



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
SNACKS DE BAMBÚ**

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

**JOEL MOISES CABELLOS BALCAZAR (0000-0001-7518-
9686) – Administración de Empresas**

**RUTH LUCILA CUTIPA OSORIO (0000-0002-8832-4995) –
Contabilidad**

**LUIS ALBERTO DIESTRA CUTIPA (0000-0002-7214-9301) –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**MARTIN ORLANDO GARCIA HERENCIA (0000-0001-
5829-7466) –Administración de Empresas**

**GISSEL OTA TORRICO (0000-0003-3517-6746) –
Administración de Empresas**

**Asesor:
Fernando Jorge Pérez Arguedas**

**Lima – Perú
2020**

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen ejecutivo	1
1 Capítulo I: Información General	3
1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	3
1.1.1 Razón social.....	3
1.1.2 Razón Comercial.	3
1.1.3 Logo.....	3
1.1.4 Slogan.....	3
1.1.5 Presentaciones del producto.	3
1.1.6 Horizonte de evaluación.	4
1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	4
1.2.1 Actividad económica.	4
1.2.2 Código CIIU.	4
1.2.3 Partida arancelaria.	4
1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS	4
1.3.1 Propuesta de Valor.	5
1.3.2 Modelo de negocio.	5
1.3.2.1 Modelo B2C.....	5
1.3.3 Criterios de segmentación.	5
1.3.3.1 Segmentación B2C.	5
1.3.4 Producto.....	6
1.3.5 Canales de Distribución.....	7
1.3.6 Modelo Canvas.....	8
1.4 Descripción del producto o servicio.....	9
1.4.1 Variedades de productos.....	9
1.4.2 Ingredientes de la fabricación.....	9
1.4.3 Consumo.....	9
1.4.4 Empaque.	10
1.4.5 Postventa.....	11
1.5 Oportunidad de negocio	11
1.6 Estrategia genérica de la empresa.	12
2 Capítulo II: Análisis del entorno.....	14
2.1 Análisis del Macro Entorno	14

2.1.1 Del País.....	14
2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.	14
2.1.1.1.1 Capital.	14
2.1.1.1.2 Ciudades importantes.	14
2.1.1.1.3 Superficie.	15
2.1.1.1.4 Número de Habitantes.....	16
2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.....	16
2.1.1.2.1 Tasa de crecimiento de la población.	16
2.1.1.2.2 Ingreso Per cápita.	17
2.1.1.2.3 Población Económicamente Activa.	18
2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.	21
2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.....	22
2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.	24
2.1.2 Del Sector	25
2.1.2.1 Mercado Internacional.	25
2.1.2.2 Mercado del consumidor.	27
2.1.2.3 Mercado de proveedores.	31
2.1.2.4 Mercado Competidor.	33
2.1.2.5 Mercado distribuidor.	34
2.2 Análisis del Micro entorno (Fuerzas Competitivas de Porter).....	35
2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.	35
2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.	35
2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.....	35
2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.	36
2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.	37
3 Capítulo III: Plan estratégico	39
3.1 Visión y misión de la empresa.	39
3.1.1 Visión.	39
3.1.2 Misión.....	39
3.1.3 Valores.....	39
3.2 Análisis PEST	40
3.3 Análisis FODA.....	47
3.4 Objetivos.	52

3.4.1	Objetivo General.	52
3.4.2	Objetivos Específicos.	52
3.5	Estrategias Genéricas de Porter.....	52
3.5.1	Desarrollo de Mercado.	53
3.5.2	Desarrollo de Producto.	53
3.6	Matriz de Ansoff (Desarrollo Producto/Mercado).....	55
4	Capítulo IV: Estudio de mercado.....	56
4.1	Investigación de mercado.....	56
4.1.1	Criterios de segmentación.	56
4.1.1.1	Segmentación Geográfica.	56
4.1.1.2	Segmentación Demográfica.	56
4.1.1.3	Segmentación Psicográfica.	56
4.1.1.4	Segmentación Conductual.	56
4.1.2	Marco Muestral.	58
4.1.3	Entrevistas a profundidad.	59
4.1.3.1	Entrevista a profundidad a Ingeniero Agroindustrial.	59
4.1.4	Focus Group.	60
4.1.4.1	Focus Group N° 1.	60
4.1.5	Encuestas.	64
4.2	Demanda y oferta81	
4.2.1	Estimación del mercado potencial.....81	
4.2.2	Estimación del mercado disponible.....83	
4.2.3	Estimación del mercado efectivo.....84	
4.2.4	Estimación del mercado objetivo.86	
4.2.5	Frecuencia de compra.....87	
4.2.6	Cuantificación anual de la demanda.....88	
4.2.7	Estacionalidad.....90	
4.2.8	Programa de Ventas en unidades y valorizado.....92	
4.3	Mezcla de marketing94	
4.3.1	Producto.....94	
4.3.2	Precio.....95	
4.3.3	Plaza.96	
4.3.4	Promoción.....97	
4.3.4.1	Campaña de lanzamiento.....97	

4.3.4.2 Promoción para todos los años.	99
4.3.5 Plan de Marketing.....	99
5 Capítulo V: Estudio legal y organizacional	105
5.1 Estudio legal.....	105
5.1.1 Forma societaria.	105
5.1.1.1 Actividades.	105
5.1.1.2 Valorización.....	106
5.1.2 Registro de marcas y patentes.	106
5.1.2.1 Actividades.	107
5.1.2.2 Valorización.....	107
5.1.3 Licencias y autorizaciones.....	108
5.1.3.1 Actividades.	108
5.1.3.2 Valorización.....	111
5.1.4 Legislación laboral	111
5.1.4.1 Actividades.	111
5.1.5 Legislación tributaria.....	113
5.1.6 Otros aspectos legales.....	114
5.1.7 Resumen del capítulo.	115
5.2 Estudio organizacional	116
5.2.1 Organigrama funcional.....	116
5.2.2 Servicios tercerizados.....	117
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.	118
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	125
5.2.5 Aspectos laborales.....	126
5.2.5.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.	126
5.2.5.2 Régimen laboral de puestos de trabajo:	127
5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto.....	127
5.2.5.4 Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.	131
5.2.5.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo.	131
6 Capítulo VI: Estudio técnico.....	132
6.1 Tamaño del proyecto.....	132
6.1.1 Capacidad instalada.	132
6.1.1.1 Criterios.	132
6.1.1.2 Cálculos.	132

6.1.2 Capacidad utilizada.	133
6.1.2.1 Criterios.	134
6.1.2.2 Cálculos.	134
6.1.3 Capacidad Máxima.	135
6.1.3.1 Criterios.	135
6.1.3.2 Cálculos.	136
6.2 Procesos.	137
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción	137
6.2.1.1 Diagrama de Análisis de Procesos – DAP.	137
6.2.2 Programa de producción.	139
6.2.2.1 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips.	139
6.2.2.2 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Picante.	140
6.2.2.3 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Finas Hierbas.	141
6.2.2.4 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Salado	142
6.2.2.5 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips	142
6.2.2.6 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips Finas Hierbas.	144
6.2.2.7 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips Salado.	145
6.2.3 Necesidad de Materias Primas e Insumos.	146
6.2.4 Programa de compras de materias Primas e insumos.	150
6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa.	151
6.3 Tecnología para el Proceso	152
6.3.1 Maquinarias.	152
6.3.2 Equipos.	152
6.3.3 Herramientas.	153
6.3.4 Utensilios.	154
6.3.5 Mobiliario.	155
6.3.6 Útiles de Oficina.	156
6.3.7 Programa de Mantenimiento de maquinarias y equipos.	157
6.3.8 Programa de Reposición de Herramientas y utensilios por uso.	157

6.3.9 Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.....	160
6.4 Localización	161
6.4.1 Macro localización.	161
6.4.2 Micro localización.	163
6.4.3 Gastos de adecuación.	165
6.4.4 Gastos de servicios.	165
6.4.5 Plano del centro de operaciones.	166
6.4.6 Descripción del centro de operaciones.	167
6.5 Responsabilidad Social Frente al entorno.	167
6.5.1 Impacto Ambiental.	167
6.5.2 Con los Trabajadores.	168
6.5.3 Con la comunidad.....	169
7 Capítulo VII: Estudio económico y financiero	170
7.1 Inversiones.	170
7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.....	170
7.1.2 Inversión en Activo Fijo Intangible.....	170
7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.	172
7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.....	174
7.1.5 Inversión en Capital de Trabajo (método déficit acumulado).	174
7.1.6 Liquidación del IGV.....	176
7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.....	177
7.2 Financiamiento	177
7.2.1 Estructura de financiamiento.	177
7.2.2 Financiamiento del activo fijo.	179
7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.....	179
7.3 Ingreso Anuales.....	180
7.3.1 Ingresos por Ventas.	180
7.3.2 Recuperación del Capital de Trabajo.	182
7.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.	183
7.4 Costos y Gastos Anuales.	184
7.4.1 Egresos desembolsables	184
7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.....	184
7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.	186

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.	187
7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.....	189
7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.	190
7.4.2 Egresos no desembolsables	191
7.4.2.1 Depreciación.....	191
7.4.2.2 Amortización de intangibles.....	192
7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables.	192
7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.....	193
7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.....	198
8 Capítulo VIII: Estados financieros proyectados	205
8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	205
8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros	206
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	207
8.4 Flujo de Caja Operativo.	208
8.5 Flujo de Capital	209
8.6 Flujo de Caja Económico	209
8.7 Flujo del Servicio de la Deuda	209
8.8 Flujo de Caja Financiero	209
9 Capítulo IX: Evaluación económica financiera	210
9.1 Cálculo de la tasa de descuento.....	210
9.1.1 Costo de oportunidad.....	210
9.1.1.1 CAPM.....	210
9.1.1.2 COK propio.	210
9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	211
9.2 Evaluación económica financiera	212
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.	212
9.2.1.1 VANE y VANF.	212
9.2.1.2 VANE.	212
9.2.1.3 VANF.	212
9.2.1.4 TIRE y TIRF, TIR modificado.	213
9.2.1.5 Período de recuperación descontado.	213
9.2.1.6 Análisis Beneficio / Costo (B/C).	214
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio.....	214
9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos.	215

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).	215
9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.	216
9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.	218
9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo	220
9.3.1 Variables de entrada.	220
9.3.2 Variables de salida.	220
9.3.3 Análisis unidimensional.	220
9.3.4 Análisis multidimensional.	222
9.3.5 Variables críticas del proyecto	222
9.3.6 Perfil de Riesgo	222
Conclusiones	223
Recomendaciones	225
Referencia	226
Anexos	230

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Modelo CANVAS del proyecto.....	8
Tabla 2	Composición del brote de bambú por 100 Gr.....	9
Tabla 3	Ventaja Competitiva.....	13
Tabla 4	Tasa de crecimiento de la población.....	17
Tabla 5	Ingreso Mínimo Legal.....	17
Tabla 6	Población Económicamente Activa (PEA).....	20
Tabla 7	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....	21
Tabla 8	PBI.....	22
Tabla 9	Tasa de inflación.....	23
Tabla 10	Tasa de interés.....	23
Tabla 11	Riesgo país.....	24
Tabla 12	El mercado mundial del snack.....	26
Tabla 13	Snacks comercializados en Perú.....	33
Tabla 14	Fuerzas de PORTER.....	38
Tabla 15	Estadísticas Económicas.....	42
Tabla 16	Matriz Foda Cruzado.....	49
Tabla 17	Matriz EFI.....	50
Tabla 18	Matriz EFE.....	51
Tabla 19	Marco Muestral.....	58
Tabla 20	Focus Group N° 1.....	61
Tabla 21	Encuesta Pregunta1.....	64
Tabla 22	Encuesta Pregunta2.....	64
Tabla 23	Encuesta Pregunta3.....	65
Tabla 24	Encuesta Pregunta 4.....	66
Tabla 25	Pregunta 5.....	67
Tabla 26	Encuesta Pregunta 6.....	67
Tabla 27	Pregunta 7.....	68
Tabla 28	Encuesta Pregunta 8.....	69
Tabla 29	Encuesta Pregunta 9.....	71
Tabla 30	Encuesta Pregunta 10.....	71
Tabla 31	Encuesta Pregunta 12.....	72
Tabla 32	Encuesta Pregunta 14.....	73

Tabla 33 Encuesta Pregunta 15.....	73
Tabla 34 Encuesta Pregunta 16.....	74
Tabla 35 Encuesta Pregunta 17.....	75
Tabla 36 Encuesta Pregunta 18.....	75
Tabla 37 Encuesta Pregunta 19.....	76
Tabla 38 Encuesta Pregunta 21.....	77
Tabla 39 Encuesta Pregunta 22.....	79
Tabla 40 Consumo per cápita de Snacks.	81
Tabla 41 Demanda del proyecto en base a data histórica.	81
Tabla 42 Demanda interna aparente histórica.	82
Tabla 43 Proyección de la población.	82
Tabla 44 Mercado Potencial.	83
Tabla 45 Pregunta 5. ¿Consume o ha consumido Snacks?	83
Tabla 46 Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a consumir Snacks a base de Bambú?	83
Tabla 47 Factor del mercado.....	83
Tabla 48 Estimación del mercado disponible.	84
Tabla 49 Pregunta 12. ¿Compraría usted nuestros Snack a base de Bambú?.....	84
Tabla 50 Pregunta 13. ¿Qué tamaño preferiría usted de nuestro Snack a base de Bambú? ...	84
Tabla 51 Mercado efectivo total.	84
Tabla 52 Mercado efectivo por tamaño.	85
Tabla 53 Pregunta 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de 40g de nuestro Snack a base de Bambú?.....	85
Tabla 54 Pregunta 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de 120g de nuestro Snack a base de Bambú?.....	85
Tabla 55 Mercado efectivo.	85
Tabla 56 Participación del mercado Objetivo.....	86
Tabla 57 Crecimiento del mercado objetivo.....	86
Tabla 58 Estimación del mercado objetivo.....	87
Tabla 59 Resumen de Mercados.	87
Tabla 60 Pregunta 16. ¿Con qué frecuencia compraría nuestro Snack a base de Bambú?.....	87
Tabla 61 Pregunta 17. ¿Cuántas bolsas compraría en cada compra de nuestro Snack a base de Bambú?	88
Tabla 62 Mercado Objetivo.	88
Tabla 63 Demanda en unidades.	88

Tabla 64	Demanda por sabores.....	89
Tabla 65	Pregunta 18. ¿En qué estación del año consumiría más nuestro Snack a base de Bambú?	91
Tabla 66	Estacionalidad trimestral.....	91
Tabla 67	Estacionalidad mensual.....	92
Tabla 68	Demanda por sabores Año 2020.....	92
Tabla 69	Demanda por sabores Año 2021.....	93
Tabla 70	Demanda por sabores Año 2022.....	93
Tabla 71	Demanda por sabores Año 2023.....	94
Tabla 72	Información Técnica de la Composición del Bambú.....	95
Tabla 73	Constitución de la Empresa.	106
Tabla 74	Registro de marcas.....	107
Tabla 75	Licencias y Autorizaciones.....	111
Tabla 76	Valorización por cada Área.	115
Tabla 77	Servicios tercerizados	117
Tabla 78	MOF Gerente General.	118
Tabla 79	MOF Asistente Administrativo y Contable.	119
Tabla 80	MOF Jefe de MKT y Ventas.....	120
Tabla 81	MOF Asesor de Ventas.....	121
Tabla 82	MOF Jefe de Producción.	122
Tabla 83	MOF Operario de Producción.....	123
Tabla 84	MOF Supervisor de Calidad.	124
Tabla 85	Servicio tercerizado Contable.....	125
Tabla 86	Servicio Legal.....	125
Tabla 87	Servicio de Seguridad.....	125
Tabla 88	Servicio de Distribución.	126
Tabla 89	Servicio de Limpieza.	126
Tabla 90	Servicio de Comunnity Manager.	126
Tabla 91	Régimen Laboral Pequeña Empresa.	127
Tabla 92	Número de personal requerido por área en planilla.....	128
Tabla 93	Planilla mensual del Gerente General y Asistente Administrativo.....	128
Tabla 94	Planilla anual del Gerente General y Asistente Administrativo.	128
Tabla 95	Planilla mensual del Jefe de Producción y Supervisor de calidad.....	129
Tabla 96	Planilla anual del Jefe de Producción y Supervisor de calidad.....	129

Tabla 97	Planilla mensual del Jefe de Marketing y ventas & Asesores de ventas.	129
Tabla 98	Planilla anual del Jefe de Marketing y ventas & Asesores de ventas.	130
Tabla 99	Planilla mensual de los Operarios de Producción.	130
Tabla 100	Planilla anual de los Operarios de Producción.	130
Tabla 101	Gastos por mano de obra tercerizados proyectados por año.	131
Tabla 102	Gastos por servicios tercerizados proyectados por año.	131
Tabla 103	Horarios de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.	131
Tabla 104	Criterios de capacidad instalada.	132
Tabla 105	Cálculos de capacidad instalada para máquina lavadora.	132
Tabla 106	Cálculos de capacidad instalada para máquina peladora/cortadora.	133
Tabla 107	Cálculos de capacidad instalada para deshidratadora de Cabina Industrial.	133
Tabla 108	Cálculos de capacidad instalada para Horno Industrial.	133
Tabla 109	Cálculos de capacidad instalada de Empacadora Vertical Compacta.	133
Tabla 110	Criterios de Capacidad Utilizada.	134
Tabla 111	Capacidad utilizada.	134
Tabla 112	Capacidad utilizada de Maquina Peladora/Cortadora.	134
Tabla 113	Capacidad utilizada de Deshidratadora de cabina Industrial.	134
Tabla 114	Capacidad utilizada de Horno Industrial.	135
Tabla 115	Capacidad utilizada de Empacadora Vertical Compacta.	135
Tabla 116	Criterios de capacidad máxima.	135
Tabla 117	Cálculos de capacidad máxima para Máquina Lavadora.	136
Tabla 118	Cálculos de capacidad máxima para Maquina Peladora/Cortadora.	136
Tabla 119	Cálculos de capacidad máxima para Deshidratadora de Cabina Industrial.	136
Tabla 120	Cálculos de capacidad máxima para Horno Industrial.	136
Tabla 121	Cálculos de capacidad máxima para Empacadora Vertical Compacta.	137
Tabla 122	Diagrama de Análisis de Procesos – DAP.	137
Tabla 123	Sampling, Inventario final y merma del programa de producción en presentación de 40 gr de Bambú Chips.	139
Tabla 124	Programa de producción mensual de Bambú chips Picante por 40 gr.	140
Tabla 125	Programa de producción anual de Bambú chips Picante por 40 gr.	140
Tabla 126	Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Hierbas por 40 gr.	141
Tabla 127	Programa de producción anual de Bambú Finas Hierbas por 40 gr.	141
Tabla 128	Programa de producción anual de Bambú chips Salado por 40 gr.	142

Tabla 129	Sampling, Inventario final y merma del programa de producción en presentación de 120 gr de Bambú Chips.....	143
Tabla 130	Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Picante por 120 gr.	143
Tabla 131	Programa de producción anual de Bambú chips Picante por 120 gr.	143
Tabla 132	Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Hierbas por 120 gr. ...	144
Tabla 133	Programa de producción anual de Bambú chips Finas Hierbas por 120 gr.	144
Tabla 134	Programa de producción mensual de Bambú chips Salado por 120 gr.	145
Tabla 135	Programa de producción anual de Bambú chips Salado por 120 gr.	145
Tabla 136	Programa de producción anual.	146
Tabla 137	Necesidad de Materiales de sabor picante de 40 gr.	146
Tabla 138	Necesidad de Materiales de finas hierbas de 40 gr.	147
Tabla 139	Necesidad de Materiales de salado de 40 gr.	147
Tabla 140	Necesidad de Materiales de sabor picante de 120 gr.	148
Tabla 141	Necesidad de Materiales de sabor finas hierbas de 120 gr.	148
Tabla 142	Necesidad de Materiales de sabor salado de 120 gr.	149
Tabla 143	Resumen de Necesidades de Materias Primas e Insumos.....	149
Tabla 144	Resumen de costos unitarios por presentación.	150
Tabla 145	Programa de compra de materiales en unidades.	150
Tabla 146	Programa de compra de materiales en soles.	150
Tabla 147	Requerimiento de mano de obra directa.	151
Tabla 148	Tiempos muertos.....	151
Tabla 149	Horario de MOD.....	151
Tabla 150	Maquinarias.	152
Tabla 151	Equipos.	152
Tabla 152	Herramientas.....	153
Tabla 153	Utensilios.	154
Tabla 154	Mobiliario.	155
Tabla 155	Útiles de Oficina.	156
Tabla 156	Mantenimiento de maquinarias.....	157
Tabla 157	Mantenimiento de equipos.....	157
Tabla 158	Reposición de herramientas.	158
Tabla 159	Reposición de utles.	159
Tabla 160	Programa de compras posteriores.	160
Tabla 161	Macro localización.....	162

Tabla 162	Escala para la Macro localización.	162
Tabla 163	Microlocalización.	164
Tabla 164	Escala microlocalización.	164
Tabla 165	Gastos de adecuación.	165
Tabla 166	Gastos de servicios.	165
Tabla 167	Inversión en Activo Fijo depreciable.	170
Tabla 168	Inversión en Activo Fijo intangible.	171
Tabla 169	Activo fijo no depreciable.	172
Tabla 170	Inversión en Gastos Pre-Operativos.	173
Tabla 171	Inversión en Inventarios Iniciales.	174
Tabla 172	Inversión en Capital de Trabajo (método déficit acumulado).	175
Tabla 173	Liquidación del IGV.	176
Tabla 174	Resumen de estructura de inversiones.	177
Tabla 175	Estructura de Financiamiento.	178
Tabla 176	Estructura Patrimonial.	178
Tabla 177	Financiamiento del activo fijo	179
Tabla 178	Financiamiento del activo fijo anual.	179
Tabla 179	Tasa de financiamiento.	179
Tabla 180	Financiamiento del Capital de trabajo.	180
Tabla 181	Ingresos por Ventas.	181
Tabla 182	Ingresos por Ventas. anuales.	181
Tabla 183	Recuperación del Capital de Trabajo.	182
Tabla 184	Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.	183
Tabla 185	Presupuesto mensual de materias primas e insumos.	184
Tabla 186	Presupuesto anual de materias primas e insumos Anual.	185
Tabla 187	Presupuesto mensual de mano de obra directa en soles.	186
Tabla 188	Presupuesto mensual de costos indirectos en soles.	187
Tabla 189	Presupuesto mensual de gastos de ventas.	189
Tabla 190	Presupuesto de gastos de ventas.	190
Tabla 191	Depreciación.	191
Tabla 192	Amortización de intangibles.	192
Tabla 193	Gasto por activos fijos no depreciables.	193
Tabla 194	Costo de Producción.	193
Tabla 195	Costo unitario de producción 120 gr.	194

Tabla 196 Costo unitario total 40 gr.	195
Tabla 197 Costo unitario total 120 gr.	195
Tabla 198 Costo de Ventas.	196
Tabla 199 Sampling de ventas	197
Tabla 200 Merma.	197
Tabla 201 Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Picante.....	198
Tabla 202 Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Finas hierbas	199
Tabla 203 Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Salado.	200
Tabla 204 Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Picante.....	201
Tabla 205 Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Finas hierbas.	202
Tabla 206 Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Salado.	203
Tabla 207 Costos fijos y costo variable unitario total.....	204
Tabla 208 Valor de venta unitario por canal.....	205
Tabla 209 Estado de Resultados sin Gasto Financiero por mes expresado en soles	206
Tabla 210 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros expresados en soles.	207
Tabla 211 Flujo de caja operativo.....	208
Tabla 212 Flujo de Capital.....	209
Tabla 213 Flujo de caja económico	209
Tabla 214 Flujo de caja de serv. de deuda.	209
Tabla 215 Flujo de Caja Financiero.....	209
Tabla 216 CAPM.	210
Tabla 217 COK propio.....	211
Tabla 218 Costo Promedio Ponderado de Capital.	211
Tabla 219 VANE.	212
Tabla 220 VANF.....	212
Tabla 221 Período de recuperación económico descontado.	213
Tabla 222 Periodo de recuperación financiero.	213
Tabla 223 Beneficio costo económico.	214
Tabla 224 Beneficio costo financiero.	214
Tabla 225 Costo variable total por año.	215
Tabla 226 Estado de Resultados Costeo Directo.	215
Tabla 227 Mezcla de Productos.....	216
Tabla 228 Análisis del punto de equilibrio operativo en unidades.	216
Tabla 229 Punto de Equilibrio Operativo.	217

Tabla 230	Análisis del punto de equilibrio Financiero.....	218
Tabla 231	de equilibrio financiero.....	219
Tabla 232	Variables de entrada.....	220
Tabla 233	Variables de salida.	220
Tabla 234	Análisis del VANE.	221
Tabla 235	Análisis con el VANF.....	221
Tabla 236	Análisis multidimensional.	222

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Logotipo.....	3
<i>Figura 2.</i> Canal de distribución de alimentos peruanos nueva vida S.A.C.	7
<i>Figura 3.</i> Modelo de Empaque sabor Picante tamaño de 40 gr. y 120 gr.	10
<i>Figura 4.</i> Modelo de Empaque sabor Finas Hierbas tamaño de 40 gr. y 120 gr.	10
<i>Figura 5.</i> Modelo de Empaque sabor Natural tamaño de 40 gr. y 120 gr.	11
<i>Figura 6.</i> Matriz de Ansoff.....	13
<i>Figura 7.</i> Población censada por departamento, 2017.....	15
<i>Figura 8.</i> Ingreso real per cápita mensual.	18
<i>Figura 9.</i> Caída de ventas en productos con octógonos.	28
<i>Figura 10.</i> Niveles socioeconómicos.....	28
<i>Figura 11.</i> Perú: Poblacion por segmento de edad según departamento.	29
<i>Figura 12.</i> Perú: Poblacion según sexo 2017.	30
<i>Figura 13.</i> Distribución de personas según NSE 2019.....	30
<i>Figura 14.</i> Modelo de distribución.	34
<i>Figura 15.</i> Indicadores de tecnologías de información y comunicación de las empresas.....	45
<i>Figura 16.</i> Matriz de Ansoff.....	55
<i>Figura 17.</i> Cálculo del marco muestral.	58
<i>Figura 18.</i> Focus Group 1.....	61
<i>Figura 19.</i> Encuesta Pregunta1.....	64
<i>Figura 20.</i> Encuesta Pregunta2.....	65
<i>Figura 21.</i> Encuesta Pregunta3.....	66
<i>Figura 22.</i> Encuesta Pregunta 4.....	66
<i>Figura 23.</i> Pregunta 5.	67
<i>Figura 24.</i> Encuesta Pregunta 6.....	68
<i>Figura 25.</i> Pregunta 7.	68
<i>Figura 26.</i> Encuesta Pregunta 8.....	70
<i>Figura 27.</i> Encuesta Pregunta 9.....	71
<i>Figura 28.</i> Encuesta Pregunta 10.....	72
<i>Figura 29.</i> Encuesta Pregunta 12.....	72
<i>Figura 30.</i> Encuesta Pregunta 14.....	73
<i>Figura 31.</i> Encuesta Pregunta 15.....	74
<i>Figura 32.</i> Encuesta Pregunta 16.....	74

<i>Figura 33. Encuesta Pregunta 17.....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 34. Encuesta Pregunta 18.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 35. Encuesta Pregunta 19.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 36. Encuesta Pregunta 21.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 37. Encuesta Pregunta 22.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 38. Importaciones de Snacks en Perú.</i>	<i>90</i>
<i>Figura 39. Régimen laboral de la MYPE.</i>	<i>113</i>
<i>Figura 40. Organigrama funcional de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C</i>	<i>116</i>
<i>Figura 41. Diagrama de operaciones de proceso.....</i>	<i>138</i>
<i>Figura 42. Plano del centro de operaciones de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.</i>	<i>166</i>
<i>Figura 43. Tachos de reciclaje.....</i>	<i>168</i>
<i>Figura 44. Estructura de Inversiones.....</i>	<i>177</i>
<i>Figura 45. Estructura de Financiamiento.</i>	<i>178</i>

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1 Perú ingresa en recesión.....</i>	<i>230</i>
<i>Anexo 2 El Banco Mundial en Perú.</i>	<i>231</i>
<i>Anexo 3 de Alimentos crece 17% en 2018.</i>	<i>232</i>
<i>Anexo 4 Perspectivas del sector Alimentos Post Covid.</i>	<i>233</i>
<i>Anexo 5 PepsiCo Supera estimaciones impulsados por venta de snacks durante cuarentena.</i>	<i>234</i>
<i>Anexo 6 Villa Natura proyecta internacionalizarse en el 2020.</i>	<i>235</i>
<i>Anexo 7 Inka Crops exporta 83 toneladas de alimentos procesados a los Estados Unidos..</i>	<i>236</i>

Resumen ejecutivo

El presente trabajo tiene como fin la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de snacks elaborados en base al brote de bambú deshidratado. Este trabajo tiene como objetivo crear la marca “Bambú Chips” y para ello desarrollaremos la estrategia de diferenciación con enfoque ya que se trata de un producto tipo gourmet.

Nuestro snack es una combinación del brote de bambú deshidratado fusionado con finas hierbas, ají charapita y sal de maras, lo que lo hace un producto innovador y con un alto valor nutritivo rico en proteínas, vitaminas y minerales.

El producto se venderá a clientes directos, como los supermercados y las tiendas por conveniencia, a un precio de S/ 7.00 en la presentación de 40 gr y S/ 15.00 en la presentación de 120 gr precios directos por unidad que llegarán al consumidor final.

La segmentación de mercado está destinada hacia la población de Lima Metropolitana y Callao, de los niveles socioeconómicos A y B, dirigido a personas entre 18 a 29 años de edad. Se espera una demanda creciente de snacks a base de brote de bambú deshidratado que llega a 928,410 unidades vendidas en total al término del tercer año de vida del proyecto.

Nuestra planta se ubicará en el departamento de Lima, distrito de Chorrillos por su ubicación estratégica en distribución y accesos a los proveedores, además de tener un costo promedio en terrenos industriales, factores determinantes en la elección del mismo.

La inversión estimada asciende a S/430 473 soles la cual comprende la inversión fija tangible e intangible, gastos pre operativos, inventarios iniciales, y el capital de trabajo necesario. El 30% de estos fondos provendrá de capital propio de los socios y el 70% restante será financiado con 2 créditos financieros.

Después de realizar el análisis económico y financiero del proyecto se obtuvo un VAN económico de S/202 386 y un VAN financiero de S/ 88 033 con una TIR de 27.89% y 37.53%

respectivamente. El análisis de estos junto con otros indicadores confirman que el presente proyecto es económica y financieramente viable.

Capítulo I: Información General

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1 Razón social.

Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C. esta empresa está conformada por 5 socios interesados en el desarrollo de alimentos saludables para el beneficio de la sociedad peruana.

1.1.2 Razón Comercial.

La razón comercial de la empresa en el presente proyecto será: Alimentos Peruanos Nueva vida S.A.C. y la marca propuesta es: “Bambú Chips”

1.1.3 Logo.



Figura 1. Logotipo.

Fuente: Elaboración propia.

1.1.4 Slogan.

“COMPARTE EMOCIONES”

1.1.5 Presentaciones del producto.

Snacks de Bambú en bolsa doy pack de 40 gr. y 120 gr.

1.1.6 Horizonte de evaluación.

Estimamos la vida útil para nuestro proyecto en un horizonte de 36 meses estableciéndose que el periodo de funcionamiento de la empresa será desde el 2020 hasta el 2023. El año 0 será el periodo pre operativo de Mayo a Julio del 2020, el año 1 iniciará en Agosto del 2020, el año 2 será todo el 2021, y así sucesivamente hasta llegar al año 2023, en donde se liquidará la empresa.

1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

1.2.1 Actividad económica.

De acuerdo al INEI (2019) la actividad económica que realizaremos en el proyecto será la producción y comercialización de una línea de productos alimenticios procesados.

1.2.2 Código CIIU.

Para nuestra propuesta empresarial no hay específicamente detallado un CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), para los snacks; sin embargo, sí está codificada la denominación general, es por ello que se tomará este criterio general aplicado al CIIU 1074 que representa la fabricación de snacks y frutos secos.

Se está utilizando la CIIU Revisión 4, establecido y normado por el INEI y SUNAT, que es la normativa vigente en la actualidad en nuestro país.

1.2.3 Partida arancelaria.

La partida arancelaria es: 2005.20.00.00 designada por SUNAT la cual corresponde a las hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético).

1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS

Nuestra empresa tiene la propuesta de producir y comercializar diversos tipos de snacks cuyo principal ingrediente serán los brotes de bambú, fusionado con insumos de la amazonia peruana; los cuales tendrán alternativas en cuanto a tamaño y presentación.

1.3.1 Propuesta de Valor.

- Nachos de Bambú con nuevos sabores.
- Producto innovador, nutritivo, práctico y de fácil consumo.
- Producto diferenciado, tipo gourmet.
- Apoyo a comunidades amazónicas y andinas con Responsabilidad Social hacia ellas.
- Garantía en los insumos, en todo el proceso productivo, en el transporte y almacenamiento del producto.
- Empaque diferenciado y biodegradable

Buscaremos posicionarnos en la mente de nuestros consumidores como el producto y la marca que le puede ofrecer la línea de snacks más novedosa y exótica con altos estándares de calidad y garantía a un precio razonable dentro de su categoría.

1.3.2 Modelo de negocio.

1.3.2.1 Modelo B2C.

Llegaremos al consumidor final mediante la venta de nuestros productos en supermercados y tiendas por conveniencia.

1.3.3 Criterios de segmentación.

A continuación, la descripción de nuestro público objetivo tomando en cuenta los criterios de segmentación más adecuados a nuestro producto.

1.3.3.1 Segmentación B2C.

a) Segmentación Geográfica

- Área de influencia : Lima y Callao.
- Distritos de influencia Los 42 distritos De Lima y siete distritos del Callao.

b) Segmentación Demográfica

- Género : Masculino y Femenino.
- N.S.E.: “A” y “B”

- Edad: De 20 a 29 años.

c) Segmentación Psicográfica

- Rasgos de personalidad propios de su edad: sociables, extrovertidos, gregarios.
- Estilo de vida activo y dinámico.
- En cuanto a su educación básica mayormente lo han realizado en colegios privados.
En lo referente a estudios superiores están en proceso o han cursado educación superior técnica y/o universitaria.
- Tienen una cultura del cuerpo no tan exigente, permitiéndose ciertas licencias en cuanto a la alimentación (sin dietas o régimen alimentario controlado).
- No son rígidos, sino que se arriesgan a experimentar diferentes cosas, sabores nuevos.

d) Segmentación Conductual

- Buscan productos y servicios de calidad.
- Frecuencia de compra media e intensiva.
- Desean una esmerada atención.
- Buscan precios razonables.
- Prefieren productos y servicios que ofrezcan mayor valor agregado.
- Consumidores informados y exigentes.
- Con una nueva consciencia social y ecológica.
- Siguen las tendencias de consumo y la moda.

1.3.4 Producto.

Nachos para consumo directo, cuyo principal ingrediente serán los brotes de bambú, fusionado con vegetales andinos y amazónicos del Perú; los cuales tendrán alternativas en cuanto a tamaño y presentación.

1.3.5 Canales de Distribución.

Legaremos a nuestros clientes finales a través de intermediarios, es por ello que el canal que utilizaremos será el indirecto de un nivel.

Canal de un nivel:

- Supermercados
- Tiendas por conveniencia

Distribución.

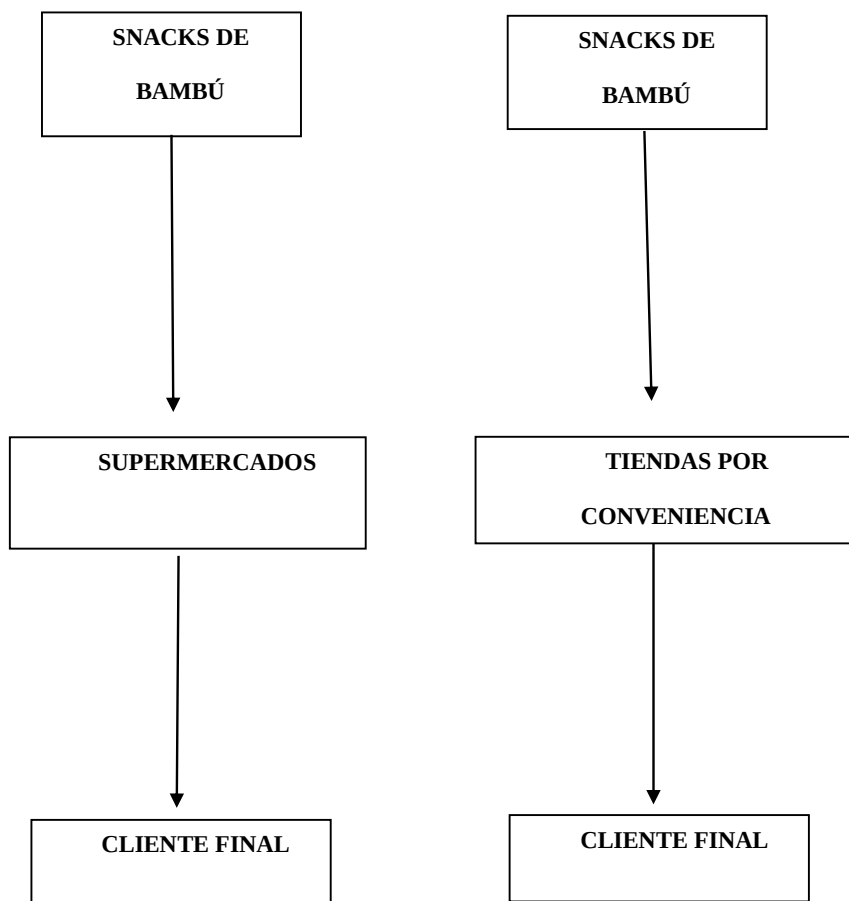


Figura 2. Canal de distribución de alimentos peruanos nueva vida S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

1.3.6 Modelo Canvas.

Tabla 1

Modelo CANVAS del proyecto.

Socios claves	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Segmentación de clientes
-Proveedores de bambú, finas hierbas e insumos amazónicos. -Proveedores de preservantes, saborizantes y otros insumos. -Proveedores de equipos y herramientas. -Empresas de transporte y almacenamiento, etc. -Entidades del Estado (Ministerios, organismos supervisores, municipalidades, etc.). -Entidades del sector bancario y financiero	-Producción de una nueva línea de snacks a base de ingredientes exóticos. -Selección rigurosa de materia prima e insumos. -Marketing intensivo (Degustaciones, Activaciones, Promociones, etc.) RECURSOS CLAVE -Personal capacitado. -Capital con aporte propio y financiamiento de terceros. -Infraestructura (local, equipos, mobiliario, pc, etc.)	-Producto diferenciado e innovador. Nutritivo, práctico y de fácil consumo. - Diferenciación de nuestros competidores directos, nuestra experiencia al consumidor ofrece propiedades saludables para el beneficio de nuestros consumidores con un producto, libre de octógonos	-Atención permanente por web y redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, Whatsapp, etc.). -Línea telefónica de atención al consumidor y vía whatsapp.	-Jóvenes de 18 a 29 años de ambos sexos. -Residentes en todo Lima y Callao. -NSE: A y B. -Con estilo de vida activo, dinámico y sociable, propios de su edad. -Consumidor exigente y que busca novedades, nuevos sabores, formas prácticas de consumo y con una nueva consciencia social y ecológica.
ESTRUCTURA DE COSTES		INGRESOS Y BENEFICIOS		
-Costos fijos (alquiler local, planilla de personal, etc.). -Costos variables (materia prima, preservantes, saborizantes y otros insumos, transporte, etc.). -Impuestos, licencias sanitarias, licencias municipales y otros trámites legales.		-Supermercados (Con crédito a 60 días). -Tiendas por conveniencia (Con crédito a 60 días).		

Nota: Elaboración propia.

1.4 Descripción del producto o servicio

Nuestra empresa tiene la propuesta de producir y comercializar diversos tipos de snacks cuyo principal ingrediente será la fibra de bambú, fusionado con finas hierbas e insumos amazónicos del Perú; los cuales tendrán alternativas en cuanto a tamaño y presentación. Tendrá un alto contenido de fibra y proteínas; de igual forma será rico en vitaminas hidrosolubles y minerales. Además de tener cero grasas trans.

1.4.1 Variedades de productos.

- Snacks de Bambú Picante.
- Snacks de Bambú Finas Hierbas.
- Snacks de Bambú Tradicional.

1.4.2 Ingredientes de la fabricación.

Tabla 2

Composición del brote de bambú por 100 Gr.

COMPOSICIÓN BROTE DE BAMBÚ			
			Composición por 100 gr
Agua	92.5	%	15
Proteína	2.5	gr	28.33
Grasa	0.2	gr	2.27
Carbohidratos	2.9	gr	32.86
Fibra	1	gr	11.33
Ceniza	0.7	gr	7.93
Calcio	88.5	mg	1002.71
Fosforo	43	mg	487.19
Hierro	7	mg	79.31
Vitamina B1	0.1	mg	1.13
Vitamina B2	0.8	mg	9.06
Vitamina C	10	mg	113.3
Vitamina A	50	ui	566.5

Nota: Elaboración propia.

1.4.3 Consumo.

Nuestros snacks de bambú van dirigidos al consumo personal.

1.4.4 Empaque.

Contaremos con un empaque diferenciado y biodegradable tipo bolsita doypack, con abre fácil, que conservará los snacks en óptimas condiciones.



Figura 3. Modelo de Empaque sabor Picante tamaño de 40 gr. y 120 gr.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 4. Modelo de Empaque sabor Finas Hierbas tamaño de 40 gr. y 120 gr.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 5. Modelo de Empaque sabor Natural tamaño de 40 gr. y 120 gr.

Fuente: Elaboración propia.

1.4.5 Postventa.

Nuestro empaque tendrá un código QR que dirigirá a los clientes a nuestra página web, Facebook e Instagram, en donde además de contar con información acerca de nuestra empresa y del producto, se les invitará a responder un breve sondeo para conocer su grado de satisfacción con respecto a nuestros snacks de bambú. Las preguntas serán las siguientes:

- ¿Qué grado de satisfacción tiene con los snacks?
- ¿Qué sugerencias o recomendaciones nos daría?

1.5 Oportunidad de negocio

El grupo promotor del presente proyecto, haciendo un análisis de la situación económica del Perú y las oportunidades de negocio en el contexto de la pandemia del covid-19, barajó varias alternativas de inversión. Se hizo un análisis previo, respecto a seis ideas de negocio, las cuales evaluamos en una Matriz de Innovación, estudiada y aprendida en USIL, analizando, de esta forma, con espíritu crítico y en detalle todas las posibilidades de éxito para cada una de estas ideas de negocio. Posteriormente a ello quedó una idea que fue la producción y

comercialización de snacks de bambú en su variedad tipo gourmet. Nos inclinamos por esta idea y oportunidad de negocio debido a que, en la situación actual por un buen tiempo y luego en la etapa post Covid, hay sectores que tienen mayores perspectivas de sostenibilidad y progreso. Vemos que la mayor posibilidad de éxito está en los rubros de alimentos, salud, logística y transporte y tecnología. Adicionalmente a todo lo mencionado, cumplía con los requisitos académicos de USIL y con la finalidad de presentar una idea innovadora. El Bambú, que será el ingrediente principal de nuestros snacks, es una plantación que requiere de poca agua y crece sin la necesidad de complicados y costosos procesos de riego, fertilización y cultivo y, además, poco a poco se va sembrando más en el territorio peruano.

Afinando la idea, en el rubro de alimentación, decidimos no incursionar tanto en un mercado general, grande y masivo, porque allí tendríamos una competencia y guerra de precios con las grandes empresas posicionadas y con experiencia en el mercado y esos competidores nos sacarían una gran ventaja por el tema de las economías de escala. Entonces optamos por segmentarnos y buscar un nicho de mercado, en el cual podemos ser más competitivos y hacer frente a la competencia, a los jugadores actuales en el mercado; es así como nos dirigimos a los segmentos A y B, en donde el impacto de la peor crisis económica en nuestro país en los últimos 100 años, pueda no afectar tanto el consumo. Además, es un producto que se puede consumir ahora en casa, en reforma particular, en forma individual a nivel familiar y cuando pase este tema del Covid 19 en grupos más grandes a nivel social, en momentos de entretenimiento y diversión.

1.6 Estrategia genérica de la empresa.

Nuestros productos están pensados para brindar practicidad en el consumo de snacks, específicamente snacks en base a brote de bambú, favoreciendo una alimentación agradable, de exquisito sabor y de tipo gourmet. Para poder lograr esto buscaremos un liderazgo en la calidad de nuestros snacks utilizando materia prima e insumos seleccionados y de primera

calidad, los mismos que puedan ofrecer y mantener en óptimas condiciones los atributos y características de nuestros productos. Es por ello que utilizaremos una estrategia genérica de diferenciación, con enfoque en los NSE A y B.

Tabla 3

Ventaja Competitiva.

Objetivo estratégico	Sector completo	DIFERENCIACION DE PRODUCTO	LIDERAZGO EN COSTES
	Segmento de mercado	SEGMENTACIÓN ENFOCADA A DIFERENCIACIÓN	SEGMENTACIÓN ENFOCADA A LIDERAZGO EN COSTES
		Exclusividad percibida	Posicionamiento de bajo coste

Nota: Elaboración propia.

MATRIZ ANSOFF

Nuestra empresa utilizará, principalmente, la estrategia de desarrollo de producto.



Figura 6. Matriz de Ansoff.

Fuente: Elaboración propia

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1 Análisis del Macro Entorno

2.1.1 Del País

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

2.1.1.1.1 Capital.

El nombre oficial del Perú es República del Perú y está situado en la parte occidental de América del Sur. Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile

Su capital es la ciudad de Lima.

2.1.1.1.2 Ciudades importantes.

EL Instituto Nacional de Estadística e Informática, en su información del Censo 2017, indica lo siguiente.

“Los departamentos con mayor población censada son: Piura 1 millón 856 mil 809 habitantes (6,3%), La Libertad 1 millón 778 mil 80 habitantes (6,1%), Arequipa 1 millón 382 mil 730 habitantes (4,7%) y Cajamarca con 1 millón 341 mil 12 habitantes (4,6%), completa este grupo la provincia de Lima con 8 millones 574 mil 974 habitantes (29,2%), en conjunto concentran más de la mitad de la población nacional (50,8%).”
(Instituto Nacional de Estadística e Informática,2018)

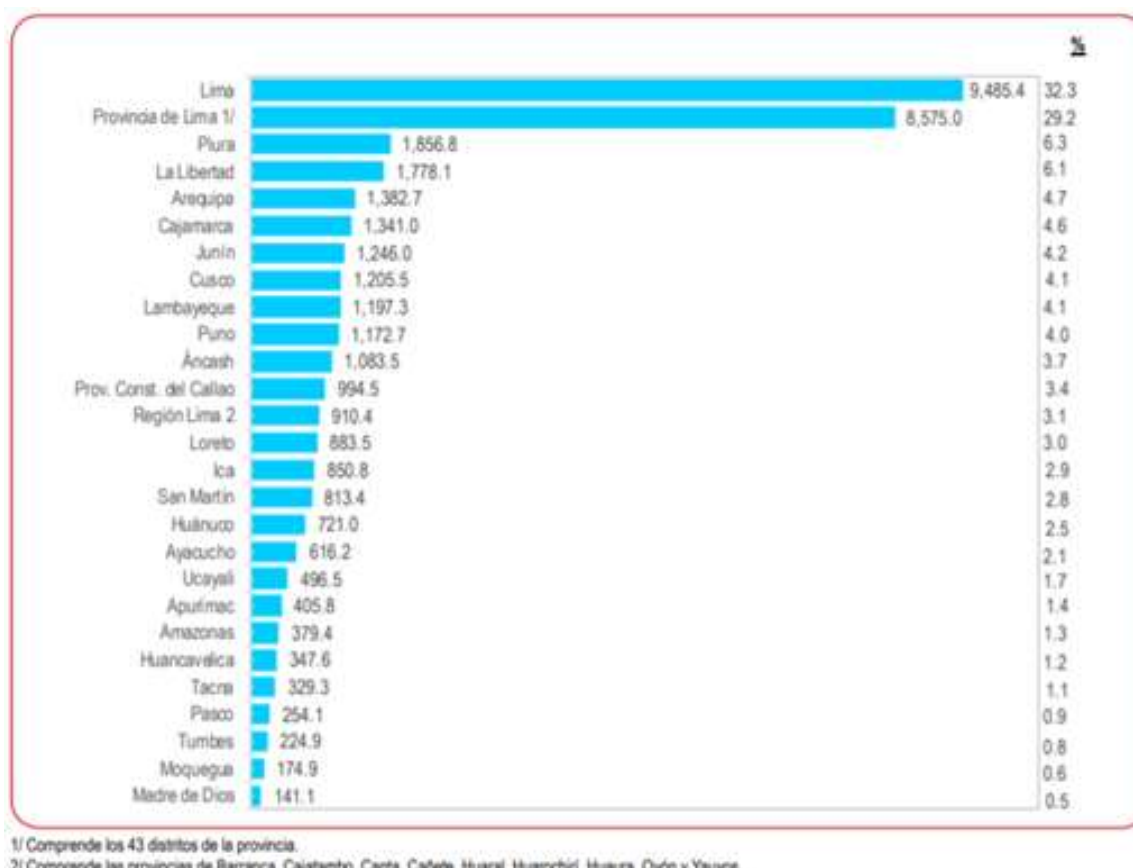


Figura 7. Población censada por departamento, 2017.

Recuperado de Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (13 de agosto 2018). Perú: Perfil sociodemográfico Informe nacional de censo 2017. p.20. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf

2.1.1.1.3 Superficie.

La extensión del territorio peruano alcanza 1.285.215,60 km².

A nivel de Sudamérica el Perú, es el tercer país de mayor extensión geográfica después de Brasil y Argentina. En cuanto a densidad, se ubica en el quinto lugar entre los países con mayor densidad poblacional², Ecuador y Colombia son los países más densos, con 58,6 Hab./Km² y 43,0 Hab./ Km², respectivamente. Por el contrario, los países con menor densidad son: Bolivia con 10,1 Hab./ Km² y Argentina con 15,8 Hab./ Km². Es necesario precisar, que el territorio peruano tiene características geomorfológicas que limitan las posibilidades de ocupación de gran porcentaje del territorio nacional, concretamente las grandes zonas desérticas en la Costa,

o aquellas que se ubican por encima de los cuatro mil metros sobre el nivel del mar y las zonas húmedas cubiertas de vegetación de la Selva Alta y Baja.

2.1.1.1.4 Número de Habitantes.

Según estimaciones y proyecciones, al 30 de junio del presente año, el Perú tendrá una población de 32 millones 131 mil 400 habitantes (Fuente INEI) y para el año 2021 en el Bicentenario de la Independencia tendrá una población de 33 millones 35 mil habitantes.

La composición es la siguiente:

Población urbana: 72,3%

Población rural: 27,7%

Además, se prevé que en el año 2030 la población peruana bordeará los 35 millones 792 mil habitantes, en el año 2040, 38 millones 23 mil y a mediados del Siglo XXI de 39 millones 363 mil habitantes. De acuerdo con estos resultados las mujeres serán más que los hombres, registrándose un Índice de Masculinidad en el año 2019 de 98 hombres por cada 100 mujeres y en el año 2050 serán 97 hombres por cada 100 mujeres.

Son idiomas oficiales el castellano y, en las zonas donde predominen, también lo son el quechua, el aimara y las demás lenguas aborígenes, según la ley: castellano: 80,3%, quechua: 16,2%, otros idiomas: 3,0% e idiomas extranjeros: 0,2%.

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

2.1.1.2.1 Tasa de crecimiento de la población.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática indica que:

“En el periodo intercensal 2007-2017, la población total del país se incrementó en 3 millones 16 mil 621 habitantes, lo que significó un crecimiento de 10,7% respecto a la población del año 2007. Cabe recordar que según los resultados de los Censos Nacionales 2017 ejecutados el 22 de octubre, el total de la población del país fue de 31 millones 237 mil 385 habitantes.

Asimismo, en los últimos 56 años se confirma la tendencia decreciente del ritmo de crecimiento de la población, esta tendencia declinante del ritmo de crecimiento poblacional está vinculada a la reducción de los niveles de fecundidad, comportamiento que se confirma con los resultados de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar que el INEI ejecuta con periodicidad anual.

De acuerdo al último censo poblacional realizado en el año 2017, la tercera parte de la población se encuentra residiendo en Lima Metropolitana y la cual alcanzó una cantidad de 9 millones 569 mil 468 habitantes, de los cuales 2 millones 543 mil 938 viven en los distritos de Lima Este siendo San Juan de Lurigancho el distrito más poblado del País.

Por otro lado, el 25,8 % de la población vive en distritos de Lima Norte, siendo los principales distritos: Comas, San Martín de Porres.

Tabla 4

Tasa de crecimiento de la población.

2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%

Nota: Recuperado de INEI. (2020). Estado de la Población Peruana 2020., 1–50. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf

2.1.1.2.2 Ingreso Per cápita.

Tabla 5

Ingreso Mínimo Legal.

2014	2015	2016	2017	2018	2019
S/959.00	S/962.00	S/993.00	S/978.00	S/999.00	S/1,001.00

Nota: Recuperado de INEI. (2018). Evolucion de la pobreza Monetaria 2007-2017. 7(11), 2. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/informe_tecnico_pobreza_monetaria_2007-2017.pdf

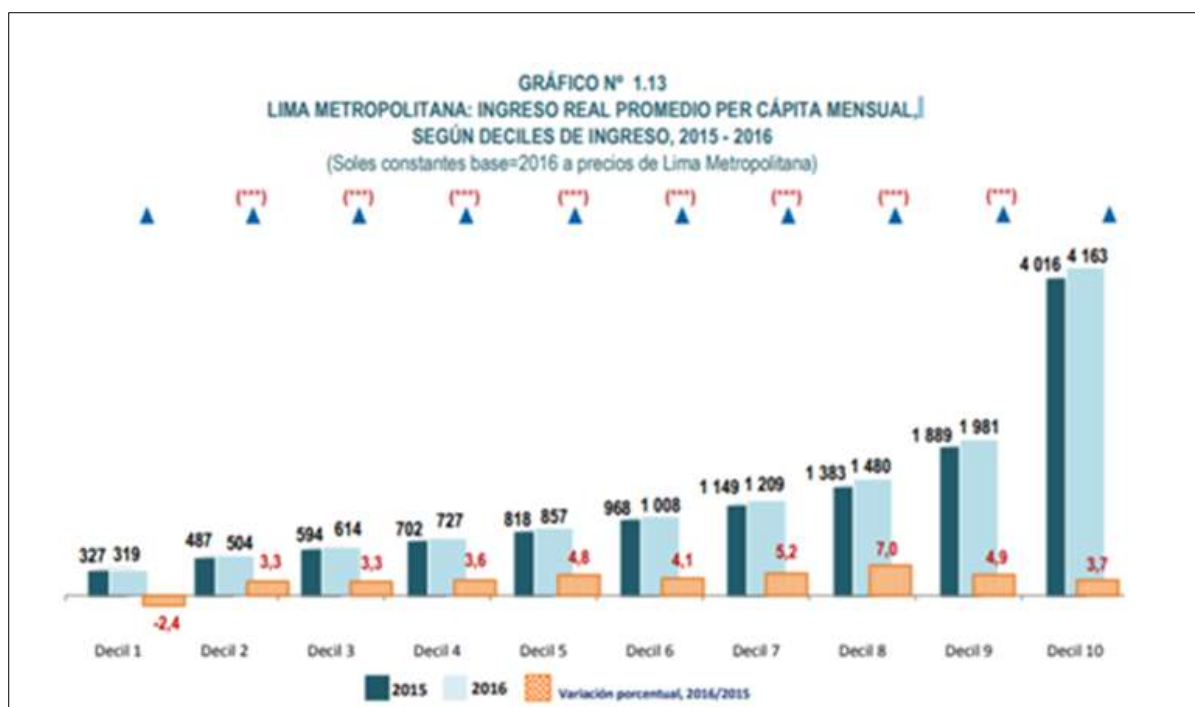


Figura 8. Ingreso real per cápita mensual.

Recuperado de INEI. (2018). *Evolucion de la pobreza Monetaria 2007-2017*. 7(11), 2. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/informe_tecnico_pobreza_monetaria_2007-2017.pdf

2.1.1.2.3 Población Económicamente Activa.

Según el censo del año 2017, la Población Económicamente Activa a nivel nacional alcanzó los 17 millones 215 mil 700 personas y registra una tasa de crecimiento promedio anual de 1,5% entre el 2007 y 2017. En términos absolutos, ha significado un incremento de 231 mil personas por año. Por otro lado, el Área Urbana concentra el 77,8% de la PEA, mientras que el Área Rural el restante 22,2%. 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%. Asimismo, En el periodo 2007-2017, la Población Económicamente Activa femenina del Área Urbana mostró mayor crecimiento al registrar una tasa anual de 2,4% como promedio, mientras que la Población Económicamente Activa del Área Rural decreció en 1,1%. En la Costa, creció a una tasa promedio anual de 2,0%, en la Selva y Sierra en 1,5% y 0,9%, respectivamente. Asimismo, la PEA masculina muestra crecimientos en el Área

Urbana (2,2%), en la Costa (1,6%), Sierra y Selva (1,1% en cada caso); mientras disminuye en el Área Rural (-0,9%).

Ámbito geográfico	2007	2016	2017	Incremento promedio anual 2007-2017 (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	-1,0	-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	40,0	1,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Encuesta Nacional de Hogares.

Recuperado de INEI. (15 de agosto 2020). La población de Lima supera los nueve millones y medio de habitantes. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-de-lima-supera-los-nueve-millones-y-medio-de-habitantes-12031/>

En Instituto Nacional de Estadística e Informática ,2017 en su informe indica que “La población ocupada de Lima Metropolitana se incrementó en 1,7%, que equivale a 78 mil 700 nuevos empleos; así lo informó el jefe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Dr. Aníbal Sánchez Aguilar, al presentar el Informe Técnico Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana elaborado sobre la base de la Encuesta Permanente de Empleo. Preciso que el empleo se incrementó mayormente en las mujeres en 2,8%, así de los 78 mil 700 empleos creados en la ciudad capital, 59 mil 200 corresponden a mujeres. De igual modo, indicó que la ocupación en los hombres aumentó en 0,7% (19 mil 400 personas).” (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

“La población económicamente activa (PEA) o fuerza de trabajo, integran las personas que están ocupadas y las que buscan estarlo. La PEA representa el 68,6% (5

millones 252 mil personas) de la población en edad de trabajar PET. Comparada con similar trimestre móvil del año anterior se incrementó en 0,8% (44 mil personas). Población económicamente activa ocupada (PEA) En el trimestre móvil de análisis se estimó para Lima Metropolitana en 4 millones 830 mil 400 personas con empleo, lo cual representa el 92,0% de la PEA.” (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019).

Lima Metropolitana: Población en edad de trabajar según condición de actividad Trimestre móvil: Diciembre 2016-Enero-Febrero 2017 y Diciembre 2017-Enero-Febrero 2018 (Miles de personas)				
Condición de actividad	Dic 16-Ene-Feb 17	Dic 17-Ene-Feb 18	Variación	
			Absoluta (Miles)	Porcentual (%)
Total de población en edad de trabajar (PET)	7 552,3	7 658,1	105,8	1,4
Población económicamente activa (PEA)	5 208,0	5 252,0	44,0	0,8
.Ocupada	4 805,1	4 830,4	25,3	0,5
.Desocupada	403,0	421,6	18,6	4,6
Población económicamente no activa (NO PEA)	2 344,3	2 406,0	61,7	2,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática -Encuesta Permanente de Empleo.

