | 100% | 0% |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Otros aspectos DIGESA | | | |
| Modificaciones al registro sanitario de alimentos | 252.00 | - | 252.00 | 100% | | 0% |
| Certificado de libre comercialización de alimentos | 70.80 | - | 70.80 | 100% | | 0% |
| **Total** | 3,870.47 | 240.86 | 4,111.33 | 1,138.37 | 2,838.34 | 227.67 |

*Nota*: Elaboración propia:

## 5.2. Estudio Organizacional

### 5.2.1. Organigrama Organizacional.

En PURUM S.A.C. se tendrá una organización funcional la cual se caracteriza por tener una estructura jerárquica, a continuación, se muestra nuestro organigrama respectivo:

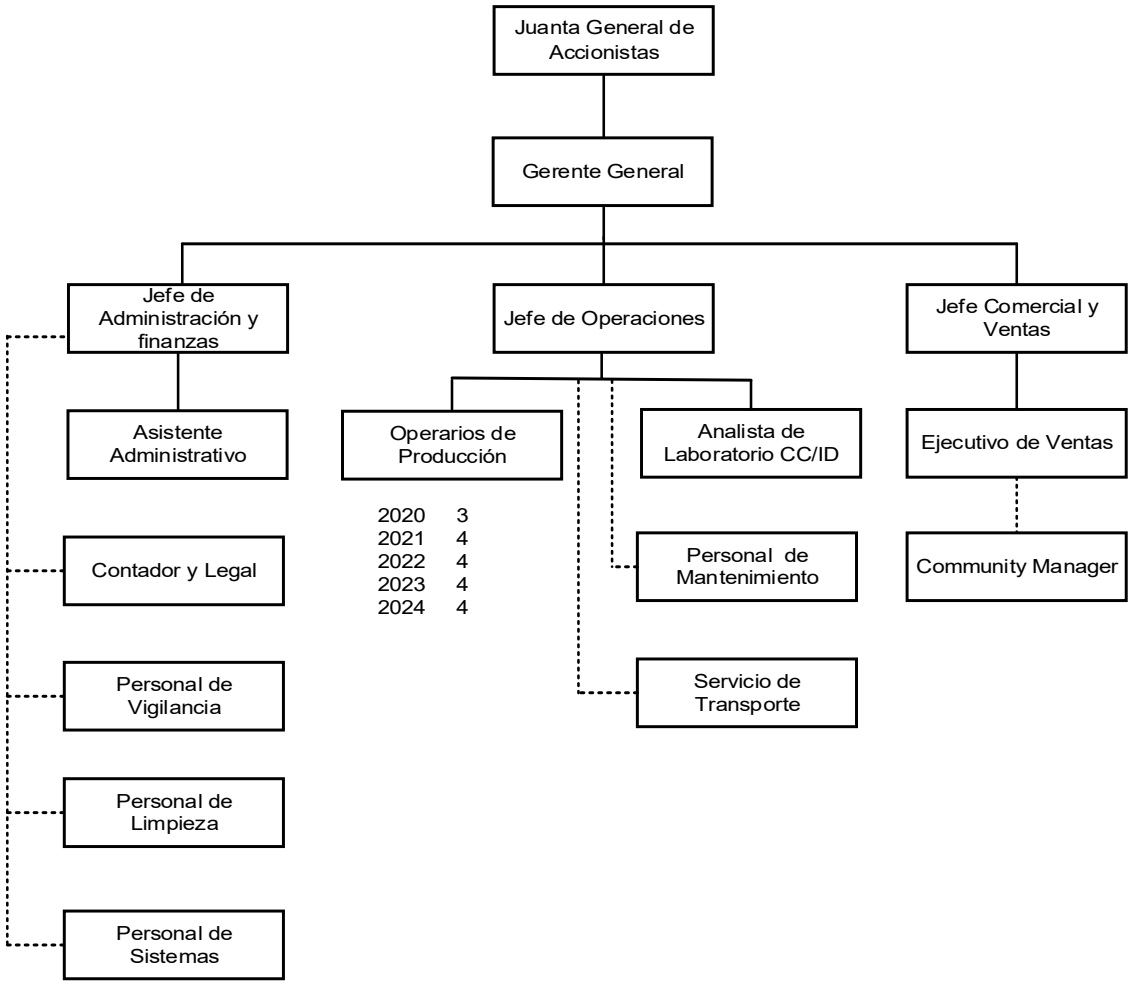



*Figura 71.* Organigrama Funcional

*Nota*: Elaboración Propia

Para nuestra organización tendremos a la Junta General de Accionistas como principales decisores. En paralelo el Gerente General se encargará de canalizar estas directivas y las liderara bajo la Jefatura de Administración y Finanzas, la Jefatura de Operaciones y la Jefatura de Comercial & ventas las cuales estarán a su cargo.

Siguiendo con las jerarquías en nuestra organización tendremos al Jefe de Admiración y Finanzas quien tendrá el soporte de su Asistente Administrativo para poder coordinar y supervisar los servicios tercerizados como Contador y Legal, Vigilancia, Limpieza, Sistemas y así dar las facilidades a las otras áreas para que desarrollen sus actividades de manera adecuada.

Por la parte de la Jefatura Operaciones se tendrá al Inspector de Calidad quien será el responsable de verificar y validar los estándares del producto final y por otro lado y no menos importante a los Operarios de producción quienes serán los responsables de la fabricación del queso. Así mismo esta Jefatura debe de velar por el adecuado mantenimiento de todos los activos y el abastecimiento logístico para un adecuado proceso, por ende, coordinará y supervisará los servicios tercerizados como el mantenimiento y el transporte.

Por último, tenemos la Jefatura de Comercial y Ventas quien en colaboración con el Ejecutivo de Ventas serán los encargados de la realización y ejecución del plan de ventas, así como coordinar y supervisar los servicios tercerizados de Community Manager y distribución final “globo”.

Para mayor detalle se encuentran en el punto 5.2.3 los perfiles de puestos de cada miembro de la organización

### 5.2.2. Servicios de terceros.

En nuestra organización se ha decidido tercerizar los siguientes servicios descritos en la tabla 122 debido a que nos encontramos en la primera etapa la cual es el arranque del negocio y no tenemos el respaldo financiero para absorber todas las responsabilidades legales de este personal de manera permanente teniendo en cuenta que estos representan actividades no orientadas al Core budines del negocio.

Tabla 122.

*Servicios tercerizados*

| Servicio | Área |
|---|---|
| Contador y Legal | Administración |
| Servicio de Vigilancia | Administración |
| Servicio de Limpieza | Administración |
| Personal de Sistemas | Administración |
| Servicio de Mantenimiento | Operaciones |
| Servicio de Transporte | Operaciones |
| Community Manager | Comercial y Ventas |

*Nota*: Elaboración propia

### 5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Tabla 123.

*Gerente General*

| Nombre del Puesto | Gerente General | | | |
|---|---|---|---|---|
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Universitario Titulado | Profesión | Ingeniería Industrial, y/o Administrador de Empresa |
| | Maestría o Especialización | Maestría en Administración de Negocios | Edad | Entre 35 -50 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Ingles a nivel Intermedio - Avanzado<br>Conocimiento de Procesos de Producción | | |
| Competencias | Liderazgo para el cambio<br>Pensamiento estratégico<br>Trabajo en equipo<br>Compromiso y Ética<br>Capacidad de Planificación y Organización<br>Capacidad de Análisis y Solución de Problemas<br>Habilidades Gerenciales | | | |
| Funciones del Puesto | Realizar las actividades de dirección administrativa, operativa y financiera de la Empresa PURUM S.A.C.<br>Ser Representante Legal y Judicial de la Empresa PURUM S.A.C a fin de y ejercer las facultades generales y específicas que le confiera el Directorio y la Ley<br>Mantener informado al Directorio de PURUM S.A.C acerca de las acciones tomadas, así como exponer el presupuesto anual y planes operativos<br>Realizar reuniones periódicas con las demás áreas de PURUM S.A.C con el fin de validar avances del plan anual<br>Ser un solucionador de conflictos internos y externos identificando de manera oportuna posibles riesgos y amenazas. | | | |

| | |
|---|---|
| Experiencia | Ocho (08) años, cuatro (04) de los cuales deberán ser en roles de dirección y/o gerencia, de preferencia en empresas del rubro alimenticio |
| Tipo de contrato | Permanente |
| Remuneración | S/8,500 soles |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley |
| Jornada | Diurna, cargo de confianza |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm |
| Tipo desueldo | Fijo mensual |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 124.

*Jefe de administración y finanzas*

| **Nombre del Puesto** | **Jefe de Administración y Finanzas** | | | |
|---|---|---|---|---|
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Universitario Licenciado | Profesión | Licenciado en Administración o Licenciado en Finanzas |
| | Maestría o Especialización | No necesario | Edad | Entre 25 -40 años |
| | Otros | Contabilidad Básica<br>Finanzas básicas<br>MS Office; MS Excel, MS Word. | | |
| Competencias | Iniciativa y dinamismo<br>Propositivo y con creatividad<br>Orientación a la solución de problemas<br>Liderazgo y toma de decisiones<br>Integridad y confidencialidad<br>Facilidad de palabra y capacidad de diálogo<br>Facilidad para interactuar con el entorno interno y externo | | | |
| Funciones del Puesto | Participar de manera activa en conjunto con las demás áreas en la generación y formulación del presupuesto anual de acuerdo con las necesidades de PURUM S.A.C<br>Asegurar e uso adecuado de los recursos racionalizando los gastos de manera eficiente a fin de garantizar la disponibilidad de recursos para el cumplimiento de las obligaciones.<br>Emitir informes de la situación financiera de PURUM S.A.C realizando un previo análisis a los estados financieros de esta<br>Liderar el control del potencial humano en PURUM S.A.C dirigiendo, ejecutando, evaluando y controlando el desempeño de los colaboradores<br>Programar y Realizar el pago de la nómina de todos los colaboradores de PURUM S.A.C, así como de los diferentes servicios como pago de impuestos, predial, agua, luz y Teléfono<br>Coordinar y Supervisar los servicios tercerizados como Contador y Legal, la Limpieza, Vigilancia, sistemas y así dar las facilidades a las otras áreas para que desarrollen sus actividades de manera adecuada | | | |

| | |
|---|---|
| Experiencia | Tres años o más en cargos de administrador, consultorías, asesoría, jefatura o dirección en las áreas de Administración, preferiblemente de empresas de rubro alimenticio |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual |
| Remuneración | S/4,500 soles |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley |
| Jornada | Diurna, cargo de confianza |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm |
| Tipo desueldo | Fijo mensual |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 125.

*Asistente Administrativo*

| **Nombre del Puesto** | **Asistente Administrativo** | | | |
|---|---|---|---|---|
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Técnico | Profesión | Técnico en Administración de Empresas |
| | Maestría o Especialización | No necesario | Edad | Entre 25 -40 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Ingles a nivel Intermedio<br>Conocimiento de Procesos de Producción | | |
| Competencias | Iniciativa y dinamismo<br>Propositivo y con creatividad<br>Orientación a la solución de problemas<br>Liderazgo y toma de decisiones<br>Integridad y confidencialidad<br>Facilidad de palabra y capacidad de diálogo<br>Facilidad para interactuar con el entorno interno y externo | | | |
| Funciones del Puesto | Elaborar y analizar reportes de resultados en PURUM S.A.C referente a el área administrativa<br>Elaboración de informes gerenciales solicitados por el Gerente de PURUM S.A.C proponer y desarrollar mejoras dentro de su área de trabajo<br>Dar soporte necesario al Administrador para cumplir con las obligaciones de pagos a los proveedores (Elaboración de guías y facturas)<br>Dar el Soporte al Administrador en coordinación y Supervisión de los servicios tercerizados como Contador y Legal, Limpieza, Vigilancia, Sistemas y así dar las facilidades a las otras áreas para que desarrollen sus actividades de manera adecuada | | | |
| Experiencia | Tres años o más en cargos de asistencia, consultorías, asesoría, jefatura o dirección en las áreas de Administración, preferiblemente de empresas de rubro alimenticio | | | |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal | | | |

| | |
|---|---|
| Remuneración | S/2,000 soles |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley |
| Jornada | Diurna |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 13:00 pm |
| Tipo desueldo | Fijo mensual |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 126.

*Jefe de operaciones*

| **Nombre del Puesto** | **Jefe de Operaciones** | | | |
|---|---|---|---|---|
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Universitario Titulado y Colegiado | Profesión | Industria Alimentaria o Ingeniería Industrial |
| | Maestría o Especialización | Maestría | Edad | Entre 25 -40 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Ingles a nivel Intermedio<br>Conocimiento de Procesos de Producción | | |
| Competencias | Liderazgo y toma de decisiones<br>Capacidad de planificación<br>Capacidad de organizar el proceso en función de los recursos disponibles orientado a la eficacia y eficiencia<br>Capacidad de orientar la acción de grupos humanos en una dirección determinada, establecer objetivos, llevar a cabo seguimiento y feedback.<br>Capacidad de empoderar al equipo de trabajo en función del logro de resultados.<br>Capacidad de relevar los detalles significativos del proceso de forma eficiente y eficaz en relación los lineamientos productivos | | | |
| Funciones del Puesto | Garantizar el funcionamiento de los diferentes procesos productivos en PURUM S.A.C de acuerdo con el programa de producción.<br>Supervisar de manera activa las actividades de la planta, siempre alineados a las normas de seguridad industrial y los programas de producción.<br>Supervisar la entrega de materiales y recursos necesarios para poder garantizar el correcto funcionamiento de la planta<br>Mantener una comunicación constante con el área de producción y el área comercial<br>Realizar el cierre oportuno de las órdenes de producción para esto debe de realizar el seguimiento respectivo de estas.<br>Coordinar y realizar la distribución de productos a los puntos de venta<br>Velar por el adecuado mantenimiento de todos los activos y el abastecimiento logístico para un adecuado proceso, por ende, coordinara y supervisara los servicios tercerizados como el mantenimiento y el transporte | | | |
| Experiencia | Experiencia mínima de 4 años en el rubro o afines y cargo de jefaturas de producción (Carnet de sanidad vigente) | | | |

| | |
|---|---|
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal |
| Remuneración | S/6,000 soles |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley |
| Jornada | Diurna, cargo de confianza |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 1:00 pm |
| Tipo desueldo | Fijo mensual |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 127.

*Analista de laboratorio*

| **Descripción y perfil del Puesto** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nombre del Puesto | Analista de laboratorio CC/ID | | | |
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Técnico o universitario | Profesión | Industria Alimentaria o Careras a fines |
| | Maestría o Especialización | | Edad | Entre 22 -45 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Ingles a nivel Intermedio<br>Conocimiento de Procesos de Producción | | |
| Competencias | Liderazgo y toma de decisiones<br>Capacidad de organizar el proceso en función de los recursos disponibles orientado a la eficacia y eficiencia<br>Ser detallista y capaz de proponer opciones de mejora al proceso<br>Ser disciplinado en consecuente en la toma de decisiones<br>Garantizar que el producto producido en planta cumpla con todas las especificaciones diseñadas y aprobadas. | | | |
| Funciones del Puesto | Coordinar directamente con el laboratorio a fin de revisar y autorizar información relacionada con el producto<br>Supervisar y asegurarse de la competencia técnica de todo el personal técnico que trabaja en planta | | | |
| Experiencia | Experiencia mínima de 4 años en el rubro o afines y cargo de jefaturas de producción (Carnet de sanidad vigente) | | | |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal | | | |
| Remuneración | S/2,500 soles | | | |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley | | | |
| Jornada | Diurna | | | |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 1:00 pm | | | |
| Tipo desueldo | Fijo mensual | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 128.

*Operario de producción*

| **Descripción y perfil del Puesto** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nombre del Puesto | Operario de Producción | | | |
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Técnico – Secundaria completa | Profesión | |
| | Maestría o Especialización | - | Edad | Entre 18 -28 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Conocimiento de Ventas – uso de caja registradora | | |
| Competencias | Excelente actitud de servicio<br>Trabajo en Equipo<br>Integridad y confidencialidad | | | |
| Funciones del Puesto | Cumplir con el plan de producción dado por la respectiva Jefatura.<br>Realizar el check list diario del equipo y materiales que utiliza se a fin de garantizar que se encuentren en buen estado, en caso de encontrar una observación debe de reportar de manera inmediata a su supervisor o jefatura<br>Es responsable de colocar los desechos de materiales producidos durante el turno en las respectivas áreas diseñadas para tal fin<br>Tener una participación activa en las medidas de seguridad de la planta reportando periódicamente cualquier problema. | | | |
| Experiencia | Experiencia mínima de 2 años en el rubro o afines | | | |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal | | | |
| Remuneración | S/930 soles | | | |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley | | | |
| Jornada | Diurna | | | |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 1:00 pm | | | |
| Tipo desueldo | Fijo mensual | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 129.

*Jefe Comercial y ventas*

| Descripción y perfil del Puesto | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nombre del Puesto | Jefe Comercial y Ventas | | | |
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Universitario Titulado y Colegiado | Profesión | Administración de Empresa o Marketing, carreras afines |
| | Maestría o Especialización | Maestría | Edad | Entre 25 -40 años |
| | | Ms Office a nivel Avanzado | | |
| | | Ingles a nivel Intermedio | | |
| | Otros | Conocimiento de Ventas y Marketing - Disponibilidad para viajar al interior del país | | |
| Competencias | Liderazgo y toma de decisiones<br>Capacidad de planificación<br>Comunicación corporativa<br>Capacidad de organizar el proceso en función de los recursos disponibles orientado a la eficacia y eficiencia<br>Facilidad de palabra y capacidad de diálogo<br>Facilidad para interactuar con el entorno interno y externo | | | |
| Funciones del Puesto | En coordinación con la Gerencia de PURUM S.A.C debe de realizar el plan estratégico comercial, este debe de tener el plan de ventas anual y los planes de acción respectivos para su implementación<br>Desarrollar planes de acción para el cumplimiento de objetivos mensuales y anuales de ventas<br>Realizar los reportes de manera mensual respecto a las ventas a fin de evaluar los resultados mensuales y anuales.<br>Apertura a nuevos mercados y cuentas en Lima<br>Coordinar y supervisar los servicios tercerizados de Community Manager y distribución final “globo”. | | | |
| Experiencia | Experiencia mínima de 4 años en el rubro o afines y cargo de jefaturas comerciales (Carné de sanidad vigente) | | | |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal | | | |
| Remuneración | S/4,500 soles | | | |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley | | | |
| Jornada | Diurna, cargo de confianza | | | |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 1:00 pm | | | |
| Tipo desueldo | Fijo mensual | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 130.

*Ejecutivo de ventas*

| Descripción y perfil del Puesto | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nombre del Puesto | Ejecutivo de ventas | | | |
| Formación Académica | Grado de Instrucción | Técnico – | Profesión | Marketing y carreras afines |
| | Maestría o Especialización | - | Edad | Entre 22 -45 años |
| | Otros | Ms Office a nivel Avanzado<br>Conocimiento de Ventas – uso de caja registradora | | |
| Competencias | Excelente actitud de servicio<br>Facilidad de palabra y capacidad de diálogo<br>Integridad y confidencialidad<br>Saber escuchar y saber hablar | | | |
| Funciones del Puesto | Facturación de los ítems escogidos por el cliente<br>Tener el control diario de sus ventas y realizar los reportes respectivos<br>Retroalimentar a la Jefatura Comercial de la eficiencia en las estrategias de ventas de PURUM S.A.C para buscar la mejora continua. | | | |
| Experiencia | Experiencia mínima de 1 año en el rubro o afines | | | |
| Tipo de contrato | Contrato de Naturaleza Temporal | | | |
| Remuneración | S/2,000 soles | | | |
| Beneficios Sociales | De acuerdo con Ley | | | |
| Jornada | Diurna | | | |
| Horario | Lunes a viernes de 8:00 am – 5:00 pm<br>Sábado 9:00 am – 1:00 pm | | | |
| Tipo desueldo | Fijo mensual | | | |

*Nota*: Elaboración propia

### 5.2.4. Descripción de las actividades de los servicios por terceros

Como se evidencia en la tabla 122 los servicios a tercerizar serán:

- Contador y Soporte Legal:
  Soporte al área administrativa a fin de cumplir con todas las obligaciones de tributarias, laborales y legales.
  - Tributarias: Hacer seguimiento a todos los comprobantes emitidos y recibidos para y así llevar el registro mensual de los libros generales de la compañía. Con esto se tendrá identificado todos los activos y pasivos de la compañía (Reportes financieros al directorio)
  - Laborales: Validar el cálculo administrativo que se ha realizado respecto a las planillas y los impuestos que esto involucra (renta de quinta, CTS, etc.)
  - Legales: Dar el acompañamiento necesario brindando las asesorías correspondientes ante cualquier proceso o diligencia legal
- Community Manager:

Soporte al área comercial encargándose del marketing digital por ende es responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de la marca

- Transporte:

Soporte a la organización para poder realizar cualquier tipo de movimiento logístico orientado a la producción como:

  - Traslado de insumos desde nuestros proveedores hacia nuestros centros de producción.
  - Traslado de productos a los centros distribución
  - Transporte
  - Traslado de productos hacia nuestros clientes (delivery)
- Vigilancia:

Soporte al área administrativa a fin de que la compañía tenga la seguridad requerida para salvaguardad sus activos físicos y la de sus colaboradores para brindar las condiciones necesarias de un adecuado trabajo dentro de la organización.

- Limpieza:

Soporte al área administrativa para realizar trabajos de orden y limpieza en oficinas, servicios higiénicos, área de producción, entre otras

- Mantenimiento:

Soporte al área de Producción para garantizar la confiabilidad necesaria en los activos cumpliendo la realización del mantenimiento preventivo y correctivo.

- Sistemas:

Soporte a todas las áreas en el Instalación y actualización de utilidades de software, manteamiento de los equipos y detección de averías.

### 5.2.5. Aspecto Laboral.

Dentro de nuestra normativa la actividad empresarial se clasifica en base a dos criterios:

- Por su naturaleza: Las labores pueden ser principales o complementarias
- Por su duración: Las labores pueden ser permanentes o temporales
- De la combinación de los tipos de actividades se obtiene lo siguientes escenarios

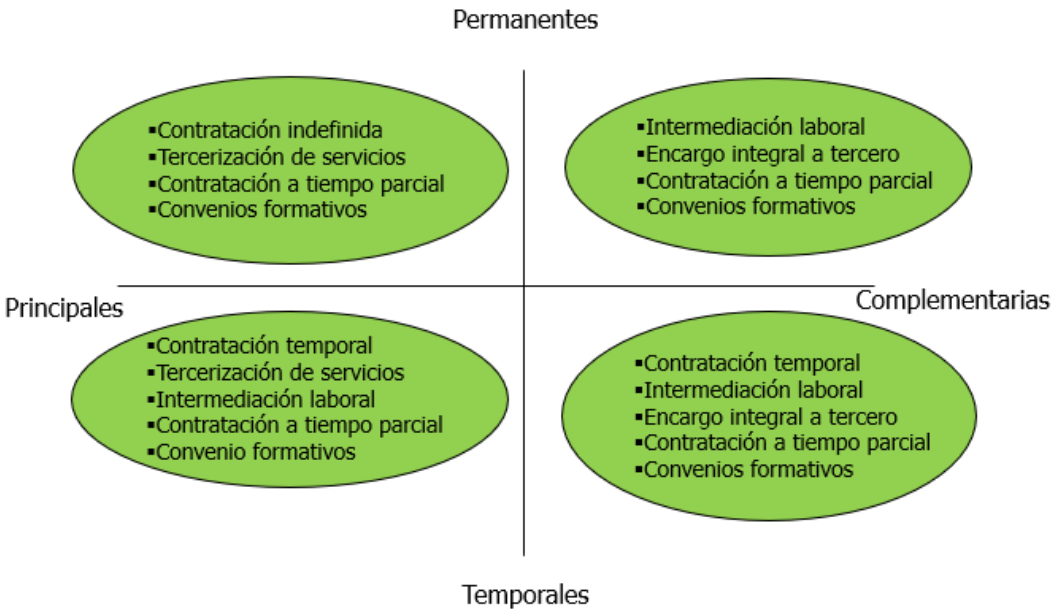



*Figura 72.* Actividades Empresariales

*Nota*: Curso de Gerencia de Recursos Humanos - ESAN

Para la constitución de nuestra empresa nos enfocaremos en dos tipos de contratos: Contratación temporal y la tercerización de servicios

Respecto a la Contratación de Naturaleza Temporal se presenta toda la opción con sus respectivas bases legales como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 131.

*Contratos de Naturaleza Temporal*

| | MODALIDAD | BASE LEGAL | OBJETO | DURACIÓN MÁXIMA | CONSIDERACIONES |
|---|---|---|---|---|---|
| TEMPORALES | Inicio o incremento de actividad | 57º LPCL<br>76º Reglamento | Inicio o incremento de actividad empresarial | 3 años | Se entiende por inicio o incremento de actividad:<br>apertura de establecimientos o mercados<br>inicio de nuevas actividades<br>incremento de actividades ya existentes. |
| | Necesidades de mercado | 58º LPCL<br>76º Reglamento | Incrementos coyunturales de producción originados por variaciones sustanciales de demanda | 5 años | Se debe precisar causa objetiva justificante de contratación |
| | Reconversión empresarial | 59º LPCL<br>76º Reglamento | Sustitución, ampliación o modificación de actividades empresariales | 2 años | Variaciones de carácter tecnológico y de procedimientos productivos y administrativos |
| ACCIDENTALES | Ocasional | 60º LPCL<br>77º, 78º Reglamento | Necesidades transitorias distintas a la actividad habitual | 6 meses al año | Existen otras opciones de contratación para cubrir servicio ocasional |
| | Suplencia | 61º LPCL<br>77º, 78º Reglamento | Sustitución de trabajador estable con vínculo laboral suspendido | 5 años | Permite sustitución en cadena |
| | Emergencia | 62º LPCL<br>77º, 78º Reglamento | Caso fortuito o fuerza mayor | 5 años (*) | Eventos inevitables, irresistibles e imprevisibles |
| DE OBRA O SERVICIO | Específico | 63º LPCL<br>79º, 80º Reglamento | Servicios con objeto previamente establecido y duración determinada | 5 años | Se debe precisar si es obra o servicio |
| | Intermitente | 64º - 66º LPCL | | 5 años | Genera derecho de preferencia en contratación |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 79º, 80º Reglamento | Actividades permanentes y discontinuas de ejecución irregular | | Se debe consignar circunstancias que generan reanudación del servicio |
| Temporada | 67º - 71º LPCL | Actividades permanentes y discontinuas de ejecución regular o cíclica | 5 años | Genera derecho de preferencia en contratación<br>Se debe precisar:<br>la duración de temporada;<br>la naturaleza de actividad de empresa; y<br>la naturaleza de labores del trabajador. |
| | 79º, 80º Reglamento | | | |

*Nota*: Ley de Productividad y Competitividad Laboral (LPCL)

Así mismo respecto a la Tercerización de Servicios se presenta la siguiente tabla donde se ven todos los requisitos y características.

Tabla 132.

*Tercerización de Servicios*

| MATERIA | DESCRIPCIÓN | BASE LEGAL |
|---|---|---|
| DEFINICIÓN LEGAL | -Forma de organización empresarial por la que empresa encarga desarrollo de una o más partes de actividad principal a una o más empresas, que le proveen de obras o servicios vinculados o integrados a la misma | Art. 1° D.S. N° 006-2008-TR |
| | Exige desplazamiento permanente de trabajadores a local se empresa cliente | |
| OBJETO DE CONTRATO | Prestación de servicios ESPECIALIZADOS | Art. 3° Ley 27626<br>Art. 1° D. S. Nº 008-2007- TR |
| CARACTERÍSTICAS | Desplazamiento de trabajador destacado<br>Concentración del poder de dirección | - |
| REQUISITOS | Ejecutar servicio por cuenta y riesgo propio<br>Contar con recursos propios | Art. 2° Ley 29245 |
| | Ejercicio exclusivo de poder de dirección | Art. 3° D. S. Nº 006-2008- TR |
| | Ser responsable por resultados del servicio prestado | |
| CARACTERÍSTICASLEGALES | Pluralidad de clientes. Admite excepciones<br>Equipamiento ¿propio?<br>Inversión de capital<br>Forma de retribución por obra o servicio | Art. 4° D.S. N° 006-2008-TR |
| DERECHOS Y GARANTIAS | Tienen derecho a beneficios de régimen laboral de actividad privada | Art. 9° Ley 29245 |
| | Solidaridad: respecto de BB SS legales y por 1 año desde término de desplazamiento | Arts. 2°, 3° y 4° D. Leg. 1038<br>Art. 7° D. S. Nº 006-2008- TR |
| DESNATURALIZACIÓN | Incumplimiento de requisitos y/o características legales<br>Genera incorporación de trabajadores tercerizados a planilla de empresa cliente | Arts. 5° Ley 29245 |
| | Genera incorporación de trabajadores tercerizados a planilla de empresa cliente<br>Genera cancelación de registro de tercerizadora ¿excesivo? | Art. 5° D. S. Nº 006-2008-TR |

*Nota*: Ley de Productividad y Competitividad Laboral (LPCL)

**a) Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados**

El personal de PURUM S.A.C tendrá todos los beneficios de ley desde el primer momento, tendrán un contrato de naturaleza temporal por inicio de actividades, como se ve en la tabla 131 este está amparado en el Decreto Legislativo N° 728.

"El contrato temporal por inicios de una nueva actividad es aquél celebrado entre un empleador y un trabajador originados por el inicio de una nueva actividad empresarial. Su duración máxima es de tres años" (Ministerio de Trabajo_Ley de Productividad y Competitividad Laboral (LPCL) D.S. N° 003-97-TR, artículo N° 57)

Respecto al plazo de contrato se tiene: "los contratos para el personal de confianza y para el personal de dirección será no menor a un año." (Ministerio de Trabajo_Ley de Productividad y Competitividad Laboral (LPCL) D.S. N° 003-97-TR, artículo N° 10)

Respecto a los operarios estarán sujetos a un contrato con modalidad de prueba de 3 meses y con renovación de 3 meses.

Respecto la necesidad administrativa con la contabilidad y a la Comercial respecto al Marketing contamos con personas que nos brindarán este soporte, bajo la modalidad de contrato de locación de servicios - renovado mensualmente

Tabla 133.

Contratación de los diferentes puestos

| Cargo & Servicio | Tipo de Contrato | Periodo |
|---|---|---|
| Gerente General | Contrato Permanente | |
| Jefe de Administración y Finanzas | Contrato de Naturaleza Temporal | 6 meses |
| Asistente Administrativo | Contrato de Naturaleza Temporal | 3 meses |
| Jefe de Operaciones | Contrato de Naturaleza Temporal | 6 meses |
| Operarios de Producción | Contrato de Naturaleza Temporal | 3 meses |
| Analista de Laboratorio CC/IC | Contrato de Naturaleza Temporal | 3 meses |
| Jefe Comercial y Ventas | Contrato de Naturaleza Temporal | 6 meses |
| Ejecutivo de Ventas | Contrato de Naturaleza Temporal | 3 meses |
| Servicio de Limpieza | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Servicio de Vigilancia | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Contador y Legal | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Servicio de Mantenimiento | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Servicio de Transporte | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Community Manager | contrato de locación de servicios | Mensual |
| Servicio de Sistemas | contrato de locación de servicios | Mensual |

*Nota*: Elaboración propia

**b) Régimen laboral de puestos de trabajo:**

Nuestra empresa PURUM S.A.C. realizara la contratación laboral mediante el régimen laboral general de empresa, este régimen tiene como soporte el siguiente índice legislativo.

**Contrato de Trabajo:**

- Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo 728, aprobado por Decreto supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral
- Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo 728, aprobado por Decreto supremo N° 002-97-TR, Ley de la Formación y Promoción Laboral
- Decreto Supremos N° 001-96-TR, Reglamento de Ley de Fomento de Empleo
- Tercerización de servicios
- Ley 29245, Ley de tercerización de Servicios
- Decreto Legislativo 1038, Precisan alcances de Ley de Tercerización de Servicios
- Decreto Supremo N° 006-2008-TR, Reglamento de Ley de Tercerización de Servicios.

Adicionalmente como nuestra empresa pertenece a la pequeña empresa los beneficios según ley serán:

Tabla 134.

*Beneficios de la Pequeña Empresa según Ley*

| PEQUEÑA EMPRESA |
|---|
| Remuneración Mínima Vital (RMV) |
| Jornada de trabajo de 8 horas o 48 horas semanales |
| Descanso semanal y en días feriados |
| Remuneración por trabajo en sobretiempo |
| Descanso vacacional de 15 días calendarios |
| Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD |
| Cobertura Previsional |
| Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración) |
| Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR) |
| Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad) |
| Derecho a participar en las utilidades de la empresa |
| Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración. |
| Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada. |

*Nota*: Elaboración propia

### c) Planilla para todos los años del proyecto:

Tabla 135.

*Planilla del personal para todos los años*

| | | Cantidad de trabajadores por año | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Área** | **Puestos** | **Año 1** | **Año 2** | **Año 3** | **Año 4** | **Año 5** | **Remuneración Mensual - Año 1** | **Remuneración Mensual - Año 2** | **Remuneración Mensual - Año 3** | **Remuneración Mensual - Año 4** | **Remuneración Mensual - Año 5** |
| Administrativa | Gerente General | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8,500.00 | 8,500.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 |
| Administrativa | Jefe de Administración y Finanzas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,950.00 | 4,950.00 | 4,950.00 |
| Administrativa | Asistente Administrativo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,200.00 | 2,200.00 | 2,200.00 |
| Comercial y Ventas | Jefe comercial y ventas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,950.00 | 4,950.00 | 4,950.00 |
| Comercial y Ventas | Ejecutivo de ventas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,200.00 | 2,200.00 | 2,200.00 |
| Operaciones | Jefe de Operaciones | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,600.00 | 6,600.00 | 6,600.00 |
| Operaciones | Analista de Laboratorio CC/ID | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,750.00 | 2,750.00 | 2,750.00 |
| Operaciones | Operarios | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,320.00 | 1,320.00 | 1,320.00 |
| | **Total de Trabajadores** | **10** | **11** | **11** | **11** | **11** | | | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 136.

*Planilla del área Administrativa*

| **Área** | **Puestos** | **Año 1** | **Año 2** | **Año 3** | **Año 4** | **Año 5** | **Remuneración Mensual en S/ 2020** | **Remuneración Mensual en S/ 2021** | **Remuneración Mensual en S/ 2022** | **Remuneración Mensual en S/ 2023** | **Remuneración Mensual en S/ 2024** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Administrativa | Gerente General | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | S/. 8,500 | S/. 8,500 | S/. 9,350 | S/. 9,350 | S/. 9,350 |
| Administrativa | Jefe de Administración y Finanzas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | S/. 4,500 | S/. 4,500 | S/. 4,950 | S/. 4,950 | S/. 4,950 |
| Administrativa | Asistente Administrativo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | S/. 2,000 | S/. 2,000 | S/. 2,200 | S/. 2,200 | S/. 2,200 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 137.

*Cuadro de provisiones del área administrativa Dic. 2019 – Dic.2020*

| **Cuadro de provisiones** | **Dic-19** | **Ene-20** | **Feb-20** | **Mar-20** | **Abr-20** | **May-20** | **Jun-20** | **Jul-20** | **Ago-20** | **Set-20** | **Oct-20** | **Nov-20** | **Dic-20** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Gerente General | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 |
| Jefe de Administración y Finanzas | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 |
| Asistente Administrativo | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** | **15,000.00** |
| Gratificación(1/12) | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 | 1,250.00 |
| **Total Sueldo** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** | **16,250.00** |
| CTS(1/24) | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 | 677.08 |
| Essalud (9%) | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 |
| SCTR 1% del sueldo | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 |
| **Gasto total Administrativo** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** | **18,539.58** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 138.

*Cuadro de provisiones del área administrativa 2020 – 2024*

| Cuadro de provisiones | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Gerente General | 102,000.00 | 102,000.00 | 112,200.00 | 112,200.00 | 112,200.00 |
| Jefe de Administración y Finanzas | 54,000.00 | 54,000.00 | 59,400.00 | 59,400.00 | 59,400.00 |
| Asistente Administrativo | 24,000.00 | 24,000.00 | 26,400.00 | 26,400.00 | 26,400.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **180,000.00** | **180,000.00** | **198,000.00** | **198,000.00** | **198,000.00** |
| Gratificación(1/12) | 15,000.00 | 15,000.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 |
| **Total Sueldo** | **195,000.00** | **195,000.00** | **214,500.00** | **214,500.00** | **214,500.00** |
| CTS(1/24) | 8,125.00 | 8,125.00 | 8,937.50 | 8,937.50 | 8,937.50 |
| Essalud (9%) | 16,200.00 | 16,200.00 | 17,820.00 | 17,820.00 | 17,820.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,485.00 | 1,485.00 | 1,485.00 |
| SCTR 1% del sueldo | 1,800.00 | 1,800.00 | 1,980.00 | 1,980.00 | 1,980.00 |
| **Gasto total Administrativo** | **222,475.00** | **222,475.00** | **244,722.50** | **244,722.50** | **244,722.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 139.

*Cuadro del pago total de la planilla administrativa Dic. 2019 – Dic. 2020*

| Cuadro de pagos | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 180,000.00 | 180,000.00 | 198,000.00 | 198,000.00 | 198,000.00 |
| Gratificación | 1,250.00 | | | | | | | 7,500.00 | | | | | 7,500.00 | 15,000.00 | 15,000.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 |
| Pago de CTS | | | | | | 3,385.42 | | | | | | 4,062.50 | | 7,447.92 | 8,125.00 | 8,937.50 | 8,937.50 | 8,937.50 |
| Essalud | 0.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 16,200.00 | 16,200.00 | 17,820.00 | 17,820.00 | 17,820.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 112.50 | | | | | | | 675.00 | | | | | 675.00 | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,485.00 | 1,485.00 | 1,485.00 |
| SCTR 1% del sueldo | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 1,800.00 | 1,800.00 | 1,980.00 | 1,980.00 | 1,980.00 |
| **Pago Total planilla administrativa** | **16,512.50** | **16,500.00** | **16,500.00** | **16,500.00** | **16,500.00** | **19,885.42** | **16,500.00** | **24,675.00** | **16,500.00** | **16,500.00** | **16,500.00** | **20,562.50** | **24,675.00** | **221,797.92** | **222,475.00** | **244,722.50** | **244,722.50** | **244,722.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 140.

*Cuadro del pago total de la planilla administrativa. 2020 - 2024*

| Cuadro de pagos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 180,000.00 | 180,000.00 | 198,000.00 | 198,000.00 | 198,000.00 |
| Gratificación | 15,000.00 | 15,000.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 |
| Pago de CTS | 7,447.92 | 8,125.00 | 8,937.50 | 8,937.50 | 8,937.50 |
| Essalud | 16,200.00 | 16,200.00 | 17,820.00 | 17,820.00 | 17,820.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 1,350.00 | 1,350.00 | 1,485.00 | 1,485.00 | 1,485.00 |
| SCTR 1% del sueldo | 1,800.00 | 1,800.00 | 1,980.00 | 1,980.00 | 1,980.00 |
| **Pago Total planilla administrativa** | **221,797.92** | **222,475.00** | **244,722.50** | **244,722.50** | **244,722.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 141.

*Planilla del Área de Ventas*

| Área | Puestos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Remuneración Mensual en S/ 2020 | Remuneración Mensual en S/ 2021 | Remuneración Mensual en S/ 2022 | Remuneración Mensual en S/ 2023 | Remuneración Mensual en S/ 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Comercial y Ventas | Jefe comercial y ventas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4500 | 4500 | 4950 | 4950 | 4950 |
| Comercial y Ventas | Ejecutivo de ventas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2000 | 2000 | 2200 | 2200 | 2200 |
| | **Total** | **2.00** | **2.00** | **2.00** | **2.00** | **2.00** | | | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 142.

*Cuadro de provisiones del área de ventas Dic. 2019 – Dic.2020*

| Cuadro de provisiones | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jefe comercial y ventas | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 | 4,500.00 |
| Ejecutivo de ventas | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** | **6,500.00** |
| Gratificación(1/12) | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 | 541.67 |
| **Total Sueldo** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** | **7,041.67** |
| CTS(1/24) | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 | 293.40 |
| Essalud (9%) | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 | 48.75 |
| SCTR 1% del sueldo | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| **Gasto planilla fija de ventas** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** | **8,033.82** |
| Comisión ventas 0.5% | 0.00 | 299.72 | 361.98 | 424.23 | 432.55 | 494.81 | 370.30 | 596.05 | 533.79 | 471.54 | 684.35 | 746.60 | 808.86 |
| **Total gasto planilla comercial y ventas** | **8,033.82** | **8,333.54** | **8,395.79** | **8,458.05** | **8,466.37** | **8,528.63** | **8,404.12** | **8,629.87** | **8,567.61** | **8,505.36** | **8,718.17** | **8,780.42** | **8,842.68** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 143.

*Cuadro de provisiones del área de ventas 2020 - 2024*

| Cuadro de provisiones | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Jefe comercial y ventas | 54,000.00 | 54,000.00 | 59,400.00 | 59,400.00 | 59,400.00 |
| Ejecutivo de ventas | 24,000.00 | 24,000.00 | 26,400.00 | 26,400.00 | 26,400.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **78,000.00** | **78,000.00** | **85,800.00** | **85,800.00** | **85,800.00** |
| Gratificación(1/12) | 6,500.00 | 6,500.00 | 7,150.00 | 7,150.00 | 7,150.00 |
| **Total Sueldo** | **84,500.00** | **84,500.00** | **92,950.00** | **92,950.00** | **92,950.00** |
| CTS(1/24) | 3,520.83 | 3,520.83 | 3,872.92 | 3,872.92 | 3,872.92 |
| Essalud (9%) | 7,020.00 | 7,020.00 | 7,722.00 | 7,722.00 | 7,722.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 585.00 | 585.00 | 643.50 | 643.50 | 643.50 |
| SCTR 1% del sueldo | 780.00 | 780.00 | 858.00 | 858.00 | 858.00 |
| **Gasto planilla fija de ventas** | **96,405.83** | **96,405.83** | **106,046.42** | **106,046.42** | **106,046.42** |
| Comisión ventas 0.5% | **6,224.77** | **7,012.95** | **7,690.20** | **8,379.85** | **9,082.81** |
| **Total gasto planilla comercial y ventas** | **102,630.61** | **103,418.78** | **113,736.62** | **114,426.26** | **115,129.23** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 144.

*Cuadro del pago total de la planilla de ventas Dic.2019 – Dic.2020*

| Cuadro de pagos | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 | 6,500.00 |
| Gratificación | 541.67 | 0.00 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 3,250.00 | 0.00 | | 0.00 | | 3,250.00 |
| Pago de CTS | | | | | | 1,467.01 | | | | | | 1,760.42 | |
| Essalud | 0.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 | 585.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 48.75 | | | | | | | 292.50 | | | | | 292.50 |
| SCTR 1% del sueldo | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| Comisión ventas 0.5% | | 299.72 | 361.98 | 424.23 | 432.55 | 494.81 | 370.30 | 596.05 | 533.79 | 471.54 | 684.35 | 746.60 | 808.86 |
| **Pago total de comercial y ventas** | **7,155.42** | **7,449.72** | **7,511.98** | **7,574.23** | **7,582.55** | **9,111.82** | **7,520.30** | **11,288.55** | **7,683.79** | **7,621.54** | **7,834.35** | **9,657.02** | **11,501.36** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 145.

*Cuadro del pago total de la planilla de ventas 2020 - 2024*

| Cuadro de pagos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 78,000.00 | 78,000.00 | 85,800.00 | 85,800.00 | 85,800.00 |
| Gratificación | 6,500.00 | 6,500.00 | 7,150.00 | 7,150.00 | 7,150.00 |
| Pago de CTS | 3,227.43 | 3,520.83 | 3,872.92 | 3,872.92 | 3,872.92 |
| Essalud | 7,020.00 | 7,020.00 | 7,722.00 | 7,722.00 | 7,722.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 585.00 | 585.00 | 643.50 | 643.50 | 643.50 |
| SCTR 1% del sueldo | 780.00 | 780.00 | 858.00 | 858.00 | 858.00 |
| Comisión ventas 0.5% | 6,224.77 | 7,012.95 | 7,690.20 | 8,379.85 | 9,082.81 |
| **Pago total de comercial y ventas** | **102,337.20** | **103,418.78** | **113,736.62** | **114,426.26** | **115,129.23** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 146.

*Planilla del Área de Producción (Operarios)*

| Área | Puestos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Remuneración Mensual en S/ 2020 | Remuneración Mensual en S/ 2021 | Remuneración Mensual en S/ 2022 | Remuneración Mensual en S/ 2023 | Remuneración Mensual en S/ 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Operaciones | Operarios | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1200 | 1200.00 | 1320.00 | 1320.00 | 1320.00 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 147.

*Cuadro de provisiones del área de producción Nov.2019 – Dic.2020*

| Cuadro de provisiones | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Operarios | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** | **3,600.00** |
| Gratificación(1/12) | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 |
| **Total Sueldo** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** | **3,900.00** |
| CTS(1/24) | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 | 162.50 |
| Essalud (9%) | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 | 27.00 |
| Sctr(1%) | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 |
| **Costo MOD** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** | **4,449.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 148.

*Cuadro de provisiones del área de producción (operarios) 2020 - 2024*

| Cuadro de provisiones | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Operarios | 43,200.00 | 57,600.00 | 63,360.00 | 63,360.00 | 63,360.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **43,200.00** | **57,600.00** | **63,360.00** | **63,360.00** | **63,360.00** |
| Gratificación(1/12) | 3,600.00 | 4,800.00 | 5,280.00 | 5,280.00 | 5,280.00 |
| **Total Sueldo** | **46,800.00** | **62,400.00** | **68,640.00** | **68,640.00** | **68,640.00** |
| CTS(1/24) | 1,950.00 | 2,600.00 | 2,860.00 | 2,860.00 | 2,860.00 |
| Essalud (9%) | 3,888.00 | 5,184.00 | 5,702.40 | 5,702.40 | 5,702.40 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 324.00 | 432.00 | 475.20 | 475.20 | 475.20 |
| Sctr(1%) | 432.00 | 576.00 | 633.60 | 633.60 | 633.60 |
| **Costo MOD** | **53,394.00** | **71,192.00** | **78,311.20** | **78,311.20** | **78,311.20** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 149.

*Cuadro del pago total de la planilla de producción (operarios)*

| Cuadro de pagos | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 43,200.00 | 57,600.00 | 63,360.00 | 63,360.00 | 63,360.00 |
| Gratificación | 300.00 | 0.00 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 1,800.00 | 0.00 | | 0.00 | | 1,800.00 | 3,600.00 | 4,800.00 | 5,280.00 | 5,280.00 | 5,280.00 |
| Pago de CTS | 0.00 | | 0.00 | 0.00 | | 812.50 | | | | | | 975.00 | | 1,787.50 | 2,600.00 | 2,860.00 | 2,860.00 | 2,860.00 |
| Essalud | 0.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 3,888.00 | 5,184.00 | 5,702.40 | 5,702.40 | 5,702.40 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 27.00 | | | | | | | 162.00 | | | | | 162.00 | 324.00 | 432.00 | 475.20 | 475.20 | 475.20 |
| Sctr(1%) | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 432.00 | 576.00 | 633.60 | 633.60 | 633.60 |
| **Pago planilla MOD** | **3,963.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **4,772.50** | **3,960.00** | **5,922.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **4,935.00** | **5,922.00** | **53,231.50** | **71,192.00** | **78,311.20** | **78,311.20** | **78,311.20** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 150.

*Planilla del Área de Producción*

| Área | Puestos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Remuneración Mensual en S/ 2020 | Remuneración Mensual en S/ 2021 | Remuneración Mensual en S/ 2022 | Remuneración Mensual en S/ 2023 | Remuneración Mensual en S/ 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Operaciones | Jefe de Operaciones | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6000 | 6000 | 6600 | 6600 | 6600 |
| Operaciones | Analista de Laboratorio CC/ID | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2500 | 2500 | 2750 | 2750 | 2750 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 151.

*Cuadro de provisiones del área de producción Dic. 2019 – Dic. 2020*

| Cuadro de provisiones | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jefe de Operaciones | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 |
| Analista de Laboratorio CC/ID | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** | **8,500.00** |
| Gratificación(1/12) | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 | 708.33 |
| **Total Sueldo** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** | **9,208.33** |
| CTS(1/24) | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 | 383.68 |
| Essalud (9%) | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 | 63.75 |
| Sctr(1%) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| **Costo MOI** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** | **10,505.76** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 152.

*Cuadro de provisiones del área de producción 2020 - 2024*

| Cuadro de provisiones | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Jefe de Operaciones | 72,000.00 | 72,000.00 | 79,200.00 | 79,200.00 | 79,200.00 |
| Analista de Laboratorio CC/ID | 30,000.00 | 30,000.00 | 33,000.00 | 33,000.00 | 33,000.00 |
| **Total Sueldo Bruto** | **102,000.00** | **102,000.00** | **112,200.00** | **112,200.00** | **112,200.00** |
| Gratificación(1/12) | 8,500.00 | 8,500.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 |
| **Total Sueldo** | **110,500.00** | **110,500.00** | **121,550.00** | **121,550.00** | **121,550.00** |
| CTS(1/24) | 4,604.17 | 4,604.17 | 5,064.58 | 5,064.58 | 5,064.58 |
| Essalud (9%) | 9,180.00 | 9,180.00 | 10,098.00 | 10,098.00 | 10,098.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 765.00 | 765.00 | 841.50 | 841.50 | 841.50 |
| Sctr(1%) | 1,020.00 | 1,020.00 | 1,122.00 | 1,122.00 | 1,122.00 |
| **Costo MOI** | **126,069.17** | **126,069.17** | **138,676.08** | **138,676.08** | **138,676.08** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 153.

*Cuadro del pago total de la planilla de producción Dic.. 2019 – Dic. 2020*

| Cuadro de pagos | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 | 8,500.00 |
| Gratificación | 708.33 | 0.00 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 4,250.00 | 0.00 | | 0.00 | | 4,250.00 |
| Pago de CTS | 0.00 | | 0.00 | 0.00 | | 1,918.40 | | | | | | 2,302.08 | |
| Essalud | 0.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 | 765.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 63.75 | | | | | | | 382.50 | | | | | 382.50 |
| Sctr(1%) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| **Pago planilla MOI** | **9,357.08** | **9,350.00** | **9,350.00** | **9,350.00** | **9,350.00** | **11,268.40** | **9,350.00** | **13,982.50** | **9,350.00** | **9,350.00** | **9,350.00** | **11,652.08** | **13,982.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 154.

*Cuadro del pago total de la planilla de producción 2020 - 2024*

| Cuadro de pagos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 102,000.00 | 102,000.00 | 112,200.00 | 112,200.00 | 112,200.00 |
| Gratificación | 8,500.00 | 8,500.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 |
| Pago de CTS | 4,220.49 | 4,604.17 | 5,064.58 | 5,064.58 | 5,064.58 |
| Essalud | 9,180.00 | 9,180.00 | 10,098.00 | 10,098.00 | 10,098.00 |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 765.00 | 765.00 | 841.50 | 841.50 | 841.50 |
| Sctr(1%) | 1,020.00 | 1,020.00 | 1,122.00 | 1,122.00 | 1,122.00 |
| **Pago planilla MOI** | **125,685.49** | **126,069.17** | **138,676.08** | **138,676.08** | **138,676.08** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 155.