Recuperado de INEI. (2019). Situación del Mercado laboral en Lima Metropolitana. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_mercado-laboral-oct-nov-dic2018.pdf

Tabla 6

Población Económicamente Activa (PEA)

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PEA (miles)	16,396.4	16,498.4	16,906.7	17,215.7	17,177.3	17,314.8

Nota: Adaptado de INEI. (2019). Situación del Mercado laboral en Lima Metropolitana. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_mercado-laboral-oct-nov-dic2018.pdf

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Tabla 7

Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

En Millones US \$	Jul 2014	Jul 2015	Jul 2016	Jul 2017	Jul 2018	Jul 2019
Exportaciones	\$ 3,366	\$ 2,859	\$ 3,352	\$ 3,447	\$ 4,098	\$ 3,989
Importaciones	\$ 3,562	\$ 3,146	\$ 270	\$ 3,205	\$ 3,541	\$ 3,533
Balanza Comercial	-\$ 196	-\$ 287	\$ 592	\$ 492	\$ 557	\$ 456

Nota: Adaptado de BCR (07 de febrero 2020). Superávit comercial de US\$ 6 614 millones en 2019. Recuperado

de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2020/nota-informativa-2020-02-07.pdf>

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

Tabla 8

PBI.

ESTADISTICAS DE PRODUCCION										
Año	PBI real (var. %)	PBI (mill. S/. de 2007)	PBI Comercio (mill. S/. de 2007)	Agropecuario (mill. S/. de 2007)	Pesca (mill. S/. de 2007)	Minería e hidrocarburos (mill. S/. de 2007)	Manufactura (mill. S/. de 2007)	Construcción (mill. S/. de 2007)	Electricidad y Agua (mill. S/. de 2007)	Servicios (mill. S/. de 2007)
2010	8.45	382,380.00	40,420.00	21,766.00	1,891.00	50,714.00	59,255.00	23,993.00	6,501.00	177,840.00
2011	6.45	407,051.98	44,034.00	22,658.00	2,892.00	51,043.00	64,329.99	24,848.00	6,994.00	190,252.99
2012	5.95	431,272.99	47,218.00	23,991.78	1,960.00	52,473.00	65,964.67	28,779.00	7,401.00	203,485.54
2013	5.84	456,448.72	49,984.32	24,639.82	2,445.13	55,034.50	69,206.88	31,356.22	7,803.76	215,978.08
2014	2.39	467,376.45	52,192.75	25,027.70	1,762.07	54,553.44	66,683.70	31,960.10	8,185.49	227,011.21
2015	3.27	482,676.38	54,216.60	25,893.99	2,041.68	59,714.73	65,702.34	30,100.82	8,671.20	236,335.02
2016	4.05	502,224.74	55,198.89	26,583.88	1,835.71	69,444.97	64,793.44	29,134.74	9,306.45	245,926.67
2017	2.48	514,655.04	55,767.05	27,328.08	1,921.35	71,822.88	64,669.08	29,747.65	9,412.46	253,986.47
2018	3.97	535,082.88	57,243.36	29,461.07	2,837.47	70,748.59	68,497.23	31,334.41	9,825.56	265,135.20
2019	2.16	546,650.37	58,959.72	30,394.93	2,103.37	70,713.70	67,333.64	31,811.69	10,211.44	275,121.89
2020	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Nota: Adaptado de Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2020 – 2021.

Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/report-de-inflacion-junio-2020-presentacion.pdf>

Tabla 9

Tasa de inflación.

Índice de precios Lima Metropolitana (var% mensual) - IPC											
Mes/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ene	0.30	0.39	-0.10	0.12	0.32	0.17	0.37	0.24	0.13	0.07	0.05
Feb	0.32	0.38	0.32	-0.09	0.60	0.30	0.17	0.32	0.25	0.13	0.14
Mar	0.28	0.70	0.77	0.91	0.52	0.76	0.60	1.30	0.49	0.73	
Abr	0.03	0.68	0.53	0.25	0.39	0.39	0.01	-0.26	-0.14	0.20	
May	0.24	-0.02	0.04	0.19	0.23	0.56	0.21	-0.42	0.02	0.15	
Jun	0.25	0.10	-0.04	0.26	0.16	0.33	0.14	-0.16	0.33	-0.09	
Jul	0.36	0.79	0.09	0.55	0.43	0.45	0.08	0.20	0.38	0.20	
Ago	0.27	0.27	0.51	0.54	-0.09	0.38	0.36	0.67	0.13	0.06	
Sep	-0.03	0.33	0.54	0.11	0.16	0.03	0.21	-0.02	0.19	0.01	
Oct	-0.14	0.31	-0.16	0.04	0.38	0.14	0.41	-0.47	0.08	0.11	
Nov	0.01	0.43	-0.14	-0.22	-0.15	0.34	0.29	-0.20	0.12	0.11	
Dic	0.18	0.27	0.26	0.17	0.23	0.45	0.33	0.16	0.18	0.21	
Promedio Anual	1.53	3.37	3.66	2.81	3.25	3.55	3.59	2.80	1.32	2.14	n.d.

Nota: Adaptado de Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Reporte de Inflación

Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2020 – 2021. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-presentacion.pdf>

Tabla 10

Tasa de interés.

TC Bancario- Promedio Nuevo Sol / Dólar - Venta (S/. por US\$)											
Mes/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ene	2.857	2.788	2.693	2.552	2.810	3.007	3.439	3.342	3.217	3.345	3.329
Feb	2.855	2.771	2.684	2.579	2.813	3.080	3.508	3.262	3.250	3.323	3.392
Mar	2.840	2.780	2.672	2.595	2.807	3.093	3.410	3.265	3.253	3.306	n.d.
Abr	2.841	2.816	2.658	2.598	2.795	3.121	3.303	3.249	3.232	3.306	
May	2.846	2.776	2.670	2.646	2.788	3.152	3.336	3.275	3.275	3.334	
Jun	2.839	2.765	2.671	2.748	2.795	3.162	3.318	3.269	3.272	3.327	
Jul	2.823	2.742	2.636	2.778	2.787	3.183	3.301	3.250	3.279	3.292	
Ago	2.803	2.740	2.617	2.802	2.815	3.240	3.335	3.243	3.290	3.379	
Sep	2.791	2.744	2.603	2.780	2.865	3.221	3.384	3.248	3.313	3.359	
Oct	2.792	2.732	2.588	2.770	2.907	3.250	3.388	3.252	3.335	3.362	
Nov	2.806	2.706	2.599	2.799	2.926	3.339	3.405	3.242	3.377	3.374	
Dic	2.816	2.697	2.568	2.786	2.963	3.385	3.398	3.248	3.366	3.357	

Nota: Adaptado de Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Series mensuales.

Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/indicadores-de-riesgo-para-paises-emergentes-embig>

Tabla 11

Riesgo país.

Indicadores de riesgo (EMBIG) - Perú				
Mes/Año	2017	2018	2019	2020
Ene	157.30	116.61	152.39	113.87
Feb	152.11	132.20	139.50	122.20
Mar	141.09	147.05	135.67	
Abr	149.44	145.24	122.36	
May	141.18	157.70	135.70	
Jun	143.50	163.33	129.15	
Jul	141.90	150.95	116.13	
Ago	155.39	149.26	127.09	
Sep	144.00	139.90	116.43	
Oct	139.62	142.70	126.91	
Nov	138.81	156.86	126.76	
Dic	136.15	164.81	115.91	

Nota: Adaptado de Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Series mensuales.

Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/indicadores-de-riesgo-para-paises-emergentes-embig>

2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

La legislación vinculada a nuestro proyecto es la siguiente:

- La ley General de Industrias N°23407.
- La ley General de Salud N° 26842.
- Ley N° 29571, código de protección y defensa del consumidor.
- El decreto Legislativo N° 9434 Ley del Registro Único de Contribuyentes.
- El Reglamento de la Ley de Inocuidad de Alimentos- Decreto Supremo N° 034-2008-AG, Derechos de consumidores y obligaciones de los proveedores. Artículos 1,2 y 3.
- El Registro que regula la sanidad de alimentos (DIGESA).
- La certificación del Plan HACCP (DIGESA).
- Resolución Ministerial N° 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.
- Norma Técnica Sanitaria para el procedimiento de atención de alertas sanitarias de alimentos y bebidas de consumo humano” Resolución Ministerial N° 222-2009/MINSA”.

2.1.2 Del Sector

2.1.2.1 Mercado Internacional.

En el 2013, el mercado de piqueos y snacks alcanzó los 374 mil millones de dólares en venta, lo que permitió un notorio crecimiento del 2% en relación al año anterior (NIESEL, 2013). Según NIESEL, líder global en medición de venta y compra de los consumidores a nivel mundial; Europa es responsable de casi la mitad de las ventas de snacks alrededor del mundo con un 45%. En América Latina, es la región donde se observa un mayor crecimiento en los últimos años en este sector con un crecimiento del 9%, por encima del promedio.

Tabla 12

El mercado mundial del snack.

PAIS	ÍNDICE
Europa	167
Estados Unidos	124
Asia	46
América Latina	30
Oriente Medio/África	7

Nota: Adaptado de Nielsen (07 de noviembre 2014). A nivel global las ventas de snacks alcanzan \$347 mil millones de dólares anuales. Recuperado de <https://www.nielsen.com/do/es/press-releases/2014/ventas-globales-snacks/>

La Ejecutiva de Servicios Profesionales Globales de Nielsen Susan Dunn, sostuvo que la industria de los snacks es muy competitiva y que la demanda se enfoca en el sabor y salud, características primordiales que exigen los consumidores.

En un estudio que realizó Nielsen acerca del consumo de snacks se entrevistó a más de 30000 consumidores online en 60 países para identificar cuáles son los snacks más populares alrededor del mundo y qué atributos considera más importantes. Se concluyó que los snacks sin azúcar y los bocadillos que reemplaza algún alimento del día están mostrando una tendencia alta lo que representa el cambio de mentalidad en los consumidores enfocados en la salud.

Nielsen (2013), también aporta que el 46% del consumo de Snacks en Sao Paulo se realiza fuera del hogar y muy a pesar de su variedad demográfica, su tendencia al consumo siempre está ligada a la evolución de su estilo de vida. Por otro lado, Brasil es un gran consumidor de galletas saladas y de acuerdo con los datos de MINTEL (Agencia de inteligencia de Mercado Líder), el 63% son consumidores de este producto salado y el 58% de los brasileños consume chocolates o dulces a modo de snacks.

Según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI), los snacks fritos generan alrededor de USD \$3.232 millones, 22.558 toneladas anualmente. En el 2015 Costa Rica exportó estos productos con un total de USD \$1.488 millones a 91 países alrededor del mundo. Las cifras de agosto de 2016 señalaron que las exportaciones de Costa

Rica sumaron USD \$1.044 millones en productos alimentarios, de los cuales alrededor de USD \$88 millones tuvieron como destino México el cual es uno de los puntos de venta más lucrativos que existen hoy en día, la misma que tiene una proyección de crecimiento de casi 15% para el año 2020.

En el caso del Perú, hay una alta demanda de exportaciones PAPAS SNACKS para Bolivia, seguida de Francia, Bélgica y Chile.

2.1.2.2 Mercado del consumidor.

Los consumidores de snack son usuarios activos, la venta de dichos productos se ha incrementado por la escasez de tiempo. Sin embargo, el perfil del consumidor está en un proceso de transformación, actualmente se realiza una compra más conveniente, se busca productos frescos, nutritivos y saludables. Esto sumado a la conciencia medioambiental provoca que el consumidor sea más atento y exigente, con preocupación por su salud, estética y por el medio ambiente.

El 15 de junio del 2019 se modificó el reglamento de la Ley N° 30021 de Promoción de Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, la cual obliga el uso del etiquetado con octógonos en los productos procesados. Esto ha provocado un gran impacto negativo en el consumo de estos productos.

Ante la obligatoriedad del uso de octógonos, un estudio realizado por CPI en setiembre del 2019 muestra los productos que mayor impacto han recibido. Según se observa en el gráfico, en Lima metropolitana, los productos más perjudicados están la gaseosa con un 45.5%, las galletas en un 30.2% y los snacks con un 17.0%.

					
	Gaseosas	Snacks	Galletas	Leche	Chocolate
Total nacional	53.1	20.1	16.8	11.8	11.1
Lima metropolitana	45.5	17.0	30.2	7.0	16.8
Promedio del interior del país	56.7	21.6	10.5	14.1	8.4

Figura 9. Caída de ventas en productos con octógonos.

Recuperado de Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C. CPI. (2019). Perú:

Población 2019. Recuperado de

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

La normativa ha provocado, desde mediados del 2019, una progresiva aparición de nuevas alternativas de consumo para este tipo de productos, como los snacks saludables.

% VERTICALES

Zona	Niveles Socioeconómicos				
	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	100	100	100	100
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	0.0	6.1	11.6	14.2	18.5
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	7.1	15.2	18.0	11.1	1.3
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	2.4	6.6	11.3	14.7	16.2
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	5.4	11.4	9.6	9.4	3.7
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	3.1	6.6	12.3	13.5	14.1
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	16.3	14.7	2.9	1.6	0.3
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	58.2	15.7	2.7	2.4	1.8
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	4.5	9.8	7.5	6.6	5.5
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	0.0	4.8	12.5	15.5	20.7
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	3.0	8.7	11.1	10.0	15.6
Otros	0.0	0.4	0.5	1.0	2.3
Muestra	214	1,060	1,661	922	269
Error (%)*	6.7	2.9	2.4	3.2	5.9

Figura 10. Niveles socioeconómicos.

Adaptado de Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM. (2020). Niveles

Socioeconómicos 2020. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

Cuadro N° 3**PERÚ: POBLACIÓN POR SEGMENTOS DE EDAD SEGÚN DEPARTAMENTOS 2017**

(En miles)

DEPARTAMENTO	Total	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
Lima	11,181.7	35.1	1,057.6	1,229.5	929.5	1,441.2	2,705.7	2,139.5	1,678.7
La Libertad	1,905.3	6.1	203.4	244.8	175.1	250.8	449.2	328.1	253.9
Piura	1,873.0	5.9	218.1	260.3	180.6	237.3	422.4	319.8	234.5
Cajamarca	1,537.2	4.8	177.2	220.5	149.9	180.5	367.0	264.8	177.3
Puno	1,442.9	4.5	173.2	206.3	146.7	193.0	330.9	218.5	174.3
Junín	1,370.2	4.3	169.4	195.5	136.0	182.2	300.0	220.7	166.4
Cusco	1,331.8	4.2	145.9	178.0	123.1	156.5	318.1	233.5	176.7
Arequipa	1,315.5	4.1	124.5	147.1	111.5	162.8	313.7	255.1	200.8
Lambayeque	1,280.7	4.0	128.3	160.1	120.0	161.1	288.3	234.8	188.1
Áncash	1,160.5	3.6	129.3	156.1	107.4	138.9	265.6	204.0	159.0
Loreto	1,059.0	3.3	131.7	166.2	112.3	127.9	242.8	174.5	103.6
Huánuco	872.5	2.7	109.9	130.6	86.0	96.6	203.0	146.8	99.6
San Martín	862.8	2.7	96.8	119.9	81.4	99.8	206.6	166.8	91.5
Ica	802.6	2.5	80.1	98.0	71.7	102.5	184.8	149.2	116.3
Ayacucho	703.7	2.2	91.8	107.3	71.9	95.5	158.2	105.3	73.7
Ucayali	506.9	1.6	53.6	72.5	50.9	58.4	116.0	100.6	56.9
Huancavelica	502.1	1.6	78.1	87.1	54.6	68.3	104.1	64.6	45.3
Apurímac	462.8	1.5	58.9	70.9	44.0	47.3	112.9	74.4	54.4
Amazonas	425.0	1.3	51.4	62.7	39.6	41.6	104.5	77.5	47.7
Tacna	350.1	1.1	33.7	41.1	30.0	42.4	87.8	70.6	44.5
Passco	308.5	1.0	37.1	44.3	30.8	41.8	71.9	51.6	31.0
Tumbes	243.3	0.8	24.0	28.9	20.5	28.1	66.3	48.5	27.0
Moquegua	184.2	0.6	16.0	19.4	13.9	20.2	45.0	41.0	28.7
Madre de Dios	143.7	0.5	15.5	18.8	13.2	18.9	37.8	28.9	12.6
TOTAL	31,826.0	100.0	3,405.5	4,065.9	2,900.6	3,989.6	7,502.8	5,719.1	4,242.5

Figura 11. Perú: Población por segmento de edad según departamento.

Adaptado de Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM. (2017). Niveles

Socioeconómicos 2017. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>



Figura 12. Perú: Población según sexo 2017.

Adaptado de Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM.

(2017). Niveles Socioeconómicos 2017. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

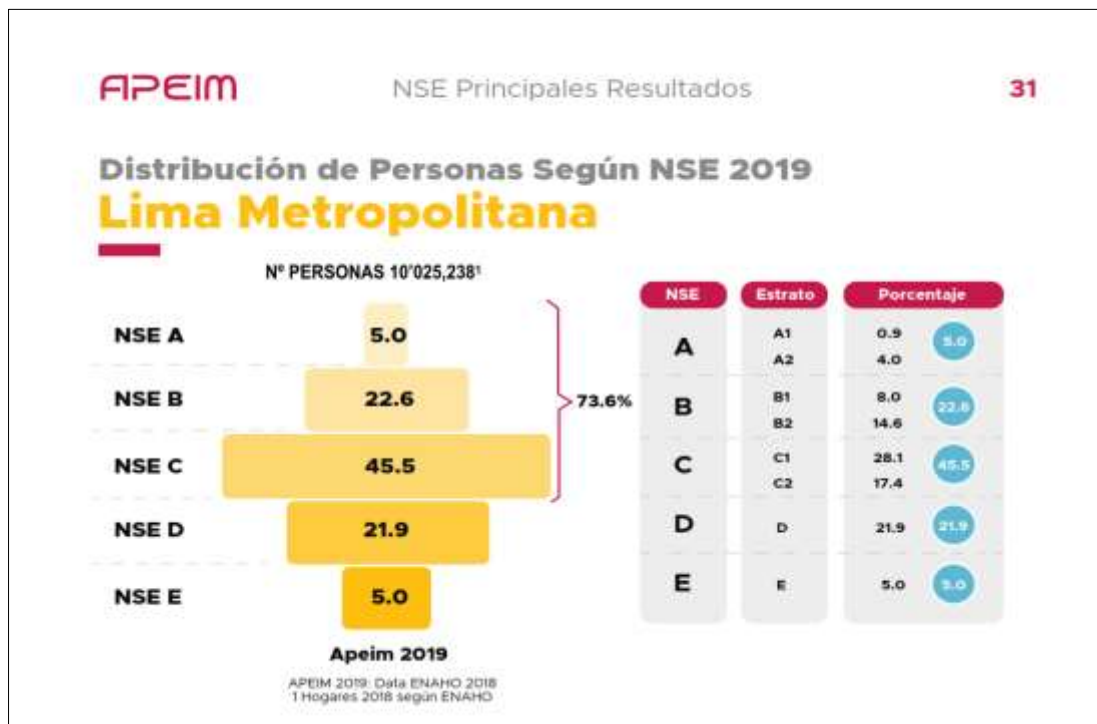


Figura 13. Distribución de personas según NSE 2019.

Adaptado de Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM. (2019). Niveles Socioeconómicos 2019. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/12/NSE-2019-Web-Apeim-2.pdf>

2.1.2.3 Mercado de proveedores.

Es de suma importancia para el proyecto contar con proveedores a nivel nacional, que nos brinden propuestas en relación con la calidad, tiempo de entrega y precio, a continuación, detallamos algunos de los proveedores:

- Asociación Agropecuaria Quebrada del Gallo

RUC: 20487765842

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de plántones y caña de bambú.

Dirección Legal: Calle Tacna N°258 Cuarto Piso Oficina "E"-Piura

Teléfono: 968047300

- Agrícola Athos S.A.C.

RUC: 20367472694

Actividad Comercial: Cultivo de vegetales diversos.

Teléfono: 6154200

- Asociación de Productores de Bambú del Río Marañón de Aramango

RUC: 20487558363

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de plántones y caña de bambú.

Dirección Legal: Sector - La Colmena (243,00 km) El Muyo, Amazonas

Teléfono: 964270010

- Asociación de Productores Tropicales de Bambú Imaza

RUC: 20487702073

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de plántones y caña de bambú.

Dirección Legal: Avenida principal #331 Chiriaco, Bagua.

- Asociación Nacional de Productores de Papa y Sus Derivados del Perú – APPAPA

RUC: 20563799162

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de papa y derivados.

Dirección Legal: Jr. Manuel Pérez de Tudela Nro. 2851 P.J. Mirones Bajo

Teléfono: 940261298

- Asociación Peruana del Bambú

RUC: 20513717394

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de plantones y caña de bambú.

Dirección Legal: Av. Melgarejo Nro. 156, Campo Verde, La Molina, Lima.

Teléfono: 01 348 878

- COPASA

RUC:20290469300

Actividad Comercial: Cultivo y comercialización de vegetales diversos.

Dirección Legal: Av. 29 de Setiembre Nro. 613 Villa Sr de los Milagros

Teléfono: 4544122

- Ica Pacific S.A.C.

RUC: 20279189133

Actividad Comercial: Cultivo de vegetales diversos, Ica.

Dirección Legal: Av. Paz Soldán Nro. 225

Teléfono: (51)6154200

- Packing Food S.A.C.

RUC: 20601295289

Actividad Comercial: Fabricación y venta de empaques para conservación de alimentos.

Dirección Legal: Calle Carbajal Melitón #514

Teléfono: 948803234

2.1.2.4 Mercado Competidor.

Los productos snacks gozan de una amplia demanda en la actualidad, por lo que el mercado competidor es cada vez más diverso en cuanto a sus características, precio, presentación y calidad. Así como también un amplio mercado de consumidores.

Tabla 13

Snacks comercializados en Perú.

SNACKS COMERCIALIZADOS EN PERÚ	
	Producto: Papas fritas al hilo Marca: Villa Natura Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Contenido: 150 gr. Precio: 5.40 soles
	Producto: Camotes fritos Sabor: Frito Lay Natura Chips Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Presentación: 200 gr. Precio: 9.20 soles
	Producto: Papas fritas artesanales Marca: Inka Chips Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Contenido: 142 gr. Precio: 6.20 soles
	Producto: Piqueos Chifles picantes Marca: Inka Chips Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Contenido: 40 gr. Precio: 1.40 soles
	Producto: Snacks de Papa Maíz y Trigo Marca: Frito Lay Piqueo Snax Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Contenido: 45 gr. Precio: 2.00 soles
	Producto: Sticks De Quinua Sabor Picante Marca: Dyfferent Plaza: Supermercados y Tiendas por Conveniencia Contenido: 30 gr. Precio: 3.50 soles

Nota: Elaboración propia.

2.1.2.5 Mercado distribuidor.

Respecto a la comercialización de los productos de nuestra empresa, se definió utilizar un canal de distribución indirecto de un nivel por medio del cual llegaremos a los puntos de venta de nuestro interés: Supermercados y tiendas por conveniencia. El sistema de distribución que utilizaremos será tercerizado por empresas del rubro especializado en logística y distribución.



Figura 14. Modelo de distribución.

Fuente: Elaboración propia

- Inversiones Brander S.A.C.

Dirección Legal: Cl. Luis Espejo Nor.641, Lima

Teléfono: 01 6135952

- Inversiones Corintia S.A.C.

Dirección Legal: Cl. Elias Aguirre Nor.781, Lima

Teléfono: 01 4216034

- Multiservicios Brade S.A.C.

Dirección Legal: Jr. Olaechea Arnao Nor.1439 Lima

Teléfono: 01 5641781

- Transportes Ralda S.A.C

Dirección Legal: Cl. Vargas Machuca Nor.419 Sta. Anita, Lima

Teléfono: 01 4780348

- Transporte y Servicios Integrales B&C S.A.C.

Dirección Legal: Cl. Vargas Machuca Nor.647 Sta. Anita, Lima

Teléfono: 01 4782400

2.2 Análisis del Micro entorno (Fuerzas Competitivas de Porter)

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.

El nivel de competidores es alta ya que en el Perú no existe ningún snack cuyo principal ingrediente sea el bambú, es por ello que no tendremos competidores directos, pero sí competidores indirectos entre los cuales se encuentran: Pepsico, Snacks América Latina, Inka Krops, Villa Natura. Estas son las empresas más representativas del sector, con una presencia consolidada y un posicionamiento ya ganado.

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.

El nivel de negociación de los clientes es alto, puesto que al ser un producto de consumo masivo hay muchos clientes y un mercado diversificado en snacks, por tanto, se puede elegir una u otra marca. Los clientes tienen la libertad de elegir entre una marca y otra.

Garaycochea Ignacio (2019) señala que “El mercado nacional de mueve \$150 millones al año y, en los últimos años, los productos no tradicionales de este rubro se encuentran con una tendencia al alza”

Los peruanos consumen 52 kilos de alimentos ultra procesados por ciudadano siendo los más demandados en esta categoría las gaseosas y snacks este indicador tiene una tendencia a crecer de forma constante cada año (gestión 2018)

De acuerdo a la información señalada el poder de negociación con el cliente es alto dado que el consumidor puede elegir entre una amplia gama de productos en el sector.

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Los productores de bambú en Perú se encuentran principalmente en Cajamarca, Piura, Amazonas, San Martín, Ucayali, Junín, Cusco, Huánuco y Tumbes

Actualmente diversas organizaciones privadas y públicas están uniéndose esfuerzos para lograr potenciar el desarrollo del cultivo y promover su producción trabajando de la mano con

asociaciones de productores brindándoles capacitaciones de mejora productiva y promoción comercial,

MINAGRI (20 de septiembre 2019). refiere que “para asignar presupuesto en el sector público, se requiere un plan, un programa y muchos proyectos” es por ello que el director ejecutivo del Sector propuso la elaboración del Plan Nacional del Bambú para potenciar el desarrollo del cultivo de este recurso no maderable que tiene un enorme potencial económico.

El Comercio (20 de septiembre 2019). manifiesta que “Los Productores de bambú de las regiones Amazonas y Cajamarca son capacitados por el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) con la finalidad de fortalecer la cadena productiva de esta especie, el Minagri informó que el bambú es un recurso maderable de gran demanda a escala nacional e internacional”.

En el Perú existe gran diversidad de plantas de bambú y se clasifican entre nativas y exóticas y por sus características botánicas morfológicas y de desarrollo son muy valoradas en el consumo de los brotes por contener una fuente elevada de nutrientes además de ser reconocida por sus bondades ecológicas y ambientales. Es por ello que el estado a través del DECRETO SUPREMO N° 004-2008-AG promueve el cultivo de Bambú.

Por lo expuesto anteriormente el poder de negociación con los proveedores es BAJO porque encontramos la materia prima disponible en diversas regiones.

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

En el aspecto de productos sustitutos la amenaza es alta, por cuanto los productos sustitutos son principalmente galletas y otros piqueos como: tostaditas, frutos secos, entre otros. En el rubro de galletas hay empresas muy sólidas como: Alicorp, Molitalia, entre otras.

Diario Gestión (08 de septiembre, 2014). Delfino Pedro Gerente regional de Mondelez Perú indica que “el mercado de galletas en el país mueve alrededor de 400 millones de dólares siendo

las marcas de Mondelez las que ocupan más de 18 puntos de participación en el mercado de galletas”.

Gestión (2017) “El mercado de chocolates tiene una alta participación la lista la encabeza sublime de Nestlé con 27.2% del mercado, cañonazo de la empresa Carozzi con 8.5%, Cua Cua de Mondelez con 8.5%, triangulo y Princesa de Nestlé con 5.7% y 4.7 %”. Según datos de euromitor international.

De la misma manera encontramos productos que se venden en la mayoría de mercados, bodegas y distribuidores al por mayor que son expendidos al peso y a bajo precio motivo por el cual son altamente demandados en distintos segmentos.

Se concluye que la amenaza de productos sustitutos es ALTA debido a la cantidad de productos comercializados y que gozan de gran participación en el mercado

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

Para ingresar al mercado una mediana inversión económica en planta y producción, pero sí una fuerte inversión en Marketing, debido al posicionamiento de las marcas actuales. Hay exigentes requisitos por parte del Ministerio de la Producción, Ministerio de Salud e instituciones afines para ingresar y lograr posicionarse. A parte de ello no hay mayores barreras de entrada, por ello el nivel es media.

Tabla 14

Fuerzas de PORTER

FUERZA	INDICADORES
1. Rivalidades entre los competidores actuales	Alta: En el mercado peruano tenemos la presencia de grandes conglomerados como Pepsico, Karinto, Villa Natura e Inka Crops
	Media: Exigentes requisitos por parte del Ministerio de la Producción, Ministerio de Salud e instituciones afines para ingresar y lograr posicionarse. A parte de ello no hay mayores barreras de entrada.
2. Amenaza de entrada de nuevos competidores	Media: Para ingresar al mercado una mediana inversión económica en planta y producción, pero sí una fuerte inversión en Marketing, debido al posicionamiento de las marcas actuales.
3. Amenaza de productos sustitutos.	Alta: Alicorp, Molitalia, Mondelez con una gran variedad de galletas y otros productos similares. Además de otras empresas que fabrican mini tostadas snacks y frutos secos.
4. Poder de negociación de los proveedores	Baja: A nivel nacional tenemos proveedores de brotes de bambú de entidades privadas y nacionales, así como también a nivel internacional tenemos proveedores de materia prima de Bambú.
5. Poder negociador de los clientes	Alta: Al ser un producto de consumo masivo hay muchos clientes y un mercado diversificado en snacks, por tanto, se puede elegir una u otra marca.

Nota: Elaboración propia.

Capítulo III: Plan estratégico

3.1 Visión y misión de la empresa.

3.1.1 Visión.

Ser una empresa innovadora y referente a nivel nacional en el sector alimenticio, brindando un producto diferenciado y de alta calidad, buscando la mejora continua en cada uno de nuestros procesos, innovación en los sabores y uso de insumos seleccionados con el propósito de deleitar los hábitos alimentarios de nuestros clientes.

3.1.2 Misión.

Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización a nivel nacional de snacks tipo gourmet, elaborados a base de bambú, con ingredientes e insumos de alta calidad.

3.1.3 Valores.

- Compromiso

Lograr propósitos comunes mediante el trabajo responsable y en equipo, mejorando permanentemente el ser, hacer y tener mediante la participación activa y el liderazgo compartido.

- Responsabilidad

Realizando compromisos de lo que realmente se puede cumplir, logrando que ésta sea la actitud que distinga a la empresa.

- Respeto

Considerar a todas las personas y el medio ambiente como lo más importante.

- Cooperación

Facilitar condiciones que allanen el trabajo de los demás, y capacitar a toda la gente para propiciar su desarrollo personal y profesional dentro y fuera de la empresa.

- Honestidad

Liderazgo que toma decisiones con base en una información completa, retroalimentando directamente con resultados e impacto mutuo, dando transparencia a cada una de las acciones personales y organizacionales

- Equidad

Crear un ambiente que permita establecer un sistema de reconocimiento al esfuerzo individual y de grupo en la empresa.

3.2 Análisis PEST

a) Político

En el Perú actualmente ostenta el cargo de Presidente de la República el Ing. Martín Alberto Vizcarra Cornejo, quien asumió el cargo el 23 de marzo del 2018 luego de la renuncia del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski Godard, esta renuncia se debió a una seria crisis política y antagonismo con el Congreso de la República, que era mayoritariamente opositor, además de una pérdida de credibilidad por parte del entonces presidente.

La posición política del gobierno de Vizcarra es una derecha moderada y viene emprendiendo una cruzada anticorrupción producto de la evidenciación de la misma por los recientes escándalos con la empresa Odebrecht. En términos generales el Perú mantiene una imagen política estable en la región latinoamericana.

El Perú es una democracia unitaria y presidencialista que se estructura bajo el principio de separación de poderes, los cuales son: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Las fuerzas armadas se encuentran bajo el mando del presidente de la república, el ministerio de defensa y el comando conjunto de las fuerzas armadas.

El poder ejecutivo es un organismo dentro del gobierno nacional, que vela por los intereses nacionales del país, está conformado por la Presidencia de la República, el Consejo Nacional de Ministros, Ministerios, Organismos Públicos Descentralizados, proyectos, programas, organismos autónomos y reguladores.

El poder legislativo está conformado por el Congreso de la República, el cual es unicameral y consta de 130 congresistas elegidos por períodos de cinco años, a excepción del actual que tiene un período de duración más corto debido a la crisis política del 2018, mencionado líneas arriba. Los proyectos de ley se proponen de forma indistinta por el legislativo o el ejecutivo, que luego pasarán por evaluación del congreso con el objetivo de ser aprobadas y finalmente promulgadas por el presidente de la república.

El poder judicial, se organiza en una jerarquía de instituciones que tienen a la cabeza al presidente de la Corte Suprema de Justicia, con competencia sobre todo el territorio nacional. Luego, en orden de importancia vienen las Cortes Superiores de Justicia, los Juzgados de Primer Instancia, los Juzgados de Paz Letrados y finalmente los Juzgados de Paz (No letrados). En todo este panorama institucional, hay nuevamente, un enfrentamiento entre ejecutivo y legislativo, quizás una competencia de popularidad, con marchas y contramarchas en el orden jurídico de nuestro país, lo cual genera un grado de inestabilidad política, lo cual repercute en la confianza de los empresarios, inversionistas y público en general, que podría retraer el consumo con el fin de protegerse de alguna forma. Sin embargo, el sector alimentario ha sido uno de los “pocos privilegiados” al tener algunas normas de excepción favorables con respecto a otros sectores de la economía, puesto que se la ha dado ciertas facilidades para seguir con la producción y comercialización de sus productos alimenticios. Afortunadamente no hay perspectivas políticas negativas para el sector de alimentos, quizás solo reglamentos mínimos de adecuación. A todo esto, tendríamos que agregar la estabilidad con respecto a las políticas de comercio exterior, lo cual permite la libre importación y exportación de insumos y alimentos, lo cual favorece a esta industria y, por ende, a nuestro proyecto.

b) Económico

En la última década la economía peruana ha tenido dos periodos bien marcados, el primero entre el 2010 hasta el 2013, que incluso llevó al país a ser uno de los países con mayor

crecimiento en Latinoamérica, llegando hasta una tasa promedio anual de 6.1% en el PBI. Se realizaron acuerdos y políticas sensatas e importantes, así como reajustes estructurales de largo plazo y alcance. Esto generó un escenario con inflación baja y controlada, así como la reducción de la pobreza que según los datos obtenidos por el INEI aproximadamente 6.4 millones de peruanos dejaron la pobreza hasta el año 2013.

El segundo período se da entre los años 2014 y 2019, cuando el crecimiento económico bajo el ritmo y llegó hasta una tasa promedio anual de 3.1%, especialmente porque los commodities a nivel internacional sufrieron una caída que perjudicaron a las exportaciones peruanas. Por tal razón, la inversión privada disminuyó y esto produjo una contracción en la recaudación de impuestos. Sin embargo, gracias a las buenas políticas de años anteriores y al profesionalismo del BCRP se pudo usar las reservas internacionales con las que se contaba y así llevar una buena gestión del tipo de cambio, control de inflación, tasas de interés, etc.

Tabla 15

Estadísticas Económicas.

ESTADISTICAS ECONOMICAS			
Año	Reservas Internacionales Netas (mill. US\$)	Reservas Internacionales Brutas (mill. US\$)	Balanza comercial (mill. US\$)
2010	44,105.06	44,150.36	6,987.76
2011	48,815.92	48,858.63	9,224.44
2012	63,991.44	64,048.84	6,392.67
2013	65,663.10	65,710.29	504.45
2014	62,308.00	62,352.74	-1,509.47
2015	61,484.89	61,536.96	-2,916.44
2016	61,685.54	61,745.97	1,953.34
2017	63,621.05	63,731.43	6,699.52
2018	60,121.27	60,287.78	7,196.53
2019	n.d.	n.d.	6,614.21
2020	n.d.	n.d.	n.d.

Nota: Adaptado de Recuperado de Banco Central de Reserva del Perú. BCR. (2020). Política monetaria y

condiciones financieras. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte->

Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-1.pdf

Pero, todo este panorama de repunte y fortalecimiento de nuestra economía se ha trastocado con el problema actual de la pandemia por el Covid 19. Todas las cifras económicas del Perú se han desplomado y, según el propio presidente del BCRP, tenemos la peor caída en los últimos 100 años. Según diversos vaticinios el PBI puede ser negativo en -13% este año, hay una recesión en proceso, una ligera disminución en las reservas internacionales, un aumento del riesgo país y, posiblemente, la inflación podría aumentar el próximo año. Además, del aumento en la tasa de desempleo y menor recaudación fiscal por concepto de impuestos. A pesar de este panorama sombrío el rubro alimenticio tendrá un menor impacto que otros sectores de la economía peruana y en los segmentos A y B la situación, aparentemente, no tendrá mayor repercusión, puesto que cuentan con recursos e instrumentos para atenuar los efectos negativos de esta crisis y capear el temporal hasta la recuperación a nivel macro. Precisamente ese es el NSE al cual dirigimos nuestro proyecto, los segmentos A y B. Por otro lado, con respecto a los sistemas de financiamiento para el rubro alimenticio se tiene algo de apertura por parte de las instituciones financieras, considerando que es un sector de alta y media rotación, a la vez que tiene un menor riesgo comparado a otros sectores de la economía. En nuestro caso al ser nuestros intermediarios empresas con gran respaldo económico podemos usar el factoring para descontar las facturas en cualquier institución bancaria. También nos favorece que las tasas de interés activas han disminuido, por tanto, ahora el crédito no es tan costoso.

c) Social

En el ámbito sociocultural, el Perú es producto de un mix que toma como base a las culturas: Quechua, Aymara y Española; además de otras culturas minoritarias y este proceso de fusión se ha visto enriquecido por las diversas migraciones que han llegado en los últimos siglos. Es por ello que somos un crisol de culturas. Sin embargo, aún existe un racismo y discriminación solapada.

Actualmente la cultura peruana se ve moldeada por nuevas tendencias particulares, según Arellano Marketing, como el empoderamiento de la mujer, el incremento de la clase media, la fuerte relación con el internet en la gente joven, así como el incremento y fortalecimiento de la conciencia ambientalista.

Por otro lado, de acuerdo al Índice de Desarrollo Humano del PNUD, la esperanza de vida promedio del peruano es de 74 años encontrándonos de esta manera en el puesto 77 de 187 países. Este índice no solo mide el desarrollo económico y el ingreso sino también el acceso a educación, libertad de expresión, democracia y salud. El que el nuestro país no puntúe más alto se relaciona principalmente a la desigualdad que hay con respecto a las zonas urbano marginales de las ciudades y en las zonas rurales del país, por ejemplo, aunque el promedio de ingreso mensual per cápita fue de S/. 962 según el INEI en el 2018, muchas personas viven con bastante menos ingreso.

En el actual panorama de la pandemia, sin embargo, se prevé que estas cifras cambiarán drásticamente. Además de encontrarnos en un periodo de aislamiento social, lo cual restringe las reuniones familiares y sociales. Por ahora no se están realizando, tampoco eventos deportivos, culturales o sociales. Se podría afirmar que hay un stress colectivo en nuestra sociedad; sin embargo, a pesar de todo ello el consumo de alimentos es necesario y continúa, quizás con un leve declive, pero continúa. Además, siempre la gente quiere darse “sus gustitos” y eso nos favorece en el sentido que el público quiere romper la rutina en alimentación y probar cosas nuevas. Recordemos que uno de los grandes placeres de la vida es el comer.

d) Tecnológico

Hoy en día las empresas peruanas están optando por incorporar nuevas tecnologías en sus procesos de producción y comercialización. Por ello cada día las empresas están entendiendo que el automatizar sus procesos conlleva a la mejora continua de sus productos.

Esto es muy observado en las medianas y grandes empresas más que en años anteriores. La transformación digital y la incorporación de sistemas integrados ERP empieza a ser algo natural en las empresas y cada vez más organizaciones las están usando.

Se prevé tener, a fines del presente año, a compañías más consolidadas en el uso de tecnologías, y mucho más ahora debido a la coyuntura de aislamiento frente al Covid 19, a su vez las organizaciones están empleando nuevas estrategias digitales en la producción y comercialización de productos y en la relación con sus clientes.

Según el INEI en las grandes medianas y pequeñas empresas que desarrollaron alguna actividad tecnológica en el 2015 se registraron 76 mil 886 empresas que de las cuales 91.3% hicieron uso de computadoras, el 88.5 % del servicio de internet el 16.6% hicieron uso de intranet y el 6.3% de extranet asimismo el 94.3% utilizaron telefonía móvil y el 88.2% telefonía fija.

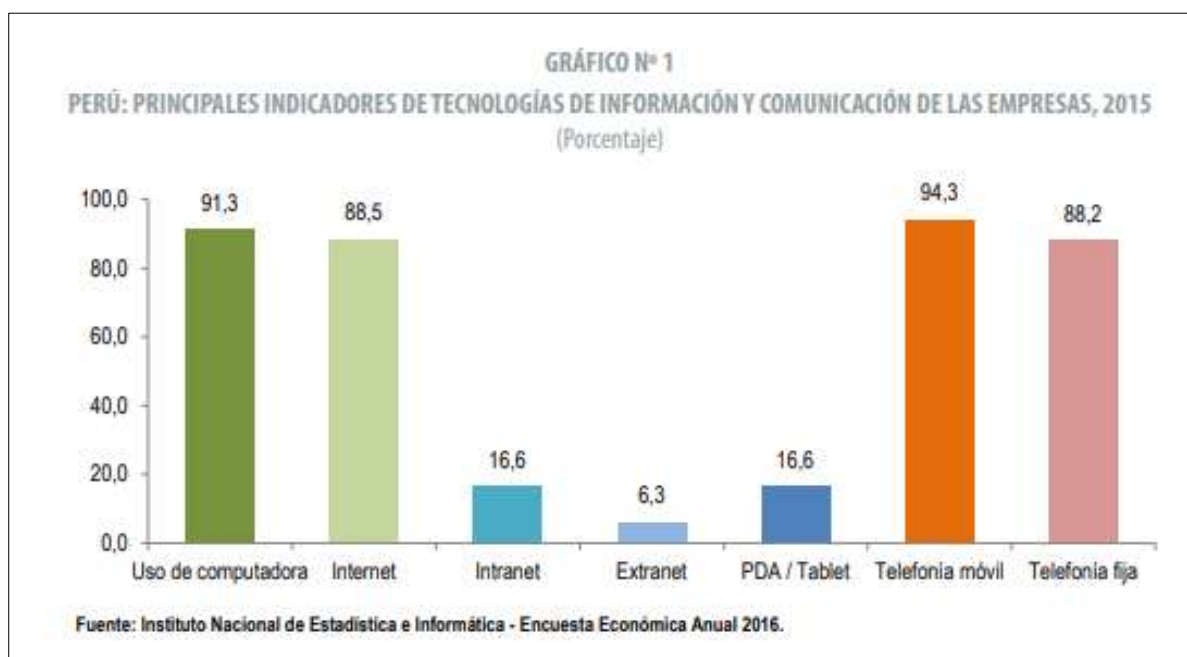


Figura 15. Indicadores de tecnologías de información y comunicación de las empresas.

Recuperado de Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (2016). Perú: Tecnologías de información y comunicación en las empresas 2015. Recuperado de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf

En el rubro alimenticio hay cada vez más equipos y maquinaria que ayudan en la reducción de costos, así como nuevos agregados químicos, preservantes y saborizantes que son menos nocivos para la salud humana y para el medio ambiente. A todo lo expuesto tenemos que agregar el software para el almacenamiento, control de inventarios, transporte y seguimiento GPS de los productos alimenticios para que lleguen en óptimas condiciones y en el tiempo exacto a los clientes. Mención aparte merece toda la tecnología para el registro y monitoreo de clientes.

e) Ecológico

Nuestro país se encuentra en una, todavía, leve tendencia con respecto al tema ecológico, puesto que tiene múltiples tareas en el ámbito medioambiental a implementar, que tienen que ver con la protección y declaración de reservas naturales, el trabajo en contra de la tala indiscriminada, la deforestación y la minería ilegal.

En el ámbito específico del cuidado del medio ambiente en las zonas urbanas, el enfoque actualmente está en la disminución del uso de petro-plásticos mediante el gravamen con impuestos a algunos productos descartables de tecnopor y plástico, como bolsas, vasos, platos, cubiertos, etc. La legislación peruana restringirá paulatinamente el uso de los mismos, dándoles una barrera de cuatro años.

En lo referente a transporte, generación de energía y vivienda hay, en la actualidad, un agresivo plan de expansión en el uso del gas natural, en reemplazo del petróleo y derivados, a su vez, hay mayor atención gubernamental, en el largo plazo, al uso de energías renovables. En el sector alimenticio, específicamente se tiene el avance en la conservación de alimentos con nuevos procesos, nuevos sistemas de refrigeración y nuevos insumos químicos más amigables con el medio ambiente; esto incluye a los empaques de productos alimenticios que tienen una tendencia cada vez mayor hacia componentes biodegradables y reciclables (cajas, envolturas, empaques, etc). Está presente, también, la mayor consciencia social respecto al cuidado

ambiental y la búsqueda de productos alimentarios con menores aditivos artificiales. Ello nos favorece, pues nuestro producto tiene sólo un mínimo componente artificial, lo necesario para su conservación y no tiene saborizantes artificiales,

3.3 Análisis FODA

a) Fortalezas

- Producto innovador.
- Único producto en el mercado que es elaborado a base de bambú.
- Variedad de sabores tipo gourmet.
- Empaque diferenciado y biodegradable.

b) Debilidades

- No contar con todo el capital necesario, por lo que tendremos necesidad de financiamiento.
- Se requieren grandes esfuerzos de marketing.
- Marca nueva en el mercado.
- Bajo poder de negociación con la red de distribución.

c) Oportunidades

- Diferenciación del producto a través de nuevos ingredientes y sabores.
- Producto de consumo masivo en su segmento y con alta rotación.
- Oportunidad de crecimiento en un segmento poco explotado con este producto.
- Uso de medios digitales, redes sociales y aplicaciones para mejorar la comunicación con clientes.

d) Amenazas

- Competidores establecidos con experiencia en el sector y gran presencia en el mercado de snacks.
- Costumbre del consumidor a preferir el sabor tradicional de los competidores.

- Ingreso de nuevos competidores.
- Aparición de productos importados con insumos y sabores similares.
- Desplome del consumo interno.

Tabla 16

Matriz Foda Cruzado.

		Fortalezas			%	V	T	Debilidades			%	V	T
		F1	Producto innovador.	0.18	4	0.72	D1	No contar con todo el capital necesario, por lo que tendremos necesidad de financiamiento.	0.06	2	0.12		
		F2	Único producto en el mercado que es elaborado a base de bambú.	0.16	4	0.64	D2	Se requieren grandes esfuerzos de marketing.	0.08	1	0.08		
		F3	Variedad de sabores tipo gourmet.	0.1	3	0.3	D3	Marca nueva en el mercado.	0.16	1	0.16		
		F4	Empaque diferenciado y biodegradable.	0.12	3	0.36	D4	Bajo poder de negociación con la red de distribución.	0.14	1	0.14		
		SUMATORIA			0.56	SUMATORIA			0.44				
Oportunidades		%	V	T	ESTRATEGIAS FO			ESTRATEGIAS DO					
O1	Diferenciación del producto a través de nuevos ingredientes y sabores.	0.18	4	0.72	F1, F2 - O1, O2: Utilizar el conocimiento del mercado para captar clientes interesados en el consumo de productos innovadores y saludables.			D1, D2 - O1, O2, O3: Planificar activaciones en puntos de venta para posicionar el producto y captar clientes					
O2	Producto de consumo masivo en su segmento y con alta rotación.	0.1	3	0.3									
O3	Oportunidad de crecimiento en un segmento poco explotado con este producto.	0.12	3	0.36									
O4	Uso de medios digitales, redes sociales y aplicaciones para mejorar la comunicación con clientes.	0.16	4	0.64	F3, F4-O3, O4: Aprovechar la alta demanda de snacks para posicionarnos en los puntos de venta preferidos por los consumidores.			D3 - O4: Utilizar el Feedback de nuestros consumidores en redes sociales para el desarrollo de nuevos productos					
SUMATORIA		0.56											
Amenazas		%	V	T	ESTRATEGIAS FA			ESTRATEGIAS DA					
A1	Competidores establecidos con experiencia en el sector y gran presencia en el mercado de snacks.	0.12	3	0.36	F2, F3 - A1, A2: Aplicar campañas de marketing digital para posicionar nuestro producto en el mercado de snacks.			D2, D3 - A1, A2: Promocionar el valor nutricional de nuestro producto y los beneficios de su consumo.					
A2	Costumbre del consumidor a preferir el sabor tradicional de los competidores.	0.08	2	0.16									
A3	Ingreso de nuevos competidores.	0.06	2	0.12									
A4	Aparición de productos importados con insumos y sabores similares.	0.08	2	0.16	F1, F4 - A3: Hacer uso del capital para el abastecimiento de materia prima a fin de no afectar la producción			D1 - A3: Ofrecer plan de capacitación al personal en el rubro de producción de alimentos					
A5	Desplome del consumo interno.	0.1	3	0.3									
SUMATORIA		0.44											

Nota: Elaboración propia.

Tabla 17

Matriz EFI.

MATRIZ EFI				
FACTORES EXTERNOS CLAVES				
FORTALEZAS		Ponderación	Clasificación	Puntuación
F1	Producto innovador.	0.18	4	0.72
F2	Único producto en el mercado que es elaborado a base de bambú.	0.16	4	0.64
F3	Variedad de sabores tipo gourmet.	0.10	3	0.30
F4	Empaque diferenciado y biodegradable.	0.12	3	0.36
DEBILIDADES				
D1	No contar con todo el capital necesario, por lo que tendremos necesidad de financiamiento.	0.06	2	0.12
D2	Se requieren grandes esfuerzos de marketing.	0.08	1	0.08
D3	Marca nueva en el mercado.	0.16	1	0.16
D4	Bajo poder de negociación con la red de distribución.	0.14	1	0.14
Total		1.00		2.52

Nota: Elaboración propia.

Se obtuvo un puntaje de 2.52 lo cual indica que es una organización internamente fuerte y con posibilidades en el mercado, además nos ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

Tabla 18

Matriz EFE.

MATRIZ EFE				
FACTORES EXTERNOS CLAVES				
OPORTUNIDADES		Ponderación	Clasificación	Puntuación
O1	Diferenciación del producto a través de nuevos ingredientes y sabores.	0.18	4	0.72
O2	Producto de consumo masivo en su segmento y con alta rotación.	0.10	3	0.30
O3	Oportunidad de crecimiento en un segmento poco explotado con este producto.	0.12	3	0.36
O4	Uso de medios digitales, redes sociales y aplicaciones para mejorar la comunicación con clientes.	0.16	4	0.64
AMENAZAS				
A1	Competidores establecidos con experiencia en el sector y gran presencia en el mercado de snacks.	0.12	3	0.36
A2	Costumbre del consumidor a preferir el sabor tradicional de los competidores.	0.08	2	0.16
A3	Ingreso de nuevos competidores.	0.06	2	0.12
A4	Aparición de productos importados con insumos y sabores similares.	0.08	2	0.16
A5	Desplome del consumo interno.	0.10	3	0.30
Total		1.00		3.12

Nota: Elaboración propia.

Se obtuvo un puntaje de 3.12 lo cual indica que es una organización que respondería muy positivamente a las oportunidades y amenazas, de tal forma los gerentes puedan formular estrategias o tácticas que nos permitan aprovechar las oportunidades, así como reducir las posibles amenazas o disminuir sus consecuencias dentro de la organización.

3.4 Objetivos.

3.4.1 Objetivo General.

Proporcionar al mercado limeño una variedad de nachos tipo gourmet que incorporen como valor agregado la diferenciación de su ingrediente principal, que es el brote de bambú, además de sus ingredientes adicionales como: ají charapita, tomillo, albahaca, culantro y otros vegetales andinos y amazónicos.

3.4.2 Objetivos Específicos.

- Iniciar operaciones en el 3er. trimestre del año 2020.
- Tener el retorno de la inversión en el horizonte de evaluación que se ha establecido.
- Posicionar nuestra marca de forma que sea reconocida por sus productos de alta calidad, sabor y presentación tipo gourmet.
- Lograr nuestro posicionamiento en el primer año.
- Mejorar constantemente operaciones de producción y distribución de nuestro producto para elevar los niveles de rendimiento.

Desarrollar una constante investigación y desarrollo de productos y nuevas fórmulas, sabores y presentaciones para nuestros nachos de bambú.

3.5 Estrategias Genéricas de Porter

Estrategias:

Dentro de nuestro Plan de Marketing y enmarcado en la estrategia de diferenciación, tendremos un conjunto de sub-planes que consistirán en aplicar las estrategias que salieron con más alta puntuación en el análisis matriz cuantitativa de estrategias y en el análisis del cruce foda, estas estrategias son:

3.5.1 Desarrollo de Mercado.

Consideraremos que, al ser nuestros snacks de bambú, fusionado con finas hierbas e insumos amazónicos, un producto totalmente nuevo e innovador, crearemos un nuevo mercado, el cual tenemos que fomentar, desarrollar, incentivar y hacer crecer. Las actividades que emplearemos en esta estrategia están descritas líneas arriba. También, se realizarán diversas actividades de marketing directo en los puntos de venta como activaciones, degustaciones de nuestro producto con ayuda de impulsadoras y degustadoras, como ya, también, se había mencionado tendremos una interesante campaña de lanzamiento para dar a conocer acerca de nuestro ingreso al mercado. De otro lado, igualmente, tendremos una gran cobertura publicitaria direccionada a nuestro mercado objetivo. Tendremos una intensa y permanente publicidad de social media en los principales medios digitales como: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Tik Tok, etc. Todo ello sumado, de igual manera, a nuestra página web. También, utilizaremos a influencers que nos ayudaran a posicionar la marca.

3.5.2 Desarrollo de Producto.

Mantendremos una constante y continúa investigación de mercados para estar sondeando y recibiendo información y feed back de parte de todos nuestros clientes, viendo sus tendencias de consumo, sus gustos, preferencias, sabores, estilos de vida, hábitos y costumbres, de esta forma podremos obtener la información necesaria para desarrollar los productos que ellos están esperando encontrar.

a) Estrategias Funcionales en las áreas de Marketing, Recursos Humanos, Innovación y Desarrollo

- Estrategias Funcionales de Marketing: Haremos continuas investigaciones de Mercado y mantendremos continua comunicación con nuestros clientes a través de todos los medios posibles. Una línea telefónica de atención al cliente, atención vía correos electrónicos a los que escriban a nuestras páginas web,

mensajes en Facebook Instagram WhatsApp etc., así como los comentarios que, también, hagan en nuestro fanpage de Facebook, Instagram, You Tube. Esto será manejado por un Community Manager que tendrá toda la información de nuestra empresa para que pueda responder de forma adecuada y atender a nuestros clientes prontamente.

- Estrategias Funcionales de Recursos Humanos: Brindaremos capacitación permanente a todos nuestros colaboradores previo a esto tendremos un riguroso proceso de reclutamiento y selección de personal para contratar a las personas idóneas en cada puesto de nuestra organización y durante su permanencia en nuestra empresa tendremos una evaluación de desempeño cada tres meses para evaluar a cada trabajador.
- En las Estrategias Funcionales de Innovación y Desarrollo: Fomentaremos la creatividad, imaginación para la solución de problemas e innovación permanente. Como ya se mencionó brindaremos constante capacitación para el desarrollo de todos nuestros colaboradores. Estaremos al tanto de todas las informaciones en el rubro alimenticio, tanto a nivel Perú, como a nivel internacional, las últimas tendencias en alimentación, los nuevos procesos productivos, formas de presentación en el empaque, formas de distribución, etc. También, buscaremos acceder a informaciones recientes de universidades o centros de innovación tecnológica en nuestro país, que nos ayuden a estar un paso adelante en el tema de innovación y desarrollo; incluso en áreas que no tienen que ver mucho con nuestra empresa, pero que pueden influir, como son: la parte de tecnologías de la información, informática, automatización, robótica, industria 4.0, etc.

3.6 Matriz de Ansoff (Desarrollo Producto/Mercado)

Nuestra empresa utilizará, principalmente, la estrategia de desarrollo de producto.

	Productos Actuales	Productos Nuevos
Mercados actuales	Penetración en el mercado: Utilizar incentivos económicos para aumentar el consumo, podría ser mediante promoción o cambio de imagen o precios.	Desarrollo del producto: Modificar o ampliar algunos valores en la panadería, intentar algo nuevo, nuevas ideas.
Mercados nuevos	Desarrollo del mercado: En un tiempo determinado(6 años aprox) podríamos hacer una expansión, y atraer la clientela de otros medios, nuevos canales de distribución o publicidad.	Desarrollo del producto: Concentrarnos en el desarrollo de algo nuevo, nuevos productos.

*Figura 16.*Matriz de Ansoff.

Recuperado de Loo Rodríguez, M. (04 de julio 2017). ¿La matriz de Ansoff sigue vigente?

Recuperado de <https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-matriz-de-ansoff-sigue-vigente/>

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Criterios de segmentación.

A continuación, la descripción de nuestro público objetivo tomando en cuenta los criterios de segmentación más adecuados a nuestro producto.

4.1.1.1 Segmentación Geográfica.

- Área de influencia es en Lima Metropolitana y Callao.
- Distritos de influencia son los 42 distritos De Lima y siete distritos del Callao.

4.1.1.2 Segmentación Demográfica.

- Género: Masculino y Femenino.
- N.S.E.: “A” y “B”
- Edad: De 18 a 29 años.

4.1.1.3 Segmentación Psicográfica.

- Rasgos de personalidad propios de su edad: sociables, extrovertidos, gregarios.
- Estilo de vida activo y dinámico.
- En cuanto a su educación básica mayormente lo han realizado en colegios privados.
En lo referente a estudios superiores están en proceso o han cursado educación superior técnica y/o universitaria.
- Tienen una cultura del cuerpo no tan exigente, permitiéndose ciertas licencias en cuanto a la alimentación (sin dietas o régimen alimentario controlado).
- No son rígidos, sino que se arriesgan a experimentar diferentes cosas, sabores nuevos.

4.1.1.4 Segmentación Conductual.

- Buscan productos y servicios de calidad.
- Frecuencia de compra media e intensiva.

- Desean una esmerada atención.
- Buscan precios razonables.
- Prefieren productos y servicios que ofrezcan mayor valor agregado.
- Consumidores informados y exigentes.
- Con una nueva consciencia social y ecológica.
- Siguen las tendencias de consumo y la moda.

4.1.2 Marco Muestral.

A continuación, mostramos los elementos de la población utilizada para seleccionar nuestra muestra.

Nivel de confianza = 95 %

Probabilidad de éxito = 50%

Probabilidad de fracaso = 50%

Margen de error = 5%

n	$=$	$\frac{Z^2 * p * q}{e^2}$	$=$	$\frac{(1.96^2) * 50\% * 50\%}{(0.05^2)}$	$=$	384
-----	-----	---------------------------	-----	---	-----	------------

Figura 17. Cálculo del marco muestral.

Fuente: Elaboración propia.

El resultado es 384 muestras para la viabilidad del proyecto en un escenario real, siendo nuestra muestra exigida de 100 encuestas.

Tabla 19

Marco Muestral.

ZONA	POBLACION 2020	EDAD (20 - 29)	NSE AB	MERCADO POTENCIAL 2020	PARTICIPACION M. POTENCIAL	Nº ENCUESTADOS POR DISTRITO
Lima metropolitana	9,850,193	21.267%	27.70%	580,261	100.00%	100
TOTAL	9,850,193			580,261	100.00%	100

Nota: Elaboración propia.