*Resumen Total pago de planillas Dic..2019 – Dic.2020*

| Cuadro resumen | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pago Total planilla administrativa | 16,512.50 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 19,885.42 | 16,500.00 | 24,675.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 16,500.00 | 20,562.50 | 24,675.00 |
| Pago total de comercial y ventas | 7,155.42 | 7,449.72 | 7,511.98 | 7,574.23 | 7,582.55 | 9,111.82 | 7,520.30 | 11,288.55 | 7,683.79 | 7,621.54 | 7,834.35 | 9,657.02 | 11,501.36 |
| Pago planilla MOD | 3,963.00 | 3,960.00 | 3,960.00 | 3,960.00 | 3,960.00 | 4,772.50 | 3,960.00 | 5,922.00 | 3,960.00 | 3,960.00 | 3,960.00 | 4,935.00 | 5,922.00 |
| Pago planilla MOI | 9,357.08 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 11,268.40 | 9,350.00 | 13,982.50 | 9,350.00 | 9,350.00 | 9,350.00 | 11,652.08 | 13,982.50 |
| **Total pago de planillas** | **36,988.00** | **37,259.72** | **37,321.98** | **37,384.23** | **37,392.55** | **45,038.14** | **37,330.30** | **55,868.05** | **37,493.79** | **37,431.54** | **37,644.35** | **46,806.60** | **56,080.86** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 156.

*Resumen Total pago de planillas 2020 - 2024*

| Cuadro resumen | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pago Total planilla administrativa | 221,797.92 | 222,475.00 | 244,722.50 | 244,722.50 | 244,722.50 |
| Pago total de comercial y ventas | 102,337.20 | 103,418.78 | 113,736.62 | 114,426.26 | 115,129.23 |
| Pago planilla MOD | 53,231.50 | 71,192.00 | 78,311.20 | 78,311.20 | 78,311.20 |
| Pago planilla MOI | 125,685.49 | 126,069.17 | 138,676.08 | 138,676.08 | 138,676.08 |
| **Total pago de planillas** | **503,052.11** | **523,154.95** | **575,446.40** | **576,136.05** | **576,839.01** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 157.

*Resumen Total pago de planillas y % de las ventas*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Valor de ventas en S/ | 1,244,954.50 | 1,402,590.00 | 1,538,040.00 | 1,675,969.00 | 1,816,562.00 |
| **Total pago de planillas** | **503,052.11** | **523,154.95** | **575,446.40** | **576,136.05** | **576,839.01** |
| % de las ventas | 40.41% | 37.30% | 37.41% | 34.38% | 31.75% |

*Nota*: Elaboración propia

**d) Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto:**

Tabla 158.

*Cuadro del total de gastos por servicios tercerizados*

| Servicios tercerizados | Monto en S/ | frecuencia | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Contabilidad y legal | 2,500 | Mensual | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 2,500.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 |
| Transporte | 1,400 | Mensual | | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 |
| Limpieza | 1,200 | Mensual | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 |
| Comunity Manager | 600 | Mensual | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 600.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 |
| Vigilancia | 1,400 | Mensual | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 |
| Sistemas | 350 | Semestral | 350.00 | | | | | | 350.00 | | | | | | 350.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| **Total servicios tercerizados** | | | **6,050.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,450.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,100.00** | **7,450.00** | **85,900.00** | **85,900.00** | **85,900.00** | **85,900.00** | **85,900.00** |

*Nota*: Elaboración propia

**e) Horario de trabajo de puestos de trabajo:**

En PURUM S.A.C se tendrá un horario de trabajo que cumplirá la normativa vigente.

Tabla 159.

*Horario de Personal*

| Cargo | Turno | Lunes a viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|
| Gerente General | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | Descanso | Descanso |
| Jefe de Administración y Finanzas | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | Descanso | Descanso |
| Asistente Administrativo | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |
| Jefe de Operaciones | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |
| Operarios de Producción | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |
| Analista de Laboratorio CC/IC | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |
| Jefe Comercial y Ventas | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |
| Ejecutivo de Ventas | 1 | 8:00 am – 5:00 pm | 9:00 am – 1:00 pm | Descanso |

*Nota*: Elaboración propia

# Capítulo VI. Estudio Técnico

## 6.1. Tamaño de proyecto

### 6.1.1. Capacidad Instalada.

#### a. Criterios.

Para hallar la capacidad instalada del proyecto se tomó en cuenta el proceso más lento que es el proceso de enfriamiento.

A continuación, se detallará la capacidad de esta máquina en términos anuales con respecto al producto terminado.

#### b. Cálculos.

Tabla 160.

*Capacidad instalada*

| Proceso | Enfriamiento | |
|---|---|---|
| Capacidad de máquina por día | 65.00 | Kg queso |
| Capacidad mensual en Kg (22 días al mes) | 1,430.00 | Kg al mes |
| Capacidad anual instalada | **17,160.00** | Kg al año |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.1.2. Capacidad Utilizada.

#### a. Criterios.

Para hallar la capacidad utilizada se procederá a realizar un contraste entre el programa de producción y la capacidad instalada para ver la evolución año a año de este concepto.

#### b. Cálculos.

Tabla 161.

*Unidades a producir 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural a producir | **41,772** | **45,799** | **50,182** | **54,546** | **58,787** |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir | **18,812** | **20,623** | **22,598** | **24,561** | **26,473** |
| Laminado 100 gr sabor natural a producir | **16,369** | **17,945** | **19,660** | **21,373** | **23,037** |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir | **9,080** | **9,957** | **10,905** | **11,856** | **12,778** |
| **Total unidades a producir** | **76,953** | **84,366** | **92,441** | **100,481** | **108,297** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 162.
*% Capacidad utilizada 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Capacidad utilizada (total Kg a producir (Tamaño nornal)) | 11,633 | 12,753 | 13,974 | 15,189 | 16,370 |
| Capacidad instalada en kg | 17,160 | 17,160 | 17,160 | 17,160 | 17,160 |
| **% de utilización** | 67.79% | 74.32% | 81.43% | 88.51% | 95.40% |
| **Capacidad ociosa** | 32.21% | 25.68% | 18.57% | 11.49% | 4.60% |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.1.3. Capacidad Máxima

#### a. Criterios.

Se tomaré en cuenta que se trabajarán las 24 horas del día, es decir 3 turnos en un escenario utópico o condiciones supra normales con el fin de saber cuánto se puede producir en un día como máximo sin interrupciones.

#### b. Cálculos.

Capacidad máxima asumiendo 3 turnos de 8 horas.

Tabla 163.
*Proceso de enfriamiento de queso vegetal*

| **Capacidad de máquina por día** | 65.00 | **Kg queso** | **Proceso** |
|---|---|---|---|
| Capacidad diaria máxima asumiendo 3 turnos (24 horas) | **195.00** | Kg por día | Capacidad de máquina por día |
| Capacidad mensual máxima asumiendo 3 turnos (24 horas) | **4,290.00** | Kg por mes | Capacidad mensual en Kg (22 días al mes) |
| Capacidad anual máxima asumiendo 3 turnos (24 horas) | **51,480.00** | Kg por año | Capacidad anual instalada |

*Nota*: Elaboración propia

## 6.2. Procesos

### 6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

A continuación, se describirán los pasos involucrados en el proceso de fabricación de queso vegetal.

1. Retiro de insumos de almacén de materia prima.
2. Las castañas deben ser acondicionadas para obtener la pasta homogénea que se ha de incorporar al queso vegetal. Las castañas crudas peladas han de ser seleccionadas; de manera que, se descarten aquellas que se encuentran dañadas o cualquier tipo de impurezas presentes en los sacos. Esto requiere de inspección visual y produce aproximadamente un 2% de merma, se realizará en una mesa de

acero inoxidable larga y se transportan con la ayuda de jabas de plástico y coche transportador.

3. Posteriormente, estas se pesan en la cantidad necesaria para el lote y se remojarán en tinas de acero inoxidable en cantidad suficiente de agua filtrada, por un tiempo aproximado de 2 horas y media, para facilitar su posterior molienda.
4. Las castañas remojadas se escurren con la ayuda de coladores de acero inoxidable y son molidas en una licuadora industrial con agua filtrada.
5. Para asegurar su inocuidad, dicha pasta será pasteurizada y enfriada en un pasteurizador eléctrico.
6. Por otro lado, los demás insumos secos serán pesados; mientras que, los líquidos serán dosificados. Los limones serán exprimidos, obteniendo el zumo de limón.
7. Una vez estén listos los insumos, en una marmita eléctrica con agitador se mezclará el agua filtrada con la harina instantánea de soya, y se calentará para facilitar la disolución del agar agar. Posteriormente, se añadirá el almidón de yuca y el aceite de coco, levadura nutricional, sal marina, orégano y tomillo (en caso de que el producto lo requiera) y se mezclará con la ayuda del agitador de marmita.
8. Luego se añadirá la pasta de castañas pasteurizada, la cual es transportada con la ayuda de un carro transportador. Se mezclará con la ayuda del agitador de la marmita.
9. La mezcla anterior se incorporará en moldes previamente desinfectados en una tina de acero inoxidable mediana, y se enfriará en una refrigeradora industrial para favorecer a la formación de la textura necesaria, finalmente se desmoldarán en mesas de acero inoxidable previamente desinfectadas. En caso de que el producto tenga la presentación de queso laminado, los productos desmoldados serán troceados con una cortadora.
10. Se realizará un muestreo del producto final para su análisis en los laboratorios del área de calidad.
11. Los productos se envasarán y etiquetarán en una maquina selladora al vacío y etiquetados de forma manual.

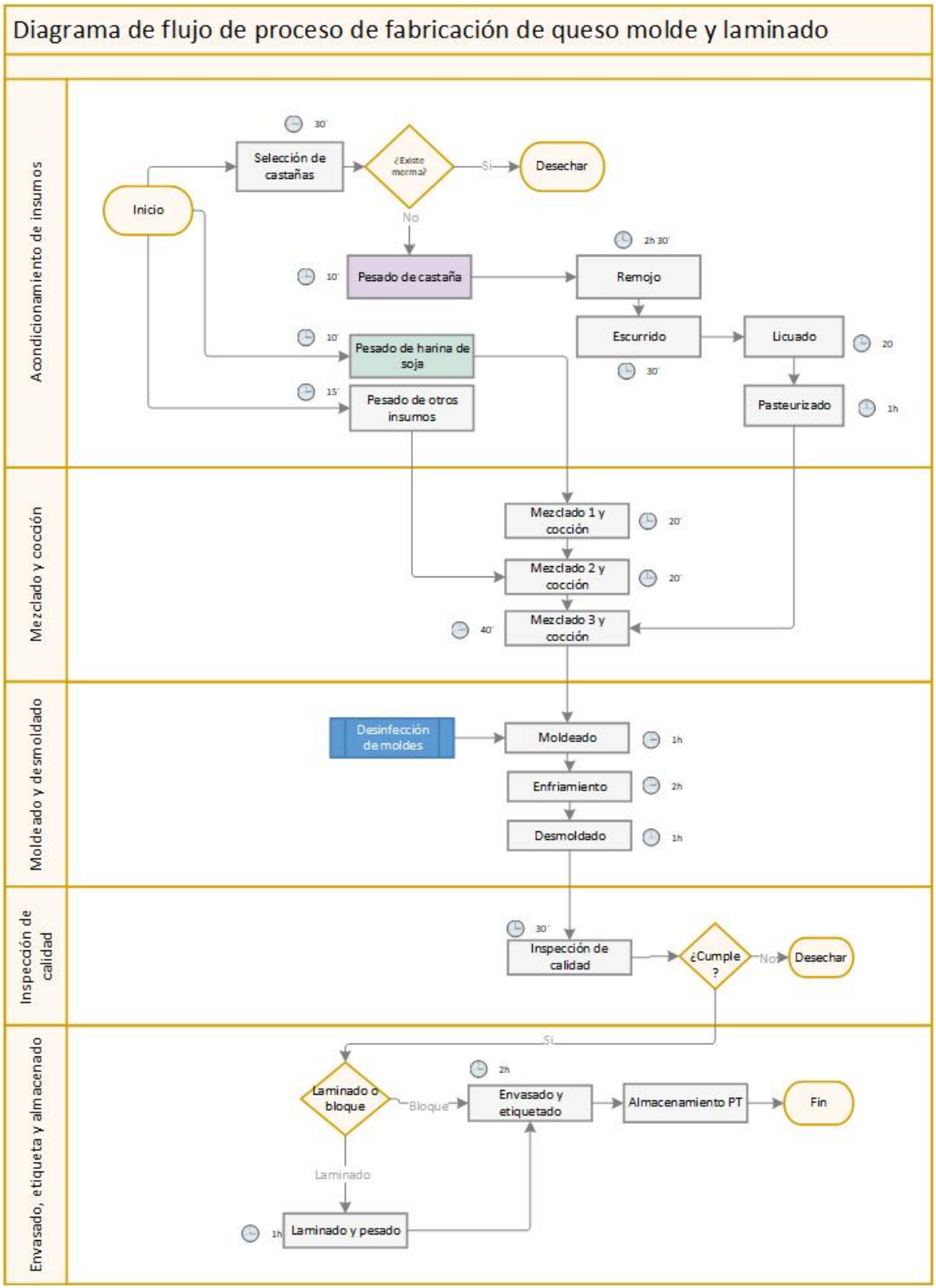



*Figura 73.* Diagrama de flujo de los procesos de producción de queso de molde de 150 gramos (natural y orégano-tomillo) y laminado de 100 gramos (natural y orégano-tomillo)

*Nota*: Elaboración propia

| CURSOGRAMA ANALÍTICO | | | | OPERARIO / MATERIAL / EQUIPO | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **DIAGRAMA** Núm: 01 Hoja Núm: 01 De: 01 | | | | **RESUMEN** | | | | |
| **OBJETO:** Elaboración de queso laminado | | | | **ACTIVIDAD** | | **ACTUAL** | **PROPUESTA** | |
| | | | | OPERACIÓN | | 16 | | |
| **Actividad:** Elaboración de queso laminado | | | | TRANSPORTE | | 8 | | |
| **Método:** ACTUAL | | | | ESPERA | | 2 | | |
| | | | | INSPECCIÓN | | 3 | | |
| **Lugar:** Planta de producción Purum Veggie | | | | ALMACENAMIENTO | | 2 | | |
| **Operarios:** 04 **Ficha núm:** 01 | | | | DISTANCIA | | 24 | | |
| **Compuesto por:** **Fecha:** | | | | TIEMPO | | 865 | | |
| | | | | COSTO | | | | |
| **Aprobado por:** **Fecha:** | | | | MANO DE OBRA | | | | |
| | | | | MATERIAL | | | | |

| | DESCRIPCION | Cant. | D (m) | T (min) | SIMBOLO | | | | | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Almacenamiento de materia prima y materiales | 1 | | 0 | | | | | | |
| 2 | Traslado de materia prima y materiales | 1 | 3 | 10 | | | | | | Empleo de coches |
| 3 | Selección de castañas | 1 | | 30 | | | | | | Retiro de merma 2% |
| 4 | Pesaje de castañas | 1 | | 10 | | | | | | Empleo de balanza |
| 5 | Poner a remojar castañas | 1 | | 10 | | | | | | En recipientes de acero inox. |
| 6 | Espera | 1 | | 140 | | | | | | |
| 7 | Escurrido | 1 | | 30 | | | | | | |
| 8 | Licuado de castañas | 1 | | 20 | | | | | | Se obtiene pasta de castaña |
| 9 | Traslado de pasta de castaña | 1 | 3 | 5 | | | | | | A zona de mezclado y cocción |
| 10 | Pasteurizado de pasta de castaña | 1 | | 60 | | | | | | |
| 11 | Pesaje de harina de soja | 1 | | 10 | | | | | | |
| 12 | Pesaje de otros insumos | 1 | | 15 | | | | | | |
| 13 | Mezclado y cocción de harina de soja | 1 | | 20 | | | | | | Se obtiene mezcla 1 |
| 14 | Mezclado y cocción de mezcla 1 con otros insumos | 1 | | 20 | | | | | | Se obtiene mezcla 2 |
| 15 | Mezclado y cocción de mezcla 2 con pasta de castaña | 1 | | 40 | | | | | | Se obtiene mezcla final |
| 16 | Traslado de mezcla final | 1 | 3 | 10 | | | | | | A zona de moldeado |
| 17 | Colocar mezcla final en moldes | 1 | | 60 | | | | | | |
| 18 | Traslado de moldes | 1 | 3 | 5 | | | | | | A zona de enfriado |
| 19 | Poner a enfriar moldes | 1 | | 20 | | | | | | En congeladoras |
| 20 | Espera | 1 | | 100 | | | | | | |
| 21 | Traslado de moldes con producto frío | 1 | 3 | 5 | | | | | | A zona de desmoldado |
| 22 | Desmoldado | 1 | | 10 | | | | | | |
| 23 | Traslado de producto desmoldado | 1 | 3 | 5 | | | | | | A laboratorio de calidad |
| 24 | Inspección de calidad | 1 | | 30 | | | | | | |
| 25 | Traslado a zona de envasado y etiquetado | 1 | 3 | 10 | | | | | | |
| 26 | Laminado de moldes | 1 | | 60 | | | | | | |
| 27 | Envasado al vacío | 1 | | 60 | | | | | | |
| 28 | Etiquetado | 1 | | 60 | | | | | | |
| 29 | Traslado a almacén de producto terminado | 1 | 3 | 10 | | | | | | |
| 30 | Almacenamiento de producto terminado | 1 | | 0 | | | | | | |
| **TOTAL** | | 30 | 24 | 865 | 16 | 8 | 2 | 3 | 2 | |

*Figura 74.* Diagrama de análisis del proceso queso laminado de 100gr

*Nota*: Elaboración propia

| CURSOGRAMA ANALÍTICO | | | | OPERARIO / MATERIAL / EQUIPO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **DIAGRAMA** Núm: 01 Hoja Núm: 01 De: 01 | | | | **RESUMEN** | | | | | |
| **OBJETO:** Elaboración de queso de molde | | | | **ACTIVIDAD** | | **ACTUAL** | **PROPUESTA** | | |
| | | | | OPERACIÓN | | 15 | | | |
| **Actividad:** Elaboración de queso de molde | | | | TRANSPORTE | | 8 | | | |
| **Método:** ACTUAL | | | | ESPERA | | 2 | | | |
| | | | | INSPECCIÓN | | 3 | | | |
| **Lugar:** Planta de producción Purum Veggie | | | | ALMACENAMIENTO | | 2 | | | |
| **Operarios:** 04 **Ficha núm:** 01 | | | | DISTANCIA | | 24 | | | |
| **Compuesto por:** **Fecha:** | | | | TIEMPO | | 805 | | | |
| | | | | COSTO | | | | | |
| **Aprobado por:** **Fecha:** | | | | MANO DE OBRA | | | | | |
| | | | | MATERIAL | | | | | |
| **DESCRIPCION** | | Cant. | D (m) | T (min) | SIMBOLO | | | | OBSERVACIONES |
| 1 | Almacenamiento de materia prima y materiales | 1 | | 0 | | | | | |
| 2 | Traslado de materia prima y materiales | 1 | 3 | 10 | | | | | Empleo de coches |
| 3 | Selección de castañas | 1 | | 30 | | | | | Retiro de merma 2% |
| 4 | Pesaje de castañas | 1 | | 10 | | | | | Empleo de balanza |
| 5 | Poner a remojar castañas | 1 | | 10 | | | | | En recipientes de acero inox. |
| 6 | Espera | 1 | | 140 | | | | | |
| 7 | Escurrido | 1 | | 30 | | | | | |
| 8 | Licuado de castañas | 1 | | 20 | | | | | Se obtiene pasta de castaña |
| 9 | Traslado de pasta de castaña | 1 | 3 | 5 | | | | | A zona de mezclado y cocción |
| 10 | Pasteurizado de pasta de castaña | 1 | | 60 | | | | | |
| 11 | Pesaje de harina de soja | 1 | | 10 | | | | | |
| 12 | Pesaje de otros insumos | 1 | | 15 | | | | | |
| 13 | Mezclado y cocción de harina de soja | 1 | | 20 | | | | | Se obtiene mezcla 1 |
| 14 | Mezclado y cocción de mezcla 1 con otros insumos | 1 | | 20 | | | | | Se obtiene mezcla 2 |
| 15 | Mezclado y cocción de mezcla 2 con pasta de castaña | 1 | | 40 | | | | | Se obtiene mezcla final |
| 16 | Traslado de mezcla final | 1 | 3 | 10 | | | | | A zona de moldeado |
| 17 | Colocar mezcla final en moldes | 1 | | 60 | | | | | |
| 18 | Traslado de moldes | 1 | 3 | 5 | | | | | A zona de enfriado |
| 19 | Poner a enfriar moldes | 1 | | 20 | | | | | En congeladoras |
| 20 | Espera | 1 | | 100 | | | | | |
| 21 | Traslado de moldes con producto frío | 1 | 3 | 5 | | | | | A zona de desmoldado |
| 22 | Desmoldado | 1 | | 10 | | | | | |
| 23 | Traslado de producto desmoldado | 1 | 3 | 5 | | | | | A laboratorio de calidad |
| 24 | Inspección de calidad | 1 | | 30 | | | | | |
| 25 | Traslado a zona de envasado y etiquetado | 1 | 3 | 10 | | | | | |
| 26 | Envasado al vacío | 1 | | 60 | | | | | |
| 27 | Etiquetado | 1 | | 60 | | | | | |
| 28 | Traslado a almacén de producto terminado | 1 | 3 | 10 | | | | | |
| 29 | Almacenamiento de producto terminado | 1 | | 0 | | | | | |
| **TOTAL** | | 29 | 24 | 805 | 15 | 8 | 2 | 3 | 2 | |

*Figura 75.* Diagrama de análisis del proceso de queso de molde de 150gr

*Nota*: Elaboración propia

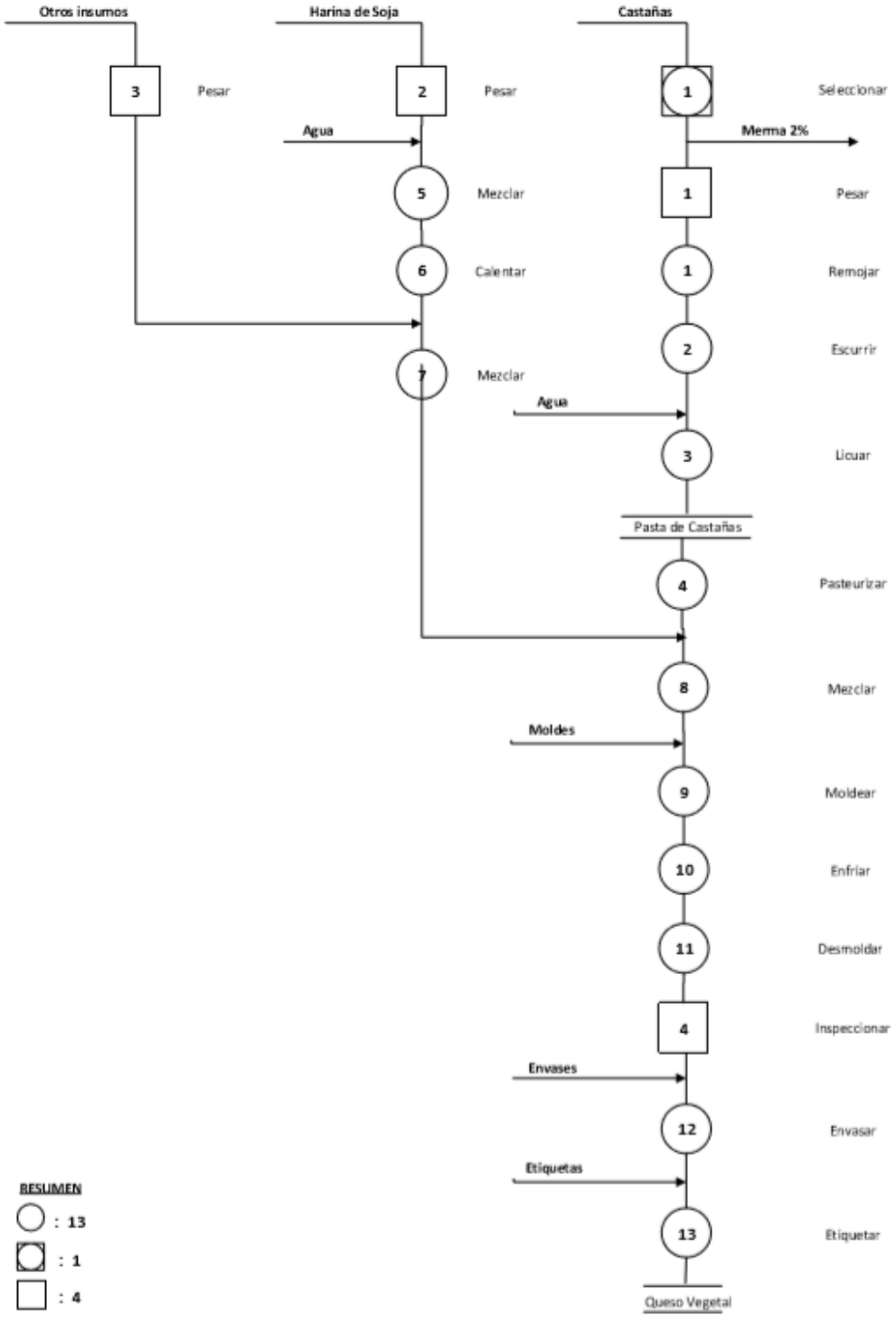



*Figura 76.* Diagrama de operaciones del proceso de molde de 150gr

*Nota*: Elaboración propia

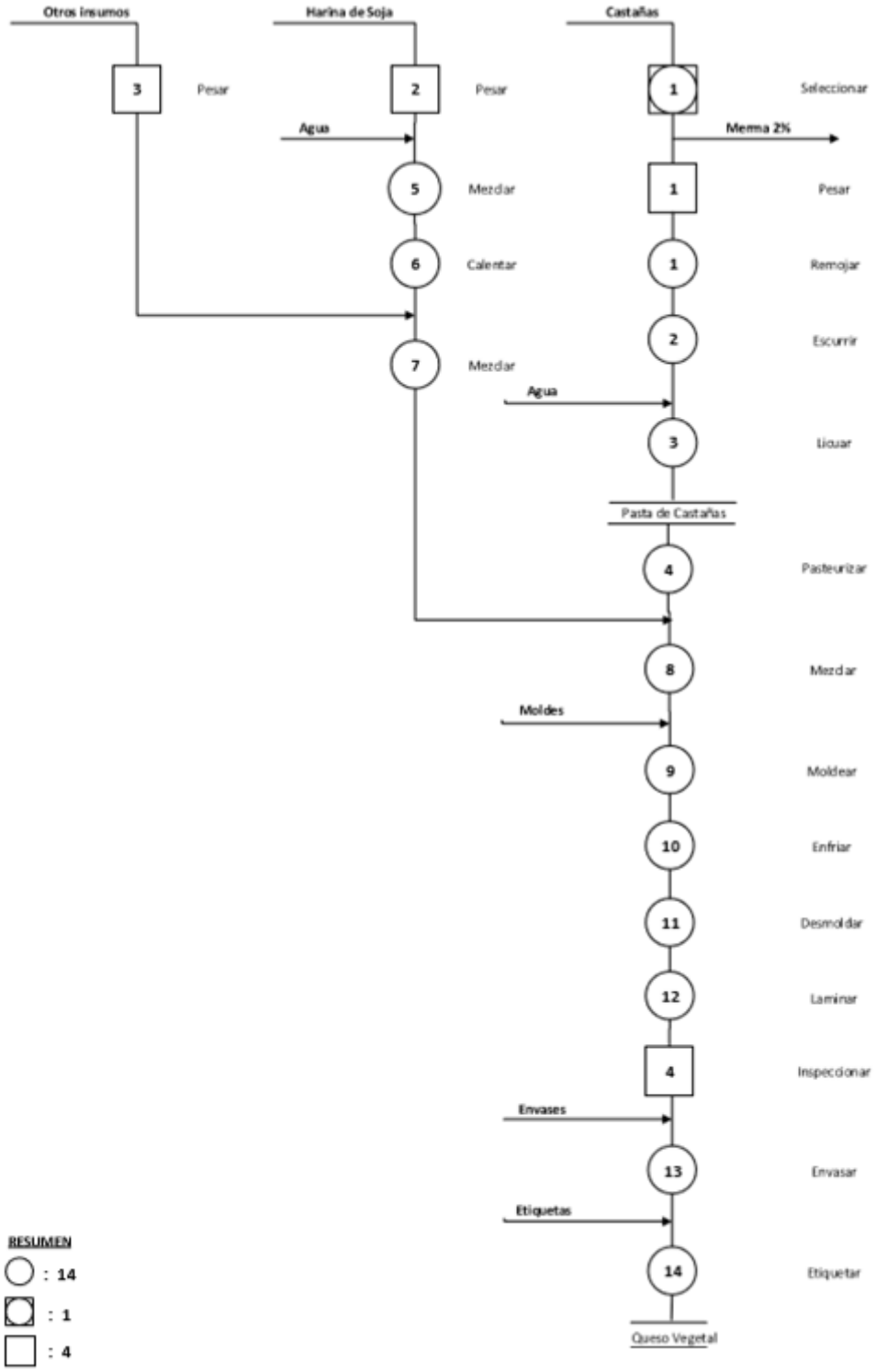



*Figura 77.* Diagrama de operaciones del proceso de queso laminado de 100gr

*Nota*: Elaboración propia

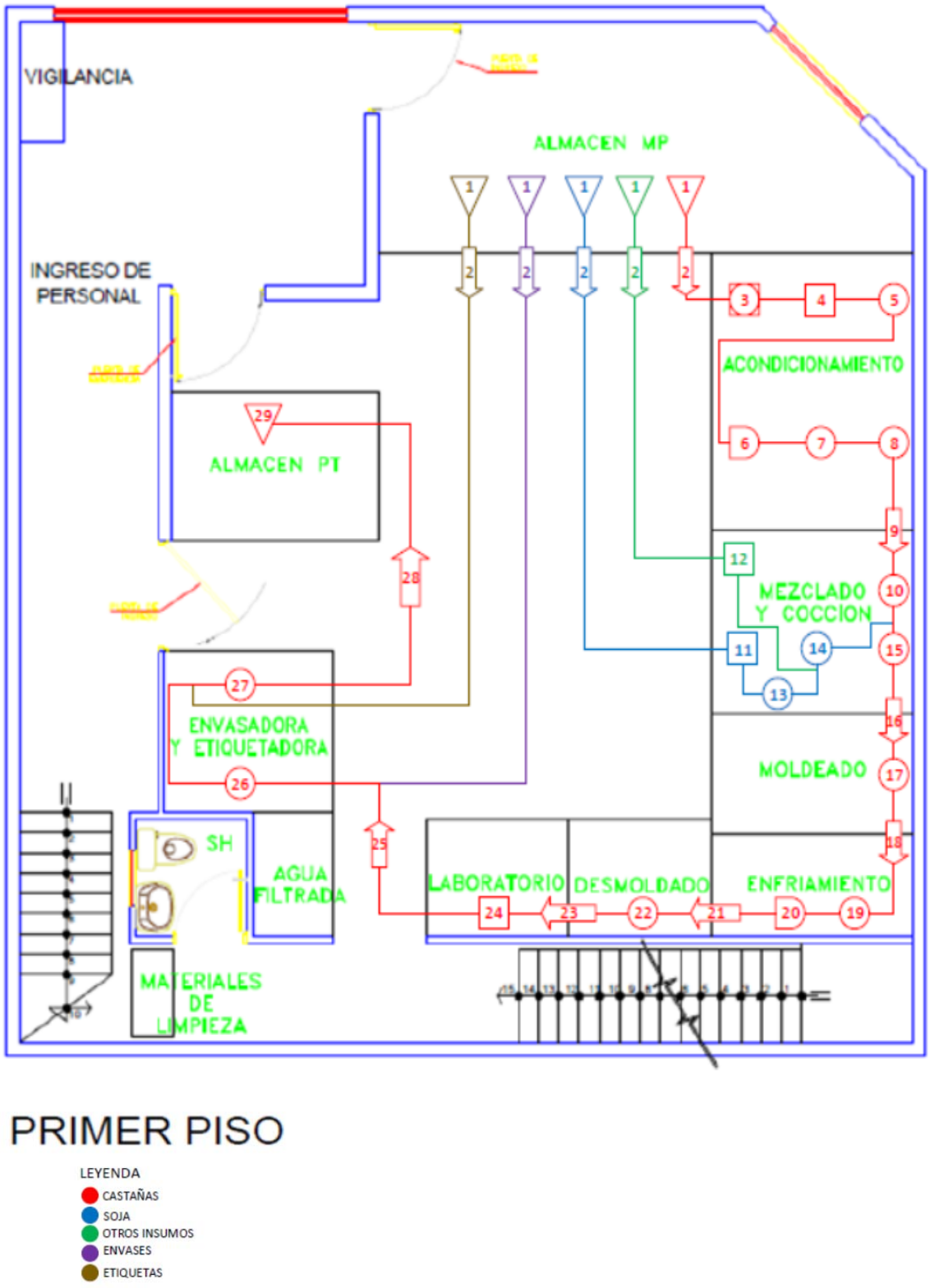



*Figura 78.* Diagrama de recorrido de la planta, proceso de queso en molde

*Nota*: Elaboración propia

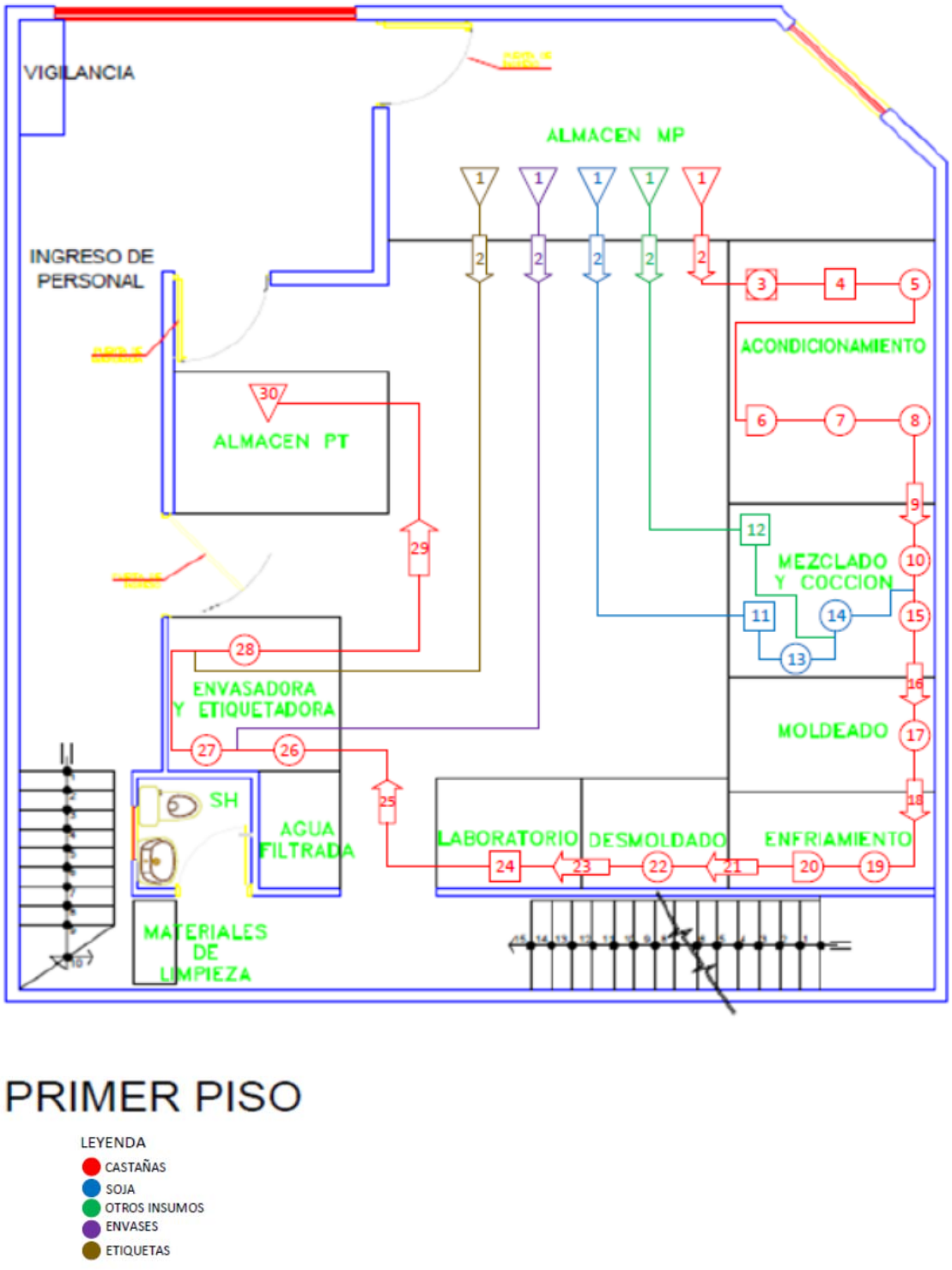



*Figura 79.* Diagrama de recorrido de la planta, proceso de queso laminado

*Nota*: Elaboración propia

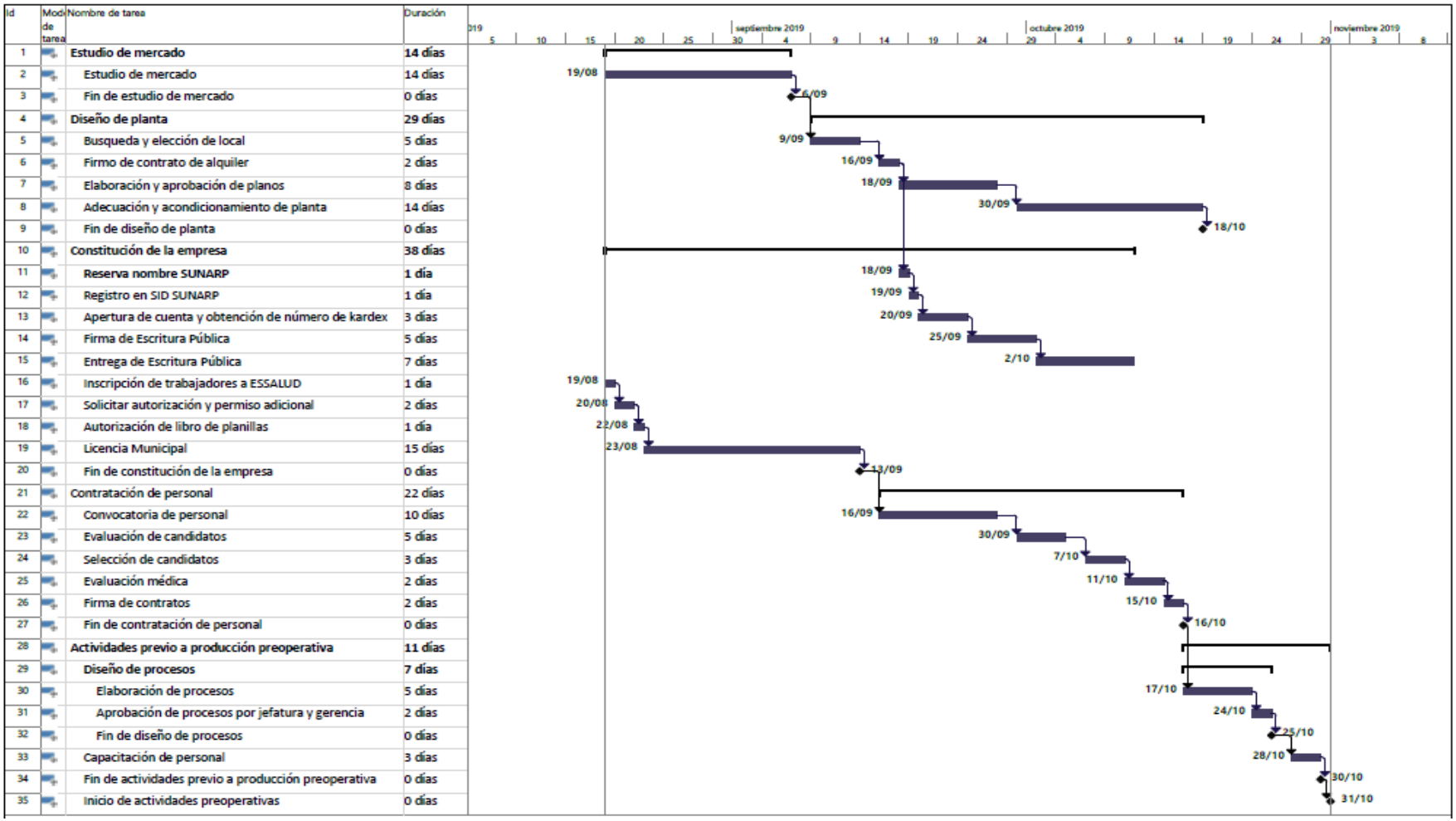



*Figura 80.* Diagrama de Gantt

*Nota*: Elaboración propia

### 6.2.2. Programa de producción.

**Premisas para el programa de producción queso en molde de 150 gr sabor natural:**

Tabla 164.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr Dic. 2019 – 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | | **40,395** | **44,627** | **48,939** | **53,326** | **57,798** |
| Sampling | 1.00% | 2.00% | 1.75% | 1.50% | 1.25% | 1.00% |
| Inventario final | | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% |
| Merma de producto terminado | | 1.0% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | 1.00% |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 165.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr (unidades) Dic..2019 - Dic.2020*

| 2019-2020 | | | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | | **1945** | **2349** | **2753** | **2807** | **3211** | **2403** | **3868** | **3464** | **3060** | **4441** | **4845** | **5249** | 40395 |
| Sampling | 2.00% | Unidades | 404 | 39 | 47 | 55 | 56 | 64 | 48 | 77 | 69 | 61 | 89 | 97 | 105 | 808 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 4 | 19 | 23 | 28 | 28 | 32 | 24 | 39 | 35 | 31 | 44 | 48 | 52 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 97 | 97 | 117 | 138 | 140 | 161 | 120 | 193 | 173 | 153 | 222 | 242 | 262 | |
| Inventario inicial | | Unidades | | 97 | 97 | 117 | 138 | 140 | 161 | 120 | 193 | 173 | 153 | 222 | 242 | |
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | | | **505** | **2003** | **2440** | **2856** | **2894** | **3328** | **2435** | **4057** | **3548** | **3132** | **4643** | **5011** | **5427** | **41772** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 166.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr. (unidades) 2021*

| 2021 | | | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **3261** | **4154** | **3708** | **3648** | **4095** | **3202** | **4273** | **3827** | **3380** | **3247** | **3693** | **4139** | 44,627 |
| Sampling | 1.75% | Unidades | 57 | 73 | 65 | 64 | 72 | 56 | 75 | 67 | 59 | 57 | 65 | 72 | 781 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 33 | 42 | 37 | 36 | 41 | 32 | 43 | 38 | 34 | 32 | 37 | 41 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 163 | 208 | 185 | 182 | 205 | 160 | 214 | 191 | 169 | 162 | 185 | 207 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 262 | 163 | 208 | 185 | 182 | 205 | 160 | 214 | 191 | 169 | 162 | 185 | |
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | | | **3,251** | **4,313** | **3,788** | **3,745** | **4,230** | **3,245** | **4,444** | **3,910** | **3,451** | **3,330** | **3,817** | **4,275** | **45,799** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 167.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr (unidades) 2022*

| 2022 | | | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dic-22 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **3577** | **4555** | **4066** | **4001** | **4490** | **3511** | **4686** | **4196** | **3707** | **3560** | **4051** | **4539** | 48,939 |
| Sampling | 1.50% | Unidades | 54 | 68 | 61 | 60 | 67 | 53 | 70 | 63 | 56 | 53 | 61 | 68 | 734 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 36 | 46 | 41 | 40 | 45 | 35 | 47 | 42 | 37 | 36 | 41 | 45 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 179 | 228 | 203 | 200 | 225 | 176 | 234 | 210 | 185 | 178 | 203 | 227 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 207 | 179 | 228 | 203 | 200 | 225 | 176 | 234 | 210 | 185 | 178 | 203 | |
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | | | **3,638** | **4,718** | **4,143** | **4,098** | **4,627** | **3,550** | **4,862** | **4,276** | **3,775** | **3,642** | **4,177** | **4,677** | **50,182** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 168.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr (unidades) 2023*

| 2023 | | | Ene-23 | Feb-23 | Mar-23 | Abr-23 | May-23 | Jun-23 | Jul-23 | Ago-23 | Set-23 | Oct-23 | Nov-23 | Dic-23 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **3897** | **4964** | **4431** | **4359** | **4893** | **3826** | **5106** | **4573** | **4039** | **3879** | **4413** | **4946** | 53,326 |
| Sampling | 1.25% | Unidades | 49 | 62 | 55 | 54 | 61 | 48 | 64 | 57 | 50 | 48 | 55 | 62 | 667 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 39 | 50 | 44 | 44 | 49 | 38 | 51 | 46 | 40 | 39 | 44 | 49 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 195 | 248 | 222 | 218 | 245 | 191 | 255 | 229 | 202 | 194 | 221 | 247 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 227 | 195 | 248 | 222 | 218 | 245 | 191 | 255 | 229 | 202 | 194 | 221 | |
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | | | **3,953** | **5,129** | **4,504** | **4,453** | **5,030** | **3,859** | **5,285** | **4,649** | **4,103** | **3958.2775** | **4,539** | **5,084** | **54,546** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 169.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr (unidades) 2024*

| 2024 | | | Ene-24 | Feb-24 | Mar-24 | Abr-24 | May-24 | Jun-24 | Jul-24 | Ago-24 | Set-24 | Oct-24 | Nov-24 | Dic-24 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **4224** | **5380** | **4802** | **4725** | **5303** | **4147** | **5534** | **4956** | **4378** | **4205** | **4783** | **5361** | 57,798 |
| Sampling | 1.00% | Unidades | 42 | 54 | 48 | 47 | 53 | 41 | 55 | 50 | | | | | 391 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 42 | 54 | 48 | 47 | 53 | 41 | 55 | 50 | 44 | 42 | 48 | 54 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 211 | 269 | 240 | 236 | 265 | 207 | 277 | 248 | 219 | 210 | 239 | 268 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 247 | 211 | 269 | 240 | 236 | 265 | 207 | 277 | 248 | 219 | 210 | 239 | |
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | | | **4,272** | **5,545** | **4,869** | **4,816** | **5,438** | **4,172** | **5,714** | **5,026** | **4,393** | **4,238** | **4,860** | **5,444** | **58,787** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 170.

*Resumen del programa de queso en molde de 150gr (unidades) 2019 - 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor natural a producir** | 505 | 41,772 | 45,799 | 50,182 | 54,546 | 58,787 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 171.

*Resumen de sampling y stock de queso en molde de 150gr (unidades) 2019 - 2024*

| Resumen de sampling y stock | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sampling | 505 | 808 | 781 | 734 | 667 | 391 |
| Stock inicial | 0 | 0 | 262 | 207 | 227 | 247 |
| Stock final | 0 | 262 | 207 | 227 | 247 | 268 |

*Nota*: Elaboración Propia

**Premisas para el programa de producción queso en molde de 150 gr sabor orégano y tomillo:**

Tabla 172.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo 2019 – 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | | **18,192** | **20,095** | **22,038** | **24,012** | **26,027** |
| Sampling | 1.00% | 2.00% | 1.75% | 1.50% | 1.25% | 1.00% |
| Inventario final | | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% |
| Merma de producto terminado | | 1.0% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | 1.00% |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 173.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) Dic. 2019 - Dic.2020*

| 2019-2020 | | | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | | **876** | **1058** | **1240** | **1264** | **1446** | **1082** | **1742** | **1560** | **1378** | **2000** | **2182** | **2364** | 18192 |
| Sampling | 2.00% | Unidades | 182 | 18 | 21 | 25 | 25 | 29 | 22 | 35 | 31 | 28 | 40 | 44 | 47 | 364 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 2 | 9 | 11 | 12 | 13 | 14 | 11 | 17 | 16 | 14 | 20 | 22 | 24 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 44 | 44 | 53 | 62 | 63 | 72 | 54 | 87 | 78 | 69 | 100 | 109 | 118 | |
| Inventario inicial | | Unidades | | 44 | 44 | 53 | 62 | 63 | 72 | 54 | 87 | 78 | 69 | 100 | 109 | |
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **228** | **902** | **1099** | **1286** | **1303** | **1498** | **1096** | **1827** | **1598** | **1410** | **2091** | **2257** | **2444** | **18812** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 174.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2021*

| 2021 | | | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1469** | **1870** | **1669** | **1643** | **1844** | **1442** | **1924** | **1723** | **1522** | **1462** | **1663** | **1864** | 20,095 |
| Sampling | 1.75% | Unidades | 26 | 33 | 29 | 29 | 32 | 25 | 34 | 30 | 27 | 26 | 29 | 33 | 352 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 15 | 19 | 17 | 16 | 18 | 14 | 19 | 17 | 15 | 15 | 17 | 19 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 73 | 94 | 83 | 82 | 92 | 72 | 96 | 86 | 76 | 73 | 83 | 93 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 118 | 73 | 94 | 83 | 82 | 92 | 72 | 96 | 86 | 76 | 73 | 83 | |
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **1465** | **1941** | **1705** | **1687** | **1905** | **1462** | **2001** | **1760** | **1554** | **1499** | **1719** | **1925** | **20,623** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 175.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2022*

| 2022 | | | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dic-22 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1611** | **2051** | **1831** | **1802** | **2022** | **1581** | **2110** | **1890** | **1669** | **1603** | **1824** | **2044** | 22,038 |
| Sampling | 1.50% | Unidades | 24 | 31 | 27 | 27 | 30 | 24 | 32 | 28 | 25 | 24 | 27 | 31 | 331 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 16 | 21 | 18 | 18 | 20 | 16 | 21 | 19 | 17 | 16 | 18 | 20 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 81 | 103 | 92 | 90 | 101 | 79 | 106 | 95 | 83 | 80 | 91 | 102 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 93 | 81 | 103 | 92 | 90 | 101 | 79 | 106 | 95 | 83 | 80 | 91 | |
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **1639** | **2124** | **1866** | **1846** | **2084** | **1598** | **2189** | **1926** | **1700** | **1640** | **1881** | **2106** | **22,598** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 176.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2023*

| 2023 | | | Ene-23 | Feb-23 | Mar-23 | Abr-23 | May-23 | Jun-23 | Jul-23 | Ago-23 | Set-23 | Oct-23 | Nov-23 | Dic-23 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1755** | **2235** | **1995** | **1963** | **2203** | **1723** | **2299** | **2059** | **1819** | **1747** | **1987** | **2227** | 24,012 |
| Sampling | 1.25% | Unidades | 22 | 28 | 25 | 25 | 28 | 22 | 29 | 26 | 23 | 22 | 25 | 28 | 300 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 18 | 22 | 20 | 20 | 22 | 17 | 23 | 21 | 18 | 17 | 20 | 22 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 88 | 112 | 100 | 98 | 110 | 86 | 115 | 103 | 91 | 87 | 99 | 111 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 102 | 88 | 112 | 100 | 98 | 110 | 86 | 115 | 103 | 91 | 87 | 99 | |
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **1780** | **2309** | **2028** | **2006** | **2265** | **1738** | **2380** | **2093** | **1848** | **1783** | **2044** | **2289** | **24,561** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 177.

*Programa de Producción de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2024*

| 2024 | | | Ene-24 | Feb-24 | Mar-24 | Abr-24 | May-24 | Jun-24 | Jul-24 | Ago-24 | Set-24 | Oct-24 | Nov-24 | Dic-24 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1902** | **2423** | **2162** | **2128** | **2388** | **1867** | **2492** | **2232** | **1972** | **1893** | **2154** | **2414** | 26,027 |
| Sampling | 1.00% | Unidades | 19 | 24 | 22 | 21 | 24 | 19 | 25 | 22 | | | | | 176 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 19 | 24 | 22 | 21 | 24 | 19 | 25 | 22 | 20 | 19 | 22 | 24 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 95 | 121 | 108 | 106 | 119 | 93 | 125 | 112 | 99 | 95 | 108 | 121 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 111 | 95 | 121 | 108 | 106 | 119 | 93 | 125 | 112 | 99 | 95 | 108 | |
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **1924** | **2498** | **2192** | **2169** | **2449** | **1878** | **2573** | **2264** | **1979** | **1908** | **2189** | **2451** | **26,473** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 178.