4.1.3 Entrevistas a profundidad.

4.1.3.1 Entrevista a profundidad a Ingeniero Agroindustrial.

Ing. Edwin Chávez Prado

Experiencia: Más de 10 años

Especialidad: Ingeniería Agroindustrial

N° CIP: 73891

Conclusiones de la entrevista:

- 1) Respecto a la factibilidad del uso de Bambú para la elaboración de alimentos, el especialista determinó que la materia prima directa a utilizar sea el brote de bambú, debido a sus diversos beneficios en proteínas, fibra, fósforo y vitaminas, lo cual contribuye a cubrir determinados porcentajes en la ingesta diaria de alimentación de la persona. Teniendo en cuenta las características particulares del bambú el especialista recomienda que sea elaborada a través del proceso de deshidratación y luego hornearla para que pueda quedar crujiente.
- 2) El especialista diseñó la fórmula para el producto final, la cual se detalla en las fichas técnicas de los snacks de bambú para cada sabor y presentación, determinando que sólo el brote de bambú deshidratado será utilizado como materia prima directa, en este caso el tipo de concentración de los componentes en términos porcentuales es el mismo en las tres variedades, pero logrando diseñar una fórmula diferente por cada uno de los volúmenes en presentación. Además, el especialista considera que un Snack elaborado en base a brotes de bambú es del tipo saludable y que el sabor tiene que ser controlado por finos ingredientes, recomendando el uso de componentes que le brindan sabores diversos y poco consumidos, para lograr el sabor picante el especialista recomendó el uso de ají charapita en polvo entre otros

tipos de ají de nuestro país, así como finas hierbas aromáticas tradicionales peruanas y, también, tener una variedad natural, solamente salado.

- 3) Respecto a las necesidades en el diseño y tecnología para el proceso de producción de los snacks de bambú, se requieren de maquinarias de industria alimenticio como: deshidratadoras, cortadoras, envasadoras y equipos de refrigeración; además, de otros equipos como: mesas de trabajo especiales hechas en acero inoxidable, teniendo en cuenta que ésta aleación es preferida en el sector de los alimentos (acero inoxidable tipo AISI-316, el cual está hecho con una combinación perfecta de níquel, magnesio, acero y cromo); este tipo de aleación aumenta la resistencia a la corrosión general, mejorando la resistencia a temperaturas elevadas, siendo de suma importancia considerar maquinaria y equipos fabricados con este material.
- 4) En cuanto a las necesidades para la producción de nuestros snacks recomendó cumplir con la normativa establecida por HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), con ella eliminamos los riesgos de cualquier tipo de contaminación durante todos los procesos estableciendo un control a cada punto crítico, garantizando de esta forma la inocuidad de nuestros snacks. Cabe resaltar que Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C ha contemplado la implementación de esta normativa.

4.1.4 Focus Group.

4.1.4.1 Focus Group N° 1.

Link del video: Link del video:

<https://www.youtube.com/watch?v=GwdrQKeGHAY&t=1354s>

Tabla 20

Focus Group N° 1.

Datos	Focus Group 1
Fecha	Domingo, 30 de agosto del 2020
Zonas APEIM en Lima Metropolitana y Callao	
Distritos	a. La Molina b. Surco c. San Isidro d. San Borja e. Miraflores f. Jesús María g. Callao
Nivel Socio Económico	A y B
Género de los participantes	Femenino y Masculino
Grupo etario	De 20 a 29 años
Número de participantes	6
Duración	45 minutos aprox.
Objetivos	Conocer hábitos de consumo y preferencias. Conocer la valoración de atributos y características de los productos actuales y sus empaques. Indagar acerca de la apertura y receptividad hacia nuevos productos y sabores. Saber la opinión respecto a nuestra propuesta.

Nota: Elaboración propia.

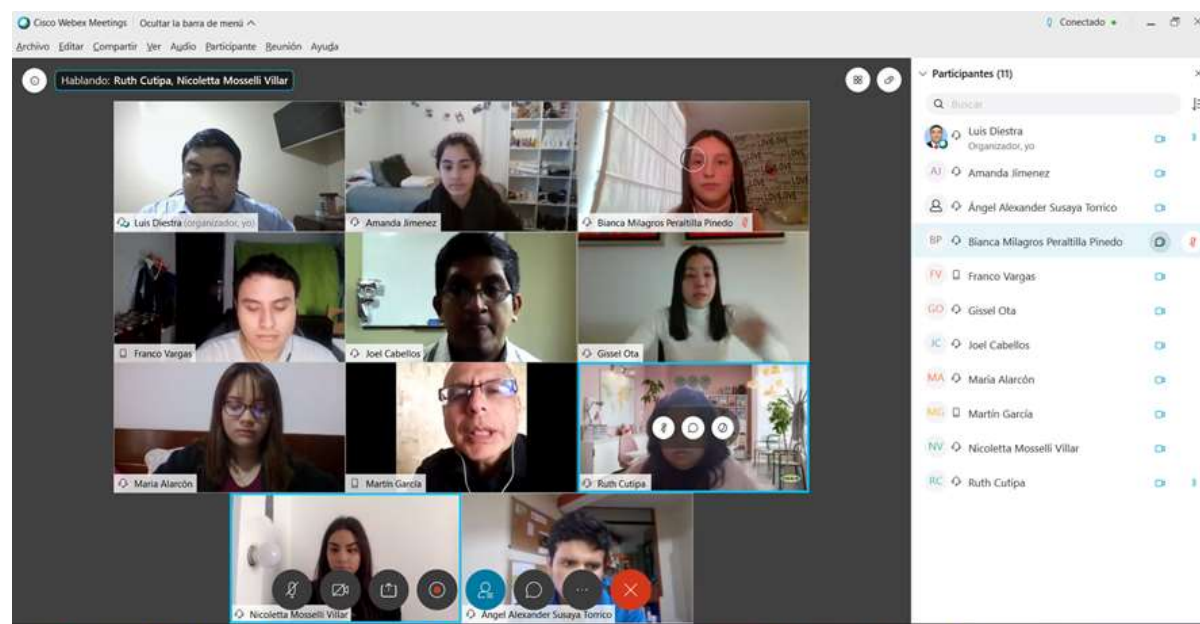


Figura 18. Focus Group 1.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones del Focus Group N° 1

En base a los resultados obtenidos del Focus Group, se concluye lo siguiente:

Hábitos de consumo y preferencias

- El consumo que realizan mayormente es de dos a tres veces por semana. Sólo una invitada dijo consumir una vez por semana.
- Hay un mayor índice de consumo de snacks los fines de semana.
- Generalmente su mayor consumo es en el trabajo en los ratos libres o un breve momento de descanso en plena jornada.
- Igualmente consumen el producto en su centro de estudios.
- En casa, preferentemente, consumen los snacks en momentos de ocio, cuando ven películas, televisión, etc.
- También realizan su consumo en ocasiones especiales.
- Son decisoras de compra o por lo menos influyen en la misma cuando es una compra familiar.
- Mayormente compran en supermercados, luego en bodegas y, finalmente en tiendas por conveniencia.
- Compran de todos los tamaños, incluso los tamaños personales los compran en una cantidad regular para ir consumiendo de a pocos y aprovechar algunas ofertas.
- Usan frecuentemente las redes sociales.

Valoración de atributos y características

- Hay una marcada preferencia por sabores salados y picantes, aunque una invitada dijo que le agradaba el sabor salado, pero no el picante.
- No consumen los snacks tanto por la marca, sino por la calidad y el sabor del producto.

- La totalidad de las participantes es consciente que los snacks no aportan nutrientes, aunque sí grasas saturadas y calorías.
- La mayoría ni se fija en la tabla nutricional impresa en el empaque.
- El empaque no influye mucho en su compra, pero consideran que es un punto a considerar más debido, sobre todo, a la buena conservación de los snacks. Algunas invitadas mencionaron que los empaques actuales hacen mucho ruido al momento de abrirlos.
- Hay una asociación mental de snack con break, pausa, recreo, momento de compartir con gente cercana.
- En caso no encuentren la marca que buscan la reemplazan por otro producto.

Apertura y receptividad hacia nuevos productos y sabores

- La totalidad de invitadas tiene una receptividad y apertura a experimentar nuevos productos en snacks, con sabores diferentes para romper la rutina y tener nuevas experiencias de consumo.
- La valoración de la creatividad e innovación es unánime entre todas las participantes.

Opinión respecto a nuestra propuesta

- En cuanto a nuestro producto hay una buena predisposición y se notó un gran interés por parte de todas las participantes hacia la posibilidad del nuevo ingrediente principal, el bambú, con sabores diferentes de nuestras zonas andinas y amazónicas.
- En cuanto al empaque hay buena receptividad y acogida por parte de todas las invitadas hacia un empaque diferente, biodegradable y con mayores características de conservación de nuestro producto.
- Existe un desconocimiento total respecto a que el bambú es comestible. Una de las invitadas mencionó que sí sabía de su uso medicinal.

4.1.5 Encuestas.

Nuestra presente encuesta está elaborada para conocer el perfil del consumidor y validación del producto. Se realizaron 100 encuestas efectivas de acuerdo a las indicaciones académicas.

Sección 1: Preguntas Filtro

Pregunta 1. Género.

Tabla 21

Encuesta Pregunta1

	Nº	%
a) Hombre	74	49.33%
b) Mujer	76	50.67%
	150	100%

Nota: Elaboración propia.

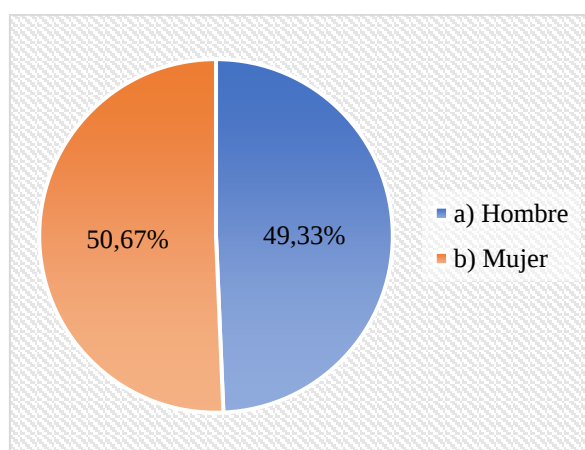


Figura 19. Encuesta Pregunta1.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 2. ¿Cuántos años tiene?

Tabla 22

Encuesta Pregunta2.

	Nº	%
a) Menos de 20 (fin de la encuesta)	9	6.21%
b) 20 – 24	79	54.48%
c) 25 – 29	50	34.48%
d) Más de 40 (fin de la encuesta)	7	4.83%
	145	100%

Nota: Elaboración propia.

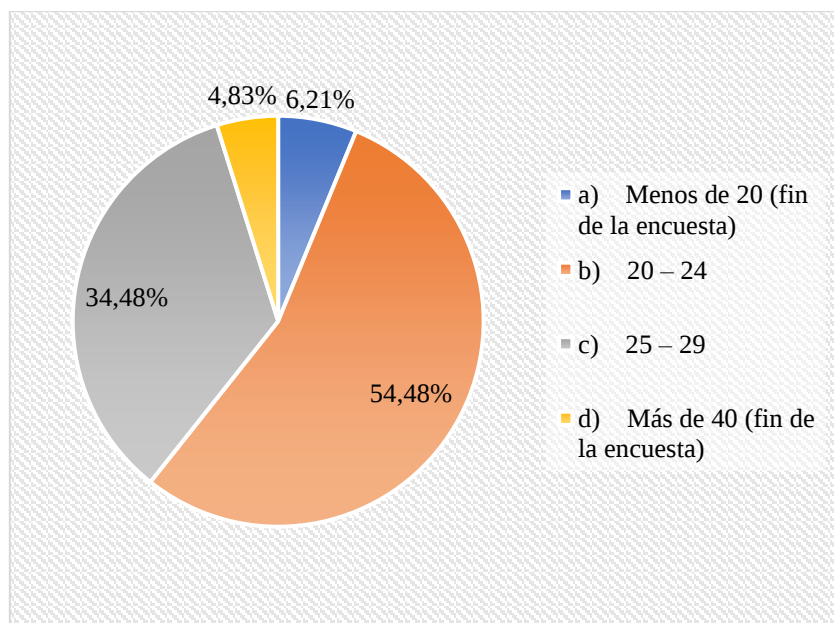


Figura 20. Encuesta Pregunta2.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 3. ¿En qué Zona de Lima vives?

Tabla 23

Encuesta Pregunta3.

	N°	%
a. Lima	80	59.70%
b. Callao	49	36.57%
k. Otros (Fin de la Encuesta)	5	3.73%
	134	100%
N° de ecuestas que pasan filtro	129	

Nota: Elaboración propia.

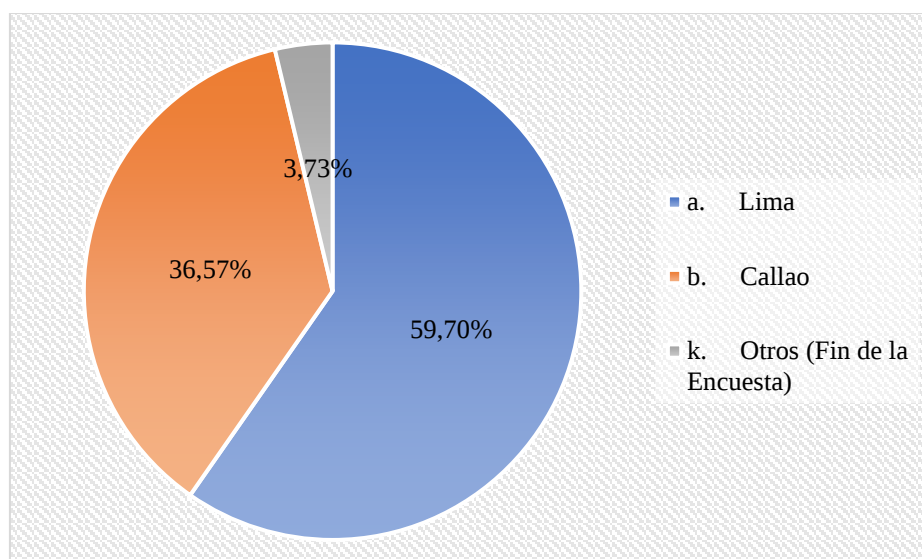


Figura 21. Encuesta Pregunta 3.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 4.¿Indique cuáles son sus ingresos familiares?

Tabla 24

Encuesta Pregunta 4.

	N°	%
a. S/3,970 a menos (Fin de la Encuesta)	5	3.88%
b. S/3,971 – S/7,020	45	34.88%
c. S/7,021 – S/12,660	55	42.64%
d. S/ 12,661 a más	24	18.60%
	129	100%

Nota: Elaboración propia.

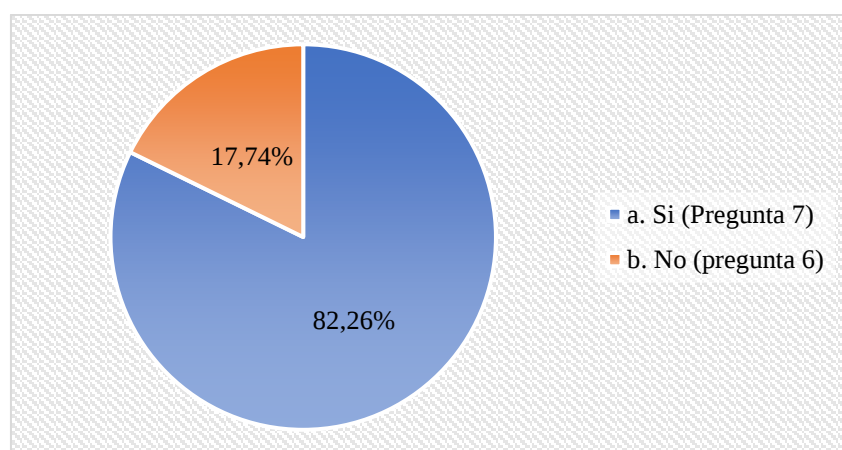


Figura 22. Encuesta Pregunta 4.

Fuente: Elaboración propia.

Sección 2: Perfil del consumidor

Pregunta 5. ¿Consume o ha consumido Snacks?

Tabla 25

Pregunta 5.

	N°	%
a. Si (Pregunta 7)	102	82.26%
b. No (pregunta 6)	22	17.74%
	124	100%

Nota: Elaboración propia.

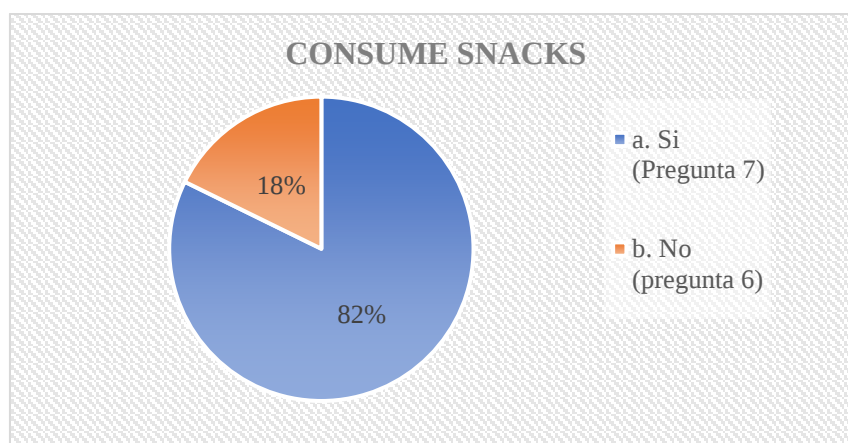


Figura 23. Pregunta 5.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a consumir Snacks a base de Bambú?

Tabla 26

Encuesta Pregunta 6.

	N°	%
a. Si (Pregunta 13)	12	54.55%
b. No (Fin de la encuesta)	10	45.45%
	22	100%
N° de ecuestas que pasan filtro para la validación	12	

Nota: Elaboración propia.

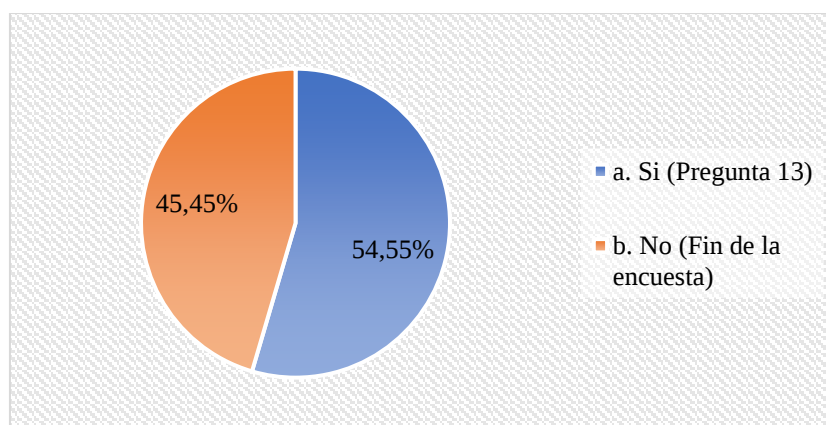


Figura 24. Encuesta Pregunta 6.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 7. ¿Cuáles son las marcas de Snacks que más conoce?

Tabla 27

Pregunta 7.

	Nº	%
a. Vallealto	44	12.1%
b. Nutresa	13	3.6%
c. Villa natura	44	12.1%
d. Karinto	63	17.4%
e. Carter	39	10.7%
f. Terra fértil	13	3.6%
g. Crickets	15	4.1%
h. Inka chips	48	13.2%
i. Cuisine	15	4.1%
j. Lay's	56	15.4%
k. Dyfferent	13	3.6%
	363	100%

Nota: Elaboración propia.

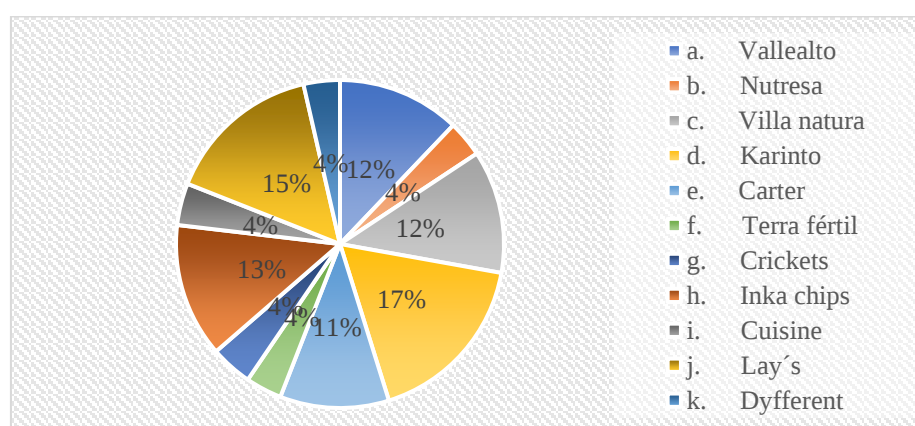


Figura 25. Pregunta 7.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 8. ¿Dónde compra regularmente el producto de la marca de su preferencia?

Tabla 28

Encuesta Pregunta 8.

	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	TOTAL
a. Supermercados	0	15	15	40	32	102
b. Mercados distritales	6	17	42	25	12	102
c. Tiendas por conveniencia	3	15	14	35	35	102
d. Tiendas naturistas	11	22	40	12	17	102
e. Bodegas distritales	13	22	34	23	10	102

	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	TOTAL
a. Supermercados	0.00%	14.71%	14.71%	39.22%	31.37%	100 %
b. Mercados distritales	5.88%	16.67%	41.18%	24.51%	11.76%	100 %
c. Tiendas por conveniencia	2.94%	14.71%	13.73%	34.31%	34.31%	100 %
d. Tiendas naturistas	10.78%	21.57%	39.22%	11.76%	16.67%	100 %
e. Bodegas distritales	12.75%	21.57%	33.33%	22.55%	9.80%	100 %

Nota: Elaboración propia.

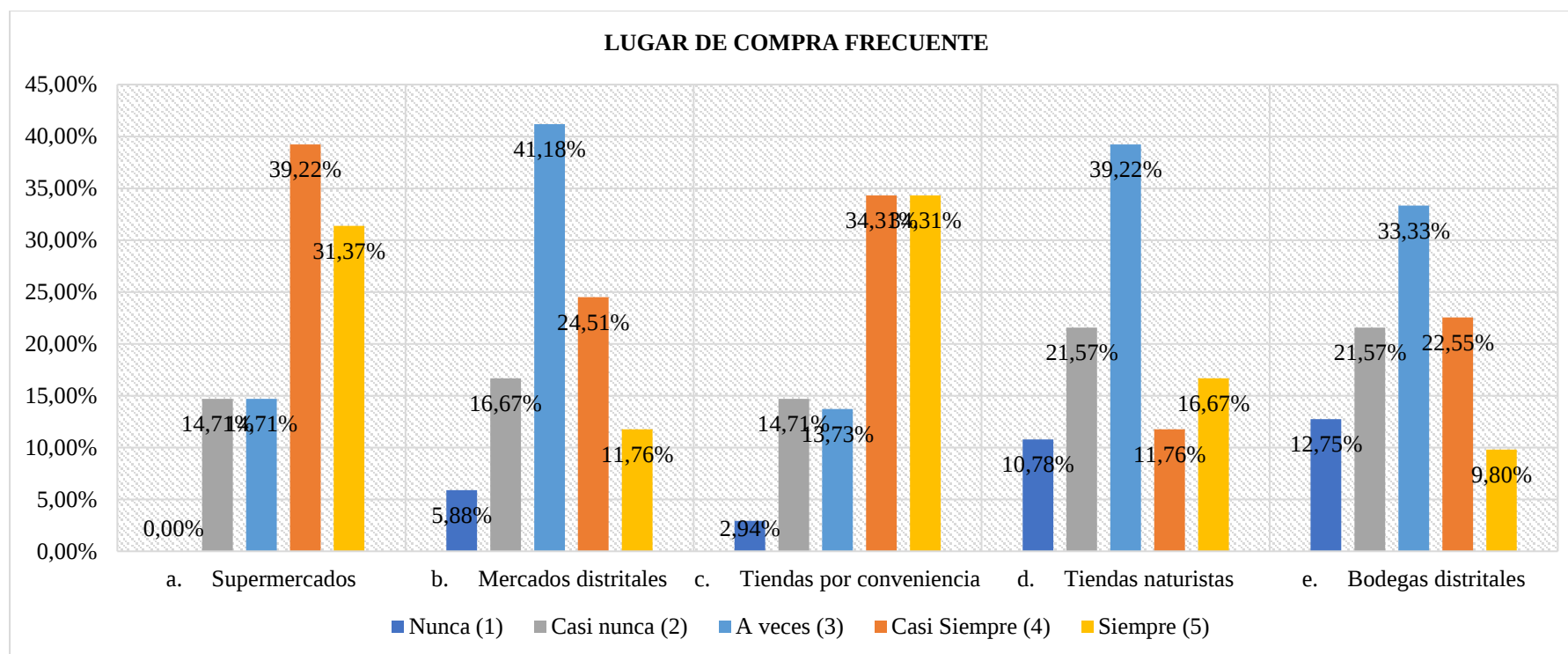


Figura 26. Encuesta Pregunta 8.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 9. ¿Cómo se entera usted de las promociones del producto de la marca de su preferencia?

Tabla 29

Encuesta Pregunta 9.

	N°	%
a. Revistas y periódicos	6	5.9%
b. Redes sociales	52	51.0%
c. Módulos y activaciones en supermercados	27	26.5%
d. Páginas web	17	16.7%
	102	100%

Nota: Elaboración propia.

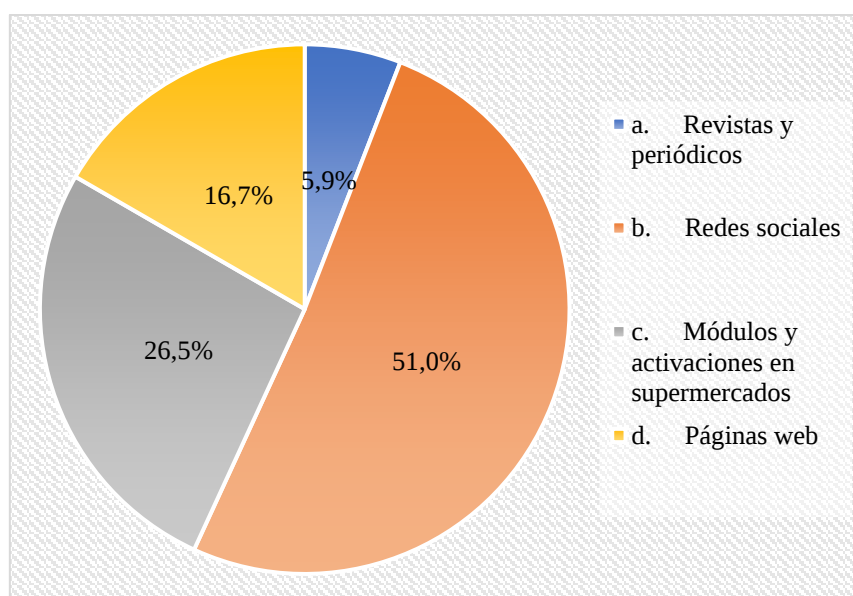


Figura 27. Encuesta Pregunta 9.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 10. ¿Cuánto paga por el producto de la marca de su preferencia?

Tabla 30

Encuesta Pregunta 10.

	N°	%
a. De S/. 2 a S/. 4	24	23.53%
b. De S/. 5 a S/. 7	53	51.96%
c. De S/. 8 a S/. 9	21	20.59%
d. De S/. 10 a más	4	3.92%
	102	100%

Nota: Elaboración propia.

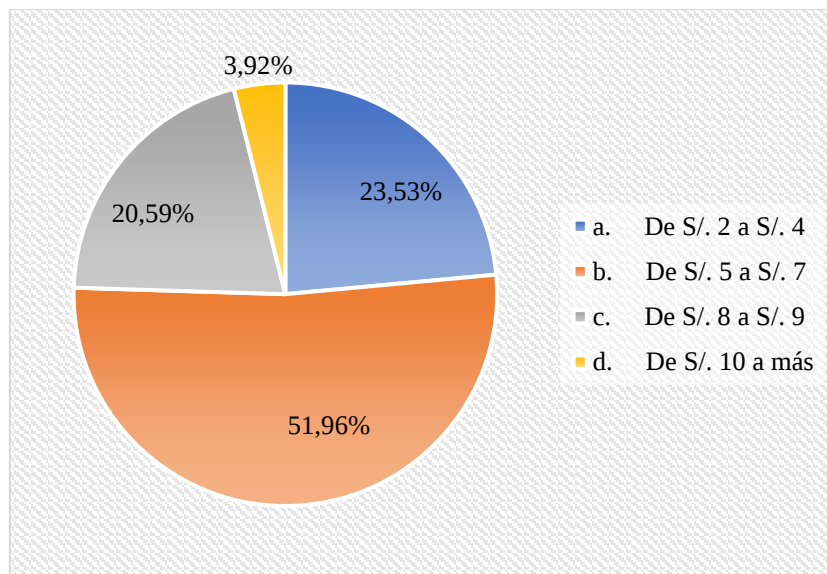


Figura 28. Encuesta Pregunta 10.

Fuente: Elaboración propia.

Sección 3: Validación del Producto

Tabla 31

Encuesta Pregunta 12.

	N°	%
Si	101	88.60%
No (Fin de la encuesta)	13	11.40%
	114	100%
N° de ecuestas que pasan filtro	101	

Nota: Elaboración propia.

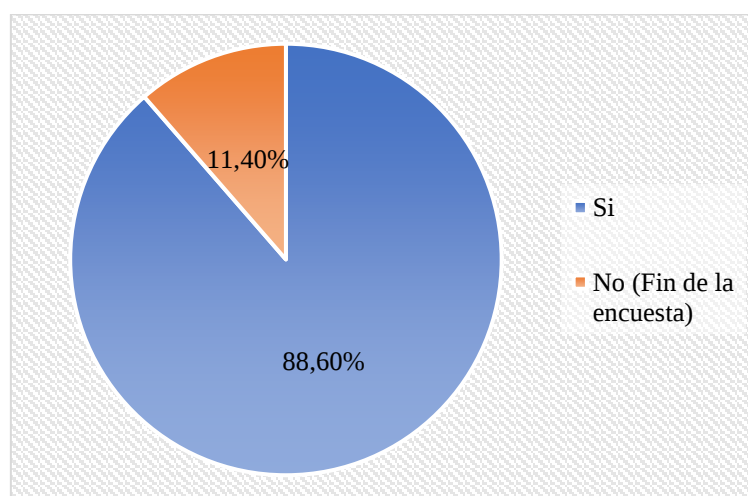


Figura 29. Encuesta Pregunta 12.

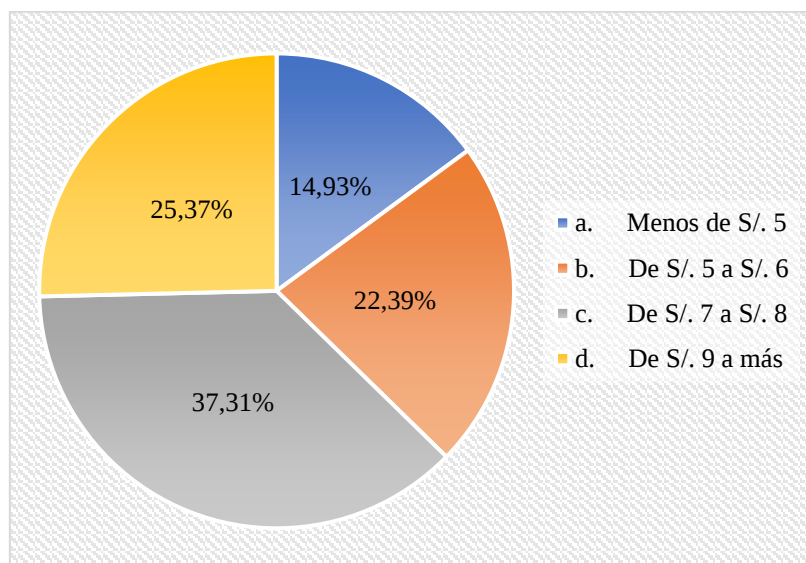
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32

Encuesta Pregunta 14.

	N°	%
a. Menos de S/. 5	10	14.93%
b. De S/. 5 a S/. 6	15	22.39%
c. De S/. 7 a S/. 8	25	37.31%
d. De S/. 9 a más	17	25.37%
	67	100%

Nota: Elaboración propia.



*Figura 30.*Encuesta Pregunta 14.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33

Encuesta Pregunta 15.

	N°	%
a. Menos de S/. 5	5	7.46%
b. De S/. 5 a S/. 6	8	11.94%
c. De S/. 7 a S/. 8	14	20.90%
d. De S/. 9 a más	7	10.45%
	34	51%

Nota: Elaboración propia.

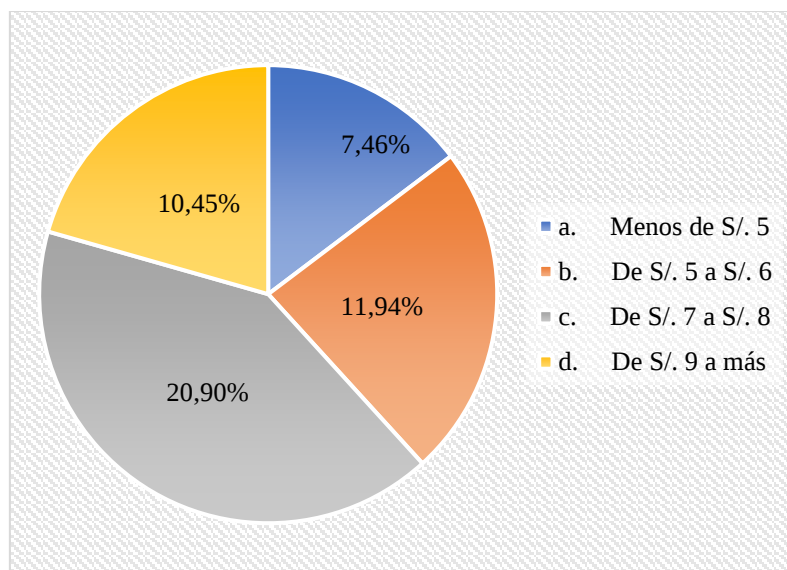


Figura 31. Encuesta Pregunta 15.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34

Encuesta Pregunta 16.

	N°	%
a. Cada semana	25	24.75%
b. Cada quince días	40	39.60%
c. Cada mes	34	33.66%
d. Cada 2 meses	2	1.98%
	101	100%

Nota: Elaboración propia.

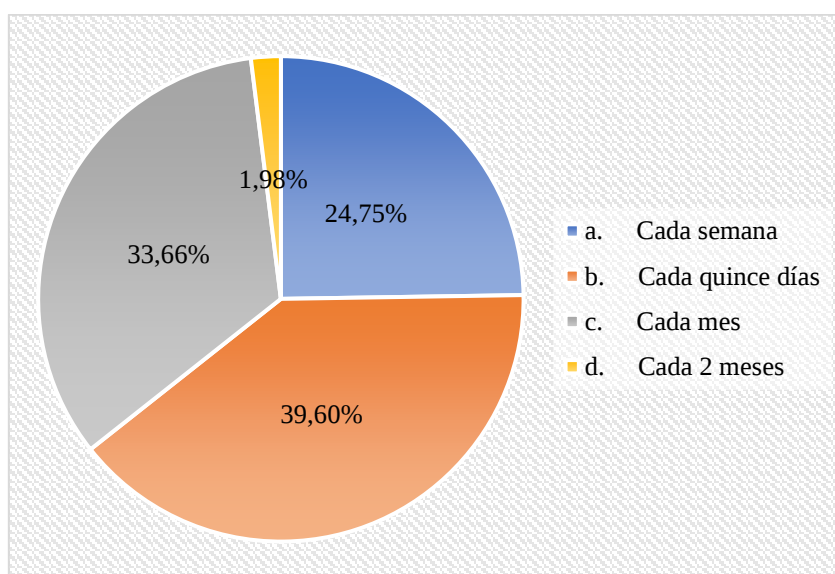


Figura 32. Encuesta Pregunta 16.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 17. ¿Cuántas bolsas compraría en cada compra de nuestro Snack a base de Bambú?

Tabla 35

Encuesta Pregunta 17

	N°	%
a. De 1 a 2	45	44,55%
b. De 2 a 3	45	44,55%
c. De 3 a 4	10	9,90%
d. De 5 a más	1	0,99%
	101	100%

Nota: Elaboración propia.

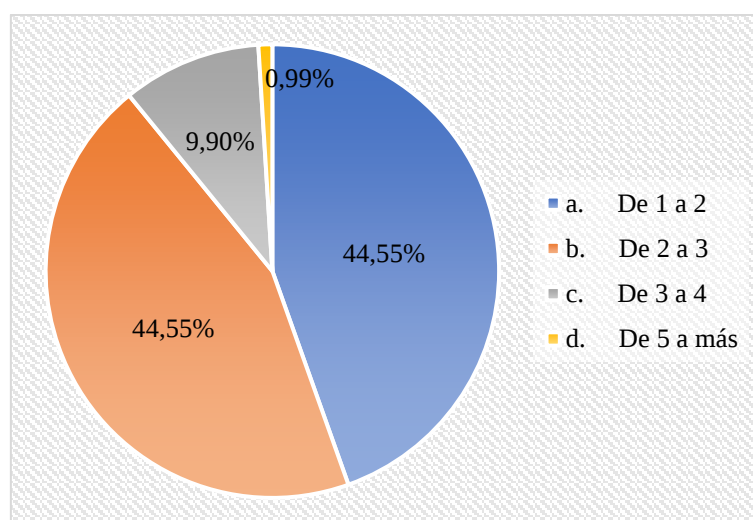


Figura 33. Encuesta Pregunta 17.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 18. ¿En qué estación del año consumiría más nuestro Snack a base de Bambú?

Tabla 36

Encuesta Pregunta 18

	N°	%
a. Primavera	6	5.94%
b. Verano	11	10.89%
c. Otoño	5	4.95%
d. Invierno	15	14.85%
e. Todo el año	64	63.37%
	101	100%

Nota: Elaboración propia.

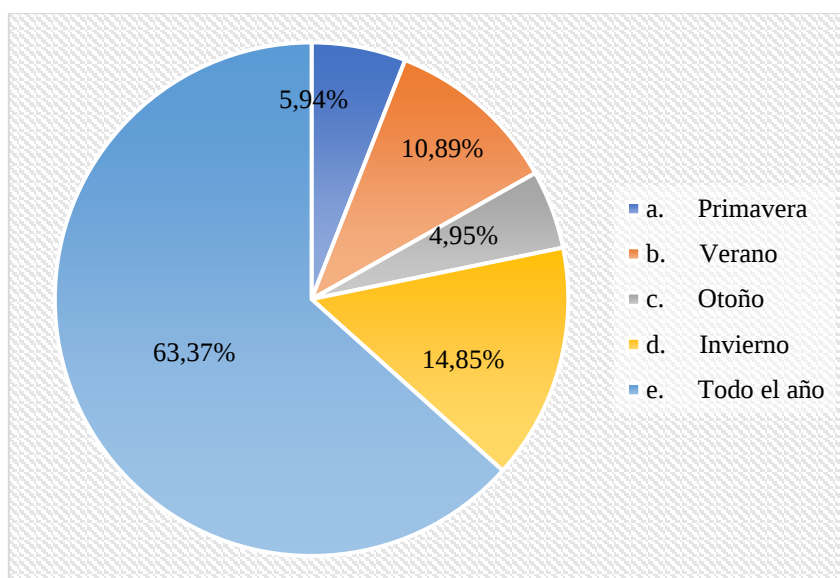


Figura 34. Encuesta Pregunta 18.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 19. ¿Qué sabor de nuestro Snack a base de Bambú preferiría?

Tabla 37

Encuesta Pregunta 19.

	N°	%
a. Bambú Picante	18	17.82%
b. Bambú Finas hierbas	40	39.60%
c. Bambú Salado	43	42.57%
	101	100%

Nota: Elaboración propia.

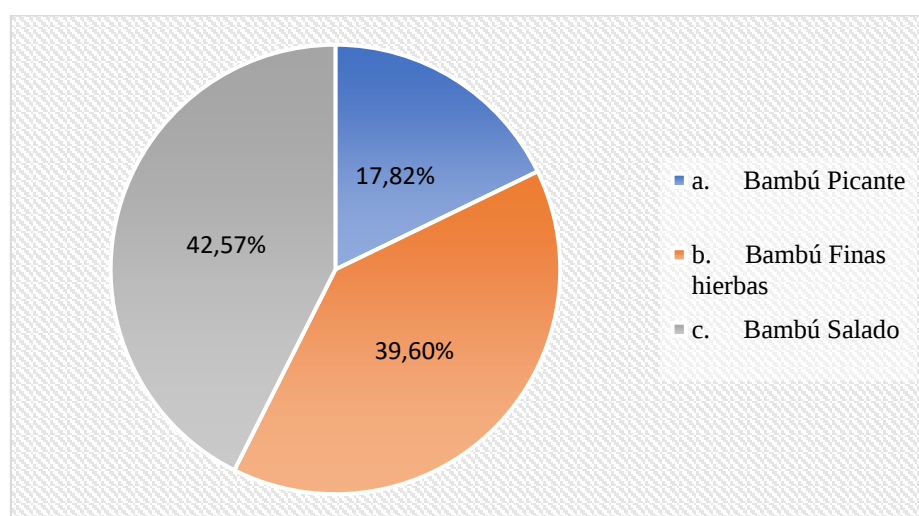


Figura 35. Encuesta Pregunta 19.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 21. ¿Cuál es el atributo que consideraría más importantes en nuestros Snacks a base de Bambú?

Tabla 38

Encuesta Pregunta 21.

		Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)	Totalmente Importante (5)	TOTAL
a.	Presentación	8	18	31	23	21	101
b.	Sabor	6	5	37	27	26	101
c.	Cantidad	1	9	30	30	31	101
d.	Bambú	8	13	28	25	27	101
e.	Beneficios	5	7	21	27	41	101
		Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)	Totalmente Importante (5)	TOTAL
a.	Presentación	7.92%	17.82%	30.69%	22.77%	20.79%	100%
b.	Sabor	5.94%	4.95%	36.63%	26.73%	25.74%	100%
c.	Cantidad	0.99%	8.91%	29.70%	29.70%	30.69%	100%
d.	Bambú	7.92%	12.87%	27.72%	24.75%	26.73%	100%
e.	Beneficios	4.95%	6.93%	20.79%	26.73%	40.59%	100%

Nota: Elaboración propia.

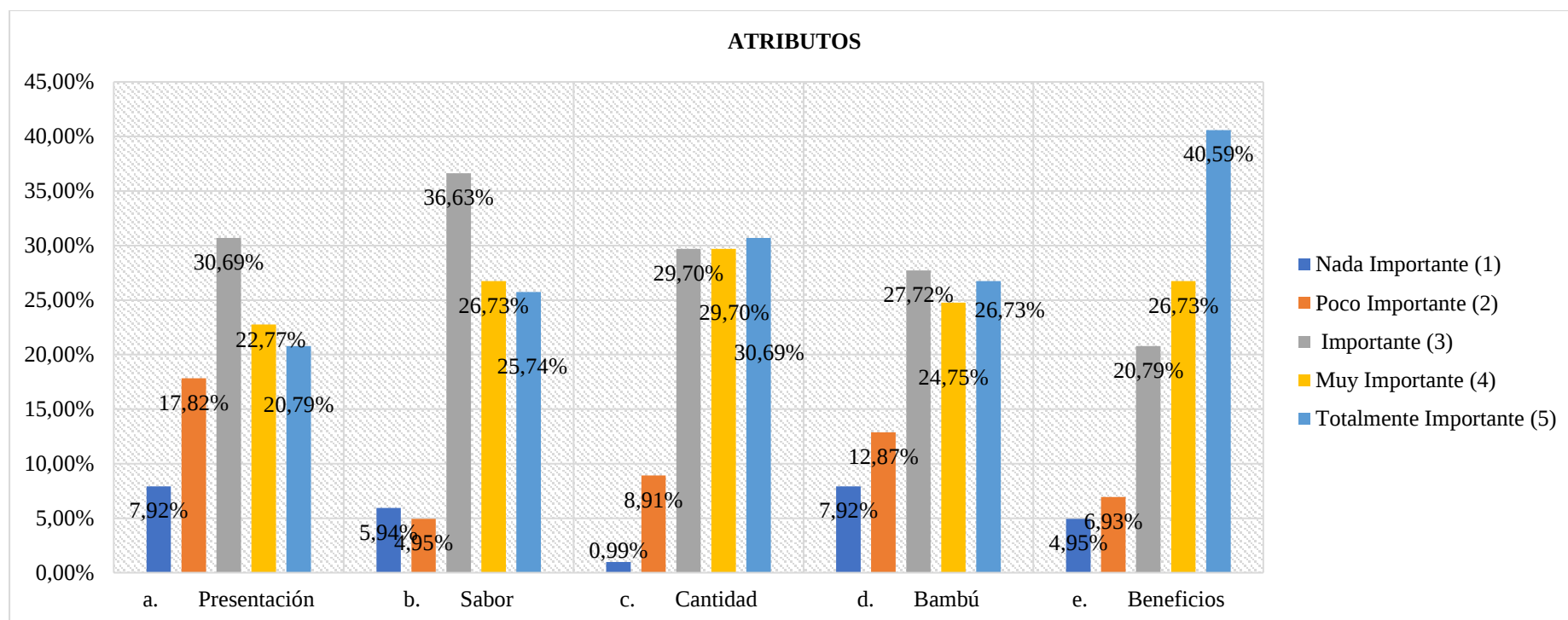


Figura 36. Encuesta Pregunta 21.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 22. ¿Dónde le gustaría recibir publicidad sobre nuestro Snacks a base de Bambú?

Tabla 39

Encuesta Pregunta 22.

		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	TOTAL
a.	Redes sociales	8	18	21	33	21	101
b.	Revistas	6	15	35	27	18	101
c.	Televisión y radio	11	46	11	23	10	101
d.	Publicidad web	8	13	10	35	35	101
e.	Publicidad en activaciones	5	16	12	27	41	101

		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	TOTAL
a.	Redes sociales	7.92%	17.82%	20.79%	32.67%	20.79%	100%
b.	Revistas	5.94%	14.85%	34.65%	26.73%	17.82%	100%
c.	Televisión y radio	10.89%	45.54%	10.89%	22.77%	9.90%	100%
d.	Publicidad web	7.92%	12.87%	9.90%	34.65%	34.65%	100%
e.	Publicidad en activaciones	4.95%	15.84%	11.88%	26.73%	40.59%	100%

Nota: Elaboración propia.

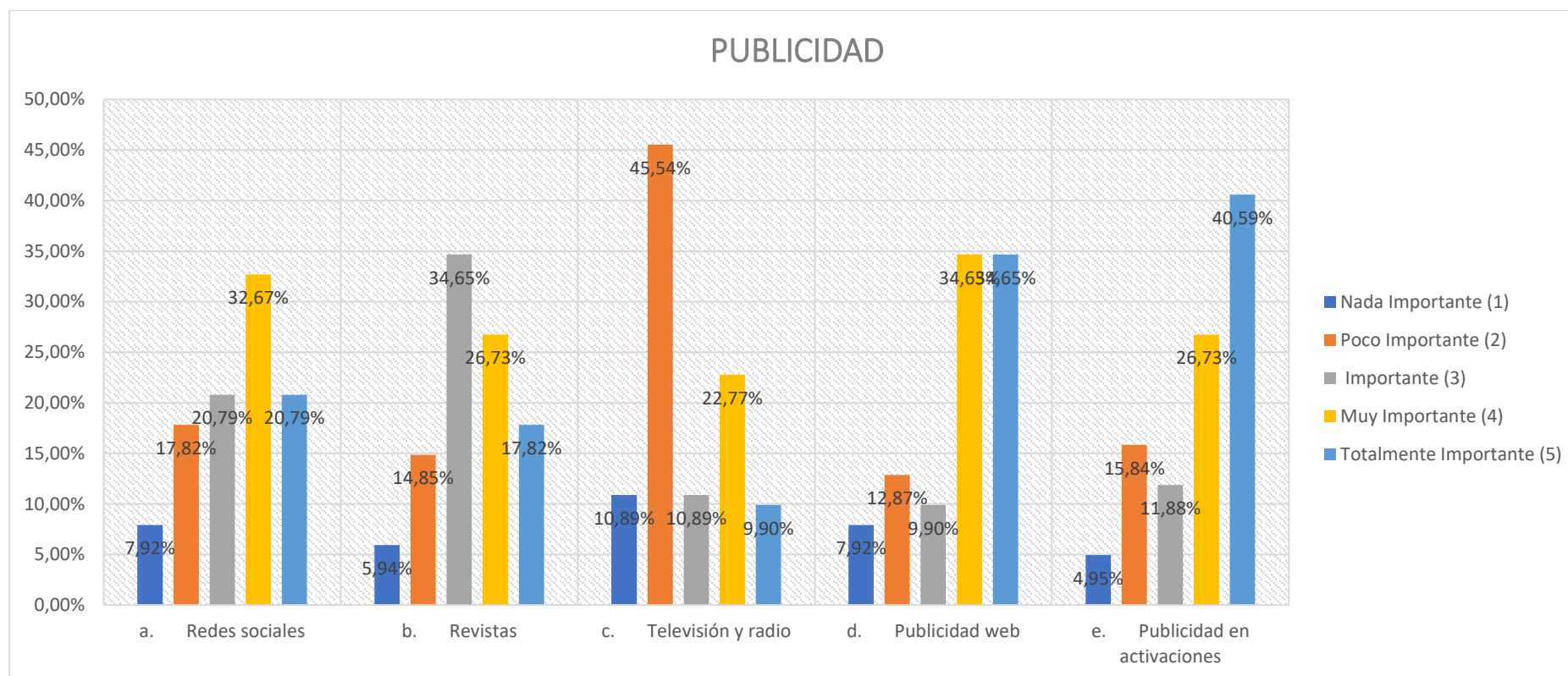


Figura 37. Encuesta Pregunta 22.

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Demanda y oferta

4.2.1 Estimación del mercado potencial.

Para tener un marco referencial, en la tabla siguiente se presenta el consumo per cápita (CPC) en el Perú, comparando con el de otros países de la región latinoamericana. Si bien el consumo viene en aumento, se puede afirmar que el mercado peruano es aún pequeño comparado con el de los demás países de la región.

Tabla 40

Consumo per cápita de Snacks.

País	Población	Ventas (kg)	CPC (kg-persona/año)
Colombia	45 500 000	250 000 000	5
Chile	18 752 405	95 000 000	5,7
Perú	31 237 385	41 500 000	1,33

Nota: Elaboración propia.

Demanda del proyecto en base a data histórica

Para hallar la demanda interna aparente histórica, tomamos como fuente las ventas históricas en toneladas del total de snacks salados en el Perú. Esta información se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 41

Demanda del proyecto en base a data histórica.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nueces, semillas y mezcla de frutos secos	300	400	400	400	400	500
Snacks Salados en hojuelas	5,000	5,200	5,400	5,600	5,800	5,900
Hojuelas de papa	1,300	1,400	1,500	1,500	1,500	1,600
Hojuelas de maíz	800	800	900	900	900	900
Snacks inflados	700	700	700	800	800	800
Hojuelas de vegetales, legumbres y pan	2,100	2,200	2,300	2,500	2,600	2,600
Galletas saladas	32,500	33,900	33,400	33,600	34,000	34,400
Popcorn	300	300	300	400	400	400
Pretzels	100	100	100	100	100	100
Otros snacks salados	100	100	100	100	100	100
Total Snacks salados	38,300	39,900	39,700	40,200	40,800	41,500

Nota: Adaptado de Euromonitor (15 de agosto 2020). Reportes de investigación de mercado. Recuperado de

<https://www.euromonitor.com/es-reports>

Para el presente proyecto, consideramos las ventas de snacks salados de papas debido a que las características de los snacks elaborados en base a brote de bambú deshidratado son similares por lo tanto se consideraría parte de esa categoría. A continuación, se muestra la demanda interna aparente histórica.

Tabla 42

Demanda interna aparente histórica.

<u>Año</u>	<u>DIA (t)</u>
2013	5 000
2014	5 200
2015	5 400
2016	5 600
2017	5 800
2018	5900

Nota: Adaptado de Euromonitor (15 de agosto 2020). Reportes de investigación de mercado. Recuperado de

<https://www.euromonitor.com/es-reports>

Por lo tanto, el mercado potencial es la población que resulta de aplicar todos los criterios de segmentación considerando a todos los clientes potenciales, para este proyecto se consideran los siguientes criterios.

- Segmentación Geográfica.: Área de influencia es en Lima y Calla, que son los 42 distritos de Influencia De Lima y siete distritos del Callao.
- Segmentación Demográfica: se considerará a todas las personas del nivel socio económico “A” y “B” desde los 18 a 29 años.

$$\text{Mercado Potencial} = \text{Poblacion Proyectada} * \text{Edad \%} * \text{NSE en \%}$$

Tabla 43

Proyección de la población.

ZONA	PROYECCION DE LA POBLACION				EDAD	NSE AB
	2020	2021	2022	2023		
Lima	8,843,729	8,933,050	9,023,274	9,114,409	21.27%	27.70%
Callao	1,006,464	1,016,629	1,026,897	1,037,269	21.27%	27.70%
TOTAL	9,850,193	9,949,679	10,050,171	10,151,678		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 44

Mercado Potencial.

MERCADO POTENCIAL TOTAL				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
Lima	520,972	526,233	531,548	536,917
Callao	59,289	59,888	60,493	61,104
	580,261	586,122	592,041	598,021

Nota: Elaboración propia.

4.2.2 Estimación del mercado disponible.

Para calcular el mercado disponible, se usa el mercado potencial con las preguntas 5 y 6, para saber que personas ya consumen o han consumido un producto similar en el mercado y además los que no han consumido, pero si consumirían snacks a base de bambú.

$$\text{Mercado Disponible} = \text{Mercado Potencial} * \text{Factor de uso e intensidad}$$

Tabla 45

Pregunta 5. ¿Consume o ha consumido Snacks?

	N°	%
a. Si (Pregunta 7)	102	82.26%
b. No (pregunta 6)	22	17.74%
	124	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 46

Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a consumir Snacks a base de Bambú?

	N°	%
a. Si (Pregunta 13)	12	54.55%
b. No (Fin de la encuesta)	10	45.45%
	22	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 47

Factor del mercado.

	N°	%	
Si consume o si consumiría	114	91.94%	Factor de uso e intención= 91.94%
No	10	8.06%	
	124	100%	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 48

Estimación del mercado disponible.

MERCADO DISPONIBLE TOTAL				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
Lima	478,958	483,795	488,682	493,617
Callao	54,508	55,058	55,615	56,176
TOTAL	533,466	538,854	544,296	549,794

Nota: Elaboración propia.

4.2.3 Estimación del mercado efectivo.

Para el mercado efectivo, después de la presentación de nuestro Snacks elaborado en base a brote de bambú, se desea saber cuántos estarían dispuestos a comprar nuestro producto y si están dentro del rango de nuestro precio. Para ello se utilizan las preguntas 12 y 13

$$\text{Mercado Efectivo} = \text{Mercado Disponible} * \text{Factor de consumo y precio}$$

Utilizamos preguntas filtro

Tabla 49

Pregunta 12. ¿Compraría usted nuestros Snack a base de Bambú?

	N°	%
Si	101	88.60%
No (Fin de la encuesta)	13	11.40%
	114	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 50

Pregunta 13. ¿Qué tamaño preferiría usted de nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%
40 gr	67	66.34%
120 gr	34	33.66%
	101	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 51

Mercado efectivo total.

MERCADO EFECTIVO TOTAL				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
Lima	424,340	428,626	432,955	437,328
Callao	48,292	48,780	49,273	49,770
TOTAL	472,632	477,406	482,227	487,098

Nota: Elaboración propia.

Tabla 52

Mercado efectivo por tamaño.

MERCADO EFECTIVO POR TAMAÑO				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
40 gr	313,528	316,695	319,893	323,124
120 gr	159,104	160,711	162,334	163,974
TOTAL	472,632	477,406	482,227	487,098

Nota: Elaboración propia.

PRESENTACIÓN DE 40 GR.

Tabla 53

Pregunta 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de 40g de nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%	Ponderado
a. Menos de S/. 5	10	14.93%	
b. De S/. 5 a S/. 6	15	22.39%	
c. De S/. 7 a S/. 8	25	37.31%	37.31%
d. De S/. 9 a más	17	25.37%	25.37%
	67	100%	62.69%
Factor precio 40gr =			62.69%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 54

Pregunta 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de 120g de nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%	Ponderado
a. Menos de S/. 5	5	14.71%	
b. De S/. 5 a S/. 6	8	23.53%	
c. De S/. 7 a S/. 8	14	41.18%	41.18%
d. De S/. 9 a más	7	20.59%	20.59%
	34	100%	61.76%
Factor precio 120gr =			61.76%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 55

Mercado efectivo.

MERCADO EFECTIVO TOTAL				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
40 gr	196,540	198,525	200,530	202,556
120 gr	98,270	99,263	100,265	101,278
TOTAL	294,810	297,788	300,795	303,833

Nota: Elaboración propia.

4.2.4 Estimación del mercado objetivo.

Para calcular el mercado objetivo usaremos como fuente "Euromonitor International", que nos indica la participación histórica de las empresas de Snacks en el Perú al 2018, y apuntaremos al porcentaje de participación de la empresa de frutos Snacks Gelce SAC, como nuestra participación el primer año.

$$\text{Mercado Objetivo} = \text{Mercado Efectivo} * \text{Tasas del Mercado objetivo}$$

Tabla 56

Participación del mercado Objetivo.

	2014	2015	2016	2017	2018
Mondelez Peru S.A.	26.50	26.80	26.40	26.50	26.00
Alicorp S.A.A.	25.30	25.80	25.60	25.50	24.80
Snack America Latina SRL	17.10	17.60	17.60	18.00	17.80
Galletera del Norte SA	4.00	4.10	4.10	4.10	4.00
Nestle Peru SA	2.80	3.10	3.30	3.40	3.50
Molitalia SA	1.20	1.30	1.30	1.40	1.40
Frutos and Sanck Gelce SAC	1.00	0.90	0.90	1.20	1.40
Otros	22.10	20.40	20.80	19.90	21.10

Nota: Adaptado de Euromonitor (15 de agosto 2020). Reportes de investigación de mercado. Recuperado de

<https://www.euromonitor.com/es-reports>

Para el crecimiento del mercado objetivo, utilizaremos un estudio de la revista Red Agrícola, donde se recopila información sobre el crecimiento en las categorías “chips de vegetales, legumbres y panes”, el cual está proyectado en 10% para el 2020 en adelante, nuestro proyecto tomará el 50% de lo proyectado siendo conservadores sobre el escenario actual.

Tabla 57

Crecimiento del mercado objetivo.

Crecimiento del mercado objetivo =	5.00%			
	2020	2021	2022	2023
Tasas de mercado objetivo	1.40%	1.47%	1.54%	1.62%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 58

Estimación del mercado objetivo.

MERCADO OBJETIVO TOTAL				
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
40 gr	2,752	2,918	3,095	3,283
120 gr	1,376	1,459	1,548	1,641
TOTAL	4,127	4,377	4,643	4,924

Nota: Elaboración propia.

Tabla 59

Resumen de Mercados.

RESUMEN DE MERCADOS				
	2020	2021	2022	2023
Población	9,850,193	9,949,679	10,050,171	10,151,678
Mercado potencial	580,261	586,122	592,041	598,021
Mercado disponible	533,466	538,854	544,296	549,794
Mercado efectivo	294,810	297,788	300,795	303,833
Mercado objetivo	4,127	4,377	4,643	4,924

Nota: Elaboración propia.