*Resumen del programa de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2019 - 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir** | 228 | 18,812 | 20,623 | 22,598 | 24,561 | 26,473 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 179.

*Resumen de sampling y stock de queso en molde de 150gr orégano y tomillo (unidades) 2019 - 2024*

| resumen de sampling y stock | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sampling | 228 | 364 | 352 | 331 | 300 | 176 |
| Stock inicial | 0 | 0 | 118 | 93 | 102 | 111 |
| Stock final | 0 | 118 | 93 | 102 | 111 | 121 |

*Nota*: Elaboración Propia

**Premisas para el programa de producción queso laminado 100 gr sabor natural:**

Tabla 180.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural 2019 – 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | | **15,829** | **17,486** | **19,173** | **20,895** | **22,649** |
| Sampling | 1.00% | 2.00% | 1.75% | 1.50% | 1.25% | 1.00% |
| Inventario final | | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% |
| Merma de producto terminado | | 1.0% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | 1.00% |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 181.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) Dic. 2019 - Dic.2020*

| 2019-2020 | | | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | | **762** | **921** | **1079** | **1100** | **1258** | **942** | **1516** | **1357** | **1199** | **1740** | **1898** | **2057** | 15,829 |
| Sampling | 2.00% | Unidades | 158 | 15 | 18 | 22 | 22 | 25 | 19 | 30 | 27 | 24 | 35 | 38 | 41 | 317 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 2 | 8 | 9 | 11 | 11 | 13 | 9 | 15 | 14 | 12 | 17 | 19 | 21 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 38 | 38 | 46 | 54 | 55 | 63 | 47 | 76 | 68 | 60 | 87 | 95 | 103 | |
| Inventario inicial | | Unidades | | 38 | 38 | 46 | 54 | 55 | 63 | 47 | 76 | 68 | 60 | 87 | 95 | |
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | | | **198** | **785** | **957** | **1119** | **1134** | **1304** | **954** | **1590** | **1390** | **1227** | **1819** | **1963** | **2127** | **16,369** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 182.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) 2021*

| 2022 | | | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dic-22 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1401** | **1785** | **1593** | **1567** | **1759** | **1376** | **1836** | **1644** | **1452** | **1395** | **1587** | **1778** | 19,173 |
| Sampling | 1.50% | Unidades | 21 | 27 | 24 | 24 | 26 | 21 | 28 | 25 | 22 | 21 | 24 | 27 | 288 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 14 | 18 | 16 | 16 | 18 | 14 | 18 | 16 | 15 | 14 | 16 | 18 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 70 | 89 | 80 | 78 | 88 | 69 | 92 | 82 | 73 | 70 | 79 | 89 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 81 | 70 | 89 | 80 | 78 | 88 | 69 | 92 | 82 | 73 | 70 | 79 | |
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | | | **1,425** | **1,849** | **1,623** | **1,605** | **1,813** | **1,391** | **1,905** | **1,676** | **1,479** | **1,427** | **1,636** | **1,832** | **19,660** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 183.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) 2022*

| 2022 | | | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dic-22 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1401** | **1785** | **1593** | **1567** | **1759** | **1376** | **1836** | **1644** | **1452** | **1395** | **1587** | **1778** | 19,173 |
| Sampling | 1.50% | Unidades | 21 | 27 | 24 | 24 | 26 | 21 | 28 | 25 | 22 | 21 | 24 | 27 | 288 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 14 | 18 | 16 | 16 | 18 | 14 | 18 | 16 | 15 | 14 | 16 | 18 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 70 | 89 | 80 | 78 | 88 | 69 | 92 | 82 | 73 | 70 | 79 | 89 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 81 | 70 | 89 | 80 | 78 | 88 | 69 | 92 | 82 | 73 | 70 | 79 | |
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | | | **1,425** | **1,849** | **1,623** | **1,605** | **1,813** | **1,391** | **1,905** | **1,676** | **1,479** | **1,427** | **1,636** | **1,832** | **19,660** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 184.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) 2023*

| 2023 | | | Ene-23 | Feb-23 | Mar-23 | Abr-23 | May-23 | Jun-23 | Jul-23 | Ago-23 | Set-23 | Oct-23 | Nov-23 | Dic-23 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1527** | **1945** | **1736** | **1708** | **1917** | **1499** | **2001** | **1792** | **1583** | **1520** | **1729** | **1938** | 20,895 |
| Sampling | 1.25% | Unidades | 19 | 24 | 22 | 21 | 24 | 19 | 25 | 22 | 20 | 19 | 22 | 24 | 261 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 15 | 19 | 17 | 17 | 19 | 15 | 20 | 18 | 16 | 15 | 17 | 19 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 76 | 97 | 87 | 85 | 96 | 75 | 100 | 90 | 79 | 76 | 86 | 97 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 89 | 76 | 97 | 87 | 85 | 96 | 75 | 100 | 90 | 79 | 76 | 86 | |
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | | | **1,549** | **2,010** | **1,765** | **1,745** | **1,971** | **1,512** | **2,071** | **1,822** | **1,608** | **1,551** | **1,778** | **1,992** | **21,373** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 185.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) 2024*

| 2024 | | | Ene-24 | Feb-24 | Mar-24 | Abr-24 | May-24 | Jun-24 | Jul-24 | Ago-24 | Set-24 | Oct-24 | Nov-24 | Dic-24 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **1655** | **2108** | **1882** | **1851** | **2078** | **1625** | **2169** | **1942** | **1716** | **1648** | **1874** | **2101** | 22,649 |
| Sampling | 1.00% | Unidades | 17 | 21 | 19 | 19 | 21 | 16 | 22 | 19 | | | | | 153 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 17 | 21 | 19 | 19 | 21 | 16 | 22 | 19 | 17 | 16 | 19 | 21 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 83 | 105 | 94 | 93 | 104 | 81 | 108 | 97 | 86 | 82 | 94 | 105 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 97 | 83 | 105 | 94 | 93 | 104 | 81 | 108 | 97 | 86 | 82 | 94 | |
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | | | **1,674** | **2,173** | **1,908** | **1,886** | **2,131** | **1,635** | **2,240** | **1,969** | **1,722** | **1,661** | **1,904** | **2,133** | **23,037** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 186.

*Resumen del programa de queso laminado 100gr sabor natural (unidades) 2019 - 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor natural a producir** | 198 | 16,369 | 17,945 | 19,660 | 21,373 | 23,037 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 187.

*Resumen de sampling y stock de queso laminado 100gr sabor natural 2019 - 2024*

| resumen de sampling y stock | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sampling | 198 | 317 | 306 | 288 | 261 | 153 |
| Stock inicial | 0 | 0 | 0 | 81 | 89 | 97 |
| Stock final | 0 | 0 | 81 | 89 | 97 | 105 |

*Nota*: Elaboración Propia

**Premisas para el programa de producción queso laminado 100 gr sabor orégano y tomillo:**

Tabla 188.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo 2019 – 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | | **8,781** | **9,702** | **10,635** | **11,591** | **12,563** |
| Sampling | 1.00% | 2.00% | 1.75% | 1.50% | 1.25% | 1.00% |
| Inventario final | | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 5.00% |
| Merma de producto terminado | | 1.0% | 1.00% | 1.00% | 1.00% | 1.00% |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 189.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) Dic. 2019 - Dic.2020*

| 2019-2020 | | | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | | **423** | **511** | **599** | **610** | **698** | **522** | **841** | **753** | **665** | **965** | **1053** | **1141** | 8,781 |
| Sampling | 2.00% | Unidades | 88 | 8 | 10 | 12 | 12 | 14 | 10 | 17 | 15 | 13 | 19 | 21 | 23 | 176 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 1 | 4 | 5 | 6 | 6 | 7 | 5 | 8 | 8 | 7 | 10 | 11 | 11 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 21 | 21 | 26 | 30 | 31 | 35 | 26 | 42 | 38 | 33 | 48 | 53 | 57 | |
| Inventario inicial | | Unidades | | 21 | 21 | 26 | 30 | 31 | 35 | 26 | 42 | 38 | 33 | 48 | 53 | |
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **110** | **436** | **531** | **621** | **629** | **723** | **529** | **882** | **771** | **681** | **1009** | **1089** | **1180** | **9,080** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 190.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) 2021*

| 2021 | | | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **709** | **903** | **806** | **793** | **890** | **696** | **929** | **832** | **735** | **706** | **803** | **900** | 9,702 |
| Sampling | 1.75% | Unidades | 12 | 16 | 14 | 14 | 16 | 12 | 16 | 15 | 13 | 12 | 14 | 16 | 170 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 7 | 9 | 8 | 8 | 9 | 7 | 9 | 8 | 7 | 7 | 8 | 9 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 35 | 45 | 40 | 40 | 45 | 35 | 46 | 42 | 37 | 35 | 40 | 45 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 57 | 35 | 45 | 40 | 40 | 45 | 35 | 46 | 42 | 37 | 35 | 40 | |
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **707** | **938** | **823** | **814** | **919** | **705** | **966** | **850** | **750** | **724** | **830** | **930** | **9,957** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 191.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) 2022*

| 2022 | | | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22 | Nov-22 | Dic-22 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **777** | **990** | **884** | **869** | **976** | **763** | **1018** | **912** | **806** | **774** | **880** | **986** | 10,635 |
| Sampling | 1.50% | Unidades | 12 | 15 | 13 | 13 | 15 | 11 | 15 | 14 | 12 | 12 | 13 | 15 | 160 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 8 | 10 | 9 | 9 | 10 | 8 | 10 | 9 | 8 | 8 | 9 | 10 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 39 | 50 | 44 | 43 | 49 | 38 | 51 | 46 | 40 | 39 | 44 | 49 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 45 | 39 | 50 | 44 | 43 | 49 | 38 | 51 | 46 | 40 | 39 | 44 | |
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **790** | **1,025** | **901** | **890** | **1,006** | **771** | **1,056** | **930** | **821** | **792** | **907** | **1,016** | **10,905** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 192.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) 2023*

| 2023 | | | Ene-23 | Feb-23 | Mar-23 | Abr-23 | May-23 | Jun-23 | Jul-23 | Ago-23 | Set-23 | Oct-23 | Nov-23 | Dic-23 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **847** | **1079** | **963** | **948** | **1063** | **832** | **1110** | **994** | **878** | **843** | **959** | **1075** | 11,591 |
| Sampling | 1.25% | Unidades | 11 | 13 | 12 | 12 | 13 | 10 | 14 | 12 | 11 | 11 | 12 | 13 | 145 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 8 | 11 | 10 | 9 | 11 | 8 | 11 | 10 | 9 | 8 | 10 | 11 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 42 | 54 | 48 | 47 | 53 | 42 | 56 | 50 | 44 | 42 | 48 | 54 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 49 | 42 | 54 | 48 | 47 | 53 | 42 | 56 | 50 | 44 | 42 | 48 | |
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **859** | **1,115** | **979** | **969** | **1,093** | **839** | **1,149** | **1,011** | **892** | **860** | **986** | **1,105** | **11,856** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 193.

*Programa de Producción de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) 2024*

| 2024 | | | Ene-24 | Feb-24 | Mar-24 | Abr-24 | May-24 | Jun-24 | Jul-24 | Ago-24 | Set-24 | Oct-24 | Nov-24 | Dic-24 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo** | **%** | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidades vendidas | | Unidades | **918** | **1169** | **1044** | **1027** | **1153** | **901** | **1203** | **1077** | **952** | **914** | **1040** | **1165** | 12,563 |
| Sampling | 1.00% | Unidades | 9 | 12 | 10 | 10 | 12 | 9 | 12 | 11 | | | | | 85 |
| Merma | 1.00% | Unidades | 9 | 12 | 10 | 10 | 12 | 9 | 12 | 11 | 10 | 9 | 10 | 12 | |
| Inventario final | 5.00% | Unidades | 46 | 58 | 52 | 51 | 58 | 45 | 60 | 54 | 48 | 46 | 52 | 58 | |
| Inventario inicial | | Unidades | 54 | 46 | 58 | 52 | 51 | 58 | 45 | 60 | 54 | 48 | 46 | 52 | |
| **Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** | | | **929** | **1,205** | **1,059** | **1,047** | **1,182** | **906** | **1,242** | **1,092** | **955** | **921** | **1,057** | **1,183** | **12,778** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 194.

*Resumen del programa de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo (unidades) 2019 - 2024*

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir | 110 | 9,080 | 9,957 | 10,905 | 11,856 | 12,778 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 195.

*Resumen de sampling y stock de queso laminado 100gr sabor orégano y tomillo 2019 - 2024*

| resumen de sampling y stock | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sampling | 110 | 176 | 170 | 160 | 145 | 85 |
| Stock inicial | 0 | 0 | 0 | 45 | 49 | 54 |
| Stock final | 0 | 0 | 45 | 49 | 54 | 58 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 196.

*Resumen de producción total de queso (unidades) 2019 - 2024*

| Resumen de producción total | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural a producir | 505 | 41,772 | 45,799 | 50,182 | 54,546 | 58,787 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir | 228 | 18,812 | 20,623 | 22,598 | 24,561 | 26,473 |
| Laminado 100 gr sabor natural a producir | 198 | 16,369 | 17,945 | 19,660 | 21,373 | 23,037 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir | 110 | 9,080 | 9,957 | 10,905 | 11,856 | 12,778 |
| **Total unidades a producir** | **1,041** | **86,033** | **94,323** | **103,346** | **112,337** | **121,075** |

*Nota*: Elaboración Propia

### 6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Tabla 197.

*Frecuencia de compra de Materia Prima para elaborar queso en molde de 150gr sabor natural*

| Molde de 150 gr sabor natural | Cantidad | Unidad de medida | Precio Kg/litro | % merma | Costo por kilo/unidad | Costo unitario | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Insumos** | | | | | | **3.78** | |
| Agua filtrada | 0.0675 | Litro | 0 | 0.00% | 0.00 | 0.00 | |
| Castañas | 0.0429 | Kg | 26 | 2.00% | 22.03 | 0.96 | Mensual |
| Harina instantánea de soja | 0.0111 | Kg | 16 | 0.00% | 13.56 | 0.15 | Mensual |
| Almidón de yuca | 0.0099 | Kg | 7 | 0.00% | 5.93 | 0.06 | Mensual |
| Levadura nutricional | 0.0059 | Kg | 100 | 0.00% | 84.75 | 0.50 | Mensual |
| Aceite de coco | 0.0574 | Litro | 30 | 0.00% | 25.42 | 1.46 | Mensual |
| Agar agar | 0.0033 | Kg | 150 | 0.00% | 127.12 | 0.42 | Mensual |
| Sal marina | 0.0018 | Kg | 11.8 | 0.00% | 10.00 | 0.02 | Mensual |
| Extracto de limón | 0.0244 | Litro | 10 | 0.00% | 8.47 | 0.21 | Semanal |
| **Materiales** | | | | | | **0.38** | |
| Bolsa plástica | 1 | Unidad | 0.4 | 0.00% | 0.3390 | 0.34 | Mensual |
| Etiqueta | 1 | Unidad | 0.05 | 0.00% | 0.0424 | 0.04 | Mensual |
| | | | | | | **4.16** | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 198.

*Frecuencia de compra de Materia Prima para elaborar queso en molde de 150gr sabor orégano y tomillo*

| Molde sabor orégano y tomillo 150 gr | Cantidad en gramos o unidad | Unidad de medida | Precio Kg/litro | % merma | Costo por kilo/unidad | Costo unitario | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Insumos** | | | | | | **3.88** | |
| Agua filtrada | 0.0630 | Litro | 0 | 0.00% | 0.00 | 0.00 | |
| Castañas | 0.0429 | Kg | 26 | 2.00% | 22.03 | 0.96 | Mensual |
| Harina instantánea de soja | 0.0111 | Kg | 16 | 0.00% | 13.56 | 0.15 | Mensual |
| Almidón de yuca | 0.0099 | Kg | 7 | 0.00% | 5.93 | 0.06 | Mensual |
| Levadura nutricional | 0.0059 | Kg | 100 | 0.00% | 84.75 | 0.50 | Mensual |
| Aceite de coco | 0.0574 | Litro | 30 | 0.00% | 25.42 | 1.46 | Mensual |
| Agar agar | 0.0033 | Kg | 150 | 0.00% | 127.12 | 0.42 | Mensual |
| Sal marina | 0.0018 | Kg | 11.8 | 0.00% | 10.00 | 0.02 | Mensual |
| Extracto de limón | 0.0244 | Litro | 10 | 0.00% | 8.47 | 0.21 | Semanal |
| Orégano seleccionado | 0.0023 | Kg | 24.00 | 0.00% | 20.34 | 0.05 | Mensual |
| Tomillo en polvo | 0.0023 | Kg | 30.00 | 0.00% | 25.42 | 0.06 | Mensual |
| **Materiales** | | | | | | **0.38** | |
| Bolsa plástica | 1.0 | Unidad | 0.4 | 0.0 | 0.3390 | 0.34 | Mensual |
| Etiqueta | 1.0 | Unidad | 0.1 | 0.0 | 0.0424 | 0.04 | Mensual |
| | | | | | | **4.26** | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 199.

*Frecuencia de compra de Materia Prima para elaborar queso laminado de 100gr sabor natural*

| Laminado sabor original 100 gr | Cantidad en gramos o unidad | Unidad de medida | Precio Kg/litro | % merma | Costo por kilo/unidad | Costo unitario | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Insumos** | | | | | | **2.52** | |
| Agua filtrada | 0.0450 | Litro | 0 | 0.00% | 0.00 | 0.00 | 0 |
| Castañas | 0.0286 | Kg | 26 | 2.00% | 22.03 | 0.64 | Mensual |
| Harina instantánea de soja | 0.0074 | Kg | 16 | 0.00% | 13.56 | 0.10 | Mensual |
| Almidón de yuca | 0.0066 | Kg | 7 | 0.00% | 5.93 | 0.04 | Mensual |
| Levadura nutricional | 0.0039 | Kg | 100 | 0.00% | 84.75 | 0.33 | Mensual |
| Aceite de coco | 0.0383 | Litro | 30 | 0.00% | 25.42 | 0.97 | Mensual |
| Agar agar | 0.0022 | Kg | 150 | 0.00% | 127.12 | 0.28 | Mensual |
| Sal marina | 0.0012 | Kg | 11.8 | 0.00% | 10.00 | 0.01 | Mensual |
| Extracto de limón | 0.0162 | Litro | 10 | 0.00% | 8.47 | 0.14 | Semanal |
| **Materiales** | | | | | | **0.38** | |
| Bolsa plástica | 1 | Unidad | 0.4 | 0.00% | 0.3390 | 0.34 | Mensual |
| Etiqueta | 1 | Unidad | 0.05 | 0.00% | 0.0424 | 0.04 | Mensual |
| | | | | | | **2.90** | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 200.

*Frecuencia de compra de Materia Prima para elaborar queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo*

| Laminado orégano y tomillo 100 gr | Cantidad en gramos o unidad | Unidad de medida | Precio Kg/litro | % merma | Costo por kilo/unidad | Costo unitario | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Insumos** | | | | | | **2.59** | |
| Agua filtrada | 0.0420 | Litro | 0 | 0.00% | 0.00 | 0.00 | 0 |
| Castañas | 0.0286 | Kg | 26 | 2.00% | 22.03 | 0.64 | Mensual |
| Harina instantánea de soja | 0.0074 | Kg | 16 | 0.00% | 13.56 | 0.10 | Mensual |
| Almidón de yuca | 0.0066 | Kg | 7 | 0.00% | 5.93 | 0.04 | Mensual |
| Levadura nutricional | 0.0039 | Kg | 100 | 0.00% | 84.75 | 0.33 | Mensual |
| Aceite de coco | 0.0383 | Litro | 30 | 0.00% | 25.42 | 0.97 | Mensual |
| Agar agar | 0.0022 | Kg | 150 | 0.00% | 127.12 | 0.28 | Mensual |
| Sal marina | 0.0012 | Kg | 11.8 | 0.00% | 10.00 | 0.01 | Mensual |
| Extracto de limón | 0.0162 | Litro | 10 | 0.00% | 8.47 | 0.14 | Semanal |
| Orégano seleccionado | 0.0015 | Kg | 24.00 | 0.00% | 20.34 | 0.03 | Mensual |
| Tomillo en polvo | 0.0015 | Kg | 30.00 | 0.00% | 25.42 | 0.04 | Mensual |
| **Materiales** | | | | | | **0.38** | |
| Bolsa plástica | 1.0 | Unidad | 0.4 | 0.0 | 0.3390 | 0.34 | Mensual |
| Etiqueta | 1.0 | Unidad | 0.1 | 0.0 | 0.0424 | 0.04 | Mensual |
| | | | | | | **2.97** | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 201.

*Insumos mensuales molde de 150gr sabor natural Dic. 2019 – Dic. 2024*

| Insumos molde de 150 gr sabor natural | Unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Agua filtrada | Litro | 34.13 | 135 | 165 | 193 | 195 | 225 | 164 | 274 | 240 | 212 | 314 | 338 | 367 | 2821 | 3093 | 3390 | 3684 | 3971 |
| Castañas | Kg | 22.09 | 88 | 107 | 125 | 127 | 146 | 106 | 177 | 155 | 137 | 203 | 219 | 237 | 1827 | 2003 | 2194 | 2385 | 2571 |
| Harina instantánea de soja | Kg | 5.59 | 22 | 27 | 32 | 32 | 37 | 27 | 45 | 39 | 35 | 51 | 55 | 60 | 462 | 507 | 556 | 604 | 651 |
| Almidón de yuca | Kg | 5.00 | 20 | 24 | 28 | 29 | 33 | 24 | 40 | 35 | 31 | 46 | 50 | 54 | 414 | 453 | 497 | 540 | 582 |
| Levadura nutricional | Kg | 2.99 | 12 | 14 | 17 | 17 | 20 | 14 | 24 | 21 | 19 | 27 | 30 | 32 | 247 | 271 | 297 | 322 | 347 |
| Aceite de coco | Lt | 28.99 | 115 | 140 | 164 | 166 | 191 | 140 | 233 | 204 | 180 | 266 | 287 | 311 | 2397 | 2628 | 2879 | 3130 | 3373 |
| Agar agar | Kg | 1.67 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 8 | 13 | 12 | 10 | 15 | 17 | 18 | 138 | 151 | 166 | 180 | 194 |
| Sal marina | Kg | 0.91 | 4 | 4 | 5 | 5 | 6 | 4 | 7 | 6 | 6 | 8 | 9 | 10 | 75 | 82 | 90 | 98 | 106 |
| Extracto de limón | Lt | 12.31 | 49 | 59 | 70 | 71 | 81 | 59 | 99 | 86 | 76 | 113 | 122 | 132 | 1018 | 1116 | 1223 | 1330 | 1433 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 202.

*Insumos mensuales molde de 150gr sabor orégano y tomillo Dic. 2019 – Dic. 2024*

| Insumos queso de bloque sabor orégano y tomillo 150 gr | unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Agua filtrada | Lt | 14.3452 | 57 | 69 | 81 | 82 | 94 | 69 | 115 | 101 | 89 | 132 | 142 | 154 | 1186 | 1300 | 1425 | 1548 | 1669 |
| Castañas | Kg | 9.9497 | 39 | 48 | 56 | 57 | 66 | 48 | 80 | 70 | 62 | 91 | 99 | 107 | 823 | 902 | 988 | 1074 | 1158 |
| Harina instantánea de soja | Kg | 2.5189 | 10 | 12 | 14 | 14 | 17 | 12 | 20 | 18 | 16 | 23 | 25 | 27 | 208 | 228 | 250 | 272 | 293 |
| Almidón de yuca | Kg | 2.2526 | 9 | 11 | 13 | 13 | 15 | 11 | 18 | 16 | 14 | 21 | 22 | 24 | 186 | 204 | 224 | 243 | 262 |
| Levadura nutricional | Kg | 1.3448 | 5 | 6 | 8 | 8 | 9 | 6 | 11 | 9 | 8 | 12 | 13 | 14 | 111 | 122 | 134 | 145 | 156 |
| Aceite de coco | Litro | 13.0555 | 52 | 63 | 74 | 75 | 86 | 63 | 105 | 92 | 81 | 120 | 129 | 140 | 1079 | 1183 | 1297 | 1409 | 1519 |
| Agar agar | Kg | 0.7509 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 | 7 | 7 | 8 | 62 | 68 | 75 | 81 | 87 |
| Sal marina | Kg | 0.4096 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 | 37 | 41 | 44 | 48 |
| Extracto de limón | Litro | 5.5461 | 22 | 27 | 31 | 32 | 37 | 27 | 45 | 39 | 34 | 51 | 55 | 60 | 459 | 503 | 551 | 599 | 645 |
| Orégano seleccionado | Kg | 0.5120 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 42 | 46 | 51 | 55 | 60 |
| Tomillo en polvo | Kg | 0.5120 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 42 | 46 | 51 | 55 | 60 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 203.

*Insumos mensuales queso laminado de 150gr sabor natural Dic.. 2019 – Dic. 2024*

| Insumos queso de laminado sabor original 100 gr | unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Agua filtrada | Litro | 9 | 35 | 43 | 50 | 51 | 59 | 43 | 72 | 63 | 55 | 82 | 88 | 96 | 737 | 808 | 885 | 962 | 1037 |
| Castañas | Kg | 6 | 23 | 28 | 33 | 33 | 38 | 28 | 46 | 41 | 36 | 53 | 57 | 62 | 477 | 523 | 573 | 623 | 672 |
| Harina instantánea de soja | Kg | 1 | 6 | 7 | 8 | 8 | 10 | 7 | 12 | 10 | 9 | 13 | 14 | 16 | 121 | 132 | 145 | 158 | 170 |
| Almidón de yuca | Kg | 1 | 5 | 6 | 7 | 7 | 9 | 6 | 10 | 9 | 8 | 12 | 13 | 14 | 108 | 118 | 130 | 141 | 152 |
| Levadura nutricional | Kg | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 | 7 | 8 | 8 | 64 | 71 | 77 | 84 | 91 |
| Aceite de coco | Litro | 8 | 30 | 37 | 43 | 43 | 50 | 37 | 61 | 53 | 47 | 70 | 75 | 81 | 626 | 686 | 752 | 818 | 881 |
| Agar agar | Kg | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 36 | 39 | 43 | 47 | 51 |
| Sal marina | Kg | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 |
| Extracto de limón | Litro | 3 | 13 | 16 | 18 | 18 | 21 | 16 | 26 | 23 | 20 | 30 | 32 | 35 | 266 | 292 | 319 | 347 | 374 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 204.

*Insumos mensuales queso laminado de 150gr sabor orégano y tomillo Dic. 2019 – Dic. 2024*

| Insumos queso laminado orégano y tomillo 100 gr | Unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Agua filtrada | Litro | 5.00 | 18.00 | 22.00 | 26.00 | 26.00 | 30.00 | 22.00 | 37.00 | 32.00 | 29.00 | 42.00 | 46.00 | 50.00 | 382.00 | 418.00 | 458.00 | 498.00 | 537.00 |
| Castañas | Kg | 3.00 | 13.00 | 15.00 | 18.00 | 18.00 | 21.00 | 15.00 | 26.00 | 22.00 | 20.00 | 29.00 | 32.00 | 34.00 | 265.00 | 290.00 | 318.00 | 346.00 | 373.00 |
| Harina instantánea de soja | Kg | 0.81 | 3.22 | 3.92 | 4.59 | 4.64 | 5.34 | 3.90 | 6.51 | 5.69 | 5.02 | 7.45 | 8.04 | 8.71 | 67.01 | 73.48 | 80.48 | 87.50 | 94.30 |
| Almidón de yuca | Kg | 0.72 | 2.88 | 3.50 | 4.10 | 4.15 | 4.77 | 3.49 | 5.82 | 5.09 | 4.49 | 6.66 | 7.19 | 7.79 | 59.93 | 65.71 | 71.97 | 78.25 | 84.34 |
| Levadura nutricional | Kg | 0.43 | 1.72 | 2.09 | 2.45 | 2.48 | 2.85 | 2.08 | 3.48 | 3.04 | 2.68 | 3.98 | 4.29 | 4.65 | 35.78 | 39.23 | 42.97 | 46.71 | 50.35 |
| Aceite de coco | Litro | 4.00 | 17.00 | 20.00 | 24.00 | 24.00 | 28.00 | 20.00 | 34.00 | 29.00 | 26.00 | 39.00 | 42.00 | 45.00 | 347.00 | 381.00 | 417.00 | 454.00 | 489.00 |
| Agar agar | Kg | 0.24 | 0.96 | 1.17 | 1.37 | 1.38 | 1.59 | 1.16 | 1.94 | 1.70 | 1.50 | 2.22 | 2.40 | 2.60 | 19.98 | 21.90 | 23.99 | 26.08 | 28.11 |
| Sal marina | Kg | 0.13 | 0.52 | 0.64 | 0.75 | 0.75 | 0.87 | 0.63 | 1.06 | 0.93 | 0.82 | 1.21 | 1.31 | 1.42 | 10.90 | 11.95 | 13.09 | 14.23 | 15.33 |
| Extracto de limón | Litro | 2.00 | 7.00 | 9.00 | 10.00 | 10.00 | 12.00 | 9.00 | 14.00 | 13.00 | 11.00 | 16.00 | 18.00 | 19.00 | 148.00 | 162.00 | 177.00 | 193.00 | 208.00 |
| Orégano seleccionado | Kg | 0.16 | 0.65 | 0.80 | 0.93 | 0.94 | 1.09 | 0.79 | 1.32 | 1.16 | 1.02 | 1.51 | 1.63 | 1.77 | 13.62 | 14.94 | 16.36 | 17.78 | 19.17 |
| Tomillo en polvo | Kg | 0.16 | 0.65 | 0.80 | 0.93 | 0.94 | 1.09 | 0.79 | 1.32 | 1.16 | 1.02 | 1.51 | 1.63 | 1.77 | 13.62 | 14.94 | 16.36 | 17.78 | 19.17 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 205.

*Materiales queso en molde de 150gr sabor natural 2020 - 2024*

| Materiales molde de 150 gr sabor natural | unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | Unidad | 505 | 2003 | 2440 | 2856 | 2894 | 3328 | 2435 | 4057 | 3548 | 3132 | 4643 | 5011 | 5427 | 41772 | 45799 | 50182 | 54546 | 58787 |
| Etiqueta | Unidad | 505 | 2003 | 2440 | 2856 | 2894 | 3328 | 2435 | 4057 | 3548 | 3132 | 4643 | 5011 | 5427 | 41772 | 45799 | 50182 | 54546 | 58787 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 206.

*Materiales queso en molde de 150gr sabor orégano y tomillo 2020 - 2024*

| Materiales queso de bloque sabor orégano y tomillo 150 gr | unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | Unidad | 228 | 902 | 1099 | 1286 | 1303 | 1498 | 1096 | 1827 | 1598 | 1410 | 2091 | 2257 | 2444 | 18812 | 20623 | 22598 | 24561 | 26473 |
| Etiqueta | Unidad | 228 | 902 | 1099 | 1286 | 1303 | 1498 | 1096 | 1827 | 1598 | 1410 | 2091 | 2257 | 2444 | 18812 | 20623 | 22598 | 24561 | 26473 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 207.

*Materiales queso laminado de 100gr sabor natural 2020 - 2024*

| Materiales queso de laminado sabor original 100 gr | unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | Unidad | 198 | 785 | 957 | 1119 | 1134 | 1304 | 954 | 1590 | 1390 | 1227 | 1819 | 1963 | 2127 | 16369 | 17945 | 19660 | 21373 | 23037 |
| Etiqueta | Unidad | 198 | 785 | 957 | 1119 | 1134 | 1304 | 954 | 1590 | 1390 | 1227 | 1819 | 1963 | 2127 | 16369 | 17945 | 19660 | 21373 | 23037 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 208.

*Materiales queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo 2020 - 2024*

| Materiales queso laminado orégano y tomillo 100 gr | Unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | Unidad | 110 | 436 | 531 | 621 | 629 | 723 | 529 | 882 | 771 | 681 | 1009 | 1089 | 1180 | 9080 | 9957 | 10905 | 11856 | 12778 |
| Etiqueta | Unidad | 110 | 436 | 531 | 621 | 629 | 723 | 529 | 882 | 771 | 681 | 1009 | 1089 | 1180 | 9080 | 9957 | 10905 | 11856 | 12778 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 209.

*Resumen total de necesidades de materia prima*

| Resumen total de materias primas | Unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Agua filtrada | Litro | 62.47 | 245.00 | 299.00 | 350.00 | 354.00 | 408.00 | 298.00 | 498.00 | 436.00 | 385.00 | 570.00 | 614.00 | 667.00 | 5,126.00 | 5,619.00 | 6,158.00 | 6,692.00 | 7,214.00 |
| Castañas | Kg | 41.04 | 163.00 | 198.00 | 232.00 | 235.00 | 271.00 | 197.00 | 329.00 | 288.00 | 255.00 | 376.00 | 407.00 | 440.00 | 3,392.00 | 3,718.00 | 4,073.00 | 4,428.00 | 4,774.00 |
| Harina instantánea de soja | Kg | 9.92 | 41.22 | 49.92 | 58.59 | 58.64 | 69.34 | 49.90 | 83.51 | 72.69 | 65.02 | 94.45 | 102.04 | 111.71 | 858.01 | 940.48 | 1,031.48 | 1,121.50 | 1,208.30 |
| Almidón de yuca | Kg | 8.98 | 36.88 | 44.50 | 52.10 | 53.15 | 61.77 | 44.49 | 73.82 | 65.09 | 57.49 | 85.66 | 92.19 | 99.79 | 767.93 | 840.71 | 922.97 | 1,002.25 | 1,080.34 |
| Levadura nutricional | Kg | 5.54 | 21.81 | 25.86 | 31.86 | 31.95 | 36.99 | 25.84 | 44.74 | 38.51 | 34.52 | 50.14 | 55.02 | 59.03 | 458.27 | 502.93 | 551.43 | 597.92 | 644.11 |
| Aceite de coco | Lt | 54.04 | 214.00 | 260.00 | 305.00 | 308.00 | 355.00 | 260.00 | 433.00 | 378.00 | 334.00 | 495.00 | 533.00 | 577.00 | 4,449.00 | 4,878.00 | 5,345.00 | 5,811.00 | 6,262.00 |
| Agar agar | Kg | 3.10 | 12.69 | 14.90 | 16.83 | 17.88 | 20.46 | 15.26 | 24.44 | 21.75 | 19.20 | 28.22 | 30.71 | 33.34 | 256.07 | 280.44 | 307.82 | 334.16 | 360.15 |
| Sal marina | Kg | 1.69 | 7.46 | 8.15 | 9.23 | 9.32 | 11.42 | 8.16 | 13.27 | 11.98 | 10.93 | 15.75 | 16.68 | 18.13 | 139.59 | 153.04 | 167.68 | 182.27 | 196.45 |
| Extracto de limón | Lt | 22.86 | 91.00 | 110.78 | 129.00 | 131.00 | 151.00 | 111.00 | 184.00 | 161.00 | 141.00 | 210.00 | 227.00 | 245.57 | 1,890.53 | 2,072.66 | 2,269.81 | 2,468.67 | 2,660.25 |
| Orégano seleccionado | Kg | 0.68 | 2.65 | 3.27 | 3.93 | 3.94 | 4.09 | 2.79 | 5.32 | 5.16 | 4.02 | 6.51 | 6.63 | 7.27 | 55.95 | 61.34 | 67.20 | 73.05 | 78.73 |
| Tomillo en polvo | Kg | 0.68 | 2.65 | 3.27 | 3.93 | 3.94 | 4.09 | 2.79 | 5.32 | 5.16 | 4.02 | 6.51 | 6.63 | 7.27 | 55.95 | 61.34 | 67.20 | 73.05 | 78.73 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 210.

*Resumen total de necesidades de materiales*

| Materiales | Unidad | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | Unidad | 1,041 | 4,126 | 5,027 | 5,882 | 5,960 | 6,853 | 5,014 | 8,356 | 7,307 | 6,450 | 9,562 | 10,320 | 11,178 | 86,033 | 94,324 | 103,345 | 112,336 | 121,075 |
| Etiqueta | Unidad | 1,041 | 4,126 | 5,027 | 5,882 | 5,960 | 6,853 | 5,014 | 8,356 | 7,307 | 6,450 | 9,562 | 10,320 | 11,178 | 86,033 | 94,324 | 103,345 | 112,336 | 121,075 |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 211.

*Programa de compras de Materias primas 2019 - 2024*

| Programa de compras materia prima | Unidad de pedido | Frecuencia de compra | Precio por Pedido | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Castañas | Sacos de 20 kg | Mensual | 520 | 3 | 9 | 10 | 12 | 12 | 14 | 10 | 17 | 15 | 13 | 19 | 21 | 22 | 170 | 186 | 204 | 222 | 239 |
| Harina instantánea de soja | Bolsa de 5 kg | Mensual | 80 | 2 | 8 | 10 | 12 | 12 | 14 | 10 | 17 | 15 | 13 | 19 | 20 | 22 | 172 | 188 | 206 | 224 | 242 |
| Almidón de yuca | Bolsa de 5 kg | Mensual | 35 | 2 | 7 | 9 | 10 | 11 | 12 | 9 | 15 | 13 | 11 | 17 | 18 | 20 | 154 | 168 | 185 | 200 | 216 |
| Levadura nutricional | Bolsa de 5 kg | Mensual | 500 | 2 | 4 | 5 | 6 | 6 | 7 | 5 | 9 | 8 | 7 | 10 | 11 | 12 | 92 | 101 | 110 | 120 | 129 |
| Aceite de coco | Botellas de 1 Lt | Mensual | 30 | 54 | 214 | 260 | 305 | 308 | 355 | 260 | 433 | 378 | 334 | 495 | 533 | 577 | 4,449 | 4,878 | 5,345 | 5,811 | 6,262 |
| Agar agar | Bolsa de 1 kg | Mensual | 150 | 3 | 13 | 15 | 17 | 18 | 20 | 15 | 24 | 22 | 19 | 28 | 31 | 33 | 256 | 280 | 308 | 334 | 360 |
| Sal marina | Bolsa de 1 kg | Mensual | 11.8 | 2 | 7 | 8 | 9 | 9 | 11 | 8 | 13 | 12 | 11 | 16 | 17 | 18 | 140 | 153 | 168 | 182 | 196 |
| Extracto de limón | Bolsa de 1 kg | Semanal | 10 | 23 | 91 | 111 | 129 | 131 | 151 | 111 | 184 | 161 | 141 | 210 | 227 | 246 | 1,891 | 2,073 | 2,270 | 2,469 | 2,660 |
| Orégano seleccionado | Bolsa de 1 kg | Mensual | 24 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 7 | 7 | 7 | 56 | 61 | 67 | 73 | 79 |
| Tomillo en polvo | Bolsa de 1 kg | Mensual | 30 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 7 | 7 | 7 | 56 | 61 | 67 | 73 | 79 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 212.

*Programa de compras de materiales 2019 - 2024*

| Programa de compra de materiales | Unidad de pedido | Frecuencia de compra | Precio por Pedido | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | millar | Mensual | 338.98 | 2 | 4 | 5 | 6 | 6 | 7 | 5 | 8 | 7 | 6 | 10 | 10 | 11 | 85 | 94 | 103 | 112 | 121 |
| Etiqueta | millar | Mensual | 42.37 | 2 | 4 | 5 | 6 | 6 | 7 | 5 | 8 | 7 | 6 | 10 | 10 | 11 | 85 | 94 | 103 | 112 | 121 |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa

En Purum Veggie S.A.C. realizaremos el requerimiento de mano de obra directamente proporcional al incremento de las ventas. En la tabla 213, se observa que en el año 2019 estamos considerando 03 operarios y 01 Analista de Laboratorio CC/ID, a partir del año 2021 se incrementará 01 operario más para el área de producción.

Tabla 213.

*Planilla del personal para el área de producción para todos los años*

| | Requerimiento de Mano de Obra Directa | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Perfil del Puesto | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 | Año 2024 |
| Operarios | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Analista de Laboratorio CC/IC | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Total | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |

*Nota*: Elaboración propia

## 6.3. Tecnología para el proceso

### 6.3.1. Maquinarias.

Tabla 214.

*Maquinarias para operaciones*

| Maquinarias para operaciones | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pasteurizador 15Lt | 1 | 3,757.00 | 3,183.90 | 3,183.90 | 573.10 | 3,757.00 | 5 años | 250 | anual |
| Marmita estacionaria eléctrica 50Lt | 1 | 9,690.00 | 8,211.86 | 8,211.86 | 1,478.14 | 9,690.00 | 5 años | 500 | anual |
| Cortadora ICHIMATSU | 2 | 1,500.00 | 1,271.19 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 5 años | 200 | anual |
| Empacadora al vacío Kitchenway | 1 | 11,870.25 | 10,059.53 | 10,059.53 | 1,810.72 | 11,870.25 | 5 años | 500 | anual |
| | | | **Total** | 23,997.67 | 4,319.58 | 28,317.25 | | | |

*Nota:* Elaboración propia

### 6.3.2. Equipos

Tabla 215.

*Equipos del área de operaciones*

| Equipos del área de operaciones | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Balanza 30Kg | 2 | 390.15 | 330.64 | 661.27 | 119.03 | 780.30 | 5 años | 100 | Anual |
| Licuadora industrial | 1 | 4,845.00 | 4,105.93 | 4,105.93 | 739.07 | 4,845.00 | 5 años | 200 | Anual |
| Refrigeradora industrial | 4 | 1,500.00 | 1,271.19 | 5,084.75 | 915.25 | 6,000.00 | 5 años | 200 | Anual |
| Laptop | 2 | 1,500.00 | 1,271.19 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 5 años | 50 | Anual |
| Purificador de aire | 1 | 179.90 | 152.46 | 152.46 | 27.44 | 179.90 | 5 años | 50 | Anual |
| Purificador de agua DM-100 | 1 | 2,390.00 | 2,025.42 | 2,025.42 | 364.58 | 2,390.00 | 5 años | 200 | Anual |
| Balanza 2Kg | 1 | 30.00 | 25.42 | 25.42 | 4.58 | 30.00 | 5 años | 100 | Anual |
| Balanza analítica 1KG | 1 | 365.00 | 309.32 | 309.32 | 55.68 | 365.00 | 5 años | 100 | Anual |
| Termómetro digital | 4 | 30.00 | 25.42 | 101.69 | 18.31 | 120.00 | 5 años | 100 | Anual |
| Balanza de humedad PCE-MB 111C | 1 | 2,470.27 | 2,093.45 | 2,093.45 | 376.82 | 2,470.27 | 5 años | 100 | Anual |
| Horno estufa de laboratorio | 1 | 2,000.00 | 1,694.92 | 1,694.92 | 305.08 | 2,000.00 | 5 años | 50 | Anual |
| Mini autoclave 5Lt | 1 | 3,000.00 | 2,542.37 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 5 años | 100 | Anual |
| Pipeteador | 1 | 100.00 | 84.75 | 84.75 | 15.25 | 100.00 | 5 años | 100 | Anual |
| | | | | **21,424.13** | **3,856.34** | **25,280.47** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 216.

*Equipos de área administrativa y finanzas*

| Equipos de la Gerencia y del área de Administración y Finanzas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Laptop | 3 | 1,500.00 | 1,271.19 | 3,813.56 | 686.44 | 4,500.00 | 5 años | 50 | Anual |
| Impresora | 1 | 1,729.00 | 1,465.25 | 1,465.25 | 263.75 | 1,729.00 | 5 años | 100 | Anual |
| Ventilador | 2 | 100.00 | 84.75 | 169.49 | 30.51 | 200.00 | 5 años | 0 | 0 |
| | | | | **5,448.31** | **980.69** | **6,429.00** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 217.

*Equipos área de ventas*

| Equipos del área Comercial y ventas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Laptop | 2 | 1,500.00 | 1,271.19 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 5 años | 50 | anual |
| | | | | **2,542.37** | **457.63** | **3,000.00** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.3.3. Herramientas.

Tabla 218.

*Herramientas de trabajo*

| Herramientas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jabas de plástico | 2 | 19.50 | 16.53 | 33.05 | 5.95 | 39.00 | 5 años |
| Exprimidor | 4 | 39.50 | 33.47 | 133.90 | 24.10 | 158.00 | 2 años |
| Colador de acero inox. | 2 | 55.00 | 46.61 | 93.22 | 16.78 | 110.00 | 2 años |
| Cubeta de acero inox. | 2 | 50.00 | 42.37 | 84.75 | 15.25 | 100.00 | 2 años |
| Coche transportador | 2 | 300.00 | 254.24 | 508.47 | 91.53 | 600.00 | 5 años |
| Maleta de herramientas | 1 | 200.00 | 169.49 | 169.49 | 30.51 | 200.00 | 5 años |
| **Total** | | | | **1,022.88** | **184.12** | **1,207.00** | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 219.

*Útiles de limpieza*

| Útiles de limpieza | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Dispensador de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | 9.15 | 60.00 | Una sola vez |
| Jabón | 1 | 40.00 | 33.90 | 33.90 | 6.10 | 40.00 | cada 2 meses |
| Papel | 1 | 30.00 | 25.42 | 25.42 | 4.58 | 30.00 | mensual |
| Dispensador de alcohol | 1 | 49.90 | 42.29 | 42.29 | 7.61 | 49.90 | Una sola vez |
| Lejía 4Lt | 8 | 35.00 | 29.66 | 237.29 | 42.71 | 280.00 | trimestral |
| Trapo | 10 | 2.20 | 1.86 | 18.64 | 3.36 | 22.00 | trimestral |
| Ambientador 1LT | 12 | 5.00 | 4.24 | 50.85 | 9.15 | 60.00 | trimestral |
| Limpiador pantallas | 1 | 140.00 | 118.64 | 118.64 | 21.36 | 140.00 | anual |
| Limpiador de cocina | 2 | 283.00 | 239.83 | 479.66 | 86.34 | 566.00 | anual |
| Escoba | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | 3.05 | 20.00 | anual |
| Recogedor | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | 3.05 | 20.00 | anual |
| Jalador de agua | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | 3.05 | 20.00 | anual |
| Equipo de limpieza | 2 | 50.00 | 42.37 | 84.75 | 15.25 | 100.00 | 5 años |
| Dispensador toalla de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | 9.15 | 60.00 | 5 años |
| Papel toalla | 4 | 42.00 | 35.59 | 142.37 | 25.63 | 168.00 | mensual |
| alcohol | 12 | 7.50 | 6.36 | 76.27 | 13.73 | 90.00 | mensual |
| Mandil | 3 | 20.00 | 16.95 | 50.85 | 9.15 | 60.00 | Semestral |
| **Total** | | | | **1,513.47** | **272.43** | **1,785.90** | |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.3.4. Utensilios

Tabla 220.
*Útiles, utensilios*

| Detalle | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Uniforme operario | 24 | 70.00 | 59.32 | 1,423.73 | 256.27 | 1,680.00 | anual |
| Botas de jebe | 6 | 30.00 | 25.42 | 152.54 | 27.46 | 180.00 | Semestral |
| Guardapolvo | 5 | 50.00 | 42.37 | 211.86 | 38.14 | 250.00 | anual |
| Mascarilla | 20 | 11.00 | 9.32 | 186.44 | 33.56 | 220.00 | trimestral |
| Red para cabello | 10 | 10.00 | 8.47 | 84.75 | 15.25 | 100.00 | trimestral |
| Guantes de nitrilo | 18 | 22.00 | 18.64 | 335.59 | 60.41 | 396.00 | trimestral |
| Caja de petrifilms | 1 | 2,000.00 | 1,694.92 | 1,694.92 | 305.08 | 2,000.00 | Anual |
| Kits de muestreo de superficies | 8 | 80.00 | 67.80 | 542.37 | 97.63 | 640.00 | Anual |
| Pipetas | 4 | 15.00 | 12.71 | 50.85 | 9.15 | 60.00 | Anual |
| Moldes de queso | 50 | 35.00 | 29.66 | 1,483.05 | 266.95 | 1,750.00 | anual |
| Espátula acero Tramontina | 5 | 14.00 | 11.86 | 59.32 | 10.68 | 70.00 | anual |
| Jarra medidora | 3 | 15.00 | 12.71 | 38.14 | 6.86 | 45.00 | anual |
| Jarras para zumo inox. | 3 | 32.00 | 27.12 | 81.36 | 14.64 | 96.00 | 2 años |
| Frasco de peptona | 1 | 75.00 | 63.56 | 31.78 | 5.72 | 37.50 | Anual |
| Cucharon acero Tramontina | 10 | 29.00 | 24.58 | 245.76 | 44.24 | 290.00 | anual |
| Jarras plástico 5Lt | 3 | 10.00 | 8.47 | 25.42 | 4.58 | 30.00 | anual |
| Baldes plásticos 10Lt | 2 | 20.00 | 16.95 | 33.90 | 6.10 | 40.00 | anual |
| Cuchillos | 3 | 10.00 | 8.47 | 25.42 | 4.58 | 30.00 | 5 años |
| **Total** | | | | **6,707.20** | **1,207.30** | **7,914.50** | |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.3.5. Mobiliario

Tabla 221.
*Mobiliarios de operaciones*

| Mobiliario de operaciones | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición en años | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mesa de acero inoxidable larga | 3 | 1,000.00 | 847.46 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 5 | 0 | 0 |
| Tina de acero inoxidable | 2 | 700.00 | 593.22 | 1,186.44 | 213.56 | 1,400.00 | 5 | 0 | 0 |
| Escritorio | 3 | 500.00 | 423.73 | 1,271.19 | 228.81 | 1,500.00 | 5 | 0 | 0 |
| Sillas | 3 | 100.00 | 84.75 | 254.24 | 45.76 | 300.00 | 5 | 0 | 0 |
| Estante | 4 | 200.00 | 169.49 | 677.97 | 122.03 | 800.00 | 5 | 0 | 0 |
| Casilleros | 1 | 430.00 | 364.41 | 364.41 | 65.59 | 430.00 | 5 | 50 | anual |
| Pizarra acrílica | 1 | 80.00 | 67.80 | 67.80 | 12.20 | 80.00 | 5 | 0 | 0 |
| | | | | **6,364.41** | **1,145.59** | **7,510.00** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 222.

*Mobiliario del área administrativa y finanzas*

| Mobiliario área administrativa y finanzas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición en años | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Escritorio | 3 | 500.00 | 423.73 | 1,271.19 | 228.81 | 1,500.00 | 5 | 20 | anual |
| Sillas | 3 | 100.00 | 84.75 | 254.24 | 45.76 | 300.00 | 5 | 20 | anual |
| Estante | 3 | 200.00 | 169.49 | 508.47 | 91.53 | 600.00 | 5 | 0 | 0 |
| | | | | **2,033.90** | **366.10** | **2,400.00** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 223.

*Mobiliario del área de ventas*

| Mobiliario área comercial y ventas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Escritorio | 2 | 500.00 | 423.73 | 847.46 | 152.54 | 1,000.00 | 5 | 0 | 0 |
| Estante | 2 | 200.00 | 169.49 | 338.98 | 61.02 | 400.00 | 5 | 0 | 0 |
| Sillas | 2 | 100.00 | 84.75 | 169.49 | 30.51 | 200.00 | 4 | 0 | 0 |
| | | | | **1,186.44** | **213.56** | **1,400.00** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.3.6. Útiles de oficina.

Tabla 224.

*Útiles del área de operaciones*

| Útiles de oficina área de operaciones | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de Compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lapiceros | 12 | 1.00 | 0.85 | 10.17 | 1.83 | 12.00 | Semestral |
| Cuadernos | 6 | 4.00 | 3.39 | 20.34 | 3.66 | 24.00 | Anual |
| Lápiz | 12 | 1.00 | 0.85 | 10.17 | 1.83 | 12.00 | Semestral |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Borrador | 4 | 1.00 | 0.85 | 3.39 | 0.61 | 4.00 | Anual |
| Tajador | 4 | 1.00 | 0.85 | 3.39 | 0.61 | 4.00 | Anual |
| Revistero | 5 | 7.20 | 6.10 | 30.51 | 5.49 | 36.00 | Anual |
| Bandeja | 5 | 22.40 | 18.98 | 94.92 | 17.08 | 112.00 | única vez |
| Post it | 5 | 21.10 | 17.88 | 89.41 | 16.09 | 105.50 | Semestral |
| Resaltador | 5 | 3.10 | 2.63 | 13.14 | 2.36 | 15.50 | Anual |
| Regla | 5 | 1.00 | 0.85 | 4.24 | 0.76 | 5.00 | Anual |
| Corrector | 5 | 1.90 | 1.61 | 8.05 | 1.45 | 9.50 | Anual |
| Perforador | 4 | 11.80 | 10.00 | 40.00 | 7.20 | 47.20 | única vez |
| Engrapador | 4 | 8.80 | 7.46 | 29.83 | 5.37 | 35.20 | única vez |
| Porta clip | 3 | 4.00 | 3.39 | 10.17 | 1.83 | 12.00 | única vez |
| Clip | 4 | 1.10 | 0.93 | 3.73 | 0.67 | 4.40 | Semestral |
| Grapas | 4 | 2.70 | 2.29 | 9.15 | 1.65 | 10.80 | Semestral |
| Cinta Embalaje | 10 | 4.60 | 3.90 | 38.98 | 7.02 | 46.00 | Semestral |
| Tijera | 6 | 9.90 | 8.39 | 50.34 | 9.06 | 59.40 | Semestral |
| Cuchilla | 2 | 2.60 | 2.20 | 4.41 | 0.79 | 5.20 | Semestral |
| Calculadora | 2 | 20.00 | 16.95 | 33.90 | 6.10 | 40.00 | única vez |
| Mota | 2 | 12.00 | 10.17 | 20.34 | 3.66 | 24.00 | Anual |
| Plumón Pizarra | 4 | 8.00 | 6.78 | 27.12 | 4.88 | 32.00 | Semestral |
| | | | | **555.68** | **100.02** | **655.70** | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 225.

*Útiles del área administrativa y finanzas*

| Útiles de oficina área administrativa y finanzas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de Compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hojas bond (Pack) | 6 | 10.40 | 8.81 | 52.88 | 9.52 | 62.40 | Semestral |
| Lapiceros | 10 | 1.00 | 0.85 | 8.47 | 1.53 | 10.00 | Semestral |
| Cuadernos | 4 | 5.00 | 4.24 | 16.95 | 3.05 | 20.00 | Anual |
| Lápiz | 4 | 1.00 | 0.85 | 3.39 | 0.61 | 4.00 | Semestral |
| Borrador | 4 | 1.00 | 0.85 | 3.39 | 0.61 | 4.00 | Semestral |
| Tajador | 2 | 1.00 | 0.85 | 1.69 | 0.31 | 2.00 | Semestral |
| Revistero | 3 | 7.20 | 6.10 | 18.31 | 3.29 | 21.60 | Anual |
| Bandeja | 2 | 22.40 | 18.98 | 37.97 | 6.83 | 44.80 | única vez |
| Post it | 8 | 21.10 | 17.88 | 143.05 | 25.75 | 168.80 | Semestral |
| Resaltador | 4 | 3.10 | 2.63 | 10.51 | 1.89 | 12.40 | Anual |
| Regla | 3 | 1.00 | 0.85 | 2.54 | 0.46 | 3.00 | Anual |
| Corrector | 3 | 1.90 | 1.61 | 4.83 | 0.87 | 5.70 | Anual |
| Perforador | 2 | 11.80 | 10.00 | 20.00 | 3.60 | 23.60 | única vez |
| Engrapador | 2 | 8.80 | 7.46 | 14.92 | 2.68 | 17.60 | única vez |
| Porta clip | 3 | 4.00 | 3.39 | 10.17 | 1.83 | 12.00 | única vez |
| Clip | 4 | 1.10 | 0.93 | 3.73 | 0.67 | 4.40 | Semestral |
| Grapas | 4 | 2.70 | 2.29 | 9.15 | 1.65 | 10.80 | Semestral |
| | | | | **361.95** | **65.15** | **427.10** | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 226.

*Útiles del área comercial y ventas*

| Útiles de oficina área comercial y ventas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | Valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Frecuencia de Compra |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lapiceros | 6 | 1.00 | 0.85 | 5.08 | 0.92 | 6.00 | Semestral |
| Cuadernos | 4 | 4.00 | 3.39 | 13.56 | 2.44 | 16.00 | Anual |
| Lápiz | 6 | 1.00 | 0.85 | 5.08 | 0.92 | 6.00 | Semestral |
| Revistero | 6 | 7.20 | 6.10 | 36.61 | 6.59 | 43.20 | Anual |
| Bandeja | 4 | 22.40 | 18.98 | 75.93 | 13.67 | 89.60 | única vez |
| Post it | 8 | 21.10 | 17.88 | 143.05 | 25.75 | 168.80 | Semestral |
| Resaltador | 4 | 3.10 | 2.63 | 10.51 | 1.89 | 12.40 | Anual |
| Regla | 2 | 1.00 | 0.85 | 1.69 | 0.31 | 2.00 | Anual |
| Corrector | 2 | 1.90 | 1.61 | 3.22 | 0.58 | 3.80 | Anual |
| Perforador | 2 | 11.80 | 10.00 | 20.00 | 3.60 | 23.60 | única vez |
| Engrapador | 2 | 8.80 | 7.46 | 14.92 | 2.68 | 17.60 | única vez |
| Porta clip | 3 | 4.00 | 3.39 | 10.17 | 1.83 | 12.00 | única vez |
| Clip | 4 | 1.10 | 0.93 | 3.73 | 0.67 | 4.40 | Semestral |
| Grapas | 4 | 2.70 | 2.29 | 9.15 | 1.65 | 10.80 | Semestral |
| | | | | **352.71** | **63.49** | **416.20** | |

*Nota*: Elaboración propia

### 6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 227.

*Mantenimiento de maquinarias y equipos de área de operaciones*

| Mantenimiento Maquinarias y equipos del área de operaciones | Cantidad | Costo mantenimiento | Frecuencia | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pasteurizador 15Lt | 1 | 250.00 | anual | 250.00 | 250.00 | 250.00 | 250.00 | 250.00 | 250.00 |
| Marmita estacionaria eléctrica 50Lt | 1 | 500.00 | anual | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 |
| Cortadora ICHIMATSU | 2 | 200.00 | anual | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 |
| Empacadora al vacío Kitchenway | 1 | 500.00 | anual | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 |
| Balanza 30Kg | 2 | 100.00 | Anual | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Licuadora industrial | 1 | 200.00 | Anual | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Refrigeradora industrial | 4 | 200.00 | Anual | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 |
| Laptop | 2 | 50.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Purificador de aire | 1 | 50.00 | Anual | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| Purificador de agua DM-100 | 1 | 200.00 | Anual | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 |
| Balanza 2Kg | 1 | 100.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Balanza analítica 1KG | 1 | 100.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Termómetro digital | 4 | 100.00 | Anual | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 |
| Balanza de humedad PCE-MB 111C | 1 | 100.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Horno estufa de laboratorio | 1 | 50.00 | Anual | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| Mini autoclave 5Lt | 1 | 100.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Pipeteador | 1 | 100.00 | Anual | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| Casilleros | 1 | 50.00 | anual | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| | | | **Costo mantenimiento Maquinarias** | **4,200** | **4,200** | **4,200** | **4,200** | **4,200** | **4,200** |
| | | | IGV | 756 | 756 | 756 | 756 | 756 | 756 |
| | | | **Monto** | **4,956** | **4,956** | **4,956** | **4,956** | **4,956** | **4,956** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 228.

*Programa de mantenimiento de equipos y mobiliario del área de administración y finanzas*

| Mantenimiento equipos y mobiliario del área de administración y finanzas | Cantidad | Costo mantenimiento | Frecuencia | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Laptop | 3 | 50.00 | Anual | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Impresora | 1 | 100.00 | Anual | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Ventilador | 2 | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Escritorio | 3 | 20.00 | anual | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Sillas | 3 | 20.00 | anual | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Estante | 3 | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | **Costo mantenimiento Maquinarias** | **370** | **370** | **370** | **370** | **370** | **370** |
| | | | IGV | 67 | 67 | 67 | 67 | 67 | 67 |
| | | | **Monto** | **437** | **437** | **437** | **437** | **437** | **437** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 229.

*Programa de mantenimiento de equipos y mobiliario del área comercial y ventas*

| Mantenimiento equipos y mobiliarios área comercial y ventas | Cantidad | Costo mantenimiento | Frecuencia | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Laptop | 2 | 50.00 | anual | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | | **Costo mantenimiento Maquinarias** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** |
| | | | IGV | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| | | | **Monto** | **118** | **118** | **118** | **118** | **118** | **118** |

*Nota*: Elaboración propia

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

Tabla 230.

*Programa de reposición de herramientas Dic. 2019 – 2024*

| Reposición de herramientas | Cantidad | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Valor de venta total | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jabas de plástico | 2 | 19.50 | 16.53 | 33.05 | 5 años | 33.05 | | | | 33.05 |
| Exprimidor | 4 | 39.50 | 33.47 | 133.90 | 2 años | 133.90 | 133.90 | | 133.90 | |
| Colador de acero inox. | 2 | 55.00 | 46.61 | 93.22 | 2 años | 93.22 | 93.22 | | 93.22 | |
| Cubeta de acero inox. | 2 | 50.00 | 42.37 | 84.75 | 2 años | 84.75 | 84.75 | | 84.75 | |
| Coche transportador | 2 | 300.00 | 254.24 | 508.47 | 5 años | 508.47 | | | | 508.47 |
| Maleta de herramientas | 1 | 200.00 | 169.49 | 169.49 | 5 años | 169.49 | | | | 169.49 |
| | | | | | **Total valor de venta** | **1,022.88** | **311.86** | **0.00** | **311.86** | **711.02** |
| | | | | | IGV | 184.12 | 56.14 | 0.00 | 56.14 | 127.98 |
| | | | | | **Monto** | **1,207.00** | **368.00** | **0.00** | **368.00** | **839.00** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 231.

*Programa de reposición de útiles de limpieza Dic. 2019 – Dic.2020*

| Reposición de útiles de limpieza | Cant. | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Valor de venta total | Dic-19 | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Dispensador de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | Una sola vez | 50.85 | | | | | | | | | | | | | |
| Jabón | 1 | 40.00 | 33.90 | 33.90 | cada 2 meses | 33.90 | | 33.90 | | | | | | | | | | | |
| Papel | 1 | 30.00 | 25.42 | 25.42 | mensual | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 |
| Dispensador de alcohol | 1 | 49.90 | 42.29 | 42.29 | Una sola vez | 42.29 | | | | | | | | | | | | | |
| Lejía 4Lt | 8 | 35.00 | 29.66 | 237.29 | trimestral | 237.29 | | | 237.29 | | | 237.29 | | | 237.29 | | | 237.29 | |
| Trapo | 10 | 2.20 | 1.86 | 18.64 | trimestral | 18.64 | | | 18.64 | | | 18.64 | | | 18.64 | | | 18.64 | |
| Ambientador 1LT | 12 | 5.00 | 4.24 | 50.85 | trimestral | 50.85 | | | 50.85 | | | 50.85 | | | 50.85 | | | 50.85 | |
| Limpiador pantallas | 1 | 140.00 | 118.64 | 118.64 | anual | 118.64 | | | | | | | | | | | | 118.64 | |
| Limpiador de cocina | 2 | 283.00 | 239.83 | 479.66 | anual | 479.66 | | | | | | | | | | | | 479.66 | |
| Escoba | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | | | | | | | | | | | 16.95 | |
| Recogedor | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | | | | | | | | | | | 16.95 | |
| Jalador de agua | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | | | | | | | | | | | 16.95 | |
| Equipo de limpieza | 2 | 50.00 | 42.37 | 84.75 | 5 años | 84.75 | | | | | | | | | | | | | |
| Dispensador toalla de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | 5 años | 50.85 | | | | | | | | | | | | | |
| Papel toalla | 4 | 42.00 | 35.59 | 142.37 | mensual | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 | 142.37 |
| alcohol | 12 | 7.50 | 6.36 | 76.27 | mensual | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 | 76.27 |
| Mandil | 3 | 20.00 | 16.95 | 50.85 | Semestral | 50.85 | | | | | | 50.85 | | | | | | 50.85 | |
| | | | | | **Total valor de venta** | **1,513.47** | **244** | **278** | **551** | **244** | **244** | **602** | **244** | **244** | **551** | **244** | **244** | **1251** | **244** |
| | | | | | IGV | 272.43 | 43.93 | 50.03 | 99.15 | 43.93 | 43.93 | 108.31 | 43.93 | 43.93 | 99.15 | 43.93 | 43.93 | 225.15 | 43.93 |
| | | | | | **Monto** | **1,785.90** | **288.00** | **328.00** | **650.00** | **288.00** | **288.00** | **710.00** | **288.00** | **288.00** | **650.00** | **288.00** | **288.00** | **1476.00** | **288.00** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 232.

*Programa de reposición de útiles de limpieza 2020 – 2024*

| Reposición de útiles de limpieza | Cant. | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Valor de venta total | Dic-19 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Dispensador de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | Una sola vez | 50.85 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Jabón | 1 | 40.00 | 33.90 | 33.90 | cada 2 meses | 33.90 | | 33.90 | 33.90 | 33.90 | 33.90 | 33.90 |
| Papel | 1 | 30.00 | 25.42 | 25.42 | mensual | 25.42 | 25.42 | 305.08 | 305.08 | 305.08 | 305.08 | 305.08 |
| Dispensador de alcohol | 1 | 49.90 | 42.29 | 42.29 | Una sola vez | 42.29 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Lejía 4Lt | 8 | 35.00 | 29.66 | 237.29 | trimestral | 237.29 | | 949.15 | 949.15 | 949.15 | 949.15 | 949.15 |
| Trapo | 10 | 2.20 | 1.86 | 18.64 | trimestral | 18.64 | | 74.58 | 74.58 | 74.58 | 74.58 | 74.58 |
| Ambientador 1LT | 12 | 5.00 | 4.24 | 50.85 | trimestral | 50.85 | | 203.39 | 203.39 | 203.39 | 203.39 | 203.39 |
| Limpiador pantallas | 1 | 140.00 | 118.64 | 118.64 | anual | 118.64 | | 118.64 | 118.64 | 118.64 | 118.64 | 118.64 |
| Limpiador de cocina | 2 | 283.00 | 239.83 | 479.66 | anual | 479.66 | | 479.66 | 479.66 | 479.66 | 479.66 | 479.66 |
| Escoba | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 |
| Recogedor | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 |
| Jalador de agua | 2 | 10.00 | 8.47 | 16.95 | anual | 16.95 | | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 |
| Equipo de limpieza | 2 | 50.00 | 42.37 | 84.75 | 5 años | 84.75 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 84.75 |
| Dispensador toalla de papel | 2 | 30.00 | 25.42 | 50.85 | 5 años | 50.85 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 50.85 |
| Papel toalla | 4 | 42.00 | 35.59 | 142.37 | mensual | 142.37 | 142.37 | 1708.47 | 1708.47 | 1708.47 | 1708.47 | 1708.47 |
| alcohol | 12 | 7.50 | 6.36 | 76.27 | mensual | 76.27 | 76.27 | 915.25 | 915.25 | 915.25 | 915.25 | 915.25 |
| Mandil | 3 | 20.00 | 16.95 | 50.85 | Semestral | 50.85 | | 101.69 | 101.69 | 101.69 | 101.69 | 101.69 |
| | | | | | **Total valor de venta** | **1,513.47** | **244** | **4941** | **4941** | **4941** | **4941** | **5076** |
| | | | | | IGV | 272.43 | 43.93 | 889.32 | 889.32 | 889.32 | 889.32 | 913.73 |
| | | | | | **Monto** | **1,785.90** | **288.00** | **5830.00** | **5830.00** | **5830.00** | **5830.00** | **5990.00** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 233.

*Programa de reposición de utensilios Dic. 2019 - 2024*

| Reposición de utensilios | Cantidad | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Valor de venta total | Feb-20 | May-20 | Ago-20 | Nov-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Uniforme operario | 18 | 70.00 | 59.32 | 1,067.80 | anual | 1,067.80 | | | | 1067.80 | 1067.80 | 1067.80 | 1067.80 | 1067.80 | 1067.80 |
| Botas de jebe | 6 | 30.00 | 25.42 | 152.54 | Semestral | 152.54 | | 152.54 | | 152.54 | 305.08 | 305.08 | 305.08 | 305.08 | 305.08 |
| Guardapolvo | 5 | 50.00 | 42.37 | 211.86 | anual | 211.86 | | | | 211.86 | 211.86 | 211.86 | 211.86 | 211.86 | 211.86 |
| Mascarilla | 20 | 11.00 | 9.32 | 186.44 | trimestral | 186.44 | 186.44 | 186.44 | 186.44 | 186.44 | 745.76 | 745.76 | 745.76 | 745.76 | 745.76 |
| Red para cabello | 10 | 10.00 | 8.47 | 84.75 | trimestral | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 338.98 | 338.98 | 338.98 | 338.98 | 338.98 |
| Guantes de nitrilo | 18 | 22.00 | 18.64 | 335.59 | trimestral | 335.59 | 335.59 | 335.59 | 335.59 | 335.59 | 1342.37 | 1342.37 | 1342.37 | 1342.37 | 1342.37 |
| Caja de petrifilms | 1 | 2,000.00 | 1,694.92 | 1,694.92 | Anual | 1,694.92 | | | | 1694.92 | 1694.92 | 1694.92 | 1694.92 | 1694.92 | 1694.92 |
| Kits de muestreo de superficies | 8 | 80.00 | 67.80 | 542.37 | Anual | 542.37 | | | | 542.37 | 542.37 | 542.37 | 542.37 | 542.37 | 542.37 |
| Pipetas | 4 | 15.00 | 12.71 | 50.85 | Anual | 50.85 | | | | 50.85 | 50.85 | 50.85 | 50.85 | 50.85 | 50.85 |
| Moldes de queso | 50 | 35.00 | 29.66 | 1,483.05 | anual | 1,483.05 | | | | 1483.05 | 1483.05 | 1483.05 | 1483.05 | 1483.05 | 1483.05 |
| Espátula acero Tramontina | 5 | 14.00 | 11.86 | 59.32 | anual | 59.32 | | | | 59.32 | 59.32 | 59.32 | 59.32 | 59.32 | 59.32 |
| Jarra medidora | 3 | 15.00 | 12.71 | 38.14 | anual | 38.14 | | | | 38.14 | 38.14 | 38.14 | 38.14 | 38.14 | 38.14 |
| Jarras para zumo inox. | 3 | 32.00 | 27.12 | 81.36 | 2 años | 81.36 | | | | | 0.00 | 81.36 | | 81.36 | |
| Frasco de peptona | 1 | 75.00 | 63.56 | 31.78 | Anual | 31.78 | | | | 31.78 | 31.78 | 31.78 | 31.78 | 31.78 | 31.78 |
| Cucharon acero Tramontina | 10 | 29.00 | 24.58 | 245.76 | anual | 245.76 | | | | 245.76 | 245.76 | 245.76 | 245.76 | 245.76 | 245.76 |
| Jarras plástico 5Lt | 3 | 10.00 | 8.47 | 25.42 | anual | 25.42 | | | | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 | 25.42 |
| Baldes plásticos 10Lt | 2 | 20.00 | 16.95 | 33.90 | anual | 33.90 | | | | 33.90 | 33.90 | 33.90 | 33.90 | 33.90 | 33.90 |
| Cuchillos | 3 | 10.00 | 8.47 | 25.42 | 5 años | 25.42 | | | | | | | | | 25.42 |
| | | | | | **Total valor de venta** | **6,351.27** | **606.78** | **759.32** | **606.78** | **6244.49** | **8217.37** | **8298.73** | **8217.37** | **8298.73** | **8242.80** |
| | | | | | IGV | 1,143.23 | 109.22 | 136.68 | 109.22 | 1124.01 | 1479.13 | 1493.77 | 1479.13 | 1493.77 | 1483.70 |
| | | | | | **Monto** | **7,494.50** | **716.00** | **896.00** | **716.00** | **7368.50** | **9696.50** | **9792.50** | **9696.50** | **9792.50** | **9726.50** |

*Nota*: Elaboración propia

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

Tabla 234.

*Programa de reposición de útiles de oficina área de operaciones*

| Reposición de útiles de oficina área de operaciones | Frecuencia de recompra | Valor de venta total | May-20 | Nov-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lapiceros | Semestral | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 |
| Cuadernos | Anual | 20.34 | | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 |
| Lápiz | Semestral | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 | 20.34 |
| Borrador | Anual | 3.39 | | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 |
| Tajador | Anual | 3.39 | | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 |
| Revistero | Anual | 30.51 | | 30.51 | 30.51 | 30.51 | 30.51 | 30.51 | 30.51 |
| Bandeja | única vez | 94.92 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Post it | Semestral | 89.41 | 89.41 | 89.41 | 178.81 | 178.81 | 178.81 | 178.81 | 178.81 |
| Resaltador | Anual | 13.14 | | 13.14 | 13.14 | 13.14 | 13.14 | 13.14 | 13.14 |
| Regla | Anual | 4.24 | | 4.24 | 4.24 | 4.24 | 4.24 | 4.24 | 4.24 |
| Corrector | Anual | 8.05 | | 8.05 | 8.05 | 8.05 | 8.05 | 8.05 | 8.05 |
| Perforador | única vez | 40.00 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Engrapador | única vez | 29.83 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Porta clip | única vez | 10.17 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Clip | Semestral | 3.73 | 3.73 | 3.73 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 |
| Grapas | Semestral | 9.15 | 9.15 | 9.15 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 |
| Cinta Embalaje | Semestral | 38.98 | 38.98 | 38.98 | 77.97 | 77.97 | 77.97 | 77.97 | 77.97 |
| Tijera | Semestral | 50.34 | 50.34 | 50.34 | 100.68 | 100.68 | 100.68 | 100.68 | 100.68 |
| Cuchilla | Semestral | 4.41 | 4.41 | 4.41 | 8.81 | 8.81 | 8.81 | 8.81 | 8.81 |
| | **Total valor venta** | **474.32** | **216.36** | **299.41** | **515.76** | **515.76** | **515.76** | **515.76** | **515.76** |
| | IGV | 85.38 | 38.94 | 53.89 | 92.84 | 92.84 | 92.84 | 92.84 | 92.84 |
| | **Monto** | **559.70** | **255.30** | **353.30** | **608.60** | **608.60** | **608.60** | **608.60** | **608.60** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 235.

*Programa de reposición de útiles de oficina área administrativa*

| Reposición de útiles de oficina área de administración y finanzas | Frecuencia de recompra | Valor de venta total | May-20 | Nov-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hojas bond (Pack) | Semestral | 52.88 | 52.88 | 52.88 | 105.76 | 105.76 | 105.76 | 105.76 | 105.76 |
| Lapiceros | Semestral | 8.47 | 8.47 | 8.47 | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 | 16.95 |
| Cuadernos | Anual | 16.95 | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Lápiz | Semestral | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 6.78 | 6.78 | 6.78 | 6.78 | 6.78 |
| Borrador | Semestral | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 6.78 | 6.78 | 6.78 | 6.78 | 6.78 |
| Tajador | Semestral | 1.69 | 1.69 | 1.69 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 | 3.39 |
| Revistero | Anual | 18.31 | | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 |
| Bandeja | única vez | 37.97 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Post it | Semestral | 143.05 | 143.05 | 143.05 | 286.10 | 286.10 | 286.10 | 286.10 | 286.10 |
| Resaltador | Anual | 10.51 | | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 |
| Regla | Anual | 2.54 | | 2.54 | 2.54 | 2.54 | 2.54 | 2.54 | 2.54 |
| Corrector | Anual | 4.83 | | 4.83 | 4.83 | 4.83 | 4.83 | 4.83 | 4.83 |
| Perforador | única vez | 20.00 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Engrapador | única vez | 14.92 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Porta clip | única vez | 10.17 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Clip | Semestral | 3.73 | 3.73 | 3.73 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 |
| Grapas | Semestral | 9.15 | 9.15 | 9.15 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 |
| | **Total valor venta** | **361.95** | **225.76** | **261.95** | **487.71** | **487.71** | **487.71** | **487.71** | **487.71** |
| | IGV | 65.15 | 40.64 | 47.15 | 87.79 | 87.79 | 87.79 | 87.79 | 87.79 |
| | **Monto** | **427.10** | **266.40** | **309.10** | **575.50** | **575.50** | **575.50** | **575.50** | **575.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 236.

*Programa de reposición de útiles de oficina área de ventas*

| Reposición de útiles de oficina área comercial y ventas | Frecuencia de recompra | Valor de venta total | May-20 | Nov-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lapiceros | Semestral | 5.08 | 5.08 | 5.08 | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 10.17 |
| Cuadernos | Anual | 13.56 | | 13.56 | 13.56 | 13.56 | 13.56 | 13.56 | 13.56 |
| Lápiz | Semestral | 5.08 | 5.08 | 5.08 | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 10.17 | 10.17 |
| Revistero | Anual | 36.61 | | 36.61 | 36.61 | 36.61 | 36.61 | 36.61 | 36.61 |
| Bandeja | única vez | 75.93 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Post it | Semestral | 143.05 | 143.05 | 143.05 | 286.10 | 286.10 | 286.10 | 286.10 | 286.10 |
| Resaltador | Anual | 10.51 | | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 | 10.51 |
| Regla | Anual | 1.69 | | 1.69 | 1.69 | 1.69 | 1.69 | 1.69 | 1.69 |
| Corrector | Anual | 3.22 | | 3.22 | 3.22 | 3.22 | 3.22 | 3.22 | 3.22 |
| Perforador | única vez | 20.00 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Engrapador | única vez | 14.92 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Porta clip | única vez | 10.17 | | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Clip | Semestral | 3.73 | 3.73 | 3.73 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 | 7.46 |
| Grapas | Semestral | 9.15 | 9.15 | 9.15 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 | 18.31 |
| | **Total valor venta** | **352.71** | **166.10** | **231.69** | **397.80** | **397.80** | **397.80** | **397.80** | **397.80** |
| | IGV | 63.49 | 29.90 | 41.71 | 71.60 | 71.60 | 71.60 | 71.60 | 71.60 |
| | **Monto** | **416.20** | **196.00** | **273.40** | **469.40** | **469.40** | **469.40** | **469.40** | **469.40** |

*Nota*: Elaboración propia

## 6.4. Localización

Con el fin de determinar la ubicación de nuestra planta y oficinas administrativas tenemos en cuenta que la zona geográfica a nivel macro en la que debemos enfocarnos es la ciudad de Lima, ya que nuestro público objetivo se encuentra en ella. Dentro de Lima Metropolitana llevamos a cabo la evaluación de posibles locaciones en distritos próximos a aquellos que se agrupan en la zona 6 y zona 7 de la ciudad de Lima.

*Figura 81.* Mapa de Lima – Parcial

*Nota*: GUIA CALLES

### 6.4.1. Macro localización.

Para esta evaluación tomamos en cuenta que la empresa no va a adquirir un bien inmueble donde establecer sus instalaciones debido a los altos costos que esta operación representa. “Productos Purum S.A.C.” va alquilar un espacio adecuado para su giro de negocio. Se emplearon en la búsqueda los portales web “Urbania” y “La encontré”. Los distritos aledaños a las zonas 6 y 7 fueron seleccionados tomando como referencia los costos por metro cuadrado, pues estos impactan en los precios de alquileres de locales adecuados para nuestra operación. De esta manera seleccionamos los siguientes: San Luis, Surquillo y La Victoria. Cabe resaltar que no consideramos las zonas industriales de Santa Anita ni Ate Vitarte por los trabajos de construcción de la Línea 2 del Metro de Lima porque tienen un impacto directo en el tráfico vehicular en la zona. En paralelo a la variable costo por m2, las variables a evaluar para seleccionar el distrito más adecuado para nuestra planta son las siguientes:

- Ubicación de puntos de venta: La cercanía de nuestra planta hacía los puntos distribución de nuestros productos y su impacto en los costos es importante, por lo que requerimos un establecimiento que se adapte a nuestras necesidades.

- Permisos municipales: Documentación requerida por los municipios y su cumplimiento.
- Vías de acceso principales: Factor que incide en la facilidad del transporte de nuestros productos hacia los puntos de venta.
- Servicios básicos: Contar con luz, agua, desagüe, internet de manera ininterrumpida.

La relación y ubicación de los distritos evaluados en Lima Metropolitana es la siguiente:

✓ San Luis: Este distrito colinda con San Borja. Ostenta el costo promedio más bajo de los tres distritos presentados con S/ 4,588 por metro cuadrado que incide en los precios de alquiler, según la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO). Cuenta con vías principales como la Av. Circunvalación, Av. San Luis, Av. Aviación, Av. Canadá y la Av. Nicolás Arriola que conecta directamente con la Avenida Javier Prado o con la Vía Expresa mediante la Avenida Canadá. La Avenida Circunvalación brinda un acceso a nuestro principal proveedor (Candela Perú) luego de conectarse con la Panamericana Sur.

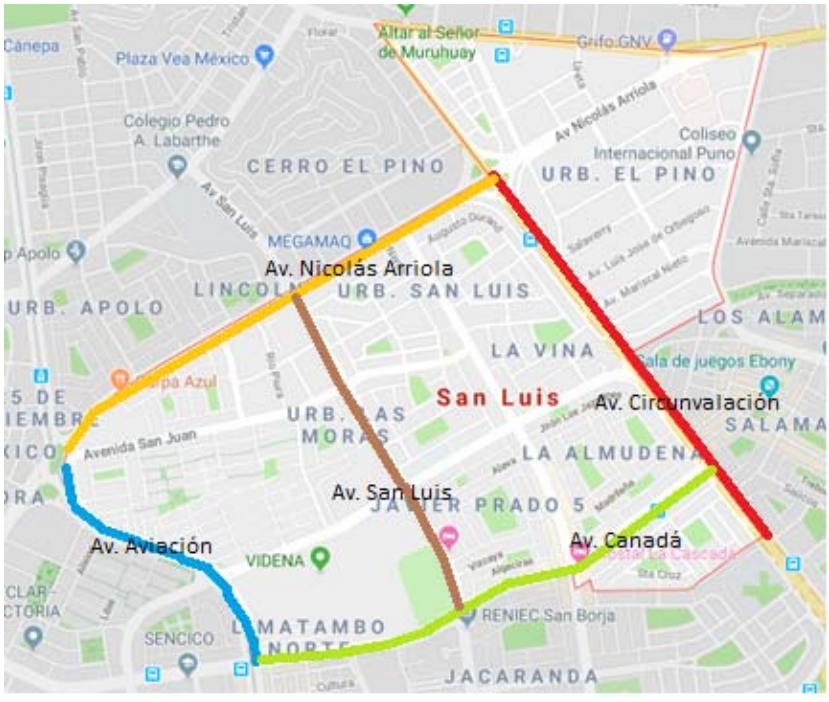



*Figura 82.* Distrito de San Luis

*Nota*: Google Maps

- ✓ Surquillo: Este distrito colinda con los distritos de San Borja, San Isidro, Miraflores y Santiago de Surco. Sin embargo, el costo por metro cuadrado promedio es el más alto de las tres opciones llegando en promedio a los S/ 6.022.58 por m2, según la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios del Perú (ADI Perú). El distrito tiene como vías principales a la Av. Tomás Marsano, Av. Aviación, Av. Paseo de la República y Av. Angamos.

*Figura 83.* Distrito de Surquillo

*Nota*: Google Maps

- ✓ La Victoria: El distrito mejor conectado, colinda con Lince, San Isidro y San Borja. Además, cuenta con acceso a varias principales vías de la ciudad como la Av. Paseo de la República, Av. Javier Prado, Av. Canadá, Av. Angamos, Av. Nicolás Arriola y Av. Circunvalación. Sin embargo, es el segundo distrito con el costo promedio más caro por metro cuadrado llegando los S/ 5.375.15 por m2 según ADI Perú. En el caso de La Victoria la Avenida Circunvalación ofrece conexión con nuestro principal proveedor, sin embargo, extiende el recorrido del delivery en comparación con el distrito de San Luis.

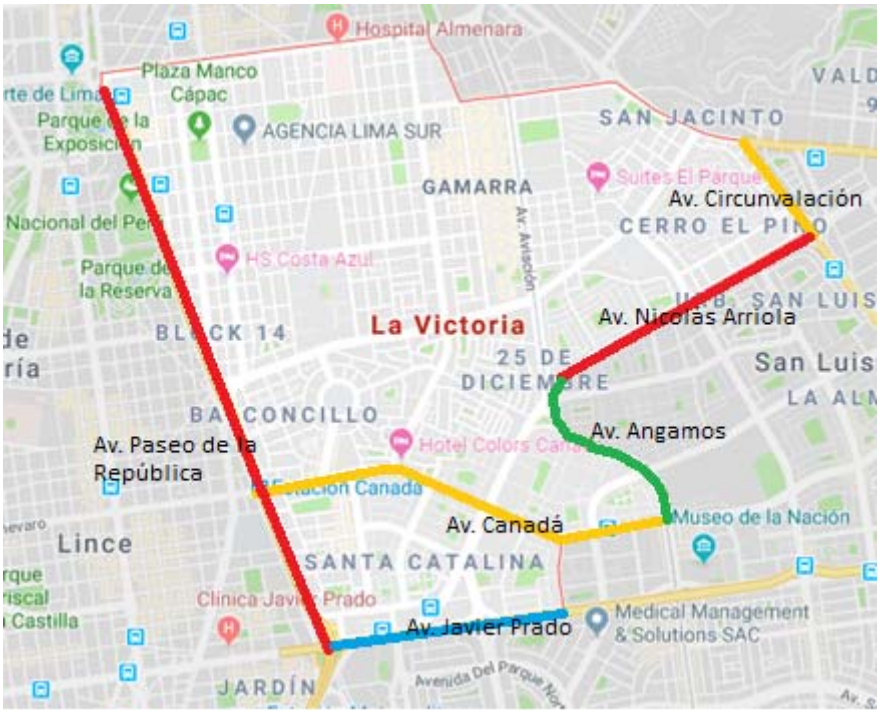



*Figura 84.* Distrito de La Victoria

*Nota*: Google Maps

Para determinar la ponderación adecuada para los factores que seleccionamos y mencionamos párrafos arriba empleamos las herramientas de la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros (JUSE).

Para las matrices de ponderación consideramos el siguiente puntaje: 1 (relación alta), 0.5 (relación media) y 0 (relación baja).

Tabla 237.

*Variables de la Macro Localización*

| | **Macro Localización** |
|---|---|
| A | Costo de alquiler |
| B | Ubicación de puntos de venta |
| C | Permisos municipales |
| D | Vías de acceso principales |
| E | Servicios básicos |

*Nota*: Elaboración propia

| | A | B | C | D | E | Total | Ponderación |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.5 | 1.5 | 18.8 |
| B | 0.5 | | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 1.5 | 18.8 |
| C | 0.5 | 0.0 | | 0.0 | 0.5 | 1.0 | 12.5 |
| D | 1.0 | 1.0 | 0.0 | | 0.0 | 2.0 | 25.0 |
| E | 1.0 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | | 2.0 | 25.0 |
| | | | | | | 8.0 | 100.0 |

*Figura 85.* Matriz de Ponderación – Macro Localización

*Nota*: Google Maps

Como se observa en la figura 85 a cada una de las variables se le asignó una calificación del 1 al 10 para luego obtener puntaje en relación a la ponderación establecida. Se obtuvo como resultado que el distrito de San Luis es el más apropiado para establecernos como empresa por registrar un total de 606.8 sobre Surquillo y La Victoria que obtuvieron 550.5 y 581.7

| | | | San Luis | | Surquillo | | La Victoria | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Factores | Ponderado | Calificación | Puntaje | Calificación | Puntaje | Calificación | Puntaje |
| A | Costo m2 | 18.8 | 6.0 | 112.8 | 4.0 | 75.2 | 5.0 | 94.0 |
| B | Ubicación: Puntos de Venta | 18.8 | 5.0 | 94.0 | 6.0 | 112.8 | 4.0 | 75.2 |
| C | Permisos Municipales | 12.5 | 6.0 | 75.0 | 5.0 | 62.5 | 5.0 | 62.5 |
| D | Vías de acceso principales | 25.0 | 7.0 | 175.0 | 6.0 | 150.0 | 8.0 | 200.0 |
| E | Servicios básicos | 25.0 | 6.0 | 150.0 | 6.0 | 150.0 | 6.0 | 150.0 |
| | Total | | | 606.8 | | 550.5 | | 581.7 |

*Figura 86.* Variables de macro localización

*Nota*: Elaboración propia

### 6.4.2. Micro localización.

Con la selección del distrito de San Luis pasamos a evaluar tres opciones para instalar, abrir y operar la planta y oficinas de “Productos Purum S.A.C.”. Las variables a contemplar son las siguientes:

- Adecuaciones: El costo estimado de las adecuaciones requeridas para cada local potencial es relevante porque impacta en nuestra estructura de costos.
- Infraestructura: Local en buenas condiciones y servicios habilitados.
- Tráfico: Conexión de las vías y congestión vehicular en dirección a las zonas reparto o puntos de venta.
- Costo de alquiler: Relación entre las tres opciones evaluadas.

- Seguridad del entorno: Factor de seguridad para las instalaciones y personal. Se tienen en cuenta las vías de acceso y su luminosidad, que no sean zonas rojas del distrito.
- La relación y ubicación de los locales evaluados en el distrito de San Luis es la siguiente:

Tabla 238.

*Características del local*

| **Características de local - Opción n°1** | |
|---|---|
| Dirección | Av. Nicolás Arriola - Cuadra N°20 |
| Precio de alquiler | USD $ 3,500/mensual |
| Área tota | 243 m2 |
| Características | 02 medio baños – 1 baño completo |
| | Servicios completos habilitados |
| | 03 pisos |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 87.* Local opción 1

*Nota*: Urbania

Tabla 239.

*Características del local opción 2*

| **Dirección** | **Calle Augusto Durand – Cuadra 2** |
|---|---|
| Precio de alquiler | USD 4,200/mensual |
| Área | 270 m2 |
| Características | 05 baños |
| | Servicios completos habilitados |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 88.* Local opción 2

*Nota*: Urbania

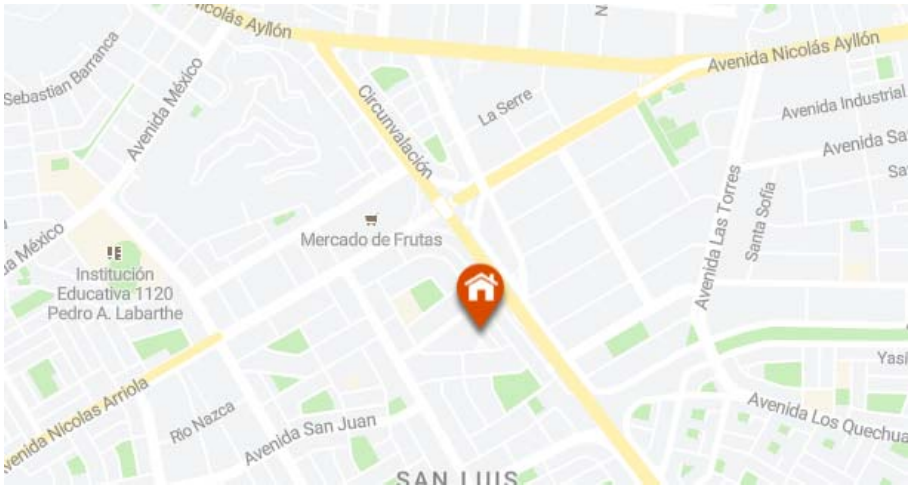



*Figura 89.* Ubicación Local: Opción n°2

*Nota*: Urbania

Tabla 240.

*Características del local opción 3*

| Dirección | Av. Mariscal Domingo Nieto 318, El Pino |
|---|---|
| Precio de alquiler | USD $3,800.00/mensual |
| Área | 300 m2 |
| Características | 02 baños |
| | Techo elevado de 12 metros |

*Nota*: Elaboración propia

*Figura 90.* Local: Opción n°3

*Nota*: Urbania

*Figura 91.* Local

*Nota*: Google Maps

Empleamos nuevamente empleamos la herramienta de la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros (JUSE) para desarrollar la matriz de ponderación según los factores que consideramos.

Para las matrices de ponderación consideramos el siguiente puntaje: 1 (relación alta), 0.5 (relación media) y 0 (relación baja).

Tabla 241.
*Variables de la Micro Localización*

| Micro Localización | |
|---|---|
| A | Adecuaciones |
| B | Infraestructura |
| C | Tráfico |
| D | Costo de alquiler |
| E | Seguridad del entorno |

*Nota*: Elaboración propia

| | A | B | C | D | E | Total | Ponderación |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | | 0.5 | 0.5 | 1.0 | 0.5 | 2.5 | 17.9 |
| B | 1.0 | | 0.5 | 1.0 | 0.5 | 3.0 | 21.4 |
| C | 0.0 | 0.5 | | 1.0 | 1.0 | 2.5 | 17.9 |
| D | 1.0 | 0.5 | 1.0 | | 0.5 | 3.0 | 21.4 |
| E | 0.5 | 1.0 | 1.0 | 0.5 | | 3.0 | 21.4 |
| | | | | | | 14.0 | 100.0 |

*Figura 92.* Matriz de Ponderación – Micro Localización

*Nota*: Elaboración propia

| | | | Opción N°1 | | Opción N°2 | | Opción N°3 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Factores | Ponderado | Calificación | Puntaje | Calificación | Puntaje | Calificación | Puntaje |
| A | Adecuaciones | 17.9 | 5.0 | 89.3 | 6.0 | 107.1 | 7.0 | 125.0 |
| B | Infraestructura | 21.4 | 7.0 | 150.0 | 4.0 | 85.7 | 3.0 | 64.3 |
| C | Tráfico | 17.9 | 6.0 | 107.1 | 6.0 | 107.1 | 6.0 | 107.1 |
| D | Costo de alquiler | 21.4 | 7.0 | 150.0 | 4.0 | 85.7 | 5.0 | 107.1 |
| E | Seguridad del entorno | 21.4 | 6.0 | 128.6 | 5.0 | 107.1 | 6.0 | 128.6 |
| | Total | | | 625.0 | | 492.9 | | 532.1 |

*Figura 93.* Calificación de los locales según variables – Micro localización

*Nota*: Elaboración propia

Como se observa en la figura 92 a cada una de las variables se le asignó una calificación del 1 al 10 para luego obtener puntaje en relación a la ponderación establecida. Se obtuvo como resultado que el local ubicado en la cuadra 20 de la Av. Nicolás Arriola es el más apropiado para establecernos como empresa por registrar un total de 625 sobre la opción 2 que obtuvo 492.9 y tercera opción que registró 532.1 puntos.

Esta ubicación es estratégica para nuestra empresa. El local está ubicado en la vía auxiliar de la Av. Nicolás Arriola, recientemente reinaugurada, por lo que el acceso vehicular y peatonal está garantizado. En la Avenida se han instalado cámaras de video seguridad para garantizar la protección de los transeúntes, vehículos y locales comerciales/industriales de la zona.

Las condiciones de alquiler son 2 meses por adelantado y 1 mes de garantía. El precio de USD $ 3,500.00 incluye IGV.

### 6.4.3. Gastos de adecuación.

Nuestra planta y oficinas administrativas contarán con un área de 243 m2, para el correcto funcionamiento de la empresa se ha visto por conveniente llevar a cabo adecuaciones. Se lista cada una con sus costos.

Tabla 242.

*Gastos de adecuación*

| Descripción | Unidad de medida | Cantidad | Importe Unitario (S/) | Total con IGV (S/) |
|---|---|---|---|---|
| Instalaciones eléctricas | Unidad | 20 | 35,00 | 700.00 |
| Instalaciones sanitarias | Unidad | 06 | 25.00 | 150.00 |
| Instalación de drywall | M2 | 22.08 | 80.00 | 1,766.40 |
| Instalación de puerta | Unidad | 1 | 200.00 | 600.00 |
| Estantería metálica | Unidad | 06 | 1,10.00 | 660.00 |
| Detectores de humo, luces de emergencia, extintores PQS señalética y demás accesorios de seguridad (Paquete) | Unidad | 1 | 990.00 | 990.00 |
| Lockers | Unidad | 01 | 280.00 | 280.00 |
| Cámara de seguridad | Unidad | 02 | 365.00 | 730.00 |
| Mano de obra | Unidad | 01 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| Total adecuaciones | | | | 7,642.15 |

*Nota*: Elaboración Propia

Atelier Mantenimiento

Nro. Cotización
2019-000101-A

miércoles, 08 de Mayo de 2019

Atención:
Sres. Productos Purum S.A.C.
PARTICULAR

Por medio de la presente le hacemos llegar el siguiente presupuesto de acuerdo a lo solicitado:

| Referencia: | | | MANTENIMIENTO DE LOCAL | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Items | Medida | Cantid. | Descripción | Precio Unit. | Precio Total |
| 1 | UNIDAD | 20 | INSTALACION ELECTRICA DE PUNTOS DE LUZ DESDE ACOMETIDA EXISTENTE A PUNTO DE FUENTE, INCL SOCATE Y FOCO AHORRADOR. | S/. 35.00 | S/. 700.00 |
| 2 | UNIDAD | 6 | CONEXIÓN DE PUNTOS PARA AGUA, INCLUYE PICADO Y RESANE, CON TUBERIA EXTERNAR DE PVC 1/2 | S/. 25.00 | S/. 150.00 |
| 3 | M2 | 22.08 | SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MURO DE DRYWALL DE 11.5 LARGO POR 2.4 ALTO CON 8 CM DE GROSOR, INTERIOR LANA DE VIDRIO. | S/. 80.00 | S/. 1,766.40 |
| 4 | UNIDAD | 1 | SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE UNA PUERTA MELVA SENCILL DE 0.90X2.40 CON ACCESORIOS | S/. 200.00 | S/. 200.00 |
| 5 | UNIDAD | 6 | ESTANTERIA METALICA DE 2*2.5*0.40 | S/. 110.00 | S/. 660.00 |
| 6 | UNIDAD | 1 | DETECTORES DE HUMO, LUCES DE EMERGENCIA, EXTINTORES PQS SEÑALITICA Y DEMAS ACCESORIOS DE SEGURIDAD (PAQUETE) | S/. 990.00 | S/. 990.00 |
| 7 | UNIDAD | 1 | LOCKERS DE PLASTICO DE 0.30*0.50*2.10 CON 6 ESPACIOS | S/. 280.00 | S/. 280.00 |
| 8 | UNIDAD | 2 | SISTEMA DE CCTV PARA 2 PUNTOS DE ACCESO. | S/. 365.00 | S/. 730.00 |
| 9 | UNIDAD | 1 | TRANSPORTE, ACARREO, UTILIDAD Y SEGUROS. | S/. 1,000.00 | S/. 1,000.00 |
| | | | | SUB TOTAL | S/. 6,476.40 |
| | | | | IGV 18% | S/. 1,165.75 |
| | | | | PRECIO TOTAL | S/. 7,642.15 |

*Figura 94.* Cotización de adecuaciones

*Nota*: Atelier Mantenimiento

### 6.4.4. Gastos de servicio.

Los gastos de servicios estimados por “Productos Purum S.A.C.” se fundamentan en las tarifas públicas. A continuación, se lista cada uno de los servicios a contratar tarifas. El volumen de consumo se estima en 450 m3, esto nos ubica en el rango de 0 a 1,000 m3 de Sedapal.

A continuación, se detalla el cálculo de consumo estimado:

Tabla 243.

*Gastos de servicio*

| Descripción | Frecuencia | Total con IGV |
|---|---|---|
| Agua – Sedapal | Mensual | 424.00 |
| Energía eléctrica – Luz del Sur | Mensual | 754.00 |
| Teléfono + Internet - Movistar | Mensual | 300.00 |
| Total | | 1,478.00 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 244.

*Cálculo de consumo de agua*

| Descripción | S/ por m3 | m3 | |
|---|---|---|---|
| Agua Potable | 0.498 | 450.00 | 224.00 |
| Alcantarillado | 0.488 | 450.00 | 200.00 |
| Total | | | 450.00 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 245.

*Muestra el detalle de facturación estimado*

| Detalle de facturación | |
|---|---|
| Concepto | |
| Agua Potable | 224.00 |
| Alcantarillado | 200.00 |
| IGV 18% | 76.32 |
| Total | 500.32 |

*Nota*: Elaboración propia

4,858

**SERVICIO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE LIMA - SEDAPAL S.A.**

**ESTRUCTURA TARIFARIA APROBADA MEDIANTE RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 022-2015-SUNASS-CD**

**Por los Servicios de Agua Potable y Alcantarillado**

**1. CARGO FIJO** (S/. / Mes) 1.50

**2. CARGO POR VOLUMEN**

| CLASE CATEGORIA | RANGOS DE CONSUMOS | Tarifa (S/. / m³) | |
|---|---|---|---|
| | m³/mes | Agua Potable | Alcantarillado (1) |
| **NO RESIDENCIAL** | | | |
| Comercial | 0 a 1000<br>1000 a más | 4,858<br>5,212 | 2,193<br>2,352 |
| Industrial | 0 a 1000<br>1000 a más | 0.498<br>5,212 | 0.488<br>2,352 |
| Estatal | 0 a más | 3,195 | 1,396 |

*Figura 95.* Estructura Tarifaria de Sedapal

*Nota*: SEDAPAL

### Energía eléctrica

La tarifa contratada por “Productos Purum S.A.C” está ubicada en la categoría MT, debido al consumo de nuestras máquinas. La carga de energía demandada estima que tenga un costo de S/ 754.00 soles. A continuación, se presenta el detalle de las tarifas de la empresa “Luz del Sur”

**EMPRESA DE DISTRIBUCION ELECTRICA LUZ DEL SUR S.A.A.**

**PRECIOS PARA LA VENTA DE ENERGIA ELECTRICA (incluye IGV)**

**PLIEGO TARIFARIO : 04 MARZO 2019 (/1)**

LDS2019-04

| | | Sistema Lima Sur | |
|---|---|---|---|
| **MEDICION DOBLE DE ENERGIA Y CONTRATACION O MEDICION DE DOS POT** | **Unidad** | **MT2** | **BT2** |
| Cargo Fijo mensual | S/./Usuario | 5,72 | 5,72 |
| Cargo por Energía en punta | cent S/./kW.h | 29,43 | 32,13 |
| Cargo por Energía fuera de punta | cent S/./kW.h | 24,70 | 26,95 |
| Cargo por potencia activa de generación en horas punta | S/./kW-mes | 66,66 | 70,98 |
| Cargo por potencia activa por uso redes de distribución en horas punta | S/./kW-mes | 11,02 | 52,63 |
| Cargo por exceso de potencia por uso redes distribución en horas fuera de p | S/./kW-mes | 11,93 | 42,98 |
| Cargo por energía reactiva que exceda del 30% del total de la energía activa | cent S/./kvarh | 5,35 | 5,35 |
| **MEDICION DOBLE DE ENERGIA Y UNA POTENCIA CONTRATADA (2E1P)** | **Unidad** | **MT3** | **BT3** |
| Cargo Fijo mensual | S/./Usuario | 5,70 | 5,70 |
| Cargo por Energía en punta | cent S/./kW.h | 29,43 | 32,13 |
| Cargo por Energía fuera de punta | cent S/./kW.h | 24,70 | 26,95 |
| Cargo por potencia activa de generación para calificación "Presentes punta" | S/./kW-mes | 58,22 | 62,76 |
| Cargo por potencia activa de generación para calificación "Fuera punta" | S/./kW-mes | 38,21 | 41,49 |
| Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Pre | S/./kW-mes | 11,99 | 54,40 |
| Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Fu | S/./kW-mes | 11,97 | 49,94 |
| Cargo por energía reactiva que exceda del 30% del total de la energía activa | cent S/./kvarh | 5,35 | 5,35 |
| **SIMPLE MEDICION DE ENERGIA Y UNA POTENCIA CONTRATADA (1E1P)** | **Unidad** | **MT4** | **BT4** |
| Cargo Fijo mensual | S/./Usuario | 5,70 | 5,70 |
| Cargo por Energía | cent S/./kW.h | 25,76 | 28,11 |
| Cargo por potencia activa de generación para calificación "Presentes punta" | S/./kW-mes | 58,22 | 62,76 |
| Cargo por potencia activa de generación para calificación "Fuera punta" | S/./kW-mes | 38,21 | 41,49 |
| Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Pre | S/./kW-mes | 11,99 | 54,40 |
| Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Fu | S/./kW-mes | 11,97 | 49,94 |
| Cargo por Energía Reactiva que exceda el 30% del total de la Energía Activa | cent S/./kvarh | 5,35 | 5,35 |
| **DOBLE MEDICION DE ENERGIA (2E)** | **Unidad** | | **BT5A** |
| Cargo Fijo mensual | S/./Usuario | | 5,70 |
| Cargo por Energía en punta para demandas hasta 20 kW en horas punta y fu | cent S/./kW.h | | 219,95 |
| Cargo por Energía en punta para demandas hasta 20 kW en hor.punta y 50 k | cent S/./kW.h | | 190,40 |
| Cargo por Energía fuera de punta | cent S/./kW.h | | 26,95 |
| Cargo por exceso de potencia en horas fuera de punta | S/./kW-mes | | 46,60 |
| Cargo por exceso de potencia en horas de punta | S/./kW-mes | | 46,60 |

*Figura 96.* Precios para la venta de energía eléctrica

*Nota*: Luz del Sur - Tarifas

**Telefonía e Internet:**

Para determinar qué servicios contratar se comparó lo ofrecido por las empresas en el mercado que ofrezcan los servicios de telefonía fija e internet con una velocidad mínima de 20 Mbps.