4.2.5 Frecuencia de compra.

Para calcular la frecuencia anual, se utilizan las preguntas 14 y 15, donde se calcula las veces que comprarían nuestros productos y la cantidad de envases que comprarían en cada compra.

$$\text{Frecuencia} = \text{Veces de compra} * \text{Cantidad por cada compra}$$

Tabla 60

Pregunta 16. ¿Con qué frecuencia compraría nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%	ANUAL	VECES
a. Cada semana	25	24.75%	52	12.87
b. Cada quince días	40	39.60%	24	9.50
c. Cada mes	34	33.66%	12	4.04
d. Cada 2 meses	2	1.98%	6	0.12
	101	100%		26.53

Nota: Elaboración propia.

Tabla 61

Pregunta 17. ¿Cuántas bolsas compraría en cada compra de nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%	PROMEDIO	BOLSA
a. De 1 a 2	45	44.55%	1.5	0.67
b. De 2 a 3	45	44.55%	2.5	1.11
c. De 3 a 4	10	9.90%	3.5	0.35
d. De 5 a más	1	0.99%	5	0.05
Veces por año	101	100%		2.18 Bolsas en cada compra

Nota: Elaboración propia.

Frecuencia = Veces de compra * Bolsas en cada compra = 57.80 Bolsas al año por persona.

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.

Para calcular la Demanda, se utiliza el mercado objetivo, aplicándole la frecuencia de compra, así se obtiene la demanda en unidades por persona en los distritos, para luego distribuir esa demanda en los sabores que vamos a ofrecer.

Cuantificación de la demanda = Mercados objetivo * Frecuencia de compra.

Tabla 62

Mercado Objetivo.

MERCADO OBJETIVO TOTAL					
	DISTRITO	2020	2021	2022	2023
40 gr		2,752	2,918	3,095	3,283
120 gr		1,376	1,459	1,548	1,641
	TOTAL	4,127	4,377	4,643	4,924

Nota: Elaboración propia.

Tabla 63

Demanda en unidades.

	DEMANDA EN UNIDADES			
DISTRITO	2020	2021	2022	2023
40 gr	159,035	168,674	178,896	189,738
120 gr	79,518	84,337	89,448	94,869
TOTAL	238,553	253,011	268,344	284,607

Nota: Elaboración propia.

Tabla 64

Demanda por sabores.

DEMANDA POR SABORES				
SABORES	2020	2021	2022	2023
40 gr				
Bambú Picante	28,343	30,061	31,882	33,815
Bambú Finas hierbas	62,984	66,801	70,850	75,144
Bambú Salado	67,708	71,812	76,164	80,780
120 gr				
Bambú Picante	14,171	15,030	15,941	16,907
Bambú Finas hierbas	31,492	33,401	35,425	37,572
Bambú Salado	33,854	35,906	38,082	40,390
TOTAL	238,553	253,011	268,344	284,607

Nota: Elaboración propia.

4.2.7 Estacionalidad.

Para tener una referencia histórica acerca de la importación de snacks hemos como tomado como referencia información sobre las importaciones de snacks en el país, según Agrodata Perú al 2019.

MES	2,019			2,018		
	CIF	KILOS	PREC. PROM	CIF	KILOS	PREC. PROM
ENERO	440,986	54,582	8.08	331,253	46,953	7.06
FEBRERO	153,377	30,893	4.96	605,204	76,764	7.88
MARZO	392,363	46,519	8.43	595,250	78,052	7.63
ABRIL	832,118	110,044	7.56	617,015	93,346	6.61
MAYO	823,137	101,350	8.12	405,850	47,665	8.51
JUNIO	500,624	65,633	7.63	556,180	71,587	7.77
JULIO	568,415	69,770	8.15	694,445	91,545	7.59
AGOSTO	324,760	44,720	7.26	577,417	84,230	6.86
SEPTIEMBRE	736,763	102,836	7.16	145,321	21,594	6.73
OCTUBRE	753,094	113,461	6.64	862,693	126,639	6.81
NOVIEMBRE	538,173	68,713	7.83	473,357	65,690	7.21
DICIEMBRE	611,650	90,880	6.73	612,938	106,519	5.75
TOTALES	6,675,459	899,402	7.42	6,476,924	910,584	7.11
PROMEDIO MES	556,288	74,950		539,744	75,882	
% CREC PROMEDIO	3%	-1%	4%	33%	7%	23%

MES	2,017			2,016		
	CIF	KILOS	PREC. PROM	CIF	KILOS	PREC. PROM
ENERO	29,557	8,323	3.55	446,078	68,665	6.50
FEBRERO	103,979	38,419	2.71	69,988	24,682	2.84
MARZO	513,475	134,916	3.81	835,952	124,187	6.73
ABRIL	291,316	63,418	4.59	415,433	62,177	6.68
MAYO	278,003	37,025	7.51	436,058	78,984	5.52
JUNIO	1,029,844	147,546	6.98	352,819	49,861	7.08
JULIO	142,186	20,795	6.84	66,818	14,190	4.71
AGOSTO	354,354	75,542	4.69	72,909	15,791	4.62
SEPTIEMBRE	394,932	74,129	5.33	485,934	63,497	7.65
OCTUBRE	371,354	65,482	5.67	677,036	94,886	7.14
NOVIEMBRE	613,304	83,402	7.35	251,368	76,957	3.27
DICIEMBRE	765,451	98,132	7.80	233,884	85,574	2.73
TOTALES	4,887,754	847,129	5.77	4,344,275	759,451	5.72
PROMEDIO MES	407,313	70,594		362,023	63,288	
% CREC PROMEDIO	13%	12%	1%	-15%	-6%	-9%

Figura 38. Importaciones de Snacks en Perú.

Recuperado de AgrodataPeru (2019). Exportaciones agropecuarias en el Perú. Recuperado de

<https://www.agrodataperu.com/exportaciones>

Para lograr distribuir el consumo en los años de nuestro proyecto, se utiliza la pregunta 16 de la encuesta.

Estacionalidad = Distribución de la demanda en los meses del año

Tabla 65

Pregunta 18. ¿En qué estación del año consumiría más nuestro Snack a base de Bambú?

	N°	%	Todo el año	Estacionalidad
a. Primavera	6	5.94%	15.84%	21.78%
b. Verano	11	10.89%	15.84%	26.73%
c. Otoño	5	4.95%	15.84%	20.79%
d. Invierno	15	14.85%	15.84%	30.69%
e. Todo el año	64	63.37%	63.37%	100.00%
	101	100%		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 66

Estacionalidad trimestral.

Estacionalidad trimestral	2020	2021	2022	2023
Verano (Enero - Marzo)		26.73%	26.73%	26.73%
Otoño (Abril-Junio)		20.79%	20.79%	20.79%
Invierno (Julio-Setiembre)		30.69%	30.69%	30.69%
Primavera (Octubre -Diciembre)		21.78%	21.78%	21.78%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 67

Estacionalidad mensual.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
2020								6.00%	7.00%	8.00%	9.00%	10.00%	40.00%
2021	8.91%	8.91%	8.91%	6.93%	6.93%	6.93%	10.23%	10.23%	10.23%	7.26%	7.26%	7.26%	100.00%
2022	8.91%	8.91%	8.91%	6.93%	6.93%	6.93%	10.23%	10.23%	10.23%	7.26%	7.26%	7.26%	100.00%
2023	8.91%	8.91%	8.91%	6.93%	6.93%	6.93%	10.23%	10.23%	10.23%	7.26%	7.26%	7.26%	0.00%

Nota: Elaboración propia.

4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Para calcular el programa de ventas en unidades mensualizado, se usa la demanda anual por sabores, con la estacionalidad distribuida en los años del proyecto.

$$\text{Programa de ventas en unidades} = \text{Demanda} * \text{Estacionalidad}$$

Tabla 68

Demanda por sabores Año 2020.

2020 40 gr	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO 6.00%	SET 7.00%	OCT 8.00%	NOV 9.00%	DIC 10.00%	TOTAL 40.00%
Bambú Picante	0	0	0	0	0	0	0	1,701	1,984	2,267	2,551	2,834	11,337
Bambú Finas hierbas	0	0	0	0	0	0	0	3,779	4,409	5,039	5,669	6,298	25,194
Bambú Salado	0	0	0	0	0	0	0	4,062	4,740	5,417	6,094	6,771	27,083
120 gr													
Bambú Picante								850	992	1,134	1,275	1,417	5,669
Bambú Finas hierbas								1,890	2,204	2,519	2,834	3,149	12,597
Bambú Salado								2,031	2,370	2,708	3,047	3,385	13,542
TOTAL UNIDADES	0	0	0	0	0	0	0	14,313	16,699	19,084	21,470	23,855	95,421

Nota: Elaboración propia.

Tabla 69

Demanda por sabores Año 2021.

2021	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	8.91%	8.91%	8.91%	6.93%	6.93%	6.93%	10.23%	10.23%	10.23%	7.26%	7.26%	7.26%	100.00%
40 gr													
Bambú Picante	2,679	2,679	2,679	2,083	2,083	2,083	3,076	3,076	3,076	2,183	2,183	2,183	30,061
Bambú Finas hierbas	5,953	5,953	5,953	4,630	4,630	4,630	6,834	6,834	6,834	4,850	4,850	4,850	66,801
Bambú Salado	6,399	6,399	6,399	4,977	4,977	4,977	7,347	7,347	7,347	5,214	5,214	5,214	71,812
120 gr													
Bambú Picante	1,339	1,339	1,339	1,042	1,042	1,042	1,538	1,538	1,538	1,091	1,091	1,091	15,030
Bambú Finas hierbas	2,976	2,976	2,976	2,315	2,315	2,315	3,417	3,417	3,417	2,425	2,425	2,425	33,401
Bambú Salado	3,200	3,200	3,200	2,489	2,489	2,489	3,674	3,674	3,674	2,607	2,607	2,607	35,906
TOTAL UNIDADES	22,545	22,545	22,545	17,535	17,535	17,535	25,886	25,886	25,886	18,370	18,370	18,370	253,011

Nota: Elaboración propia.

Tabla 70

Demanda por sabores Año 2022.

2022	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	8.91%	8.91%	8.91%	6.93%	6.93%	6.93%	10.23%	10.23%	10.23%	7.26%	7.26%	7.26%	100.00%
40 gr													
Bambú Picante	2,841	2,841	2,841	2,210	2,210	2,210	3,262	3,262	3,262	2,315	2,315	2,315	31,882
Bambú Finas hierbas	6,313	6,313	6,313	4,910	4,910	4,910	7,249	7,249	7,249	5,144	5,144	5,144	70,850
Bambú Salado	6,787	6,787	6,787	5,279	5,279	5,279	7,792	7,792	7,792	5,530	5,530	5,530	76,164
120 gr													
Bambú Picante	1,421	1,421	1,421	1,105	1,105	1,105	1,631	1,631	1,631	1,157	1,157	1,157	15,941
Bambú Finas hierbas	3,157	3,157	3,157	2,455	2,455	2,455	3,624	3,624	3,624	2,572	2,572	2,572	35,425
Bambú Salado	3,393	3,393	3,393	2,639	2,639	2,639	3,896	3,896	3,896	2,765	2,765	2,765	38,082
TOTAL UNIDADES	23,912	23,912	23,912	18,598	18,598	18,598	27,454	27,454	27,454	19,484	19,484	19,484	268,344

Nota: Elaboración propia.

Tabla 71

Demanda por sabores Año 2023.

2023	ENE 8.91%	FEB 8.91%	MAR 8.91%	ABR 6.93%	MAY 6.93%	JUN 6.93%	JUL 10.23%	AGO 10.23%	SET 10.23%	OCT 7.26%	NOV 7.26%	DIC 7.26%	TOTAL 100.00%
40 gr													
Bambú Picante	3,013	3,013	3,013	2,344	2,344	2,344	3,460	3,460	3,460	2,455	2,455	2,455	33,815
Bambú Finas hierbas	6,696	6,696	6,696	5,208	5,208	5,208	7,688	7,688	7,688	5,456	5,456	5,456	75,144
Bambú Salado	7,198	7,198	7,198	5,599	5,599	5,599	8,265	8,265	8,265	5,865	5,865	5,865	80,780
120 gr													
Bambú Picante	1,507	1,507	1,507	1,172	1,172	1,172	1,730	1,730	1,730	1,228	1,228	1,228	16,907
Bambú Finas hierbas	3,348	3,348	3,348	2,604	2,604	2,604	3,844	3,844	3,844	2,728	2,728	2,728	37,572
Bambú Salado	3,599	3,599	3,599	2,799	2,799	2,799	4,132	4,132	4,132	2,933	2,933	2,933	40,390
TOTAL UNIDADES	25,361	25,361	25,361	19,725	19,725	19,725	29,118	29,118	29,118	20,665	20,665	20,665	284,607

Nota: Elaboración propia.

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 Producto.

Ofreceremos una línea de snacks para el consumo humano directo, cuyo principal ingrediente será el brote de bambú, fusionado y saborizado con vegetales peruanos de las zonas andinas y amazónicas; todos ellos rigurosamente seleccionados. Igualmente, los insumos, materiales y procesos serán de la más alta calidad, además tendremos alternativas en cuanto a tamaño y presentación. Todo lo anterior estará garantizado y sustentado en la difusión y práctica de los valores institucionales de nuestra empresa, a fin de lograr satisfacer y superar las expectativas de nuestros clientes. En nuestra propuesta es importante que Bambú Chips comunique claramente a sus clientes el nivel de calidad y diferenciación de nuestros productos y esforzarnos en poder cumplir con todo lo ofrecido.

Se ofrecerán las siguientes variedades:

- Nachos de Bambú Picante.
- Nachos de Bambú Finas Hierbas.
- Nachos de Bambú Tradicional.

Los cuales se ofrecerán en tamaños de 40 grs y 120 grs.

Datos Técnicos:

Tabla 72

Información Técnica de la Composición del Bambú.

composición brote de bambú			COMPOSICION	NECESIDAD DIARIA	CUBRE
			por 100 gr deshidratado al 15%		
agua	92.5	%	15		
proteína	2.5	gr	28.33	70	40%
grasa	0.2	gr	2.27	44	5%
carbohidratos	2.9	gr	32.86	135	24%
fibra	1	gr	11.33	25	45%
ceniza	0.7	gr	7.93		
calcio	88.5	mg	1002.71	1200	84%
fosforo	43	mg	487.19	1200	41%
hierro	7	mg	79.31	12	100%
Vit. b1	0.1	mg	1.13	1.4	81%
Vit. b2	0.8	mg	9.06	1.6	100%
Vit. c	10	mg	113.3	90	126%
Vit. a	50	ui	566.5	1000	57%

Nota: Elaboración propia.

4.3.2 Precio.

La fijación de precios estará orientada conforme a nuestro mercado objetivo y será superior al promedio de nachos de nuestra categoría. por ser un producto diferenciado, y acorde a la calidad de nuestros nachos, al nicho del mercado al que nos dirigimos y a nuestros costos de producción. Nuestra propuesta apunta a que los clientes puedan acceder y probar nuestro producto, prueben nuestros sabores, conozcan nuestra marca y podamos captar rápidamente clientes y ganar participación de mercado.

- **Precios de los productos:**

Sugerido para los consumidores finales

Los precios no incluyen IGV

- **Modalidades de pago:**

Como llegaremos al cliente final a través de intermediarios, estas serán las condiciones y modalidades de pago con los intermediarios.

Supermercados: Crédito a 60 días.

Tiendas por conveniencia: Crédito a 60 días.

Se utilizará el factoring para tener una liquidez constante.

Los pagos se harán efectivos mediante transferencias bancarias, pos, cheques y en efectivo.

- **Descuentos:**

3% sobre el precio de lista en grandes volúmenes.

4.3.3 Plaza.

Nuestra oficina y punto central de distribución y ventas estará localizado en un punto estratégico para poder llegar a todos los distritos de nuestro interés.

De acuerdo a nuestro producto diferenciado y segmentado utilizaremos un tipo de distribución selectiva.

Llegaremos a nuestros clientes finales a través de intermediarios, es por ello que, el canal que utilizaremos será el indirecto de un nivel.

- **Canal de un nivel:**

Supermercados y Tiendas por conveniencia

Bambú Chips distribuirá, entre otros, a los Supermercados Wong del Grupo Cencosud Perú S.A. debido a que atienden a nuestro público objetivo.

El transporte de nuestros productos se va a tercerizar con empresas de logística para poder llegar de forma eficiente y eficaz a todos los puntos de venta.

4.3.4 Promoción.

En general el propósito de nuestro esfuerzo promocional es vender todas las variedades y sabores de nuestros snacks a través de información, persuasión y recordación de la marca Bambú Chips.

Buscaremos posicionarnos en la mente de nuestros consumidores como el producto y la marca que le puede ofrecer la línea de snacks más novedosa y exótica con altos estándares de calidad y garantía a un precio razonable dentro de su categoría.

Nuestra empresa y nuestra marca se darán a conocer a su público objetivo a través de los siguientes medios:

- Página Web principal de Bambú Chips y sus páginas adicionales.
- Home page en redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, etc.
- You Tube y Whatsapp.
- Canales de Tv por cable.
- Merchandising adecuado y acorde a nuestro público objetivo.
- Material POP.

4.3.4.1 Campaña de lanzamiento.

Implementaremos una campaña de lanzamiento que constará de varias actividades.

El lanzamiento de nuestro producto será, dada la coyuntura vía zoom, pero no por ello tendrá menos impacto, puesto que se realizará con un show artístico y la presentación de nuestro producto en sociedad estará a cargo de nuestros cuatro influencers.

Además, será retransmitido en medios digitales y se convocará a medios informativos de radio, tv, prensa escrita y diarios.

- **Relaciones Públicas**

Utilizaremos una estrategia con influencers, los cuales publicitarán nuestros snacks en comerciales para tv por cable, en anuncios en Youtube, Instagram, Facebook, etc, Además,

estos influencers, también, difundirán nuestra marca en sus propias cuentas de redes sociales para incentivar la compra nuestros productos. Nuestro pool de influencers estará compuesto por uno principal y tres secundarios, se evalúa que el influencer principal sea un Chef de gran aceptación en nuestro público objetivo, quien a su vez podría ser imagen de marca de Bambu Chips.

- **Promoción de ventas**

Se realizarán activaciones, degustaciones y actividades de impulso en nuestros puntos de venta. Se llevarán a cabo cada quincena y a fin de mes, para ello prepararemos promociones, y podremos aliarnos con supermercados y tiendas por conveniencia.

- **Logotipo:**

Se propone el nombre: Bambu Chips para darle al cliente la información del insumo principal de nuestros snacks y lograr una mayor recordación de marca asociada con este insumo. Además, de tener la palabra chips que identifica a este tipo de alimento (snack).

Se propone el slogan: “*Comparte Emociones*” para lograr una recordación de la marca asociada a momentos divertidos y de descanso con la familia, estados emocionales opuestos al stress, ansiedad, etc. La idea es generar una percepción de, precisamente, compartir emociones al consumir nuestros snacks.

Se propone el símbolo del oso panda porque es característico de ser un animal amistoso, de caerle bien a todo el mundo, de ser un animal en extinción, pero muy valioso y, también es amante de comer bambú.

Se propone el color rojo en el contorno del símbolo del oso panda para lograr una asociación con la emoción, la pasión, la energía y la acción. Se usa para captar la atención de nuestros potenciales clientes. El color rojo es el más cálido de todos los colores, nos llama a la acción a primera vista. Es un color poderoso y muy visual. Además, en las culturas orientales significa buena suerte y felicidad.

Se propone el color azul en las letras de la marca Bambú Chips para lograr una asociación con la constancia, inteligencia, honestidad, tranquilidad. El color azul es el más frío de los colores; sin embargo, el más atractivo. Conocido como el color del infinito y de los sueños, remite inteligencia, emociones profundas y eternas, su simbolismo refleja belleza, generosidad, sabiduría, verdad y constancia entre otros, además el azul no cansa la vista.

Se ha tenido especial cuidado al elegir los colores. Recordemos que, de acuerdo a las investigaciones en psicología, la utilización de colores en publicidad o bien como la identificación de una empresa, forma lazos de comunicación no verbal efectivos, esto no sólo por la apariencia y vistosidad, sino porque incrementa en el logo de la empresa y en la marca un mensaje positivo al subconsciente.

4.3.4.2 Promoción para todos los años.

Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C utilizará constantemente anuncios pagados en Facebook, Youtube e Instagram como medio para captar mayor presencia en el mercado de snacks, a fin de expandir su horizonte a otras zonas de Lima Metropolitana. A través de estos canales, se realizarán publicaciones con tips, concursos, ofertas y dinámicas interactivas con nuestros seguidores con el propósito de mantener un público activo y fidelizado, debido a nuestra cercanía con ellos.

Adicionalmente, se realizarán activaciones en los puntos de venta durante determinadas festividades del año, ofreciendo empaques característicos de estas fechas, junto a promociones como 2x1, descuentos por cantidad o cupones, con el fin de incentivar la compra del consumidor de snacks.

4.3.5 Plan de Marketing.

Nuestro plan de marketing estará basado en una estrategia genérica de diferenciación, con enfoque en los NSE A y B. Buscaremos posicionarnos en la mente de nuestros consumidores como el producto y la marca que le puede ofrecer la línea de snacks más novedosa y exótica

con altos estándares de calidad y garantía a un precio razonable dentro de su categoría. Nuestros productos están pensados para brindar practicidad en el consumo de snacks, específicamente snacks en base a fibra de bambú, favoreciendo una alimentación agradable, de exquisito sabor y de tipo gourmet. Para poder lograr esto buscaremos un liderazgo en la calidad de nuestros snacks utilizando materia prima e insumos seleccionados y de primera calidad, los mismos que puedan ofrecer y mantener en óptimas condiciones los atributos y características de nuestros productos.

Enmarcado en la estrategia de diferenciación, tendremos un conjunto de sub-planes que consistirán en aplicar las estrategias que salieron con más alta puntuación en el análisis matriz cuantitativa de estrategias y en el análisis del cruce foda, estas estrategias son:

- Desarrollo de Mercado
- Desarrollo de Producto
- Estrategias Funcionales en las áreas de Marketing, Recursos Humanos, Innovación y Desarrollo

a) Desarrollo de Mercado

Consideraremos que, al ser nuestros snacks de bambú, fusionado con vegetales andinos y amazónicos, un producto totalmente nuevo e innovador, vamos a crear, prácticamente, un nuevo mercado, el cual tenemos que fomentar, desarrollar, incentivar y hacer crecer. Las actividades que emplearemos en esta estrategia están descritas líneas arriba pero aquí detallaremos algunas otras como es incentivar a la red de distribuidores, a los puntos de venta con una bonificación si logran vender determinada cantidad a la semana o al mes. Tendrán un descuento o se le dará 20% más en cantidad de productos. También se realizarán diversas actividades de marketing directo en los puntos de venta como activaciones, degustaciones de nuestro producto con ayuda de impulsadoras y degustadoras, como ya, también, se había mencionado tendremos un precio de introducción durante los seis primeros meses de nuestro

ingreso al mercado. De otro lado, igualmente, tendremos una gran cobertura publicitaria direccionada a nuestro mercado objetivo. La publicidad en medios será a través de televisión por cable en canales que tengan segmentación dirigida hacia nuestro público objetivo, que son los niveles socioeconómicos A y B en 10 de Lima Metropolitana y Callao, según el esquema de APEIM, por otro lado, también, tendremos una intensa campaña permanente de social media en los principales medios digitales como: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Tik Tok, etc. Todo ello sumado, de igual manera, a nuestras páginas web, una de las cuales será la institucional, la de nuestra empresa y de nuestra marca como tal y las otras tres páginas web adicionales nos van a servir para dar a conocer los beneficios del bambú, orientando e informando acerca de los beneficios del bambú, que beneficios tiene y al ser comestible como en otros lugares del mundo se aplica a la comida, hay recetas, etc. De otro lado, también, utilizaremos a influencers, tres de ellos serán influencers secundarios y un influencer principal que será un reconocido chef peruano, quién será imagen de nuestra marca y ayudará a impulsar las ventas de nuestros snacks de bambú.

b) Desarrollo de Producto

Mantendremos una constante investigación y desarrollo de nuevos sabores, texturas, combinaciones, presentación de colores de nuestro producto, etc., considerando que todo entra por los ojos y mucho más en el tema alimenticio, digamos que, también, antes de comer se puede disfrutar de los alimentos con los ojos, que mantendremos una constante y continúa investigación de mercados para estar sondeando y recibiendo información y feed back de parte de todos nuestros clientes, viendo sus tendencias de consumo, sus gustos, preferencias, sabores, estilos de vida, hábitos y costumbres, de esta forma podremos obtener la información necesaria para desarrollar los productos que ellos están esperando encontrar.

c) Estrategias Funcionales en las áreas de Marketing, Recursos Humanos, Innovación y Desarrollo

En las Estrategias Funcionales de Marketing:

Haremos continuas investigaciones de Mercado y mantendremos continua comunicación con nuestros clientes a través de todos los medios posibles. Una línea telefónica de atención al cliente, atención vía correos electrónicos a los que escriban a nuestras páginas web, mensajes en Facebook Instagram WhatsApp etc., así como los comentarios, también, hagan en nuestro fanpage de Facebook, Instagram, You Tube. Esto será manejado por un Community Manager que tendrá toda la información de nuestra empresa para que pueda responder de forma adecuada y atender a nuestros clientes prontamente.

En las Estrategias Funcionales de Recursos Humanos:

Brindaremos capacitación permanente a todos nuestros colaboradores para que estén con lo último en conocimientos respecto a su área, al área de cada uno; previo a esto tendremos un riguroso proceso de reclutamiento y selección de personal para contratar a las personas más idóneas en cada puesto de nuestra organización y durante su permanencia en nuestra empresa tendremos una evaluación de desempeño cada tres meses para evaluar que cada persona, cada trabajador cumple con los objetivos de su área y está alineado con los objetivos institucionales que tenemos y brindarle un continuo feedback acerca de las expectativas que se tiene respecto a su área y a cada uno de ellos.

En las Estrategias Funcionales de Innovación y Desarrollo:

Fomentaremos la creatividad, imaginación para la solución de problemas e innovación permanente. Como ya se mencionó brindaremos constante capacitación para el desarrollo de todos nuestros colaboradores. Estaremos al tanto de todas las informaciones en el rubro alimenticio, tanto a nivel Perú, como a nivel internacional, las últimas tendencias en alimentación, los nuevos procesos productivos, innovaciones en otras partes del mundo, nuevos preservantes, nuevos insumos, nuevas formas de conservación, nuevas formas de presentación en el empaque, nuevas formas de distribución, etc. También, buscaremos acceder a

informaciones recientes de universidades o centros de innovación tecnológica en nuestro país, que nos ayuden a estar un paso adelante en el tema de innovación y desarrollo; incluso en áreas que no tienen que ver mucho con nuestra empresa, pero que pueden influir, como son: la parte de tecnologías de la información, informática, automatización, robótica, industria 4.0, etcétera.

- Plan de Lanzamiento:

Se tiene previsto organizar una gran reunión para presentar en sociedad a nuestra organización, a nuestra marca y a nuestro innovador producto, para ello se alquilará algunas instalaciones en la Granja Azul de Santa Clara un bonito lugar que nos ayudará en la finalidad que tenemos en nuestra empresa de dar la imagen y lograr un posicionamiento en nuestros clientes de que nuestra marca es símbolo de COMPARTE EMOCIONES. Lamentablemente, dada la coyuntura actual por el tema de la pandemia del covid-19, esta reunión tendrá que ser transmitida vía zoom y sólo con muy pocas personas presentes físicamente en el local, entre las cuales estaremos: los socios del proyecto, los tres influencers secundarios y el influencer principal, quien será imagen de nuestra marca, nos referimos a un reconocido Cheff peruano. Todo esto tendrá que ser transmitido virtualmente a través de nuestras plataformas digitales y vía zoom. En esta ceremonia estarán invitados toda nuestra red de distribuidores, mayoristas, bodegas y puntos de venta, además estarán invitados con una convocatoria de conferencia de prensa los medios informativos locales y, también, los medios de comunicación masiva, incluso, aquellos que no se dirigen a nuestro segmento objetivo; esto para tener la mayor cantidad posible de cobertura en todos los medios. Como es la presentación en sociedad de nuestra marca el objetivo es llegar a todo y a todos, como se dice comúnmente: tenemos que hacer bulla, también, esta reunión contará con un show artístico con cantantes locales de moda, aunque por tema de presupuesto tendrían que ser los imitadores. Y, por supuesto, algún tipo de danzas folklóricas. Esta ceremonia de lanzamiento durará aproximadamente una hora para evitar que la gente comience a desconectarse será bastante dinámica e informal, recordemos

que nosotros queremos captar la mayor atención posible y consideramos que con una hora es suficiente para captar toda su atención y que nuestro mensaje llegue en forma efectiva a todas las personas de nuestro interés. También, al estar los medios de comunicación masivas harán eco de la noticia al día siguiente y, posiblemente, la novedad rebote en otros medios por algún tiempo más con respecto al lanzamiento de nuestra empresa y de nuestra marca.

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1 Estudio legal

5.1.1 Forma societaria.

Para el proyecto que estamos presentando se ha decidido elegir la forma societaria de una Sociedad Anónima Cerrada, cuyas siglas son S.A.C., quedando, al final, nuestra razón social como: Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.

Las características más resaltantes de este tipo de forma societaria son las siguientes:

- Puede ser creada por un reducido número de socios entre 2 y 20.
- Los ejercicios no pueden ser valorizados en la Bolsa de Valores.
- El directorio puede formarse o no, dependiendo de la necesidad de la empresa.
- Se tiene una responsabilidad limitada, pues de existir deudas sociales, los socios no están obligados a responder por ellas.
- Se ha estimado un capital social inicial de S/. 116,541.00, siendo un total de cinco socios, cada socio tendrá una participación del 20% del accionariado total.

5.1.1.1 Actividades.

Para la constitución de la Empresa se realizaron las siguientes actividades solo así podremos operar de acuerdo a las normas establecidas por el Estado Peruano.

- Se eligió el nombre de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C, del cual, previamente, se realizó una búsqueda en los Registros Públicos (SUNARP), para confirmar que no existiera registrado otro igual o similar.
- Se tiene que reservar el nombre propuesto en los Registros Públicos (SUNARP), por un periodo máximo de 30 días.
- Se realiza la elaboración de la minuta de constitución de nuestra empresa
- Se lleva a cabo la elevación a escritura pública por un notario público certificado.
- Se realiza la Inscripción en los registros públicos (SUNARP).

- Se realiza la Inscripción en la SUNAT y se obtiene el número de RUC de nuestra empresa.

5.1.1.2 Valorización.

Tabla 73

Constitución de la Empresa.

Nº	Actividades		DURACION	Q	Valor venta	IGV (18%)	Precio de Venta
1	Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	SUNARP	30 días hábiles	1	S/5.00		S/5.00
1	Reserva de nombre	SUNARP	30 días hábiles	1	S/20.00		S/20.00
1	Servicio Notarial para constitución de empresa	Notaria	3 días hábiles	1	S/320.00	S/58.00	S/378.00
1	Inscripción en registros públicos y entrega de testimonio de la empresa	SUNARP	30 días hábiles	1	S/90.00	S/16.00	S/106.00
1	Legislación de libros Contables	Notaria	3 días hábiles	1	S/40.00	S/7.00	S/47.00
1	Obtención del RUC	SUNAT	1 días hábiles	1			
1	Inscripción de REMYPE	MINTRAB	1 días hábiles	1			
TOTAL						S/81.00	S/556.00

Nota: Adaptado de SUNARP (3 de agosto 2020). Constituye tu empresa en seis pasos. Superintendencia Nacional de Registros Públicos. Recuperado de:

<https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

5.1.2 Registro de marcas y patentes.

En nuestro país es El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), la entidad encargada de realizar y mantener el registro de marcas, patentes, nombre comercial, lema comercial etc. Es por ello que, nuestra marca “Bambú Chips” y nuestro lema comercial o slogan, serán registrados en esta entidad, teniendo en consideración lo siguiente:

5.1.2.1 Actividades.

Estas son las actividades para el registro de marca en INDECOPI:

1. Presentar tres ejemplares del formato de solicitud correspondiente a la marca.
2. Indicar el domicilio legal para el envío de comunicados y notificaciones.
3. Señalar cual es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
4. En caso la marca sea mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
5. Para mayor seguridad, es recomendable enviar copia del logotipo vía correo electrónico a logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
6. Definir la clase a la cual pertenecen los productos que se quieran proteger, luego de identificarlos en la clasificación de productos y servicios peruanizados
7. Indicar los productos que se van a distinguir con la marca y logotipo solicitado, así como su clasificación internacional NIZA.
8. Se debe realizar el pago de la tasa, equivalente a un porcentaje de la UIT.

5.1.2.2 Valorización.

Tabla 74

Registro de marcas.

DESCRIPCIÓN	Q	PRECIO
Búsqueda Fonética	1	S/31.00
Búsqueda de antecedentes Figurativos	1	S/38.00
Registro de marca	1	S/535.00
Publicación en el diario El Peruano	1	
Total		S/604.00

Nota: Elaboración propia.

5.1.3 Licencias y autorizaciones.

Para comenzar actividades comerciales con las autorizaciones correspondientes es indispensable una licencia de funcionamiento, la que obtendremos de la Municipalidad de Chorrillos, por lo cual se deben cumplir los siguientes requisitos:

5.1.3.1 Actividades.

Licencia de Funcionamiento

Debemos gestionar la licencia de funcionamiento, la cual será tramitada en la municipalidad de Chorrillos. Según los requerimientos generales para obtener esta licencia se debe cumplir con presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencias de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que contenga:
 - Número de Carné de Extranjería, D.N.I. o R.U.C. del solicitante, tratándose de personas naturales o jurídicas, según corresponda.
 - Carné de Extranjería o D.N.I. del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
 - Tratándose de persona jurídica adjuntar el número de partida registral de la empresa u entes colectivos.
- Declaración Jurada de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria, u Observancia de Condiciones de Seguridad, vigente, según sea el caso.
- Además, de presentarse el caso, serán indispensables los siguientes requisitos:
 - Declaración Jurada del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.

- En la Declaración Jurada, informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente.
- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, Ley N° 28296. Excepto, en los casos en los que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de monitoreo de ejecución y remodelación de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

Registro Sanitario

Es otorgado por la Dirección General de Salud Ambiental DIGESA, y es emitida en un plazo no mayor a siete días, dicho registro faculta a la empresa a producir, envasar y comercializar productos alimenticios para el consumo humano; la vigencia del Registro Sanitarios es por cinco años. Para lo cual se debe presentar los siguientes requisitos:

- Clave Sol generada por SUNAT
- Certificado favorable de los Análisis microbiológicos y toxicológicos, dicho documento debe ser emitido por un laboratorio autorizado.
- Datos de la empresa que solicita el Registro Sanitario.
- Marca y nombre del producto a registrar.
- Declaración de los códigos SIN, las cantidades y dosis, de todos los ingredientes y otros que permiten la composición del producto.
- Condiciones de conservación y almacenamiento.
- Descripción del envasado y envase o empaque.
- Descripción del periodo de vida útil del producto.

- Datos completos de la etiqueta.
- El pago de los costos a través del sistema VUCE.

Certificado de Defensa Civil

Este documento es emitido por la municipalidad respectiva, luego de una rigurosa inspección al local, evaluando los riesgos, inspeccionando la seguridad del local, con el propósito de reducir cualquier tipo de riesgo o accidente que atente contra la salud de todos los que concurren al mismo, para ello se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Llenar el formato de solicitud de inspección técnica de seguridad en edificaciones (ITSE).
- Tener el comprobante de pago por los derechos del trámite.
- Presentar los planos actualizados de todas las áreas del local a inspeccionar, incluyendo distribución de mobiliario, vías de evacuación, áreas de refugio, a escalas de 1/50, 1/100 o 1/200, ambientes, equipos y zonas.
- Presentar su plan de seguridad de defensa civil o de contingencia, ambos aprobados.
- Formatos de protocolo del mantenimiento de las maquinarias y/o equipos de seguridad, así como pruebas de la operatividad de los mismos.
- Documento que certifique la medición y resistencia del pozo de puesta a tierra.

Certificado de BPM

Es un documento emitido por el MINSA, el cual certifica y da valor agregado, y se refiere a las buenas prácticas de manufactura de productos, el cual garantiza la inocuidad de los productos elaborados, además de ser un pre-requisito para la implementación del sistema HACCP.

5.1.3.2 Valorización.

Tabla 75

Licencias y Autorizaciones.

Actividad	Q	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Licencia de funcionamiento Chorrillos (100-500 m2)	1	S/1,423	S/1,423	S/256	S/1,679
Autorización DIGESA	1	S/90	S/90	S/16	S/106
Defensa Civil - Condiciones de Seguridad Básica 6.30 % UIT	1	S/320	S/320	S/58	S/377
Validación técnica del Plan HACCP	1	S/1,670	S/1,670	S/301	S/1,971
Certificado de Operatividad de extintores PQS (4)	1	S/664	S/664	S/119	S/780
Carnet de Sanidad (3)	1	S/75	S/75	S/14	S/89
Licencias de Software Office (8)	1	S/177	S/1,416	S/255	S/1,671
Antivirus total sin renovación (8)	1	S/236	S/1,888	S/340	S/2,228
Software Contable CONCAR	1	S/1,600	S/1,600	S/288	S/1,888
TOTAL			S/9,142	S/1,646	S/10,788

Nota: Elaboración propia.

5.1.4 Legislación laboral

5.1.4.1 Actividades.

Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C. será una pequeña empresa, de acuerdo a la Ley N° 28015 para la Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa menciona que una MYPE obtiene esta categoría si existe en la organización la cantidad de trabajadores no mayor a 100 y que las ventas anuales superiores a 150 UIT y no sobrepasen las 1700 UIT. Es por ello que se desarrollará bajo este régimen laboral para el desarrollo de sus actividades.

- Remuneración mínima vital de S/. 930.00
- Jornadas laborales de 8 horas
- Derecho a refrigerio cada día de 45 minutos
- Descanso obligatorio semanal y en días considerados feriados
- Descanso por vacaciones de 15 días
- Indemnización por despido sin causa justificada.
- Derecho a compensación por Tiempo de Servicios (CTS)
- Cobertura de seguro de vida y seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR)
- Seguro de vida ley
- Derecho a utilidades
- Seguro de salud (9% de la remuneración será aportada en ESSALUD)
- Licencias de maternidad y paternidad
- Vacaciones anuales
- Pago por vacaciones truncas

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
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 de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	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.

Figura 39. Régimen laboral de la MYPE.

Recuperado de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. SUNAT (23 de agosto 2020). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

5.1.5 Legislación tributaria.

En nuestro país existen cuatro regímenes tributarios, luego de comparar y analizar el que más se adecua a nuestro proyecto es el régimen MYPE. ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA S.A.C. se acogerá a MYPE porque posee amplios beneficios, los impuestos a considerar son los siguientes:

- Impuesto a la Renta: Mientras la empresa no supera los 300 UIT de ingresos netos anuales se pagará únicamente el 1% de los ingresos netos del mes. En el caso de que en un mes se supere 300 UIT de ingresos netos anuales el pago será 1.5% o coeficiente.
- Pago de IGV: 18% (tiene incluido el impuesto de promoción municipal).

- La empresa estará exonerada del pago de tasas a las Municipalidades por trámites tales como renovación, actualización de datos entre otros relacionados a la misma, excepto en el cambio de uso. Deberá llevar los siguientes libros y registros contables de formar electrónica:
- Registro de Ventas.
- Registro de Compras
- Libro Diario de Formato Simplificado.

5.1.6 Otros aspectos legales.

Debido a que Bambú Chips está dirigido al consumo humano directo, es responsabilidad de nuestra empresa cumplir con todos los derechos adquiridos por los clientes; esto se encuentra estipulado en el Código de Protección al Consumidor cuya Ley es la N° 29571.

Asimismo, nuestra organización estará dentro del marco de la Ley General de Industrias, Ley N° 23407, especialmente en lo que se refiere al cumplimiento de lo dispuesto sobre seguridad e higiene industrial, así como, también, el resguardo de la integridad y salud física y mental de nuestros colaboradores. De igual forma, contrataremos externamente algunos servicios de apoyo a nuestra empresa, conforme a la ley 29245 del Decreto Legislativo N 1038 para la tercerización de determinadas funciones y puestos.

5.1.7 Resumen del capítulo.

Tabla 76

Valorización por cada Área.

ACTIVIDADES	Q	C.U.	C.T.	IGV (18%)	PRECIO	G. PRODUCCION		G. ADMINITRATIVO		G. VENTAS	
						% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL
Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	1	S/5.00	S/5.00		S/5.00						
Reserva de nombre	1	S/20.00	S/20.00		S/20.00						
Servicio Notarial para constitución de empresa	1	S/320.00	S/320.00	S/58.00	S/378.00			100%	S/556		
Inscripción en registros públicos y entrega de testimonio de la empresa	1	S/90.00	S/90.00	S/16.00	S/106.00						
Legislación de libros Contables	1	S/40.00	S/40.00	S/7.00	S/47.00						
Obtención del RUC	1										
Inscripción de REMYPE	1										
TOTAL				S/81.00	S/556.00						
ACTIVIDADES	Q	C.U.	C.T.	IGV (18%)	PRECIO	G. PRODUCCION		G. ADMINITRATIVO		G. VENTAS	
						% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL
Búsqueda Fonética	1	S/31.00	S/31.00					70%	S/22	30%	S/9
Búsqueda de antecedentes Figurativos	1	S/38.00	S/38.00					70%	S/27	30%	S/12
Registro de marca	1	S/535.00	S/535.00					70%	S/374	30%	S/161
Publicación en el diario El Peruano	1								S/423		S/181
TOTAL		S/604.00	S/604.00								
ACTIVIDADES	Q	C.U.	IGV (18%)	PRECIO	PRECIO	G. PRODUCCION		G. ADMINITRATIVO		G. VENTAS	
						% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL	% DIST	TOTAL
Licencia de funcionamiento Chorrillos (100-500 m2)	1	S/1,423	S/1,423	S/256	S/1,679	70%	S/1,175.4	30%	S/504		
Autorización DIGESA	1	S/90	S/90	S/16	S/106	70%	S/74.3	30%	S/32		
Defensa Civil - Condiciones de Seguridad Básica 6.30 % UIT	1	S/320	S/320	S/58	S/377	70%	S/264.0	30%	S/113		
Validación técnica del Plan HACCP	1	S/1,670	S/1,670	S/301	S/1,971	70%	S/1,379.4	30%	S/591		
Certificado de Operatividad de extintores PQS (4)	1	S/664	S/664	S/119	S/780	70%	S/545.8	30%	S/234		
Carnet de Sanidad (3)	1	S/75	S/75	S/14	S/89	70%	S/62.0	30%	S/27		
Licencias de Software Office (8)	1	S/177	S/1,416	S/255	S/1,671	70%	S/1,169.6	30%	S/501		
Antivirus total sin renovación (8)	1	S/236	S/1,888	S/340	S/2,228	70%	S/1,169.5	30%	S/668		
Software Contable CONCAR	1	S/1,600	S/1,600	S/288	S/1,888	70%	S/1,559.5	30%	S/566		
TOTAL			S/9,142	S/1,646	S/10,788	70%	S/1,321.6	30%	S/3,236		
TOTAL, ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL			S/10,221	S/1,727	S/11,948		S/7,551.7		S/4,216		S/181

Nota: Elaboracion propia.

5.2 Estudio organizacional

5.2.1 Organigrama funcional.

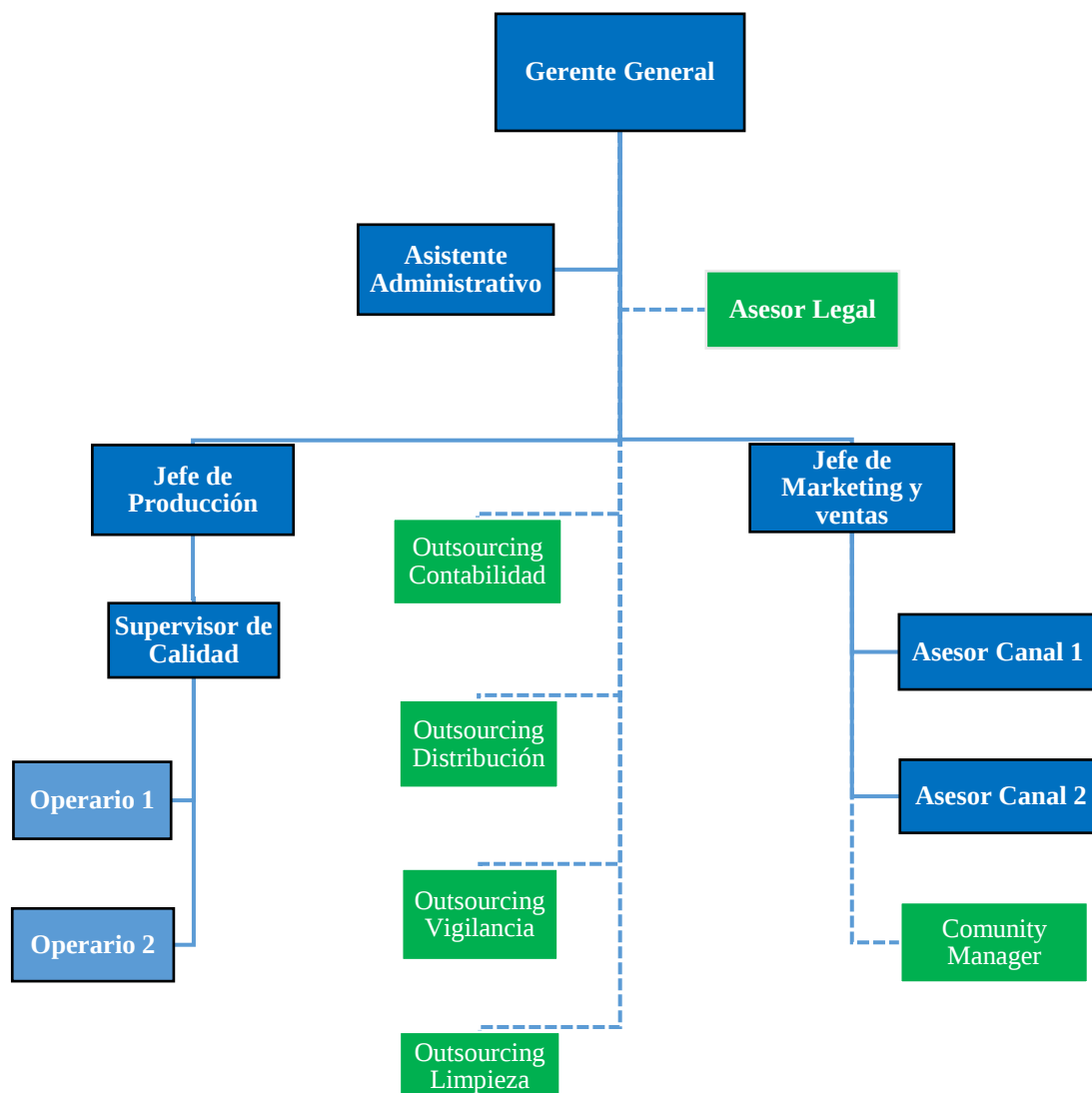


Figura 40. Organigrama funcional de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Servicios tercerizados.

A continuación, los servicios profesionales que son tercerizados dentro de la Empresa, se muestra el área donde cumplirán con las labores asignadas.

Tabla 77

Servicios tercerizados

OUTSOURCING	AREA	CANTIDAD	FRECUENCIA
Servicio contable	Administración	1	Mensual
Servicio legal	Administración	1	A demanda
Servicio de limpieza	Administración	1	Diaria
Vigilancia	Administración	1	Diaria
Community Manager	Marketing y Ventas	1	A demanda
Distribuidor	Producción	1	A demanda

Nota: Elaboración propia.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

A continuación, detallamos el manual de organización y funciones de nuestro personal.

Tabla 78

MOF Gerente General.

DESCRIPCIÓN DE PUESTO			Versión N°	1
Actualización				
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO				
NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente General	SEDE:	Lima	
DIRECCIÓN:	Gerencia General	N° DE OCUPANTES:	1	
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL				
Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas, técnico- operativo y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, de acuerdo con las facultades delegadas por el Directorio y la Junta General de Accionistas.				
FUNCIONES ESPECÍFICAS				
1º	Ejercer la representación legal y administrativa de la Empresa, de acuerdo a las atribuciones establecidas por los socios.			
2º	Proponer, presentar a consideración y aprobación de los socios los documentos ligados a la gestión, operación y producción de la Empresa; así como los instrumentos de gestión, Plan Estratégico, Plan Operativo, Presupuesto y Convenios de Gestión.			
3º	Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de la Empresa, utilizando en forma eficiente y eficaz los recursos.			
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO				
Reporta Jerárquicamente a: Socios				
Supervisa a: Jefe Producción, Jefe MKT, Ventas y Asistente Administrativo		Coordina con: Jefe Producción, Jefe MKT, Ventas		
PERFIL DEL PUESTO				
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES				
Licenciatura en carreras de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o afines.				
a)	Gestión Comercial (Ventas y Marketing).		c)	Planeamiento Estratégico.
b)	Conocimiento en leyes laborales		d)	Industria Alimentaria.
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES				
Tecnología de la		Nivel requerido		Finalidad
Información / Idiomas		Básico	Intermedio	
Microsoft Office		x		Elaborar proyectos, reportes, etc.
Gestión de RR.HH.		x		Manejo adecuado del personal.
3. CALIFICACIÓN		4. FORMA DE CONTRATACIÓN		
Calificación		Modalidad:	Planilla	
Fiscalizable		Tiempo:	Indefinido	
No Fiscalizable		Remuneración:	4000	
De Confianza		(x) Jornada:	48 horas laborales por semana	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 79

MOF Asistente Administrativo y Contable.

DESCRIPCIÓN DE PUESTO			Versión N°	1
Actualización				
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO				
NOMBRE DEL PUESTO:	Asistente Administrativo y Contable	SEDE:	Lima	
DIRECCIÓN:	Jefatura de Producción	N° DE OCUPANTES:	1	
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL				
Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas, técnico- operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención, de acuerdo con las facultades delegadas por el Directorio y la Junta General de Accionistas.				
FUNCIONES ESPECÍFICAS				
1°	Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa			
2°	Gestionar los requerimientos de materiales de acuerdo a la solicitud del Jefe de Producción.			
3°	Recepcionar facturas y archivar documentación			
4°	Coordinar los servicios de mensajería y Courier.			
5°	Emitir informes según lo requerido, responder y reenviar correos entrantes de manera constante.			
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO				
Reporta Jerárquicamente a: Gerencia General		Coordina con: Gerente General y Outsorcing contable		
Supervisa a: Ninguno				
PERFIL DEL PUESTO				
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES				
Técnico Electrónico de Instituto Superior, con experiencia mínima de 3 años.				
a)	Gestión Comercial (Ventas y Marketing).	c)	Conocimiento en mantenimiento predictivo.	
b)	Conocimiento en Supervisión y Control.	d)	Conocimiento en uso de ERP	
3. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES				
Tecnología de la Información / Idiomas	Nivel requerido			Finalidad
	Básico	Intermedio	Avanzado	
Microsoft Office		x		Elaborar reportes, informes etc.
Leyes del Consumidor		x		Redactar, archivar documentos administrativos y contables
3. CALIFICACIÓN		4. FORMA DE CONTRATACIÓN		
Calificación		Modalidad:	Planilla	
Fiscalizable	(x)	Tiempo:	Indefinido	
No Fiscalizable		Remuneración:	S/1,200	
De Confianza		Jornada:	48 horas laborales por semana	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 80

MOF Jefe de MKT y Ventas.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA SAC		DESCRIPCIÓN DE PUESTO		Versión Nº	1
Actualización					
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO					
NOMBRE PUESTO:	DEL	Jefe de MKT y Ventas	SEDE:	Lima	
DIRECCIÓN:		Jefatura de MKT y Ventas	Nº DE OCUPANTES:	1	
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL					
Planificar, organizar, dirigir, controlar y optimizar todas las actividades de Marketing y Ventas, planificando los ingresos y egresos económicos por las ventas, considerando las mejores condiciones, calidad, oportunidad, costo, rentabilidad y servicio al cliente.					
FUNCIONES ESPECÍFICAS					
1º	Establecer las estrategias y Políticas de Marketing y Comercial de la empresa.				
2º	Planificar, organizar, dirigir y controlar permanentemente las estrategias que permitan mejorar los ingresos y reducir los egresos comerciales.				
3º	Dirigir las investigaciones de mercado, proyecciones de la demanda y de ventas, así como todas las actividades relacionadas a Trade de Marketing.				
4º	Supervisar la ejecución de los presupuestos operativos y de inversión de la Gerencia de MKT y Ventas.				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
1. ORGANIZACIÓN:					
Reporta Jerárquicamente a: Gerente General			Coordina con: Gerente General, Jefe de		
Supervisa a: Asesores de Ventas y Empresas de Outsourcing.			Administración y Finanzas, Jefe de Producción.		
PERFIL DEL PUESTO					
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES					
Licenciatura en carreras de Marketing, Estadística o afines.					
a)	Conocimiento en Psicología del Consumidor.		c)	Conocimiento de Medios Digitales.	
b)	Planeamiento Estratégico.		d)	Conocimiento de RR.PP.	
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES					
Tecnología de la Información / Idiomas		Nivel requerido		Finalidad	
		Básico	Intermedio	Avanzado	
Microsoft Office				x	Elaborar proyectos, reportes, etc.
Inglés				x	Manejo adecuado de plataformas digitales, entre otros.
3. CALIFICACIÓN			4. FORMA DE CONTRATACIÓN		
Calificación			Modalidad:		Planilla
Fiscalizable			(x)	Tiempo:	Indefinido
No Fiscalizable				Remuneración:	S/2,500
De Confianza				Jornada:	48 horas laborales por semana

Nota: Elaboración propia.

Tabla 81

MOF Asesor de Ventas.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA SAC		DESCRIPCIÓN DE PUESTO		Versión Nº	1
					Actualización
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO					
NOMBRE DEL PUESTO:	Asesor de Ventas.	SEDE:	Lima		
DIRECCIÓN:	Jefe de MKT y Ventas.	Nº DE OCUPANTES:	2		
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL					
Asesorar, Planificar, organizar y controlar todas las actividades de Marketing y Ventas, optimizando los recursos y cumpliendo con los objetivos trazados para su área en los puntos de venta.					
FUNCIONES ESPECÍFICAS					
1º	Ejecutar las estrategias de MKT y Ventas, visitando, captando clientes y cumpliendo su cuota de ventas asignada.				
2º	Realizar acciones de apoyo, impulso de ventas y de merchandising en los puntos de venta.				
3º	Mantener un seguimiento constante de los clientes retail.				
4º	Demás funciones que le asigne el Gerente de MKT y Ventas.				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
1. ORGANIZACIÓN:					
Reporta Jerárquicamente a: Gerente de MKT y Ventas.		Coordina con: Asistentes de otras Jefaturas			
Supervisa a: Ninguno					
PERFIL DEL PUESTO					
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES					
Técnica en carreras de Marketing, Ventas, Publicidad o afines.					
a)	Gestión Comercial (Ventas y Marketing).	c)	Técnicas de Negociación.		
b)	Conocimiento en Investigación de Mercados.	d)	Psicología del Comportamiento.		
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES					
Tecnología de la	Nivel requerido			Finalidad	
Información / Idiomas	Básico	Intermedio	Avanzado		
Microsoft Office		x		Elaborar reportes, informes etc.	
Leyes del Consumidor		x		Manejo adecuado de la imagen en punto de venta.	
3. CALIFICACIÓN		4. FORMA DE CONTRATACIÓN			
Calificación		Modalidad:	Planilla		
Fiscalizable	(x)	Tiempo:	Indefinido		
No Fiscalizable		Remuneración:	S/1,000		
De Confianza		Jornada:	48 horas laborales por semana		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 82

MOF Jefe de Producción.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA SAC		DESCRIPCIÓN DE PUESTO		Versión Nº	1
Actualización					
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO					
NOMBRE DEL PUESTO:	DEL	Jefe de Producción	SEDE:	Lima	
DIRECCIÓN:	Jefatura de Producción	de	Nº DE OCUPANTES:	1	
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL					
Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de producción y logística interna de la Empresa, para que se realicen en las mejores condiciones de calidad, continuidad y costos; preservando el medio ambiente, así como la seguridad y salud ocupacional de las personas.					
FUNCIONES ESPECÍFICAS					
1º	Diseñar y cumplir los Planes de Calidad, Procedimientos, Instructivos y Registros del Sistema de Gestión en el área de Producción y Logística interna.				
2º	Supervisar y evaluar la operatividad y eficacia de los procesos a su cargo, proponiendo e implantando acciones que permitan, en un marco de mejora continua, la optimización de los costos operativos y la mejora de la eficiencia, además del cumplimiento de las normas de protección medioambiental, de seguridad y salud ocupacional.				
3º	Gestionar y coordinar los Presupuestos Operativos y de Inversión que permitan el abastecimiento oportuno de suministros, servicios, materiales y equipos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de su área.				
4º	Gestionar y coordinar la atención de las necesidades de capacitación del personal asignado a su área, a fin de mantener e incrementar las competencias de cada puesto de trabajo.				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
Reporta Jerárquicamente a:Gerente General			Coordina con: Gerente General, Jefe de Adm. y Finanzas, Jefe de MKT y Ventas.		
Supervisa a: Asistente de Producción, Asistente de Logística y Operarios					
PERFIL DEL PUESTO					
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES					
Licenciatura en carreras de Ingeniería de Industrias Alimentarias, Industrial o afines.					
a)	Gestión de la Producción.		c)	Planeamiento Estratégico.	
b)	Conocimiento en leyes laborales		d)	Industria Alimentaria.	
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES					
Tecnología de la Información / Idiomas		Nivel requerido			Finalidad
		Básico	Intermedio	Avanzado	
Microsoft Office				x	Elaborar proyectos, reportes, etc.
Gestión de RR.HH.				x	Manejo adecuado del personal.
3. CALIFICACIÓN			4. FORMA DE CONTRATACIÓN		
Calificación			Modalidad:	Planilla	
Fiscalizable			(x)	Tiempo:	Indefinido
No Fiscalizable				Remuneración:	S/2,500
De Confianza				Jornada:	48 horas laborales por semana

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

MOF Operario de Producción.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA SAC		DESCRIPCIÓN DE PUESTO		Versión N°	1
				Actualización	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO					
NOMBRE DEL PUESTO:	Operario de Producción	SEDE:	Lima		
DIRECCIÓN:	Jefatura de Producción	N° DE OCUPANTES:	2		
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL					
Realizar la producción diaria.					
FUNCIONES ESPECÍFICAS					
1°	Solicitar oportunamente los insumos y materiales necesarios para su asignación diaria de producción.				
2°	Llenar las fichas de control y mantener los equipos en óptimas condiciones.				
3°	Ejecutar los procedimientos según los materiales para el desarrollo del producto.				
4°	Cumplir con los estándares de calidad, respecto al uso de insumos y tratamiento de mermas en cada línea de producción.				
5°	Informar sobre los posibles fallos en los productos en proceso (error en llenado, fallo de máquina u otro).				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
Reporta Jerárquicamente a: Jefe de Producción		Coordina con: Asistentes de Producción y Logística.			
Supervisa a: Ninguno					
PERFIL DEL PUESTO					
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES					
Secundaria completa con 06 meses de experiencia en empresas de producción.					
a)	Experiencia en maniobrar maquinarias	c)	Conocimientos básicos de seguridad industrial.		
b)	Conocimiento básicos de mecánica.				
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES					
Tecnología de la Información / Idiomas	Nivel requerido			Finalidad	
	Básico	Intermedio	Avanzado		
Microsoft Office	x			Generar la producción estimada.	
Leyes del Consumidor	x			Mantener el área de producción limpio y ordenado.	
3. CALIFICACIÓN		4. FORMA DE CONTRATACIÓN			
Calificación		Modalidad:		Planilla	
Fiscalizable	(x)	Tiempo:		Indefinido	
No Fiscalizable		Remuneración:		S/1,300	
De Confianza		Jornada:		48 horas laborales por semana	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 84

MOF Supervisor de Calidad.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA SAC		DESCRIPCIÓN DE PUESTO		Versión N°	1
Actualización					
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO					
NOMBRE PUESTO:	DEL	Supervisor de Calidad	SEDE:	Lima	
DIRECCIÓN:	Jefatura Producción	de	N° DE OCUPANTES:	1	
RESPONSABILIDAD PRINCIPAL					
Supervisar, analizar y diagnosticar los controles de calidad de la empresa, asegurar que los productos cumplan con las normas de calidad y seguridad.					
FUNCIONES ESPECÍFICAS					
1°	Responsable del sistema de Gestión de Calidad e inocuidad.				
2°	Responsable del cumplimiento del plan HACCP y sus mejoras.				
3°	Realizar la supervisión de los procesos productivos a nivel indicadores.				
4°	Realizar los ensayos de calidad a la materia prima, producto en proceso y producto terminado.				
5°	Responsable de la emisión de certificados de calidad de la empresa.				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
1. ORGANIZACIÓN:					
Reporta Jerárquicamente a: Jefe de Producción			Coordina con:		
Supervisa a: Asistente de Producción, Asistente de Logística y Operarios			Gerente General, Jefe de Producción, Jefe de Administración y Finanzas y Jefe de Marketing y Ventas.		
PERFIL DEL PUESTO					
1. EDUCACIÓN Y ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS DESEABLES					
Técnica en Industrias Alimentarias.					
a)	Conocimiento leyes tributarias.	en	c)	Planeamiento Estratégico.	
b)	Conocimiento leyes laborales	en	d)	Industria Alimentaria.	
2. CONOCIMIENTOS ADICIONALES DESEABLES					
Tecnología de la Información / Idiomas	Nivel requerido			Finalidad	
	Básico	Intermedio	Avanzado		
Microsoft Office	x			Elaborar reportes, informes etc.	
Inglés	x		x	Manejo adecuado de documentación en Inglés.	
3. CALIFICACIÓN			4. FORMA DE CONTRATACIÓN		
Calificación			Modalidad:		Planilla
Fiscalizable	(x)		Tiempo:		Indefinido
No Fiscalizable			Remuneración:		S/2,000
De Confianza			Jornada:		48 horas laborales por semana

Nota: Elaboración propia.