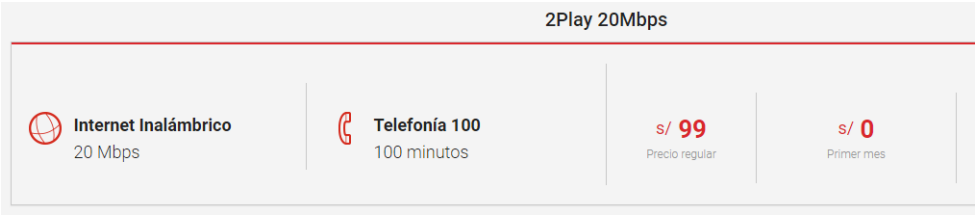
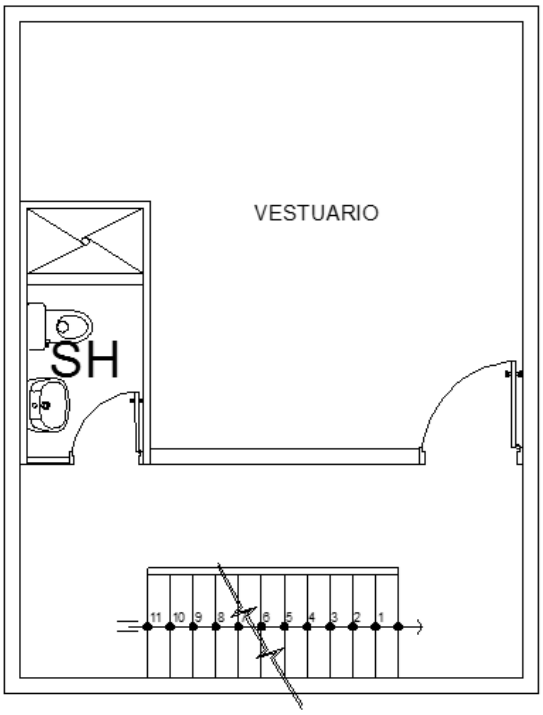



*Figura 97.* Servicio Dúo

*Nota*: Claro Perú

Tras una breve evaluación se determinó contratar los servicios de Movistar Perú, debido a que por S/ 300.00 soles obtenemos un servicio de internet de 30 mbps y telefonía fija.

### 6.4.5. Plano del centro de operaciones.




SOTANO

*Figura 98.* Sótano

*Nota*: Elaboración propia

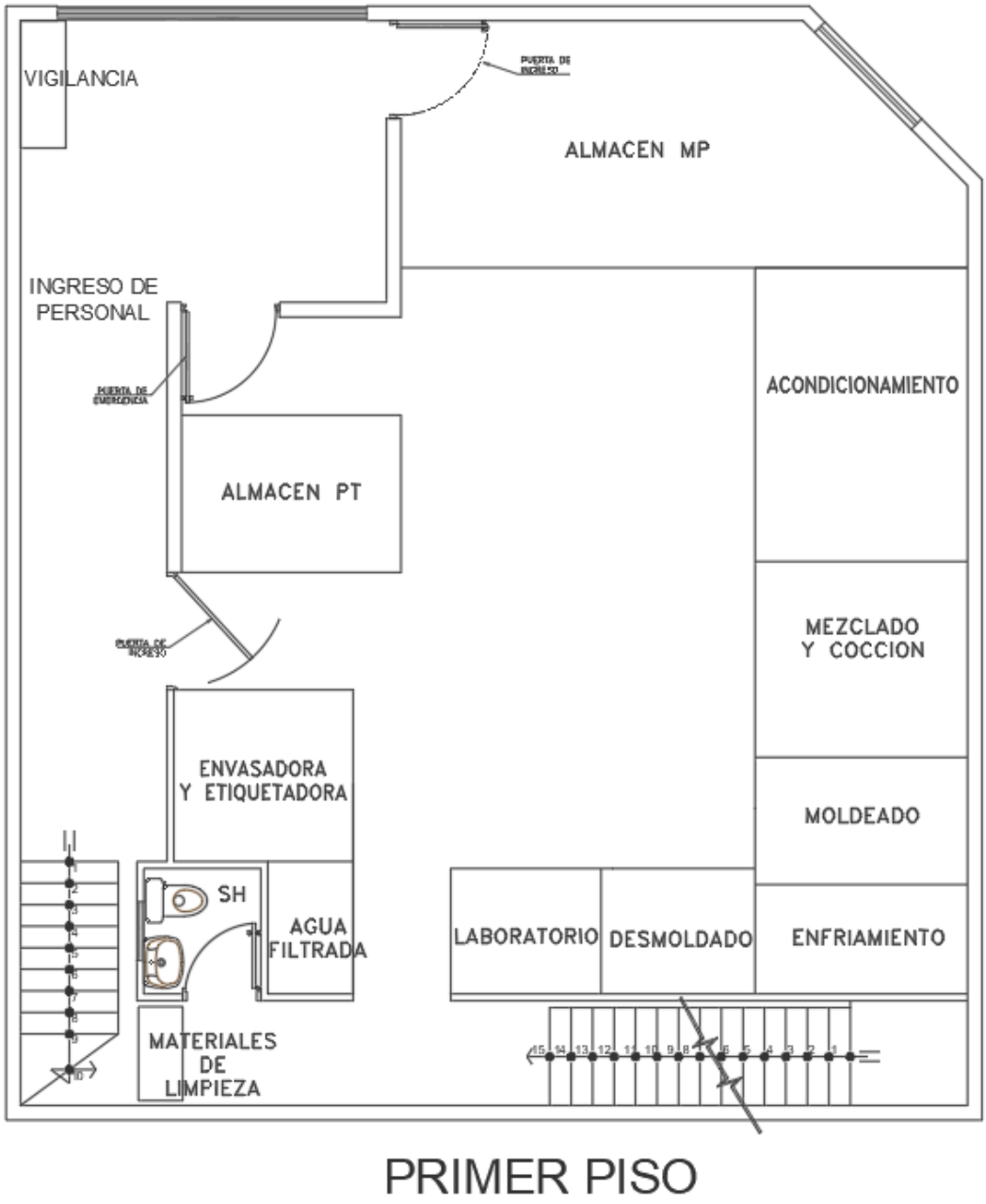



*Figura 99.* Primer Piso

*Nota*: Elaboración propia

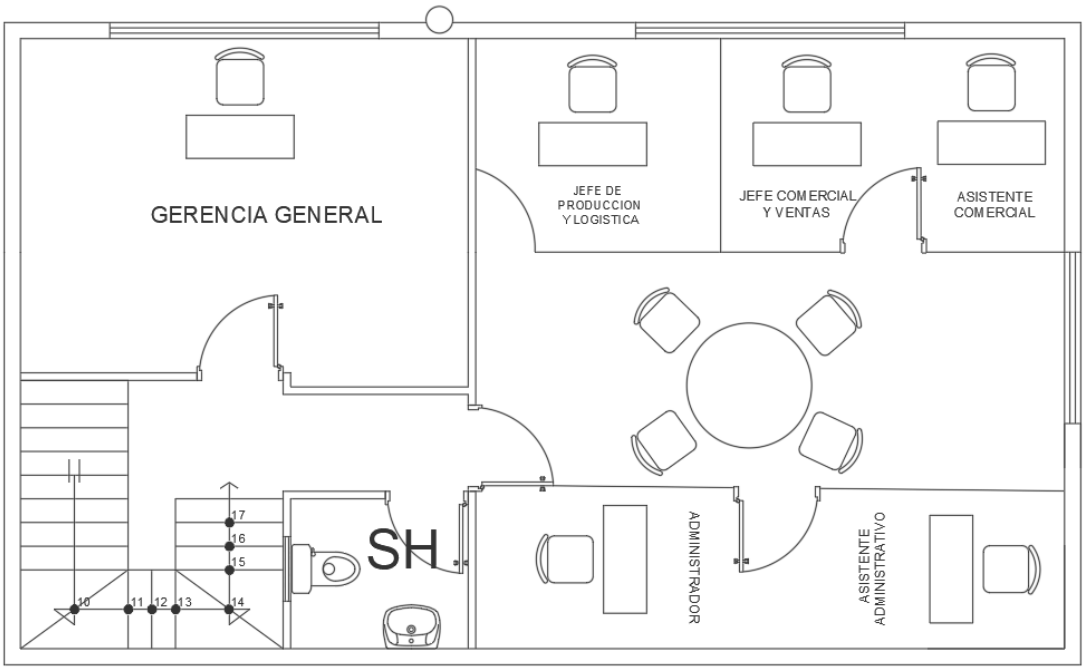



*Figura 100.* Segundo Piso

*Nota*: Elaboración propia

### 6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

El local de “Productos Purum S.A.C.” cuenta con dos pisos y un sótano. Este último será destinado a la zona de vestuario para el personal, en el primer piso estará situada la planta y en el segundo piso estarán las oficinas administrativas.

El sótano cuenta con 31 metros cuadrados. En esta área el local cuenta con un baño completo que será destinado para el aseo de los trabajadores, de igual forma el cuarto que se encuentra abajo servirá como vestuario para el personal.

El primer piso de la planta tiene 132 m2 y tendrá la siguiente distribución aproximada:

El área llamada “filtrado de agua” tendrá 1.5 m2 y tendrá el purificador de agua y de aire.

La zona para acondicionamiento de insumos contará con mesas de acero inoxidable y utensilios para estas tareas. Esta área tendrá 6 m2.

En “mezclado y calentamiento” tendremos una balanza, un pasteurizador, licuadoras industriales y horno estufa en 15 m2

Para el moldeado y desmoldado tendremos 9 m2 y contendrá mesas de acero inoxidable y los moldes correspondientes.

En “envasado y etiquetado” tendremos dos cortadoras, una balanza y empacadora al vacío. Todo esto en 9 m2.

Para el enfriado tenemos destinado 3.5 m2 porque irán dos refrigeradoras.

El área de control de calidad tendrá 6 m2 y será ocupada por una laptop, mini autoclave, una balanza y equipos menores como un pipetador y un termómetro digital.

Para el ingreso vehicular se tiene destinado un área de 20.80 m2, debido a que ingresaran unidades de carga y motos lineales para el reparto.

Las dos escaleras que permiten el acceso al segundo piso y el sótano tienen un área de 6 m2.

El almacén de insumos tiene un área aproximada de 30 m2.

En el segundo piso tiene 80 m2 y tendrá la siguiente distribución:

Los servicios higiénicos tienen un área de 5 m2.

El área libre para el tránsito es de 6 m2.

La oficina de la Gerencia General tiene 20 m2.

El área para los puestos de trabajo del jefe de administración y finanzas, jefe de operaciones, jefe comercial y ventas, asistente administrativo y ejecutivo de ventas tiene un área de 43 m2.

## 6.5. Responsabilidad social frente al entrono

### 6.5.1. Impacto ambiental.

Productos Purum S.A.C. guarda el compromiso con la responsabilidad social para preservar y cuidar el medio ambiente, por lo cual, evaluamos los recursos naturales que la empresa utiliza para la producción de nuestros productos y asimismo no genere ningún tipo de contaminación, desperdicios, optimizando nuestros recursos. Por lo tanto, mencionamos las siguientes medidas de contribución:

- Reciclaje de latas, vidrios, plásticos, papeles, cartón que nos servirá para realizar donaciones periódicamente. Estaremos contando con la institución benéfica sin fines de lucro **EMAUS Madre Teresa de Calcuta** que periódicamente estarán acercándose a nuestra empresa a recoger todo el material reciclado que será usado como donación hacia su institución y nos estregarán un certificado de donación.

*Figura 101.* Logo Maús

*Nota*: Maus Madre Teresa de Calcuta

- **SUNARP**: PARTIDA N° 12063006
- **RUC N°** 20517162052
- **SUNAT Resolución de Intendencia Nº** 0230050077676
- **INDECOPI**: Certificado N°00058860
- **Reconocida por el MEF** como "ENTIDAD PERCEPTORA DE DONACIONES"

- Compraremos 4 contenedores de reciclaje de capacidad de 120 litros a un costo de 115.50 soles cada uno que serán ubicados en el segundo piso y 4 contenedores de capacidad de 240 litros a un costo de 171.00 soles que serán ubicados en el primer piso.
- Uso consciente y responsable del agua para no desperdiciar y en algunos casos reutilizar el agua para fines de limpieza o actividades secundarias.
- Lograremos optimizar el uso de la electricidad colocando luces LED, generando prácticas de encender luces cuando se necesite.

### 6.5.2. Con los trabajadores

En Productos Purum S.A.C. entendemos que nuestros trabajadores son los principales centros de interés de nuestra empresa que busca contribuir a la mejora de las condiciones de las áreas de políticas de trabajo y de salud que generan el respeto mutuo entre los recursos de trabajo, aumentando la calidad de vida de nuestros empleados, implementando y promocionando un mejor clima laboral que repercutirá en el bienestar social, productividad y competitividad de la empresa; asimismo, estableceremos procesos participativos y de comunicación horizontal. Adicionalmente, se realizarán capacitaciones, actividades de confraternidad en fechas especiales e incentivos para el trabajador del mes.

- Capacitaciones obligatorias que exige el Ministerio del Trabajo:

Son 4 cursos obligatorios que se debe realizar cada año, el costo por persona es de 50 soles, duración de 2 horas.

- IPER (Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos)

- Reporte de incidente
- Ergonomía
- Actos y condiciones inseguras

- Capacitaciones obligatorias que exige INDECI:

  Son 3 cursos obligatorios que se debe realizar cada año, el costo por persona es de 50 soles, duración de 2 horas.
  - Uso de extintores
  - Primeros auxilios
  - Evacuación
- Eventos de confraternidad de trabajadores (fechas importantes):
  - **Día del trabajador**: Se realizará un almuerzo para todo el personal, costo del almuerzo por persona es de 30 soles.
  - **Día de la madre**: En el caso de contar con madres de familia, se realizará un almuerzo y regalo, costo del almuerzo por persona es de 30 soles y del regalo por persona es de 50 soles.
  - **Día del padre**: Se realizará un almuerzo y regalo para nuestros colaboradores que son padres, costo del almuerzo por persona es de 30 soles y del regalo por persona es de 50 soles.
  - **Navidad**: Se realizará un almuerzo y canasta para todo el personal. Costo del almuerzo por persona es de 30 soles y la canasta por persona es de 129 soles que contendrá lo siguiente:

Tabla 246.

*Detalle de los productos para las canastas navideñas*

| Producto | Precio sin IGV |
|---|---|
| 2 panetones D'Onofrio | 50 soles |
| 3 tarros de leche gloria | 9 soles |
| 3 tabletas de chocolate | 3 soles |
| 2 kilo de azúcar | 6 soles |
| 2 kilo de arroz | 6 soles |
| 2 conservas de durazno | 10 soles |
| 1 frasco de mermelada | 15 soles |
| 1 caja de chocolates dulces | 15 soles |
| 1 frasco de café | 15 soles |
| | 129 soles |

*Nota*: Elaboración propia

- Trabajador del mes:

La elección del empleado del mes es una práctica muy efectiva, cuyo objetivo es incentivar y fomentar la motivación laboral, fortaleciendo los lazos de compromisos. Nuestra empresa va considerar los siguientes aspectos: puntualidad, productividad, colaboración y respeto mutuo.

El trabajador del mes será compensado con un vale de compra por un monto de 100 soles en los supermercados como Plaza Vea, Mass, Vivanda, y EconoMax.

*Figura 102.* Vale de compra

*Nota*: Elaboración propia

### 6.5.3. Con la comunidad.

Nuestro compromiso como Productos Purum S.A.C. es ser una empresa que genere armonía en nuestra comunidad cumpliendo ciertas normas que los beneficien:

- No expondremos nuestros residuos, basura a la intemperie así evitaremos los malos olores, manteniendo limpio nuestro establecimiento por dentro y por fuera.
- Cumpliremos con la ordenanza que regula la prevención y control de ruidos nocivos o molestos.
- En fechas especiales organizaremos eventos en zonas de nuestro distrito de escasos recursos. Todos los años para el mes de diciembre programaremos una chocolatada y show infantil por Navidad en la **clínica San Juan de Dios** que se encuentra en el distrito de San Luis, mandaremos una solicitud formal al Hno. José Daniel para agendar una fecha, convocando a 50 niños.

CLÍNICA San Juan de Dios LIMA | PERÚ

*Figura 103.* Logo Clínica San Juan de Dios

*Nota*: Clínica San Juan de Dios

El detalle de nuestro evento con la comunidad es el siguiente:

Tabla 247.

*Detalle de actividades con la comunidad en Navidad*

| Producto / Servicio | Precio sin IGV |
|---|---|
| 2 horas de Show Infantil | 300 soles |
| 50 regalos para niños | 1000 soles |
| 5 panetones Sayón | 90 soles |
| 1 kilo ½ de azúcar | 4.5 soles |
| 10 tabletas de chocolate | 10 soles |
| 5 tarros de leche gloria | 15 soles |
| | 1419.5 soles |

*Nota*: Elaboración propia

- En épocas de siniestro como huaicos e inundaciones, estaremos comprometidos en dar donaciones a las zonas impactadas. Todos los años el **Grupo El Comercio** convoca para enviar donaciones a diferentes lugares del país que sufren de huaicos. Principalmente estaremos enviando nuestras donaciones de 50 bidones de agua de 20 litros para la región del Sur, considerando que nuestros proveedores de castañas se encuentran allí, sobre todo en los meses de febrero y marzo.
- Publicaremos en nuestras redes sociales información de recetas para la preparación de comidas saludables.

Tabla 248.

*Presupuesto anual 2020 de responsabilidad social*

| Nº | Tipo | Evento | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Impacto Ambiental | Contenedores de reciclaje | 971.19 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 971.19 |
| 2 | Trabajadores | Eventos de confraternidad de trabajadores | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 254.24 | 203.39 | 203.39 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,347.46 | 2,008.47 |
| 3 | Trabajadores | Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo | 1,694.92 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 4 | Trabajadores | Capacitaciones en Emergencias | 1,271.19 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,271.19 |
| 5 | Trabajadores | Trabajador del mes | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 1,016.95 |
| 6 | Comunidad | Donaciones en épocas de siniestro | 0.00 | 847.46 | 847.46 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 7 | Comunidad | Actividades con la comunidad en fechas importantes | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,202.97 | 1,202.97 |
| | | **Total sin IGV** | **4,022.03** | **932.20** | **932.20** | **338.98** | **288.14** | **288.14** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **2,635.17** | **9,860.59** |
| | | **IGV** | 723.97 | 167.80 | 167.80 | 61.02 | 51.86 | 51.86 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 474.33 | 1,774.91 |
| | | **Total con IGV** | **4,746.00** | **1,100.00** | **1,100.00** | **400.00** | **340.00** | **340.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **3,109.50** | **11,635.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 249.

*Presupuesto anual 2021 de responsabilidad social*

| Nº | Tipo | Evento | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Impacto Ambiental | Contenedores de reciclaje | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 2 | Trabajadores | Eventos de confraternidad de trabajadores | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 279.66 | 203.39 | 203.39 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,482.20 | 2,168.64 |
| 3 | Trabajadores | Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo | 1,864.41 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,864.41 |
| 4 | Trabajadores | Capacitaciones en Emergencias | 1,398.31 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,398.31 |
| 5 | Trabajadores | Trabajador del mes | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 1,016.95 |
| 6 | Comunidad | Donaciones en épocas de siniestro | 0.00 | 847.46 | 847.46 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 7 | Comunidad | Actividades con la comunidad en fechas importantes | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,202.97 | 1,202.97 |
| | | **Total sin IGV** | **3,347.46** | **932.20** | **932.20** | **364.41** | **288.14** | **288.14** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **2,769.92** | **9,346.19** |
| | | **IGV** | 602.54 | 167.80 | 167.80 | 65.59 | 51.86 | 51.86 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 498.58 | 1,682.31 |
| | | **Total con IGV** | **3,950.00** | **1,100.00** | **1,100.00** | **430.00** | **340.00** | **340.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **3,268.50** | **11,028.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 250.

*Presupuesto anual 2022 de responsabilidad social*

| Nº | Tipo | Evento | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Impacto Ambiental | Contenedores de reciclaje | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 2 | Trabajadores | Eventos de confraternidad de trabajadores | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 279.66 | 203.39 | 203.39 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,482.20 | 2,168.64 |
| 3 | Trabajadores | Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo | 1,864.41 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,864.41 |
| 4 | Trabajadores | Capacitaciones en Emergencias | 1,398.31 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,398.31 |
| 5 | Trabajadores | Trabajador del mes | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 1,016.95 |
| 6 | Comunidad | Donaciones en épocas de siniestro | 0.00 | 847.46 | 847.46 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 7 | Comunidad | Actividades con la comunidad en fechas importantes | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,202.97 | 1,202.97 |
| | | **Total sin IGV** | **3,347.46** | **932.20** | **932.20** | **364.41** | **288.14** | **288.14** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **2,769.92** | **9,346.19** |
| | | **IGV** | 602.54 | 167.80 | 167.80 | 65.59 | 51.86 | 51.86 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 498.58 | 1,682.31 |
| | | **Total con IGV** | **3,950.00** | **1,100.00** | **1,100.00** | **430.00** | **340.00** | **340.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **3,268.50** | **11,028.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 251.

*Presupuesto anual 2023 de responsabilidad social*

| Nº | Tipo | Evento | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Impacto Ambiental | Contenedores de reciclaje | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 2 | Trabajadores | Eventos de confraternidad de trabajadores | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 279.66 | 203.39 | 203.39 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,482.20 | 2,168.64 |
| 3 | Trabajadores | Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo | 1,864.41 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,864.41 |
| 4 | Trabajadores | Capacitaciones en Emergencias | 1,398.31 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,398.31 |
| 5 | Trabajadores | Trabajador del mes | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 1,016.95 |
| 6 | Comunidad | Donaciones en épocas de siniestro | 0.00 | 847.46 | 847.46 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 7 | Comunidad | Actividades con la comunidad en fechas importantes | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,202.97 | 1,202.97 |
| | | **Total sin IGV** | **3,347.46** | **932.20** | **932.20** | **364.41** | **288.14** | **288.14** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **2,769.92** | **9,346.19** |
| | | **IGV** | 602.54 | 167.80 | 167.80 | 65.59 | 51.86 | 51.86 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 498.58 | 1,682.31 |
| | | **Total con IGV** | **3,950.00** | **1,100.00** | **1,100.00** | **430.00** | **340.00** | **340.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **3,268.50** | **11,028.50** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 252.

*Presupuesto anual 2024 de responsabilidad social*

| Nº | Tipo | Evento | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Impacto Ambiental | Contenedores de reciclaje | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 2 | Trabajadores | Eventos de confraternidad de trabajadores | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 279.66 | 203.39 | 203.39 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,482.20 | 2,168.64 |
| 3 | Trabajadores | Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo | 1,864.41 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,864.41 |
| 4 | Trabajadores | Capacitaciones en Emergencias | 1,398.31 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,398.31 |
| 5 | Trabajadores | Trabajador del mes | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 84.75 | 1,016.95 |
| 6 | Comunidad | Donaciones en épocas de siniestro | 0.00 | 847.46 | 847.46 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,694.92 |
| 7 | Comunidad | Actividades con la comunidad en fechas importantes | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,202.97 | 1,202.97 |
| | | **Total sin IGV** | **3,347.46** | **932.20** | **932.20** | **364.41** | **288.14** | **288.14** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **84.75** | **2,769.92** | **9,346.19** |
| | | **IGV** | 602.54 | 167.80 | 167.80 | 65.59 | 51.86 | 51.86 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 15.25 | 498.58 | 1,682.31 |
| | | **Total con IGV** | **3,950.00** | **1,100.00** | **1,100.00** | **430.00** | **340.00** | **340.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **100.00** | **3,268.50** | **11,028.50** |

*Nota*: Elaboración propia

# Capítulo VII. Estudio económico y financiero

## 7.1. Inversiones

Las inversiones son parte del inicio de toda empresa, cuyo objetivo es generar ganancias a través del tiempo e incursionar en el mercado, ya sea, una empresa productiva o de servicios, por lo que, nosotros como empresa, PRODUCTOS PURUM, hemos considerado como parte de nuestra estructura de inversiones los siguientes elementos: Activos Fijos Depreciable, Activo Intangible, Gastos Pre-Operativos, Inventario Inicial y Capital de Trabajo.

### 7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Dentro de nuestros Activos Fijos Depreciables, según las NICS, se consideran todos los activos cuyo valor supere a 1/4 de la UIT, por lo que se ha realizado una clasificación en las diferentes áreas de necesidad que tiene la empresa: Área de producción, área de ventas y área de administración. Como se detalla en la tabla 253, los activos fijos depreciables en el área de operaciones suman 52,023 soles y en las áreas de administración y ventas, ascienden a 6,229 soles y 3,000 soles, respectivamente.

Tabla 253.

*Inversión en activos fijos depreciables (importe en soles)*

| Descripción | Unidad | Cantidad | Costo Unitario sin IGV | Total Costo sin IGV | IGV 18% | Total Costo con IGV |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Operaciones** | | | | **S/ 44,086.88** | **S/ 7,935.64** | **S/ 52,022.52** |
| Pasteurizador 15Lt | Unidad | 1 | S/ 3,183.90 | S/ 3,183.90 | S/ 573.10 | S/ 3,757.00 |
| Marmita estacionaria eléctrica 50Lt | Unidad | 1 | S/ 8,211.86 | S/ 8,211.86 | S/ 1,478.14 | S/ 9,690.00 |
| Cortadora ICHIMATSU | Unidad | 2 | S/ 1,271.19 | S/ 2,542.37 | S/ 457.63 | S/ 3,000.00 |
| Empacadora al vacío Kitchenway | Unidad | 1 | S/ 10,059.53 | S/ 10,059.53 | S/ 1,810.72 | S/ 11,870.25 |
| Licuadora industrial | Unidad | 1 | S/ 4,105.93 | S/ 4,105.93 | S/ 739.07 | S/ 4,845.00 |
| Refrigeradora industrial | Unidad | 4 | S/ 1,271.19 | S/ 5,084.75 | S/ 915.25 | S/ 6,000.00 |
| Laptop | Unidad | 2 | S/ 1,271.19 | S/ 2,542.37 | S/ 457.63 | S/ 3,000.00 |
| Purificador de agua DM-100 | Unidad | 1 | S/ 2,025.42 | S/ 2,025.42 | S/ 364.58 | S/ 2,390.00 |
| Balanza de humedad PCE-MB 111C | Unidad | 1 | S/ 2,093.45 | S/ 2,093.45 | S/ 376.82 | S/ 2,470.27 |
| Horno estufa de laboratorio | Unidad | 1 | S/ 1,694.92 | S/ 1,694.92 | S/ 305.08 | S/ 2,000.00 |
| Mini autoclave 5Lt | Unidad | 1 | S/ 2,542.37 | S/ 2,542.37 | S/ 457.63 | S/ 3,000.00 |
| **Administración y Finanzas** | | | | **S/ 5,278.81** | **S/ 950.19** | **S/ 6,229.00** |
| Laptop | Unidad | 3 | S/ 1,271.19 | S/ 3,813.56 | S/ 686.44 | S/ 4,500.00 |
| Impresora | Unidad | 1 | S/ 1,465.25 | S/ 1,465.25 | S/ 263.75 | S/ 1,729.00 |
| **Comercial y Ventas** | | | | **S/ 2,542.37** | **S/ 457.63** | **S/ 3,000.00** |
| Laptop | Unidad | 2 | S/ 1,271.19 | S/ 2,542.37 | S/ 457.63 | S/ 3,000.00 |
| **Total de Activos Fijos Depreciables** | | | | **S/ 51,908** | **S/ 9,343** | **S/ 61,252** |

*Nota*: Elaboración Propia.

Tabla 254.

*Resumen de inversión de activo fijo depreciable (importe en soles)*

| Descripción | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV | % |
|---|---|---|---|---|
| Total activos fijos - Operaciones | S/ 44,087 | S/ 7,936 | S/ 52,023 | 85% |
| Total activos fijos - Administración y Finanzas | S/ 5,279 | S/ 950 | S/ 6,229 | 10% |
| Total activos fijos - Comercial y Ventas | S/ 2,542 | S/ 458 | S/ 3,000 | 5% |
| **Total** | **S/ 51,908** | **S/ 9,343** | **S/ 61,252** | **100%** |

*Nota*: Elaboración Propia.

### 7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

Con la finalidad de cumplir con todos los gastos que han sido señalados en el capítulo de legal, es importante indicar que nuestros activos intangibles son fundamentales para llevar a cabo el funcionamiento de nuestro local, por lo que hemos procedido en considerar, como parte de nuestra inversión, en el año 0, a la constitución de la empresa que garantizará el nombre de la misma, marcas y patentes para registrar la marca y evitar la copia de nombres y/o logos, licencias y autorizaciones, y otros gastos como el carnet de sanidad, el HACCP y el registro sanitario.

Tabla 255.

*Inversión en activos intangibles (importe en soles)*

| Descripción | Unidad | Cantidad | Costo Unitario sin IGV | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV | Operaciones | Administración y Finanzas | Comercial y Ventas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Constitución de la Empresa** | | | | **S/1,121.36** | **S/68.64** | **S/1,190.00** | **% de Dist.** | **% de Dist.** | **% de Dist.** |
| Búsqueda de nombre | Unidad | 1 | S/5.00 | S/5.00 | S/0.00 | S/5.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Reserva de nombre | Unidad | 1 | S/20.00 | S/20.00 | S/0.00 | S/20.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Derechos Notariales | Unidad | 1 | S/381.36 | S/381.36 | S/68.64 | S/450.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Apertura de cuenta bancaria | Unidad | 1 | S/500.00 | S/500.00 | S/0.00 | S/500.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Mantenimiento de cuenta | Unidad | 1 | S/15.00 | S/15.00 | S/0.00 | S/15.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Inscripción en registros públicos | Unidad | 1 | S/200.00 | S/200.00 | S/0.00 | S/200.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| **Marcas y Patentes** | | | | **S/653.25** | **S/105.09** | **S/758.34** | | | |
| Antecedente Fonético | Unidad | 1 | S/30.99 | S/30.99 | S/0.00 | S/30.99 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Antecedente Figurativo | Unidad | 1 | S/38.46 | S/38.46 | S/0.00 | S/38.46 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Costo por registro de marca | Unidad | 1 | S/583.80 | S/583.80 | S/105.09 | S/688.89 | S/0.00 | S/0.00 | S/1.00 |
| **Licencias y autorizaciones** | | | | **S/2,095.86** | **S/67.13** | **S/2,162.99** | | | |
| Licencia de Funcionamiento | Unidad | 1 | S/108.40 | S/108.40 | S/0.00 | S/108.40 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil | Unidad | 1 | S/223.00 | S/223.00 | S/0.00 | S/223.00 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| Validación Técnica Oficial del HACCP | Unidad | 1 | S/985.30 | S/985.30 | S/0.00 | S/985.30 | S/1.00 | S/0.00 | S/0.00 |
| Registro Sanitario | Unidad | 1 | S/390.00 | S/390.00 | S/0.00 | S/390.00 | S/1.00 | S/0.00 | S/0.00 |
| Carnet de Sanidad | Unidad | 1 | S/16.20 | S/16.20 | S/0.00 | S/16.20 | S/1.00 | S/0.00 | S/0.00 |
| Código de barras | Unidad | 4 | S/93.24 | S/372.96 | S/67.13 | S/440.09 | S/0.00 | S/1.00 | S/0.00 |
| **Otros aspectos DIGESA** | | | | **S/322.80** | **S/240.86** | **S/4,182.13** | | | |
| Modificaciones al registro sanitario de alimentos | Unidad | 4 | S/63.00 | S/252.00 | S/0.00 | S/252.00 | S/1.00 | | S/0.00 |
| Certificado de libre comercialización de alimentos | Unidad | 1 | S/70.80 | S/70.80 | S/0.00 | S/70.80 | S/1.00 | | S/0.00 |
| **Total inversión intangible** | | | | **S/4,193.27** | **S/240.86** | **S/4,111.33** | **S/1,233.31** | **S/3,075.06** | **S/246.66** |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 256.

*Resumen de activos intangibles (importe en soles)*

| Descripción | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV |
|---|---|---|---|
| Total Operaciones | S/1,233.31 | S/0.00 | S/1,233.31 |
| Total Administración y Finanzas | S/3,075.06 | S/135.77 | S/3,210.84 |
| Total Comercial y ventas | S/246.66 | S/105.09 | S/351.75 |
| **Total** | **S/4,555.04** | **S/240.86** | **S/4,795.91** |

*Nota:* Elaboración propia

### 7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Con la finalidad de que nuestra empresa inicie a operar en el mercado, debemos de considerar todos los gastos que se producen antes del inicio de operaciones, es decir, todos los gastos correspondientes previos al año 1. Dentro de nuestros gastos pre-operativos, es importante señalar nuestros activos fijos no depreciables, los utensilios y enseres, el acondicionamiento del local, la etapa pre-operativa del marketing, las remuneraciones y servicios básicos y diversos, pertenecientes al mes de diciembre, según el área de producción, administración y ventas, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 257.

*Gastos pre operativos (importe en soles)*

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario sin IGV | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV | Operaciones | Administración y finanzas | Comercial y ventas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Activos Fijos No Depreciables** | | | **11,258.64** | **2,026.56** | **13,285.20** | **7,699.32** | **2,203.39** | **1,355.93** |
| **Operación** | | | **7,699.32** | **1,385.88** | **9,085.20** | | **-** | **-** |
| Balanza 30Kg | 2 | 330.64 | 661.27 | 119.03 | 780.30 | 661.27 | | |
| Purificador de aire | 1 | 152.46 | 152.46 | 27.44 | 179.90 | 152.46 | | |
| Balanza 2Kg | 1 | 25.42 | 25.42 | 4.58 | 30.00 | 25.42 | | |
| Balanza analítica 1KG | 1 | 309.32 | 309.32 | 55.68 | 365.00 | 309.32 | | |
| Termómetro digital | 4 | 25.42 | 101.69 | 18.31 | 120.00 | 101.69 | | |
| Pipeteador | 1 | 84.75 | 84.75 | 15.25 | 100.00 | 84.75 | | |
| Mesa de acero inoxidable larga | 3 | 847.46 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 2,542.37 | | |
| Tina de acero inoxidable | 2 | 593.22 | 1,186.44 | 213.56 | 1,400.00 | 1,186.44 | | |
| Escritorio | 3 | 423.73 | 1,271.19 | 228.81 | 1,500.00 | 1,271.19 | | |
| Sillas | 3 | 84.75 | 254.24 | 45.76 | 300.00 | 254.24 | | |
| Estante | 4 | 169.49 | 677.97 | 122.03 | 800.00 | 677.97 | | |
| Casilleros | 1 | 364.41 | 364.41 | 65.59 | 430.00 | 364.41 | | |
| Pizarra acrílica | 1 | 67.80 | 67.80 | 12.20 | 80.00 | 67.80 | | |
| **Administración y Finanzas** | | | **2,203.39** | **396.61** | **2,600.00** | | | |
| Ventilador | 2 | 84.75 | 169.49 | 30.51 | 200.00 | | 169.49 | |
| Escritorio | 3 | 423.73 | 1,271.19 | 228.81 | 1,500.00 | | 1,271.19 | |
| Sillas | 3 | 169.49 | 254.24 | 45.76 | 300.00 | | 254.24 | |
| Estante | 3 | 84.75 | 508.47 | 91.53 | 600.00 | | 508.47 | |
| **Comercial y ventas** | | | **1,355.93** | **244.07** | **1,600.00** | | | |
| Escritorio | 2 | 423.73 | 847.46 | 152.54 | 1,000.00 | | | 847.46 |
| Estante | 2 | 169.49 | 338.98 | 61.02 | 400.00 | | | 338.98 |
| Sillas | 2 | 84.75 | 169.49 | 30.51 | 200.00 | | | 169.49 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Utensilios, Enseres** | | | **10,513.90** | **1,892.50** | **12,406.40** | **9,345.19** | **664.64** | **504.06** |
| **Operación** | | | **9,345.19** | **1,682.14** | **11,027.33** | | **-** | **-** |
| Herramientas | | | 1,022.88 | 184.12 | 1,207.00 | 1,022.88 | | |
| Útiles de limpieza | | | 1,059.43 | 190.70 | 1,250.13 | 1,059.43 | | |
| Utensilios | | | 6,707.20 | 1,207.30 | 7,914.50 | 6,707.20 | | |
| Útiles de oficina área producción | | | 555.68 | 100.02 | 655.70 | 555.68 | | |
| **Administración y Finanzas** | | | **664.64** | **119.64** | **784.28** | | | |
| Útiles de oficina área administrativa | | | 361.95 | 65.15 | 427.10 | | 361.95 | |
| Útiles de limpieza | | | 302.69 | 54.49 | 357.18 | | 302.69 | |
| **Comercial y ventas** | | | **504.06** | 90.73 | **594.79** | | | |
| Útiles de oficina área ventas | | | 352.71 | 63.49 | 416.20 | | | 352.71 |
| Útiles de limpieza | | | 151.35 | 27.24 | 178.59 | | | 151.35 |
| **Acondicionamiento de local** | | | **7,711.40** | **1,388.05** | **9,099.45** | **5,172.67** | **1,269.37** | **1,269.37** |
| Instalaciones eléctricas (puntos de luz) | 20 | 35.00 | 700.00 | 126.00 | 826.00 | 469.55 | 115.23 | 115.23 |
| Instalaciones sanitarias (tomas de agua) | 6 | 25.00 | 150.00 | 27.00 | 177.00 | 100.62 | 24.69 | 24.69 |
| Instalación de drywall (m2) | 22 | 80.00 | 1,766.40 | 317.95 | 2,084.35 | 1,184.87 | 290.77 | 290.77 |
| Instalación de puerta | 2 | 400.00 | 800.00 | 144.00 | 944.00 | 536.63 | 131.69 | 131.69 |
| Estantería metálica | 6 | 110.00 | 660.00 | 118.80 | 778.80 | 442.72 | 108.64 | 108.64 |
| Detectores de humo, luces de emergencia, extintores PQS señalética y demás accesorios de seguridad (Paquete) | 1 | 990.00 | 990.00 | 178.20 | 1,168.20 | 664.07 | 162.96 | 162.96 |
| Lockers | 1 | 280.00 | 280.00 | 50.40 | 330.40 | 187.82 | 46.09 | 46.09 |
| Cámara de seguridad | 1 | 365.00 | 365.00 | 65.70 | 430.70 | 244.84 | 60.08 | 60.08 |
| Mano de obra | 2 | 1,000.00 | 2,000.00 | 360.00 | 2,360.00 | 1,341.56 | 329.22 | 329.22 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alquiler Pre-Operativo** | **1** | | **6,600.00** | **1,188.00** | **7,788.00** | **4,427.16** | **1,086.42** | **1,086.42** |
| Alquiler | 1 | 6,600.00 | 6,600.00 | 1,188.00 | 7,788.00 | 4,427.16 | 1,086.42 | 1,086.42 |
| **Marketing de lanzamiento** | | | **10,241.18** | **1,267.61** | **11,508.78** | **-** | **-** | **10,241.18** |
| Campaña de lanzamiento (facebook, Google, Comunity manager) | 1 | 3,530.00 | 3,530.00 | 635.40 | 4,165.40 | | | 3,530.00 |
| Sampling | | | 6,711.18 | 632.21 | 7,343.38 | | | 6,711.18 |
| **Remuneraciones** | | | **23,667.92** | **-** | **23,667.92** | **-** | **16,512.50** | **7,155.42** |
| Pago Total planilla administrativa | | | 16,512.50 | - | 16,512.50 | | 16,512.50 | |
| Pago total de comercial y ventas | | | 7,155.42 | - | 7,155.42 | | | 7,155.42 |
| **Servicios** | | | **1,477.97** | **266.03** | **1,744.00** | **1,034.58** | **295.59** | **147.80** |
| Luz | | | 754.24 | 135.76 | 890.00 | 527.97 | 150.85 | 75.42 |
| Agua | | | 423.73 | 76.27 | 500.00 | 296.61 | 84.75 | 42.37 |
| Teléfono + internet | | | 300.00 | 54.00 | 354.00 | 210.00 | 60.00 | 30.00 |
| **Servicios Tercerizados** | | | **6,050.00** | **1,089.00** | **7,139.00** | **2,600.00** | **2,850.00** | **600.00** |
| Contabilidad y legal | | | 2,500.00 | 450.00 | 2,950.00 | | 2,500.00 | |
| Limpieza | | | 1,200.00 | 216.00 | 1,416.00 | 1,200.00 | | |
| Comunity Manager | | | 600.00 | 108.00 | 708.00 | | | 600.00 |
| Vigilancia | | | 1,400.00 | 252.00 | 1,652.00 | 1,400.00 | | |
| Sistemas | | | 350.00 | 63.00 | 413.00 | | 350.00 | |
| **Garantía** | | | **13,200.00** | **-** | **13,200.00** | | | |
| Garantía por Alquiler de local | 2 | 6,600.00 | 13,200.00 | | 13,200.00 | | | |
| **Sub-total de Gastos Operativos (sin Garantía)** | | | **77,521.00** | **9,117.75** | **86,638.75** | | | |
| **Total de Gastos Operativos** | | | **90,721.00** | **9,117.75** | **99,838.75** | | | |

*Nota*: Elaboración propia.

Tabla 258.

*Resumen de Gastos pre operativos (importe en soles)*

| Descripción | Total sin IGV | IGV | Total con IGV | Ope. | Adm y Fin. | Com y vtas |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Activos Fijos No Depreciables | 11,258.64 | 2,026.56 | 13,285.20 | 9,085.20 | 2,600.00 | 1,600.00 |
| Utensilios, Enseres | 10,513.90 | 1,892.50 | 12,406.40 | 11,027.33 | 784.28 | 594.79 |
| Acondicionamiento de local | 7,711.40 | 1,388.05 | 9,099.45 | 6,103.75 | 1,497.85 | 1,497.85 |
| Alquiler Pre-Operativo | 6,600.00 | 1,188.00 | 7,788.00 | 5,224.05 | 1,281.98 | 1,281.98 |
| Marketing de lanzamiento | 10,241.18 | 1,267.61 | 11,508.78 | - | - | 11,508.78 |
| Remuneraciones | 23,667.92 | - | 23,667.92 | - | 16,512.50 | 7,155.42 |
| Servicios | 1,477.97 | 266.03 | 1,744.00 | 1,220.80 | 348.80 | 174.40 |
| Servicios tercerizados | 6,050.00 | 1,089.00 | 7,139.00 | 3,068.00 | 3,363.00 | 708.00 |
| Garantía | 13,200.00 | | 13,200.00 | - | 13,200.00 | - |
| **Subtotal (Sin Garantía)** | **77,521.00** | **9,117.75** | **86,638.75** | | | |
| **Total** | **90,721.00** | **9,117.75** | **99,838.75** | | | |

*Nota*: Elaboración propia

**Calculo de Costo Unitario para el Sampling y el Inventario Inicial**

Se toma como referencia los costos de diciembre y enero (Inventario Inicial 2020)

Tabla 259.

*Costos de diciembre y enero*

| | Cantidad | Costo mensual | Cantidad producida | Costo unitario |
|---|---|---|---|---|
| Pago planilla MOD | 3 Operarios | 3,963.00 | 1041 | **3.81** |
| Costos Indirectos de Fabricación | - | - | - | **9.37** |
| Pago planilla MOI | 1 Jefe de Operaciones<br>1 Analista de Laboratorio CC/ID | 9,357.08 | 1041 | 8.99 |
| Materiales indirectos | | 396.99 | 1041 | 0.38 |

*Nota*: Elaboración propia

Molde de 150 gr sabor natural: 408 Und.

Tabla 260.

*Costos de diciembre y enero molde de 150gr sabor natural*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 393.09 | 70.76 | 463.85 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 61.24 | 11.02 | 72.26 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 23.96 | 4.31 | 28.27 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 204.34 | 36.78 | 241.12 |
| Aceite de coco | 1.46 | 595.15 | 107.13 | 702.28 |
| Agar agar | 0.42 | 171.15 | 30.81 | 201.95 |
| Sal marina | 0.02 | 7.34 | 1.32 | 8.67 |
| Extracto de limón | 0.21 | 84.27 | 15.17 | 99.44 |
| **Materia Prima Directa** | **3.78** | **1,540.55** | **277.30** | **1,817.85** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **1,553.18** | **-** | **1,553.18** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 155.59 | 28.01 | 183.60 |
| **Sampling Molde 150 gr sabor natural** | **8** | **3,249.32** | **305.31** | **3,554.63** |

*Nota*: Elaboración propia

Molde sabor orégano y tomillo 150 gr: 184 Und.

Tabla 261.

*Costos de diciembre y enero molde de 150gr sabor orégano y tomillo*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 177.03 | 31.87 | 208.90 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 27.58 | 4.96 | 32.54 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 10.79 | 1.94 | 12.73 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 92.03 | 16.56 | 108.59 |
| Aceite de coco | 1.46 | 268.03 | 48.24 | 316.27 |
| Agar agar | 0.42 | 77.08 | 13.87 | 90.95 |
| Sal marina | 0.02 | 3.31 | 0.60 | 3.90 |
| Extracto de limón | 0.21 | 37.95 | 6.83 | 44.79 |
| Orégano seleccionado | 0.05 | 8.41 | 1.51 | 9.92 |
| Tomillo en polvo | 0.06 | 10.51 | 1.89 | 12.40 |
| **Materia Prima Directa** | **3.88** | **712.71** | **128.29** | **841.00** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **699.48** | **-** | **699.48** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 70.07 | 12.61 | 82.68 |
| **Sampling Molde sabor orégano y tomillo 150 gr** | **8** | **1,482.26** | **140.90** | **1,623.16** |

*Nota*: Elaboración propia

Laminado sabor original 100 gr: 160 Und.

Tabla 262.

*Costos de diciembre y enero molde de 100gr sabor original*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 154.04 | 27.73 | 181.76 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 24.00 | 4.32 | 28.32 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 9.39 | 1.69 | 11.08 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 80.07 | 14.41 | 94.48 |
| Aceite de coco | 1.46 | 233.21 | 41.98 | 275.19 |
| Agar agar | 0.42 | 67.07 | 12.07 | 79.14 |
| Sal marina | 0.02 | 2.88 | 0.52 | 3.40 |
| Extracto de limón | 0.21 | 33.02 | 5.94 | 38.97 |
| **Materia Prima Directa** | **3.78** | **603.67** | **108.66** | **712.33** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **608.62** | **-** | **608.62** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 60.97 | 10.97 | 71.94 |
| **Sampling Laminado sabor original 100 gr** | **7.96** | **1,273.26** | **119.64** | **1,392.90** |

*Nota*: Elaboración propia

Laminado orégano y tomillo 100 gr: 89 Und.

Tabla 263.

*Costos de diciembre y enero laminado de 100gr sabor orégano y tomillo*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 85.45 | 15.38 | 100.83 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 13.31 | 2.40 | 15.71 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 5.21 | 0.94 | 6.15 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 44.42 | 8.00 | 52.41 |
| Aceite de coco | 1.46 | 129.37 | 23.29 | 152.66 |
| Agar agar | 0.42 | 37.20 | 6.70 | 43.90 |
| Sal marina | 0.02 | 1.60 | 0.29 | 1.88 |
| Extracto de limón | 0.21 | 18.32 | 3.30 | 21.62 |
| Orégano seleccionado | 0.05 | 4.06 | 0.73 | 4.79 |
| Tomillo en polvo | 0.06 | 5.07 | 0.91 | 5.99 |
| **Materia Prima Directa** | **3.88** | **334.88** | **60.28** | **395.16** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **337.63** | **-** | **337.63** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 33.82 | 6.09 | 39.91 |
| **Sampling Laminado orégano y tomillo 100 gr** | **8.07** | **706.33** | **66.37** | **772.70** |

*Nota*: Elaboración propia

### 7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

Considerando que nuestra empresa, PRODUCTOS PURUM, está destinada a la producción de queso vegetal a base de castañas de sabor natural y de orégano y tomillo, en diferentes presentaciones (laminado y de molde) se debe de estimar los costos de producción incurridos en las primeras semanas de enero-2020 (5% de las ventas). Como se puede visualizar en la tabla N° 264, se detalla la materia prima necesaria para la producción de nuestros productos; así como, la unidad de pedido y los costos unitarios de los mismos, incluyendo el IGV.

Molde de 150 gr sabor natural: 97 Und.

Tabla 264.

*Inversión en inventarios iniciales molde de 150 gr sabor natural*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 93.70 | 16.87 | 110.56 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 14.60 | 2.63 | 17.22 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 5.71 | 1.03 | 6.74 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 48.71 | 8.77 | 57.47 |
| Aceite de coco | 1.46 | 141.86 | 25.54 | 167.40 |
| Agar agar | 0.42 | 40.80 | 7.34 | 48.14 |
| Sal marina | 0.02 | 1.75 | 0.32 | 2.07 |
| Extracto de limón | 0.21 | 20.09 | 3.62 | 23.70 |
| **Materia Prima Directa** | **3.78** | **367.21** | **66.10** | **433.31** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **370.22** | **-** | **370.22** |
| **Costos Indirectos de Fabricación** | **0.38** | **37.09** | **6.68** | **43.76** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 37.09 | 6.68 | 43.76 |
| **Costo inventario Molde 150 gr sabor natural** | | **774.52** | **72.77** | **847.29** |

*Nota*: Elaboración propia

Molde sabor orégano y tomillo 150 gr: 44 Und.

Tabla 265.