5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Se desarrollará la descripción de los servicios y actividades a realizar por los especialistas terceros.

Tabla 85

Servicio tercerizado Contable.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Llevar todos los registros contables al ERP utilizado por la organización
	Elaborar y revisar detalle el cálculo de las planillas de los empleados
	Facturación y revisar el cálculo de las planillas de los empleados
	Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios)
	Elaboración de estados financieros para el análisis y toma de decisiones de la Gerencia General
	Declaración y pago de impuestos
	Realización de la relación de las cuentas por cobrar y por pagar
	Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 86

Servicio Legal.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Aplicación de las leyes y normativas vigentes para nuestro giro de negocio
	Resolución de conflictos legales con clientes proveedores, trabajadores
	Resolución de conflictos legales con la administración Pública
	Asesoría para afrontar demandas civiles y laborales

Nota: Elaboración propia.

Tabla 87

Servicio de Seguridad.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Ejercer la protección de las instalaciones y activos
	Evitar la ejecución de actos delictivos fuera del horario de trabajo
	Ejecutar su plan de acciones en caso de la aparición de un acto delictivo en las instalaciones fuera del horario de trabajo movilizand su flota

Nota: Elaboración propia.

Tabla 88

Servicio de Distribución.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Encargado de la estiba desde la nave industrial
	Encargado de la desestiba en los canales de distribución asignados
	Traslado de la mercadería cumpliendo los estándares de manipuleo y buenas prácticas de transporte

Nota: Elaboración propia.

Tabla 89

Servicio de Limpieza.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Encargado de la limpieza general de nave industrial
	Encargado de la limpieza general de oficinas administrativas
	Encargado de limpieza general de los servicios higiénicos
	Encargado de mantener en condiciones óptimas el patio de maniobras
	Encargado de la limpieza de oficinas administrativas

Nota: Elaboración propia.

Tabla 90

Servicio de Comunnity Manager.

ACTIVIDADES	
FUNCIONES	Elaboración de contenido de calidad y manejo en las RRSS
	Establecer relación con nuestra comunidad virtual
	Elaboración y programación de contenido para las publicaciones
	Hacer seguimiento y evaluar los resultados de las RRSS

Nota: Elaboración propia.

5.2.5 Aspectos laborales.

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

El proceso de contratación y selección se realizará por las plataformas digitales de bolsa de trabajo tales como: CompuTrabajo y LinkedIn, así mismo Alimentos Peruanos Nueva Vida SAC cuenta con un gerente general designado por la junta de accionistas, quien tendrá que ser el último filtro para la contratación del personal requerido. Por otro lado, los servicios tercerizados serán contratados de acuerdo a la efectividad y experiencia que tienen en las labores asignadas.

5.2.5.2 Régimen laboral de puestos de trabajo:

Se ha definido a ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA S.A.C. como una pequeña empresa, por tanto, estará en el régimen MYPE, algunas de las características de este régimen son detalladas a continuación:

Tabla 91

Régimen Laboral Pequeña Empresa.

TIPO	DETALLE
Rmv (S/.)	La Remuneración Mínima Vital asciende a S/. 930
Jornada Laboral	48 horas
Vacaciones	15 días por cada año trabajado
C.T.S.	½ Sueldo al año
Gratificaciones	½ sueldo en julio y ½ sueldo en diciembre
Descanso semanal	1 día (24 horas de consecutivas) como mínimo
Asignación familiar	10 % de la remuneración mínima vital (RMV)- No aplica para pequeña empresa
Es Salud (Seguro Social)	La empresa asume el pago de 9% de su remuneración (este pago les da derecho a subsidios por maternidad, lactancia, incapacidad temporal, o prestaciones por sepelio
Despido Arbitrario	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicio
Refrigerio	1 hora de refrigerio por cada día de trabajo
Régimen pensionario	A Elección del trabajador (Entre Régimen privado y público) AFP 12% (10% para el fondo, 2 % comisión y seguro de invalidez) ONP 13% (va a un fondo común), con un rango mínimo de 20 años de aporte y un rango pensionario esperado entre S/450 y S/.850 soles.
Horas extras	Las dos primeras horas 25% adicional del costo horario, a partir de la tercera hora 35 % adicional del costo horario
Utilidades	Al contar con más de 20 trabajadores es obligatorio el reparto de utilidades

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto.

Todos los trabajadores tienen el derecho a percibir una remuneración por los servicios laborales que prestan hacia la empresa, derecho que se encuentra respaldado por la Ley Artículo N°24 de la Constitución Política, “El trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure, para él y su familia, el bienestar material y espiritual”. Las remuneraciones son variables en el tiempo según desempeño, capacitación, y logros que el trabajador alcance desarrollar en beneficio personal y de la empresa.

A continuación, el detalle y valorizaciones en las siguientes tablas.

Tabla 92

Número de personal requerido por área en planilla.

AREA	PUESTO	SUELDO	2021	2022	2023	2024	2025
Administración	Gerente general	4,000	1	1	1	1	1
	Asistente administrativo y contable	1,500	1	1	1	1	1
Producción	Jefe de producción	2,500	1	1	1	1	1
	Supervisor de calidad	2,000	1	1	1	1	1
	Operarios producción	1,300	2	2	2	2	2
Ventas	Jefe de marketing y ventas	2,500	1	1	1	1	1
	Asesor de marketing y ventas	1,000	2	2	2	2	2
Total			9	9	9	9	9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 93

Planilla mensual del Gerente General y Asistente Administrativo.

COSTO MOD	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Operarios producción	S/1,300	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600
TOTAL SUELDO BRUTO	S/1,300	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600
Gratificación (1/12 x S.bruto)	S/108	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217
TOTAL SUELDO	S/1,408	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/59	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/54	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108
Seguro de vida Ley (0.71% x S.bruto)	S/9	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/16	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/10	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/117	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234
COSTO MOD	S/1,673	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346

Nota: Elaboración propia.

Tabla 94

Planilla anual del Gerente General y Asistente Administrativo.

GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO	2020	2021	2022	2023
Gerente general	S/20,000	S/48,000	S/48,000	S/48,000
Asistente administrativo y contable	S/7,500	S/18,000	S/18,000	S/18,000
TOTAL SUELDO BRUTO	S/27,500	S/66,000	S/66,000	S/66,000
Gratificación (1/12 x S.bruto)	S/2,292	S/5,500	S/5,500	S/5,500
TOTAL SUELDO	S/29,792	S/71,500	S/71,500	S/71,500
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/1,241	S/2,979	S/2,979	S/2,979
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/1,146	S/2,750	S/2,750	S/2,750
Seguro de vida Ley (0.53% x S.bruto)	S/146	S/350	S/350	S/350
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/338	S/812	S/812	S/812
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/206	S/495	S/495	S/495
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/2,475	S/5,940	S/5,940	S/5,940
GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO	S/35,344	S/84,826	S/84,826	S/84,826

Nota: Elaboración propia.

Tabla 95

Planilla mensual del Jefe de Producción y Supervisor de calidad.

COSTO MOI	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Jefe de producción	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500
Supervisor de calidad	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000
TOTAL SUELDO BRUTO	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500
Gratificación (1/12 x S.bruto)	S/375	S/375	S/375	S/375	S/375	S/375
TOTAL SUELDO	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/203	S/203	S/203	S/203	S/203	S/203
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/188	S/188	S/188	S/188	S/188	S/188
Seguro de vida Ley (0.71% x S.bruto)	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/55	S/55	S/55	S/55	S/55	S/55
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/405	S/405	S/405	S/405	S/405	S/405
COSTO MOI	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792

Nota: Elaboración propia.

Tabla 96

Planilla anual del Jefe de Producción y Supervisor de calidad.

COSTO MOI	2020	2021	2022	2023
Jefe de producción	S/12,500	S/30,000	S/30,000	S/30,000
Supervisor de calidad	S/10,000	S/24,000	S/24,000	S/24,000
TOTAL SUELDO BRUTO	S/22,500	S/54,000	S/54,000	S/54,000
Gratificación (1/12 x S.bruto)	S/1,875	S/4,500	S/4,500	S/4,500
TOTAL SUELDO	S/24,375	S/58,500	S/58,500	S/58,500
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/1,016	S/2,438	S/2,438	S/2,438
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/938	S/2,250	S/2,250	S/2,250
Seguro de vida Ley (0.71% x S.bruto)	S/160	S/383	S/383	S/383
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/277	S/664	S/664	S/664
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/169	S/405	S/405	S/405
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/2,025	S/4,860	S/4,860	S/4,860
COSTO MOI	S/28,958	S/69,500	S/69,500	S/69,500

Nota: Elaboración propia.

Tabla 97

Planilla mensual del Jefe de Marketing y ventas & Asesores de ventas.

PUESTO	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Jefe de marketing y ventas	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/2,500
Asesor de marketing y ventas	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000
TOTAL SUELDO BRUTO	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500
Gratificación (1/12)	S/375	S/375	S/375	S/375	S/375	S/375
TOTAL SUELDO	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875	S/4,875
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/203	S/203	S/203	S/203	S/203	S/203
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/188	S/188	S/188	S/188	S/188	S/188
Seguro de vida Ley (0.53% x S.bruto)	S/24	S/24	S/24	S/24	S/24	S/24
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/55	S/55	S/55	S/55	S/55	S/55
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/405	S/405	S/405	S/405	S/405	S/405
GASTO SUELDO VENTAS	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784
Comisiones 2%		S/1,763	S/2,057	S/2,351	S/2,645	S/2,939

Nota: Elaboración propia.

Tabla 98

Planilla anual del Jefe de Marketing y ventas & Asesores de ventas.

PUESTO	2020	2021	2022	2023
Jefe de marketing y ventas	S/12,500	S/30,000	S/30,000	S/30,000
Asesor de marketing y ventas	S/10,000	S/24,000	S/24,000	S/24,000
TOTAL SUELDO BRUTO	S/22,500	S/54,000	S/54,000	S/54,000
Gratificación (1/12)	S/1,875	S/4,500	S/4,500	S/4,500
TOTAL SUELDO	S/24,375	S/58,500	S/58,500	S/58,500
CTS (1/24 x S.bruto + gratificación)	S/1,016	S/2,438	S/2,438	S/2,438
Vacaciones (1/24 x S.bruto)	S/938	S/2,250	S/2,250	S/2,250
Seguro de vida Ley (0.53% x S.bruto)	S/119	S/286	S/286	S/286
SCTR (1.23% x S.bruto)	S/277	S/664	S/664	S/664
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/169	S/405	S/405	S/405
ESSALUD (9% x S.bruto)	S/2,025	S/4,860	S/4,860	S/4,860
GASTO SUELDO VENTAS	S/28,918	S/69,403	S/69,403	S/69,403
Comisiones 2%	S/11,754	S/31,167	S/33,056	S/35,059

Nota: Elaboración propia.

Tabla 99

Planilla mensual de los Operarios de Producción.

COSTO MOD	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Operarios producción	S/1,300	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600
TOTAL, SUELDO BRUTO	S/1,300	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600
Gratificación (1/12 x S. bruto)	S/108	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217
TOTAL, SUELDO	S/1,408	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817
CTS (1/24 x S. bruto + gratificación)	S/59	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117
Vacaciones (1/24 x S. bruto)	S/54	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108
Seguro de vida Ley (0.71% x S. bruto)	S/9	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18
SCTR (1.23% x S. bruto)	S/16	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/10	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20
ESSALUD (9% x S. bruto)	S/117	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234
COSTO MOD	S/1,673	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346

Nota: Elaboración propia.

Tabla 100

Planilla anual de los Operarios de Producción.

COSTO MOD	2020	2021	2022	2023
Operarios producción	S/13,000	S/31,200	S/31,200	S/31,200
TOTAL, SUELDO BRUTO	S/13,000	S/31,200	S/31,200	S/31,200
Gratificación (1/12 x S. bruto)	S/1,083	S/2,600	S/2,600	S/2,600
TOTAL, SUELDO	S/14,083	S/33,800	S/33,800	S/33,800
CTS (1/24 x S. bruto + gratificación)	S/587	S/1,408	S/1,408	S/1,408
Vacaciones (1/24 x S. bruto)	S/542	S/1,300	S/1,300	S/1,300
Seguro de vida Ley (0.71% x S. bruto)	S/92	S/222	S/222	S/222
SCTR (1.23% x S. bruto)	S/160	S/384	S/384	S/384
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/98	S/234	S/234	S/234
ESSALUD (9% x S. bruto)	S/1,170	S/2,808	S/2,808	S/2,808
COSTO MOD	S/16,732	S/40,156	S/40,156	S/40,156

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 101

Gastos por mano de obra tercerizados proyectados por año.

	2020	2021	2022	2023
Asesoría Legal	S/1,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000
Community manager	S/2,600	S/7,800	S/7,800	S/7,800
Contabilidad	S/3,600	S/9,600	S/9,600	S/9,600
Total, servicios tercerizados	S/7,200	S/19,400	S/19,400	S/19,400

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102

Gastos por servicios tercerizados proyectados por año.

Servicio tercerizados (Factura)	2020	2021	2022	2023
Servicio de Limpieza	S/9,000	S/21,600	S/21,600	S/21,600
Servicio de seguridad y vigilancia	S/10,000	S/24,000	S/24,000	S/24,000
Seguro contra robos e incendios	S/600	S/1,440	S/1,440	S/1,440
Transporte y distribución	S/9,542	S/25,301	S/26,834	S/28,461
Total servicios tercerizados	S/29,142	S/72,341	S/73,874	S/75,501

Nota: Elaboración propia.

5.2.5.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo.

ALIMENTOS PERUANOS NUEVA VIDA S.A.C. aplica un horario de trabajo de 8 horas con 1 hora de refrigerio por área, cualquier cambio en el horario de trabajo será comunicado por el Gerente General de la empresa. Se menciona el horario de trabajo por áreas en la siguiente tabla.

Tabla 103

Horarios de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.

PERSONAL	HORARIO	REFRIGERIO
Administrativo y Ventas	Lunes a viernes	Lunes a viernes
	08: 00 h -18:00 h	13:00 h – 14:00 H
	Sábados	
	09:00 h – 12: 00 h	
Operativo	Lunes a sábado	
	07:00 h – 15: 00 h	Horario corrido de 8 horas para personal de planta
	15:00 h – 23: 00 h	
	23:00 h – 07: 00 h	

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1 Tamaño del proyecto

6.1.1 Capacidad instalada.

El criterio que se utilizará para el cálculo de la capacidad instalada en nuestra empresa será dado en base a la cantidad de productos que pueda entregar la línea de producción, considerando el proceso más lento que es la deshidratación que dura un aproximado de 8 hrs. A la vez se tomará en cuenta que la planta trabajará 1 turno con una de jornada de 8 horas, 24 días al mes.

6.1.1.1 Criterios.

Tabla 104

Criterios de capacidad instalada.

Orden de capacidad utilizada	Capacidad de fabrica	
Maquina lavadora	240	Kg/Hr
Maquina peladora/cortadora	80	Kg/Hr
Deshidratadora de Cabina Industrial	340	Kg
Horno industrial	300	Bol/Hr
Empacadora vertical compacta	650	Bol/Hr

Nota: Elaboración propia.

6.1.1.2 Cálculos.

Tabla 105

Cálculos de capacidad instalada para máquina lavadora.

Horas de uso máximo diario	1.50	
Maquina lavadora	PRODUCCION	
Capacidad de maquina	240	Kg/Hr
Capacidad utilizada diaria	360	Kg/Día
Capacidad mensual (24 días)	8,640	Kg/Mes
Capacidad instalada anual 1 maquina	103,680	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 106

Cálculos de capacidad instalada para máquina peladora/cortadora.

Horas de uso máximo diario	2.00	
Maquina peladora/cortadora	PRODUCCION	
Capacidad de maquina	80	Kg/Hr
Capacidad utilizada diaria	160	Kg/Día
Capacidad mensual (24 días)	3,840	Kg/Mes
Capacidad instalada anual 1 maquina	46,080	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 107

Cálculos de capacidad instalada para deshidratadora de Cabina Industrial.

Deshidratadora de Cabina Industrial	PRODUCCION	
Capacidad de maquina	340	Kg
Capacidad utilizada diaria	340	Kg/Día
Capacidad mensual (24 días)	8,160	Kg/Mes
Capacidad instalada anual 1 maquina	97,920	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 108

Cálculos de capacidad instalada para Horno Industrial.

Horas de uso máximo diario	4.00	
Horno industrial	PRODUCCION	
Capacidad de maquina	300	Bol/Hr
Capacidad utilizada diaria	1,200	Bol/Día
Capacidad mensual (24 días)	28,800	Bol/Mes
Capacidad instalada anual 1 maquina	345,600	Bol/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 109

Cálculos de capacidad instalada de Empacadora Vertical Compacta.

Horas de uso máximo diario	2.00	
Empacadora vertical compacta	PRODUCCION	
Capacidad de maquina	650	Bol/Hr
Capacidad utilizada diaria	1,300	Bol/Día
Capacidad mensual (24 días)	31,200	Bol/Mes
Capacidad instalada anual 1 maquina	374,400	Bol/Año

Nota: Elaboración propia.

6.1.2 Capacidad utilizada.

Define nuestro volumen máximo de producción teniendo en cuenta los recursos que tenemos disponibles.

6.1.2.1 Criterios.

Tabla 110

Criterios de Capacidad Utilizada.

Orden de capacidad utilizada	2020	2021	2022	2023
Maquina lavadora	22,258	71,171	74,761	78,507
Maquina peladora/cortadora	22,258	71,171	74,761	78,507
Deshidratadora de Cabina Industrial	22,258	71,171	74,761	78,507
Horno industrial	108,741	260,631	272,056	285,300
Empacadora vertical compacta	108,741	260,631	272,056	285,300

Nota: Elaboración propia.

6.1.2.2 Cálculos.

Tabla 111

Capacidad utilizada.

Maquina lavadora				
	2020	2021	2022	2023
Kg de Bambú	25,258	71,171	74,761	78,507
Necesidad de maquinaria	1	1	1	1
Capacidad instalada anual	103,680	103,680	103,680	103,680
% de capacidad utilizada	24.36%	68.65%	72.11%	75.72%
% de capacidad ociosa	75.64%	31.35%	27.89%	24.28%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 112

Capacidad utilizada de Maquina Peladora/Cortadora.

Maquina peladora/cortadora				
	2020	2021	2022	2023
Kg de Bambú	25,258	71,171	74,761	78,507
Necesidad de maquinaria	1	2	2	2
Capacidad instalada anual	46,080	92,160	92,160	92,160
% de capacidad utilizada	54.81%	77.23%	81.12%	85.19%
% de capacidad ociosa	45.19%	22.77%	18.88%	14.81%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 113

Capacidad utilizada de Deshidratadora de cabina Industrial.

Deshidratadora de Cabina Industrial	2020	2021	2022	2023
Kg Bambú	25,258	71,171	74,761	78,507
Necesidad de maquinaria	1	1	1	1
Capacidad instalada anual	97,920	97,920	97,920	97,920
% de capacidad utilizada	25.79%	72.68%	76.35%	80.17%
% de capacidad ociosa	74.21%	27.32%	23.65%	19.83%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 114

Capacidad utilizada de Horno Industrial.

	Horno industrial			
	2020	2021	2022	2023
Bolsas producidas	108,741	260,631	272,056	285,300
Necesidad de maquinaria	1	1	1	1
Capacidad instalada anual	345,600	345,600	345,600	345,600
% de capacidad utilizada	31.46%	75.41%	78.72%	82.55%
% de capacidad ociosa	68.54%	24.59%	21.28%	17.45%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 115

Capacidad utilizada de Empacadora Vertical Compacta.

	Empacadora vertical compacta			
	2020	2021	2022	2023
Bolsas producidas	108,741	260,631	272,056	285,300
Necesidad de maquinaria	1	1	1	1
Capacidad instalada anual	374,400	374,400	374,400	374,400
% de utilización	29.04%	69.61%	72.66%	76.20%
% de capacidad ociosa	70.96%	30.39%	27.34%	23.80%

Nota: Elaboración propia.

6.1.3 Capacidad Máxima.

Para determinar la máxima capacidad de planta se va a considerar los tres turnos de 8 hrs cada uno, así como un año de 365 días calendarios ininterrumpidos por máquina.

6.1.3.1 Criterios.

Tabla 116

Criterios de capacidad máxima.

Maquinaria	Capacidad de fabrica	
Maquina lavadora	240	Kg/Hr
Maquina peladora/cortadora	80	Kg/Hr
Deshidratadora de Cabina Industrial	340	Kg
Horno industrial	300	Bol/Hr
Empacadora vertical compacta	650	Bol/Hr

Nota: Elaboración propia.

6.1.3.2 Cálculos.

Tabla 117

Cálculos de capacidad máxima para Máquina Lavadora.

Maquina lavadora	PRODUCCION	
Capacidad de fabrica	240	Kg/Hr
Capacidad diaria (24 horas)	5,760	Kg/Día
Capacidad al mes (30 días)	172,800	Kg/Mes
Capacidad máxima al año	2,073,600	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 118

Cálculos de capacidad máxima para Maquina Peladora/Cortadora.

Maquina peladora/cortadora	PRODUCCION	
Capacidad de fabrica	320	Kg/Hr
Capacidad diaria (24 horas)	7,860	Kg/Día
Capacidad al mes (30 días)	230,400	Kg/Mes
Capacidad máxima al año	2,764,800	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 119

Cálculos de capacidad máxima para Deshidratadora de Cabina Industrial.

Deshidratadora de Cabina Industrial	PRODUCCION	
Capacidad de fabrica	340	Kg/Hr
Capacidad diaria (24 horas)	8,160	Kg/Día
Capacidad al mes (30 días)	244,800	Kg/Mes
Capacidad máxima al año	2,937,600	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

Tabla 120

Cálculos de capacidad máxima para Horno Industrial.

Horno Industrial	PRODUCCION	
Capacidad de fabrica	300	Kg/Hr
Capacidad diaria (24 horas)	7,200	Kg/Día
Capacidad al mes (30 días)	216,000	Kg/Mes
Capacidad máxima al año	2,592,000	Kg/Año

Nota: Elaboración propia.

.

Tabla 121

Cálculos de capacidad máxima para Empacadora Vertical Compacta.

Empacado vertical compacto	PRODUCCION	
Capacidad de fabrica	650	Bol/Hr
Capacidad diaria (24 horas)	15,600	Bol/Día
Capacidad al mes (30 días)	468,000	Bol/Mes
Capacidad máxima al año	5,616,00	Bol/Año

Nota: Elaboración propia

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción

6.2.1.1 Diagrama de Análisis de Procesos – DAP.

Tabla 122

Diagrama de Análisis de Procesos – DAP.

Diagrama Num:001 - Producción de snacks de bambú					
Diagrama Num:001		Resumen			
Objeto: Snack de Bambú deshidratado		Actividad	Actual Propuesta		
Actividad: Elaboración de snacks de bambú		Operación Transporte Espera Inspección Almacenamiento			
Método: Actual/Propuesto					
Lugar: Planta de producción 1					
Operario (s): 2					
Ficha núm:001					
		Distancia (m)			
		Tiempo (min-hombre)			
Compuesto por:Ing. Industrias alimentarias		Fecha: 20/09/20		Costo	
Aprobado por:		Fecha: 30/10/20		- Mano de obra	
				- Material	
		Total			
Descripción	Tiempo	Distancia	Símbolo		Observaciones
Recepcionar materia prima	5	-			
Pesar la materia prima	10	-			
Trasladar materia prima al área de lavado	5	-			
Realizar el lavado de la materia prima	12	-			
Escurrir materia prima	3	-			
Pelar y cortar materia prima	15	-			
Almacenar materia prima en área refrigerada	5	-			
Trasladar materia prima al área de deshidratado	3	-			
Colocar material en bandeja de máquina deshidratadora	2	-			
Procesar la deshidratación en máquina industrial	0	-			
Trasladar producto deshidratado	3	-			
Retirar bandeja de máquina deshidratadora	2	-			
Aderezar productos	10	-			
Mezclar producto e ingrediente en mezclador	5	-			
Trasladar producto hacia el horno	5	-			
Hornear producto	30	-			
Inspección de control de calidad	10	-			
Trasladar producto al área de reposo	5	-			
ventilar producto	20	-			
Trasladar producto al área de empaque	5	-			
Empacar producto	20	-			
Control de calidad de producto terminado	15	-			
Trasladar producto terminado a almacén	5	-			
Recepcionar y almacenar producto	15	-			
Total	210	-	11	2	2

Nota: Elaboración propia.

Diagrama de Operaciones de Proceso – DOP.

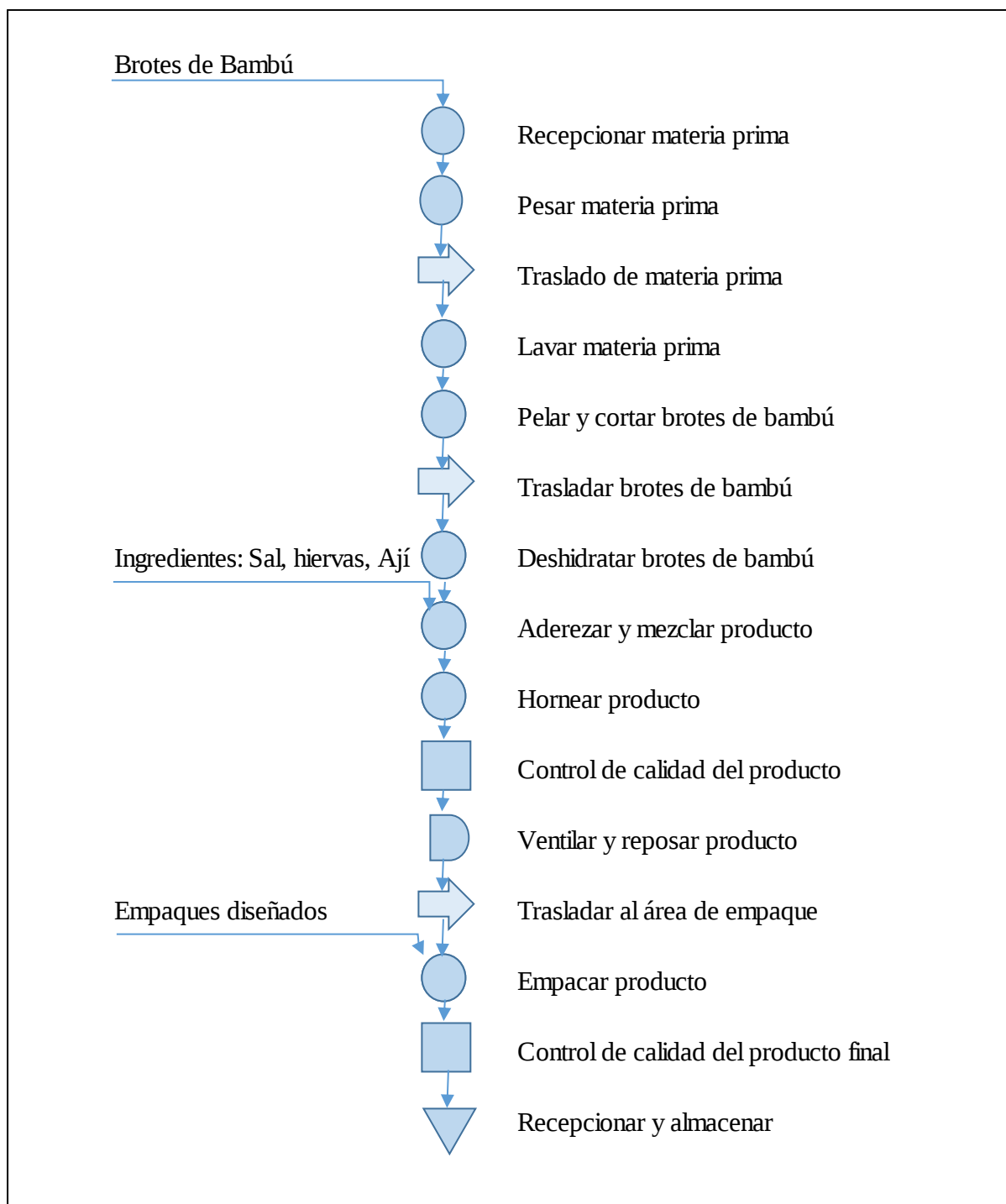


Figura 41. Diagrama de operaciones de proceso.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.2 Programa de producción.

6.2.2.1 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips.

- Se harán degustaciones 5 días a la semana, al mes serían 20 veces, entonces se guardará 1/20 de la venta del mes y para los siguientes años se harán menos degustaciones a la semana
- Se reparte 3 veces por semana, al mes sería 12 veces y se tiene que guardar para repartir al inicio del siguiente mes.
- Se establece una meta de merma máxima de 0.25% debido al nivel de ventas

Tabla 123

Sampling, Inventario final y merma del programa de producción en presentación de 40 gr de Bambú Chips.

	2020	2021	2022	2023
Sampling	5%	4%	3%	2%
Inventario Final	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%
Merma de producto terminado	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.2 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Picante.

Tabla 124

Programa de producción mensual de Bambú chips Picante por 40 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	1,701	1,984	2,267	2,551	2,834	11,337
(+) Sampling	5%	0	0	0	0	0	0	86	86	100	114	128	142	570
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	142	166	189	213	237	224	224
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	1	5	6	7	8	9	35
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	142	166	189	213	237	947
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	229	1,816	2,113	2,412	2,711	2,972	11,219

Nota: Elaboración propia.

Tabla 125

Programa de producción anual de Bambú chips Picante por 40 gr.

Bambú Picante	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	11,337	30,061	31,882	33,815
(+) Sampling	86	570	1,212	505	359
(+) Inventario final	142	224	237	252	0
(+) Merma producto terminado	1	35	91	93	99
(-) Inventario Inicial	0	947	224	237	252
Volumen a producir	229	11,219	31,377	32,495	34,021
Mes		935	2,615	2,708	2,835
Diario		39	109	113	118

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.3 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Finas Hierbas.

Tabla 126

Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Hierbas por 40 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	3,779	4,409	5,039	5,669	6,298	25,194
(+) Sampling	5%	0	0	0	0	0	0	189	189	221	252	284	315	1,261
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	315	368	420	473	525	497	497
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	2	11	13	15	17	18	74
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	315	368	420	473	525	2,101
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	506	4,032	4,695	5,359	6,022	6,603	24,925

Nota: Elaboración propia.

Tabla 127

Programa de producción anual de Bambú Finas Hierbas por 40 gr.

Bambú Finas hierbas	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	25,194	66,801	70,850	75,144
(+) Sampling	189	1,261	2,682	1,119	791
(+) Inventario final	315	497	527	558	0
(+) Merma producto terminado	2	74	194	201	210
(-) Inventario Inicial	0	2,101	497	527	558
Volumen a producir	506	24,925	69,707	72,201	75,587
Mes		2,077	5,809	6,017	6,299
Diario		87	242	251	262

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.4 Programa de producción para presentación de 40 gr de Bambú Chips Salado

Programa de producción mensual de Bambú chips Salado por 40 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	4,062	4,740	5,417	6,094	6,771	27,083
(+) Sampling	5%	0	0	0	0	0	0	204	204	237	271	305	339	1,356
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	339	395	452	508	565	534	534
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	2	12	14	16	18	20	80
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	339	395	452	508	565	2,259
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	545	4,334	5,048	5,760	6,474	7,099	26,794

Nota: Elaboración propia.

Tabla 128

Programa de producción anual de Bambú chips Salado por 40 gr.

Bambú Salado	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	27,083	71,812	76,164	80,780
(+) Sampling	204	1,356	2,877	1,201	850
(+) Inventario final	339	534	566	600	0
(+) Merma producto terminado	2	80	205	214	223
(-) Inventario Inicial	0	2,259	534	566	600
Volumen a producir	545	26,794	74,926	77,613	81,253
Mes		2,233	6,244	6,468	6,771
Diario		93	260	269	282

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.5 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips

- No habrá Sampling de este tamaño
- Se reparte 3 veces por semana, al mes sería 12 veces y se tiene que guardar para repartir al inicio del siguiente mes
- Se establece una meta de merma máxima de 0.25% debido al nivel de ventas

Tabla 129

Sampling, Inventario final y merma del programa de producción en presentación de 120 gr de Bambú Chips.

Sampling	2020	2021	2022	2023
Inventario Final	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%
Merma de producto terminado	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 130

Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Picante por 120 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	850	992	1,134	1,275	1,417	5,669
(+) Sampling														
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	71	83	95	107	119	112	112
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	1	3	3	4	4	4	18
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	71	83	95	107	119	475
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	72	865	1,007	1,150	1,291	1,414	5,324

Nota: Elaboración propia.

Tabla 131

Programa de producción anual de Bambú chips Picante por 120 gr.

Bambú Picante	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	5,669	15,030	15,941	16,907
(+) Sampling	0	0	0	0	0
(+) Inventario final	71	112	119	126	0
(+) Merma producto terminado	1	18	46	49	54
(-) Inventario Inicial	0	475	112	119	126
Volumen a producir	72	5,324	15,083	15,997	16,835
Mes		444	1,257	1,333	1,403
Diario		18	52	56	58

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.6 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips Finas Hierbas.

Tabla 132

Programa de producción mensual de Bambú chips Finas Hierbas por 120 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	1,890	2,204	2,519	2,834	3,149	12,597
(+) Sampling														
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	158	184	210	237	263	249	249
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	1	6	7	7	8	9	37
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	158	184	210	237	263	1,052
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	159	1,922	2,237	2,553	2,868	3,144	11,831

Nota: Elaboración propia.

Tabla 133

Programa de producción anual de Bambú chips Finas Hierbas por 120 gr.

Bambú Finas hierbas	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	12,597	33,401	35,425	37,572
(+) Sampling	0	0	0	0	0
(+) Inventario final	158	249	264	279	0
(+) Merma producto terminado	1	37	98	100	109
(-) Inventario Inicial	0	1,052	249	264	279
Volumen a producir	159	11,831	33,514	35,540	37,402
Mes		986	2,793	2,962	3,117
Diario		41	116	123	130

Nota: Elaboración propia.

6.2.2.7 Programa de producción para presentación de 120 gr de Bambú Chips Salado.

Tabla 134

Programa de producción mensual de Bambú chips Salado por 120 gr.

2020	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Volumen de ventas		0	0	0	0	0	0	0	2,031	2,370	2,708	3,047	3,385	13,542
(+) Sampling														
(+) Inventario final	8.3%	0	0	0	0	0	0	170	198	226	254	283	267	267
(+) Merma producto terminado	0.25%	0	0	0	0	0	0	1	6	7	8	9	10	40
(-) Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	170	198	226	254	283	1,131
Volumen a producir		0	0	0	0	0	0	171	2,065	2,405	2,744	3,085	3,379	12,718

Nota: Elaboración propia.

Tabla 135

Programa de producción anual de Bambú chips Salado por 120 gr.

Bambú Salado	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	13,542	35,906	38,082	40,390
(+) Sampling					
(+) Inventario final	170	267	283	300	0
(+) Merma producto terminado	1	40	102	111	113
(-) Inventario Inicial	0	1,131	267	283	300
Volumen a producir	171	12,718	36,024	38,210	40,203
Mes		1,060	3,002	3,184	3,350
Diario		44	125	133	140

Nota: Elaboración propia.

Tabla 136

Programa de producción anual.

	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Volumen de ventas	0	95,421	253,011	268,344	284,607
(+) Sampling	479	3,187	6,771	2,825	2,000
(+) Inventario final	1,195	1,883	1,996	2,115	0
(+) Merma producto terminado	8	284	736	768	808
(-) Inventario Inicial	0	7,965	1,883	1,996	2,115
Volumen a producir	1,682	108,741	260,631	272,056	285,300
Mes		9,062	21,719	22,671	23,775
Diario		378	905	945	991

Nota: Elaboración propia.

6.2.3 Necesidad de Materias Primas e Insumos.

Tabla 137

Necesidad de Materiales de sabor picante de 40 gr.

Bambú Picante								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa	PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA	
Brote de Bambú	157.68 gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/1.3680	Mensual	
Sal de Maras	0.28 gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0030	Trimestral	
Ají charapita en polvo	0.30 gr	S/50.00	S/42.37	S/0.04	5%	S/0.0133	Bimestral	
	Costo unitario promedio de material directo					S/. 1.3843		
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa	PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA	
Bolsita Doypack con logo	1.00 unid	S/389.40	S/330.00	S/0.33	1%	S/0.3333	Mensual	
	Costo unitario promedio de material indirecto					S/0.3333		
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa	PCU ciento	CU ciento	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA	
Caja para transporte 20 unid	0.05 unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral	
	Costo unitario promedio de gasto de envío					S/0.0428		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 138

Necesidad de Materiales de finas hierbas de 40 gr.

Bambú Finas hierbas								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Brote de Bambú	157.68	gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/1.3680	Mensual
Sal de maras	0.15	gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0016	Trimestral
Orégano en polvo	0.28	gr	S/26.00	S/22.03	S/0.02	5%	S/0.0065	Mensual
Tomillo en polvo	0.15	gr	S/40.00	S/33.90	S/0.03	5%	S/0.0053	Mensual
Costo unitario promedio de material directo							S/1.3814	
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Bolsita Doypack con logo	1.00	unid	S/389.40	S/330.00	S/0.33	1%	S/0.3333	Mensual
Costo unitario promedio de material indirecto							S/0.3333	
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa		PCU ciento	CU Millar	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Caja para transporte 20 unid	0.05	unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral
Costo unitario promedio de gasto de envío							S/0.0428	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 139

Necesidad de Materiales de salado de 40 gr.

Bambú Salado								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Brote de Bambú	157.68	gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/1.3680	Mensual
Sal de maras	0.28	gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0030	Trimestral
Costo unitario promedio de material directo							S/1.3710	
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Bolsita Doypack con logo	1.00	unid	S/389.40	S/330.00	S/0.33	1%	S/0.3333	Mensual
Costo unitario promedio de material indirecto							S/0.3333	
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa		PCU ciento	CU Millar	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Caja para transporte 20 unid	0.05	unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral
Costo unitario promedio de gasto de envío							S/0.0428	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 140

Necesidad de Materiales de sabor picante de 120 gr.

Bambú Picante								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Brote de Bambú	473.04	gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/4.1040	Mensual
Sal de Maras	0.84	gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0090	Trimestral
Ají charapita en polvo	0.90	gr	S/50.00	S/42.37	S/0.04	5%	S/0.0400	Bimestral
Costo unitario promedio de material directo							S/4.1530	
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Bolsita Doypack con logo	1.00	unid	S/778.80	S/660.00	S/0.66	1%	S/0.6666	Mensual
Costo unitario promedio de material indirecto							S/0.6666	
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa		PCU ciento	CU ciento	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Caja para transporte 20 unid	0.05	unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral
Costo unitario promedio de gasto de envío							S/0.0428	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 141

Necesidad de Materiales de sabor finas hierbas de 120 gr.

Bambú Finas hierbas								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Brote de Bambú	473.04	gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/4.1040	Mensual
Sal de maras	0.45	gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0048	Trimestral
Orégano en polvo	0.84	gr	S/26.00	S/22.03	S/0.02	5%	S/0.0194	Mensual
Tomillo en polvo	0.45	gr	S/40.00	S/33.90	S/0.03	5%	S/0.0160	Mensual
Costo unitario promedio de material directo							S/4.1443	
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Bolsita Doypack con logo	1.00	unid	S/778.80	S/660.00	S/0.66	1%	S/0.6666	Mensual
Costo unitario promedio de material indirecto							S/0.6666	
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa		PCU ciento	CU Millar	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Caja para transporte 20 unid	0.05	unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral
Costo unitario promedio de gasto de envío							S/0.0428	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 142

Necesidad de Materiales de sabor salado de 120 gr.

Bambú Salado								
MATERIAL DIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU/KG/LT	CU/KG/LT	CU/GRS/ML	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Brote de Bambú	473.04	gr	S/9.75	S/8.26	S/0.01	5%	S/4.1040	Mensual
Sal de maras	0.84	gr	S/12.00	S/10.17	S/0.01	5%	S/0.0090	Trimestral
Costo unitario promedio de material directo							S/. 4.1130	
MATERIAL INDIRECTO	Cantidad por bolsa		PCU	CU	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Bolsita Doypack con logo	1.00	unid	S/778.80	S/660.00	S/0.66	1%	S/0.6666	Mensual
Costo unitario promedio de material indirecto							S/0.6666	
GASTOS DE ENVIO	Cantidad por bolsa		PCU ciento	CU Millar	CU Unidad	Merma	CU por PT	FRECUENCIA
Caja para transporte 20 unid	0.05	unid	S/100.00	S/84.75	S/0.85	1%	S/0.0428	Bimestral
Costo unitario promedio de gasto de envío							S/0.0428	

Nota: Elaboración propia.

Resumen de Necesidades

Tabla 143

Resumen de Necesidades de Materias Primas e Insumos.

	Unidad	2020	2021	2022	2023
Brote de Bambú	Kg	27,540	71,178	74,761	78,508
Sal de Maras	Kg	41	105	109	114
Ají charapita en polvo	Kg	12	27	26	27
Orégano en polvo	Kg	22	56	53	56
Tomillo en polvo	Kg	14	30	29	30
Bolsita Doypack con logo 40 gr	Millar	72	183	185	193
Bolsita Doypack con logo 120 gr	Millar	36	91	91	96
Caja para transporte 20 unid	Ciento	53	134	138	145

Nota: Elaboración propia.

Costo Unitario Promedio

Tabla 144

Resumen de costos unitarios por presentación.

PRODUCTO	CU MPD	CU MPI	CU TOTAL	CU GV
40 gr				
Bambú Picante	S/. 1.3843	S/. 0.3333	S/. 1.7176	S/. 0.0428
Bambú Finas hierbas	S/. 1.3814	S/. 0.3333	S/. 1.7147	S/. 0.0428
Bambú Salado	S/. 1.3710	S/. 0.3333	S/. 1.7043	S/. 0.0428
120 gr				
Bambú Picante	S/. 4.1530	S/. 0.6666	S/. 4.8196	S/. 0.0428
Bambú Finas hierbas	S/. 4.1443	S/. 0.6666	S/. 4.8109	S/. 0.0428
Bambú Salado	S/. 4.1130	S/. 0.6666	S/. 4.7796	S/. 0.0428

Nota: Elaboración propia.

6.2.4 Programa de compras de materias Primas e insumos.

Tabla 145

Programa de compra de materiales en unidades.

	Unidad	FRECUENCIA	2020	2021	2022	2023
Brote de Bambú	Kg	Mensual	27,540	71,178	74,761	78,508
Sal de Maras	Kg	Trimestral	41	105	109	114
Ají charapita en polvo	Kg	Bimestral	12	27	26	27
Orégano en polvo	Kg	Mensual	22	56	53	56
Tomillo en polvo	Kg	Mensual	14	30	29	30
Bolsita Doypack con logo 40 gr	Millar	Mensual	72	183	185	193
Bolsita Doypack con logo 120 gr	Millar	Mensual	36	91	91	96
Caja para transporte 20 unid	Ciento	Bimestral	53	134	138	145

Nota: Elaboración propia.

Tabla 146

Programa de compra de materiales en soles.

	Unidad	VCU	2020	2021	2022	2023
Brote de Bambú	Kg	S/8	S/224,151	S/588,123	S/617,729	S/648,689
Sal de Maras	Kg	S/10	S/407	S/610	S/1,108	S/1,159
Ají charapita en polvo	Kg	S/42	S/466	S/1,144	S/1,102	S/1,144
Orégano en polvo	Kg	S/22	S/463	S/1,234	S/1,168	S/1,234
Tomillo en polvo	Kg	S/34	S/441	S/1,017	S/983	S/1,017
Bolsita Doypack con logo 40 gr	Millar	S/330	S/23,100	S/60,390	S/61,050	S/63,690
Bolsita Doypack con logo 120 gr	Millar	S/660	S/23,100	S/60,060	S/60,060	S/63,360
Caja para transporte 20 unid	Ciento	S/85	S/4,407	S/11,356	S/11,695	S/12,288
VALOR DE COMPRA			S/276,534	S/723,934	S/754,895	S/792,581
IGV			S/49,776	S/130,308	S/135,881	S/142,665
COMPRA TOTAL			S/326,310	S/854,243	S/890,776	S/935,246

Nota: Elaboración propia.

6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa.

Para el proceso de elaboración de Snacks por jornada tenemos el requerimiento de 1.53 obreros (2) y un tiempo total de 110 minutos por proceso.

Tabla 147

Requerimiento de mano de obra directa.

Actividad	Minutos	Ciclos	Horas hombre	
			Minutos	Horas
RECEPCION	5	6	30	0.50
PESADO	10		60	1.00
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
LAVADO	5		30	0.50
PELADO Y CORTADO	5		30	0.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
DESHIDRATADO	5		30	0.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
ADEREZADO	15		90	1.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
HORNEADO	5		30	0.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
VENTILADO	5		30	0.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
EMPAQUETADO	5		30	0.50
TRASLADO DE MPD	5		30	0.50
ALMACENADO	15		90	1.50
TIEMPO TOTAL CICLO	110		660	11.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 148

Tiempos muertos.

TIEMPOS MUERTOS	Minutos
Preparación y vestido	10
Servicios higiénicos	20
Fatiga o descanso	20
Total tiempo	50

Nota: Elaboración propia.

Tabla 149

Horario de MOD.

HORARIO	MINUTOS	HORAS
9 AM A 6 PM	540	9.00
ALMUERZO	-60	-1.00
TIEMPO MUERTO	-50	-0.83
TIEMPO EFECTIVO	430	7.17

Nota: Elaboración propia.

6.3 Tecnología para el Proceso

6.3.1 Maquinarias.

Tabla 150

Maquinarias.

PRODUCCION	MARCA	Q	PCU	VCU	VALOR COMPRA	IGV	COMPRA TOTAL	MANTENIMIENTO	COSTO	REPOSICION
Maquina lavadora	Yazhong (YZ-MGQXJ)	1	S/5,600	S/4,746	S/4,746	S/854	S/5,600	Semestral	S/150	5 AÑOS
Maquina peladora/cortadora	MAQORITO	1	S/9,750	S/8,263	S/8,263	S/1,487	S/9,750	Trimestral	S/100	
Deshidratadora de Cabina Industrial	JK03RD	1	S/24,804	S/21,020	S/21,020	S/3,784	S/24,804	Trimestral	S/300	
Horno industrial		1	S/28,500	S/24,153	S/24,153	S/4,347	S/28,500	Trimestral	S/300	
Empacadora vertical compacta	MCDB-200	1	S/21,240	S/18,000	S/18,000	S/3,240	S/21,240	Semestral	S/200	
Cámara de frio	Refrigerador Freezer BRF4PS-1000	1	S/3,600	S/3,051	S/3,051	S/549	S/3,600	Semestral	S/200	
Balanza digital		1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Semestral	S/50	
Pato mecánico		2	S/1,800	S/1,525	S/3,051	S/549	S/3,600	Semestral	S/50	
TOTAL					S/82,495	S/14,849	S/97,344			

Nota: Elaboración propia.

6.3.2 Equipos.

Tabla 151

Equipos.

	CANTIDAD	PCU	VCU	VALOR COMPRA	IGV	COMPRA TOTAL	MANTENIMIENTO	COSTO	REPOSICION
PRODUCCION				S/8,602	S/1,548	S/10,150			
Laptops	3	S/2,000	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Balanza de plataforma	1	S/1,200	S/1,017	S/1,017	S/183	S/1,200	Anual	S/50	
Grupo electrógeno	1	S/1,400	S/1,186	S/1,186	S/214	S/1,400	Semestral	S/100	
Celulares	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/50	
Aire acondicionado	1	S/1,300	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300	Semestral	S/110	
ADMINISTRACION				S/7,541	S/1,357	S/8,898			
Laptops	2	S/2,000	S/1,695	S/3,390	S/610	S/4,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Sistema de seguridad con cámaras	1	S/1,500	S/1,271	S/1,271	S/229	S/1,500	Anual	S/127	
Aire acondicionado	1	S/1,300	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300	Anual	S/110	
Friobar	1	S/599	S/508	S/508	S/91	S/599	Anual	S/50	
Horno microondas	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/20	
Celulares	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/50	
Impresora Multifuncional	1	S/999	S/847	S/847	S/152	S/999	Semestral	S/85	
VENTAS				S/6,779	S/1,220	S/7,999			
Laptops	3	S/2,000	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Celulares	4	S/250	S/212	S/847	S/153	S/1,000	Anual	S/50	
Impresora Multifuncional	1	S/999	S/847	S/847	S/152	S/999	Semestral	S/85	
TOTAL				S/22,921	S/4,126	S/27,047			

Nota: Elaboración propia.

6.3.3 Herramientas.

Tabla 152

Herramientas.

HERRAMIENTAS	PCU	VCU	VALOR COMPRA	IGV	COMPRA TOTAL	REPOSICION
Set de herramientas	S/300	S/254	S/508	S/92	S/600	Anual
Balanza electrónica	S/500	S/424	S/847	S/153	S/1,000	Anual
Tachos de reciclaje	S/48	S/41	S/163	S/29	S/192	Anual
Termómetro infrarojo	S/120	S/102	S/305	S/55	S/360	Anual
Extintor x 6 kg	S/86	S/73	S/218	S/39	S/258	Anual
Gorros desechables caja x 100 unidades	S/65	S/55	S/220	S/40	S/260	Trimestral
Mascarillas desechable caja x 50 unds	S/60	S/51	S/203	S/37	S/240	Trimestral
Delantales PVC Termosellado	S/27	S/23	S/92	S/16	S/108	Anual
Botas PVC	S/70	S/59	S/237	S/43	S/280	Anual
Guantes caja x 100 unidades	S/87	S/74	S/221	S/40	S/261	Trimestral
Uniforme(mameluco blanco)	S/40	S/34	S/136	S/24	S/160	Anual
Oxímetro	S/89	S/75	S/151	S/27	S/178	2 años
Sticker de señalización	S/3	S/3	S/38	S/7	S/45	Anual
TOTAL			S/3,340	S/601	S/3,942	

Nota: Elaboración propia.

6.3.4 Utensilios.

Tabla 153

Utensilios.

UTENSILIOS	PCU	VCU	V.C.	IGV	C.T.	REPOSICION
Escoba	S/11	S/9	S/28	S/5	S/33	Anual
Recogedor	S/8	S/7	S/20	S/4	S/24	Anual
Escobilla para baño con base	S/10	S/8	S/8	S/2	S/10	Anual
Contenedores de Basura	S/40	S/34	S/169	S/31	S/200	Anual
Baldes	S/20	S/17	S/51	S/9	S/60	Anual
Jabas	S/19	S/16	S/805	S/145	S/950	Semestral
Papel Toalla	S/10	S/8	S/102	S/18	S/120	Mensual
Papel Higiénico	S/24	S/20	S/488	S/88	S/576	Mensual
Lejía	S/10	S/8	S/42	S/8	S/50	Mensual
Trapeador	S/25	S/21	S/21	S/4	S/25	Semestral
Mopa	S/10	S/8	S/8	S/2	S/10	Semestral
Escoba	S/25	S/21	S/21	S/4	S/25	Semestral
Lavavajillas de 500gr	S/6	S/5	S/25	S/5	S/30	Mensual
Bolsas de basura	S/0	S/0	S/153	S/27	S/180	Mensual
Tachos de basura	S/80	S/68	S/203	S/37	S/240	Anual
Uniformes	S/60	S/51	S/407	S/73	S/480	Anual
Caja de jabón x 3 und	S/5	S/4	S/19	S/3	S/23	Mensual
Ambientador	S/5	S/4	S/8	S/2	S/10	Mensual
Guantes de limpieza	S/11	S/9	S/37	S/7	S/44	Trimestral
Dispensador de Agua	S/25	S/21	S/85	S/15	S/100	mensual
Guantes quirúrgicos x 100 und	S/9	S/8	S/15	S/3	S/18	Trimestral
Gorros	S/4	S/3	S/18	S/3	S/21	Trimestral
Mascarillas descartables x 50	S/9	S/8	S/15	S/3	S/18	Trimestral
Desinfectante sapolio	S/10	S/8	S/8	S/2	S/10	Mensual
Scoth brite	S/1	S/1	S/3	S/1	S/4	Mensual
Paños de limpieza x 6 und	S/6	S/5	S/5	S/1	S/6	Mensual
Limpia vidrios	S/8	S/7	S/7	S/1	S/8	Mensual
Ambientador Glade	S/5	S/4	S/8	S/2	S/10	Mensual
TOTAL			S/56,006	S/10,081	S/66,087	

Nota: Elaboración propia.

6.3.5 Mobiliario.

Tabla 154

Mobiliario.

Mobiliario	PCU	VCU	VALOR COMPRA	IGV	COMPRA TOTAL	REPOSICION
PRODUCCION			S/15,034	S/2,706	S/17,740	
Mesas de Acero inoxidable 2 niveles	S/1,500	S/1,271	S/3,814	S/686	S/4,500	5 Años
Coche de acero inoxidable de 12 niveles	S/1,300	S/1,102	S/4,407	S/793	S/5,200	
Lavatorio de 3 pozos	S/5,000	S/4,237	S/4,237	S/763	S/5,000	
Carretillas transportadoras	S/400	S/339	S/1,017	S/183	S/1,200	
Estantes de Acero Inoxidable	S/70	S/59	S/297	S/53	S/350	
Escritorio	S/300	S/254	S/254	S/46	S/300	
Lockers de vestidor	S/150	S/127	S/636	S/114	S/750	
Archivadores	S/200	S/169	S/169	S/31	S/200	
Sillas rodantes	S/120	S/102	S/203	S/37	S/240	
ADMINISTRACION			S/4,297	S/773	S/5,070	
Escritorio gerencial	S/1,300	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300	5 Años
Escritorio	S/500	S/424	S/424	S/76	S/500	
Archivador	S/350	S/297	S/890	S/160	S/1,050	
Juego de muebles de recepción	S/1,450	S/1,229	S/1,229	S/221	S/1,450	
Recepción	S/300	S/254	S/254	S/46	S/300	
Silla gerencial	S/350	S/297	S/297	S/53	S/350	
Sillas rodantes	S/120	S/102	S/102	S/18	S/120	
VENTAS			S/2,466	S/444	S/2,910	
Escritorio	S/500	S/424	S/1,271	S/229	S/1,500	5 Años
Archivador	S/350	S/297	S/890	S/160	S/1,050	
Sillas rodantes	S/120	S/102	S/305	S/55	S/360	
TOTAL			S/21,797	S/3,923	S/25,720	

Nota: Elaboración propia.

6.3.6 Útiles de Oficina.

Tabla 155

Útiles de Oficina.

	PCU	VCU	V.C.	IGV	COMPRA TOTAL	REPOSICION
PRODUCCION			S/122	S/22	S/145	
Lapiceros	S/6	S/5	S/5	S/1	S/6	Trimestral
Lápices	S/4	S/3	S/3	S/1	S/4	Trimestral
Folders A4	S/3	S/3	S/13	S/2	S/15	Trimestral
Resaltador	S/5	S/4	S/13	S/2	S/15	Semestral
Tijera	S/4	S/3	S/7	S/1	S/8	Semestral
Regla	S/1	S/1	S/3	S/0	S/3	Semestral
Corrector	S/3	S/3	S/5	S/1	S/6	Semestral
Caja de clips	S/5	S/4	S/8	S/2	S/10	Semestral
Perforador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Engrapador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Grapas	S/2	S/1	S/3	S/0	S/3	Trimestral
Archivador plastificado	S/4	S/3	S/30	S/5	S/35	Trimestral
ADMINISTRACION			S/419	S/75	S/495	Semestral
Lapiceros	S/6	S/5	S/5	S/1	S/6	Trimestral
Lápices	S/4	S/3	S/3	S/1	S/4	Trimestral
Folders A4	S/3	S/3	S/51	S/9	S/60	Trimestral
Corrector	S/3	S/3	S/5	S/1	S/6	Semestral
Millar de Papel	S/50	S/42	S/85	S/15	S/100	Semestral
Resaltador	S/5	S/4	S/13	S/2	S/15	Semestral
Tijera	S/4	S/3	S/7	S/1	S/8	Semestral
Regla	S/1	S/1	S/3	S/0	S/3	Semestral
Perforador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Engrapador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Grapas	S/2	S/1	S/3	S/0	S/3	Trimestral
Tinta de impresora	S/90	S/76	S/76	S/14	S/90	Semestral
Calculadoras	S/80	S/68	S/136	S/24	S/160	Anual
VENTAS			S/419	S/75	S/495	
Lapiceros	S/6	S/5	S/5	S/1	S/6	Trimestral
Lápices	S/4	S/3	S/3	S/1	S/4	Trimestral
Folders A4	S/3	S/3	S/51	S/9	S/60	Trimestral
Millar de Papel	S/50	S/42	S/85	S/15	S/100	Semestral
Perforador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Engrapador	S/10	S/8	S/17	S/3	S/20	Anual
Resaltador	S/5	S/4	S/13	S/2	S/15	Semestral
Tijera	S/4	S/3	S/7	S/1	S/8	Semestral
Regla	S/1	S/1	S/3	S/0	S/3	Semestral
Corrector	S/3	S/3	S/5	S/1	S/6	Semestral
Grapas	S/2	S/1	S/3	S/0	S/3	Trimestral
Tinta de impresora	S/90	S/76	S/76	S/14	S/90	Semestral
Calculadoras	S/80	S/68	S/136	S/24	S/160	Anual
TOTAL			S/961	S/173	S/1,134	

Nota: Elaboración propia.