*Inversión en inventarios iniciales molde de 150 gr sabor orégano y tomillo*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 42.20 | 7.60 | 49.80 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 6.57 | 1.18 | 7.76 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 2.57 | 0.46 | 3.04 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 21.94 | 3.95 | 25.89 |
| Aceite de coco | 1.46 | 63.89 | 11.50 | 75.39 |
| Agar agar | 0.42 | 18.37 | 3.31 | 21.68 |
| Sal marina | 0.02 | 0.79 | 0.14 | 0.93 |
| Extracto de limón | 0.21 | 9.05 | 1.63 | 10.68 |
| Orégano seleccionado | 0.05 | 2.00 | 0.36 | 2.37 |
| Tomillo en polvo | 0.06 | 2.51 | 0.45 | 2.96 |
| **Materia Prima Directa** | **3.88** | **169.90** | **30.58** | **200.48** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **166.74** | **-** | **166.74** |
| **Costos Indirectos de Fabricación** | **0.38** | **16.70** | **3.01** | **19.71** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 16.70 | 3.01 | 19.71 |
| **Costo inventario Molde sabor orégano y tomillo 150 gr** | | **353.34** | **33.59** | **386.93** |

*Nota*: Elaboración propia

Laminado sabor original 100 gr: 38 Und.

Tabla 266.

*Inversión en inventarios iniciales laminado 100 gr sabor original*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 36.71 | 6.61 | 43.32 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 5.72 | 1.03 | 6.75 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 2.24 | 0.40 | 2.64 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 19.08 | 3.43 | 22.52 |
| Aceite de coco | 1.46 | 55.58 | 10.00 | 65.58 |
| Agar agar | 0.42 | 15.98 | 2.88 | 18.86 |
| Sal marina | 0.02 | 0.69 | 0.12 | 0.81 |
| Extracto de limón | 0.21 | 7.87 | 1.42 | 9.29 |
| **Materia Prima Directa** | **3.78** | **143.86** | **25.90** | **169.76** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **145.04** | **-** | **145.04** |
| **Costos Indirectos de Fabricación** | **0.38** | **14.53** | **2.62** | **17.15** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 14.53 | 2.62 | 17.15 |
| **Costo inventario Laminado sabor original 100 gr** | | **303.44** | **28.51** | **331.95** |

*Nota*: Elaboración propia

Laminado orégano y tomillo 100 gr: 21 Und.

Tabla 267.

*Inversión en inventarios iniciales laminado 100 gr sabor orégano y tomillo*

| | Costo unitario | Costo total | IGV | Monto |
|---|---|---|---|---|
| Castañas | 0.96 | 20.38 | 3.67 | 24.05 |
| Harina instantánea de soja | 0.15 | 3.17 | 0.57 | 3.75 |
| Almidón de yuca | 0.06 | 1.24 | 0.22 | 1.47 |
| Levadura nutricional | 0.50 | 10.59 | 1.91 | 12.50 |
| Aceite de coco | 1.46 | 30.85 | 5.55 | 36.41 |
| Agar agar | 0.42 | 8.87 | 1.60 | 10.47 |
| Sal marina | 0.02 | 0.38 | 0.07 | 0.45 |
| Extracto de limón | 0.21 | 4.37 | 0.79 | 5.16 |
| Orégano seleccionado | 0.05 | 0.97 | 0.17 | 1.14 |
| Tomillo en polvo | 0.06 | 1.21 | 0.22 | 1.43 |
| **Materia Prima Directa** | **3.88** | **82.04** | **14.77** | **96.81** |
| **Pago planilla MOD** | **3.81** | **80.52** | **-** | **80.52** |
| **Costos Indirectos de Fabricación** | **0.38** | **8.07** | **1.45** | **9.52** |
| Materiales indirectos | 0.38 | 8.07 | 1.45 | 9.52 |
| **Costo inventario laminado sabor orégano y tomillo 100 gr** | | **170.62** | **16.22** | **186.84** |

*Nota*: Elaboración propia

Resumen de inventario inicial

Tabla 268.

*Resumen de inventario inicial*

| | Unidades | Costo total | IGV | Costo con IGV | Costo unitario |
|---|---|---|---|---|---|
| Costo inventario Molde 150 gr sabor natural | 97 | 774.52 | 72.77 | 847.29 | 8.71 |
| Costo inventario Laminado sabor original 100 gr | 38 | 303.44 | 28.51 | 331.95 | 8.71 |
| Costo inventario Molde sabor orégano y tomillo 150 gr | 44 | 353.34 | 33.59 | 386.93 | 8.83 |
| Costo inventario laminado sabor orégano y tomillo 100 gr | 21 | 170.62 | 16.22 | 186.84 | 8.83 |
| **Totales** | 200 | 1,601.92 | 151.09 | 1,753.01 | |

*Nota*: Elaboración propia

### 7.1.5. Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado máximo de caja).

Para poder calcular nuestra inversión en capital de trabajo, hemos empleado el Método de Déficit Acumulado máximo de caja, a fin de obtener un cálculo mensual de nuestros ingresos, que se da por medio de las ventas que realizamos, es decir, las cobranzas que obtenemos, y por los egresos en nuestro primer año operativo, como, por ejemplo, los pagos a nuestros proveedores, el pago por concepto de sueldos y servicios. Esto nos permitirá analizar mes a mes los faltantes de efectivo que tengamos. Asimismo, es importante destacar que nuestro análisis se ha realizado por diferentes canales: Tiendas especializadas y tiendas virtuales, a fin de identificar qué canal nos genera mayores ingresos.

Tabla 269.

*Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12 (importe en soles)*

| Concepto | Año 2020 | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
| **Ventas** | | | | | | | | | | | | |
| Ventas por tiendas especializadas | 34,841 | 40,581 | 47,555 | 48,483 | 55,457 | 41,522 | 66,816 | 59,813 | 52,839 | 76,703 | 83,693 | 90,654 |
| Ventas por canales virtuales | 26,293 | 31,756 | 37,219 | 37,939 | 43,402 | 32,460 | 52,281 | 46,834 | 41,371 | 60,021 | 65,468 | 70,960 |
| IGV Ventas | (11,004) | (13,021) | (15,259) | (15,556) | (17,794) | (13,317) | (21,437) | (19,196) | (16,958) | (24,610) | (26,849) | (29,090) |
| **Total Ingresos en Efectivo** | **61,134** | **72,337** | **84,774** | **86,421** | **98,858** | **73,982** | **119,097** | **106,647** | **94,210** | **136,724** | **149,161** | **161,614** |
| | | | | | | | | | | | | |
| **Compras** | | | | | | | | | | | | |
| Compra de materia prima | (17,090) | (20,231) | (23,862) | (24,157) | (27,826) | (20,231) | (34,078) | (30,117) | (26,311) | (38,712) | (42,139) | (45,210) |
| IGV Compras | (3,076) | (3,642) | (4,295) | (4,348) | (5,009) | (3,642) | (6,134) | (5,421) | (4,736) | (6,968) | (7,585) | (8,138) |
| **Total compras** | **(17,090)** | **(20,231)** | **(23,862)** | **(24,157)** | **(27,826)** | **(20,231)** | **(34,078)** | **(30,117)** | **(26,311)** | **(38,712)** | **(42,139)** | **(45,210)** |
| **Mano de Obra Directa** | **(3,960)** | **(3,960)** | **(3,960)** | **(3,960)** | **(4,773)** | **(3,960)** | **(5,922)** | **(3,960)** | **(3,960)** | **(3,960)** | **(4,935)** | **(5,922)** |
| **Costos Indirectos** | **(19,215)** | **(20,476)** | **(19,944)** | **(19,944)** | **(23,577)** | **(19,563)** | **(25,339)** | **(21,239)** | **(19,944)** | **(21,469)** | **(31,322)** | **(30,683)** |
| Mano de Obra Indirecta | (9,350) | (9,350) | (9,350) | (9,350) | (11,268) | (9,350) | (13,983) | (9,350) | (9,350) | (9,350) | (11,652) | (13,983) |
| Materiales indirectos | (1,525) | (1,907) | (2,288) | (2,288) | (2,669) | (1,907) | (3,051) | (2,669) | (2,288) | (3,814) | (3,814) | (4,195) |
| Utensilios varios | (278) | (1,158) | (244) | (244) | (1,577) | (244) | (244) | (1,158) | (244) | (244) | (7,795) | (244) |
| Servicios | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) | (1,035) |
| Alquiler Local | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) | (4,427) |
| Servicios tercerizados | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) | (2,600) |
| Mantenimiento | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | (4,200) |
| **Utilidad Operativa** | **20,869** | **27,669** | **37,007** | **38,360** | **42,683** | **30,228** | **53,757** | **51,331** | **43,995** | **72,582** | **70,765** | **79,798** |
| **Gastos Administrativos** | **(24,404)** | **(21,314)** | **(21,314)** | **(20,721)** | **(24,281)** | **(21,020)** | **(28,642)** | **(20,467)** | **(20,467)** | **(20,467)** | **(24,791)** | **(31,542)** |
| **Gastos de ventas** | **(15,584)** | **(15,646)** | **(15,708)** | **(15,717)** | **(17,412)** | **(12,655)** | **(18,223)** | **(11,170)** | **(11,108)** | **(11,321)** | **(14,523)** | **(17,488)** |
| **Depreciación** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** | **(1,442)** |
| **Amortización** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** | **(1,081)** |
| **Gastos por activos fijos no depreciables** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** | **(938)** |
| **Ebit** | **(22,581)** | **(12,753)** | **(3,477)** | **(1,539)** | **(2,472)** | **(6,908)** | **3,432** | **16,233** | **8,959** | **37,334** | **27,989** | **27,307** |
| **IGV por pagar** | 0 | 0 | 0 | 0 | (3,261) | (8,285) | (6,099) | (11,297) | (10,294) | (8,973) | (14,119) | (14,086) |
| **(+) Depreciación** | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 | 1,442 |
| **(+) Amortización** | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 | 1,081 |
| **(+) Gastos por activos fijos no depreciables** | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 | 938 |
| **Flujo de caja operativo** | **(19,119)** | **(9,291)** | **(15)** | **1,922** | **(2,271)** | **(11,732)** | **794** | **8,397** | **2,126** | **31,822** | **17,332** | **16,682** |
| Pago a Cuenta Imp. Renta (1%) | 0 | (611) | (723) | (848) | (864) | (989) | (740) | (1,191) | (1,066) | (942) | (1,367) | (1,492) |
| Escudo fiscal | (75) | (75) | (74) | (73) | (72) | (71) | (71) | (70) | (69) | (68) | (67) | (66) |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Cuota Préstamo Activo | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) | (1,257) |
| **Saldo Final de Caja** | **(20,452)** | **(11,235)** | **(2,070)** | **(256)** | **(4,465)** | **(14,049)** | **(1,274)** | **5,879** | **(266)** | **29,554** | **14,640** | **13,867** |
| Máximo Déficit Mensual Acumul. | (20,452) | | | | | | | | | | | |
| Caja Mínima | (3,733) | Determinado como el máximo egreso de tres días | | | | | | | | | | |
| **Inversión en Capital de Trabajo** | **(24,185)** | | | | | | | | | | | |

*Nota*: Elaboración Propia

### 7.1.6. Liquidación del IGV.

La liquidación de IGV nos permitirá identificar en que mes del año, iniciaremos a realizar el pago del IGV al Estado, para ello, es importante haber calculado el crédito fiscal de nuestra inversión, y haber realizado la liquidación del IGV mensualmente durante el primer año, por lo que se puede indicar que nuestra empresa estaría pagando IGV en el mes de abril del año 2020, el monto de S/. 3,261 soles, según lo señalado en la Tabla N° 270.

Tabla 270.
*Liquidación del IGV 2020 - 2024 (importe en soles)*

| Concepto | Año 0 | Año 1 | | | | | | | | | | | | Por Año | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| IGV Ventas | 0 | 11,004 | 13,021 | 15,259 | 15,556 | 17,794 | 13,317 | 21,437 | 19,196 | 16,958 | 24,610 | 26,849 | 29,090 | 224,092 | 252,466 | 276,847 | 301,674 | 326,981 |
| IGV Compras | 0 | (3,076) | (3,642) | (4,295) | (4,348) | (5,009) | (3,642) | (6,134) | (5,421) | (4,736) | (6,968) | (7,585) | (8,138) | (62,821) | (68,816) | (75,399) | (82,003) | (88,333) |
| IGV CIF | 0 | (1,776) | (2,003) | (1,907) | (1,907) | (2,216) | (1,838) | (2,044) | (2,140) | (1,907) | (2,181) | (3,541) | (3,006) | (26,465) | (27,379) | (28,120) | (29,006) | (29,911) |
| IGV G. Administrativos | 0 | (1,423) | (867) | (867) | (760) | (791) | (814) | (714) | (714) | (714) | (714) | (761) | (1,236) | (10,374) | (10,346) | (10,401) | (10,457) | (10,515) |
| IGV G. Ventas | 0 | (1,464) | (1,464) | (1,464) | (1,464) | (1,494) | (924) | (1,248) | (628) | (628) | (628) | (876) | (1,078) | (13,359) | (12,727) | (13,407) | (13,965) | (14,271) |
| IGV Activo Fijo | (9,343) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IGV Intangibles | (241) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IGV Gastos Pre Operativos | (9,118) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IGV Inventarios Iniciales | (151) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **IGV Neto** | **(18,853)** | **3,265** | **5,045** | **6,726** | **7,077** | **8,285** | **6,099** | **11,297** | **10,294** | **8,973** | **14,119** | **14,086** | **15,633** | **337,111** | **371,734** | **404,175** | **437,105** | **470,011** |
| **Crédito Fiscal** | **(18,853)** | **(15,588)** | **(10,542)** | **(3,816)** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **18,853** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **Pago de IGV** | **0** | **0** | **0** | **0** | **3,261** | **8,285** | **6,099** | **11,297** | **10,294** | **8,973** | **14,119** | **14,086** | **15,633** | **318,258** | **371,734** | **404,175** | **437,105** | **470,011** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 271. *Resumen Liquidación del IGV 2020 - 2024 (importe en soles)*

| Concepto | Por Año | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| IGV Ventas | 224,092 | 252,466 | 276,847 | 301,674 | 326,981 |
| IGV Compras | (62,821) | (68,816) | (75,399) | (82,003) | (88,333) |
| IGV CIF | (26,465) | (27,379) | (28,120) | (29,006) | (29,911) |
| IGV G.A. | (10,374) | (10,346) | (10,401) | (10,457) | (10,515) |
| IGV GV. | (13,359) | (12,727) | (13,407) | (13,965) | (14,271) |
| **IGV Neto** | **110,900** | **133,199** | **149,520** | **166,244** | **183,951** |
| Crédito Fiscal | 18,853 | | | | |
| **Pago de IGV** | **92,047** | **133,199** | **149,520** | **166,244** | **183,951** |

*Nota*: Elaboración Propia.

### 7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

Las inversiones del proyecto son divididas en: Inversión en Activo Fijo Depreciable, Activo Intangible, Gastos Pre-Operativos, Inventario Inicial, y Capital de trabajo. Este resumen nos permite reconocer cuál de los cinco elementos indicados requiere mayor inversión. Tal como se muestra en la tabla N° 272, los gastos pre-operativos son los que tiene el mayor porcentaje (52%) de inversión con un monto total, sin IGV, de S/. 90,721.00 soles y con IGV, un monto de S/. 99,839.00.

Asimismo, se puede mencionar que el total de la inversión requerida para el proyecto asciende a S/. 191,824.00.

Tabla 272.

*Resumen de Inversiones*

| | Valor | Igv | Monto total | % |
|---|---|---|---|---|
| Activo fijo depreciable | 51,908 | 9,343 | 61,252 | 32% |
| Activo Intangible | 4,555 | 241 | 4,796 | 3% |
| Gastos pre-operativos | 90,721 | 9,118 | 99,839 | 52% |
| Inventarios | 1,602 | 151 | 1,753 | 1% |
| Capital de trabajo | 24,185 | 0 | 24,185 | 13% |
| Total | **172,971** | **18,853** | **191,824** | **100%** |

*Nota*: Elaboración Propia

## 7.2. Financiamiento

### 7.2.1. Estructura de financiamiento.

La estructura de financiamiento para nuestro proyecto será financiada de la siguiente manera: por préstamo bancario y por capital social.

El aporte de los socios está destinado para financiar los activos intangibles, los gastos pre-operativos y el inventario inicial, siendo el activo fijo depreciable financiado por el banco, tal como se muestra en la tabla.

Tabla 273.

*Estructura de Financiamiento (importe en soles)*

| Tipo | Inversión sin IGV | IGV | Inversión con IGV | Aportes | | Deuda | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Monto | % | Monto | % |
| Activo Fijo | 51,908 | 9,343 | 61,252 | 12,250 | 20.0% | 49,001 | 80.0% |
| Activos Intangibles | 4,555 | 241 | 4,796 | 4,796 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Gastos Pre Operativos | 90,721 | 9,118 | 99,839 | 99,839 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Inventarios Iniciales | 1,602 | 151 | 1,753 | 1,753 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Capital de Trabajo | 24,185 | 0 | 24,185 | 24,185 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| **TOTAL** | **172,971** | **18,853** | **191,824** | **142,823** | **74.5%** | **49,001** | **25.5%** |

*Nota*: Elaboración Propia

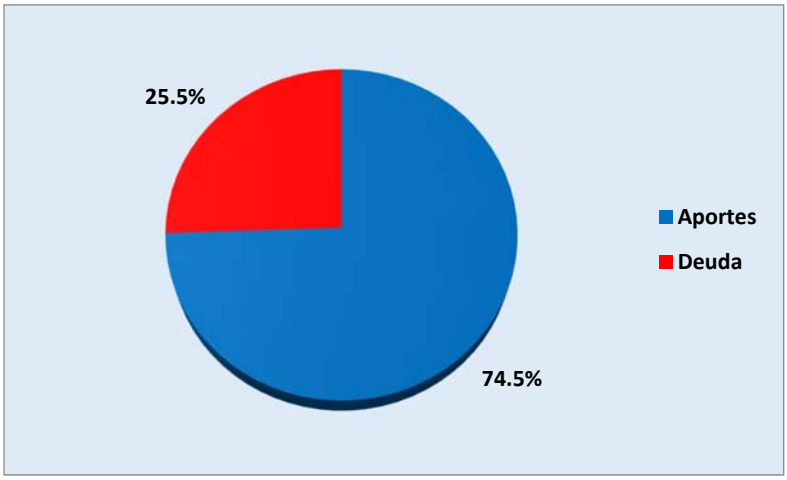



*Figura 104.* Financiamiento

*Nota*: Elaboración propia

Los aportes de los cinco socios suman un total de S/. 142,823 soles que viene hacer el patrimonio de nuestra empresa, siendo el aporte por cada uno de S/. 28,565.

Tabla 274.

*Aporte de los socios (importe en soles)*

| APORTE DE CADA SOCIO | (En Nuevos Soles) | |
|---|---|---|
| Daysi Castro | 28,565 | 20% |
| Maritza Díaz | 28,565 | 20% |
| Omar Gómez | 28,565 | 20% |
| Fiorella Gutiérrez Hurtado | 28,565 | 20% |
| Joel Vílchez | 28,565 | 20% |
| **TOTAL** | **142,823** | **100%** |

*Nota*: Elaboración Propia

### 7.2.2. Cronograma del Financiamiento del activo fijo.

A fin de realizar el cronograma de financiamiento es importante conocer las diferentes alternativas de tasas que ofrece cada entidad bancaria para financiar un activo fijo, de modo que se pueda elegir la mejor opción, al momento de solicitar el préstamo. En la siguiente tabla, se ha considerado el TCEA, el TCEM, los plazos y la cuota mensual.

Tabla 275.

*Financiamiento del activo fijo*

| **Préstamo activo fijo** | **49,001.22** | |
|---|---|---|
| **TCEA( Mi banco)** | 20.13% | |
| **TCEM** | 1.54% | |
| **Plazo** | 5.00 | años |
| **Plazo** | 60.00 | meses |
| **Cuota Mensual** | **1,257** | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 276.

*Cronograma de pagos del activo fijo*

| N° de Cuota | Saldo Inicial | Interés | Capital | Valor de la Cuota | Escudo Fiscal | Saldo Final |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 49001 | 755 | 503 | 1257 | 75 | 48499 |
| 2 | 48499 | 747 | 510 | 1257 | 75 | 47988 |
| 3 | 47988 | 739 | 518 | 1257 | 74 | 47470 |
| 4 | 47470 | 731 | 526 | 1257 | 73 | 46944 |
| 5 | 46944 | 723 | 534 | 1257 | 72 | 46410 |
| 6 | 46410 | 715 | 542 | 1257 | 71 | 45868 |
| 7 | 45868 | 706 | 551 | 1257 | 71 | 45317 |
| 8 | 45317 | 698 | 559 | 1257 | 70 | 44758 |
| 9 | 44758 | 689 | 568 | 1257 | 69 | 44190 |
| 10 | 44190 | 681 | 577 | 1257 | 68 | 43613 |
| 11 | 43613 | 672 | 585 | 1257 | 67 | 43028 |
| 12 | 43028 | 663 | 595 | 1257 | 66 | 42433 |
| 13 | 42433 | 654 | 604 | 1257 | 193 | 41830 |
| 14 | 41830 | 644 | 613 | 1257 | 190 | 41217 |
| 15 | 41217 | 635 | 622 | 1257 | 187 | 40594 |
| 16 | 40594 | 625 | 632 | 1257 | 184 | 39962 |
| 17 | 39962 | 615 | 642 | 1257 | 182 | 39321 |
| 18 | 39321 | 606 | 652 | 1257 | 179 | 38669 |
| 19 | 38669 | 596 | 662 | 1257 | 176 | 38007 |
| 20 | 38007 | 585 | 672 | 1257 | 173 | 37336 |
| 21 | 37336 | 575 | 682 | 1257 | 170 | 36653 |
| 22 | 36653 | 565 | 693 | 1257 | 167 | 35961 |
| 23 | 35961 | 554 | 703 | 1257 | 163 | 35257 |
| 24 | 35257 | 543 | 714 | 1257 | 160 | 34543 |
| 25 | 34543 | 532 | 725 | 1257 | 157 | 33818 |
| 26 | 33818 | 521 | 736 | 1257 | 154 | 33082 |
| 27 | 33082 | 510 | 748 | 1257 | 150 | 32334 |
| 28 | 32334 | 498 | 759 | 1257 | 147 | 31575 |
| 29 | 31575 | 486 | 771 | 1257 | 143 | 30804 |
| 30 | 30804 | 474 | 783 | 1257 | 140 | 30021 |
| 31 | 30021 | 462 | 795 | 1257 | 136 | 29226 |
| 32 | 29226 | 450 | 807 | 1257 | 133 | 28419 |
| 33 | 28419 | 438 | 819 | 1257 | 129 | 27600 |
| 34 | 27600 | 425 | 832 | 1257 | 125 | 26768 |
| 35 | 26768 | 412 | 845 | 1257 | 122 | 25923 |
| 36 | 25923 | 399 | 858 | 1257 | 118 | 25065 |
| 37 | 25065 | 386 | 871 | 1257 | 114 | 24194 |
| 38 | 24194 | 373 | 885 | 1257 | 110 | 23309 |
| 39 | 23309 | 359 | 898 | 1257 | 106 | 22411 |
| 40 | 22411 | 345 | 912 | 1257 | 102 | 21499 |
| 41 | 21499 | 331 | 926 | 1257 | 98 | 20573 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 42 | 20573 | 317 | 940 | 1257 | 93 | 19633 |
| 43 | 19633 | 302 | 955 | 1257 | 89 | 18678 |
| 44 | 18678 | 288 | 970 | 1257 | 85 | 17708 |
| 45 | 17708 | 273 | 984 | 1257 | 80 | 16724 |
| 46 | 16724 | 258 | 1000 | 1257 | 76 | 15724 |
| 47 | 15724 | 242 | 1015 | 1257 | 71 | 14709 |
| 48 | 14709 | 227 | 1031 | 1257 | 67 | 13679 |
| 49 | 13679 | 211 | 1047 | 1257 | 62 | 12632 |
| 50 | 12632 | 195 | 1063 | 1257 | 57 | 11570 |
| 51 | 11570 | 178 | 1079 | 1257 | 53 | 10491 |
| 52 | 10491 | 162 | 1096 | 1257 | 48 | 9395 |
| 53 | 9395 | 145 | 1112 | 1257 | 43 | 8283 |
| 54 | 8283 | 128 | 1130 | 1257 | 38 | 7153 |
| 55 | 7153 | 110 | 1147 | 1257 | 33 | 6006 |
| 56 | 6006 | 93 | 1165 | 1257 | 27 | 4841 |
| 57 | 4841 | 75 | 1183 | 1257 | 22 | 3659 |
| 58 | 3659 | 56 | 1201 | 1257 | 17 | 2458 |
| 59 | 2458 | 38 | 1219 | 1257 | 11 | 1239 |
| 60 | 1239 | 19 | 1238 | 1257 | 6 | 0 |
| **Total** | | **26429.39** | **49000.81** | **75430.20** | | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 277.

*Financiamiento de la deuda del activo fijo*

| | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
|---|---|---|---|---|---|
| Deuda | 49,001.22 | 42,433.30 | 34,543.27 | 25,064.99 | 13,678.74 |
| Interés | - 8,518.12 | - 7,196.01 | - 5,607.76 | - 3,699.79 | - 1,407.71 |
| Amortización | - 6,567.92 | - 7,890.03 | - 9,478.28 | - 11,386.25 | - 13,678.33 |
| Cuota | - 15,086.04 | - 15,086.04 | - 15,086.04 | - 15,086.04 | - 15,086.04 |
| Escudo Fiscal | - 851.82 | - 2,122.83 | - 1,654.30 | - 1,091.44 | - 415.28 |

*Nota*: Elaboración Propia

### 7.3. Ingresos anuales

#### 7.3.1. Ingresos por ventas.

En las siguientes tablas, se muestran cómo serán los ingresos que tendremos por cada canal y por cada presentación de producto de forma mensual y anual. Este cálculo nos permitirá tener una idea de cómo serán nuestras ventas a lo largo de la duración de nuestro proyecto, así como en el primer año de operación. En las tablas N° 278 y 279 se podrá observar la distribución de nuestros productos, por lo que se puede señalar que la mayor parte de nuestras ventas se realizan por medio de tiendas especializadas en comparación con las tiendas virtuales.

Asimismo, podemos identificar que el queso vegetal en su presentación de molde 150 gr con sabor natural es el más vendido, seguido del queso molde 150 gr con sabor a orégano y tomillo, ambas presentaciones son los que generan mayores ingresos a nuestra empresa tanto en el año 2020 como hasta el año 2024.

Tabla 278.

*Ingreso por ventas en tiendas especializadas (importe en soles)*

| | 2020 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tiendas especializadas** | **Ene** | **Feb** | **Mar** | **Abr** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Ago** | **Set** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Molde 150 gr sabor natural | 17,744.00 | 21,424.00 | 25,104.00 | 25,600.00 | 29,280.00 | 21,920.00 | 35,280.00 | 31,584.00 | 27,904.00 | 40,496.00 | 44,192.00 | 47,872.00 | 368,400.00 | 407,008.00 | 446,320.00 | 486,320.00 | 527,120.00 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 7,984.00 | 8,140.50 | 9,544.50 | 9,720.00 | 11,124.00 | 8,329.50 | 13,405.50 | 12,001.50 | 10,597.50 | 15,390.00 | 16,794.00 | 18,184.50 | 141,215.50 | 183,264.00 | 200,992.00 | 218,992.00 | 237,344.00 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 5,859.00 | 7,087.50 | 8,302.50 | 8,464.50 | 9,679.50 | 7,249.50 | 11,664.00 | 10,435.50 | 9,220.50 | 13,392.00 | 14,607.00 | 15,822.00 | 121,783.50 | 134,541.00 | 147,541.50 | 160,798.50 | 174,271.50 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 3,253.50 | 3,928.50 | 4,603.50 | 4,698.00 | 5,373.00 | 4,023.00 | 6,466.50 | 5,791.50 | 5,116.50 | 7,425.00 | 8,100.00 | 8,775.00 | 67,554.00 | 74,655.00 | 81,823.50 | 89,208.00 | 96,673.50 |
| **Total valor venta** | **34,840.50** | **40,580.50** | **47,554.50** | **48,482.50** | **55,456.50** | **41,522.00** | **66,816.00** | **59,812.50** | **52,838.50** | **76,703.00** | **83,693.00** | **90,653.50** | **698,953.00** | **799,468.00** | **876,677.00** | **955,318.50** | **1,035,409.00** |
| IGV | 6,271.29 | 7,304.49 | 8,559.81 | 8,726.85 | 9,982.17 | 7,473.96 | 12,026.88 | 10,766.25 | 9,510.93 | 13,806.54 | 15,064.74 | 16,317.63 | 125,811.54 | 143,904.24 | 157,801.86 | 171,957.33 | 186,373.62 |
| **Facturación** | **41,111.79** | **47,884.99** | **56,114.31** | **57,209.35** | **65,438.67** | **48,995.96** | **78,842.88** | **70,578.75** | **62,349.43** | **90,509.54** | **98,757.74** | **106,971.13** | **824,764.54** | **943,372.24** | **1,034,478.86** | **1,127,275.83** | **1,221,782.62** |
| **Cobranza al contado** | **41,111.79** | **47,884.99** | **56,114.31** | **57,209.35** | **65,438.67** | **48,995.96** | **78,842.88** | **70,578.75** | **62,349.43** | **90,509.54** | **98,757.74** | **106,971.13** | | | | | |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 279.

*Ingreso por ventas en tienda virtual (importe en soles)*

| | 2020 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Tienda virtual** | **Ene** | **Feb** | **Mar** | **Abr** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Ago** | **Set** | **Oct** | **Nov** | **Dic** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Molde 150 gr sabor natural | 13,376.00 | 16,160.00 | 18,944.00 | 19,312.00 | 22,096.00 | 16,528.00 | 26,608.00 | 23,840.00 | 21,056.00 | 30,560.00 | 33,328.00 | 36,112.00 | 277,920.00 | 307,024.00 | 336,704.00 | 366,896.00 | 397,648.00 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 6,032.00 | 7,280.00 | 8,528.00 | 8,704.00 | 9,952.00 | 7,440.00 | 11,984.00 | 10,736.00 | 9,488.00 | 13,760.00 | 15,008.00 | 16,272.00 | 125,184.00 | 138,256.00 | 151,616.00 | 165,200.00 | 179,088.00 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 4,428.00 | 5,346.00 | 6,264.00 | 6,385.50 | 7,303.50 | 5,467.50 | 8,802.00 | 7,884.00 | 6,966.00 | 10,098.00 | 11,016.00 | 11,947.50 | 91,908.00 | 101,520.00 | 111,294.00 | 121,284.00 | 131,490.00 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 2,457.00 | 2,970.00 | 3,483.00 | 3,537.00 | 4,050.00 | 3,024.00 | 4,887.00 | 4,374.00 | 3,861.00 | 5,602.50 | 6,115.50 | 6,628.50 | 50,989.50 | 56,322.00 | 61,749.00 | 67,270.50 | 72,927.00 |
| **Total valor venta** | **26,293.00** | **31,756.00** | **37,219.00** | **37,938.50** | **43,401.50** | **32,459.50** | **52,281.00** | **46,834.00** | **41,371.00** | **60,020.50** | **65,467.50** | **70,960.00** | **546,001.50** | **603,122.00** | **661,363.00** | **720,650.50** | **781,153.00** |
| IGV | 4,732.74 | 5,716.08 | 6,699.42 | 6,828.93 | 7,812.27 | 5,842.71 | 9,410.58 | 8,430.12 | 7,446.78 | 10,803.69 | 11,784.15 | 12,772.80 | 98,280.27 | 108,561.96 | 119,045.34 | 129,717.09 | 140,607.54 |
| **Facturación** | **31,025.74** | **37,472.08** | **43,918.42** | **44,767.43** | **51,213.77** | **38,302.21** | **61,691.58** | **55,264.12** | **48,817.78** | **70,824.19** | **77,251.65** | **83,732.80** | **644,281.77** | **711,683.96** | **780,408.34** | **850,367.59** | **921,760.54** |
| **Cobranza al contado** | **31,025.74** | **37,472.08** | **43,918.42** | **44,767.43** | **51,213.77** | **38,302.21** | **61,691.58** | **55,264.12** | **48,817.78** | **70,824.19** | **77,251.65** | **83,732.80** | | | | | |

*Nota*: Elaboración Propia.

Tabla 280.

*Facturación por año (importe en soles)*

| Ventas S/. | 2020 | | | | | | | | | | | | Facturación por año | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Molde 150 gr sabor natural | 31,120.00 | 37,584.00 | 44,048.00 | 44,912.00 | 51,376.00 | 38,448.00 | 61,888.00 | 55,424.00 | 48,960.00 | 71,056.00 | 77,520.00 | 83,984.00 | 646,320.00 | 714,032.00 | 783,024.00 | 853,216.00 | 924,768.00 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 14,016.00 | 15,420.50 | 18,072.50 | 18,424.00 | 21,076.00 | 15,769.50 | 25,389.50 | 22,737.50 | 20,085.50 | 29,150.00 | 31,802.00 | 34,456.50 | 266,399.50 | 321,520.00 | 352,608.00 | 384,192.00 | 416,432.00 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 10,287.00 | 12,433.50 | 14,566.50 | 14,850.00 | 16,983.00 | 12,717.00 | 20,466.00 | 18,319.50 | 16,186.50 | 23,490.00 | 25,623.00 | 27,769.50 | 213,691.50 | 236,061.00 | 258,835.50 | 282,082.50 | 305,761.50 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 5,710.50 | 6,898.50 | 8,086.50 | 8,235.00 | 9,423.00 | 7,047.00 | 11,353.50 | 10,165.50 | 8,977.50 | 13,027.50 | 14,215.50 | 15,403.50 | 118,543.50 | 130,977.00 | 143,572.50 | 156,478.50 | 169,600.50 |
| **Total valor venta** | **61,133.50** | **72,336.50** | **84,773.50** | **86,421.00** | **98,858.00** | **73,981.50** | **119,097.00** | **106,646.50** | **94,209.50** | **136,723.50** | **149,160.50** | **161,613.50** | **1,244,954.50** | **1,402,590.00** | **1,538,040.00** | **1,675,969.00** | **1,816,562.00** |
| IGV | 11,004.03 | 13,020.57 | 15,259.23 | 15,555.78 | 17,794.44 | 13,316.67 | 21,437.46 | 19,196.37 | 16,957.71 | 24,610.23 | 26,848.89 | 29,090.43 | 224,091.81 | 252,466.20 | 276,847.20 | 301,674.42 | 326,981.16 |
| **Facturación** | **72,137.53** | **85,357.07** | **100,032.73** | **101,976.78** | **116,652.44** | **87,298.17** | **140,534.46** | **125,842.87** | **111,167.21** | **161,333.73** | **176,009.39** | **190,703.93** | **1,469,046.31** | **1,655,056.20** | **1,814,887.20** | **1,977,643.42** | **2,143,543.16** |

*Nota*: Elaboración Propia.

Tabla 281.

*% de ventas por producto*

| Ventas % por producto | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 51% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 52% | 51% | 51% | 51% | 51% |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 23% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 21% | 23% | 23% | 23% | 23% |
| Laminado 100 gr sabor natural | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 9% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 9% | 9% | 9% | 9% |

*Nota*: Elaboración Propia.

Tabla 282.

*Ventas totales (importe en soles)*

| Ventas | 2020 | | | | | | | | | | | | Facturación por año | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| TOTAL VENTA | 61,133.50 | 72,336.50 | 84,773.50 | 86,421.00 | 98,858.00 | 73,981.50 | 119,097.00 | 106,646.50 | 94,209.50 | 136,723.50 | 149,160.50 | 161,613.50 | 1,244,954.50 | 1,402,590.00 | 1,538,040.00 | 1,675,969.00 | 1,816,562.00 |

*Nota*: Elaboración Propia.

Tabla 283.

*Total de cobranza (importe en soles)*

| Ventas | 2010 | | | | | | | | | | | | Facturación por año | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Venta sin I.G.V. | 61,133.50 | 72,336.50 | 84,773.50 | 86,421.00 | 98,858.00 | 73,981.50 | 119,097.00 | 106,646.50 | 94,209.50 | 136,723.50 | 149,160.50 | 161,613.50 | 1,244,954.50 | 1,402,590.00 | 1,538,040.00 | 1,675,969.00 | 1,816,562.00 |
| I.G.V. | 11,004.03 | 13,020.57 | 15,259.23 | 15,555.78 | 17,794.44 | 13,316.67 | 21,437.46 | 19,196.37 | 16,957.71 | 24,610.23 | 26,848.89 | 29,090.43 | 224,091.81 | 252,466.20 | 276,847.20 | 301,674.42 | 326,981.16 |
| Total Venta | 72,137.53 | 85,357.07 | 100,032.73 | 101,976.78 | 116,652.44 | 87,298.17 | 140,534.46 | 125,842.87 | 111,167.21 | 161,333.73 | 176,009.39 | 190,703.93 | 1,469,046.31 | 1,655,056.20 | 1,814,887.20 | 1,977,643.42 | 2,143,543.16 |
| **Total de cobranza** | **72,137.53** | **85,357.07** | **100,032.73** | **101,976.78** | **116,652.44** | **87,298.17** | **140,534.46** | **125,842.87** | **111,167.21** | **161,333.73** | **176,009.39** | **190,703.93** | **1,469,046.31** | **1,655,056.20** | **1,814,887.20** | **1,977,643.42** | **2,143,543.16** |

*Nota*: Elaboración Propia.

### 7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

En la siguiente tabla, se calcula la recuperación de capital de trabajo, para ello es necesario calcular la necesidad de capital de trabajo proyectada por todos los años que dura nuestro proyecto, es decir cinco años, hasta el año 2024.

Tabla 284.

*Recuperación de capital de trabajo (importe en soles)*

| | Año 0 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ingresos por ventas | | 1,244,954.50 | 1,402,590.00 | 1,538,040.00 | 1,675,969.00 | 1,816,562.00 |
| Capital de trabajo necesario | | 24,185.22 | 27,247.54 | 29,878.87 | 32,558.36 | 35,289.61 |
| Inversión capital de trabajo | - 24,185.22 | - 3,062.32 | - 2,631.33 | - 2,679.49 | - 2,731.24 | |
| **Recuperación de capital de trabajo** | | | | | | 35,289.61 |

*Nota*: Elaboración Propia

La ratio de necesidad de capital de trabajo, se halla empleando la necesidad de capital de trabajo / ventas del año sin IGV. Dando como resultado de 1.94%. A partir del año 2021 se multiplica la ratio con la necesidad del año 1, y así con cada resultado por los siguientes años.

### 7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Con el objetivo de liquidar los activos al final del proyecto, el valor de desecho neto se calcula sobre los activos fijos, que es uno de los elementos de la inversión. Al encontrarse nuestra empresa bajo el régimen mype, hemos optado por depreciar nuestros activos en 03 años, según lo indicado por la Sunat. Por otro lado, se ha determinado el valor de mercado, en base a los precios referenciales que se han encontrado en Mercado Libre.

Con ambos valores: valor en libros y valor de mercado, incluido IGV y el impuesto a la renta, se ha podido calcular correctamente el valor de desecho neto, logrando tener una utilidad.

Tabla 285.

*Valor de Desecho Neto del Activo Fijo (importe en soles)*

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Valor Total | I.G.V. | Total Precio | Vida Util (años) | Deprec. (3años) | V.Libros (5º año) | V. Mercado % | V. Mercado | Utilidad/ Pérdida | IR 29.5% | Valor de Desecho |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Operaciones** | | | **44,086.88** | **7,935.64** | **52,022.52** | | **44,086.88** | **-** | | **18,016.11** | **18,016.11** | **5,314.75** | **12,701.36** |
| Pasteurizador 15Lt | 1.00 | 3183.90 | 3183.90 | 573.10 | 3757.00 | 3.00 | 3,183.90 | - | 40% | 1,273.56 | 1,273.56 | 375.70 | 897.86 |
| Marmita estacionaria electrica 50Lt | 1.00 | 8211.86 | 8211.86 | 1478.14 | 9690.00 | 3.00 | 8,211.86 | - | 40% | 3,284.75 | 3,284.75 | 969.00 | 2,315.75 |
| Cortadora ICHIMATSU | 2.00 | 1271.19 | 2542.37 | 457.63 | 3000.00 | 3.00 | 2,542.37 | - | 40% | 1,016.95 | 1,016.95 | 300.00 | 716.95 |
| Empacadora al vacio Kitchenway | 1.00 | 10059.53 | 10059.53 | 1810.72 | 11870.25 | 3.00 | 10,059.53 | - | 40% | 4,023.81 | 4,023.81 | 1,187.03 | 2,836.79 |
| Licuadora industrial | 1.00 | 4105.93 | 4105.93 | 739.07 | 4845.00 | 3.00 | 4,105.93 | - | 40% | 1,642.37 | 1,642.37 | 484.50 | 1,157.87 |
| Refrigeradora industrial | 4.00 | 1271.19 | 5084.75 | 915.25 | 6000.00 | 3.00 | 5,084.75 | - | 40% | 2,033.90 | 2,033.90 | 600.00 | 1,433.90 |
| Laptop | 2.00 | 1271.19 | 2542.37 | 457.63 | 3000.00 | 3.00 | 2,542.37 | - | 55% | 1,398.31 | 1,398.31 | 412.50 | 985.81 |
| Purificador de agua DM-100 | 1.00 | 2025.42 | 2025.42 | 364.58 | 2390.00 | 3.00 | 2,025.42 | - | 40% | 810.17 | 810.17 | 239.00 | 571.17 |
| Balanza de humedad PCE-MB 111C | 1.00 | 2093.45 | 2093.45 | 376.82 | 2470.27 | 3.00 | 2,093.45 | - | 40% | 837.38 | 837.38 | 247.03 | 590.35 |
| Horno estufa de laboratorio | 1.00 | 1694.92 | 1694.92 | 305.08 | 2000.00 | 3.00 | 1,694.92 | - | 40% | 677.97 | 677.97 | 200.00 | 477.97 |
| Mini autoclave 5Lt | 1.00 | 2542.37 | 2542.37 | 457.63 | 3000.00 | 3.00 | 2,542.37 | - | 40% | 1,016.95 | 1,016.95 | 300.00 | 716.95 |
| **Administración y Finanzas** | | | **5,278.81** | **950.19** | **6,229.00** | | **5,278.81** | **-** | | **2,903.35** | **2,903.35** | **856.49** | **2,046.86** |
| Laptop | 3.00 | 1271.19 | 3813.56 | 686.44 | 4500.00 | 3.00 | 3,813.56 | - | 55% | 2,097.46 | 2,097.46 | 618.75 | 1,478.71 |
| Impresora | 1.00 | 1465.25 | 1465.25 | 263.75 | 1729.00 | 3.00 | 1,465.25 | - | 55% | 805.89 | 805.89 | 237.74 | 568.15 |
| **Comercial y ventas** | | | **2,542.37** | **457.63** | **3,000.00** | | **2,542.37** | **-** | | **1,398.31** | **1,398.31** | **412.50** | **985.81** |
| Laptop | 2.00 | 1,271.19 | 2,542.37 | 457.63 | 3,000.00 | 3.00 | 2,542.37 | - | 55% | 1,398.31 | 1,398.31 | 412.50 | 985.81 |
| **Total Activo fijo** | | | **51,908.07** | **9,343.45** | **61,251.52** | | **51,908.07** | **-** | | **22,317.76** | **22,317.76** | **6,583.74** | **15,734.02** |
| | | | | | | | | | | | **IGV (Valor mercado)** | | **4,017.20** |
| | | | | | | | | | | | **Valor de desecho con IGV** | | **19,751.22** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 286.

*Resumen del Valor de Desecho Neto del Activo Fijo (importe en soles)*

| Activo Fijo | Valor Adquisición | Valor en Libros | Valor Comercial | Valor Desecho Neto |
|---|---|---|---|---|
| Operaciones | 44,086.88 | 0.00 | 18,016.11 | 12,701.36 |
| Administración y finanzas | 5,278.81 | 0.00 | 2,903.35 | 2,046.86 |
| Comercial y ventas | 2,542.37 | 0.00 | 1,398.31 | 985.81 |
| Total | 51,908.07 | 0.00 | 22,317.76 | 15,734.02 |
| | | | IGV | 4,017.20 |
| | | | Valor Desecho IGV | 19,751.22 |

*Nota*: Elaboración Propia

## 7.4. Costos y gastos anuales

### 7.4.1. Egresos desembolsables.

Dentro de nuestros egresos desembolsables se detallará y calculará, en las siguientes tablas, el presupuesto de materia prima e insumos, el presupuesto de mano de obra directa, el presupuesto de nuestros costos indirectos, conocido como el CIF, el presupuesto de administración y presupuesto de ventas de forma mensual y anual por todos los años que dura nuestro proyecto, con la finalidad de analizar los egresos desembolsables que se distribuye para cada área.

#### *7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.*

Tabla 287.

*Presupuesto de materia prima e insumos (importe en soles)*

| Insumos | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Castañas | 520.00 | 4,680 | 5,200 | 6,240 | 6,240 | 7,280 | 5,200 | 8,840 | 7,800 | 6,760 | 9,880 | 10,920 | 11,440 | 88,400 | 96,720 | 106,080 | 115,440 |
| Harina instantánea de soja | 80.00 | 640 | 800 | 960 | 960 | 1,120 | 800 | 1,360 | 1,200 | 1,040 | 1,520 | 1,600 | 1,760 | 13,760 | 15,040 | 16,480 | 17,920 |
| Almidón de yuca | 35.00 | 245 | 315 | 350 | 385 | 420 | 315 | 525 | 455 | 385 | 595 | 630 | 700 | 5,390 | 5,880 | 6,475 | 7,000 |
| Levadura nutricional | 500.00 | 2,000 | 2,500 | 3,000 | 3,000 | 3,500 | 2,500 | 4,500 | 4,000 | 3,500 | 5,000 | 5,500 | 6,000 | 46,000 | 50,500 | 55,000 | 60,000 |
| Aceite de coco | 30.00 | 6,420 | 7,800 | 9,150 | 9,240 | 10,650 | 7,800 | 12,990 | 11,340 | 10,020 | 14,850 | 15,990 | 17,310 | 133,470 | 146,340 | 160,350 | 174,330 |
| Agar agar | 150.00 | 1,950 | 2,250 | 2,550 | 2,700 | 3,000 | 2,250 | 3,600 | 3,300 | 2,850 | 4,200 | 4,650 | 4,950 | 38,400 | 42,000 | 46,200 | 50,100 |
| Sal marina | 11.80 | 83 | 94 | 106 | 106 | 130 | 94 | 153 | 142 | 130 | 189 | 201 | 212 | 1,652 | 1,805 | 1,982 | 2,148 |
| Extracto de limón | 10.00 | 910 | 1,110 | 1,290 | 1,310 | 1,510 | 1,110 | 1,840 | 1,610 | 1,410 | 2,100 | 2,270 | 2,460 | 18,910 | 20,730 | 22,700 | 24,690 |
| Orégano seleccionado | 24.00 | 72 | 72 | 96 | 96 | 96 | 72 | 120 | 120 | 96 | 168 | 168 | 168 | 1,344 | 1,464 | 1,608 | 1,752 |
| Tomillo en polvo | 30.00 | 90 | 90 | 120 | 120 | 120 | 90 | 150 | 150 | 120 | 210 | 210 | 210 | 1,680 | 1,830 | 2,010 | 2,190 |
| **Total sin IGV** | | **17,090** | **20,231** | **23,862** | **24,157** | **27,826** | **20,231** | **34,078** | **30,117** | **26,311** | **38,712** | **42,139** | **45,210** | **349,006** | **382,309** | **418,885** | **455,570** |
| IGV | | 3,076 | 3,642 | 4,295 | 4,348 | 5,009 | 3,642 | 6,134 | 5,421 | 4,736 | 6,968 | 7,585 | 8,138 | 62,821 | 68,816 | 75,399 | 82,003 |
| **Total con IGV** | | **20,166** | **23,873** | **28,157** | **28,505** | **32,834** | **23,873** | **40,213** | **35,538** | **31,047** | **45,680** | **49,724** | **53,348** | **411,827** | **451,125** | **494,285** | **537,572** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 288.

*Presupuesto de materiales (importe en soles)*

| Materiales | Precio por Pedido | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bolsa plástica | 338.98 | 1,356 | 1,695 | 2,034 | 2,034 | 2,373 | 1,695 | 2,712 | 2,373 | 2,034 | 3,390 | 3,390 | 3,729 | 28,814 | 31,864 | 34,915 | 37,966 |
| Etiqueta | 42.37 | 169 | 212 | 254 | 254 | 297 | 212 | 339 | 297 | 254 | 424 | 424 | 466 | 3,602 | 3,983 | 4,364 | 4,746 |
| **Total sin IGV** | | **1,525** | **1,907** | **2,288** | **2,288** | **2,669** | **1,907** | **3,051** | **2,669** | **2,288** | **3,814** | **3,814** | **4,195** | **32,415** | **35,847** | **39,280** | **42,712** |
| IGV | | 275 | 343 | 412 | 412 | 481 | 343 | 549 | 481 | 412 | 686 | 686 | 755 | 5,835 | 6,453 | 7,070 | 7,688 |
| **Total con IGV** | | **1,800** | **2,250** | **2,700** | **2,700** | **3,150** | **2,250** | **3,600** | **3,150** | **2,700** | **4,500** | **4,500** | **4,950** | **38,250** | **42,300** | **46,350** | **50,400** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 289.

*Resumen de materia prima (importe en soles)*

| Total resumen materia prima | Ene-20 | Feb-20 | Mar-20 | Abr-20 | May-20 | Jun-20 | Jul-20 | Ago-20 | Set-20 | Oct-20 | Nov-20 | Dic-20 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Insumos | 17,090 | 20,231 | 23,862 | 24,157 | 27,826 | 20,231 | 34,078 | 30,117 | 26,311 | 38,712 | 42,139 | 45,210 | 349,006 | 382,309 | 418,885 | 455,570 | 490,739 |
| Materiales | 1,525 | 1,907 | 2,288 | 2,288 | 2,669 | 1,907 | 3,051 | 2,669 | 2,288 | 3,814 | 3,814 | 4,195 | 32,415 | 35,847 | 39,280 | 42,712 | 46,144 |
| **Total valor de venta** | **18,615** | **22,138** | **26,150** | **26,445** | **30,495** | **22,138** | **37,129** | **32,786** | **28,599** | **42,525** | **45,952** | **49,405** | **381,421** | **418,157** | **458,165** | **498,281** | **536,883** |
| Igv | 3,351 | 3,985 | 4,707 | 4,760 | 5,489 | 3,985 | 6,683 | 5,901 | 5,148 | 7,655 | 8,271 | 8,893 | 68,656 | 75,268 | 82,470 | 89,691 | 96,639 |
| **Precio** | **21,966** | **26,123** | **30,857** | **31,205** | **35,984** | **26,123** | **43,813** | **38,688** | **33,747** | **50,180** | **54,224** | **58,298** | **450,077** | **493,425** | **540,635** | **587,972** | **633,522** |

*Nota*: Elaboración Propia

#### *7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.*

Tabla 290.

*Mano de Obra - operarios*

| Área | Puestos | Cantidad de trabajadores año 1 | Cantidad de trabajadores año 2 | Cantidad de trabajadores año 3 | Cantidad de trabajadores año 4 | Cantidad de trabajadores año 5 | Remuneración Mensual en S/ 2020 | Remuneración Mensual en S/ 2021 | Remuneración Mensual en S/ 2022 | Remuneración Mensual en S/ 2023 | Remuneración Mensual en S/ 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Operaciones | Operarios | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,320.00 | 1,320.00 | 1,320.00 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 291.

*Mano de Obra (importe en soles)*

| Detalle de Pago | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sueldo Bruto | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 43,200.00 | 57,600.00 | 63,360.00 | 63,360.00 | 63,360.00 |
| Gratificación | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,800.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,800.00 | 3,600.00 | 4,800.00 | 5,280.00 | 5,280.00 | 5,280.00 |
| CTS | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 812.50 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 975.00 | 0.00 | 1,787.50 | 2,600.00 | 2,860.00 | 2,860.00 | 2,860.00 |
| Essalud | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 324.00 | 3,888.00 | 5,184.00 | 5,702.40 | 5,702.40 | 5,702.40 |
| Bono Ley 9% | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 162.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 162.00 | 324.00 | 432.00 | 475.20 | 475.20 | 475.20 |
| SCTR (1%) | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 432.00 | 576.00 | 633.60 | 633.60 | 633.60 |
| **Pago planilla MOD** | **3,963.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **4,772.50** | **3,960.00** | **5,922.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **3,960.00** | **4,935.00** | **53,231.50** | **71,192.00** | **78,311.20** | **78,311.20** | **78,311.20** |

*Nota*: Elaboración propia

#### *7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.*

Tabla 292.

*Presupuesto de Costos Indirectos (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Materiales Indirectos fabricación | **32,415.25** | **35,847.46** | **39,279.66** | **42,711.86** | **46,144.07** |
| IGV Materiales Indirectos fabricación | 5,834.75 | 6,452.54 | 7,070.34 | 7,688.14 | 8,305.93 |
| Pago planilla MOI | **125,685.49** | **126,069.17** | **138,676.08** | **138,676.08** | **138,676.08** |
| Utensilios, herramientas, útiles de limpieza y de oficina | **13,673.81** | **14,067.03** | **13,673.81** | **14,067.03** | **14,545.85** |
| IGV Utensilios, herramientas, útiles de limpieza y de oficina | **2,461.29** | **2,532.07** | **2,461.29** | **2,532.07** | **2,618.25** |
| Sub total Servicios | **47,814.92** | **49,067.80** | **50,144.36** | **51,240.62** | **52,358.06** |
| Teléfono e Internet | 2,520.00 | 2,520.00 | 2,520.00 | 2,520.00 | 2,520.00 |
| Luz | 6,335.59 | 7,137.80 | 7,827.11 | 8,529.03 | 9,244.51 |
| Agua | 3,559.32 | 4,010.00 | 4,397.25 | 4,791.59 | 5,193.55 |
| Mantenimiento maquinaria y equipos de producción | 4,200.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 4,200.00 |
| Limpieza | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 |
| Vigilancia | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 |
| IGV. Servicios | 8,606.68 | 8,832.20 | 9,025.99 | 9,223.31 | 9,424.45 |
| Alquiler Local | **53,125.93** | **53,125.93** | **53,125.93** | **53,125.93** | **53,125.93** |
| IGV Alquiler | 9,562.67 | 9,562.67 | 9,562.67 | 9,562.67 | 9,562.67 |
| Total Gasto sin IGV desembolsable | **272,715.40** | **278,177.39** | **294,899.85** | **299,821.53** | **304,849.98** |
| IGV de CIF | **26,465.38** | **27,379.48** | **28,120.28** | **29,006.18** | **29,911.30** |
| **Total Gasto con IGV desembolsable** | **299,180.78** | **305,556.87** | **323,020.12** | **328,827.71** | **334,761.29** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 293.

*Egresos no desembolsables (importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Depreciación CIF | 14,695.63 | 14,695.63 | 14,695.63 | | |
| Amortización Activos Intangibles | 167.73 | | | | |
| Gastos por activos no depreciables | 7,699.32 | | | | |
| **Total de egresos no desembolsables** | **22,562.68** | **14,695.63** | **14,695.63** | **-** | **-** |
| **COSTO CIF PARA EL ESTADO DE RESULTADO** | **295,278.08** | **292,873.02** | **309,595.47** | **299,821.53** | **304,849.98** |

*Nota*: Elaboración Propia

#### *7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.*

Tabla 294.

*Presupuestos de Gastos de Administración (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pago Total planilla administrativa | 221,797.92 | 222,475.00 | 244,722.50 | 244,722.50 | 244,722.50 |
| Útiles de oficina | 487.71 | 487.71 | 487.71 | 487.71 | 487.71 |
| IGV Útiles de oficina | 87.79 | 87.79 | 87.79 | 87.79 | 87.79 |
| Sub total de Servicios | 34,247.12 | 34,605.09 | 34,912.68 | 35,225.89 | 35,545.16 |
| Teléfono e Internet | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 |
| Luz | 1,810.17 | 2,039.37 | 2,236.32 | 2,436.87 | 2,641.29 |
| Agua | 1,016.95 | 1,145.71 | 1,256.36 | 1,369.03 | 1,483.87 |
| Contabilidad y legal | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 |
| Sistema | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| IGV Servicios | 6,164.48 | 6,228.92 | 6,284.28 | 6,340.66 | 6,398.13 |
| Alquiler local | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 |
| IGV Alquiler | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 |
| Actividades Responsabilidad Social | **9,860.59** | **9,346.19** | **9,346.19** | **9,346.19** | **9,346.19** |
| IGV Activ. Respons. Social | 1,774.91 | 1,682.31 | 1,682.31 | 1,682.31 | 1,682.31 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Total Gasto sin IGV desembolsable** | **279,430.38** | **279,951.02** | **302,506.11** | **302,819.33** | **303,138.60** |
| Total Gasto con IGV | 10,373.84 | 10,345.68 | 10,401.05 | 10,457.43 | 10,514.90 |
| **IGV Gastos administrativos desembolsable** | **289,804.22** | **290,296.71** | **312,907.16** | **313,276.76** | **313,653.49** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 295.

*Costos fijos (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pago Total planilla administrativa | 34,247.12 | 34,605.09 | 34,912.68 | 35,225.89 | 35,545.16 |
| Útiles de oficina | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 |
| Teléfono e Internet | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 |
| Contabilidad y legal | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 | 30,000.00 |
| Sistema | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 |
| Alquiler local | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 |
| Depreciación de Activo Fijo | 1,759.60 | 1,759.60 | 1,759.60 | - | - |
| Amortización de Activos intangibles | 615.01 | - | - | - | - |
| Gastos por activos no depreciables | 2,203.39 | - | - | - | - |
| **TOTAL** | 84,002.16 | 81,541.73 | 81,849.32 | 80,402.93 | 80,722.20 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 296.

*Costos variables (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Luz | 1,810.17 | 2,039.37 | 2,236.32 | 2,436.87 | 2,641.29 |
| Agua | 1,016.95 | 1,145.71 | 1,256.36 | 1,369.03 | 1,483.87 |
| **TOTAL** | 2,827.12 | 3,185.09 | 3,492.68 | 3,805.89 | 4,125.16 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 297.

*Egresos no desembolsables (importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Depreciación de Activo Fijo | 1,759.60 | 1,759.60 | 1,759.60 | | |
| Amortización de Activos intangibles | 615.01 | | | | |
| Gastos por activos no depreciables | 2,203.39 | | | | |
| Total egresos no desembolsables | 4,578.01 | 1,759.60 | 1,759.60 | - | - |
| Gastos administrativo para el estado de resultados | 284,008.38 | 281,710.63 | 304,265.71 | 302,819.33 | 303,138.60 |

*Nota*: Elaboración Propia

#### *7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas*

Tabla 298.

*Gastos de Ventas*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pago total de comercial y ventas | 102,337.20 | 103,418.78 | 113,736.62 | 114,426.26 | 115,129.23 |
| Útiles de oficina | 397.80 | 397.80 | 397.80 | 397.80 | 397.80 |
| IGV Útiles de oficina | 71.60 | 71.60 | 71.60 | 71.60 | 71.60 |
| Sub total de Servicios | 25,773.56 | 25,888.16 | 25,986.63 | 26,086.91 | 26,189.12 |
| Teléfono e Internet | 360.00 | 360.00 | 360.00 | 360.00 | 360.00 |
| Luz | 905.08 | 1,019.69 | 1,118.16 | 1,218.43 | 1,320.64 |
| Agua | 508.47 | 508.47 | 508.47 | 508.47 | 508.47 |
| Transporte | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 |
| Comunity Manager | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 |
| IGV Servicios | 4,639.24 | 4,659.87 | 4,677.59 | 4,695.64 | 4,714.04 |
| Alquiler local | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 | 13,037.04 |
| IGV alquiler | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 | 2,346.67 |
| Costo de Publicidad y MKT | 35,008.00 | 31,380.00 | 35,060.00 | 38,060.00 | 39,660.00 |
| IGV Publicidad y Marketing | 6,301.44 | 5,648.40 | 6,310.80 | 6,850.80 | 7,138.80 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Total Gasto sin IGV desembolsable** | **176,553.60** | **174,121.78** | **188,218.08** | **192,008.00** | **194,413.18** |
| **IGV gastos de ventas** | **13,358.95** | **12,726.54** | **13,406.66** | **13,964.71** | **14,271.11** |
| **Total Gasto con IGV desembolsable** | **189,912.55** | **186,848.32** | **201,624.75** | **205,972.72** | **208,684.29** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 299.

*Costos fijos*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pago total de comercial y ventas | 102,337.20 | 103,418.78 | 113,736.62 | 114,426.26 | 115,129.23 |
| Útiles de oficina | 397.80 | 397.80 | 397.80 | 397.80 | 397.80 |
| Teléfono e Internet | 360.00 | 360.00 | 360.00 | 360.00 | 360.00 |
| Transporte | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 | 16,800.00 |
| Comunity Manager | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 | 7,200.00 |
| Depreciación de Activo Fijo | 847.46 | 847.46 | 847.46 | - | - |
| Amortización de activos intangibles | 55.91 | - | - | - | - |
| **TOTAL** | 127,998.37 | 129,024.04 | 139,341.87 | 139,184.06 | 139,887.02 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 300.

*Costos variables*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Luz | 905.08 | 1,019.69 | 1,118.16 | 1,218.43 | 1,320.64 |
| Agua | 508.47 | 508.47 | 508.47 | 508.47 | 508.47 |
| Costo de Publicidad y MKT | 35,008.00 | 31,380.00 | 35,060.00 | 38,060.00 | 39,660.00 |
| **TOTAL** | 36,421.56 | 32,908.16 | 36,686.63 | 39,786.91 | 41,489.12 |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 301.

*Gastos venta para el estado de resultados*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Depreciación de Activo Fijo | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| Amortización de Activos intangibles | 55.91 | | | | |
| Gastos por activos no depreciables | 1,355.93 | | | | |
| Total egresos no desembolsables | 2,259.30 | 847.46 | 847.46 | - | - |
| Gastos venta para el estado de resultados | 178,812.90 | 174,969.24 | 189,065.54 | 192,008.00 | 194,413.18 |

*Nota*: Elaboración Propia

### 7.4.2. Egresos no desembolsables

Tabla 302.

*Total egresos no desembolsables*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Depreciación de Activo Fijo | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| Amortización de Activos intangibles | 55.91 | | | | |
| Gastos por activos no depreciables | 1,355.93 | | | | |
| **Total egresos no desembolsables** | 2,259.30 | 847.46 | 847.46 | - | - |
| **Gastos venta para el estado de resultados** | 178,812.90 | 174,969.24 | 189,065.54 | 192,008.00 | 194,413.18 |

*Nota*: Elaboración Propia

#### *7.4.2.1. Depreciación.*

En la siguiente tabla, N° 303, se puede identificar que según nuestro régimen de mypes, hemos realizado una depreciación acelerada de tres (03 años) a todos nuestros activos fijos que fueron adquiridos en el año 0, según las áreas de operación, administración y ventas, razón por la cual se muestra que en los años 2023 y 2024 nuestros montos de dinero corresponden a cero (0) soles.

Tabla 303.

*Depreciación*

| Concepto | Cant. | Valor de compra unitario | Valor de compra total | Tasa de depreciación según SUNAT | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Operaciones** | | | **44,086.88** | | **14,695.63** | **14,695.63** | **14,695.63** | **-** | **-** |
| Pasteurizador 15Lt | 1 | 3,183.90 | 3,183.90 | 33.33% | 1,061.30 | 1,061.30 | 1,061.30 | | |
| Marmita estacionaria eléctrica 50Lt | 1 | 8,211.86 | 8,211.86 | 33.33% | 2,737.29 | 2,737.29 | 2,737.29 | | |
| Cortadora ICHIMATSU | 2 | 1,271.19 | 2,542.37 | 33.33% | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| Empacadora al vacío Kitchenway | 1 | 10,059.53 | 10,059.53 | 33.33% | 3,353.18 | 3,353.18 | 3,353.18 | | |
| Licuadora industrial | 1 | 4,105.93 | 4,105.93 | 33.33% | 1,368.64 | 1,368.64 | 1,368.64 | | |
| Refrigeradora industrial | 4 | 1,271.19 | 5,084.75 | 33.33% | 1,694.92 | 1,694.92 | 1,694.92 | | |
| Laptop | 2 | 1,271.19 | 2,542.37 | 33.33% | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| Purificador de agua DM-100 | 1 | 2,025.42 | 2,025.42 | 33.33% | 675.14 | 675.14 | 675.14 | | |
| Balanza de humedad PCE-MB 111C | 1 | 2,093.45 | 2,093.45 | 33.33% | 697.82 | 697.82 | 697.82 | | |
| Horno estufa de laboratorio | 1 | 1,694.92 | 1,694.92 | 33.33% | 564.97 | 564.97 | 564.97 | | |
| Mini autoclave 5Lt | 1 | 2,542.37 | 2,542.37 | 33.33% | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| **Administración y Finanzas** | | | **5,278.81** | | **1,759.60** | **1,759.60** | **1,759.60** | **-** | **-** |
| Laptop | 3 | 1,271.19 | 3,813.56 | 33.33% | 1,271.19 | 1,271.19 | 1,271.19 | | |
| Impresora | 1 | 1,465.25 | 1,465.25 | 33.33% | 488.42 | 488.42 | 488.42 | | |
| **Comercial y Ventas** | | | **2,542.37** | | **847.46** | **847.46** | **847.46** | **-** | **-** |
| Laptop | 2 | 1,271.19 | 2,542.37 | 33.33% | 847.46 | 847.46 | 847.46 | | |
| | | **Total** | **51,908.07** | | **17,302.69** | **17,302.69** | **17,302.69** | **-** | **-** |

*Nota*: Elaboración Propia

### *7.4.2.2. Amortización de intangibles.*

Con respecto al tema de amortización, este se calcula para los activos intangibles a valor de venta y los gastos pre- operativos amortizables (no se considera el activo fijo no depreciable ni la garantía de alquiler). Es importante mencionar que los intangibles pueden ser amortizados tanto en el primer año, como hasta 10 años.

En nuestro caso, hemos realizado la amortización de nuestros activos intangibles en cinco 05 años con la finalidad de evitar pérdidas.

Tabla 304.

*Amortización de intangibles*

| Descripción | Unidad | Cant. | Costo Unitario sin IGV | Total Costo sin IGV | IGV | Total Costo con IGV | Operaciones | Administración y Finanzas | Comercial y Ventas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Constitución de la Empresa** | | | | **1,121.36** | **68.64** | **1,190.00** | **% de Dist.** | **% de Dist.** | **% de Dist.** |
| Búsqueda de nombre | Unidad | 1 | 5.00 | 5.00 | - | 5.00 | 0% | 100% | 0% |
| Reserva de nombre | Unidad | 1 | 20.00 | 20.00 | - | 20.00 | 0% | 100% | 0% |
| Derechos Notariales | Unidad | 1 | 381.36 | 381.36 | 68.64 | 450.00 | 0% | 100% | 0% |
| Apertura de cuenta bancaria | Unidad | 1 | 500.00 | 500.00 | - | 500.00 | 0% | 100% | 0% |
| Mantenimiento de cuenta | Unidad | 1 | 15.00 | 15.00 | - | 15.00 | 0% | 100% | 0% |
| Inscripción en registros públicos | Unidad | 1 | 200.00 | 200.00 | - | 200.00 | 0% | 100% | 0% |
| **Marcas y Patentes** | | | | **653.25** | **105.09** | **758.34** | | | |
| Antecedente Fonético | Unidad | 1 | 30.99 | 30.99 | - | 30.99 | 0% | 100% | 0% |
| Antecedente Figurativo | Unidad | 1 | 38.46 | 38.46 | - | 38.46 | 0% | 100% | 0% |
| Costo por registro de marca | Unidad | 1 | 583.80 | 583.80 | 105.09 | 688.89 | 0% | 0% | 100% |
| **Licencias y autorizaciones** | | | | **2,095.86** | **67.13** | **2,162.99** | | | |
| Licencia de Funcionamiento | Unidad | 1 | 108.40 | 108.40 | - | 108.40 | 0% | 100% | 0% |
| Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil | Unidad | 1 | 223.00 | 223.00 | - | 223.00 | 0% | 100% | 0% |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Validación Técnica Oficial del HACCP | Unidad | 1 | 985.30 | 985.30 | - | 985.30 | 100% | 0% | 0% |
| Registro Sanitario | Unidad | 1 | 390.00 | 390.00 | - | 390.00 | 100% | 0% | 0% |
| Carnet de Sanidad | Unidad | 1 | 16.20 | 16.20 | - | 16.20 | 100% | 0% | 0% |
| Código de barras | Unidad | 4 | 93.24 | 372.96 | 67.13 | 440.09 | 0% | 100% | 0% |
| **Otros aspectos DIGESA** | | | | **322.80** | **-** | **322.80** | | | |
| Modificaciones al registro sanitario de alimentos | Unidad | 4 | 63.00 | 252.00 | - | 252.00 | 100% | | 0% |
| Certificado de libre comercialización de alimentos | Unidad | 1 | 70.80 | 70.80 | - | 70.80 | 100% | | 0% |
| **Total inversión intangible** | | | | **4,193.27** | **240.86** | **4,434.13** | **838.65** | **3,075.06** | **279.55** |

*Nota*: Elaboración Propia

En la tabla N° 305, se detalla el resumen de Amortización de Intangibles durante los años desde el 2020 hasta el 2022, según las áreas de operación, administrativas y de ventas.

Tabla 305.

*Resumen de Amortización de gastos pre - operativos (importe en soles)*

| | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
|---|---|---|---|---|---|
| Amortización de Operaciones | 167.73 | 167.73 | 167.73 | 167.73 | 167.73 |
| Amortización de Adm. y Finanzas | 615.01 | 615.01 | 615.01 | 615.01 | 615.01 |
| Amortización de ventas y com. | 55.91 | 55.91 | 55.91 | 55.91 | 55.91 |
| Total | **838.65** | **838.65** | **838.65** | **838.65** | **838.65** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 306.

*Gastos pre-operativos amortizables (importe en soles)*

| Activos fijos no depreciables | Oper. | Adm. y Fin | Comercial y vts | Total |
|---|---|---|---|---|
| Utensilios, Enseres | 9,345 | 665 | 504 | 10,514 |
| Acondicionamiento de local | 5,173 | 1,269 | 1,269 | 7,711 |
| Marketing de lanzamiento | 0 | 0 | 10,241 | 10,241 |
| Remuneraciones | 0 | 16,513 | 7,155 | 23,668 |
| Servicios | 1,035 | 296 | 148 | 1,478 |
| Servicios Tercerizados | 2,600 | 2,850 | 600 | 6,050 |
| **Total gasto pre-operativo amortizables** | **15,552.44** | **18,742.10** | **19,317.82** | **53,612.36** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 307.

*Amortización de gastos pre-operativos (importe en soles)*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Amortización operaciones | 3,110.49 | 3,110.49 | 3,110.49 | 3,110.49 | 3,110.49 |
| Amortización administrativa | 3,748.42 | 3,748.42 | 3,748.42 | 3,748.42 | 3,748.42 |
| Amortización ventas | 3,863.56 | 3,863.56 | 3,863.56 | 3,863.56 | 3,863.56 |
| Amortización de Gasto pre-operativos | 10,722.47 | 10,722.47 | 10,722.47 | 10,722.47 | 10,722.47 |

*Nota*: Elaboración Propia

#### *7.4.2.3. Amortización de activos no depreciables*

Tabla 308.

*Amortización de activos no depreciables (importe en soles)*

| Concepto | Año 1 | | Año 2 | | Año 3 | | Año 4 | | Año 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2020 | % | 2021 | % | 2022 | % | 2023 | % | 2024 | % |
| Operaciones | 7,699.32 | 68% | | | | | | | | |
| Administración y Finanzas | 2,203.39 | 20% | | | | | | | | |
| Comercial y ventas | 1,355.93 | 12% | | | | | | | | |
| **Total Amortización** | 11,258.64 | 100% | | | | | | | | |

*Nota*: Elaboración Propia

### 7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

El costo de producción unitario, así como el costo total unitario son cálculos que deben de realizarse para todos los años, en base a los diferentes tipos de presentaciones que tenemos como producto; ya que, cada uno independientemente puede generar algún tipo de variación en nuestros costos.

Productos Purum está enfocado en la distribución de queso vegetal en diferentes gramajes y sabores, nuestra empresa cuenta con productos de molde de 150 gr con sabor natural y con sabor a orégano y tomillo, y otra presentación en laminado de 100 gr con los dos tipos de sabores ya indicados. Para calcular nuestros costos unitarios, se debe de

considerar el costo total de producción, a fin de dividirlo por las unidades producidas e incluyendo los gastos administrativos y de ventas.

En la tabla N° 309 se muestra el costo de producción unitario de nuestro producto en presentación molde de 150 g con sabor natural que tendremos a lo largo de nuestro proyecto, el cual detalla el costo de materia prima, el costo de mano de obra directa, el CIF y nuestros gastos administrativos y de ventas.

**Molde 150 gr sabor natural 53.09%**

Tabla 309.

*Costo de producción unitario molde de 150gr sabor natural (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Unidades producidas** | **41,772.05** | **45,798.74** | **50,182.48** | **54,546.19** | **58,787.44** |
| Materia Prima | 4.16 | 4.16 | 4.16 | 4.16 | 4.16 |
| Mano de Obra Directa | 0.68 | 0.83 | 0.83 | 0.76 | 0.71 |
| Costos Indirectos | 3.75 | 3.39 | 3.28 | 2.92 | 2.75 |
| **costo unitario de producción** | **8.59** | **8.38** | **8.26** | **7.84** | **7.62** |
| **Unidades vendidas** | **40,395.00** | **44,627.00** | **48,939.00** | **53,326.00** | **57,798.00** |
| Gastos Administrativos | 3.73 | 3.35 | 3.30 | 3.01 | 2.78 |
| Gastos de Venta | 2.35 | 2.08 | 2.05 | 1.91 | 1.79 |
| **Gastos operativos** | **6.08** | **5.43** | **5.35** | **4.93** | **4.57** |
| **Costo total unitario** | **14.67** | **13.81** | **13.61** | **12.76** | **12.19** |

*Nota*: Elaboración Propia

Habiendo ya calculado nuestros costos unitarios, se puede proceder con el cálculo para nuestro precio de venta, el cual se detalla en la Tabla N° 310, por lo que se puede precisar que nuestro precio de venta al canal por la nuestra presentación de molde de 150 gr con sabor natural será de S/. 18.88 soles.

Tabla 310.

*Precio de venta al canal del molde de 150gr sabor natural*

| | |
|---|---|
| **Valor de venta al canal** | **S/. 16.00** |
| **Igv** | S/. 2.88 |
| **Precio de venta al canal** | **S/. 18.88** |

*Nota*: Elaboración Propia

En la tabla N° 311 se muestra el costo de producción unitario de nuestra presentación de molde de 150 gr con sabor orégano y tomillo durante los años 2020 al 2024. En la referida tabla se puede observar que nuestras unidades producidas son menores a las unidades producidas del molde de 150gr sabor natural, representado estadísticamente con un 53.09%.

**Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir 22.22%**

Tabla 311.

*Costo de producción unitario molde de 150gr sabor orégano y tomillo (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Unidades producidas** | **18,812.16** | **20,622.61** | **22,597.95** | **24,561.42** | **26,472.56** |
| Materia Prima | 4.26 | 4.26 | 4.26 | 4.26 | 4.26 |
| Mano de Obra Directa | 4.12 | 4.12 | 4.12 | 4.12 | 4.12 |
| Costos Indirectos | 0.63 | 0.77 | 0.77 | 0.71 | 0.66 |
| **costo unitario de producción** | **9.01** | **9.15** | **9.15** | **9.09** | **9.04** |
| **Unidades vendidas** | **18,192.00** | **20,095.00** | **22,038.00** | **24,012.00** | **26,027.00** |
| Gastos Administrativos | 3.47 | 3.12 | 3.07 | 2.80 | 2.59 |
| Gastos de Venta | 2.18 | 1.93 | 1.91 | 1.78 | 1.66 |
| **Gastos operativos** | **5.65** | **5.05** | **4.97** | **4.58** | **4.25** |
| **Costo total unitario** | **14.67** | **14.20** | **14.12** | **13.67** | **13.29** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 312.

*Precio de venta al canal del molde de 150gr sabor orégano y tomillo*

| | |
|---|---|
| **Valor de venta al canal** | **S/. 16.00** |
| **Igv** | S/. 2.88 |
| **Precio de venta al canal** | **S/. 18.88** |

*Nota*: Elaboración Propia

Los costos de producción unitario de nuestra presentación laminado de 100gr con sabor natural, representa un menor porcentaje de 16.05% de las unidades producidas; ya que, según las encuestas realizadas nuestro público objetivo opta por la compra de nuestro queso vegetal en presentación molde de 150gr.

En la siguiente tabla se puede observar los costos de producción realizados desde el año 2020 hasta el 2024.

**Laminado 100 gr sabor natural a producir 16.05%**

Tabla 313.

*Costo de producción unitario queso laminado de 100gr sabor natural (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Unidades producidas** | **16,368.62** | **17,945.12** | **19,660.13** | **21,373.14** | **23,036.74** |
| Materia Prima | 2.90 | 2.90 | 2.90 | 2.90 | 2.90 |
| Mano de Obra Directa | 3.42 | 3.42 | 3.42 | 3.42 | 3.42 |
| Costos Indirectos | 0.52 | 0.64 | 0.64 | 0.59 | 0.55 |
| **costo unitario de producción** | **6.84** | **6.95** | **6.96** | **6.91** | **6.86** |
| **Unidades vendidas** | **15,829.00** | **17,486.00** | **19,173.00** | **20,895.00** | **22,649.00** |
| Gastos Administrativos | 4.69 | 4.19 | 4.13 | 3.80 | 3.53 |
| Gastos de Venta | 2.88 | 2.59 | 2.55 | 2.33 | 2.15 |
| **Gastos operativos** | **7.57** | **6.78** | **6.68** | **6.13** | **5.67** |
| **Costo total unitario** | **14.41** | **13.73** | **13.63** | **13.03** | **12.54** |

*Nota*: Elaboración Propia

El precio de venta al canal para nuestro producto laminado de 100gr sabor natural ha reducido en comparación con nuestra presentación molde, siendo esta por un total, incluido IGV de S/. 15.93 soles.

Tabla 314.

*Precio de venta al canal del queso laminado de 100gr sabor natural*

| **Valor de venta al canal** | **S/. 13.50** |
|---|---|
| **Igv** | S/. 2.43 |
| **Precio de venta al canal** | **S/. 15.93** |

*Nota*: Elaboración Propia

Luego de haber realizado un análisis de los costos de producción por las diferentes presentaciones, se muestra en la siguiente tabla N° 315 que la presencia del queso laminado 100 gr con sabor orégano y tomillo no es tan rentable, debido a que tiene la menor cantidad de unidades producidas, en comparación con los demás.

**Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir 8.64%**

Tabla 315.

*Costo de producción unitario queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Unidades producidas** | **9,080.33** | **9,956.76** | **10,905.18** | **11,856.25** | **12,778.05** |
| Materia Prima | 2.97 | 2.97 | 2.97 | 2.97 | 2.97 |
| Mano de Obra Directa | 3.32 | 3.32 | 3.32 | 3.32 | 3.32 |
| Costos Indirectos | 0.51 | 0.62 | 0.62 | 0.57 | 0.53 |
| **costo unitario de producción** | **6.80** | **6.90** | **6.91** | **6.86** | **6.82** |
| **Unidades vendidas** | **8,781.00** | **9,702.00** | **10,635.00** | **11,591.00** | **12,563.00** |
| Gastos Administrativos | 4.55 | 4.07 | 4.01 | 3.69 | 3.42 |
| Gastos de Venta | 2.80 | 2.51 | 2.47 | 2.26 | 2.09 |
| **Gastos operativos** | **7.35** | **6.58** | **6.48** | **5.95** | **5.51** |
| **Costo total unitario** | **14.15** | **13.48** | **13.39** | **12.81** | **12.32** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 316.

*Precio de venta al canal del queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo*

| **Valor de venta al canal** | **S/. 13.50** |
|---|---|
| **Igv** | S/. 2.43 |
| **Precio de venta al canal** | **S/. 15.93** |

*Nota*: Elaboración Propia

### *7.4.4. Costos fijos y variables unitarios*

Entendemos por costos fijos aquellos valores que no cambian según el volumen de la producción, a diferencia de los costos variables que sí varían, según la cantidad de fabricación. Como se puede observar en las siguientes tablas que se ha realizado por cada presentación, dentro de nuestros costos variables se está considerando la materia prima, la comisión de ventas y el CIF que contempla los costos de fabricación de nuestro producto. Dentro de los costos fijos se ha considerado los gastos de administración y de ventas.

Este cálculo nos permitirá realizar una observación sobre los costos de cada producto, el mismo que nos será de utilidad para poder desarrollar un análisis de la sensibilidad por cada año, desde el 2020 hasta el 2024.

**Molde 150 gr sabor natural 53.09%**

Tabla 317.

*Costo variable unitario y costo fijo unitario del molde de 150gr sabor natural*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Materia Prima | 4.16 | 4.16 | 4.16 | 4.16 | 4.16 |
| Luz y agua | 0.19 | 0.19 | 0.19 | 0.19 | 0.19 |
| **Costos Variable unitario** | **4.34** | **4.35** | **4.35** | **4.35** | **4.35** |
| **Costos Variable unitario** | **5.10** | **5.11** | **5.10** | **5.09** | **5.06** |
| Mano de Obra Directa | 0.70 | 0.85 | 0.85 | 0.78 | 0.72 |
| Costos Indirectos Fijo | 3.45 | 3.31 | 3.20 | 2.98 | 2.80 |
| Gastos Administrativos Fijo | 3.64 | 3.29 | 3.24 | 2.98 | 2.75 |
| Gastos de Venta Fijo | 2.30 | 2.05 | 2.02 | 1.89 | 1.77 |
| Depreciación Activo Fijo | 0.23 | 0.21 | 0.19 | 0.00 | 0.00 |
| Amortización de Intangibles | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.00 | 0.00 |
| Amortización de Pre Operativos | 0.15 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| **Costo fijo unitario** | **10.48** | **9.72** | **9.51** | **8.64** | **8.03** |
| **Costo total unitario** | **14.82** | **14.06** | **13.86** | **12.98** | **12.38** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 318.

*Margen de contribución unitario del molde de 150gr sabor natural en %*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Valor venta propuesto a los canales** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** |
| Costo variable unitario | S/. 4.34 | S/. 4.35 | S/. 4.35 | S/. 4.35 | S/. 4.35 |
| **Margen de contribución unitario** | **S/. 11.66** | **S/. 11.65** | **S/. 11.65** | **S/. 11.65** | **S/. 11.65** |
| **Margen de contribución unitario en %** | **72.856%** | **72.833%** | **72.833%** | **72.833%** | **72.833%** |

*Nota*: Elaboración Propia

**Molde 150 gr sabor orégano y tomillo a producir 22.22%**

Tabla 319.

*Costo variable unitario y costo fijo unitario del molde de 150gr sabor orégano y tomillo*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Materia Prima | 4.260 | 4.260 | 4.260 | 4.260 | 4.260 |
| Luz y agua | 0.173 | 0.176 | 0.176 | 0.176 | 0.176 |
| **Costo Variable Unitario Promedio** | **4.43** | **4.44** | **4.44** | **4.44** | **4.44** |
| Mano de Obra Directa | 0.650 | 0.787 | 0.790 | 0.725 | 0.669 |
| Costos Indirectos Fijo | 3.210 | 3.076 | 2.974 | 2.775 | 2.603 |
| Gastos Administrativos Fijo | 3.379 | 3.061 | 3.015 | 2.767 | 2.553 |
| Gastos de Venta Fijo | 2.139 | 1.909 | 1.882 | 1.761 | 1.644 |
| Depreciación Activo Fijo | 0.211 | 0.191 | 0.174 | 0.000 | 0.000 |
| Amortización de Intangibles | 0.010 | 0.009 | 0.008 | 0.000 | 0.000 |
| Amortización de Pre Operativos | 0.138 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| **Costo fijo unitario** | **9.74** | **9.03** | **8.84** | **8.03** | **7.47** |
| **Costo total unitario** | **14.17** | **13.47** | **13.28** | **12.46** | **11.91** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 320.

*Margen de contribución unitario del molde de 150gr sabor orégano y tomillo en %*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Valor venta propuesto a los canales** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** | **S/. 16.00** |
| Costo variable unitario | S/. 4.43 | S/. 4.44 | S/. 4.44 | S/. 4.44 | S/. 4.44 |
| **Margen de contribución unitario** | **S/. 11.57** | **S/. 11.56** | **S/. 11.56** | **S/. 11.56** | **S/. 11.56** |
| **Margen de contribución unitario en %** | **72.294%** | **72.273%** | **72.273%** | **72.273%** | **72.273%** |

*Nota*: Elaboración Propia

**Laminado 100 gr sabor natural a producir 16.05%**

Tabla 321.

*Costo variable unitario y costo fijo unitario del queso laminado de 100gr sabor natural*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Materia Prima | 2.899 | 2.899 | 2.899 | 2.899 | 2.899 |
| Luz y agua | 0.143 | 0.146 | 0.146 | 0.146 | 0.146 |
| **Costo Variable Unitario Promedio** | **3.04** | **3.04** | **3.04** | **3.04** | **3.04** |
| Mano de Obra Directa | 0.540 | 0.653 | 0.656 | 0.602 | 0.555 |
| Costos Indirectos Fijo | 2.486 | 1.985 | 1.888 | 1.735 | 1.604 |
| Gastos Administrativos Fijo | 2.807 | 2.553 | 2.527 | 2.324 | 2.155 |
| Gastos de Venta Fijo | 1.771 | 1.575 | 1.554 | 1.449 | 1.348 |
| Depreciación Activo Fijo | 0.175 | 0.159 | 0.145 | 0.000 | 0.000 |
| Amortización de Intangibles | 0.008 | 0.007 | 0.006 | 0.006 | 0.005 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Amortización de Pre Operativos | 0.154 | 0.139 | 0.127 | 0.117 | 0.107 |
| **Costo fijo unitario** | **7.94** | **7.07** | **6.90** | **6.23** | **5.77** |
| **Costo total unitario** | **10.98** | **10.12** | **9.95** | **9.28** | **8.82** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 322.

*Margen de contribución unitario del queso laminado de 100gr sabor natural en %*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Valor venta propuesto a los canales** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** |
| Costo variable unitario | S/. 3.04 | S/. 3.04 | S/. 3.04 | S/. 3.04 | S/. 3.04 |
| **Margen de contribución unitario** | **S/. 10.46** | **S/. 10.46** | **S/. 10.46** | **S/. 10.46** | **S/. 10.46** |
| **Margen de contribución unitario en %** | **77.467%** | **77.446%** | **77.446%** | **77.446%** | **77.446%** |

*Nota*: Elaboración Propia

**Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo a producir** 8.64%

Tabla 323.

*Costo variable unitario y costo fijo unitario del queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Materia Prima | 2.967 | 2.967 | 2.967 | 2.967 | 2.967 |
| Luz y agua | 0.139 | 0.142 | 0.142 | 0.142 | 0.142 |
| **Costo Variable Unitario Promedio** | **3.11** | **3.11** | **3.11** | **3.11** | **3.11** |
| Mano de Obra Directa | 0.524 | 0.634 | 0.636 | 0.584 | 0.539 |
| Costos Indirectos Fijo | 2.413 | 1.926 | 1.833 | 1.684 | 1.557 |
| Gastos Administrativos Fijo | 2.827 | 2.563 | 2.519 | 2.311 | 2.130 |
| Gastos de Venta Fijo | 1.719 | 1.528 | 1.508 | 1.406 | 1.308 |
| Depreciación Activo Fijo | 0.170 | 0.154 | 0.141 | 0.000 | 0.000 |
| Amortización de Intangibles | 0.008 | 0.007 | 0.006 | 0.006 | 0.005 |
| Amortización de Pre Operativos | 0.149 | 0.135 | 0.123 | 0.113 | 0.104 |
| **Costo fijo unitario** | **7.81** | **6.95** | **6.77** | **6.10** | **5.64** |
| **Costo total unitario** | **10.92** | **10.06** | **9.88** | **9.21** | **8.75** |

*Nota*: Elaboración Propia

Tabla 324.

*Margen de contribución unitario del queso laminado de 100gr sabor orégano y tomillo en %*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Valor venta propuesto a los canales** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** | **S/. 13.50** |
| Costo variable unitario | S/. 3.11 | S/. 3.11 | S/. 3.11 | S/. 3.11 | S/. 3.11 |
| **Margen de contribución unitario** | **S/. 10.39** | **S/. 10.39** | **S/. 10.39** | **S/. 10.39** | **S/. 10.39** |
| **Margen de contribución unitario en %** | **76.989%** | **76.969%** | **76.969%** | **76.969%** | **76.969%** |

*Nota*: Elaboración Propia

# Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados

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

- Para la elaboración del estado de ganancias y pérdidas y el flujo de caja utilizaremos las siguientes premisas.
- El horizonte de evaluación del proyecto es de 5 años.
- El inicio de las operaciones es el 01 de enero del 2020.
- No existen inventario: Se vende lo que se produce.
- Todos los montos son expresados en moneda nacional (Soles).
- El pago a los proveedores se hará al contado.
- Estado de Ganancias y Pérdidas se presenta sin y con IGV.
- Se realizó préstamo para cubrir el Capital de trabajo.
- Al finalizar el proyecto se venderán los activos según valor comercial.

## 8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

El Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros nos permitirá calcular el monto a pagar del impuesto a la renta, por lo que se debe de tener en cuenta que, si se tiene como resultado un año con pérdida, no se realizará ningún pago, por concepto de impuesto a la renta, correspondiente a ese año.

Asimismo, es importante indicar que para realizar este cálculo no se incluye el IGV, tal como se muestra en la siguiente tabla, N° 325, el cual se ha obtenido como resultado una utilidad neta positiva por todos los años desde el 2020 hasta el 2024.

Tabla 325.

*Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros (importe en soles)*

| Rubro | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Ventas** | **1,244,954.50** | **1,402,590.00** | **1,538,040.00** | **1,675,969.00** | **1,816,562.00** |
| **(-) Costo de Ventas** | **697,515.58** | **746,374.42** | **806,792.07** | **833,702.33** | **873,899.98** |
| (-) Materia Prima | 349,006.00 | 382,309.40 | 418,885.40 | 455,569.60 | 490,738.80 |
| (-) Mano de Obra | 53,231.50 | 71,192.00 | 78,311.20 | 78,311.20 | 78,311.20 |
| (-) Costos Indirectos | 295,278.08 | 292,873.02 | 309,595.47 | 299,821.53 | 304,849.98 |
| **Utilidad Bruta** | **547,438.92** | **656,215.58** | **731,247.93** | **842,266.67** | **942,662.02** |
| **(-) Gastos Operativos** | **462,821.28** | **456,679.86** | **493,331.26** | **494,827.33** | **497,551.77** |
| (-)Gastos Administrativos | 284,008.38 | 281,710.63 | 304,265.71 | 302,819.33 | 303,138.60 |
| (-)Gastos de Venta | 178,812.90 | 174,969.24 | 189,065.54 | 192,008.00 | 194,413.18 |
| **EBIT o Resultado Operativo** | **84,617.64** | **199,535.72** | **237,916.67** | **347,439.34** | **445,110.24** |
| (+) Otros Ingresos (Valor salvamento) | | | | | 22,317.76 |
| **Resultado antes de I. R.** | **84,617.64** | **199,535.72** | **237,916.67** | **347,439.34** | **467,428.00** |
| (-) Impuesto a la Renta | 8,461.76 | 58,863.04 | 70,185.42 | 102,494.60 | 137,891.26 |
| **Utilidad Neta** | **76,155.88** | **140,672.68** | **167,731.25** | **244,944.73** | **329,536.74** |

*Nota*: Elaboración propia.

## 8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal

El Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal incluye los gastos financieros que se calculan pagar por los intereses obtenidos al préstamo recibido por concepto de financiamiento. En la Tabla N° 326 se puede notar que tenemos un escudo fiscal por los cinco (05) años que dura el proyecto.

Según lo indicado en la tabla, se puede observar como nuestros gastos financieros han ido decreciendo de S/. 8,518.12 soles el primer año hasta S/. 1,407.71 soles en el quinto año.

Tabla 326. *Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal (importe en soles)*

| Rubro | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Ventas** | **1,244,954.50** | **1,402,590.00** | **1,538,040.00** | **1,675,969.00** | **1,816,562.00** |
| **(-) Costo de Ventas** | **697,515.58** | **746,374.42** | **806,792.07** | **833,702.33** | **873,899.98** |
| (-) Materia Prima | 349,006.00 | 382,309.40 | 418,885.40 | 455,569.60 | 490,738.80 |
| (-) Mano de Obra | 53,231.50 | 71,192.00 | 78,311.20 | 78,311.20 | 78,311.20 |
| (-) Costos Indirectos | 295,278.08 | 292,873.02 | 309,595.47 | 299,821.53 | 304,849.98 |
| **Utilidad Bruta** | **547,438.92** | **656,215.58** | **731,247.93** | **842,266.67** | **942,662.02** |
| **(-) Gastos Operativos** | **462,821.28** | **456,679.86** | **493,331.26** | **494,827.33** | **497,551.77** |
| (-)Gastos Administrativos | 284,008.38 | 281,710.63 | 304,265.71 | 302,819.33 | 303,138.60 |
| (-)Gastos de Venta | 178,812.90 | 174,969.24 | 189,065.54 | 192,008.00 | 194,413.18 |
| **EBIT o Resultado Operativo** | **84,617.64** | **199,535.72** | **237,916.67** | **347,439.34** | **445,110.24** |
| (+) Ingresos Financieros | | | | | |
| (-) Gastos Financieros | 8,518.12 | 7,196.01 | 5,607.76 | 3,699.79 | 1,407.71 |
| (+) Otros Ingresos (Valor salvamento) | | | | | 22,317.76 |
| **Resultado antes de I. R.** | **76,099.52** | **192,339.71** | **232,308.91** | **343,739.55** | **466,020.29** |
| (-) Impuesto a la Renta (29.5%) | 7,609.95 | 56,740.22 | 68,531.13 | 101,403.17 | 137,475.99 |
| **Utilidad Neta** | **68,489.57** | **135,599.50** | **163,777.78** | **242,336.38** | **328,544.31** |
| | | | | | |
| **Escudo Fiscal** | **851.81** | **2,122.82** | **1,654.29** | **1,091.44** | **415.27** |

*Nota*: Elaboración propia

## 8.4. Flujo de Caja Proyectado Operativo, capital y económico y financiero

En la Tabla N° 327 se muestran el Flujo de Caja Proyectado, según sus tres pilares: Operativo, Capital y Económico, y Financiero, por lo que para calcular cada uno de ellos, se debe de tener en cuenta que el flujo de caja se refiere a las entradas y salidas de efectivo, los mismos que incluyen IGV y el periodo que dura nuestro proyecto.

Para calcular el Flujo de caja operativo nos enfocamos en nuestros ingresos de ventas y en los costos operativos incurridos en cada año, incluyendo los gastos de administración y ventas. El flujo de capital y económico considera el año de inversión, es decir, el año cero; así como el capital de trabajo, la recuperación de garantía y el valor de desecho de los activos fijos, teniendo como resultado un valor negativo; ya que, es el importe que se paga al Estado. Reconociendo que el flujo de caja financiero está destinado para los accionistas, éste se deduce con el préstamo, las cuotas y el escudo fiscal, logrando un resultado positivo durante los años 2020 al 2024.

Tabla 327.

*Flujo de Caja Operativo, capital, económico y financiero (importe en soles)*

| FLUJO DE CAJA OPERATIVO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Concepto** | **Año 0** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Ingresos por Ventas | | **1,469,046** | **1,655,056** | **1,814,887** | **1,977,643** | **2,143,543** |
| **(-) Costos operativos** | | **1,275,072** | **1,336,135** | **1,441,264** | **1,477,773** | **1,528,295** |
| (-) Materia Prima | | 411,827 | 451,125 | 494,285 | 537,572 | 579,072 |
| (-) Mano de Obra Directa | | 53,232 | 71,192 | 78,311 | 78,311 | 78,311 |
| (-) Costos Indirectos | | 299,181 | 305,557 | 323,020 | 328,828 | 334,761 |
| (-) Gastos Administrativos | | 289,804 | 290,297 | 312,907 | 313,277 | 313,653 |
| (-) Gastos de Venta | | 189,913 | 186,848 | 201,625 | 205,973 | 208,684 |
| (-) Depreciación Activo Fijo | | 17,303 | 17,303 | 17,303 | - | - |
| (-) Amortización | | 13,813 | 13,813 | 13,813 | 13,813 | 13,813 |
| **EBIT** | | 193,975 | 318,922 | 373,624 | 499,870 | 615,248 |
| (-) Impuesto a la Renta | | 7,610 | 56,740 | 68,531 | 101,403 | 137,476 |
| (+) Depreciación Activo Fijo | | 17,303 | 17,303 | 17,303 | | |
| (+) Amortización | | 13,813 | 13,813 | 13,813 | 13,813 | 13,813 |
| **Flujo de caja operativo** | | **217,480** | **293,297** | **336,208** | **412,280** | **491,585** |
| **FLUJO DE CAPITAL** | | | | | | |
| Activo fijo depreciable | 61,252 | | | | | |
| Inversión en Intangibles | 4,796 | | | | | |
| Inversión de gastos pre-operativos | 99,839 | | | | | |
| Inventario Inicial | 1,753 | | | | | |
| Capital de trabajo | 24,185 | 3,062 | 2,631 | 2,679 | 2,731 | - |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | 35,290 |
| Recuperación de garantía | | | | | | 13,200 |
| Valor salvamento activo fijo + Igv | | | | | | 26,335 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Flujo de capital** | **191,843** | **3,062** | **2,631** | **2,679** | **2,731** | **74,825** |
| | | | **FLUJO DE ECONOMICO** | | | |
| Flujo de caja operativo | **-** | **217,480** | **293,297** | **336,208** | **412,280** | **491,585** |
| Flujo de capital | **191,843** | **3,062** | **2,631** | **2,679** | **2,731** | **74,825** |
| (-) Pago de IGV | | 92,047 | 133,199 | 149,520 | 166,244 | 183,951 |
| **Flujo de caja económico** | **-** **191,843** | **122,369** | **157,465** | **184,007** | **243,303** | **232,782** |
| | | | **FLUJO DE SERVICIO DE LA DEUDA** | | | |
| Préstamo | 49,001 | | | | | |
| (-) Cuotas de reembolso del préstamo | | 15,086 | 15,086 | 15,086 | 15,086 | 15,086 |
| Escudo Fiscal | | 852 | 2,123 | 1,654 | 1,091 | 415 |
| **Flujo del servicio de la deuda** | **49,001** | **-** **14,234** | **-** **12,963** | **-** **13,432** | **-** **13,995** | **-** **14,671** |
| | | | **FLUJO DE CAJA FINANCIERO** | | | |
| Flujo de caja económico | - 191,843 | 122,369 | 157,465 | 184,007 | 243,303 | 232,782 |
| Flujo del servicio de la deuda | 49,001 | - 14,234 | - 12,963 | - 13,432 | - 13,995 | - 14,671 |
| **Flujo de caja financiero** | **-** **142,842** | **108,134** | **144,502** | **170,575** | **229,308** | **218,112** |

*Nota*: Elaboración propia

## Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera

### 9.1. Cálculo de la tasa de descuento

### 9.1.1. Costo de oportunidad (Ke).

#### *9.1.1.1. Cálculo del CAPM.*

El modelo de valoración del precio de los activos Financieros o Capital Asset Pricing Model (modelo CAPM), se utiliza para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo.

Tabla 328.
*Cálculo de CAPM*

| Concepto | Base | Sigla | Dato |
|---|---|---|---|
| Rendimiento del Mercado | Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2009-2018 | RM | 13.49% |
| Tasa Libre de Riesgo | Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2009-2018 | TLR | 2.28% |
| % Capital Propio | Estructura de financiamiento del proyecto | E | 74.46% |
| % Financiamiento | Estructura de financiamiento del proyecto | D | 25.54% |
| Tasa Impuesto a la Renta | Legislación Vigente | I | 29.50% |
| Beta Desapalancada | Food Processing | BD | 0.61 |
| Riesgo País mayo 2019 | BCR | RP | 1.13% |
| Beta Apalancado | BA = BD*{1+(D/E)*(1-I)} | BA | 0.76 |
| **Costo Capital Propio** a/ | **KP = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP** | **KP** | **11.9%** |

*Nota*: Elaboración propia

El CAPM queda invalido porque la tasa cok debería ser mayor que la TCEA del banco.

#### *9.1.1.2. Cálculo COK Propio.*

El COK propio es una de las tasas que nos permitirá tener un indicador de rentabilidad, por lo que se debe considerar que este sea mayor al CAPM, entonces, si revisamos la tabla N°329, se puede observar que el Cok propio es mayor en 42.48% en comparación con el CAPM representado con un 11.9%.

Además, a fin de calcular nuestro factor riesgo, se ha tomado el TCEA neta más alta, con la finalidad de sumarlo y dividirlo con el COK promedio.

Tabla 329.

*Cálculo COK Propio*

| | |
|---|---|
| Caja Piura | 4.75% |
| Financiera CrediScotia | 5% |
| Financiera Pro Empresa | 5.60% |
| Caja Raíz | 6% |
| Compartamos Financiera | 6% |
| **Cok promedio** | **5.47%** |
| Factor de riesgo | 7.8 |
| **Cok propio** | **42.48%** |

*Nota*: Elaboración propia

**Factor riesgo= TCEA neta más alta+ cok promedio/cok promedio**

#### *9.1.1.3. Costo de la deuda.*

Para definir el costo de la deuda se recomienda considerar, para fines de préstamo la TCEA más alta en el mercado, tal como se indica en la siguiente tabla. Además, se debe revisar que el COK propio sea mayor que la TCEA, que sí cumple con nuestros porcentajes, siendo nuestro Cok propio 42.48% y nuestra TCEA neta mayor 37.01%.

Tabla 330.

*Cálculo COK Propio*

| | **TCEA** |
|---|---|
| Deuda activo fijo | 37.01% |

*Nota*: Elaboración propia

### 9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (WACC).

- El Costo del Capital Propio Ajustado se empleará para descontar el Flujo Financiero.
- El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) se emplea para descontar el Flujo Económico.

Tabla 331.

*Costo promedio ponderado de capital (WACC)*

| **Concepto** | **Monto** | **%** | **Costo neto** | **Wacc** |
|---|---|---|---|---|
| Deuda activo fijo | 49,001 | 25.54% | 20.13% | 5.14% |
| Capital de trabajo | 142,823 | 74.46% | 42.48% | 31.63% |
| **Total** | **191,824** | | | **36.77%** |

*Nota*: Elaboración propia

## 9.2. Evaluación económica financiera

### 9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

Dentro de los indicadores de rentabilidad, se cuenta con indicadores de rentabilidad económicos que emplean la tasa del costo promedio ponderado de capital (WACC) e indicadores de rentabilidad financieros que es analizado con la tasa de descuento del COK propio.

Tabla 332.
*Indicadores de rentabilidad*

| Concepto | Año 0 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Flujo de caja económico | -191,843 | 122,369 | 157,465 | 184,007 | 243,303 | 232,782 |
| Flujo de caja financiero | -142,842 | 108,134 | 144,502 | 170,575 | 229,308 | 218,112 |

*Nota*: Elaboración propia

#### *9.2.1.1.* VANE y VANF

Según el análisis que se puede observar en la Tabla N° 333, se puede señalar que nuestro valor neto económico ha generado una mayor ganancia para la empresa, en comparación con el VANF que hace referencia a la ganancia neta de los accionistas. En ambos casos hemos logrado un resultado mayor a cero, de manera que se puede afirmar que nuestro proyecto es viable.