6.3.7 Programa de Mantenimiento de maquinarias y equipos.

A continuación, detallamos ambos programas.

Tabla 156

Mantenimiento de maquinarias.

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Maquina lavadora					S/150						S/150						S/150	S/150	S/300	S/318	S/337
Maquina peladora/cortadora		S/100			S/100			S/100			S/100			S/100			S/100	S/200	S/400	S/424	S/450
Deshidratadora de Cabina Industrial		S/300			S/300			S/300			S/300			S/300			S/300	S/600	S/1,200	S/1,273	S/1,350
Horno industrial		S/300			S/300			S/300			S/300			S/300			S/300	S/600	S/1,200	S/1,273	S/1,350
Empacadora vertical compacta					S/200						S/200						S/200	S/200	S/400	S/424	S/450
Cámara de frio					S/200						S/200						S/200	S/200	S/400	S/424	S/450
Balanza digital					S/50						S/50						S/50	S/50	S/100	S/106	S/112
Pato mecánico					S/50						S/100						S/100	S/50	S/200	S/212	S/225
COSTO TOTAL		S/700			S/1,350			S/700			S/1,400			S/700			S/1,400	S/2,050	S/4,200	S/4,455	S/4,725
IGV		S/126			S/243			S/126			S/252			S/126			S/252	S/369	S/756	S/802	S/850
PAGO TOTAL		S/826			S/1,593			S/826			S/1,652			S/826			S/1,652	S/2,419	S/4,956	S/5,256	S/5,575

Nota: Elaboración propia.

Tabla 157

Mantenimiento de equipos.

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
PRODUCCION					S/380						S/819						S/719	S/380	S/1,537	S/1,630	S/1,729
Laptops					S/169						S/508						S/508	S/169	S/1,017	S/1,079	S/1,144
Balanza de plataforma											S/50							S/0	S/50	S/53	S/56
Grupo electrógeno					S/100						S/100						S/100	S/100	S/200	S/212	S/225
Celulares											S/50							S/0	S/50	S/53	S/56
Aire acondicionado					S/110						S/110						S/110	S/110	S/220	S/234	S/248
ADMINISTRACION					S/254						S/781						S/424	S/254	S/1,205	S/1,278	S/1,355
Laptops					S/169						S/339						S/339	S/169	S/678	S/719	S/763
Sistema de seguridad con cámaras											S/127							S/0	S/127	S/135	S/143
Aire acondicionado											S/110							S/0	S/110	S/117	S/124
Friobar											S/50							S/0	S/50	S/53	S/56
Horno microondas											S/20							S/0	S/20	S/21	S/22
Celulares											S/50							S/0	S/50	S/53	S/56
Impresora Multifuncional					S/85						S/85						S/85	S/85	S/169	S/180	S/190
VENTAS					S/254						S/643						S/593	S/254	S/1,236	S/1,311	S/1,391
Laptops					S/169						S/508						S/508	S/169	S/1,017	S/1,079	S/1,144
Celulares											S/50							S/0	S/50	S/53	S/56
Impresora Multifuncional					S/85						S/85						S/85	S/85	S/169	S/180	S/190
COSTO TOTAL					S/888						S/2,243						S/1,735	S/888	S/3,978	S/4,219	S/4,475
IGV					S/160						S/404						S/312	S/160	S/716	S/759	S/805
PAGO TOTAL					S/1,048						S/2,646						S/2,048	S/1,048	S/4,694	S/4,979	S/5,280

Nota: Elaboración propia.

6.3.8 Programa de Reposición de Herramientas y utensilios por uso.

A continuación, detallamos ambos programas.

Tabla 158

Reposición de herramientas.

REPOSICION DE HERRAMIENTAS	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Set de herramientas											S/508							S/0	S/508	S/539	S/0
Balanza electrónica											S/847							S/0	S/847	S/899	S/0
Tachos de reciclaje											S/163							S/0	S/163	S/173	S/0
Termómetro infrarojo											S/305							S/0	S/305	S/324	S/0
Extintor x 6 kg											S/218							S/0	S/218	S/232	S/0
Gorros desechables caja x 100 unidades			S/220			S/220			S/220			S/220			S/220			S/220	S/881	S/935	S/165
Mascarillas desechable caja x 50 unds			S/203			S/203			S/203			S/203			S/203			S/203	S/814	S/863	S/153
Delantales PVC Termosellado											S/92							S/0	S/92	S/97	S/0
Botas PVC											S/237							S/0	S/237	S/252	S/0
Guantes caja x 100 unidades			S/221			S/221			S/221			S/221			S/221			S/221	S/885	S/938	S/166
Uniforme(mameluco blanco)											S/136							S/0	S/136	S/144	S/0
Oxímetro																		S/0	S/0	S/151	S/0
Sticker de señalización											S/38							S/0	S/38	S/40	S/0
VALOR DE COMPRA	S/0	S/0	S/645	S/0	S/0	S/645	S/0	S/0	S/645	S/0	S/2,545	S/645	S/0	S/0	S/645	S/0	S/0	S/645	S/5,124	S/5,586	S/484
IGV	S/0	S/0	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/458	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/0	S/116	S/922	S/1,005	S/87
PAGO TOTAL	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/3,003	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0	S/761	S/6,047	S/6,591	S/571

REPOSICION DE UTENSILIOS	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Escoba											S/28							S/0	S/28	S/29	S/0
Recogedor											S/20							S/0	S/20	S/21	S/0
Escobilla para baño con base											S/8							S/0	S/8	S/9	S/0
Contenedores de Basura											S/169							S/0	S/169	S/180	S/0
Baldes											S/51							S/0	S/51	S/54	S/0
Jabas					S/805						S/805						S/805	S/805	S/1,610	S/1,708	S/906
Papel Toalla	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/508	S/1,220	S/1,294	S/1,258
Papel Higiénico	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/2,441	S/5,858	S/6,213	S/6,040
Lejía	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/212	S/508	S/539	S/524
Trapeador					S/21						S/21							S/21	S/21	S/42	S/24
Mopa					S/8						S/8							S/8	S/8	S/17	S/10
Escoba					S/21						S/21							S/21	S/21	S/42	S/24
Lavavajillas de 500gr	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/127	S/305	S/324	S/315
Bolsas de basura	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/763	S/1,831	S/1,941	S/1,888
Tachos de basura											S/203							S/0	S/203	S/216	S/0
Uniformes											S/407							S/0	S/407	S/431	S/0
Caja de jabón x 3 unid	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/95	S/229	S/243	S/236
Ambientador	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
Guantes de limpieza		S/37			S/37			S/37			S/37			S/37			S/37	S/75	S/149	S/158	S/126
Dispensador de Agua	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/424	S/1,017	S/1,079	S/1,049
Guantes quirúrgicos x 100 und		S/15			S/15			S/15			S/15			S/15			S/15	S/31	S/61	S/65	S/51
Gorros		S/18			S/18			S/18			S/18			S/18			S/18	S/36	S/71	S/76	S/60
Mascarillas descartables x 50		S/15			S/15			S/15			S/15			S/15			S/15	S/31	S/61	S/65	S/51
Desinfectante sapolio	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
Scoth brite	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/17	S/41	S/43	S/42
Paños de limpieza x 6 und	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/25	S/61	S/65	S/63
Limpia vidrios	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/34	S/81	S/86	S/84
Ambientador Glade	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
VALOR DE COMPRA	S/955	S/1,040	S/955	S/955	S/1,896	S/955	S/955	S/1,040	S/955	S/955	S/2,783	S/955	S/955	S/1,040	S/955	S/955	S/1,896	S/5,800	S/14,397	S/15,269	S/13,064
IGV	S/172	S/187	S/172	S/172	S/341	S/172	S/172	S/187	S/172	S/172	S/501	S/172	S/172	S/187	S/172	S/172	S/341	S/1,044	S/2,591	S/2,748	S/2,352
PAGO TOTAL	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/1,127	S/2,238	S/1,127	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/1,127	S/3,284	S/1,127	S/1,127	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/2,238	S/6,845	S/16,988	S/18,018	S/15,416

Nota: Elaboración propia.

Tabla 159

Reposición de útiles.

REPOSICION DE UTILES	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
PRODUCCION	S/0	S/53	S/0	S/0	S/89	S/0	S/0	S/53	S/0	S/0	S/122	S/0	S/0	S/53	S/0	S/0	S/89	S/142	S/317	S/336	S/219
Lapiceros		S/5			S/5			S/5			S/5			S/5			S/5	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4		S/13			S/13			S/13			S/13			S/13			S/13	S/25	S/51	S/54	S/43
Resaltador					S/13						S/13						S/13	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera					S/7						S/7						S/7	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla					S/3						S/3						S/3	S/3	S/5	S/5	S/3
Corrector					S/5						S/5						S/5	S/5	S/10	S/11	S/6
Caja de clips					S/8						S/8						S/8	S/8	S/17	S/18	S/10
Perforador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Grapas		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/5	S/10	S/11	S/9
Archivador plastificado		S/30			S/30			S/30			S/30			S/30			S/30	S/59	S/119	S/126	S/100
ADMINISTRACION	S/0	S/61	S/0	S/0	S/250	S/0	S/0	S/61	S/0	S/0	S/419	S/0	S/0	S/61	S/0	S/0	S/250	S/311	S/792	S/839	S/419
Lapiceros		S/5			S/5			S/5			S/5			S/5			S/5	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4		S/51			S/51			S/51			S/51			S/51			S/51	S/102	S/203	S/216	S/172
Corrector					S/5						S/5						S/5	S/5	S/10	S/11	S/6
Millar de Papel					S/85						S/85						S/85	S/85	S/169	S/180	S/95
Resaltador					S/13						S/13						S/13	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera					S/7						S/7						S/7	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla					S/3						S/3						S/3	S/3	S/5	S/5	S/3
Perforador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Grapas		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/5	S/10	S/11	S/9
Tinta de impresora					S/76						S/76						S/76	S/76	S/153	S/162	S/86
Calculadoras											S/136							S/0	S/136	S/144	S/0
VENTAS	S/0	S/61	S/0	S/0	S/250	S/0	S/0	S/61	S/0	S/0	S/419	S/0	S/0	S/61	S/0	S/0	S/250	S/311	S/792	S/839	S/419
Lapiceros		S/5			S/5			S/5			S/5			S/5			S/5	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4		S/51			S/51			S/51			S/51			S/51			S/51	S/102	S/203	S/216	S/172
Millar de Papel					S/85						S/85						S/85	S/85	S/169	S/180	S/95
Perforador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador											S/17							S/0	S/17	S/18	S/0
Resaltador					S/13						S/13						S/13	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera					S/7						S/7						S/7	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla					S/3						S/3						S/3	S/3	S/5	S/5	S/3
Corrector					S/5						S/5						S/5	S/5	S/10	S/11	S/6
Grapas		S/3			S/3			S/3			S/3			S/3			S/3	S/5	S/10	S/11	S/9
Tinta de impresora					S/76						S/76						S/76	S/76	S/153	S/162	S/86
Calculadoras											S/136							S/0	S/136	S/144	S/0
VALOR DE COMPRA	S/0	S/176	S/0	S/0	S/588	S/0	S/0	S/176	S/0	S/0	S/961	S/0	S/0	S/176	S/0	S/0	S/588	S/764	S/1,900	S/2,015	S/1,057
IGV	S/0	S/32	S/0	S/0	S/106	S/0	S/0	S/32	S/0	S/0	S/173	S/0	S/0	S/32	S/0	S/0	S/106	S/137	S/342	S/363	S/190
PAGO TOTAL	S/0	S/208	S/0	S/0	S/694	S/0	S/0	S/208	S/0	S/0	S/1,134	S/0	S/0	S/208	S/0	S/0	S/694	S/901	S/2,242	S/2,378	S/1,247

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 160

Programa de compras posteriores.

	Q	PCU	VCU	V.C.	IGV	COMPRA TOTAL	MANTENIMIENTO	COSTO	REPOSICION
PRODUCCION				S/8,602	S/1,548	S/10,150			
Laptops	3	S/2,000	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Balanza de plataforma	1	S/1,200	S/1,017	S/1,017	S/183	S/1,200	Anual	S/50	
Grupo electrógeno	1	S/1,400	S/1,186	S/1,186	S/214	S/1,400	Semestral	S/100	
Celulares	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/50	
Aire acondicionado	1	S/1,300	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300	Semestral	S/110	
ADMINISTRACION				S/7,541	S/1,357	S/8,898			
Laptops	2	S/2,000	S/1,695	S/3,390	S/610	S/4,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Sistema de seguridad con cámaras	1	S/1,500	S/1,271	S/1,271	S/229	S/1,500	Anual	S/127	
Aire acondicionado	1	S/1,300	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300	Anual	S/110	
Friobar	1	S/599	S/508	S/508	S/91	S/599	Anual	S/50	
Horno microondas	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/20	
Celulares	1	S/250	S/212	S/212	S/38	S/250	Anual	S/50	
Impresora Multifuncional	1	S/999	S/847	S/847	S/152	S/999	Semestral	S/85	
VENTAS				S/6,779	S/1,220	S/7,999			
Laptops	3	S/2,000	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000	Semestral	S/169	5 AÑOS
Celulares	4	S/250	S/212	S/847	S/153	S/1,000	Anual	S/50	
Impresora Multifuncional	1	S/999	S/847	S/847	S/152	S/999	Semestral	S/85	
TOTAL				S/22,921	S/4,126	S/27,047			

Nota: Elaboración propia.

6.4 Localización

Se analizará a nivel de macro localización y micro localización las diversas alternativas para la instalación de nuestra planta, tomando en consideración un ranking de factores que nos ayudará a evaluar y determinar el lugar más conveniente.

6.4.1 Macro localización.

Después de haber realizado un sondeo preliminar, nos quedamos con una terna de distritos, los cuales serán evaluados para determinar el distrito elegido.

A continuación, se detallan los factores que se tomaron en cuenta y el peso que se le atribuyó a cada uno de ellos:

- Costo de alquiler promedio por m² (0.30): Se tomará en cuenta el costo promedio de cada uno de los distritos para encontrar el menor precio de alquiler con el máximo beneficio.
- Tiempo promedio de duración de trámites municipales (0.24): Se tendrá que considerar el tiempo y demora en gestiones y trámites burocráticos en cada municipalidad, buscando aquel distrito donde el tiempo sea menor.
- Costo promedio de licencias y autorizaciones municipales (0.10): Se evaluará el costo de todas licencias y autorizaciones, con la finalidad de encontrar el distrito con el menor costo promedio por estos conceptos.
- Facilidad en vías de acceso (0.16): Se tomará en cuenta el distrito que reúna las mejores condiciones para facilitar el desplazamiento y, por ende, el ahorro de tiempo en el traslado de mercancías, así como la facilidad de tomar rutas alternas, entre otros.

Condiciones generales de seguridad en el distrito (0.20): Se tendrá que considerar la percepción de seguridad en cada distrito, evaluando datos generales respecto a robos, asaltos, etc. Se buscará menores índices de actos delincuenciales, buen accionar de serenazgo y de la policía.

Tabla 161

Macro localización.

MACROLOCALIZACIÓN							
RANKING DE FACTORES		SJM		ATE		CHORRILLOS	
FACTORES	Ponderación	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor
1 Costo de alquiler promedio por m2	0.30	3	0.9	4	1.2	4	1.2
2 Tiempo promedio de duración de trámites municipales	0.24	3	0.72	3	0.72	4	0.96
3 Costo promedio de licencias y autorizaciones municipales	0.10	4	0.4	4	0.4	4	0.4
4 Facilidad en vías de acceso	0.16	5	0.8	3	0.48	4	0.64
5 Condiciones generales de seguridad en el distrito	0.20	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Puntaje	1.00		3.42		3.40		3.80

Nota: Elaboración propia.

Tabla 162

Escala para la Macro localización.

ESCALA	
Muy favorable	5
Favorable	4
Medianamente favorable	3
Poco favorable	2
Nada favorable	1

Nota: Elaboración propia.

6.4.2 Micro localización.

Una vez elegido el distrito se realizará otro sondeo preliminar, para discriminar las mejores alternativas y quedarnos, nuevamente, con una terna de opciones, las cuales serán evaluadas para determinar el local elegido.

A continuación, se detallan los factores que se tomaron en cuenta y el peso que se le atribuyó a cada uno de ellos:

- Costo de alquiler mensual (0.34): Se buscará aquel local que ofrezca un costo de alquiler razonable, de acuerdo a las características que necesitamos, procurando tener el menor costo posible.
- Facilidades para acondicionamiento del local (0.14): Se tendrá que evaluar el local que reúna las mejores condiciones para la instalación de maquinaria, equipos y mobiliario, buscando el menor costo por acondicionamiento.
- Acceso a corriente trifásica (0.20): Se evaluará favorablemente aquel local que cuente actualmente con corriente trifásica o sea de fácil y rápido acceso la instalación de la misma.
- Vías de acceso despejadas hacia el local (0.12): Se tomará en cuenta el local que reúna las mejores condiciones para facilitar el ingreso y salida del mismo, aquel que cuente con calles y vías de acceso libres, que no tengan obstáculos, alto tránsito, etc.
- Condiciones generales del contrato (0.20): Se tendrán que considerar los aspectos contractuales específicos de cada local, evaluando las obligaciones y condiciones del mismo y sopesando con las ventajas y derechos para ambas partes, buscando las mejores condiciones para nuestra planta.

Tabla 163

Microlocalización.

MICROLOCALIZACIÓN								
RANKING DE FACTORES			Los Huertos de Villa (Av. Alameda Horizontes Mz W Lte 3b)		La Campiña (Calle Arquímedes 769)		Villa Nicolasa (Av. Nicolasa 348)	
FACTORES		Ponderación	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor
1	Costo de alquiler mensual	0.34	4	1.36	4	1.36	4	1.36
2	Facilidades para acondicionamiento del local	0.14	4	0.56	4	0.56	4	0.56
3	Acceso a corriente trifásica	0.20	4	0.8	4	0.8	4	0.8
4	Vías de acceso despejadas hacia el local	0.12	4	0.48	3	0.36	3	0.36
5	Condiciones generales del contrato	0.20	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Puntaje		1.00		3.80		3.68		3.88

Nota: Elaboración propia.

Tabla 164

Escala microlocalización.

ESCALA	
Muy favorable	5
Favorable	4
Medianamente favorable	3
Poco favorable	2
Nada favorable	1

Nota: Elaboración propia.

6.4.3 Gastos de adecuación.

A continuación, detallamos los gastos que se generaron en el acondicionamiento del local.

Tabla 165

Gastos de adecuación.

	Q	C.U.	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Acondicionamiento de local			S/6,672	S/1,201	S/7,873
Extintores PQS ABC 9 kg	4	S/115	S/460	S/83	S/542
Pozo a tierra	1	S/1,200	S/1,200	S/216	S/1,416
Luces de Emergencia	3	S/45	S/135	S/24	S/159
Detector de humo	4	S/40	S/160	S/29	S/188
Pintura y mano de obra de inmueble	1	S/3,800	S/3,800	S/684	S/4,484
Puntos de corriente	16	S/50	S/798	S/144	S/942
Señalética	1	S/40	S/40	S/7	S/47
Botiquín	2	S/40	S/80	S/14	S/94

Nota: Elaboración propia.

6.4.4 Gastos de servicios.

A continuación, detallamos los gastos que se generaron en gastos de servicios.

Tabla 166

Gastos de servicios.

	Q	C.U.	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Servicios julio			S/7,141	S/871	S/8,012
Agua	1	S/500	S/500	S/90	S/590
Luz	1	S/320	S/320	S/58	S/378
Teléfono - internet	1	S/101	S/101	S/18	S/119
Asesoría Legal			S/1,000		S/1,000
Community manager			S/1,300		S/1,300
Contabilidad			S/0		S/0
Servicio de Limpieza			S/1,800	S/324	S/2,124
Servicio de seguridad y vigilancia			S/2,000	S/360	S/2,360
Seguro contra robos e incendios			S/120	S/22	S/142
Transporte y distribución			S/0	S/0	S/0

Nota: Elaboración propia.

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

El centro de Operaciones está ubicado en el Distrito de Chorrillos con 170 m².

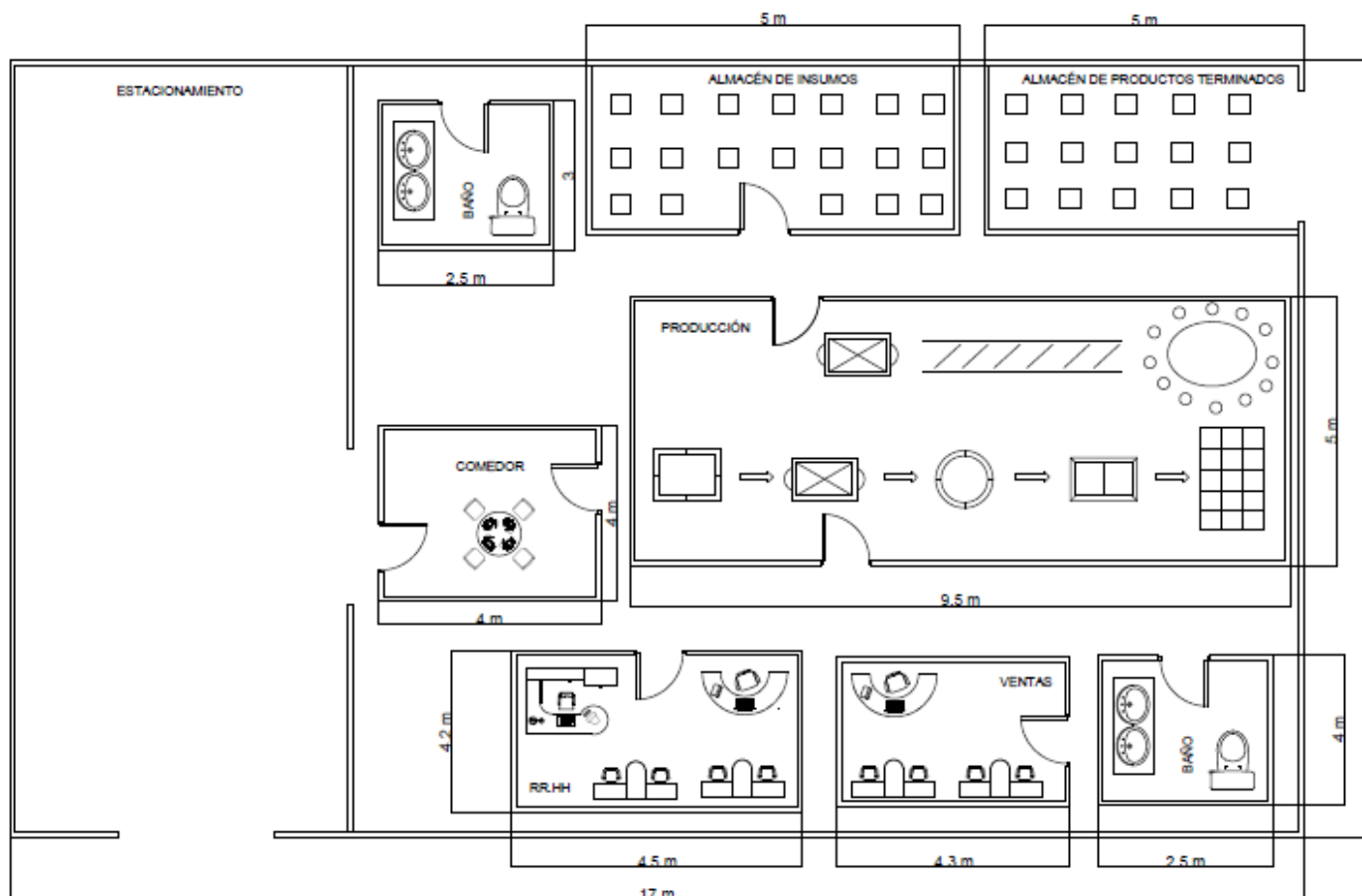


Figura 42. Plano del centro de operaciones de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

El centro de operaciones de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C estará ubicado en el distrito de Chorrillos. El local contará con 170m², los cuales serán distribuidos para las distintas áreas de la organización.

- Almacén: Área para almacenar materia prima, insumos y productos terminados.
- Servicios higiénicos: Existen 2 baños clasificados por género para el uso de los colaboradores de la compañía.
- Ventas: Espacio destinado para el Jefe de Marketing, Vendedores y Community Manager.
- Administración: Este es un espacio destinado al gerente general y asistente administrativo.
- Comedor: Lugar destinado para que todos nuestros colaboradores puedan ingerir sus alimentos y tener un espacio de descanso y esparcimiento.
- Producción: Zona asignada para la fabricación del producto y tendrá la presencia de los operarios, supervisor de calidad y el jefe de producción.
- Centro de limpieza: Sección destinada para el almacenaje de útiles de limpieza.
- Sala de espera: Lugar asignado para que los visitantes puedan esperar a ser atendidos por un algún colaborador de la empresa.

6.5 Responsabilidad Social Frente al entorno.

6.5.1 Impacto Ambiental.

Alimentos Peruanos Nueva Vida SAC mantendrá un alto compromiso con el cuidado del medio ambiente junto a un desarrollo sostenible y eco-amigable de nuestras actividades, reconociendo la importancia de reducir el impacto ambiental de las operaciones propias de nuestro negocio. Es por ello que, se cumplirán y respetarán todas las disposiciones legales vigentes con respecto al cuidado del medio ambiente.

Para ello vamos a procurar minimizar el uso de cartón remplazándolo por las jabs plásticas para transporte interno en la planta y almacenamiento, y así ayudar a reducir la acumulación de residuos; de igual forma a nivel de las oficinas se usará la menor cantidad posible de papel y documentación física, reemplazándolos por archivos virtuales. Se optimizará el uso de agua en nuestros procesos industriales y se fomentará una cultura de ahorro del agua entre nuestro personal. Igualmente, en nuestras instalaciones, se tendrán tachos con códigos de colores para los distintos tipos de residuos. Finalmente, todos aquellos desechos orgánicos e inorgánicos que resulten de nuestros procesos productivos serán específicamente recogidos por entes de recicladores debidamente registrados en la Municipalidad de Chorrillos.



Figura 43. Tachos de reciclaje.

Recuperado de ReyPlast (23 de agosto 2020). Tachos de reciclaje: Usos en Perú según color. Recuperado de <https://www.reyplast.pe/blog/tachos-de-reciclaje-usos-en-peru-segun-color/>

6.5.2 Con los Trabajadores.

Nuestra empresa brindará continuas capacitaciones internas a sus colaboradores, las cuales estarán a cargo de los ejecutivos con mayor grado académico. A su vez en este entorno cada vez más digitalizado compartiremos el aprendizaje virtual con nuestro personal a través de plataformas gratuitas de e-learning en la web, you tube, entre otros. Se aprovechará, así mismo, todas las capacitaciones que puedan brindar nuestros proveedores y canales de venta y a las cuales pueda tener acceso nuestro personal; además de ello se tiene previsto la contratación de dos eventos anuales de capacitación externa referidos a temas de productividad, mejora

continua, etc. y un evento anual referido a primeros auxilios y seguridad en el trabajo. Se mantendrá un ambiente laboral mutuamente respetuoso y se considerarán todos los derechos laborales de nuestros trabajadores. También se ha considerado un presupuesto exclusivamente dedicado para eventos de integración entre todos los colaboradores de nuestra empresa, a fin de elevar la motivación e identificación con los valores institucionales de Alimentos Peruanos Nueva Vida S.A.C.

6.5.3 Con la comunidad.

La primera y gran responsabilidad social de nuestra empresa será con sus proveedores, que son comunidades agrícolas muy alejadas de las ciudades, a las cuales les apoyaremos en su desarrollo al diversificar sus actividades productivas con los brotes de bambú, que se los compraremos por medio de las respectivas asociaciones de productores en su región. También, por medio de nuestras páginas web y de nuestras redes sociales brindaremos información permanente sobre nuestro producto principal, el bambú, resaltando todas sus características muy beneficiosas a la sociedad; de la misma forma nuestra merma será donada a instituciones de bien social del distrito de Chorrillos. Finalmente se mantendrán buenas relaciones públicas y una buena imagen institucional con los moradores cercanos a nuestra planta, manteniendo una comunicación constante con ellos, pues son stakeholders relevantes para el éxito de Alimentos Peruanos Nueva Vida SAC.

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1 Inversiones.

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

En el siguiente cuadro detallamos la estructura de inversión de los activos fijos depreciables para cada área de la empresa. Considerando la maquinaria cuyo valor unitario es superior a un 1/4 de UIT, es decir S/. 1075.

Tabla 167

Inversión en Activo Fijo depreciable.

DESCRIPCION	Q	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Producción			S/102,114	S/18,380	S/120,494
Maquina lavadora	1	S/4,746	S/4,746	S/854	S/5,600
Maquina peladora/cortadora	1	S/8,263	S/8,263	S/1,487	S/9,750
Deshidratadora de Cabina Industrial	1	S/21,020	S/21,020	S/3,784	S/24,804
Horno industrial	1	S/24,153	S/24,153	S/4,347	S/28,500
Empacadora vertical compacta	1	S/18,000	S/18,000	S/3,240	S/21,240
Cámara de frio	1	S/3,051	S/3,051	S/549	S/3,600
Pato mecánico	2	S/1,525	S/3,051	S/549	S/3,600
Laptops	3	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000
Grupo electrógeno	1	S/1,186	S/1,186	S/214	S/1,400
Aire acondicionado	1	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300
Mesas de Acero inoxidable 2 niveles	3	S/1,271	S/3,814	S/686	S/4,500
Coche de acero inoxidable de 12 niveles	4	S/1,102	S/4,407	S/793	S/5,200
Lavatorio de 3 pozos	1	S/4,237	S/4,237	S/763	S/5,000
Administración			S/8,093	S/1,457	S/9,550
Laptops	2	S/1,695	S/3,390	S/610	S/4,000
Sistema de seguridad con cámaras	1	S/1,271	S/1,271	S/229	S/1,500
Aire acondicionado	1	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300
Escritorio gerencial	1	S/1,102	S/1,102	S/198	S/1,300
Juego de muebles de recepción	1	S/1,229	S/1,229	S/221	S/1,450
Ventas			S/5,085	S/915	S/6,000
Laptops	3	S/1,695	S/5,085	S/915	S/6,000
TOTAL ACTIVO FIJO			S/115,292	S/20,752	S/136,044

Nota: Elaboración propia.

7.1.2 Inversión en Activo Fijo Intangible.

En el siguiente cuadro mostramos los gastos generados en la constitución de la empresa, marcas y patentes, así también los gastos en licencias y autorizaciones.

Tabla 168

Inversión en Activo Fijo intangible.

DESCRIPCION	Q	C.U	V.T.	IGV	PRECIO
Constitución de la empresa			S/475.00	S/81.00	S/556.00
Búsqueda de Nombre de la Empresa SUNARP	1	S/5.00	S/5.00		S/5.00
Reserva de Nombre de la Empresa en SUNARP	1	S/20.00	S/20.00		S/20.00
Servicio Notarial para constitución de empresa	1	S/320.00	S/320.00	S/57.60	S/377.60
Inscripción en Registros Públicos y entrega del Testimonio de la Empresa	1	S/90.00	S/90.00	S/16.20	S/106.20
Legalización de Libros Contables	1	S/40.00	S/40.00	S/7.20	S/47.20
Trámite de RUC en SUNAT	1	S/0.00	S/0.00		S/0.00
Marcas y patentes			S/604.44	S/0.00	S/604.44
Búsqueda de Antecedentes Fonéticos	1	S/30.99	S/30.99		S/30.99
Búsqueda de Antecedentes Figurativos	1	S/38.46	S/38.46		S/38.46
Registro de Marca	1	S/534.99	S/534.99		S/534.99
Licencias y autorizaciones			S/9,142.46	S/1,645.64	S/10,788.10
Licencias de Funcionamiento Chorrillos (100 - 500 m2)	1	S/1,423.00	S/1,423.00	S/256.14	S/1,679.14
Autorización DIGESA	1	S/90.00	S/90.00	S/16.20	S/106.20
Defensa Civil - Condiciones de Seguridad Básica 6.30% UIT	1	S/319.66	S/319.66	S/57.54	S/377.20
Validación técnica del Plan HACCP	1	S/1,670.00	S/1,670.00	S/300.60	S/1,970.60
Certificado de Operatividad de extintores PQS (4)	1	S/660.80	S/660.80	S/118.94	S/779.74
Carnet de Sanidad (3)	1	S/75.00	S/75.00	S/13.50	S/88.50
Licencias de Software Office (8)	8	S/177.00	S/1,416.00	S/254.88	S/1,670.88
Antivirus total sin renovación (8)	8	S/236.00	S/1,888.00	S/339.84	S/2,227.84
Software Contable CONCAR	1	S/1,600.00	S/1,600.00	S/288.00	S/1,888.00
TOTAL INTANGIBLES			S/10,221.90	S/1,726.64	S/11,948.54

Nota: Elaboración propia.

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

A continuación, mostramos los gastos que se requieren para iniciar las operaciones.

Tabla 169

Activo fijo no depreciable.

ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	Q	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Activo no depreciable de producción			S/4,017	S/723	S/4,740
Balanza de plataforma	1	S/1,017	S/1,017	S/183	S/1,200
Celulares	1	S/211.86	S/212	S/38	S/250
Balanza digital	1	S/211.86	S/212	S/38	S/250
Carretillas transportadoras	3	S/338.98	S/1,017	S/183	S/1,200
Estantes de Acero Inoxidable	5	S/59.32	S/297	S/53	S/350
Escritorio	1	S/254.24	S/254	S/46	S/300
Lockers de vestidor	5	S/127.12	S/636	S/114	S/750
Archivadores	1	S/169.49	S/169	S/31	S/200
Sillas rodantes	2	S/101.69	S/203	S/37	S/240
Activo no depreciable de administración			S/3,744	S/674	S/4,418
Friobar	1	S/507.63	S/508	S/91	S/599
Horno microondas	1	S/211.86	S/212	S/38	S/250
Celulares	1	S/211.86	S/212	S/38	S/250
Impresora Multifuncional	1	S/846.61	S/847	S/152	S/999
Escritorio	1	S/423.73	S/424	S/76	S/500
Archivador	3	S/296.61	S/890	S/160	S/1,050
Recepción	1	S/254.24	S/254	S/46	S/300
Silla gerencial	1	S/296.61	S/297	S/53	S/350
Sillas rodantes	1	S/101.69	S/102	S/18	S/120
Activo no depreciable de ventas			S/4,160	S/749	S/4,909
Celulares	4	S/211.86	S/847	S/153	S/1,000
Impresora Multifuncional	1	S/846.61	S/847	S/152	S/999
Escritorio	3	S/423.73	S/1,271	S/229	S/1,500
Archivador	3	S/296.61	S/890	S/160	S/1,050
Sillas rodantes	3	S/101.69	S/305	S/55	S/360
TOTAL ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE			S/11,921	S/2,146	S/14,067

Nota: Elaboración propia.

Tabla 170

Inversión en Gastos Pre-Operativos.

GASTOS PREOPERATIVOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
Herramientas			S/3,340.42	S/601.28	S/3,941.70
Set de herramientas	2	S/254.24	S/508.47	S/91.53	S/600.00
Balanza electrónica	2	S/423.73	S/847.46	S/152.54	S/1,000.00
Tachos de reciclaje	4	S/40.68	S/162.71	S/29.29	S/192.00
Termómetro infrarojo	3	S/101.69	S/305.08	S/54.92	S/360.00
Extintor x 6 kg	3	S/72.80	S/218.39	S/39.31	S/257.70
Gorros desechables caja x 100 unidades	4	S/55.08	S/220.34	S/39.66	S/260.00
Mascarillas desechable caja x 50 unds	4	S/50.85	S/203.39	S/36.61	S/240.00
Delantales PVC Termosellado	4	S/22.88	S/91.53	S/16.47	S/108.00
Botas PVC	4	S/59.32	S/237.29	S/42.71	S/280.00
Guantes caja x 100 unidades	3	S/73.73	S/221.19	S/39.81	S/261.00
Uniforme (mameluco blanco)	4	S/33.90	S/135.59	S/24.41	S/160.00
Oxímetro	2	S/75.42	S/150.85	S/27.15	S/178.00
Stickers de señalización	15	S/2.54	S/38.14	S/6.86	S/45.00
Utensilios			S/2,782.88	S/500.92	S/3,283.80
Escoba	3	S/9.24	S/27.71	S/4.99	S/32.70
Recogedor	3	S/6.69	S/20.08	S/3.62	S/23.70
Escobilla para baño con base	1	S/8.39	S/8.39	S/1.51	S/9.90
Contenedores de Basura	5	S/33.90	S/169.49	S/30.51	S/200.00
Baldes	3	S/16.95	S/50.85	S/9.15	S/60.00
Jabas	50	S/16.10	S/805.08	S/144.92	S/950.00
Papel Toalla	12	S/8.47	S/101.69	S/18.31	S/120.00
Papel Higiénico	24	S/20.34	S/488.14	S/87.86	S/576.00
Lejía	5	S/8.47	S/42.37	S/7.63	S/50.00
Trapeador	1	S/21.19	S/21.19	S/3.81	S/25.00
Mopa	1	S/8.47	S/8.47	S/1.53	S/10.00
Escoba	1	S/21.19	S/21.19	S/3.81	S/25.00
Lavavajillas de 500gr	5	S/5.08	S/25.42	S/4.58	S/30.00
Bolsas de basura	720	S/0.21	S/152.54	S/27.46	S/180.00
Tachos de basura	3	S/67.80	S/203.39	S/36.61	S/240.00
Uniformes	8	S/50.85	S/406.78	S/73.22	S/480.00
Caja de jabón x 3 unid	5	S/3.81	S/19.07	S/3.43	S/22.50
Ambientador	2	S/4.24	S/8.47	S/1.53	S/10.00
Guantes de limpieza	4	S/9.32	S/37.29	S/6.71	S/44.00
Dispensador de Agua	4	S/21.19	S/84.75	S/15.25	S/100.00
Guantes quirúrgicos x 100 und	2	S/7.63	S/15.25	S/2.75	S/18.00
Gorros	6	S/2.97	S/17.80	S/3.20	S/21.00
Mascarillas descartables x 50	2	S/7.63	S/15.25	S/2.75	S/18.00
Desinfectante sapolio	1	S/8.47	S/8.47	S/1.53	S/10.00
Scoth brite	4	S/0.85	S/3.39	S/0.61	S/4.00
Paños de limpieza x 6 und	1	S/5.08	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Limpia vidrios	1	S/6.78	S/6.78	S/1.22	S/8.00
Ambientador Glade	2	S/4.24	S/8.47	S/1.53	S/10.00
Útiles de producción			S/122.46	S/22.04	S/144.50
Lapiceros	1	S/5.08	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Lápices	1	S/2.97	S/2.97	S/0.53	S/3.50
Folders A4	5	S/2.54	S/12.71	S/2.29	S/15.00
Resaltador	3	S/4.24	S/12.71	S/2.29	S/15.00
Tijera	2	S/3.39	S/6.78	S/1.22	S/8.00
Regla	3	S/0.85	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Corrector	2	S/2.54	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Caja de clips	2	S/4.24	S/8.47	S/1.53	S/10.00
Perforador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Engrapador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Grapas	2	S/1.27	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Archivador plastificado	10	S/2.97	S/29.66	S/5.34	S/35.00
Útiles de administración			S/419.07	S/75.43	S/494.50
Lapiceros	1	S/5.08	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Lápices	1	S/2.97	S/2.97	S/0.53	S/3.50
Folders A4	20	S/2.54	S/50.85	S/9.15	S/60.00
Corrector	2	S/2.54	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Millar de Papel	2	S/42.37	S/84.75	S/15.25	S/100.00
Resaltador	3	S/4.24	S/12.71	S/2.29	S/15.00
Tijera	2	S/3.39	S/6.78	S/1.22	S/8.00
Regla	3	S/0.85	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Perforador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Engrapador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Grapas	2	S/1.27	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Tinta de impresora	1	S/76.27	S/76.27	S/13.73	S/90.00
Calculadoras	2	S/67.80	S/135.59	S/24.41	S/160.00
Útiles de ventas			S/419.07	S/75.43	S/494.50
Lapiceros	1	S/5.08	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Lápices	1	S/2.97	S/2.97	S/0.53	S/3.50
Folders A4	20	S/2.54	S/50.85	S/9.15	S/60.00
Millar de Papel	2	S/42.37	S/84.75	S/15.25	S/100.00
Perforador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Engrapador	2	S/8.47	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Resaltador	3	S/4.24	S/12.71	S/2.29	S/15.00
Tijera	2	S/3.39	S/6.78	S/1.22	S/8.00
Regla	3	S/0.85	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Corrector	2	S/2.54	S/5.08	S/0.92	S/6.00
Grapas	2	S/1.27	S/2.54	S/0.46	S/3.00
Tinta de impresora	1	S/76.27	S/76.27	S/13.73	S/90.00
Calculadoras	2	S/67.80	S/135.59	S/24.41	S/160.00
Acondicionamiento de local			S/6,672.10	S/1,200.98	S/7,873.08

Extintores PQS ABC 9 kg	4	S/114.90	S/459.60	S/82.73	S/542.33
Pozo a tierra	1	S/1,200.00	S/1,200.00	S/216.00	S/1,416.00
Luces de Emergencia	3	S/44.90	S/134.70	S/24.25	S/158.95
Detector de humo	4	S/39.90	S/159.60	S/28.73	S/188.33
Pintura y mano de obra de inmueble	1	S/3,800.00	S/3,800.00	S/684.00	S/4,484.00
Puntos de corriente	16	S/49.90	S/798.40	S/143.71	S/942.11
Señalética	1	S/40.00	S/40.00	S/7.20	S/47.20
Botiquín	2	S/39.90	S/79.80	S/14.36	S/94.16
Marketing de lanzamiento			S/3,013.48	S/542.43	S/3,555.90
Bambú Picante	86	S/1.72	S/147.72	S/26.59	S/174.31
Bambú Finas hierbas	189	S/1.71	S/324.08	S/58.33	S/382.42
Bambú Salado	204	S/1.70	S/347.68	S/62.58	S/410.26
Impresión de folletería	1	S/236.00	S/236.00	S/42.48	S/278.48
Módulos publicitarios	6	S/125.00	S/750.00	S/135.00	S/885.00
Creación de página web	1	S/500.00	S/500.00	S/90.00	S/590.00
Brochure informativo digital con información de nuestro producto	1	S/708.00	S/708.00	S/127.44	S/835.44
Remuneraciones julio			S/17,405.19	S/0.00	S/17,405.19
Sueldo MOD			S/1,433.55		S/1,433.55
Sueldo MOI			S/4,962.30		S/4,962.30
Sueldo administración			S/6,055.13		S/6,055.13
Sueldo ventas			S/4,954.20		S/4,954.20
Servicios julio			S/7,140.90	S/871.36	S/8,012.26
Agua	1	S/500.00	S/500.00	S/90.00	S/590.00
Luz	1	S/320.00	S/320.00	S/57.60	S/377.60
Teléfono - internet	1	S/100.90	S/100.90	S/18.16	S/119.06
Asesoría Legal			S/1,000.00		S/1,000.00
Community manager			S/1,300.00		S/1,300.00
Contabilidad			S/0.00		S/0.00
Servicio de Limpieza			S/1,800.00	S/324.00	S/2,124.00
Servicio de seguridad y vigilancia			S/2,000.00	S/360.00	S/2,360.00
Seguro contra robos e incendios			S/120.00	S/21.60	S/141.60
Transporte y distribución			S/0.00	S/0.00	S/0.00
Alquiler julio			S/5,000.00	S/900.00	S/5,900.00
Alquiler de diciembre	1	S/5,000.00	S/5,000.00	S/900.00	S/5,900.00
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			S/46,315.56	S/4,789.87	S/51,105.43
Garantía de alquiler	2	S/5,000.00	S/10,000.00	S/1,800.00	S/11,800.00
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			S/56,315.56	S/6,589.87	S/62,905.43

Nota: Elaboración propia.

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.

Estos gastos consideran los costos en materia prima, destinada para la producción de las primeras unidades del producto, las cuales serán utilizada para el Sampling durante el primer año.

Tabla 171

Inversión en Inventarios Iniciales.

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	IGV	PRECIO
INVENTARIOS INICIALES DE PRODUCTOS TERMINADOS			S/1,370.36	S/246.66	S/1,617.02
Bambú Picante	143	S/1.72	S/245.62	S/44.21	S/289.84
Bambú Finas hierbas	317	S/1.71	S/543.57	S/97.84	S/641.41
Bambú Salado	341	S/1.70	S/581.17	S/104.61	S/685.78
INVENTARIOS INICIALES DE MATERIALES			S/334.36	S/60.18	S/394.54
Brote de Bambú	0.41	S/.8.26	S/3.37	S/0.61	S/3.98
Sal de Maras	0.40	S/10.17	S/4.10	S/0.74	S/4.84
Ají charapita en polvo	0.86	S/42.37	S/36.43	S/6.56	S/42.99
Orégano en polvo	0.71	S/22.03	S/15.67	S/2.82	S/18.49
Tomillo en polvo	0.85	S/33.90	S/28.65	S/5.16	S/33.81
Bolsita Doypack con logo 40 gr	0.71	S/330.00	S/233.38	S/42.01	S/275.38
Caja para transporte 20 unid	0.15	S/84.75	S/12.76	S/2.30	S/15.06
TOTAL INVENTARIOS INICIALES			S/1,704.72	S/306.85	S/2,011.56

Nota: Elaboración propia.

7.1.5 Inversión en Capital de Trabajo (método déficit acumulado).

A través de este método podremos calcular para cada mes los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar así su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo.

Tabla 172

Inversión en Capital de Trabajo (método déficit acumulado).

CONCEPTO	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
INGRESOS	S/0	S/0	S/104,027	S/121,365	S/138,702	S/156,040	S/173,378	S/163,858	S/163,858	S/163,858	S/127,445	S/127,445	S/127,445	S/188,134	S/188,134	S/188,134	S/133,514
Supermercados	S/46,633	S/54,405	S/62,177	S/69,949	S/77,721	S/73,454	S/73,454	S/73,454	S/57,131	S/57,131	S/57,131	S/84,336	S/84,336	S/84,336	S/59,851	S/59,851	S/59,851
Tiendas por conveniencia	S/57,394	S/66,960	S/76,525	S/86,091	S/95,657	S/90,405	S/90,405	S/90,405	S/70,315	S/70,315	S/70,315	S/103,798	S/103,798	S/103,798	S/73,663	S/73,663	S/73,663
Supermercados a 60 días			S/46,633	S/54,405	S/62,177	S/69,949	S/77,721	S/73,454	S/73,454	S/73,454	S/57,131	S/57,131	S/57,131	S/84,336	S/84,336	S/84,336	S/59,851
Tiendas por conveniencia a 60 días			S/57,394	S/66,960	S/76,525	S/86,091	S/95,657	S/90,405	S/90,405	S/90,405	S/70,315	S/70,315	S/70,315	S/103,798	S/103,798	S/103,798	S/73,663
EGRESOS	S/60,710	S/106,195	S/112,048	S/124,994	S/153,416	S/143,794	S/143,867	S/142,887	S/142,631	S/126,458	S/134,562	S/132,360	S/158,446	S/156,972	S/155,810	S/129,043	S/143,296
MATERIALES																	
Compra de materiales a 30 días		S/50,423	S/56,027	S/66,596	S/72,570	S/80,693	S/77,512	S/74,526	S/75,685	S/57,996	S/60,096	S/60,657	S/88,988	S/85,654	S/86,092	S/61,066	S/63,266
PLANILLAS																	
Sueldo bruto MOD	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600
Sueldo bruto MOI	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500
Sueldo bruto administración	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/5,500
Sueldo bruto ventas	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500	S/4,500
Gratificación	S/0	S/0	S/0	S/0	S/7,125	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/8,550	S/0	S/0	S/0	S/0	S/8,550
CTS	S/0	S/0	S/0	S/2,316	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4,631	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4,631	S/0
Vacaciones	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0
Seguro de vida Ley	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103
SCTR	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210	S/210
Bono según Ley	S/0	S/0	S/0	S/0	S/641	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/770	S/0	S/0	S/0	S/0	S/770
ESSALUD	S/1,422	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539	S/1,539
Comisiones 2%	S/0	S/1,763	S/2,057	S/2,351	S/2,645	S/2,939	S/2,777	S/2,777	S/2,777	S/2,160	S/2,160	S/2,160	S/3,189	S/3,189	S/3,189	S/2,263	S/2,263
MANTENIMIENTOS Y REPOSICIONES																	
Programa de Mantenimiento de maquinaria		S/826	S/0	S/0	S/1,593	S/0	S/0	S/826	S/0	S/0	S/1,652	S/0	S/0	S/826	S/0	S/0	S/1,652
Programa de Mantenimiento de equipos		S/0	S/0	S/0	S/1,048	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2,646	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2,048
Reposición de herramientas	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/3,003	S/761	S/0	S/0	S/761	S/0	S/0
Reposición de utensilios	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/1,127	S/2,238	S/1,127	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/1,127	S/3,284	S/1,127	S/1,127	S/1,228	S/1,127	S/1,127	S/2,238
Reposición de útiles	S/0	S/208	S/0	S/0	S/694	S/0	S/0	S/208	S/0	S/0	S/1,134	S/0	S/0	S/208	S/0	S/0	S/694
MANO DE OBRA TERCIALIZADA																	
Asesoría Legal	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,000	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,000	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,000
Community manager	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0	S/1,300	S/0
Contabilidad	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200	S/0	S/1,200
SERVICIOS TERCIALIZADOS CON IGV																	
Servicio de Limpieza	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124	S/2,124
Servicio de seguridad y vigilancia	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360	S/2,360
Seguro contra robos e incendios	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142	S/142
Transporte y distribución	S/1,689	S/1,970	S/2,252	S/2,533	S/2,815	S/2,660	S/2,660	S/2,660	S/2,069	S/2,069	S/2,069	S/3,054	S/3,054	S/3,054	S/2,168	S/2,168	S/2,168
SERVICIOS COMUNES																	
Agua	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590	S/590
Luz	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378	S/378
Teléfono - internet	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119	S/119
Alquiler	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900
Recursos humanos y entorno	S/189	S/0	S/0	S/0	S/1,180	S/897	S/0	S/0	S/0	S/1,180	S/708	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,180
Publicidad y marketing	S/14,927	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/6,313	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900	S/5,900
IMPUESTOS																	
Pago a Cuenta Imp. Renta		S/882	S/1,029	S/1,175	S/1,322	S/1,469	S/1,389	S/1,389	S/1,389	S/1,080	S/1,080	S/1,080	S/1,594	S/1,594	S/1,594	S/1,131	S/1,131
Pagos de IGV al Estado		S/0	S/0	S/0	S/0	S/3,940	S/9,607	S/10,378	S/10,028	S/7,319	S/6,935	S/5,306	S/11,699	S/12,323	S/12,083	S/7,761	S/7,542
INVERSIONES																	
Inversión en activos					S/9,750												
PAGO DE DEUDA	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131	S/11,131
INGRESOS - EGRESOS	-S/60,710	-S/106,195	-S/8,021	-S/3,629	-S/14,713	S/12,246	S/29,511	S/20,972	S/21,227	S/37,400	-S/7,117	-S/4,914	-S/31,001	S/31,162	S/32,324	S/59,091	-S/9,782
Saldo Inicial de Caja	S/0	-S/60,710	-S/166,905	-S/174,926	-S/178,556	-S/193,269	-S/181,023	-S/151,512	-S/130,540	-S/109,313	-S/71,912	-S/79,029	-S/83,943	-S/114,944	-S/83,782	-S/51,458	S/7,633
Saldo Acumulado	-S/60,710	-S/166,905	-S/174,926	-S/178,556	-S/193,269	-S/181,023	-S/151,512	-S/130,540	-S/109,313	-S/71,912	-S/79,029	-S/83,943	-S/114,944	-S/83,782	-S/51,458	S/7,633	-S/2,150
Máximo Déficit Mensual Acumul.	S/193,269																
CAJA MINIMA	S/10,228																

7.1.6 Liquidación del IGV.

El presente cuadro detalla el pago de IGV, en función a las ventas proyectadas para mes. Asimismo, se utilizará el crédito fiscal generado por la compra de maquinaria, a fin de pagar menos impuestos durante cada periodo.

Tabla 173

Liquidación del IGV.

	JUNIO	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
IGV INGRESOS			S/15,868	S/18,513	S/21,158	S/23,803	S/26,447	S/24,995	S/24,995	S/24,995	S/19,441	S/19,441	S/19,441	S/28,698	S/28,698	S/28,698	S/20,367	S/20,367	S/20,367
Supermercados			S/7,113	S/8,299	S/9,485	S/10,670	S/11,856	S/11,205	S/11,205	S/11,205	S/8,715	S/8,715	S/8,715	S/12,865	S/12,865	S/12,865	S/9,130	S/9,130	S/9,130
Tiendas por conveniencia			S/8,755	S/10,214	S/11,673	S/13,133	S/14,592	S/13,791	S/13,791	S/13,791	S/10,726	S/10,726	S/10,726	S/15,834	S/15,834	S/15,834	S/11,237	S/11,237	S/11,237
IGV EGRESOS		S/32,100	S/12,198	S/11,863	S/13,462	S/14,300	S/17,927	S/15,389	S/14,617	S/14,967	S/12,122	S/12,506	S/14,135	S/17,000	S/16,375	S/16,615	S/12,605	S/12,825	S/13,758
IGV de materiales		S/885	S/7,692	S/8,547	S/10,159	S/11,070	S/12,309	S/11,824	S/11,368	S/11,545	S/8,847	S/9,167	S/9,253	S/13,574	S/13,066	S/13,133	S/9,315	S/9,651	S/9,565
IGV MANTENIMIENTOS Y REPOSICIONES																			
Programa de Mantenimiento de maquinaria			S/0	S/126	S/0	S/0	S/243	S/0	S/0	S/126	S/0	S/0	S/252	S/0	S/0	S/126	S/0	S/0	S/252
Programa de Mantenimiento de equipos			S/0	S/0	S/0	S/0	S/160	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/404	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/312
Reposición de herramientas			S/0	S/0	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/458	S/116	S/0	S/0	S/116	S/0	S/0
Reposición de utensilios			S/172	S/187	S/172	S/172	S/341	S/172	S/172	S/187	S/172	S/172	S/501	S/172	S/172	S/187	S/172	S/172	S/341
Reposición de útiles			S/0	S/32	S/0	S/0	S/106	S/0	S/0	S/32	S/0	S/0	S/173	S/0	S/0	S/32	S/0	S/0	S/106
IGV SERVICIOS TERCIALIZADOS																			
Servicio de Limpieza			S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324	S/324
Servicio de seguridad y vigilancia			S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360	S/360
Seguro contra robos e incendios			S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22	S/22
Transporte y distribución			S/258	S/301	S/344	S/386	S/429	S/406	S/406	S/406	S/316	S/316	S/316	S/466	S/466	S/466	S/331	S/331	S/331
IGV SERVICIOS COMUNES																			
Agua			S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90	S/90
Luz			S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58	S/58
Teléfono - internet			S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18
Alquiler			S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900
Recursos humanos y entorno			S/29	S/0	S/0	S/0	S/180	S/137	S/0	S/0	S/0	S/180	S/108	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/180
Publicidad y marketing			S/2,277	S/900	S/900	S/900	S/900	S/963	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900	S/900
IGV ACTIVO FIJO		S/20,752					S/1,487												
IGV INTANGIBLES		S/1,727																	
IGV GASTOS PREOPERATIVOS		S/6,590																	
IGV ACTIVO NO DEPRECIABLE		S/2,146																	
Igv neto		-S/32,100	S/3,670	S/6,650	S/7,696	S/9,503	S/8,520	S/9,607	S/10,378	S/10,028	S/7,319	S/6,935	S/5,306	S/11,699	S/12,323	S/12,083	S/7,761	S/7,542	S/6,608
Crédito fiscal		S/32,100	-S/3,670	-S/6,650	-S/7,696	-S/9,503	-S/4,580	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0
Neto a pagar		S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3,940	S/9,607	S/10,378	S/10,028	S/7,319	S/6,935	S/5,306	S/11,699	S/12,323	S/12,083	S/7,761	S/7,542	S/6,608
crédito fiscal acumulado		S/32,100	S/28,430	S/21,780	S/14,084	S/4,580	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0

Nota: Elaboración propia.

7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.

En el presente cuadro se aprecia el resumen de la estructura de inversiones, la inversión necesaria es 430,473 soles.

Tabla 174

Resumen de estructura de inversiones.

	VALOR	IGV	TOTAL	%
Activo Fijo	S/115,292	S/20,752	S/136,044	31.60%
Activos Intangibles	S/10,222	S/1,727	S/11,949	2.78%
Gastos Pre Operativos	S/56,316	S/6,590	S/62,905	14.61%
Activo fijo no depreciable	S/11,921	S/2,146	S/14,067	3.27%
Inventarios iniciales	S/1,705	S/307	S/2,012	0.47%
Capital de Trabajo	S/203,496		S/203,496	47.27%
TOTAL	S/398,951	S/31,522	S/430,473	100.00%

Nota: Elaboración propia.

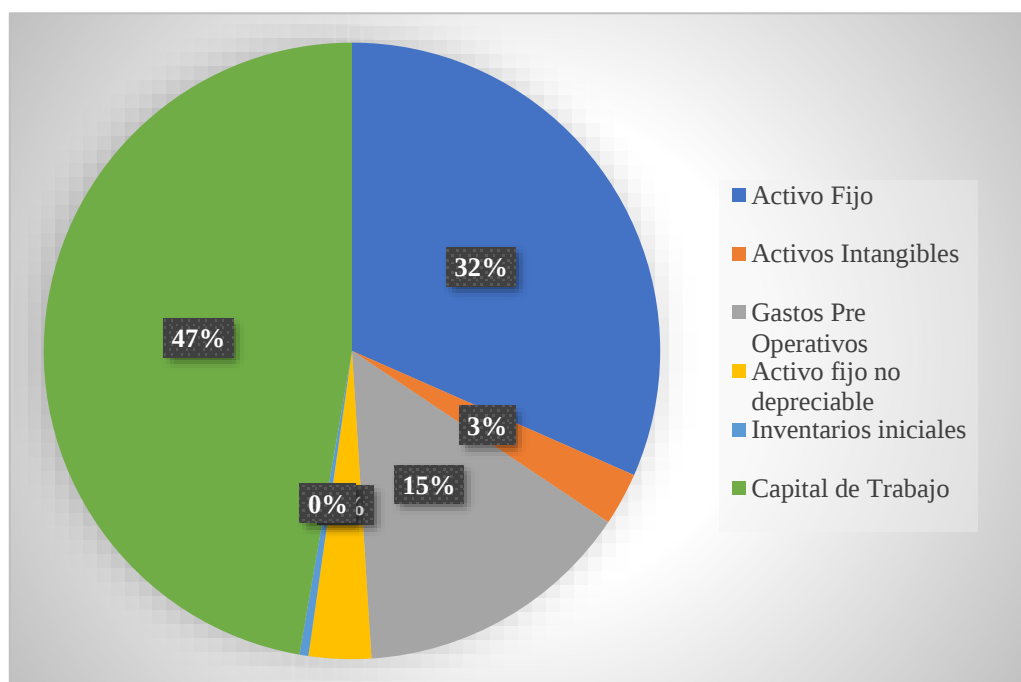


Figura 44. Estructura de Inversiones.

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Financiamiento

7.2.1 Estructura de financiamiento.

La estructura de inversión consta de un 30% con aporte de los inversionistas y un 70% financiado por dos cajas municipales. De igual forma detallamos los aportes de cada socio.

Tabla 175

Estructura de Financiamiento.