Tabla 333.
*VANE y VANF*

| | |
|---|---|
| **VANE** | **117,890.40** |
| **VANF** | **155,994.54** |

*Nota*: Elaboración propia

#### *9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado*

Considerando que la tasa de retorno máximo es el TIR, debemos determinar el TIR Económico y el TIR Financiero, por lo que según la tabla N° 334 podemos observar que el TIRE es mayor al resultado obtenido para el WACC y de igual forma, notamos que el TIRF es mayor al COK Propio (42.48%) y en ambos casos, coinciden con que el número obtenido es mayor a cero (0). En conclusión, se puede dar por aceptado el proyecto.

Tabla 334.
*TIRE y TIRF*

| | |
|---|---|
| **TIRE** | **76.56%** |
| TIRF | 93.23% |
| TIRME | 51.98% |
| TIRMF | 58.54% |

*Nota*: Elaboración propia

Considerando una tasa del wacc% para las Reinversiones del TIRME y cok para las reinversiones del TIRMF.

#### *9.2.1.3. Período de recuperación descontado.*

El periodo de recuperación descontado es un procedimiento para poder calcular la valoración de las inversiones de nuestro proyecto tanto para la empresa, por medio del periodo de recuperación económico, ver Tabla N° 335, como para los accionistas, a través del periodo de recuperación financiero, mostrado en la Tabla N°336, con la finalidad de determinar el tiempo exacto en que se recupera la inversión en cantidad de años y meses.

Tabla 335.

*Periodo de Recuperación descontado Económico*

| **Flujo Económico Descontado** | **-** | **191,843** | | **89,470** | | **84,177** | **71,920** | **69,529** | **48,638** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Acumulado | - | 191,843 | - | 102,374 | - | 18,197 | 53,723 | 123,252 | 171,890 |
| Período de Recupero Económico | | 3.22 | | años | | | | | |
| Equivalente a: | | 3 | | años | | 3 | meses | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 336.

*Periodo de Recuperación descontado Financiero*

| **Flujo Financiero Descontado** | **-** | **142,842** | | **75,894** | **71,181** | **58,973** | **55,642** | **37,146** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Acumulado | - | 142,842 | - | 66,948 | 4,234 | 63,207 | 118,849 | 155,995 |
| Período de Recupero Financiero | | 2.94 | | años | | | | |
| Equivalente a: | | 2.00 | | años | 11 | meses | | |

*Nota*: Elaboración propia

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

El cálculo del Análisis Beneficio/Costo es importante porque de esta manera permite conocer que tan conveniente resulta nuestro proyecto, es decir, por medio de esta técnica nosotros como empresa podremos reconocer si los beneficios esperados son parte del retorno aceptable sobre la inversión, por ejemplo, identificar cuántos soles puedo recibir y/o ganar por cada solo de inversión.

*Tabla 337.*

*Relación Beneficio/Costo*

| | |
|---|---|
| Relación B/C Económico: | 1.90 |
| Relación B/C Financiero: | 2.09 |

*Nota*: Elaboración propia

Interpretación:

Por cada sol de inversión el proyecto recibe 1.90 soles y se gana 0.90 soles.

Por cada sol de inversión propia los accionistas reciben 2.09 soles y se gana 1.09 soles.

### 9.2.2. Análisis del punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio nos da un alcance para saber la cantidad de unidades que nuestra empresa debe vender, con la finalidad de que esta no gane, ni pierda, y pueda asumir sus gastos y costos, para ello, es importante calcular los costos fijos y los costos variables de todos los años de la duración de nuestro proyecto.

#### 9.2.2.1. Costos variables, Costos fijos

Tabla 338.

*Costos Variables (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Ventas (en Soles)** | **1,244,955** | **1,402,590** | **1,538,040** | **1,675,969** | **1,816,562** |
| **Venta en Unidades** | **83,197** | **91,910** | **100,785** | **109,824** | **119,037** |
| **Valor de Venta Promedio** | **15** | **15** | **15** | **15** | **15** |
| Materia Prima | 381,421 | 418,157 | 458,165 | 498,281 | 536,883 |
| Luz y agua | 14,136 | 15,925 | 17,463 | 19,029 | 20,626 |
| **Costos Variables** | **395,557** | **434,082** | **475,628** | **517,311** | **557,509** |
| **Costo Variable Unitario Promedio** | **4.8** | **4.7** | **4.7** | **4.7** | **4.7** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 339.

*Costos Fijos (importe en soles)*

| Concepto | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Mano de Obra Directa | 53,232 | 71,192 | 78,311 | 78,311 | 78,311 |
| Costos Indirectos Fijo | 262,820 | 278,177 | 294,900 | 299,822 | 304,850 |
| Gastos Administrativos Fijo | 276,603 | 276,766 | 299,013 | 299,013 | 299,013 |
| Gastos de Venta Fijo | 175,140 | 172,594 | 186,591 | 190,281 | 192,584 |
| Depreciación Activo Fijo | 17,303 | 17,303 | 17,303 | - | - |
| Amortización de Intangibles | 839 | 839 | 839 | - | - |
| Amortización de Pre Operativos y no depreciables | 11,259 | - | - | - | - |
| **Costos Fijos** | **797,195** | **816,870** | **876,957** | **867,427** | **874,759** |

*Nota*: Elaboración propia

#### *9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo)*

Para poder realizar nuestro estado de resultados (costeo directo) se requiere, previamente, haber obtenido nuestros costos fijos y variables en soles, en base a nuestros costos de operación y producción, con el propósito de contar con información suficiente al momento de la toma de decisiones.

Si se observa la tabla N° 340, se puede mencionar que nuestro resultado final, durante los cinco años de nuestro proyecto ha sido positivo.

Tabla 340.

*Estado de Resultados Costeo Directo (importe en soles)*

| Resultados (Costeo Directo) | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ventas | 1,244,955 | 1,402,590 | 1,538,040 | 1,675,969 | 1,816,562 |
| (-) Costos Variables | 395,557 | 434,082 | 475,628 | 517,311 | 557,509 |
| **Margen de Contribución** | 849,398 | 968,508 | 1,062,412 | 1,158,658 | 1,259,053 |
| (-) Costos Fijos | 797,195 | 816,870 | 876,957 | 867,427 | 874,759 |
| **Utilidad Operativa** | **52,202** | **151,637** | **185,454** | **291,231** | **384,295** |
| (+) Ingresos Financieros | | | | | |
| (-) Gastos Financieros | 8,518 | 7,196 | 5,608 | 3,700 | 1,408 |
| (-) Pérdida Venta Activo Fijo | | | | | |
| (+) Otros Ingresos | | | | | 22,318 |
| **Resultado antes de I. Renta** | **43,684** | **144,441** | **179,847** | **287,531** | **405,205** |
| (-) Impuesto a la Renta 29.5% | 4,368 | 42,610 | 53,055 | 84,822 | 119,535 |
| **Resultado Neto** | **39,316** | **101,831** | **126,792** | **202,709** | **285,669** |

*Nota*: Elaboración propia

#### *9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades*

En la Tabla N° 341 se puede analizar el punto de equilibrio en unidades, según nuestras diferentes presentaciones de nuestro producto por los cinco años de duración del proyecto.

Tabla 341.

*Punto de equilibrio (unidades)*

| **53.09%** | **Punto de Equilibrio (en unidades)=Costos fijos/(valor de venta promedio-costo variable promedio)** | **78,084** | **77,520** | **83,192** | **82,220** | **82,704** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 22.22% | Molde 150 gr sabor natural | 41,452 | 41,152 | 44,164 | 43,647 | 43,905 |
| 16.05% | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 17,352 | 17,227 | 18,487 | 18,271 | 18,379 |
| 8.64% | Laminado 100 gr sabor natural | 12,532 | 12,441 | 13,352 | 13,196 | 13,273 |
| | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 6,748 | 6,699 | 7,189 | 7,105 | 7,147 |

*Nota*: Elaboración propia

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

En la Tabla N° 342 se puede observar el monto de dinero en soles que se debe obtener por la cantidad de unidades vendidas, según las presentaciones que se ofrecen en el mercado por medio de nuestros dos canales. En la tabla referida se puede analizar que el producto más vendido es la presentación de molde 150gr sabor natural, seguida por la presentación molde 150gr sabor orégano y tomillo.

Tabla 342.

*Punto de equilibrio (en soles)*

| **53.09%** | **Punto de Equilibrio (En Soles)** | **1,168,442** | **1,182,989** | **1,269,560** | **1,254,711** | **1,262,102** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 22.22% | Molde 150 gr sabor natural | 620,284 | 628,007 | 673,964 | 666,081 | 670,005 |
| 16.05% | Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 259,654 | 262,886 | 282,124 | 278,825 | 280,467 |
| 8.64% | Laminado 100 gr sabor natural | 187,528 | 189,862 | 203,757 | 201,373 | 202,560 |
| | Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 100,976 | 102,234 | 109,715 | 108,432 | 109,071 |

*Nota*: Elaboración propia

## 9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo

El Análisis de Sensibilidad y Riesgo se encuentra en la búsqueda de variables más críticas del proyecto, razón por la cual se debe de tener variables de entrada, Tabla N°343, por lo que es importante considerar la demanda del producto, por cada producto; así como, la cantidad de unidades vendidas y los costos de materia prima.

Tabla 343.

*Datos*

| **DATOS** |
|---|
| Precio de venta |
| Costo de adquisición (MD+MOD+ CIF no incluye depreciación) |
| Gastos administrativos |
| Gastos de ventas |
| Comisión por ventas |
| Inversión en Activos Fijo |
| Tasa depreciación anual |
| Gastos pre - operativos |
| Garantías alquiler |
| Meses amortización |
| Pago a cuenta IR |
| Impuesto a la Renta anual |
| **Tasa de crecimiento** |
| **IGV** |
| Capital Trabajo (Stock Seguridad o inicial) |
| Porcentaje inversión propia |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 344.

*Proyección de ventas (unidades)*

| Período | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Proyección de ventas (und) | | 4,006 | 4,839 | 5,671 | 5,781 | 6,613 | 4,949 | 7,967 | 7,134 | 6,302 | 9,146 | 9,978 | 10,811 | 83,197 | 90,685 | 98,846 | 107,743 | 117,439 | 497,910 |
| | | | | | | | | | | | | | | | 11,784 | Para hallar el capital de trabajo incremental del 12vo mes del primer año. | | | |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 345.

*Liquidación del IGV*

| Liquidación del IGV | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IGV de ventas | | 10,816.20 | 13,065.30 | 15,311.70 | 15,608.70 | 17,855.10 | 13,362.30 | 21,510.90 | 19,261.80 | 17,015.40 | 24,694.20 | 26,940.60 | 29,189.70 | 224,631.90 | 244,848.77 | 266,885.16 | 290,904.82 | 318,020.60 |
| IGV de compras | | - 5,847.96 | - 7,063.97 | - 8,278.53 | - 8,439.10 | - 9,653.66 | - 7,224.55 | - 11,630.23 | - 10,414.21 | - 9,199.66 | - 13,351.33 | - 14,565.88 | - 15,781.90 | - 121,450.98 | - 132,381.57 | - 144,295.91 | - 157,282.54 | - 171,437.97 |
| IGV Activo + Stocks | - 9,876.71 | | | | | | | | | | | | | - | | | | |
| IGV Gastos Operativos | - 9,117.75 | 4,968.24 | 6,001.33 | 7,033.17 | 7,169.60 | 8,201.44 | 6,137.75 | 9,880.67 | 8,847.59 | 7,815.74 | 11,342.87 | 12,374.72 | 13,407.80 | 103,180.92 | 112,467.20 | 122,589.25 | 133,622.28 | 146,582.63 |
| Crédito fiscal por IGV | - 18,994.46 | - 14,026.22 | - 8,024.90 | - 991.72 | - 6,177.88 | - | - | - | - | - | - | - | - | - 16,864.96 | - | | | |
| IGV a pagar | - | - | - | - | 6,177.88 | 8,201.44 | 6,137.75 | 9,880.67 | 8,847.59 | 7,815.74 | 11,342.87 | 12,374.72 | 13,407.80 | 84,186.46 | 112,467.20 | 122,589.25 | 133,622.28 | 146,582.63 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 346.

*Liquidación del IGV*

| Flujo de Caja Operativo | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | 176,760 | para hallar el capital de trabajo incremental del 12vo mes del primer año. | | |
| Ventas | | 60,090 | 72,585 | 85,065 | 86,715 | 99,195 | 74,235 | 119,505 | 107,010 | 94,530 | 137,190 | 149,670 | 162,165 | 1,247,955 | 1,360,271 | 1,482,695 | 1,616,138 | 1,761,590 |
| IGV Ventas | | 10,816 | 13,065 | 15,312 | 15,609 | 17,855 | 13,362 | 21,511 | 19,262 | 17,015 | 24,694 | 26,941 | 29,190 | 224,632 | 244,849 | 266,885 | 290,905 | 317,086 |
| Costo de ventas (MD+MOD) | | -32,489 | -39,244 | -45,992 | -46,884 | -53,631 | -40,136 | -64,612 | -57,857 | -51,109 | -74,174 | -80,922 | -87,677 | -674,728 | -735,453 | -801,644 | -873,792 | -952,433 |
| CIF/Depreciación | | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -1,442 | -17,301 | -17,301 | -17,301 | -17,301 | -17,301 |
| IGV Compras | | -5,848 | -7,064 | -8,279 | -8,439 | -9,654 | -7,225 | -11,630 | -10,414 | -9,200 | -13,351 | -14,566 | -15,782 | -121,451 | -132,382 | -144,296 | -157,283 | -171,438 |
| **Utilidad Operativa** | | **31,128** | **37,900** | **44,665** | **45,559** | **52,323** | **38,795** | **63,332** | **56,559** | **49,795** | **72,917** | **79,681** | **86,454** | **659,107** | **719,984** | **786,340** | **858,667** | **937,504** |
| Gastos administrativos | | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -23,286 | -279,430 | -279,430 | -279,430 | -279,430 | -279,430 |
| Depreciación/Amortización | | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -1,292 | -15,504 | | | | |
| Gastos de Venta | | -15,013 | -15,076 | -15,138 | -15,146 | -15,209 | -15,084 | -15,310 | -15,248 | -15,185 | -15,399 | -15,461 | -15,524 | -182,793 | -6,801 | -7,413 | -8,081 | -8,808 |
| Depreciación/Amortización | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **EBIT** | | **-8,463** | **-1,753** | **4,949** | **5,835** | **12,537** | **-867** | **23,443** | **16,733** | **10,031** | **32,940** | **39,642** | **46,352** | **181,379** | **433,752** | **499,496** | **571,156** | **649,266** |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Impuesto a la renta | | - | - | - | -9 | -188 | 13 | -352 | -251 | -150 | -494 | -595 | -695 | -50,786 | -127,957 | -147,351 | -168,491 | -190,002 |
| IGV a Pagar | | - | - | - | -6,178 | -8,201 | -6,138 | -9,881 | -8,848 | -7,816 | -11,343 | -12,375 | -13,408 | -84,186 | -112,467 | -122,589 | -133,622 | -146,583 |
| Depreciación/amortización | | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 2,734 | 32,805 | - | - | - | - |
| **Flujo de Caja Operativo** | | **-5,730** | **980** | **7,682** | **2,382** | **6,881** | **-4,258** | **15,945** | **10,369** | **4,799** | **23,837** | **29,407** | **34,983** | **127,277** | **193,328** | **229,555** | **269,043** | **312,681** |
| **Ajuste del Impuesto a la Renta** | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Impuesto a la renta del mes | | 127 | 26 | -74 | -88 | -188 | 13 | -352 | -251 | -150 | -494 | -595 | -695 | -50,786 | -127,957 | -147,351 | -168,491 | - 190,002 |
| Crédito tributario deducible | | 127 | 153 | 79 | -9 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Impuesto a la renta a pagar | | - | - | - | -9 | -188 | 13 | -352 | -251 | -150 | -494 | -595 | -695 | -50,786 | -127,957 | -147,351 | -168,491 | -190,002 |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 347.

*Flujo de inversiones*

| Flujo de inversiones | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Activo Fijo | - 51,908 | | | | | | | | | | | | | | | | | 5,191 |
| IGV Activo Fijo | - 9,343 | | | | | | | | | | | | | | | | | 934 |
| Activo Intangible | - 4,193 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IGV Activo Intangible | - 241 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gastos preoperativos | - 90,721 | | | | | | | | | | | | | | | | | 13,200 |
| IGV Gastos preoperativos | - 9,118 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capital de Trabajo Déficit Acum. | - 14,645 | | | | | | | | | | | | | | | | | 14,645 |
| Capital de Trabajo Inventario Inicial (Stock Seguridad) | - 1,624 | -338 | -337 | -45 | -337 | 675 | -1,224 | 338 | 337 | -1,153 | -337 | -338 | -395 | -4,778 | -3,036 | -3,310 | -3,607 | 14,732 |
| IGV Stock de Seguridad | - 292 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Total Inversiones** | - 182,086 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Flujo de Caja Libre o Económico** | **- 182,086** | **-6,067** | **643** | **7,638** | **2,045** | **7,556** | **-5,482** | **16,283** | **10,706** | **3,646** | **23,500** | **29,069** | **34,588** | **122,499** | **190,292** | **226,246** | **265,435** | **327,413** |

*Nota*: Elaboración propia

Tabla 348.

*Cronograma de pagos financiamiento*

| Cronograma de pagos Financiamiento | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Saldo | 49,001 | 48,499 | 47,988 | 47,470 | 46,944 | 46,410 | 45,868 | 45,317 | 44,758 | 44,190 | 43,613 | 43,028 | 42,433 | 42,433 | 34,543 | 25,065 | 13,678 | - |
| Amortización | | 503 | 510 | 518 | 526 | 534 | 542 | 551 | 559 | 568 | 577 | 585 | 595 | 6,568 | 7,890 | 9,478 | 11,386 | 13,678 |
| Interés | | 755 | 747 | 739 | 731 | 723 | 715 | 706 | 698 | 689 | 681 | 672 | 663 | 8,518 | 7,196 | 5,608 | 3,700 | 1,408 |
| **Cuota** | | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **1,257** | **15,086** | **15,086** | **15,086** | **15,086** | **15,086** |
| **Escudo Fiscal Intereses** | | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 116 | **108** | **84** | **55** | **21** |
| **Total Flujo de Caja del Financiamiento** | **49,001** | **-1,246** | **-1,246** | **-1,246** | **-1,246** | **-1,246** | **-1,246** | **-1,247** | **-1,247** | **-1,247** | **-1,247** | **-1,247** | **-1,247** | **-14,970** | **-14,978** | **-15,002** | **-15,031** | **-15,065** |
| **Flujo de Caja Financiero o del accionista** | **-133,085** | **-7,313** | **-603** | **6,392** | **798** | **6,309** | **-6,728** | **15,036** | **9,459** | **2,399** | **22,253** | **27,822** | **33,341** | **107,529** | **175,314** | **211,244** | **250,405** | **312,348** |

*Nota: Elaboración propia*

### 9.3.1. Resumen de escenarios.

Tabla 349.

*Resumen del escenario*

| | Valores actuales: | Optimista | Esperado | Pesimista |
|---|---|---|---|---|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| TasaCrec G.A. | 0% | -5% | 0% | 5% |
| TasaCrec G.V. | 0% | -5% | 0% | 5% |
| Precio | 15 | 17 | 15 | 13 |
| Costo | 8.11 | 6.11 | 8.11 | 9.46 |
| TasaCrec | 9.0% | 12.0% | 9.0% | 7.0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| Vane | 241,903 | 956,731 | 241,903 | - 451,737 |

*Nota:* La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

## Conclusiones

### Acerca de la demanda

El estudio de mercado permitió establecer la demanda existente en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. Se pudo corroborar la aceptación de los productos debido a las propiedades saludables para los consumidores de quesos veganos, estableciendo la demanda anual positiva.

Tabla 350.

*Demanda en unidades 2020 - 2024*

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Molde 150 gr sabor natural | 39493 | 43873 | 48342 | 52894 | 57531 |
| Molde 150 gr sabor orégano y tomillo | 17782 | 19755 | 21766 | 23814 | 25904 |
| Laminado 100 gr sabor natural | 15474 | 17191 | 18941 | 20723 | 22542 |
| Laminado 100 gr sabor orégano y tomillo | 8582 | 9537 | 10507 | 11498 | 12506 |
| **Total unidades a distribuir** | **81,331** | **90,356** | **99,556** | **108,929** | **118,483** |

*Nota*: Elaboración propia

### Acerca del proyecto

Productos Purum S.A.C. estimó que la inversión necesaria para nuestra empresa asciende a los S/. 172,990. De este monto, los accionistas cubrirán un 74.5%. Para cubrir la diferencia es necesario tomar un préstamo de una entidad financiera local para activos fijos.

Tabla 351.

*Resumen de inversión*

| Tipo | Inversión sin IGV | IGV | Inversión con IGV | Aportes | | Deuda | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Monto | % | Monto | % |
| Activo Fijo | 51,908 | 9,343 | 61,252 | 12,250 | 20.0% | 49,001 | 80.0% |
| Activos Intangibles | 4,555 | 241 | 4,796 | 4,796 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Gastos Pre Operativos | 90,721 | 9,118 | 99,839 | 99,839 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Inventarios Iniciales | 1,602 | 151 | 1,753 | 1,753 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| Capital de Trabajo | 24,185 | 0 | 24,185 | 24,185 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| **TOTAL** | **172,971** | **18,853** | **191,824** | **142,823** | **74.5%** | **49,001** | **25.5%** |

*Nota*: Elaboración propia

### Acerca del análisis económico y financiero

Concluimos que nuestro proyecto es viable económicamente, por lo que es recomendable invertir en él, dado que nuestro VANE es de 171,890.40 soles y la TIRE registrada es de 76.56%. El proyecto registra un WACC de 36.77% por lo que el proyecto creará valor para los accionistas.

Analizando el lado financiero, el proyecto es saludable y rentable porque obtiene un VANF de 155,994.54 soles y un TIRF de 93.23%, resultando mayor al COK (42.48%). Se resuelve que el proyecto cumple con la demanda de generación de valor de los accionistas y la deuda ante la entidad financiera.

## Recomendaciones

Desarrollar e implementar indicadores de gestión para medir objetivos estratégicos y poder llevar a cabo los ajustes necesarios para garantizar la productividad.

Los quesos de Productos Purum S.A.C. no tienen estacionalidad en la demanda. Sin embargo, es importante elaborar un plan de incremento de nuestra producción para afrontar cambios.

Establecer y consolidar relaciones con nuestros proveedores. Requerimos asegurar la calidad y cantidad de materia prima en tiempos establecidos sin mayores variaciones de los precios.

Diversificar la oferta de productos en base a los procesos y maquinarias con las que cuenta la empresa.

## Referencias


Agencia peruana de noticias. (24 de Octubre de 2018). Obtenido de Andina: https://andina.pe/Agencia/noticia-fijan-requisitos-calidad-para-cadena-valor-de-castana-729581.aspx

Andina Agencia peruana de noticias (2018). MEF: Perú liderará crecimiento económico en la región en el 2019. Actualidad. Recuperado de: https://andina.pe/agencia/noticia-mef-peru-liderara-crecimiento-economico-la-region-el-2019-736653.aspx

Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados – APEIM (2019). *Niveles Socio Económicos.* Recuperado de: http://apeim.com.pe/niveles.php

Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Balanza Comercial - Enero 2019.* BCRP. Obtenido de http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-11-2019.pdf

Banco Central de Reserva del Perú – BCR (2019). *Inflación: Febrero 2019 (Nº 17-7).* Recuperado de: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-17-2019.pdf

Banco Central de Reservas del Peru . (2018). *Reporte de Inflacion - Diciembre 2018.* BCRP.

Banco Central de Reservas del Peru. (2019). *Actividad Economica Enero 2019 - Notas de Estudio.* Lima: BCRP. Obtenido de http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-23-2019.pdf

Cappiello, J. (27 de Diciembre de 2017). *Mercy for Animals*. Obtenido de Mercy for Animals: https://mercyforanimals.lat/el-mercado-de-queso-vegano-est-valorado-en

*Comex Perú*. (15 de Junio de 2018). Obtenido de Castañas del Perú al Mundo: https://www.comexperu.org.pe/articulo/castanas-del-peru-al-mundo

Diario El Peruano (2018). Perú recibiría 4.4 millones de turistas extranjeros. Actualidad. Recuperado de: https://elperuano.pe/noticia-peru-recibiria-44-millones-turistas-extranjeros-68299.aspx

Diario Correo (2019). *6 Pasos para construir una empresa en Perú. Economía.* Recuperado de: https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/

Diario Gestión. (Miercoles de Julio de 2018). Lima captará más de US$ 24 millones por eventos internacionales hasta fin de año. *Diario Gestión*.

Gob.pe (2019). *Tipos de empresa (Razón Social o Denominación).* Recuperado de: https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion

Gob.pe (2019). *Valor Remuneración Mínima Vital.* Recuperado de: https://www.gob.pe/476-valor-remuneracion-minima-vital

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2001). *Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050. (Boletín de análisis demográfico nº36).* Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/Cap03020.xls

Indecopi. (2018). *Castaña.* Lima: Indecopi.

Indecopi.gob.pe (2018). *Texto Único de Procedimientos Administrativos – (TUPA)*. Recuperado de: https://bit.ly/2Mkzm6e

Indecopi.gob.pe (2019). *Presentación*. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/presentacion1

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica. (2018). *Crecimiento y distribución de la población, 2017.* Lima: INEI. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/index.html

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica. (2018). *Indicadores de Empleo ingreso por departamento 2007 - 2017.* Lima: INEI. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf

*La Republica*. (24 de Setiembre de 2012). Obtenido de La Republica: https://larepublica.pe/salud/662202-unos-8-millones-de-peruanos-sufren-de-intolerancia-a-la-lactosa

León Castillo, L. A. (2015). Análisis Económico de la Población. Demografía. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque, Perú.

*Libretilla*. (17 de Junio de 2018). Obtenido de Libretilla: https://libretilla.com/paises-mas-vegetarianos/

Mac.pe (2019). *Banco de la Nación* Recuperado de: http://www.mac.pe/descargas/Atencion/mac-lima-este/banco-nacion.pdf

Macrogestion.com.pe (2019). *Licencia de Funcionamiento.* Recuperado de: https://www.macrogestion.com.pe/licencias-municipales/licencia-de-funcionamiento/

Mep.pe (2019). *Mi Empresa Propia Consultora para Emprendedores, Micro y Pequeña Empresas*. Recuperado de: https://mep.pe/legalizar-libro-de-planillas/

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2007). *PLAN OPERATIVO DE CASTAÑA REGIÓN MADRE DE DIOS*. Madre de Dios. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013//3Planes_Regionales_PERX/Perx_Madre_Dios/Planes_por_Mercado_Madre_Dios/POP_Castaña_Final_Madre_Dios.doc

Minsa.gob.pe (2019). *Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria DIGESA*. Recuperado de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/institucional1/institucional.asp

Minsa.gob.pe (2019). *Procedimiento Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano*. Recuperado de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28

Minsa.gob.pe (2019). *Procedimiento TUPA – 29 Inscripción y reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano*. Recuperado de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/Infografia_tupa_29.pdf

Minsa.gob.pe (2019). *Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA)*. Recuperado de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/tupas.aspx

Minsa.gob.pe (2019). *Validación Técnica Oficial del Plan HACCP*. Recuperado de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=34

Msi.gob.pe (2019). *Requisitos ITSDC*. Recuperado de: http://www.msi.gob.pe/portal/repositorio/defensacivil/Inspecciones/02c_requisitos_ITSDC_ex_ante.pdf

Munlima.gob.pe (2019). *Servicio de Carné de Salud*. Recuperado de: http://www.munlima.gob.pe/donanciones/item/28151-carne-de-salud

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo.* Barcelona: Deusto.

Porter, M. (2016). Las 5 Fuerzas de Porter-Clave para el éxito de la empresa. *5 Fuerzas de Porter*.

Pqs.pe (2019). *¿Qué tipos de contratos laborales existen en el Perú?* Recuperado de: https://www.pqs.pe/economia/contratos-laborales-peru-tipos

Red Vegana. (Setiembre 2018). Resultados la encuesta/ceneso a nivel nacional comparación 2016 vs 2018. Red Vegana.

*RPP Noticias*. (01 de Junio de 2017). Obtenido de RPP Noticias: https://vital.rpp.pe/comer-bien/mayoria-de-peruanos-adquiere-la-intolerancia-a-la-lactosa-noticia-1054875

Saber es práctico. (2019). Países del mundo ordenados por población (2018) [Blog]. Recuperado de: https://www.saberespractico.com/demografia/paises-por-poblacion-2018/

Statista. (n.d.). Forecasted market value of vegan cheese worldwide from 2015 to 2024 (in million U.S. dollars)*. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 21, 2019, from https://www.statista.com/statistics/799195/vegan-cheese-market-value-global/.

Sunarp.gob.pe (2019). *Manual de Usuario Módulo Ciudadano Sistema de Intermediación Digital – en Línea (SID-SUNARP).* Recuperado de: https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/docs/manuales/MUSER-MC040717.pdf

Sunat.gob.pe (2019). *¿Qué libros contables debo llevar?* Recuperado de: http://emprender.sunat.gob.pe/que-libros-contables-debo-llevar

Sunat.gob.pe (2019). *Impuestos a pagar.* Recuperado de: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6829-05-impuestos-a-pagar

Sunat.gob.pe (2019). *Llevado de Libros – Formas Electrónicas.* Recuperado de: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/libros-y-registros-vinculados-asuntos-tributarios-empresas/informacion-general-sobre-libros-y-registros-empresas/3352-llevado-de-libros-formas-electronicas

Sunat.gob.pe (2019). *Régimen en MYPE Tributario - RMT*. Recuperado de: http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype

Sunat.gob.pe (2019). *Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html

Sunat.gob.pe (2019). *Tasa del Impuesto a las Transacciones Financieras*. Recuperado de: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/impuesto-a-las-transacciones-financieras-itf-bancarizacion-y-medios-de-pago-personas/3044-tasa-del-impuesto-a-las-transacciones-financieras-personas

Superintendencia de banca, seguros y AFP – SBS (2019). *Tasa de interés promedio del sistema bancario.* Recuperado de: http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B

Superintendencia de banca, seguros y AFP – SBS (2019). *Tasa de interés activas de mercado.* Recuperado de: http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPortal/Paginas/TIActivaMercado.aspx?tip=B

Trabajo.gob.pe (2019). *Dirección Nacional de Inspección del Trabajo*. Recuperado de: https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/dnit/horasextras.pdf

Trabajo.gob.pe (2019). *Información sobre el REMYPE*. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=542&tip=541

Trabajo.gob.pe (2019). *Registro Nacional de la Mirco y Pequeña Empresa - REMYPE*. Recuperado de: http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-promocion-del-empleo/remype/informacion-general/

Ucsp.edu.pe (2019). *Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa.* Recuperado de: http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf

## Anexo

*Anexo 1.* **ENCUESTA**

Encuesta: Queso Purum Veggie

Reciba un cordial saludo, este trabajo de investigación de estudiantes de la universidad Usil es respecto a la elaboración de queso a base de soja y castañas.

Gracias por su colaboración.

Ingrese número de DNI *

Ingrese número de celular *

¿En qué rango de edad se encuentra? *

- O 20 a 30 años
- O 31 a 40 años
- O 41 a 50 años
- O 51 a + años

¿Cuál es su género? *

- O Hombre
- O Mujer

¿En qué distrito reside? *

- O Jesús María
- O San Miguel
- O Lince
- O Pueblo Libre
- O Magdalena
- O San Isidro
- O San Borja

- O Santiago de Surco
- O La Molina
- O Miraflores
- O Otros

Indique a cuánto asciende en promedio los ingresos brutos mensuales familiares

- O De S/. 4600 a a S/. 7100
- O De S/. 7100 a a S/. 13100
- O Más de S/.13100
- O Otros (fin de la encuesta)

## Perfil del consumidor

¿Usted consume queso vegetal o queso sin lactosa? *

- O SI
- O NO

¿En qué momento del día suele consumirlo? *

- O Desayuno
- O Media mañana
- O Almuerzo
- O Cena

¿En qué estación del año lo compra con mayor frecuencia? *

- O Verano
- O Otoño
- O Invierno
- O Primavera
- O Todo el año

¿Qué marcas conoce? *

- O Madre Tierra
- O Las Tres Gunas

O Trasso

O Otros:

¿Dónde compra los quesos de su preferencia? *

O Supermercados

O Tiendas virtuales (e-commerce)

O Bodegas

O Tiendas especializadas

O Bioferias

O Otros:

¿Qué presentación compra más? *

O Molde

O Laminado

O Para untar

O En cubitos

Indique cuales son los factores más importantes al momento de su compra: *

O La garantía del vendedor

O El aporte nutricional

O Ubicación de la tienda

O La frescura

Indique cuales son los aspectos más importantes en el etiquetado: *

O Los ingredientes

O Que no contenga insumos animales

O La fecha de caducidad

O Valor nutricional

¿Con qué segmento te identificas? *

O Soy Vegano (personas que eliminan de su dieta todo alimento o derivado de animales)

O Soy Vegetariano (personas que consume algunos alimentos derivados de animales)

O Soy Intolerante a la lactosa

O Otros:

¿Qué características valoras más? *

O Sabor

O Precio

O Calidad

O Tamaño

O Marca

## Validación del producto

Somos Purum Veggie, una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de quesos a base de soja y castañas. Ofrecemos las siguientes presentaciones y sabores:

- Molde de 150 gr. sabor natural
- Molde de 150 gr. sabor orégano y tomillo
- Laminado de 100 gr. sabor natural
- Laminado de 100 gr. sabor orégano y tomillo

¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto? *

O SI

O NO

Indique la presentación de su preferencia *

O Molde de 150 gr. Sabor natural

O Molde de 150 gr. Sabor orégano y tomillo

O Laminado de 100 gr. Sabor natural

O Laminado de 100 gr. Sabor orégano y tomillo

O Otros:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada presentación?

| | S/.20 a S/.25 | S/.26 a S/.30 | S/.31 a S/.35 | S/.36 a S/.40 |
|---|---|---|---|---|
| Molde de 150 gr. Sabor natural | | | | |
| Molde de 150 gr. Sabor orégano y tomillo | | | | |
| Laminado de 100 gr. Sabor natural | | | | |
| Laminado de 100 gr. Sabor orégano y tomillo | | | | |

¿Le gustaría tener otro sabor para nuestras presentaciones? *

- O Queso con aceituna
- O Queso ahumado
- O Otros:

¿A través de que medio le gustaría enterarse de nuestros productos? *

- O Página web
- O Redes sociales
- O Blogs
- O Volantes
- O Panel publicitario
- O Degustaciones

¿Dónde le gustaría encontrar nuestros productos? *

- O Supermercados
- O Mercados zonales
- O Tiendas especializadas
- O Tiendas virtuales (e-commerce)
- O Delivery
- O Otros:

¿Cuántas veces al mes compraría nuestros productos? *

- O 1 a 3 veces al mes
- O 4 a 6 veces al mes

O 7 a 10 veces al mes

O 11 a más

¿En cada ocasión de compra cuantos compraría por cada presentación?

| | 1 a 2 unidades | 3 a 4 unidades | 5 a 6 unidades | 7 a + unidades |
|---|---|---|---|---|
| Molde de 150 gr. Sabor natural | | | | |
| Molde de 150 gr. Sabor orégano y tomillo | | | | |
| Laminado de 100 gr. Sabor natural | | | | |
| Laminado de 100 gr. Sabor orégano y tomillo | | | | |

*Anexo 2.* **Entrevistas**

**ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD (DISTRIBUIDOR):**

1. ¿Estaría interesado en distribuir nuestros productos en consignación?
2. ¿Qué tienen en cuenta para que un producto ingrese a su tienda?
3. ¿Habría alguna posibilidad de firmar un tipo de acuerdo en que se indique lo referido?
4. ¿Cuáles serían las condiciones técnicas y económicas para entrar al canal?
5. Usted, requiere algún tipo de certificación (específicamente), de ser sí, ¿cuál es?
6. ¿Tendríamos que cumplir con un pedido mínimo?
7. ¿Cuál es el margen de ganancia que ustedes requieren?
8. ¿Cuál es el porcentaje de ventas de la competencia / Qué tanto venden?
9. ¿Qué presentaciones de productos son más vendidos? Queso para untar, laminado, en molde, ¿en cubos?
10. ¿Qué sabores prefiere la gente? ¿Cuáles se agotan de manera más rápida?
11. ¿En qué periodos se cobraría por el producto vendido? Mensual, quincenal.
12. ¿Considerando que nuestro producto tendría una fecha de vencimiento de dos semanas, con qué frecuencia se realizaría el abastecimiento de nuestro producto a su canal?
13. ¿Ustedes, exigen algún tipo de embalaje o envase para nuestro producto?
14. ¿Cuál es la mejor estacionalidad para la venta de los “quesos veganos”?
15. ¿Realizan activaciones de producto dentro de su local? ¿De ser sí, esto acarrea un costo adicional? ¿La publicidad en redes puede ser compartida con Uds.?
16. ¿Cuál es la distribución de sus góndolas? ¿Tienen requisitos para colocar los productos en un lugar determinado?

*Anexo 3.* **Focus Group**

PREGUNTAS FOCUS GROUP:

**Introducción del Producto:**

Queso vegano a base de soja y castañas en dos presentaciones y sabores diferentes:

Laminados y en molde con sabor a orégano y tomillo y natural (parecido al queso de vaca).

**Perfil del cliente:**

1. ¿Qué opinión tienen sobre nuestra idea de negocio?
2. ¿Ha consumido queso vegano? ¿Hace cuánto tiempo que lo compra o lo consume?
3. ¿Qué lo motivó a adquirirlo o por qué lo compraría?
4. ¿Con qué frecuencia compra o compraría el queso vegano?
5. ¿Tiene alguna preferencia en cuánto a lugar de compra?
6. ¿Tiene el hábito de revisar la información nutricional al momento de su compra?
7. ¿Qué tan importante es la distancia que usted, considera para ir a comprar su producto?
8. ¿Mayormente sus compras son en tienda online o en tiendas físicas?

**Validación del Producto:**

9. De responder sí, a la pregunta 5, ¿por qué lo prefiere? ¿Encuentra mayor variedad en sabores, servicio, calidad, siempre encuentra el producto que busca?
10. ¿Qué valora del queso vegano? ¿Su sabor, su presentación, su valor nutricional?
11. ¿Qué presentación de queso, sería más atractivo o cómodo para usted?
12. ¿Cuál sería el monto mínimo que pagaría por una presentación laminada y por una presentación de molde?
13. ¿Cuál sería el monto máximo que pagaría por una presentación laminada y presentación de molde?
14. ¿Preferiría que el queso vegano tenga un sabor natural o varíe en sabores?
15. ¿Qué sabores consideraría atractivos para usted, que hasta el momento no lo haya encontrado en el mercado?
16. ¿Prefiere usted, un empaque de plástico o biodegradable?
17. ¿Qué valoraría más de nuestro producto el sabor, el precio, la presentación o la calidad?
18. ¿Consumiría nuestro producto solo o como acompañamiento de un alimento?

19. ¿Considera que el tamaño de un producto es importante?
20. ¿Consideraría nuestro producto saludable?

**Proyección de logo**

21. ¿Le parece atractivo el logo para nuestro producto?
22. ¿Qué colores lo relaciona con productos naturales?
23. ¿Al ver nuestro logo, qué es lo primero que se le viene a la mente?
24. ¿Considera que el logo puede influir en su decisión de compra?
25. ¿Le gusta el nombre ***PurumVeggie*** para nuestro producto?
26. Si tuviese que cambiar el nombre de nuestro producto cuál elegiría: Quesomos, Quecaso, ¿o ninguno le parece atractivo?

**Mejoras al producto:**

Sugerencias y/o cambios solicitados de los entrevistados

¿Qué añadiría o quitaría a este producto?

**DATOS DE LOS PARTICIPANTES:**

| PRIMER FOCUS GROUP | |
|---|---|
| **Nombre** | **N° DNI** |
| Daysi Mercedes Lapas Barrios | 76217121 |
| Katherine Estela Tupac Gutiérrez | 44543914 |
| Martha Sofia Hernández Valqui | 72707921 |
| Carlos Alberto Valderrama Zapata | 44039289 |
| Franco Alejandro Labarthe Morales | 47769266 |
| Nancy Claudia Ruiz Salazar | 71902436 |

| SEGUNDO FOCUS GROUP | |
|---|---|
| **Nombre** | **N° DNI** |
| Nancy Huamán Rojas | 47018400 |
| Jaqueline Gutiérrez Mariscal | 45752275 |
| Javier Pagan Torres | 42932300 |
| Ismenia Hurtado Manrique | 74989499 |
| Enzo del Carpio Ventura | 46145051 |
| Jhon Robert Saba Zapata | 45160511 |

*Anexo 4.* **Beta**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Date updated:** | | | ***5-Ene-19*** | | | |
| **Created by:** | | | Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu | | | |
| **What is this data?** | | Total Beta (beta for completely undiversified investor) | | US companies | | |
| **Home Page:** | | | http://www.damodaran.com | | | |
| **Data website:** | | | http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html | | | |
| **Companies in each industry:** | | | http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls | | | |
| **Variable definitions:** | | | http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm | | | |
| ***Industry Name*** | ***Number of firms*** | ***Average Unlevered Beta*** | ***Average Levered Beta*** | ***Average correlation with the market*** | ***Total Unlevered Beta*** | ***Total Levered Beta*** |
| Advertising | 48 | 0.87 | 1.22 | 17.11% | 5.07 | 7.11 |
| Aerospace/Defense | 85 | 1.09 | 1.24 | 29.02% | 3.76 | 4.27 |
| Air Transport | 18 | 0.63 | 1.02 | 33.49% | 1.89 | 3.05 |
| Apparel | 50 | 0.76 | 0.93 | 18.27% | 4.18 | 5.09 |
| Auto & Truck | 14 | 0.34 | 0.79 | 22.84% | 1.50 | 3.47 |
| Auto Parts | 52 | 0.97 | 1.17 | 23.04% | 4.20 | 5.07 |
| Bank (Money Center) | 10 | 0.43 | 0.71 | 45.25% | 0.95 | 1.58 |
| Banks (Regional) | 633 | 0.40 | 0.57 | 28.82% | 1.40 | 1.98 |
| Beverage (Alcoholic) | 31 | 1.05 | 1.30 | 17.03% | 6.15 | 7.63 |
| Beverage (Soft) | 37 | 1.04 | 1.18 | 19.41% | 5.38 | 6.06 |
| Broadcasting | 24 | 0.51 | 1.02 | 27.34% | 1.86 | 3.73 |
| Brokerage & Investment Banking | 38 | 0.46 | 1.21 | 41.15% | 1.11 | 2.93 |
| Building Materials | 42 | 0.91 | 1.10 | 33.82% | 2.71 | 3.24 |
| Business & Consumer Services | 168 | 1.00 | 1.22 | 23.86% | 4.19 | 5.10 |
| Cable TV | 14 | 0.76 | 1.13 | 49.70% | 1.53 | 2.28 |
| Chemical (Basic) | 39 | 1.12 | 1.55 | 24.29% | 4.62 | 6.38 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Chemical (Diversified) | 6 | 1.49 | 1.82 | 49.23% | 3.03 | 3.69 |
| Chemical (Specialty) | 89 | 0.99 | 1.17 | 29.46% | 3.36 | 3.97 |
| Coal & Related Energy | 23 | 0.97 | 1.17 | 18.20% | 5.31 | 6.42 |
| Computer Services | 119 | 1.05 | 1.27 | 23.60% | 4.43 | 5.38 |
| Computers/Peripherals | 57 | 1.50 | 1.68 | 25.99% | 5.77 | 6.46 |
| Construction Supplies | 48 | 1.15 | 1.45 | 33.41% | 3.44 | 4.35 |
| Diversified | 23 | 1.14 | 1.36 | 36.71% | 3.12 | 3.70 |
| Drugs (Biotechnology) | 481 | 1.43 | 1.51 | 22.28% | 6.42 | 6.78 |
| Drugs (Pharmaceutical) | 237 | 1.38 | 1.47 | 19.33% | 7.13 | 7.58 |
| Education | 35 | 1.11 | 1.28 | 21.76% | 5.09 | 5.87 |
| Electrical Equipment | 116 | 1.18 | 1.32 | 21.34% | 5.54 | 6.20 |
| Electronics (Consumer & Office) | 19 | 1.22 | 1.19 | 16.04% | 7.63 | 7.43 |
| Electronics (General) | 160 | 0.96 | 1.02 | 23.68% | 4.06 | 4.29 |
| Engineering/Construction | 52 | 0.81 | 1.01 | 32.48% | 2.49 | 3.10 |
| Entertainment | 120 | 1.21 | 1.33 | 15.55% | 7.81 | 8.55 |
| Environmental & Waste Services | 91 | 0.96 | 1.19 | 20.11% | 4.77 | 5.93 |
| Farming/Agriculture | 33 | 0.50 | 0.72 | 25.38% | 1.95 | 2.83 |
| Financial Svcs. (Non-bank & Insurance) | 259 | 0.08 | 0.70 | 25.43% | 0.30 | 2.76 |
| Food Processing | 83 | 0.61 | 0.81 | 19.95% | 3.06 | 4.06 |
| Food Wholesalers | 18 | 1.23 | 1.62 | 21.78% | 5.67 | 7.46 |
| Furn/Home Furnishings | 30 | 0.67 | 0.88 | 23.71% | 2.82 | 3.73 |
| Green & Renewable Energy | 21 | 0.80 | 1.62 | 14.27% | 5.60 | 11.36 |
| Healthcare Products | 248 | 1.04 | 1.12 | 23.32% | 4.46 | 4.81 |
| Healthcare Support Services | 111 | 1.03 | 1.15 | 25.09% | 4.09 | 4.60 |
| Heathcare Information and Technology | 119 | 1.18 | 1.29 | 25.29% | 4.65 | 5.10 |
| Homebuilding | 31 | 0.72 | 0.98 | 25.94% | 2.79 | 3.78 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hospitals/Healthcare Facilities | 34 | 0.55 | 1.12 | 24.86% | 2.22 | 4.49 |
| Hotel/Gaming | 70 | 0.71 | 1.01 | 29.40% | 2.42 | 3.43 |
| Household Products | 141 | 1.00 | 1.13 | 15.68% | 6.36 | 7.21 |
| Information Services | 71 | 1.05 | 1.12 | 40.66% | 2.58 | 2.76 |
| Insurance (General) | 20 | 0.67 | 0.87 | 44.25% | 1.52 | 1.97 |
| Insurance (Life) | 23 | 0.70 | 1.11 | 48.45% | 1.45 | 2.29 |
| Insurance (Prop/Cas.) | 50 | 0.65 | 0.74 | 33.34% | 1.95 | 2.22 |
| Investments & Asset Management | 172 | 0.87 | 1.10 | 27.23% | 3.18 | 4.05 |
| Machinery | 127 | 1.01 | 1.17 | 34.88% | 2.90 | 3.36 |
| Oil/Gas (Production and Exploration) | 301 | 1.07 | 1.45 | 19.99% | 5.37 | 7.27 |
| Oil/Gas Distribution | 20 | 0.62 | 1.07 | 26.85% | 2.32 | 3.99 |
| Oilfield Svcs/Equip. | 134 | 1.07 | 1.33 | 23.73% | 4.50 | 5.60 |
| Packaging & Container | 27 | 0.74 | 1.07 | 44.29% | 1.66 | 2.43 |
| Paper/Forest Products | 20 | 1.17 | 1.40 | 24.06% | 4.87 | 5.80 |
| Power | 51 | 0.35 | 0.54 | 22.55% | 1.53 | 2.41 |
| Precious Metals | 91 | 1.15 | 1.19 | 9.11% | 12.61 | 13.08 |
| Publishing & Newspapers | 33 | 0.90 | 1.26 | 27.45% | 3.27 | 4.57 |
| R.E.I.T. | 238 | 0.41 | 0.68 | 34.39% | 1.19 | 1.97 |
| Real Estate (Development) | 18 | 0.87 | 1.19 | 17.22% | 5.06 | 6.94 |
| Real Estate (General/Diversified) | 11 | 1.33 | 1.36 | 24.82% | 5.35 | 5.50 |
| Real Estate (Operations & Services) | 59 | 0.95 | 1.35 | 19.36% | 4.92 | 6.95 |
| Recreation | 72 | 0.81 | 0.98 | 18.27% | 4.43 | 5.36 |
| Reinsurance | 2 | 0.88 | 0.97 | 65.13% | 1.35 | 1.49 |
| Restaurant/Dining | 78 | 0.65 | 0.80 | 21.78% | 2.99 | 3.66 |
| Retail (Automotive) | 24 | 0.76 | 1.15 | 24.39% | 3.12 | 4.73 |
| Retail (Building Supply) | 17 | 0.97 | 1.12 | 27.93% | 3.46 | 4.00 |
| Retail (Distributors) | 88 | 0.99 | 1.44 | 27.80% | 3.55 | 5.18 |
| Retail (General) | 19 | 0.75 | 0.91 | 28.98% | 2.59 | 3.15 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Retail (Grocery and Food) | 12 | 0.28 | 0.45 | 12.89% | 2.18 | 3.50 |
| Retail (Online) | 79 | 1.34 | 1.42 | 20.01% | 6.72 | 7.08 |
| Retail (Special Lines) | 91 | 0.80 | 1.07 | 21.56% | 3.71 | 4.97 |
| Rubber& Tires | 4 | 0.24 | 0.42 | 28.79% | 0.83 | 1.45 |
| Semiconductor | 72 | 1.26 | 1.34 | 33.50% | 3.77 | 3.99 |
| Semiconductor Equip | 41 | 1.39 | 1.39 | 32.87% | 4.23 | 4.22 |
| Shipbuilding & Marine | 9 | 0.78 | 1.08 | 26.27% | 2.96 | 4.10 |
| Shoe | 10 | 0.74 | 0.75 | 22.79% | 3.25 | 3.31 |
| Software (Entertainment) | 92 | 1.27 | 1.26 | 16.59% | 7.65 | 7.58 |
| Software (Internet) | 44 | 1.31 | 1.46 | 19.14% | 6.82 | 7.62 |
| Software (System & Application) | 355 | 1.16 | 1.23 | 23.25% | 5.00 | 5.28 |
| Steel | 37 | 1.29 | 1.62 | 30.58% | 4.23 | 5.29 |
| Telecom (Wireless) | 21 | 0.71 | 1.26 | 19.99% | 3.53 | 6.32 |
| Telecom. Equipment | 98 | 1.02 | 1.09 | 24.08% | 4.25 | 4.53 |
| Telecom. Services | 67 | 0.74 | 1.22 | 18.56% | 3.99 | 6.56 |
| Tobacco | 17 | 1.13 | 1.29 | 19.36% | 5.81 | 6.67 |
| Transportation | 19 | 0.90 | 1.14 | 39.13% | 2.30 | 2.92 |
| Transportation (Railroads) | 10 | 2.08 | 2.47 | 38.66% | 5.38 | 6.39 |
| Trucking | 28 | 0.71 | 1.22 | 33.35% | 2.13 | 3.66 |
| Utility (General) | 18 | 0.17 | 0.27 | 20.00% | 0.87 | 1.33 |
| Utility (Water) | 19 | 0.32 | 0.42 | 18.26% | 1.77 | 2.33 |
| Total Market | 7209 | 0.80 | 1.12 | 24.87% | 3.23 | 4.52 |
| Total Market (without financials) | 6004 | 1.00 | 1.21 | 24.00% | 4.16 | 5.03 |