	MONTO	DEUDA	PATRIMONIO
Activo Fijo	S/136,044	S/136,044	S/0
Activos Intangibles	S/11,949		S/11,949
Gastos Pre Operativos	S/62,905		S/62,905
Activo fijo no depreciable	S/14,067		S/14,067
Inventarios iniciales	S/2,012		S/2,012
Capital de Trabajo	S/203,496	S/165,000	S/38,496
TOTAL	S/430,473	S/301,044	S/129,429
	PESO	69.93%	30.07%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 176

Estructura Patrimonial.

ESTRUCTURA PATRIMONIAL	
Socio 1	S/25,886
Socio 2	S/25,886
Socio 3	S/25,886
Socio 4	S/25,886
Socio 5	S/25,886
TOTAL	S/129,429

Nota: Elaboración propia.

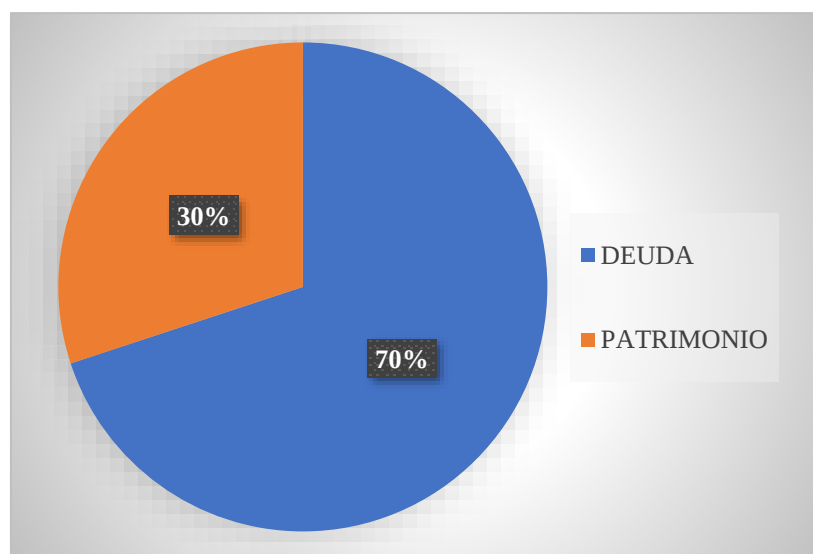


Figura 45. Estructura de Financiamiento.

Fuente: Elaboración propia.

7.2.2 Financiamiento del activo fijo.

El financiamiento del activo fijo es por un plazo de 3 años comienza desde el inicio de operaciones Agosto del 2020 hasta Julio del 2023 teniendo una duración el crédito de 36 meses.

Tabla 177

Financiamiento del activo fijo

Cuota	Caja Cusco
Préstamo	136,044.00
TCEA	21.70%
TEM	1.65%
Plazo años	3
Plazo meses	36
Cuota	5,042.06

Nota: Elaboración propia.

Tabla 178

Financiamiento del activo fijo anual.

AÑO	SALDO	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	ESCUDO
0	S/136,044	S/0	S/0	S/0	S/0
1	S/120,716	S/15,328	S/12,301	S/27,629	S/3,629
2	S/80,602	S/40,114	S/26,195	S/66,309	S/7,728
3	S/31,783	S/48,819	S/17,491	S/66,309	S/5,160
4	S/0	S/31,783	S/6,897	S/38,680	S/2,035

Nota: Elaboración propia.

7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.

El financiamiento del capital de trabajo es por un plazo de 3 años comienza desde el inicio de operaciones Agosto del 2020 hasta Julio del 2023 teniendo una duración el crédito de 36 meses.

Tabla 179

Tasa de financiamiento.

Cuota	Caja Arequipa
Préstamo	165,000.00
TCEA	21.32%
TEM	1.62%
Plazo años	3
Plazo meses	36
Cuota	6,088.58

Nota: Elaboración propia.

Tabla 180

Financiamiento del Capital de trabajo.

AÑO	SALDO	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	ESCUDO
0	S/165,000	S/0	S/0	S/0	S/0
1	S/146,344	S/18,656	S/14,658	S/33,314	S/4,324
2	S/97,591	S/48,753	S/31,200	S/79,953	S/9,204
3	S/38,443	S/59,147	S/20,806	S/79,953	S/6,138
4	S/0	S/38,443	S/8,196	S/46,640	S/2,418

Nota: Elaboración propia.

7.3 Ingreso Anuales.

7.3.1 Ingresos por Ventas.

A continuación, detallamos las ventas proyectadas por cada canal de distribución.

Tabla 181

Ingresos por Ventas.

2020	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Supermercados	S/39,519	S/46,106	S/52,692	S/59,279	S/65,865	S/62,249	S/62,249	S/62,249	S/48,416	S/48,416	S/48,416	S/71,471	S/71,471	S/71,471	S/50,721	S/50,721	S/50,721
40 gr																	
Bambú Picante	S/3,400	S/3,967	S/4,533	S/5,100	S/5,667	S/5,356	S/5,356	S/5,356	S/4,166	S/4,166	S/4,166	S/6,149	S/6,149	S/6,149	S/4,364	S/4,364	S/4,364
Bambú Finas hierbas	S/7,556	S/8,815	S/10,074	S/11,334	S/12,593	S/11,901	S/11,901	S/11,901	S/9,257	S/9,257	S/9,257	S/13,665	S/13,665	S/13,665	S/9,697	S/9,697	S/9,697
Bambú Salado	S/8,122	S/9,476	S/10,830	S/12,184	S/13,537	S/12,794	S/12,794	S/12,794	S/9,951	S/9,951	S/9,951	S/14,690	S/14,690	S/14,690	S/10,425	S/10,425	S/10,425
120 gr																	
Bambú Picante	S/3,643	S/4,250	S/4,857	S/5,464	S/6,072	S/5,738	S/5,738	S/5,738	S/4,463	S/4,463	S/4,463	S/6,588	S/6,588	S/6,588	S/4,676	S/4,676	S/4,676
Bambú Finas hierbas	S/8,095	S/9,445	S/10,794	S/12,143	S/13,492	S/12,752	S/12,752	S/12,752	S/9,918	S/9,918	S/9,918	S/14,641	S/14,641	S/14,641	S/10,390	S/10,390	S/10,390
Bambú Salado	S/8,703	S/10,153	S/11,603	S/13,054	S/14,504	S/13,708	S/13,708	S/13,708	S/10,662	S/10,662	S/10,662	S/15,739	S/15,739	S/15,739	S/11,169	S/11,169	S/11,169
Tiendas por conveniencia	S/48,639	S/56,746	S/64,852	S/72,959	S/81,065	S/76,614	S/76,614	S/76,614	S/59,589	S/59,589	S/59,589	S/87,964	S/87,964	S/87,964	S/62,426	S/62,426	S/62,426
40 gr																	
Bambú Picante	S/4,185	S/4,882	S/5,580	S/6,277	S/6,975	S/6,592	S/6,592	S/6,592	S/5,127	S/5,127	S/5,127	S/7,568	S/7,568	S/7,568	S/5,371	S/5,371	S/5,371
Bambú Finas hierbas	S/9,299	S/10,849	S/12,399	S/13,949	S/15,499	S/14,648	S/14,648	S/14,648	S/11,393	S/11,393	S/11,393	S/16,818	S/16,818	S/16,818	S/11,935	S/11,935	S/11,935
Bambú Salado	S/9,997	S/11,663	S/13,329	S/14,995	S/16,661	S/15,747	S/15,747	S/15,747	S/12,247	S/12,247	S/12,247	S/18,079	S/18,079	S/18,079	S/12,831	S/12,831	S/12,831
120 gr																	
Bambú Picante	S/4,484	S/5,231	S/5,978	S/6,725	S/7,473	S/7,062	S/7,062	S/7,062	S/5,493	S/5,493	S/5,493	S/8,109	S/8,109	S/8,109	S/5,755	S/5,755	S/5,755
Bambú Finas hierbas	S/9,964	S/11,624	S/13,285	S/14,945	S/16,606	S/15,694	S/15,694	S/15,694	S/12,207	S/12,207	S/12,207	S/18,019	S/18,019	S/18,019	S/12,788	S/12,788	S/12,788
Bambú Salado	S/10,711	S/12,496	S/14,281	S/16,066	S/17,851	S/16,871	S/16,871	S/16,871	S/13,122	S/13,122	S/13,122	S/19,371	S/19,371	S/19,371	S/13,747	S/13,747	S/13,747
VALOR DE VENTA	S/88,158	S/102,851	S/117,544	S/132,237	S/146,931	S/138,863	S/138,863	S/138,863	S/108,005	S/108,005	S/108,005	S/159,435	S/159,435	S/159,435	S/113,148	S/113,148	S/113,148
IGV	S/15,868	S/18,513	S/21,158	S/23,803	S/26,447	S/24,995	S/24,995	S/24,995	S/19,441	S/19,441	S/19,441	S/28,698	S/28,698	S/28,698	S/20,367	S/20,367	S/20,367
INGRESO POR VENTAS	S/104,027	S/121,365	S/138,702	S/156,040	S/173,378	S/163,858	S/163,858	S/163,858	S/127,445	S/127,445	S/127,445	S/188,134	S/188,134	S/188,134	S/133,514	S/133,514	S/133,514

Nota: Elaboración propia.

Tabla 182

Ingresos por Ventas. anuales.

	2020	2021	2022	2023
Supermercados	S/263,462	S/698,572	S/740,909	S/785,812
40 gr				
Bambú Picante	S/22,667	S/60,102	S/63,745	S/67,608
Bambú Finas hierbas	S/50,372	S/133,561	S/141,655	S/150,241
Bambú Salado	S/54,150	S/143,578	S/152,280	S/161,509
120 gr				
Bambú Picante	S/24,286	S/64,395	S/68,298	S/72,437
Bambú Finas hierbas	S/53,970	S/143,101	S/151,774	S/160,972
Bambú Salado	S/58,017	S/153,834	S/163,157	S/173,045
Tiendas por conveniencia	S/324,260	S/859,781	S/911,888	S/967,153
40 gr				
Bambú Picante	S/27,898	S/73,972	S/78,455	S/83,210
Bambú Finas hierbas	S/61,996	S/164,383	S/174,345	S/184,911
Bambú Salado	S/66,646	S/176,711	S/187,421	S/198,780
120 gr				
Bambú Picante	S/29,891	S/79,256	S/84,059	S/89,154
Bambú Finas hierbas	S/66,424	S/176,124	S/186,798	S/198,119
Bambú Salado	S/71,406	S/189,334	S/200,808	S/212,978
VALOR DE VENTA TOTAL	S/587,722	S/1,558,352	S/1,652,796	S/1,752,964
IGV	S/105,790	S/280,503	S/297,503	S/315,534
INGRESO TOTAL	S/693,512	S/1,838,856	S/1,950,300	S/2,068,498
Crecimiento		165.151%	6.061%	6.061%

Nota: Elaboración propia.

7.3.2 Recuperación del Capital de Trabajo.

Para determinar el capital de trabajo requerido durante los 3 años del proyecto se calcula la tasa de capital de trabajo neto (CTN) y se aplica a las ventas, de modo que se pueda evaluar su crecimiento.

Tabla 183

Recuperación del Capital de Trabajo.

CTN 0	S/203,496				
Ingresos año 1	S/693,512				
TASA CTN	29.34%				
	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Ingreso por ventas		S/693,512	S/1,838,856	S/1,950,300	S/2,068,498
CTN requerido		S/203,496	S/539,573	S/572,274	S/606,957
CTN incremental		S/203,496	S/336,077	S/32,701	S/34,683
INVERSION CTN	-S/203,496	-S/336,077	-S/32,701	-S/34,683	S/606,957
RECUPERACION CAPITAL		S/606,957			

Nota: Elaboración propia.

7.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.

Detallamos el valor de desecho neto de los activos al finalizar el proyecto, considerando la depreciación acelerada.

Tabla 184

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.

MAQUINARIA Y EQUIPO	Costo total	Total V.libros	V. MERCADO	V. COMERCIAL	UTIL/PERDIDA	V. DESECHO
Producción	S/110,376			S/33,113	S/33,113	S/23,345
Maquina lavadora	S/4,746		30%	S/1,424	S/1,424	S/1,004
Maquina peladora/cortadora	S/16,525		30%	S/4,958	S/4,958	S/3,495
Deshidratadora de Cabina Industrial	S/21,020		30%	S/6,306	S/6,306	S/4,446
Horno industrial	S/24,153		30%	S/7,246	S/7,246	S/5,108
Empacadora vertical compacta	S/18,000		30%	S/5,400	S/5,400	S/3,807
Cámara de frio	S/3,051		30%	S/915	S/915	S/645
Pato mecánico	S/3,051		30%	S/915	S/915	S/645
Laptops	S/5,085		30%	S/1,525	S/1,525	S/1,075
Grupo electrógeno	S/1,186		30%	S/356	S/356	S/251
Aire acondicionado	S/1,102		30%	S/331	S/331	S/233
Mesas de Acero inoxidable 2 niveles	S/3,814		30%	S/1,144	S/1,144	S/807
Coche de acero inoxidable de 12 niveles	S/4,407		30%	S/1,322	S/1,322	S/932
Lavatorio de 3 pozos	S/4,237		30%	S/1,271	S/1,271	S/896
Administración	S/8,093			S/2,428	S/2,428	S/1,712
Laptops	S/3,390		30%	S/1,017	S/1,017	S/717
Sistema de seguridad con cámaras	S/1,271		30%	S/381	S/381	S/269
Aire acondicionado	S/1,102		30%	S/331	S/331	S/233
Escritorio gerencial	S/1,102		30%	S/331	S/331	S/233
Juego de muebles de recepción	S/1,229		30%	S/369	S/369	S/260
Ventas	S/5,085			S/1,525	S/1,525	S/1,075
Laptops	S/5,085		30%	S/1,525	S/1,525	S/1,075
TOTAL	S/123,554		IGV	S/37,066	S/37,066	S/26,132
				S/6,672	E/R	F/C

Nota: Elaboración propia.

7.4 Costos y Gastos Anuales.

7.4.1 Egresos desembolsables

7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.

En el siguiente cuadro se puede apreciar una variación a lo largo del proyecto, debido que está condicionado al volumen de ventas y a la frecuencia propuesta para el abastecimiento.

Tabla 185

Presupuesto mensual de materias primas e insumos.

Unidades producidas	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020
40 gr																		
Bambú Picante	1,816	2,113	2,412	2,711	2,972	2,795	2,795	2,745	2,173	2,173	2,257	3,209	3,209	3,134	2,278	2,278	2,333	11,219
Bambú Finas hierbas	4,032	4,695	5,359	6,022	6,603	6,209	6,209	6,098	4,830	4,830	5,014	7,128	7,128	6,962	5,059	5,059	5,181	24,925
Bambú Salado	4,334	5,048	5,760	6,474	7,099	6,673	6,673	6,554	5,191	5,191	5,390	7,662	7,662	7,484	5,438	5,438	5,569	26,794
120 gr																		
Bambú Picante	865	1,007	1,150	1,291	1,414	1,343	1,343	1,318	1,045	1,045	1,087	1,543	1,543	1,505	1,094	1,094	1,123	5,324
Bambú Finas hierbas	1,922	2,237	2,553	2,868	3,144	2,985	2,985	2,928	2,322	2,322	2,414	3,427	3,427	3,345	2,432	2,432	2,493	11,831
Bambú Salado	2,065	2,405	2,744	3,085	3,379	3,209	3,209	3,150	2,496	2,496	2,595	3,684	3,684	3,595	2,615	2,615	2,680	12,718
Presentaciones	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020
40 gr																		
Bambú Picante	S/2,513	S/2,925	S/3,340	S/3,753	S/4,115	S/3,869	S/3,869	S/3,800	S/3,009	S/3,009	S/3,125	S/4,442	S/4,442	S/4,338	S/3,153	S/3,153	S/3,229	S/15,531
Bambú Finas hierbas	S/5,570	S/6,486	S/7,403	S/8,318	S/9,122	S/8,577	S/8,577	S/8,423	S/6,672	S/6,672	S/6,926	S/9,847	S/9,847	S/9,618	S/6,989	S/6,989	S/7,158	S/34,432
Bambú Salado	S/5,943	S/6,920	S/7,896	S/8,875	S/9,732	S/9,149	S/9,149	S/8,986	S/7,117	S/7,117	S/7,390	S/10,505	S/10,505	S/10,261	S/7,456	S/7,456	S/7,635	S/36,735
120 gr																		
Bambú Picante	S/3,594	S/4,182	S/4,775	S/5,363	S/5,873	S/5,579	S/5,579	S/5,475	S/4,339	S/4,339	S/4,513	S/6,407	S/6,407	S/6,249	S/4,545	S/4,545	S/4,665	S/22,109
Bambú Finas hierbas	S/7,963	S/9,273	S/10,582	S/11,887	S/13,031	S/12,372	S/12,372	S/12,136	S/9,623	S/9,623	S/10,004	S/14,203	S/14,203	S/13,864	S/10,079	S/10,079	S/10,332	S/49,030
Bambú Salado	S/8,494	S/9,891	S/11,287	S/12,688	S/13,899	S/13,197	S/13,197	S/12,954	S/10,264	S/10,264	S/10,671	S/15,150	S/15,150	S/14,784	S/10,756	S/10,756	S/11,023	S/52,308
Consumo de MPD S/.	S/34,077	S/39,677	S/45,283	S/50,885	S/55,772	S/52,742	S/52,742	S/51,773	S/41,023	S/41,023	S/42,629	S/60,555	S/60,555	S/59,114	S/42,977	S/42,977	S/44,042	S/210,145
40 gr																		
Bambú Picante	S/605	S/704	S/804	S/904	S/991	S/931	S/931	S/915	S/724	S/724	S/752	S/1,069	S/1,069	S/1,044	S/759	S/759	S/777	S/3,739
Bambú Finas hierbas	S/1,344	S/1,565	S/1,786	S/2,007	S/2,201	S/2,069	S/2,069	S/2,032	S/1,610	S/1,610	S/1,671	S/2,376	S/2,376	S/2,321	S/1,686	S/1,686	S/1,727	S/8,307
Bambú Salado	S/1,445	S/1,682	S/1,920	S/2,158	S/2,366	S/2,224	S/2,224	S/2,184	S/1,730	S/1,730	S/1,797	S/2,554	S/2,554	S/2,494	S/1,812	S/1,812	S/1,856	S/8,931
120 gr																		
Bambú Picante	S/577	S/671	S/766	S/861	S/943	S/895	S/895	S/879	S/696	S/696	S/724	S/1,028	S/1,028	S/1,003	S/729	S/729	S/749	S/3,549
Bambú Finas hierbas	S/1,281	S/1,491	S/1,702	S/1,912	S/2,096	S/1,990	S/1,990	S/1,952	S/1,548	S/1,548	S/1,609	S/2,285	S/2,285	S/2,230	S/1,621	S/1,621	S/1,662	S/7,886
Bambú Salado	S/1,377	S/1,603	S/1,829	S/2,056	S/2,253	S/2,139	S/2,139	S/2,099	S/1,664	S/1,664	S/1,730	S/2,455	S/2,455	S/2,396	S/1,743	S/1,743	S/1,787	S/8,478
Consumo de MPI S/.	S/6,628	S/7,717	S/8,808	S/9,897	S/10,849	S/10,249	S/10,249	S/10,062	S/7,972	S/7,972	S/8,283	S/11,768	S/11,768	S/11,489	S/8,352	S/8,352	S/8,558	S/40,890
40 gr																		
Bambú Picante	S/78	S/90	S/103	S/116	S/127	S/120	S/120	S/117	S/93	S/93	S/97	S/137	S/137	S/134	S/97	S/97	S/100	S/480
Bambú Finas hierbas	S/173	S/201	S/229	S/258	S/283	S/266	S/266	S/261	S/207	S/207	S/215	S/305	S/305	S/298	S/217	S/217	S/222	S/1,067
Bambú Salado	S/186	S/216	S/246	S/277	S/304	S/286	S/286	S/280	S/222	S/222	S/231	S/328	S/328	S/320	S/233	S/233	S/238	S/1,147
120 gr																		
Bambú Picante	S/37	S/43	S/49	S/55	S/61	S/57	S/57	S/56	S/45	S/45	S/47	S/66	S/66	S/64	S/47	S/47	S/48	S/228
Bambú Finas hierbas	S/82	S/96	S/109	S/123	S/135	S/128	S/128	S/125	S/99	S/99	S/103	S/147	S/147	S/143	S/104	S/104	S/107	S/506
Bambú Salado	S/88	S/103	S/117	S/132	S/145	S/137	S/137	S/135	S/107	S/107	S/111	S/158	S/158	S/154	S/112	S/112	S/115	S/544
Consumo de gasto de envío	S/643	S/749	S/855	S/961	S/1,053	S/993	S/993	S/975	S/773	S/773	S/803	S/1,141	S/1,141	S/1,114	S/810	S/810	S/829	S/3,972

Nota: Elaboración propia.

Tabla 186

Presupuesto anual de materias primas e insumos Anual.

Unidades producidas	2020	2021	2022	2023
40 gr				
Bambú Picante	11,219	31,377	32,495	34,021
Bambú Finas hierbas	24,925	69,707	72,201	75,587
Bambú Salado	26,794	74,926	77,613	81,253
120 gr				
Bambú Picante	5,324	15,083	15,997	16,835
Bambú Finas hierbas	11,831	33,514	35,540	37,402
Bambú Salado	12,718	36,024	38,210	40,203
Presentaciones	2020	2021	2022	2023
40 gr				
Bambú Picante	S/15,531	S/43,436	S/44,985	S/47,096
Bambú Finas hierbas	S/34,432	S/96,296	S/99,740	S/104,418
Bambú Salado	S/36,735	S/102,723	S/106,407	S/111,397
120 gr				
Bambú Picante	S/22,109	S/62,642	S/66,437	S/69,918
Bambú Finas hierbas	S/49,030	S/138,890	S/147,288	S/155,004
Bambú Salado	S/52,308	S/148,166	S/157,157	S/165,354
Consumo de MPD S/.	S/210,145	S/592,152	S/622,014	S/653,187
40 gr				
Bambú Picante	S/3,739	S/10,458	S/10,831	S/11,339
Bambú Finas hierbas	S/8,307	S/23,234	S/24,065	S/25,193
Bambú Salado	S/8,931	S/24,973	S/25,868	S/27,082
120 gr				
Bambú Picante	S/3,549	S/10,055	S/10,664	S/11,222
Bambú Finas hierbas	S/7,886	S/22,340	S/23,691	S/24,932
Bambú Salado	S/8,478	S/24,013	S/25,471	S/26,799
Consumo de MPI S/.	S/40,890	S/115,072	S/120,589	S/126,567
40 gr				
Bambú Picante	S/480	S/1,343	S/1,391	S/1,456
Bambú Finas hierbas	S/1,067	S/2,983	S/3,090	S/3,235
Bambú Salado	S/1,147	S/3,207	S/3,322	S/3,477
120 gr				
Bambú Picante	S/228	S/646	S/685	S/720
Bambú Finas hierbas	S/506	S/1,434	S/1,521	S/1,601
Bambú Salado	S/544	S/1,542	S/1,635	S/1,721
Consumo de gasto de envío	S/3,972	S/11,154	S/11,643	S/12,210

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

El presupuesto de mano de obra directa consta de la planilla de los operarios, su variación está condicionada a la producción.

Tabla 187

Presupuesto mensual de mano de obra directa en soles.

COSTO MOD	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Operarios	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/13,000	S/31,200	S/31,200	S/31,200
TOTAL, SUELDO BRUTO	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/2,600	S/13,000	S/31,200	S/31,200	S/31,200
Gratificación (1/12 x S. bruto)	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/217	S/1,083	S/2,600	S/2,600	S/2,600
TOTAL, SUELDO	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/2,817	S/14,083	S/33,800	S/33,800	S/33,800
CTS (1/24 x S. bruto + gratificación)	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/117	S/587	S/1,408	S/1,408	S/1,408
Vacaciones (1/24 x S. bruto)	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/108	S/542	S/1,300	S/1,300	S/1,300
Seguro de vida Ley (0.71% x S. bruto)	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/92	S/222	S/222	S/222
SCTR (1.23% x S. bruto)	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/32	S/160	S/384	S/384	S/384
Bono según Ley (9% x gratificación)	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/98	S/234	S/234	S/234
ESSALUD (9% x S. bruto)	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/234	S/1,170	S/2,808	S/2,808	S/2,808
COSTO MOD	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/16,732	S/40,156	S/40,156	S/40,156
Se distribuye la MOD de acuerdo a un peso por presentación																	
PRODUCCION	PESO	%															
40 gr	1	25%															
120 gr	3	75%															
TOTAL	4	100%															
PRODUCCION	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
40 gr																	
Bambú Picante	2,972	2,795	2,795	2,745	2,173	2,173	2,257	3,209	3,209	3,134	2,278	2,278	2,333	11,219	31,377	32,495	34,021
Bambú Finas hierbas	6,603	6,209	6,209	6,098	4,830	4,830	5,014	7,128	7,128	6,962	5,059	5,059	5,181	24,925	69,707	72,201	75,587
Bambú Salado	7,099	6,673	6,673	6,554	5,191	5,191	5,390	7,662	7,662	7,484	5,438	5,438	5,569	26,794	74,926	77,613	81,253
120 gr																	
Bambú Picante	1,414	1,343	1,343	1,318	1,045	1,045	1,087	1,543	1,543	1,505	1,094	1,094	1,123	5,324	15,083	15,997	16,835
Bambú Finas hierbas	3,144	2,985	2,985	2,928	2,322	2,322	2,414	3,427	3,427	3,345	2,432	2,432	2,493	11,831	33,514	35,540	37,402
Bambú Salado	3,379	3,209	3,209	3,150	2,496	2,496	2,595	3,684	3,684	3,595	2,615	2,615	2,680	12,718	36,024	38,210	40,203
TOTAL	24,612	23,213	23,213	22,792	18,056	18,056	18,756	26,653	26,653	26,025	18,916	18,916	19,379	92,810	260,631	272,056	285,300
Proporción	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	11830.863	33513.73646	35539.98895	37401.92142
40 gr																	
Bambú Picante	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%	4.46%
Bambú Finas hierbas	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%	9.90%
Bambú Salado	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%	10.64%
120 gr																	
Bambú Picante	13.36%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%	13.36%	13.36%	13.36%	13.38%	13.37%	13.37%	13.37%	13.37%
Bambú Finas hierbas	29.71%	29.71%	29.71%	29.69%	29.71%	29.71%	29.70%	29.70%	29.70%	29.71%	29.70%	29.70%	29.70%	29.70%	29.70%	29.70%	29.70%
Bambú Salado	31.93%	31.93%	31.93%	31.94%	31.93%	31.93%	31.93%	31.93%	31.93%	31.92%	31.93%	31.93%	31.92%	31.93%	31.93%	31.93%	31.93%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Distribución de la MOD																	
MANO DE OBRA DIRECTA	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
40 gr																	
Bambú Picante	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/149	S/746	S/1,790	S/1,789	S/1,789
Bambú Finas hierbas	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/331	S/1,656	S/3,976	S/3,976	S/3,976
Bambú Salado	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/356	S/1,781	S/4,273	S/4,274	S/4,274
120 gr																	
Bambú Picante	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/447	S/448	S/2,236	S/5,368	S/5,368	S/5,369
Bambú Finas hierbas	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/994	S/4,970	S/11,928	S/11,926	S/11,927
Bambú Salado	S/1,068	S/1,068	S/1,068	S/1,069	S/1,068	S/1,068	S/1,068	S/1,068	S/1,068	S/1,068	S/1,069	S/1,069	S/1,068	S/5,342	S/12,821	S/12,822	S/12,821
TOTAL	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/3,346	S/16,732	S/40,156	S/40,156	S/40,156

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

A continuación, detallamos el prepuesto asignado para cada periodo del proyecto.

Tabla 188

Presupuesto mensual de costos indirectos en soles.

costos	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Materiales indirectos	S/9,897	S/10,849	S/10,249	S/10,249	S/10,062	S/7,972	S/7,972	S/8,283	S/11,768	S/11,768	S/11,489	S/8,352	S/8,352	S/8,558	S/40,890	S/115,072	S/120,589	S/126,567
Mano de obra indirecta	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/5,792	S/28,958	S/69,500	S/69,500	S/69,500
Servicio de Limpieza	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/1,228	S/6,141	S/14,739	S/14,739	S/14,739
Servicio de seguridad y vigilancia	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/1,365	S/6,824	S/16,376	S/16,376	S/16,376
Seguro contra robos e incendios	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/82	S/409	S/983	S/983	S/983
Agua	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/341	S/1,706	S/4,094	S/4,342	S/4,605
Luz	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/218	S/1,092	S/2,620	S/2,779	S/2,947
Teléfono - internet	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/69	S/344	S/826	S/826	S/826
Alquiler	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/3,412	S/17,059	S/40,941	S/40,941	S/40,941
Recursos humanos y entorno	S/103	S/103	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/124	S/516	S/1,493	S/1,493	S/1,493
Depreciación de maquinaria y equipo	S/2,836	S/2,836	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/3,066	S/14,182	S/36,792	S/36,792	S/22,610
Amortización de intangibles	S/456	S/456	S/456	S/456	S/456	S/456	S/456	S/456	S/456	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2,282	S/3,195	S/0	S/0
Amortización de G. preoperativos	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/2,265	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/11,326	S/15,857	S/0	S/0
Gasto por activo fijo no depreciable	S/335	S/335	S/335	S/335	S/335	S/335	S/335	S/335	S/335	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,674	S/2,343	S/0	S/0
Mantenimiento de maquinaria																		
Maquina lavadora	S/0	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/150	S/300	S/318	S/337
Maquina peladora/cortadora	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/200	S/400	S/424	S/450
Deshidratadora de Cabina Industrial	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/600	S/1,200	S/1,273	S/1,350
Horno industrial	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/100	S/600	S/1,200	S/1,273	S/1,350
Empacadora vertical compacta	S/0	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/200	S/400	S/424	S/450
Cámara de frio	S/0	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/33	S/200	S/400	S/424	S/450
Balanza digital	S/0	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/50	S/100	S/106	S/112
Pato mecánico	S/0	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/50	S/200	S/212	S/225
Mantenimiento de equipos																		
Laptops	S/0	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/169	S/1,017	S/1,079	S/1,144
Balanza de plataforma	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/50	S/53	S/56
Grupo electrógeno	S/0	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/100	S/200	S/212	S/225
Celulares	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/50	S/53	S/56
Aire acondicionado	S/0	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/110	S/220	S/234	S/248
Reposición de Herramientas																		
Set de herramientas	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/0	S/508	S/539	S/0
Balanza electrónica	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/71	S/71	S/71	S/71	S/71	S/71	S/71	S/0	S/847	S/899	S/0
Tachos de reciclaje	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/0	S/163	S/173	S/0
Termómetro infrarojo	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/0	S/305	S/324	S/0
Extintor x 6 kg	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/18	S/0	S/218	S/232	S/0
Gorros desechables caja x 100 unidades	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/73	S/220	S/881	S/935	S/165
Mascarillas desechable caja x 50 unds	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/68	S/203	S/814	S/863	S/153
Delantales PVC Termosellado	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/0	S/92	S/97	S/0
Botas PVC	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/20	S/0	S/237	S/252	S/0
Guantes caja x 100 unidades	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/74	S/221	S/885	S/938	S/166
Uniforme(mameluco blanco)	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/0	S/136	S/144	S/0
Oxímetro	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/151	S/0
Sticker de señalización	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/0	S/38	S/40	S/0
Reposición de utensilios																		
Escoba	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/0	S/28	S/29	S/0
Recogedor	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/0	S/20	S/21	S/0
Escobilla para baño con base	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/8	S/9	S/0
Contenedores de Basura	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/0	S/169	S/180	S/0
Baldes	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/51	S/54	S/0

Jabas	S/0	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/134	S/805	S/1,610	S/1,708	S/906
Papel Toalla	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/102	S/508	S/1,220	S/1,294	S/1,258
Papel Higiénico	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/488	S/2,441	S/5,858	S/6,213	S/6,040
Lejía	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/42	S/212	S/508	S/539	S/524
Trapeador	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/21	S/42	S/45	S/24
Mopa	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/8	S/17	S/18	S/10
Escoba	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/21	S/42	S/45	S/24
Lavavajillas de 500gr	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/25	S/127	S/305	S/324	S/315
Bolsas de basura	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/153	S/763	S/1,831	S/1,941	S/1,888
Tachos de basura	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/0	S/203	S/216	S/0
Uniformes	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34	S/34	S/0	S/407	S/431	S/0
Caja de jabón x 3 und	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/95	S/229	S/243	S/236
Ambientador	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
Guantes de limpieza	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/12	S/75	S/149	S/158	S/126
Dispensador de Agua	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/85	S/424	S/1,017	S/1,079	S/1,049
Guantes quirúrgicos x 100 und	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/31	S/61	S/65	S/51
Gorros	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/6	S/36	S/71	S/76	S/60
Mascarillas descartables x 50	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/31	S/61	S/65	S/51
Desinfectante sapolio	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
Scoth brite	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/3	S/17	S/41	S/43	S/42
Paños de limpieza x 6 und	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/5	S/25	S/61	S/65	S/63
Limpia vidrios	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/34	S/81	S/86	S/84
Ambientador Glade	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/8	S/42	S/102	S/108	S/105
Reposición de útiles																		
Lapiceros	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/25	S/51	S/54	S/43
Resaltador	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3	S/5	S/5	S/3
Corrector	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/6
Caja de clips	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/8	S/17	S/18	S/10
Perforador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Grapas	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/9
Archivador plastificado	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/59	S/119	S/126	S/100
TOTAL	S/29,849	S/31,121	S/30,772	S/30,772	S/30,585	S/28,495	S/28,495	S/29,103	S/32,588	S/29,531	S/29,252	S/26,115	S/26,115	S/26,321	S/142,420	S/350,408	S/336,637	S/321,809

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.

A continuación, detallamos el presupuesto asignado para gastos de administración para cada periodo del proyecto.

Tabla 189

Presupuesto mensual de gastos de ventas.

	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Planilla administrativa	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/7,069	S/35,344	S/84,826	S/84,826	S/84,826
Asesoría Legal	S/0	S/0	S/0	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/167	S/1,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000
Contabilidad	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600	S/3,600	S/9,600	S/9,600	S/9,600
Servicio de Limpieza	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/1,429	S/3,431	S/3,431	S/3,431
Servicio de seguridad y vigilancia	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/1,588	S/3,812	S/3,812	S/3,812
Seguro contra robos e incendios	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/95	S/229	S/229	S/229
Agua	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/397	S/953	S/1,011	S/1,072
Luz	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/254	S/610	S/647	S/686
Teléfono - internet	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/80	S/192	S/192	S/192
Alquiler	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/3,971	S/9,529	S/9,529	S/9,529
Recursos humanos y entorno	S/52	S/52	S/52	S/52	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/62	S/258	S/747	S/747	S/747
Depreciación de maquinaria y equipo	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/225	S/1,124	S/2,698	S/2,698	S/1,574
Amortización de intangibles	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/292	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,461	S/2,045	S/0	S/0
Amortización de G. preoperativos	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/789	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3,943	S/5,520	S/0	S/0
Gasto por activo fijo no depreciable	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/312	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,560	S/2,184	S/0	S/0
Mantenimiento de equipos																				
Laptops	S/0	S/0	S/0	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/169	S/678	S/719	S/763
Sistema de seguridad con cámaras	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/0	S/127	S/135	S/143
Aire acondicionado	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/9	S/9	S/9	S/9	S/9	S/9	S/9	S/0	S/110	S/117	S/124
Friobar	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/50	S/53	S/56
Horno microondas	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/0	S/20	S/21	S/22
Celulares	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/50	S/53	S/56
Impresora Multifuncional	S/0	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/85	S/169	S/180	S/190
Reposición de útiles																				
Lapiceros	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/102	S/203	S/216	S/172
Corrector	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/6
Millar de Papel	S/0	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/85	S/169	S/180	S/95
Resaltador	S/0	S/0	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3	S/5	S/5	S/3
Perforador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Grapas	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/9
Tinta de impresora	S/0	S/0	S/0	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/76	S/153	S/162	S/86
Calculadoras	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/0	S/136	S/144	S/0
TOTAL	S/10,921	S/10,921	S/10,921	S/11,162	S/11,172	S/11,172	S/11,172	S/11,172	S/11,172	S/11,216	S/11,216	S/9,824	S/9,824	S/9,824	S/9,824	S/9,824	S/56,669	S/130,370	S/120,838	S/119,471

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 190

Presupuesto de gastos de ventas.

	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	2020	2021	2022	2023
Planilla de ventas	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/5,784	S/28,918	S/69,403	S/69,403	S/69,403
Comisiones	S/2,351	S/2,645	S/2,939	S/2,777	S/2,777	S/2,777	S/2,160	S/2,160	S/2,160	S/3,189	S/3,189	S/3,189	S/2,263	S/2,263	S/2,263	S/11,754	S/31,167	S/33,056	S/35,059
Materiales de envío	S/855	S/961	S/1,053	S/993	S/993	S/975	S/773	S/773	S/803	S/1,141	S/1,141	S/1,114	S/810	S/810	S/829	S/3,972	S/11,154	S/11,643	S/12,210
Sampling	S/1,255	S/1,379	S/1,508	S/1,159	S/1,159	S/1,163	S/954	S/954	S/949	S/1,299	S/1,269	S/1,274	S/961	S/961	S/957	S/6,405	S/13,083	S/5,351	S/3,703
Community manager	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/650	S/2,600	S/7,800	S/7,800	S/7,800
Servicio de Limpieza	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/286	S/1,429	S/3,431	S/3,431	S/3,431
Servicio de seguridad y vigilancia	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/318	S/1,588	S/3,812	S/3,812	S/3,812
Seguro contra robos e incendios	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/19	S/95	S/229	S/229	S/229
Transporte y distribución	S/1,908	S/2,147	S/2,386	S/2,255	S/2,255	S/2,255	S/1,754	S/1,754	S/1,754	S/2,589	S/2,589	S/2,589	S/1,837	S/1,837	S/1,837	S/9,542	S/25,301	S/26,834	S/28,461
Agua	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/79	S/397	S/953	S/1,011	S/1,072
Luz	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/51	S/254	S/610	S/647	S/686
Teléfono - internet	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/16	S/80	S/192	S/192	S/192
Alquiler	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/794	S/3,971	S/9,529	S/9,529	S/9,529
Recursos humanos y entorno	S/77	S/77	S/77	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/93	S/387	S/387	S/387	S/387
Marketing	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,350	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/5,000	S/32,650	S/60,350	S/25,000	S/25,000
Depreciación de maquinaria y equipo	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/141	S/706	S/1,695	S/1,695	S/989
Amortización de intangibles	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/103	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/516	S/723	S/0	S/0
Amortización de G. preoperativos	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/948	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4,739	S/6,635	S/0	S/0
Gasto por activo fijo no depreciable	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/347	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1,733	S/2,427	S/0	S/0
Mantenimiento de equipos																			
Laptops	S/0	S/0	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/28	S/169	S/1,017	S/1,079	S/1,144
Celulares	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/0	S/50	S/53	S/56
Impresora Multifuncional	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/85	S/169	S/180	S/190
Reposición de útiles																			
Lapiceros	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/10	S/20	S/22	S/17
Lápices	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/6	S/12	S/13	S/10
Folders A4	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/17	S/102	S/203	S/216	S/172
Millar de Papel	S/0	S/0	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/14	S/85	S/169	S/180	S/95
Perforador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Engrapador	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/0	S/17	S/18	S/0
Resaltador	S/0	S/0	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/2	S/13	S/25	S/27	S/14
Tijera	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/7	S/14	S/14	S/8
Regla	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/3	S/5	S/5	S/3
Corrector	S/0	S/0	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/6
Grapas	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/1	S/5	S/10	S/11	S/9
Tinta de impresora	S/0	S/0	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/13	S/76	S/153	S/162	S/86
Calculadoras	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/11	S/0	S/136	S/144	S/0
TOTAL	S/21,003	S/21,765	S/22,592	S/22,257	S/21,907	S/21,893	S/20,364	S/20,364	S/20,406	S/22,958	S/21,531	S/21,509	S/19,215	S/19,215	S/19,230	S/112,303	S/250,908	S/202,170	S/203,772

Nota: Elaboración propia.

7.4.2 Egresos no desembolsables

7.4.2.1 Depreciación.

Tabla 191

Depreciación.

MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO DEPRECIABLE				TASA	DEPRECIACION			
	Jul-20	2020	2021	2022		2020	2021	2022	2023
OPERACIONES	S/102,114	S/8,263				S/14,182	S/36,792	S/36,792	S/22,610
Maquina lavadora	S/4,746	S/0			33.33%	S/659	S/1,582	S/1,582	S/923
Maquina peladora/cortadora	S/8,263	S/8,263			33.33%	S/1,148	S/5,508	S/5,508	S/4,361
Deshidratadora de Cabina Industrial	S/21,020	S/0			33.33%	S/2,919	S/7,007	S/7,007	S/4,087
Horno industrial	S/24,153	S/0			33.33%	S/3,355	S/8,051	S/8,051	S/4,696
Empacadora vertical compacta	S/18,000	S/0			33.33%	S/2,500	S/6,000	S/6,000	S/3,500
Cámara de frio	S/3,051	S/0			33.33%	S/424	S/1,017	S/1,017	S/593
Pato mecánico	S/3,051	S/0			33.33%	S/424	S/1,017	S/1,017	S/593
Laptops	S/5,085	S/0			33.33%	S/706	S/1,695	S/1,695	S/989
Grupo electrógeno	S/1,186	S/0			33.33%	S/165	S/395	S/395	S/231
Aire acondicionado	S/1,102	S/0			33.33%	S/153	S/367	S/367	S/214
Mesas de Acero inoxidable 2 niveles	S/3,814	S/0			33.33%	S/530	S/1,271	S/1,271	S/742
Coche de acero inoxidable de 12 niveles	S/4,407	S/0			33.33%	S/612	S/1,469	S/1,469	S/857
Lavatorio de 3 pozos	S/4,237	S/0			33.33%	S/589	S/1,412	S/1,412	S/824
ADMINISTRACION	S/8,093	S/0				S/1,124	S/2,698	S/2,698	S/1,574
Laptops	S/3,390	S/0			33.33%	S/471	S/1,130	S/1,130	S/659
Sistema de seguridad con cámaras	S/1,271	S/0			33.33%	S/177	S/424	S/424	S/247
Aire acondicionado	S/1,102	S/0			33.33%	S/153	S/367	S/367	S/214
Escritorio gerencial	S/1,102	S/0			33.33%	S/153	S/367	S/367	S/214
Juego de muebles de recepción	S/1,229	S/0			33.33%	S/171	S/410	S/410	S/239
VENTAS	S/5,085	S/0				S/706	S/1,695	S/1,695	S/989
Laptops	S/5,085	S/0			33.33%	S/706	S/1,695	S/1,695	S/989
TOTAL	S/115,292	S/8,263				S/16,013	S/41,185	S/41,185	S/25,172

Nota: Depreciación acelerada para las pequeñas empresas: Las Pequeñas Empresas podrán depreciar el monto de las adquisiciones de bienes muebles, maquinarias y equipos

nuevos destinados a la realización de la actividad generadora de rentas gravadas; en el plazo de 3 años.

7.4.2.2 Amortización de intangibles.

Tabla 192

Amortización de intangibles.

INTANGIBLE	COSTO	TASA	2020			2021		
			Producción	Administración	Ventas	Producción	Administración	Ventas
Constitución de la empresa	S/475	100.00%		S/198			S/277	
Marcas y patentes	S/604	100.00%		S/252			S/353	
Licencias y autorizaciones	S/9,142	100.00%	S/2,282	S/1,011	S/516	S/3,195	S/1,415	S/723
TOTAL	S/10,222		S/2,282	S/1,461	S/516	S/3,195	S/2,045	S/723
GASTOS PREOPERATIVOS	COSTO	TASA	Producción	Administración	Ventas	Producción	Administración	Ventas
Herramientas	S/3,340	100.00%	S/1,392			S/1,949	S/0	S/0
Utensilios	S/2,783	100.00%	S/1,160			S/1,623	S/0	S/0
Útiles de producción	S/122	100.00%	S/51			S/71	S/0	S/0
Útiles de administración	S/419	100.00%		S/175		S/0	S/244	S/0
Útiles de ventas	S/419	100.00%			S/175	S/0	S/0	S/244
Acondicionamiento de local	S/6,672	100.00%	S/1,897	S/442	S/442	S/2,656	S/618	S/618
Marketing de lanzamiento	S/3,013	100.00%			S/1,256	S/0	S/0	S/1,758
Remuneraciones julio	S/17,405	100.00%	S/2,665	S/2,523	S/2,064	S/3,731	S/3,532	S/2,890
Servicios julio	S/7,141	100.00%	S/2,030	S/473	S/473	S/2,842	S/662	S/662
Alquiler julio	S/5,000	100.00%	S/1,422	S/331	S/331	S/1,990	S/463	S/463
Inventario inicial	S/1,705	100.00%	S/710			S/994	S/0	S/0
TOTAL	S/48,020		S/11,326	S/3,943	S/4,739	S/15,857	S/5,520	S/6,635

Nota: La norma permite amortizar los intangibles y gastos preoperativos tanto en el primer año como en los 10 años de proyección. Para un efecto tributario mayor en el primer año procederemos a amortizar en el primer año de operación

7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables.

El activo fijo no depreciable y el inventario inicial se manda al gasto del primer año

Tabla 193

Gasto por activos fijos no depreciables.

GASTO POR ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	2020	2021	2022	2023
Activo no depreciable de producción	S/1,674	S/2,343	S/0	S/0
Activo no depreciable de administración	S/1,560	S/2,184	S/0	S/0
Activo no depreciable de ventas	S/1,733	S/2,427	S/0	S/0
TOTAL	S/4,967	S/6,954	S/0	S/0

Nota: Elaboración propia.

7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 194

Costo de Producción.

Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/15,531	S/43,436	S/44,985	S/47,096
MOD	S/746	S/1,790	S/1,789	S/1,789
CIF	S/6,347	S/15,617	S/15,001	S/14,341
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/22,624	S/60,842	S/61,775	S/63,226
Unidades de producción	11,219	31,377	32,495	34,021
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/2.02</i>	<i>S/1.94</i>	<i>S/1.90</i>	<i>S/1.86</i>
Costo unitario de MPD	S/1.38	S/1.38	S/1.38	S/1.38
Costo unitario de MOD	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.05
Costo unitario de CIF	S/0.57	S/0.50	S/0.46	S/0.42
Bambú Finas hierbas				
	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/34,432	S/96,296	S/99,740	S/104,418
MOD	S/1,656	S/3,976	S/3,976	S/3,976
CIF	S/14,100	S/34,694	S/33,330	S/31,862
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/50,188	S/134,966	S/137,046	S/140,255
Unidades de producción	24,925	69,707	72,201	75,587
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/2.01</i>	<i>S/1.94</i>	<i>S/1.90</i>	<i>S/1.86</i>
Costo unitario de MPD	S/1.38	S/1.38	S/1.38	S/1.38
Costo unitario de MOD	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.05
Costo unitario de CIF	S/0.57	S/0.50	S/0.46	S/0.42
Bambú Salado				
	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/36,735	S/102,723	S/106,407	S/111,397
MOD	S/1,781	S/4,273	S/4,274	S/4,274
CIF	S/15,158	S/37,291	S/35,828	S/34,250
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/53,674	S/144,288	S/146,509	S/149,921
Unidades de producción	26,794	74,926	77,613	81,253
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/2.00</i>	<i>S/1.93</i>	<i>S/1.89</i>	<i>S/1.85</i>
Costo unitario de MPD	S/1.37	S/1.37	S/1.37	S/1.37
Costo unitario de MOD	S/0.07	S/0.06	S/0.06	S/0.05
Costo unitario de CIF	S/0.57	S/0.50	S/0.46	S/0.42

Nota: Elaboración propia.

Tabla 195

Costo unitario de producción 120 gr.

Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/22,109	S/62,642	S/66,437	S/69,918
MOD	S/2,236	S/5,368	S/5,368	S/5,369
CIF	S/19,036	S/46,844	S/45,004	S/43,026
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/43,381	S/114,854	S/116,809	S/118,312
Unidades de producción	5,324	15,083	15,997	16,835
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/8.15</i>	<i>S/7.61</i>	<i>S/7.30</i>	<i>S/7.03</i>
Costo unitario de MPD	S/4.15	S/4.15	S/4.15	S/4.15
Costo unitario de MOD	S/0.42	S/0.36	S/0.34	S/0.32
Costo unitario de CIF	S/3.58	S/3.11	S/2.81	S/2.56
Bambú Finas hierbas	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/49,030	S/138,890	S/147,288	S/155,004
MOD	S/4,970	S/11,928	S/11,926	S/11,927
CIF	S/42,304	S/104,083	S/99,982	S/95,587
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/96,305	S/254,901	S/259,196	S/262,518
Unidades de producción	11,831	33,514	35,540	37,402
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/8.14</i>	<i>S/7.61</i>	<i>S/7.29</i>	<i>S/7.02</i>
Costo unitario de MPD	S/4.14	S/4.14	S/4.14	S/4.14
Costo unitario de MOD	S/0.42	S/0.36	S/0.34	S/0.32
Costo unitario de CIF	S/3.58	S/3.11	S/2.81	S/2.56
Bambú Salado	2020	2021	2022	2023
Consumo MPD	S/52,308	S/148,166	S/157,157	S/165,354
MOD	S/5,342	S/12,821	S/12,822	S/12,821
CIF	S/45,475	S/111,879	S/107,493	S/102,745
COSTO DE PRODUCCION TOTAL	S/103,125	S/272,865	S/277,472	S/280,919
Unidades de producción	12,718	36,024	38,210	40,203
<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</i>	<i>S/8.11</i>	<i>S/7.57</i>	<i>S/7.26</i>	<i>S/6.99</i>
Costo unitario de MPD	S/4.11	S/4.11	S/4.11	S/4.11
Costo unitario de MOD	S/0.42	S/0.36	S/0.34	S/0.32
Costo unitario de CIF	S/3.58	S/3.11	S/2.81	S/2.56

Nota: Elaboración propia.

Tabla 196

Costo unitario total 40 gr.

Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/22,624	S/60,842	S/61,775	S/63,226
Gastos de administración	S/2,525	S/5,810	S/5,385	S/5,324
Gastos de ventas	S/5,005	S/11,182	S/9,009	S/9,081
GASTOS OPERATIVOS	S/30,154	S/77,835	S/76,169	S/77,631
Unidades de producción	11,219	31,377	32,495	34,021
GASTO UNITARIO	S/2.69	S/2.48	S/2.34	S/2.28
Bambú Finas hierbas	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/34,432	S/96,296	S/99,740	S/104,418
Gastos de administración	S/5,611	S/12,908	S/11,964	S/11,829
Gastos de ventas	S/11,119	S/24,843	S/20,017	S/20,175
GASTOS OPERATIVOS	S/51,161	S/134,046	S/131,721	S/136,421
Unidades de producción	24,925	69,707	72,201	75,587
GASTO UNITARIO	S/2.05	S/1.92	S/1.82	S/1.80
Bambú Salado	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/53,674	S/144,288	S/146,509	S/149,921
Gastos de administración	S/6,031	S/13,874	S/12,861	S/12,715
Gastos de ventas	S/11,953	S/26,702	S/21,517	S/21,687
GASTOS OPERATIVOS	S/71,657	S/184,864	S/180,887	S/184,323
Unidades de producción	26,794	74,926	77,613	81,253
GASTO UNITARIO	S/2.67	S/2.47	S/2.33	S/2.27

Nota: Elaboración propia.

Tabla 197

Costo unitario total 120 gr.

Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/43,381	S/114,854	S/116,809	S/118,312
Gastos de administración	S/7,574	S/17,428	S/16,154	S/15,973
Gastos de ventas	S/15,010	S/33,543	S/27,027	S/27,244
GASTOS OPERATIVOS	S/65,966	S/165,825	S/159,991	S/161,529
Costo unitario de CIF	5,324	15,083	15,997	16,835
GASTO UNITARIO	S/12.39	S/10.99	S/10.00	S/9.59
Bambú Finas hierbas	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/96,305	S/254,901	S/259,196	S/262,518
Gastos de administración	S/16,833	S/38,724	S/35,889	S/35,486
Gastos de ventas	S/33,358	S/74,528	S/60,045	S/60,526
GASTOS OPERATIVOS	S/146,496	S/368,154	S/355,129	S/358,530
Costo unitario de CIF	11,831	33,514	35,540	37,402
GASTO UNITARIO	S/12.38	S/10.99	S/9.99	S/9.59
Bambú Salado	2020	2021	2022	2023
Costo de producción	S/103,125	S/272,865	S/277,472	S/280,919
Gastos de administración	S/18,095	S/41,625	S/38,585	S/38,144
Gastos de ventas	S/35,859	S/80,110	S/64,555	S/65,059
GASTOS OPERATIVOS	S/157,078	S/394,600	S/380,612	S/384,122
Gastos de ventas	12,718	36,024	38,210	40,203
GASTO UNITARIO	S/12.35	S/10.95	S/9.96	S/9.55

Nota: Elaboración propia.

Tabla 198

Costo de Ventas.

Costo de ventas 40 gr				
Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	11,337	30,061	31,882	33,815
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/15,695	S/41,614	S/44,136	S/46,811
MOD	S/753	S/1,715	S/1,756	S/1,779
CIF	S/6,414	S/14,962	S/14,718	S/14,254
Costo de ventas	S/22,862	S/58,290	S/60,610	S/62,844
Bambú Finas hierbas	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	25,194	66,801	70,850	75,144
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/34,803	S/92,281	S/97,874	S/103,806
MOD	S/1,674	S/3,810	S/3,901	S/3,952
CIF	S/14,252	S/33,248	S/32,706	S/31,675
Costo de ventas	S/50,730	S/129,339	S/134,482	S/139,433
Bambú Salado	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	27,083	71,812	76,164	80,780
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/37,131	S/98,453	S/104,420	S/110,749
MOD	S/1,800	S/4,096	S/4,194	S/4,249
CIF	S/15,321	S/35,741	S/35,159	S/34,051
Costo de ventas	S/54,252	S/138,291	S/143,774	S/149,048
Costo de ventas 120 gr				
Bambú Picante	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	5,669	15,030	15,941	16,907
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/23,542	S/62,421	S/66,205	S/70,217
MOD	S/2,381	S/5,349	S/5,349	S/5,392
CIF	S/20,269	S/46,680	S/44,846	S/43,210
Costo de ventas	S/46,193	S/114,450	S/116,400	S/118,818
Bambú Finas hierbas	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	12,597	33,401	35,425	37,572
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/52,205	S/138,422	S/146,811	S/155,709
MOD	S/5,292	S/11,887	S/11,888	S/11,982
CIF	S/45,043	S/103,732	S/99,658	S/96,021
Costo de ventas	S/102,540	S/254,042	S/258,357	S/263,711
Bambú Salado	2020	2021	2022	2023
Unidades vendidas	13,542	35,906	38,082	40,390
	2020	2021	2022	2023
MPD	S/55,697	S/147,680	S/156,630	S/166,123
MOD	S/5,689	S/12,779	S/12,779	S/12,880
CIF	S/48,421	S/111,512	S/107,133	S/103,223
Costo de ventas	S/109,807	S/271,971	S/276,542	S/282,226

Nota: Elaboración propia.

Tabla 199

Sampling de ventas

Bambú Picante	570	1,212	505	359
Bambú Finas hierbas	1,261	2,682	1,119	791
Bambú Salado	1,356	2,877	1,201	850
	2020	2021	2022	2023
Bambú Picante	S/1,149	S/2,350	S/960	S/667
Bambú Finas hierbas	S/2,539	S/5,193	S/2,124	S/1,468
Bambú Salado	S/2,716	S/5,540	S/2,267	S/1,568
Costo de sampling	S/6,405	S/13,083	S/5,351	S/3,703

Nota: Elaboración propia.

Tabla 200

Merma.

40 gr				
Bambú Picante	35	91	93	99
Bambú Finas hierbas	74	194	201	210
Bambú Salado	80	205	214	223
120 gr				
Bambú Picante	18	46	49	54
Bambú Finas hierbas	37	98	100	109
Bambú Salado	40	102	111	113
40 gr				
Bambú Picante	S/71	S/176	S/177	S/184
Bambú Finas hierbas	S/149	S/376	S/382	S/390
Bambú Salado	S/160	S/395	S/404	S/411
120 gr				
Bambú Picante	S/147	S/350	S/358	S/379
Bambú Finas hierbas	S/301	S/745	S/729	S/765
Bambú Salado	S/324	S/773	S/806	S/790
Costo de merma	S/1,152	S/2,815	S/2,855	S/2,919

Nota: Elaboración propia.

7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 201

Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Picante.

Bambú Picante				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 15,695	S/. 41,614	S/. 44,136	S/. 46,811
Merma variable	S/. 71	S/. 176	S/. 177	S/. 184
CIF variable	S/. 2,349	S/. 6,567	S/. 6,907	S/. 6,878
Materiales indirectos	S/. 1,822	S/. 5,128	S/. 5,374	S/. 5,640
Agua	S/. 76	S/. 182	S/. 194	S/. 205
Luz	S/. 49	S/. 117	S/. 124	S/. 131
Mantenimiento maquinaria	S/. 91	S/. 187	S/. 199	S/. 211
Mantenimiento equipos	S/. 17	S/. 69	S/. 73	S/. 77
Reposición de herramientas	S/. 29	S/. 228	S/. 249	S/. 22
Reposición de utensilios	S/. 258	S/. 642	S/. 680	S/. 582
Reposición de útiles	S/. 6	S/. 14	S/. 15	S/. 10
TOTAL	S/. 18,114	S/. 48,358	S/. 51,220	S/. 53,873
Unidades vendidas	11,337	30,061	31,882	33,815
Costo variable unitario	S/. 1.60	S/. 1.61	S/. 1.61	S/. 1.59
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 54	S/. 159	S/. 168	S/. 157
Agua	S/. 18	S/. 42	S/. 45	S/. 48
Luz	S/. 11	S/. 27	S/. 29	S/. 31
Mantenimiento de equipos	S/. 11	S/. 54	S/. 57	S/. 60
Reposición de útiles	S/. 14	S/. 35	S/. 37	S/. 19
G. ventas variables	S/. 1,904	S/. 4,396	S/. 3,122	S/. 2,933
Comisiones	S/. 524	S/. 1,389	S/. 1,473	S/. 1,562
Sampling	S/. 1,149	S/. 2,350	S/. 960	S/. 667
Materiales de envío	S/. 177	S/. 497	S/. 519	S/. 544
Agua	S/. 18	S/. 42	S/. 45	S/. 48
Luz	S/. 11	S/. 27	S/. 29	S/. 31
Mantenimiento de equipos	S/. 11	S/. 55	S/. 58	S/. 62
Reposición de útiles	S/. 14	S/. 35	S/. 37	S/. 19
TOTAL	S/. 1,959	S/. 4,555	S/. 3,290	S/. 3,090
Unidades vendidas	11,337	30,061	31,882	33,815
Gasto variable unitario	S/. 0.17	S/. 0.15	S/. 0.10	S/. 0.09
Costo variable unitario total	S/. 1.77	S/. 1.76	S/. 1.71	S/. 1.68

Nota: Elaboración propia.

Tabla 202

Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Finas hierbas

Bambú Finas hierbas				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 34,803	S/. 92,281	S/. 97,874	S/. 103,806
Merma variable	S/. 149	S/. 376	S/. 382	S/. 390
CIF variable	S/. 5,218	S/. 14,590	S/. 15,344	S/. 15,280
Materiales indirectos	S/. 4,048	S/. 11,393	S/. 11,939	S/. 12,531
Agua	S/. 169	S/. 405	S/. 430	S/. 456
Luz	S/. 108	S/. 259	S/. 275	S/. 292
Mantenimiento maquinaria	S/. 203	S/. 416	S/. 441	S/. 468
Mantenimiento equipos	S/. 38	S/. 152	S/. 161	S/. 171
Reposición de herramientas	S/. 64	S/. 507	S/. 553	S/. 48
Reposición de utensilios	S/. 574	S/. 1,425	S/. 1,512	S/. 1,293
Reposición de útiles	S/. 14	S/. 31	S/. 33	S/. 22
TOTAL	S/. 40,170	S/. 107,246	S/. 113,600	S/. 119,476
Unidades vendidas	25,194	66,801	70,850	75,144
Costo variable unitario	S/. 1.59	S/. 1.61	S/. 1.60	S/. 1.59
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 120	S/. 352	S/. 374	S/. 350
Agua	S/. 39	S/. 94	S/. 100	S/. 106
Luz	S/. 25	S/. 60	S/. 64	S/. 68
Mantenimiento de equipos	S/. 25	S/. 119	S/. 126	S/. 134
Reposición de útiles	S/. 31	S/. 78	S/. 83	S/. 41
G. ventas variables	S/. 4,217	S/. 9,738	S/. 6,926	S/. 6,501
Comisiones	S/. 1,164	S/. 3,086	S/. 3,273	S/. 3,471
Sampling	S/. 2,539	S/. 5,193	S/. 2,124	S/. 1,468
Materiales de envío	S/. 393	S/. 1,104	S/. 1,153	S/. 1,209
Agua	S/. 39	S/. 94	S/. 100	S/. 106
Luz	S/. 25	S/. 60	S/. 64	S/. 68
Mantenimiento de equipos	S/. 25	S/. 122	S/. 130	S/. 138
Reposición de útiles	S/. 31	S/. 78	S/. 83	S/. 41
TOTAL	S/. 4,337	S/. 10,091	S/. 7,300	S/. 6,851
Unidades vendidas	25,194	66,801	70,850	75,144
Gasto variable unitario	S/. 0.17	S/. 0.15	S/. 0.10	S/. 0.09
Costo variable unitario total	S/. 1.77	S/. 1.76	S/. 1.71	S/. 1.68

Nota: Elaboración propia.

Tabla 203

Costo variable unitario por producto 40 gr Bambú Salado.

Bambú Salado				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 37,131	S/. 98,453	S/. 104,420	S/. 110,749
Merma variable	S/. 160	S/. 395	S/. 404	S/. 411
CIF variable	S/. 5,609	S/. 15,684	S/. 16,495	S/. 16,427
Materiales indirectos	S/. 4,352	S/. 12,247	S/. 12,834	S/. 13,471
Agua	S/. 182	S/. 436	S/. 462	S/. 490
Luz	S/. 116	S/. 279	S/. 296	S/. 314
Mantenimiento maquinaria	S/. 218	S/. 447	S/. 474	S/. 503
Mantenimiento equipos	S/. 40	S/. 164	S/. 174	S/. 184
Reposición de herramientas	S/. 69	S/. 545	S/. 594	S/. 51
Reposición de utensilios	S/. 617	S/. 1,532	S/. 1,625	S/. 1,390
Reposición de útiles	S/. 15	S/. 34	S/. 36	S/. 23
TOTAL	S/. 42,901	S/. 114,532	S/. 121,320	S/. 127,587
Unidades vendidas	27,083	71,812	76,164	80,780
Costo variable unitario	S/. 1.58	S/. 1.59	S/. 1.59	S/. 1.58
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 129	S/. 379	S/. 402	S/. 376
Agua	S/. 42	S/. 101	S/. 108	S/. 114
Luz	S/. 27	S/. 65	S/. 69	S/. 73
Mantenimiento de equipos	S/. 27	S/. 128	S/. 136	S/. 144
Reposición de útiles	S/. 33	S/. 84	S/. 89	S/. 45
G. ventas variables	S/. 4,520	S/. 10,427	S/. 7,430	S/. 6,979
Comisiones	S/. 1,251	S/. 3,317	S/. 3,518	S/. 3,731
Sampling	S/. 2,716	S/. 5,540	S/. 2,267	S/. 1,568
Materiales de envío	S/. 423	S/. 1,187	S/. 1,239	S/. 1,300
Agua	S/. 42	S/. 101	S/. 108	S/. 114
Luz	S/. 27	S/. 65	S/. 69	S/. 73
Mantenimiento de equipos	S/. 27	S/. 132	S/. 140	S/. 148
Reposición de útiles	S/. 33	S/. 84	S/. 89	S/. 45
TOTAL	S/. 4,649	S/. 10,806	S/. 7,832	S/. 7,355
Unidades vendidas	27,083	71,812	76,164	80,780
Gasto variable unitario	S/. 0.17	S/. 0.15	S/. 0.10	S/. 0.09
Costo variable unitario total	S/. 1.76	S/. 1.75	S/. 1.70	S/. 1.67

Nota: Elaboración propia.

Tabla 204

Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Picante.

Bambú Picante				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 23,542	S/. 62,421	S/. 66,205	S/. 70,217
Merma variable	S/. 147	S/. 350	S/. 358	S/. 379
CIF variable	S/. 7,044	S/. 19,696	S/. 20,715	S/. 20,629
Materiales indirectos	S/. 5,465	S/. 15,381	S/. 16,118	S/. 16,917
Agua	S/. 228	S/. 547	S/. 580	S/. 616
Luz	S/. 146	S/. 350	S/. 371	S/. 394
Mantenimiento maquinaria	S/. 274	S/. 561	S/. 595	S/. 631
Mantenimiento equipos	S/. 51	S/. 205	S/. 218	S/. 231
Reposición de herramientas	S/. 86	S/. 685	S/. 747	S/. 65
Reposición de utensilios	S/. 775	S/. 1,924	S/. 2,041	S/. 1,746
Reposición de útiles	S/. 19	S/. 42	S/. 45	S/. 29
TOTAL	S/. 30,733	S/. 82,468	S/. 87,278	S/. 91,226
Unidades vendidas	5,669	15,030	15,941	16,907
Costo variable unitario	S/. 5.42	S/. 5.49	S/. 5.47	S/. 5.40
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 163	S/. 476	S/. 505	S/. 472
Agua	S/. 53	S/. 127	S/. 135	S/. 143
Luz	S/. 34	S/. 82	S/. 86	S/. 92
Mantenimiento de equipos	S/. 34	S/. 161	S/. 171	S/. 181
Reposición de útiles	S/. 42	S/. 106	S/. 112	S/. 56
G. ventas variables	S/. 2,265	S/. 6,137	S/. 6,483	S/. 6,795
Comisiones	S/. 1,571	S/. 4,166	S/. 4,418	S/. 4,686
Materiales de envío	S/. 531	S/. 1,491	S/. 1,556	S/. 1,632
Agua	S/. 53	S/. 127	S/. 135	S/. 143
Luz	S/. 34	S/. 82	S/. 86	S/. 92
Mantenimiento de equipos	S/. 34	S/. 165	S/. 175	S/. 186
Reposición de útiles	S/. 42	S/. 106	S/. 112	S/. 56
TOTAL	S/. 2,427	S/. 6,612	S/. 6,988	S/. 7,267
Unidades vendidas	5,669	15,030	15,941	16,907
Gasto variable unitario	S/. 0.43	S/. 0.44	S/. 0.44	S/. 0.43
Costo variable unitario total	S/. 5.85	S/. 5.93	S/. 5.91	S/. 5.83

Nota: Elaboración propia.

Tabla 205

Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Finas hierbas.

Bambú Finas hierbas				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 52,205	S/. 138,422	S/. 146,811	S/. 155,709
Merma variable	S/. 301	S/. 745	S/. 729	S/. 765
CIF variable	S/. 15,655	S/. 43,772	S/. 46,037	S/. 45,845
Materiales indirectos	S/. 12,146	S/. 34,181	S/. 35,820	S/. 37,595
Agua	S/. 507	S/. 1,216	S/. 1,290	S/. 1,368
Luz	S/. 324	S/. 778	S/. 825	S/. 876
Mantenimiento maquinaria	S/. 609	S/. 1,248	S/. 1,323	S/. 1,403
Mantenimiento equipos	S/. 113	S/. 457	S/. 484	S/. 514
Reposición de herramientas	S/. 192	S/. 1,522	S/. 1,659	S/. 144
Reposición de utensilios	S/. 1,723	S/. 4,276	S/. 4,536	S/. 3,881
Reposición de útiles	S/. 42	S/. 94	S/. 100	S/. 65
TOTAL	S/. 68,161	S/. 182,940	S/. 193,577	S/. 202,319
Unidades vendidas	12,597	33,401	35,425	37,572
Costo variable unitario	S/. 5.41	S/. 5.48	S/. 5.46	S/. 5.38
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 361	S/. 1,057	S/. 1,121	S/. 1,049
Agua	S/. 118	S/. 283	S/. 300	S/. 318
Luz	S/. 75	S/. 181	S/. 192	S/. 204
Mantenimiento de equipos	S/. 75	S/. 358	S/. 379	S/. 402
Reposición de útiles	S/. 92	S/. 235	S/. 249	S/. 124
G. ventas variables	S/. 5,033	S/. 13,638	S/. 14,409	S/. 15,100
Comisiones	S/. 3,492	S/. 9,258	S/. 9,819	S/. 10,414
Materiales de envío	S/. 1,180	S/. 3,313	S/. 3,458	S/. 3,627
Agua	S/. 118	S/. 283	S/. 300	S/. 318
Luz	S/. 75	S/. 181	S/. 192	S/. 204
Mantenimiento de equipos	S/. 75	S/. 367	S/. 389	S/. 413
Reposición de útiles	S/. 92	S/. 235	S/. 249	S/. 124
TOTAL	S/. 5,394	S/. 14,695	S/. 15,530	S/. 16,150
Unidades vendidas	12,597	33,401	35,425	37,572
Gasto variable unitario	S/. 0.43	S/. 0.44	S/. 0.44	S/. 0.43
Costo variable unitario total	S/. 5.84	S/. 5.92	S/. 5.90	S/. 5.81

Nota: Elaboración propia.

Tabla 206

Costo variable unitario por producto 120 gr Bambú Salado.

Bambú Salado				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 55,697	S/. 147,680	S/. 156,630	S/. 166,123
Merma variable	S/. 324	S/. 773	S/. 806	S/. 790
CIF variable	S/. 16,829	S/. 47,053	S/. 49,488	S/. 49,281
Materiales indirectos	S/. 13,056	S/. 36,743	S/. 38,504	S/. 40,413
Agua	S/. 545	S/. 1,307	S/. 1,386	S/. 1,471
Luz	S/. 349	S/. 837	S/. 887	S/. 941
Mantenimiento maquinaria	S/. 655	S/. 1,341	S/. 1,422	S/. 1,509
Mantenimiento equipos	S/. 121	S/. 491	S/. 521	S/. 552
Reposición de herramientas	S/. 206	S/. 1,636	S/. 1,784	S/. 154
Reposición de utensilios	S/. 1,852	S/. 4,597	S/. 4,876	S/. 4,171
Reposición de útiles	S/. 45	S/. 101	S/. 107	S/. 70
TOTAL	S/. 72,850	S/. 195,506	S/. 206,924	S/. 216,194
Unidades vendidas	13,542	35,906	38,082	40,390
Costo variable unitario	S/. 5.38	S/. 5.44	S/. 5.43	S/. 5.35
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 388	S/. 1,136	S/. 1,205	S/. 1,128
Agua	S/. 127	S/. 304	S/. 323	S/. 342
Luz	S/. 81	S/. 195	S/. 207	S/. 219
Mantenimiento de equipos	S/. 81	S/. 385	S/. 408	S/. 433
Reposición de útiles	S/. 99	S/. 253	S/. 268	S/. 134
G. ventas variables	S/. 5,410	S/. 14,660	S/. 15,488	S/. 16,232
Comisiones	S/. 3,753	S/. 9,952	S/. 10,555	S/. 11,195
Materiales de envío	S/. 1,268	S/. 3,562	S/. 3,718	S/. 3,899
Agua	S/. 127	S/. 304	S/. 323	S/. 342
Luz	S/. 81	S/. 195	S/. 207	S/. 219
Mantenimiento de equipos	S/. 81	S/. 395	S/. 419	S/. 444
Reposición de útiles	S/. 99	S/. 253	S/. 268	S/. 134
TOTAL	S/. 5,798	S/. 15,796	S/. 16,694	S/. 17,360
Unidades vendidas	13,542	35,906	38,082	40,390
Gasto variable unitario	S/. 0.43	S/. 0.44	S/. 0.44	S/. 0.43
Costo variable unitario total	S/. 5.81	S/. 5.88	S/. 5.87	S/. 5.78

Nota: Elaboración propia.

Tabla 207

Costos fijos y costo variable unitario total.

Costo variable total				
Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/. 219,072	S/. 580,873	S/. 616,077	S/. 653,414
Merma variable	S/. 1,152	S/. 2,815	S/. 2,855	S/. 2,919
CIF variable	S/. 52,704	S/. 147,362	S/. 154,987	S/. 154,341
TOTAL	S/. 272,929	S/. 731,050	S/. 773,919	S/. 810,674
Unidades vendidas	95,421	253,011	268,344	284,607
Costo variable unitario	S/. 2.86	S/. 2.89	S/. 2.88	S/. 2.85
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/. 1,216	S/. 3,559	S/. 3,775	S/. 3,532
G. ventas variables	S/. 23,348	S/. 58,995	S/. 53,858	S/. 54,540
TOTAL	S/. 24,564	S/. 62,554	S/. 57,633	S/. 58,072
Unidades vendidas	95,421	253,011	268,344	284,607
Gasto variable unitario	S/. 0.26	S/. 0.25	S/. 0.21	S/. 0.20
Costo variable unitario total	S/. 3.12	S/. 3.14	S/. 3.10	S/. 3.05
Costo fijo total				
COSTOS Y GASTOS FIJOS	2020	2021	2022	2023
Mano de obra directa	S/. 17,589	S/. 39,636	S/. 39,867	S/. 40,233
CIF fijo	S/. 97,017	S/. 198,513	S/. 179,234	S/. 168,092
Gastos administrativos fijos	S/. 55,453	S/. 126,811	S/. 117,063	S/. 115,939
Gastos de ventas fijos	S/. 88,956	S/. 191,913	S/. 148,312	S/. 149,232
TOTAL	S/. 259,015	S/. 556,874	S/. 484,476	S/. 473,496

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

La información representada en las tablas, tanto en el Estado de Ganancias y Pérdidas como en los Flujos Proyectados se encuentra expresada en Soles.

De conformidad con las normas y procedimientos contables vigentes, los rubros incluidos en los Estados de Ganancias y Pérdidas presentados no incluyen IGV. En la comparación de cuadros y el análisis que presentan los Estados de Pérdidas y Ganancias que incluyen IGV.

Para los Flujos de Caja, tanto Económico como Financiero, los rubros considerados sí incluyen IGV, toda vez que en ellos se reflejan los movimientos de efectivo. También para la asignación de gastos por Centros de Costo, se han considerado las Áreas de Operaciones, Administración y Ventas. Así mismo se ha considerado una tasa del 10% de impuesto a la renta de las primeras 15 UIT en las utilidades y luego el 29.5% para la utilidad superior a 15 UIT

La T.C.E.A. aplicada al financiamiento se encuentra respaldada por la cotización que fue solicitada al Banco (21.70%)

El valor de venta unitario por canal es:

Tabla 208

Valor de venta unitario por canal.

Supermercados			
Bambú Picante	S/.	4.15	Sin IGV
Bambú Finas hierbas	S/.	4.15	Sin IGV
Bambú Salado	S/.	4.15	Sin IGV
Tiendas por conveniencia			
Bambú Picante	S/.	4.75	Sin IGV
Bambú Finas hierbas	S/.	4.75	Sin IGV
Bambú Salado	S/.	4.75	Sin IGV

Nota: Elaboración propia.

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

En el siguiente cuadro se presenta el estado de ganancias y pérdidas sin los gastos financieros.

Tabla 209

Estado de Resultados sin Gasto Financiero por mes expresado en soles

ESTADO DE RESULTADOS SIN GASTO FINANCIERO				
	2020	2021	2022	2023
Ventas	S/. 587,722	S/. 1,558,352	S/. 1,652,796	S/. 1,752,964
(-) Costo de ventas	-S/. 387,535	-S/. 969,199	-S/. 993,020	-S/. 1,018,999
Consumo MPD	S/. 219,072	S/. 580,873	S/. 616,077	S/. 653,414
Mano de obra directa	S/. 17,589	S/. 39,636	S/. 39,867	S/. 40,233
Costos indirectos (CIF)	S/. 150,874	S/. 348,690	S/. 337,076	S/. 325,352
Utilidad bruta	S/. 200,187	S/. 589,153	S/. 659,776	S/. 733,965
(-) Gastos de administración	-S/. 56,669	-S/. 130,370	-S/. 120,838	-S/. 119,471
(-) Gastos de ventas	-S/. 112,303	-S/. 250,908	-S/. 202,170	-S/. 203,772
Utilidad operativa	S/. 31,214	S/. 207,875	S/. 336,769	S/. 410,722
(-) Gastos financieros				
Ingreso por ventas de activos				
Utilidad antes de impuestos	S/. 31,214	S/. 207,875	S/. 336,769	S/. 410,722
Perdida año anterior		S/. -	S/. -	S/. -
Utilidad antes de impuestos	S/. 31,214	S/. 207,875	S/. 336,769	S/. 410,722
(-) Impuesto a la renta 10%	-S/. 3,121	-S/. 6,450	-S/. 6,450	-S/. 6,450
(-) Impuesto a la renta 29.5%	S/. -	-S/. 42,296	-S/. 80,319	-S/. 102,136
Utilidad neta	S/. 28,093	S/. 159,129	S/. 249,999	S/. 302,137
Impuesto a la renta	2020	2021	2022	2023
Hasta 15 UIT	10%	10%	10%	10%
Más de 15UIT	29.50%	29.5%	29.5%	29.5%
Utilidad antes de impuestos	S/. 31,214	S/. 207,875	S/. 336,769	S/. 410,722
Hasta 15UIT	S/. 31,214	S/. 64,500	S/. 64,500	S/. 64,500
Más de 15UIT	S/. -	S/. 143,375	S/. 272,269	S/. 346,222
http://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf				
Rentabilidad bruta	34.1%	37.8%	39.9%	41.9%
Rentabilidad operativa	5.3%	13.3%	20.4%	23.4%
Rentabilidad neta	4.8%	10.2%	15.1%	17.2%

Nota: Elaboración propia.

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

En el siguiente cuadro se presenta el estado de ganancias y pérdidas con los gastos financieros.

Tabla 210

Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros expresados en soles.

ESTADO DE RESULTADOS CON GASTO FINANCIERO				
	2020	2021	2022	2023
Ventas	S/. 587,722	S/. 1,558,352	S/. 1,652,796	S/. 1,752,964
(-) Costo de ventas	-S/. 387,535	-S/. 969,199	-S/. 993,020	-S/. 1,018,999
Consumo MPD	S/. 219,072	S/. 580,873	S/. 616,077	S/. 653,414
Mano de obra directa	S/. 17,589	S/. 39,636	S/. 39,867	S/. 40,233
Costos indirectos (CIF)	S/. 150,874	S/. 348,690	S/. 337,076	S/. 325,352
Utilidad bruta	S/. 200,187	S/. 589,153	S/. 659,776	S/. 733,965
(-) Gastos de administración	-S/. 56,669	-S/. 130,370	-S/. 120,838	-S/. 119,471
(-) Gastos de ventas	-S/. 112,303	-S/. 250,908	-S/. 202,170	-S/. 203,772
Utilidad operativa	S/. 31,214	S/. 207,875	S/. 336,769	S/. 410,722
(-) Gastos financieros Activo fijo	-S/. 12,301	-S/. 26,195	-S/. 17,491	-S/. 6,897
(-) Gastos financieros Cap.de trabajo	-S/. 14,658	-S/. 31,200	-S/. 20,806	-S/. 8,196
(+) Otros ingresos				S/. 37,066
Utilidad antes de impuestos	S/. 4,256	S/. 150,479	S/. 298,472	S/. 432,695
Perdida año anterior		S/. -	S/. -	S/. -
Utilidad antes de impuestos	S/. 4,256	S/. 150,479	S/. 298,472	S/. 432,695
(-) Impuesto a la renta 10%	-S/. 426	-S/. 6,450	-S/. 6,450	-S/. 6,450
(-) Impuesto a la renta 29.5%	S/. -	-S/. 25,364	-S/. 69,022	-S/. 108,618
UTILIDAD NETA	S/. 3,831	S/. 118,665	S/. 223,000	S/. 317,628
ESCUDO FISCAL	S/. 7,953	S/. 16,932	S/. 11,298	S/. 4,452
Impuesto a la renta	2020	2021	2022	2023
Hasta 15 UIT	10%	10%	10%	10%
Más de 15UIT	29.50%	29.5%	29.5%	29.5%
Utilidad antes de impuestos	S/. 4,256	S/. 150,479	S/. 298,472	S/. 432,695
Hasta 15UIT	S/. 4,256	S/. 64,500	S/. 64,500	S/. 64,500
Más de 15UIT	S/. -	S/. 85,979	S/. 233,972	S/. 368,195
Rentabilidad bruta	34.1%	37.8%	39.9%	41.9%
Rentabilidad operativa	5.3%	13.3%	20.4%	23.4%
Rentabilidad neta	0.7%	7.6%	13.5%	18.1%

Nota: Elaboración propia.

8.4 Flujo de Caja Operativo.

Tabla 211

Flujo de caja operativo.

FLUJO DE CAJA ANUAL	Jul-20	2020	2021	2022	2023
INGRESOS		S/693,512	S/1,838,856	S/1,950,300	S/2,068,498
Supermercados		S/310,885	S/824,315	S/874,272	S/927,258
Tiendas por conveniencia		S/382,627	S/1,014,541	S/1,076,027	S/1,141,240
EGRESOS		S/575,965	S/1,602,423	S/1,660,068	S/1,749,345
MATERIALES					
Compra de materiales con IGV		S/326,310	S/854,243	S/890,776	S/935,246
PLANILLAS					
Suelo bruto MOD		S/16,190	S/39,397	S/40,156	S/41,456
Suelo bruto MOI		S/28,021	S/68,188	S/69,500	S/71,750
Suelo bruto administración		S/34,198	S/83,222	S/84,826	S/87,576
Suelo bruto ventas		S/27,980	S/68,090	S/69,403	S/71,653
Comisiones		S/11,754	S/31,167	S/33,056	S/35,059
MANTENIMIENTOS Y REPOSICIONES					
Mantenimiento de maquinarias		S/2,419	S/4,956	S/5,256	S/5,575
Mantenimiento de equipos		S/1,048	S/4,694	S/4,979	S/5,280
Reposición de herramientas		S/761	S/6,047	S/6,591	S/571
Reposición de utensilios		S/6,845	S/16,988	S/18,018	S/15,416
Reposición de útiles		S/901	S/2,242	S/2,378	S/1,247
MANO DE OBRA TERCIALIZADA					
Asesoría Legal		S/1,000	S/2,000	S/2,000	S/2,000
Community manager		S/2,600	S/7,800	S/7,800	S/7,800
Contabilidad		S/3,600	S/9,600	S/9,600	S/9,600
SERVICIOS TERCIALIZADOS CON IGV					
Servicio de Limpieza		S/10,620	S/25,488	S/25,488	S/25,488
Servicio de seguridad y vigilancia		S/11,800	S/28,320	S/28,320	S/28,320
Seguro contra robos e incendios		S/708	S/1,699	S/1,699	S/1,699
Transporte y distribución		S/11,260	S/29,855	S/31,665	S/33,584
SERVICIOS COMUNES					
Agua		S/2,950	S/7,080	S/7,509	S/7,964
Luz		S/1,888	S/4,531	S/4,806	S/5,097
Teléfono - internet		S/595	S/1,429	S/1,429	S/1,429
Alquiler		S/29,500	S/70,800	S/70,800	S/70,800
Recursos humanos y entorno		S/1,369	S/3,099	S/3,099	S/3,099
Publicidad y marketing		S/38,527	S/71,213	S/29,500	S/29,500
IMPUESTOS					
Pago de impuesto sin G. financiero		S/3,121	S/48,746	S/86,769	S/108,586
Pagos de IGV al Estado		S/0	S/111,529	S/124,646	S/143,551
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/117,547	S/236,433	S/290,232	S/319,152

Nota: Elaboración propia.

8.5 Flujo de Capital

Tabla 212

Flujo de Capital.

FLUJO DE CAJA ANUAL	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Activo Fijo	-S/136,044	-S/9,750	S/0	S/0	S/0
Activos Intangibles	-S/11,949				
Gastos Pre Operativos	-S/62,905				
Activo fijo no depreciable	-S/14,067				
Inventarios iniciales	-S/2,012				
Capital de Trabajo	-S/203,496	-S/336,077	-S/32,701	-S/34,683	S/606,957
Recuperación de activos					S/32,804
Recuperación de garantía					S/10,000
FLUJO DE CAJA CAPITAL	-S/430,473	-S/345,827	-S/32,701	-S/34,683	S/649,761

Nota: Elaboración propia.

8.6 Flujo de Caja Económico

Tabla 213

Flujo de caja económico

FLUJO DE CAJA ANUAL	Jul-20	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/117,547	S/236,433	S/290,232	S/319,152
FLUJO DE CAJA CAPITAL	-S/430,473	-S/345,827	-S/32,701	-S/34,683	S/649,761
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/430,473	-S/228,280	S/203,732	S/255,549	S/968,913

Nota: Elaboración propia.

8.7 Flujo del Servicio de la Deuda

Tabla 214

Flujo de caja de serv. de deuda.

FLUJO DE CAJA ANUAL	Jul-20	2020	2021	2022	2023
Préstamo	S/301,044				
Cuota Activo fijo		-S/27,629	-S/66,309	-S/66,309	-S/38,680
Cuota Capital de trabajo		-S/33,314	-S/79,953	-S/79,953	-S/46,640
Escudo fiscal		S/7,953	S/16,932	S/11,298	S/4,452
Flujo de caja de serv. de deuda	S/301,044	-S/52,990	-S/129,331	-S/134,965	-S/80,867

Nota: Elaboración propia.

8.8 Flujo de Caja Financiero

Tabla 215

Flujo de Caja Financiero

FLUJO DE CAJA ANUAL	Jul-20	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/430,473	-S/228,280	S/203,732	S/255,549	S/968,913
FLUJO DE CAJA DE SERV. DE DEUDA	S/301,044	-S/52,990	-S/129,331	-S/134,965	-S/80,867
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/129,429	-S/281,270	S/74,401	S/120,584	S/888,046

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1 Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1 Costo de oportunidad.

El COK es el costo de oportunidad, es lo mínimo que cualquier accionista desea recibir por su inversión y genera valor en la compañía para el propietario. El costo de oportunidad está basado en el modelo CAPM el cual ayudará a calcular la rentabilidad mínima que los inversionistas solicitarán para poder invertir en la idea de negocio.

9.1.1.1 CAPM.

El modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model) como herramienta para analizar la relación lineal del activo con el riesgo de mercado de dicho activo. El modelo considera el riesgo de mercado mediante la beta, retorno del activo libre de riesgo y el retorno de mercado.

Tabla 216

CAPM.

Concepto	Base	Sigla	Dato
Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Demorarán 1928-2019	Rm	11.57%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Demorarán 1928-2019	rf	5.15%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	30.07%
% Financiamiento Activo fijo	Estructura de financiamiento del proyecto	D1	31.60%
% Financiamiento Capital de trabajo	Estructura de financiamiento del proyecto	D2	38.33%
Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	T	29.50%
Beta Desapalancado	DAMODARAN	Bd	0.68
Riesgo país promedio Octubre 2020	Ambito.com	Rp	1.36%
Beta Apalancado	BA = BD*{1+(D/E)*(1-T)}	Ba	1.80
Costo Capital Propio	Ke = rf + Ba*(Rm - rf) + Rp	Ke	18.10%
Riesgo Tamaño del Negocio	40%: Rtn = KP * 0.40	Rtn	7.24%
Riesgo Know How	30%: RN = KP * 0.30	Rn	5.43%
Costo Capital Propio Ajustado	KP1 = Ke+RTN+RN	KP1	30.78%

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2 COK propio.

Para el cálculo del cok propio, se considera el costo de oportunidad de los socios y de cada entidad financiera.

Tabla 217

COK propio.

CONCEPTO		TASA
SOCIO 1	Depósito a plazo fijo Caja Sullana	5.21%
SOCIO 2	Depósito a plazo fijo Caja Paita	5.74%
SOCIO 3	Depósito a plazo fijo Caja Lima	5.47%
SOCIO 4	Depósito a plazo fijo Caja del Santa	4.83%
SOCIO 5	Depósito a plazo fijo Caja Sullana	5.21%
Cok promedio		5.29%
Factor de riesgo		3.86
Cok neto propio		20.44%

Nota: Elaboración propia.

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El costo promedio pondera de capital o WACC (Weighted Average Cost of Capital) brinda equilibrar el costo de la deuda y la rentabilidad esperada por las acciones.

Para calcular el WACC no se consideran los activos a largo plazo, ni los sueldos por pagar, impuesto por pagar y cuentas por cobrar. El proyecto apalancado se financia simultáneamente con patrimonio y con deuda.

Tabla 218

Costo Promedio Ponderado de Capital.

Concepto	Base	Sigla	Dato
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E/V	30.07%
% Financiamiento Activo fijo	Estructura de financiamiento del proyecto	D/V	31.60%
% Financiamiento Capital de trabajo	Estructura de financiamiento del proyecto	D/V	38.33%
Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	T	29.50%
Costo deuda Activo fijo	Financiamiento	Rd1	21.70%
Costo deuda Capital de trabajo	Financiamiento	Rd2	21.32%
COK CAPM		COK	30.78%
Costo efectivo de la deuda 1	$Rd1 * (1 - T)$		15.30%
Costo efectivo de la deuda 2	$Rd2 * (1 - T)$		15.03%
WACC	$WACC = D1/V * Rd1 * (1-T) + D2/V * Rd2 * (1-T) + E/V * COK$	WACC	19.85%

Nota: Elaboración propia.

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.

9.2.1.1 VANE y VANF.

El valor actual neto económico nos permite calcular con los flujos de caja libre descontando el WACC si el proyecto es viable solo con sus operaciones. Se utiliza un WACC de 19.85%.

$$\text{COK} = 30.78\%$$

$$\text{WACC} = 19.85\%$$

9.2.1.2 VANE.

El VAN Económico se halla con los flujos de caja libres, descontados de la tasa WACC. Se obtiene que solo con sus operaciones el proyecto es viable.

Tabla 219

VANE.

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023
FLUJO CAJA ECONOMICO	-S/228,280	S/203,732	S/255,549	S/968,913
(1+WACC) ELEVADO A LA n	1.0784	1.2924	1.5489	1.8564
VALOR ACTUAL DE FLUJOS	-S/211,691	S/157,637	S/164,983	S/521,931
SUMA DE VALORES ACTUALES	S/632,859			
(-) INVERSION	-S/430,473			
VAN ECONOMICO	S/202,386			

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.3 VANF.

El VAN Financiero se halla con los flujos de caja financieros, descontados de la tasa COK.

Se obtiene que el proyecto es viable financieramente para los accionistas.

Tabla 220

VANF.

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023
FLUJO CAJA FINANCIERO	-S/281,270	S/74,401	S/120,584	S/888,046
(1+COK) ELEVADO A LA n	1.1183	1.4625	1.9125	2.5011
VALOR ACTUAL DE FLUJOS	-S/251,519	S/50,874	S/63,050	S/355,057
SUMA DE VALORES ACTUALES	S/217,462			
(-) INVERSION	-S/129,429			
VAN FINANCIERO	S/88,033			

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.4 TIRE y TIRF, TIR modificado.

- TIRE: La TIR económica es aquella que hace que el VAN económico sea 0, la TIRE es mayor al WACC, por lo tanto es viable
- TIRECONOMICA: 27.89%
- TIRE: La TIR financiera es aquella que hace que el VAN financiero sea 0, la TIRF calculada es mayor al COK exigido y por lo tanto es viable.
- TIRFINANCIERA: 37.53%
- TIR ECONOMICA MODIFICADA: 26.06%
- TIR FINANCIERA MODIFICADA: 35.84%

9.2.1.5 Período de recuperación descontado.

- El proyecto recupera la inversión en aproximadamente 03 años.

Tabla 221

Período de recuperación económico descontado.

AÑOS	Jul-20	2020	2021	2022	2023
FLUJO ECONOMICO DESCONTADO	-S/430,473	-S/211,691	S/157,637	S/164,983	S/521,931
FLUJO	-S/430,473	-S/642,164	-S/484,527	-S/319,545	S/202,386
PRI ECONOMINO DESCONTADO =	3.03				

Nota: Elaboración propia.

- Los inversionistas recuperan su inversión en aproximadamente 03 años

Tabla 222

Periodo de recuperación financiero.

AÑOS	Jul-20	2020	2021	2022	2023
FLUJO FINANCIERO DESCONTADO	-S/129,429	-S/251,519	S/50,874	S/63,050	S/355,057
FLUJO	-S/129,429	-S/380,948	-S/330,074	-S/267,024	S/88,033
PRI FINANCIERO DESCONTADO =	3.17				

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.6 Análisis Beneficio / Costo (B/C).

- Por cada sol invertido el proyecto obtiene de beneficio 1.47 soles

Tabla 223

Beneficio costo económico.

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023
FLUJO CAJA ECONOMICO	-S/228,280	S/203,732	S/255,549	S/968,913
(1+WACC) ELEVADO A LA n	1.0784	1.2924	1.5489	1.8564
VALOR ACTUAL DE FLUJOS	-S/211,691	S/157,637	S/164,983	S/521,931
SUMA DE VALORES ACTUALES	S/632,859			
/ INVERSION	S/430,473			
BENEFICIO / COSTO ECONOMICO	S/1.47			

Nota: Elaboración propia.

- Por cada sol invertido, los accionistas obtienen de beneficio 1.68 soles.

Tabla 224

Beneficio costo financiero.

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023
FLUJO CAJA FINANCIERO	-S/281,270	S/74,401	S/120,584	S/888,046
(1+COK) ELEVADO A LA n	1.1183	1.4625	1.9125	2.5011
VALOR ACTUAL DE FLUJOS	-S/251,519	S/50,874	S/63,050	S/355,057
SUMA DE VALORES ACTUALES	S/217,462			
/ INVERSION	S/129,429			
BENEFICIO / COSTO FINANCIERO	S/1.68			

Nota: Elaboración propia.

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio.

El presente análisis del punto de equilibrio nos indica los niveles de ventas que debemos alcanzar como empresa así poder cubrir los costos totales.

9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos.

Tabla 225

Costo variable total por año.

Costos variables	2020	2021	2022	2023
Material directo	S/219,072	S/580,873	S/616,077	S/653,414
Merma variable	S/1,152	S/2,815	S/2,855	S/2,919
CIF variable	S/52,704	S/147,362	S/154,987	S/154,341
TOTAL	S/272,929	S/731,050	S/773,919	S/810,674
Unidades vendidas	95,421	253,011	268,344	284,607
Costo variable unitario	S/2.86	S/2.89	S/2.88	S/2.85
Gastos variables	2020	2021	2022	2023
G. administración variable	S/1,216	S/3,559	S/3,775	S/3,532
G. ventas variables	S/23,348	S/58,995	S/53,858	S/54,540
TOTAL	S/24,564	S/62,554	S/57,633	S/58,072
Unidades vendidas	95,421	253,011	268,344	284,607
Gasto variable unitario	S/0.26	S/0.25	S/0.21	S/0.20
COSTOS Y GASTOS FIJOS	2020	2021	2022	2023
Mano de obra directa	S/17,589	S/39,636	S/39,867	S/40,233
CIF fijo	S/97,017	S/198,513	S/179,234	S/168,092
Gastos administrativos fijos	S/55,453	S/126,811	S/117,063	S/115,939
Gastos de ventas fijos	S/88,956	S/191,913	S/148,312	S/149,232
TOTAL	S/259,015	S/556,874	S/484,476	S/473,496

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 226

Estado de Resultados Costeo Directo.

	2020	2021	2022	2023
Ventas	S/587,722	S/1,558,352	S/1,652,796	S/1,752,964
(-) Costos variables	-S/297,492	-S/793,604	-S/831,552	-S/868,746
Margen de contribución	S/290,230	S/764,748	S/821,245	S/884,218
(-) COSTOS FIJOS	-S/259,015	-S/556,874	-S/484,476	-S/473,496
Utilidad operativa	S/31,214	S/207,875	S/336,769	S/410,722
Utilidad por venta de activos				S/. 37,066
(-) Gastos financieros	-S/26,958	-S/57,396	-S/38,297	-S/15,093
Utilidad antes de impuestos	S/4,256	S/150,479	S/298,472	S/432,695
Perdida año anterior		S/0	S/0	S/0
Utilidad antes de impuestos	S/4,256	S/150,479	S/298,472	S/432,695
(-) Impuesto a la renta hasta 15 UIT	-S/426	-S/6,450	-S/6,450	-S/6,450
(-) Impuesto a la renta más de 15 UIT	S/0	-S/25,364	-S/69,022	-S/108,618
Utilidad neta	S/3,831	S/118,665	S/223,000	S/317,628
Razón de Margen de contribución	0.4938	0.4907	0.4969	0.5044

Nota: Elaboración propia.

Tabla 227

Mezcla de Productos.

MEZCLA DE PRODUCTOS	VV	PESO	Un. Vend	VVU
40 gr				
Bambú Picante	S/50,565	8.60%	11,337	S/4.46
Bambú Finas hierbas	S/112,367	19.12%	25,194	S/4.46
Bambú Salado	S/120,795	20.55%	27,083	S/4.46
120 gr				
Bambú Picante	S/54,177	9.22%	5,669	S/9.56
Bambú Finas hierbas	S/120,394	20.48%	12,597	S/9.56
Bambú Salado	S/129,423	22.02%	13,542	S/9.56
TOTAL	S/587,722	100%	95,421	S/6.16

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

$$\text{Punto de Equilibrio Operativo} = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Utilidad deseada}}{\text{Razón del margen de contribución}}$$

Tabla 228

Análisis del punto de equilibrio operativo en unidades.

	2020	2021	2022	2023
Costos fijos totales	S/259,015	S/556,874	S/484,476	S/473,496
Razón del margen de contribución	0.4938	0.4907	0.4969	0.5044
Utilidad deseada				
PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO S/.	S/524,512	S/1,134,759	S/975,032	S/938,707

Nota: Elaboración propia.

- La empresa se encuentra trabajando todos los años sobre su punto de equilibrio

Tabla 229

Punto de Equilibrio Operativo.

Mezcla de productos	2020		2021		2022		2023	
	S/.	UNID	S/.	UNID	S/.	UNID	S/.	UNID
40 gr								
Bambú Picante	S/45,127	10,118	S/97,630	21,890	S/83,888	18,808	S/80,763	18,108
Bambú Finas hierbas	S/100,282	22,484	S/216,956	48,643	S/186,418	41,796	S/179,473	40,239
Bambú Salado	S/107,803	24,170	S/233,228	52,292	S/200,399	44,931	S/192,933	43,257
120 gr								
Bambú Picante	S/48,350	5,059	S/104,604	10,945	S/89,880	9,404	S/86,532	9,054
Bambú Finas hierbas	S/107,445	11,242	S/232,453	24,322	S/199,734	20,898	S/192,292	20,120
Bambú Salado	S/115,504	12,085	S/249,887	26,146	S/214,714	22,466	S/206,714	21,629
TOTAL	S/524,512	85,159	S/1,134,759	184,237	S/975,032	158,304	S/938,707	152,406
	2020		2021		2022		2023	
Ventas	S/524,512		S/1,134,759		S/975,032		S/938,707	
(-) Costos variables	-S/265,497		-S/577,886		-S/490,556		-S/465,211	
Margen de contribución	S/259,015		S/556,874		S/484,476		S/473,496	
(-) Costos fijos	-S/259,015		-S/556,874		-S/484,476		-S/473,496	
Utilidad operativa	S/0		S/0		S/0		S/0	
	2020	2021	2022	2023				
Ventas estimadas	S/587,722	S/1,558,352	S/1,652,796	S/1,752,964				
Ventas de punto de equilibrio	S/524,512	S/1,134,759	S/975,032	S/938,707				
Margen de seguridad	S/63,210	S/423,593	S/677,764	S/814,258				
	10.76%	27.18%	41.01%	46.45%				

Nota: Elaboración propia.

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

Punto de Equilibrio Financiero

$$= \frac{C. \text{fijos totales} + G. \text{fin} - O. \text{ingresos} + Ut. \text{neta} / (1 - t)}{\text{Razón del margen de contribución}}$$

Tabla 230

Análisis del punto de equilibrio Financiero.

	2020	2021	2022	2023
Costos fijos	S/259,015	S/556,874	S/484,476	S/473,496
Razón del margen de contribución	0.4938	0.4907	0.4969	0.5044
Utilidad por venta de activos				S/.37,066
Gastos financieros	S/26,958	S/57,396	S/38,297	S/15,093
Utilidad neta				
PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO S/.	S/579,103	S/1,251,716	S/1,052,107	S/895,145

Nota: Elaboración propia.

La empresa no se encuentra trabajando el primer año sobre su punto de equilibrio

Tabla 231

de equilibrio financiero.

Mezcla de productos	2020		2021		2022		2023	
	S/.	UNID	S/.	UNID	S/.	UNID	S/.	UNID
40 gr								
Bambú Picante	S/49,824	11,171	S/107,693	24,146	S/90,519	20,295	S/77,015	17,267
Bambú Finas hierbas	S/110,720	24,824	S/239,318	53,657	S/201,154	45,100	S/171,144	38,372
Bambú Salado	S/119,024	26,686	S/257,266	57,681	S/216,240	48,483	S/183,980	41,250
120 gr								
Bambú Picante	S/53,383	5,585	S/115,385	12,073	S/96,985	10,148	S/82,516	8,634
Bambú Finas hierbas	S/118,628	12,412	S/256,412	26,828	S/215,522	22,550	S/183,369	19,186
Bambú Salado	S/127,525	13,343	S/275,643	28,841	S/231,686	24,241	S/197,121	20,625
TOTAL	S/579,103	94,022	S/1,251,716	203,226	S/1,052,107	170,818	S/895,145	145,334
	2020		2021		2022		2023	
Ventas	S/579,103		S/1,251,716		S/1,052,107		S/895,145	
(-) Costos variables	-S/293,130		-S/637,447		-S/529,334		-S/443,622	
Margen de contribución	S/285,973		S/614,269		S/522,773		S/451,523	
(-) Costos fijos	-S/259,015		-S/556,874		-S/484,476		-S/473,496	
Utilidad operativa	S/26,958		S/57,396		S/38,297		-S/21,973	
Utilidad por venta de activos							S/37,066	
(-) Gastos financieros	-S/26,958		-S/57,396		-S/38,297		-S/15,093	
Utilidad antes de impuestos	S/0		S/0		S/0		S/0	
(-) Impuestos	S/0		S/0		S/0		S/0	
Utilidad antes de impuestos	S/0		S/0		S/0		S/0	
	2020	2021	2022	2023				
Ventas estimadas	S/587,722	S/1,558,352	S/1,652,796	S/1,752,964				
Ventas de punto de equilibrio	S/579,103	S/1,251,716	S/1,052,107	S/895,145				
Margen de seguridad	S/8,619	S/306,636	S/600,689	S/857,819				
	1.47%	19.68%	36.34%	48.94%				

Nota: Elaboración propia.

9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1 Variables de entrada.

En el siguiente cuadro se muestran las tres principales variables de entrada del análisis de sensibilidad: Demanda inicial del primer año del proyecto, valor de venta por unidad y costo unitario total inicial.

Tabla 232

Variables de entrada.

VARIABLES DE ENTRADA	
Demanda Inicial	95,421
Valor de venta unitario promedio	S/ 6.16
CU total inicial	S/5.09

Nota: Elaboración propia.

9.3.2 Variables de salida.

Seguidamente se detallan las cuatro variables de salida del análisis de sensibilidad: VAN económico, financiero, TIR económica y financiero respectivamente.

Tabla 233

Variables de salida.

VARIABLES DE SALIDA		
VAN ECONOMICO	S/	202,386
VAN FINANCIERO	S/	88,033
TIR ECONOMICA		27.89%
TIR FINANCIERA		37.53%

Nota: Elaboración propia.

9.3.3 Análisis unidimensional.

El siguiente cuadro muestra el cálculo de la variable de salida correspondiente a la demanda, la cual considera el primer año del proyecto. Se considera media y con una variación máxima hasta un -48.73% para que el proyecto siga siendo viable.

Tabla 234

Análisis del VANE.

VARIABLE DEMANDA		
VAN ECONOMICO = 0	NORMAL	VARIACION
Demanda Inicial	95,421	48,925
VAN FINANCIERO	S/88,033	-S/45,358
TIR ECONOMICA	27.89%	19.85%
TIR FINANCIERA	37.53%	20.56%
VARIACION MAX DEMANDA		-48.73%
VARIABLE VVU		
VAN ECONOMICO = 0	NORMAL	VARIACION
Valor de venta unitario promedio	S/6	S/6
VAN FINANCIERO	S/88,033	-S/78,389
TIR ECONOMICA	27.89%	19.85%
TIR FINANCIERA	37.53%	20.41%
VARIACION MAXIMA DE VVU		-5.32%
VARIABLE COSTO UNITARIO TOTAL		
VAN ECONOMICO = 0	NORMAL	VARIACION
CU total inicial	S/5	S/5
VAN FINANCIERO	S/88,033	-S/82,437
TIR ECONOMICA	27.89%	19.85%
TIR FINANCIERA	37.53%	20.40%
VARIACION MAXIMA DE CU		5.97%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 235

Análisis con el VANF.

VAN FINANCIERO = 0	NORMAL	VARIACION
Demanda Inicial	95,421	64,736
VAN ECONOMICO	S/202,386	S/ 68,819
TIR ECONOMICA	27.89%	21.74%
TIR FINANCIERA	37.53%	30.78%
VARIACION MAX DEMANDA		-32.16%
VAN FINANCIERO = 0	NORMAL	VARIACION
Valor de venta unitario promedio	S/6.16	S/5.99
VAN ECONOMICO	S/202,386	S/ 95,329
TIR ECONOMICA	27.89%	22.41%
TIR FINANCIERA	37.53%	30.78%
VARIACION MAXIMA DE VVU		-2.81%
VAN FINANCIERO = 0	NORMAL	VARIACION
CU total inicial	S/5.09	S/5.24
VAN ECONOMICO	S/202,386	S/97,871
TIR ECONOMICA	27.89%	22.46%
TIR FINANCIERA	37.53%	30.78%
VARIACION MAXIMA DE CU		3.08%

Nota: Elaboración propia.

9.3.4 Análisis multidimensional.

El siguiente cuadro analiza los escenarios posibles del proyecto con la información obtenida previamente, obteniendo un VANE y VANF con valores positivos. Por lo tanto, el proyecto es viable.

Tabla 236

Análisis multidimensional.

VARIACION	PESIMISTA	ESPERADO	OPTIMISTA
Demanda Inicial	-10.00%	0.00%	10.00%
Valor de venta unitario promedio	-5.00%	0.00%	5.00%
CU total inicial	10.00%	0.00%	0.00%
VALORES	PESIMISTA	ESPERADO	OPTIMISTA
Demanda Inicial	85,879	95,421	104,963
Valor de venta unitario promedio	S/5.85	S/6.16	S/6.47
CU total inicial	S/5.60	S/5.09	S/5.09
VAN ECONOMICO	-S/315,332	S/202,386	S/453,151
VAN FINANCIERO	-S/337,010	S/88,033	S/287,459
PROBABILIDAD	20.00%	70.00%	10.00%
VAN ECONOMICO ESPERADO	S/123,919		
VAN FINANCIERO ESPERADO	S/22,967		

Nota: Elaboración propia.

9.3.5 Variables críticas del proyecto

- Variable demanda: Variable media debido a que podría variar hasta -48.73%.
- Variable costo unitario de materiales: Segunda variable media debido a que los materiales podrían subir hasta 3.08%.
- Variable VVU: Principal variable crítica del proyecto, este podría caer hasta -5.32%.

9.3.6 Perfil de Riesgo

En función a los análisis realizados previamente se determinó que el proyecto es viable en términos financieros. Sin embargo, se debe considerar que el valor de venta unitario es una parte crítica en el proyecto, debido a que su disminución puede afectar la rentabilidad de este.

Conclusiones

El presente estudio de mercado esta segmentado por hombres y mujeres de entre 18 a 29 años de edad que residen en lima metropolitana y callao de NSE A y B

De acuerdo al estudio cualitativo nuestro producto será distribuido a través de supermercados y tiendas por conveniencia.

Alimentos Peruanos Nueva Vida SAC ingresará al mercado de Lima y Callao con la estrategia genérica de diferenciación, con dos presentaciones de 40 gr. y 120 gr. además contará con tres sabores salado, picante y finas hierbas

El estudio legal nos permitió reconocer los requisitos y costos necesarios para constituir la empresa por tal motivo concluimos que se constituirá como una Sociedad Anónima Cerrada y nos acogeremos al régimen tributario MYPE

Mediante el estudio técnico estimamos el nivel de producción de bambú chips, así también la capacidad utilizada, la maquinaria y equipos necesarios, se calculó la mano de obra requerida para el óptimo funcionamiento de las maquinarias considerando la proyección de ventas de cada año.

El estudio económico y financiero nos permitió calcular las inversiones, y la estructura de financiamiento, el cual será de un 30% sobre el total de las inversiones que suman S/ 430,473.00. Por lo tanto, el estudio nos permitió calcular los ingresos anuales, el presupuesto de gastos desembolsables y no desembolsables, costos unitarios, costos fijos y costos variables unitarios

Se determinaron los indicadores de rentabilidad VAN económico de S/ 202,386 y el VAN financiero en S/ 88,033 estos cálculos nos indica que el proyecto es viable

El TIR económico resultó en un 27.89% y el TIR financiero en 37.53%, ambos porcentajes superiores a la tasa COK y WACC, lo cual también nos indica la viabilidad del proyecto

El periodo de recuperación de capital de nuestro proyecto es en 3.03 años en el económico descontado, y un periodo de recuperación de capital financiero en 3.17 años.

El indicador de beneficio costo, que por cada S/1.00 de inversión se gana S/ 1.47 soles, y por cada S/ 1.00 de inversión, el accionista obtiene S/ 1.68 de beneficio.

En resumen, el resultado de la investigación y análisis del presente proyecto en estudio se puede determinar la viabilidad del proyecto.

Recomendaciones

- Mantenerse a la vanguardia en innovación de sabores tanto de materia prima como los insumos en la fusión del producto, ya que el sector de snacks es muy grande y exigente, de lo contrario quedaríamos rezagados frente a la competencia.
- Considerar una mayor cantidad de canales que permitan expandir el negocio en el mercado local e incrementar los niveles de ventas.
- Iniciar programas para optimizar la producción y lograr así aprovechar en un 90% la capacidad de la maquinaria.
- Ampliar la línea de productos saludables, manteniendo la estrategia de diferenciación con enfoque que caracteriza a la empresa.
- Poner mayor énfasis en las campañas digitales, dado que son las de mayor impacto en el público al cual nos dirigimos.
- Concientizar y apoyar a los pobladores de la amazonía para que asistan a las capacitaciones del ministerio de la producción y asociaciones privadas y así puedan convertirse en socios estratégicos de materia prima para la empresa.
- Afianzar relaciones con nuestros proveedores para realizar compras con un mayor margen de crédito.
- Se recomienda la implementación de la idea de negocio dado que los estudios realizados respaldan que el negocio es viable lo cual generará beneficios a los inversionistas que estén interesados en el proyecto.

Referencia

- AgrodataPeru (2019). Exportaciones agropecuarias en el Perú. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/exportaciones>
- Andina Agencia Peruana de Noticias (30 de mayo,2020). Los productores de Cajamarca y Amazonas apuestan por el bambú. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-los-productores-cajamarca-y-amazonas-apuestan-por-bambu-711633.aspx>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM. (2017). Niveles Socioeconómicos 2017. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados APEIM. (2019). Niveles Socioeconómicos 2019. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/12/NSE-2019-Web-Apeim-2.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR (07 de febrero 2020). Superávit comercial de US\$ 6 614 millones en 2019. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2020/nota-informativa-2020-02-07.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCR. (2020). Política monetaria y condiciones financieras. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-1.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2020 – 2021. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-presentacion.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. BCRP. (06 de marzo 2020). Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2020 – 2021. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-presentacion.pdf>
- Banco Mundial (2020). Perú Panorama general. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión publica S.A.C. CPI. (2019). Perú: Poblacion 2019. Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

- Diario Gestión (09 de septiembre, 2014). “Nuestro crecimiento es más por performance que por arrastre del mercado”. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/impresa/nuestro-crecimiento-performance-arrastre-mercado-70802-noticia/#:~:text=Per%C3%BA%20es%20importante%20ya%20que,puntos%20de%20participaci%C3%B3n%20de%20mercado.&text=En%20la%20regi%C3%B3n%2C%20el%20consumidor,se%20aferra%20a%20sus%20marcas>
- Diario Gestión (08 de agosto, 2017). 5 marcas de chocolate que dominan el 55% del mercado. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mercados/cinco-marcas-chocolates-dominan-55-mercado-141250-noticia/?ref=gesr>
- Diario Gestión (18 septiembre, 2019). Inka Crops exporta 83 toneladas de alimentos procesados a los Estados Unidos. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/inka-crops-exporta-mas-de-83-toneladas-de-productos-procesados-a-estados-unidos-noticia>
- Diario Gestión (09 de mayo, 2020). Perspectivas del sector de alimentos después del COVID. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/perspectivas-del-sector-peruano-de-alimentos-despues-del-covid-noticia/>
- El Comercio (19 de diciembre 2018). Premios LEC: Villa Natura Perú proyecta internacionalizarse en el 2020. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/lec/premios-lec-villa-natura-peru-proyecta-internacionalizarse-2020-noticia-589561-noticia/>
- El Comercio (20 de septiembre 2019). Serfor propone elaborar Plan Nacional de Bambú para potenciar desarrollo de cultivo. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/serfor-propone-plan-nacional-bambu-potenciar-desarrollo-cultivo-noticia-678184-noticia/>
- Euromonitor (15 de agosto 2020). Reportes de investigación de mercado. Recuperado de <https://www.euromonitor.com/es-reports>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (2016). Perú: Tecnologías de información y comunicación en las empresas 2015. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/1ibro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (13 de agosto 2018). Perú: Perfil sociodemográfico Informe nacional de censo 2017. p.20. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/1ibro.pdf

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (2018). Evolucion de la pobreza Monetaria 2007-2017. 7(11), 2. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/informe_tecnico_pobreza_monetaria_2007-2017.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (2019). Situación del Mercado laboral en Lima Metropolitana. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_mercado-laboral-oct-nov-dic2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (2020). Estado de la Población Peruana 2020., 1–50. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI. (15 de agosto 2020). La población de Lima supera los nueve millones y medio de habitantes. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-de-lima-supera-los-nueve-millones-y-medio-de-habitantes-12031/>
- Instituto Nacional de Salud. INS. (18 de septiembre 2017). En los Estados Unidos crece el consumo de snacks saludables. Recuperado de: <http://www.marketersbyadlatina.com/articulo/2720-en-los-estados-unidos-crece-el-consumo-de-snacks-saludables>
- Instituto Nacional de Salud. INS (28 de marzo 2019). Cerca del 70% de adultos peruanos padecen de obesidad y sobrepeso. Recuperado de: <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/cerca-del-70-de-adultos-peruanos-padecen-de-obesidad-y-sobrepeso>
- Kotler, P y Keller, K. (2012). Dirección de marketing. (14va ed.). México D.F.: Pearson.
- Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la Cadena de Suministro*. (5ª ed.). México: Pearson.
- Loo Rodríguez, M. (04 de julio 2017). ¿La matriz de Ansoff sigue vigente? Recuperado de <https://facultades.usil.edu.pe/ciencias-empresariales/la-matriz-de-ansoff-sigue-vigente/>
- Made for Minds (2020). Perú entra en recesión: se desploma 17% el PIB y desempleo sube a 8,8%. Recuperado de <https://www.dw.com/es/per%C3%BA-entra-en-recesi%C3%B3n-se-deploma-17-el-pib-y-desempleo-suba-a-88/a-54583160>

Ministerio de Agricultura y riego MINAGRI (20 de septiembre 2019). Proponen plan nacional del bambú para potenciar desarrollo de cultivo con potencial económico. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/serfor/noticias/214511-proponen-plan-nacional-del-bambu-para-potenciar-desarrollo-de-cultivo-con-potencial-economico>

Nielsen (07 de noviembre 2014). A nivel global las ventas de snacks alcanzan \$347 mil millones de dólares anuales. Recuperado de <https://www.nielsen.com/do/es/press-releases/2014/ventas-globales-snacks/>

Perú Retail (28 de enero 2019). Perú: Industria de alimentos habría crecido 17% durante el 2018. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/peru-industria-alimentos-2018/>

Perú Retail (13 de julio 2020). Resultados de PepsiCo superan estimaciones impulsados por ventas de snacks en cuarentenas. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/resultados-pepsico-superan-estimaciones-ventas-de-snacks-cuarentenas/>

ReyPlast (23 de agosto 2020). Tachos de reciclaje: Usos en Perú según color. Recuperado de <https://www.reyplast.pe/blog/tachos-de-reciclaje-usos-en-peru-segun-color/>

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. SUNARP (3 de agosto 2020). Constituye tu empresa en seis pasos. Superintendencia Nacional de Registros Públicos. Recuperado de: <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020). Régimen MYPE Tributario. Recuperado de: <http://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. SUNAT (23 de agosto 2020). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Superintendencia de Banca y Seguros del Perú. SBS (2020). Tasas de interés promedio. Recuperado de: <https://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tasa-de-interes/tasas-de-interes-promedio>

Anexos

Anexo 1

Perú ingresa en recesión.

Perú entra en recesión: se desploma 17% el PIB y desempleo sube a 8,8%

15.08.2020



El Gobierno de Perú informó que en el periodo enero-junio de este año, la producción nacional disminuyó en 17,37% y el desempleo subió a más del doble respecto al segundo semestre de 2019.

El PIB de Perú se desplomó 17,37% en el primer semestre debido al impacto de una cuarentena nacional de más de 100 días por

Recuperado de Made for Minds (2020). Perú entra en recesión: se desploma 17% el PIB y desempleo sube a 8,8%. Recuperado de <https://www.dw.com/es/per%C3%BA-entra-en-recesi%C3%B3n-se-deploma-17-el-pib-y-desempleo-suba-a-88/a-54583160>

Anexo 2

El Banco Mundial en Perú.

 **BANCO MUNDIAL**
BIRF • AIF



Dónde trabajamos

Esta página en: ES ▼



El Banco Mundial en Perú

Después de una expansión robusta en la década previa, la economía peruana ingresó a una fase de mayor lentitud entre 2014 y 2019, en un contexto externo menos propicio. En el 2020, la crisis del COVID-19 tendrá un impacto importante, aunque se espera una fuerte recuperación el siguiente año.

Recuperado de Banco Mundial (2020). Perú Panorama general. Recuperado de

<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Anexo 3

de Alimentos crece 17% en 2018.

Perú: Industria de alimentos habría crecido 17% durante el 2018

28 January, 2019



Recuperado de Peru Retail (28 de enero 2019). Perú: Industria de alimentos habría crecido 17% durante el 2018.

Recuperado de <https://www.peru-retail.com/peru-industria-alimentos-2018/>

Anexo 4

Perspectivas del sector Alimentos Post Covid.



Recuperado de Diario Gestión (09 de mayo.2020). Perspectivas del sector de alimentos después del COVID.

[gestion.pe].Recuperado de <https://gestion.pe/economia/perspectivas-del-sector-peruano-de-alimentos-despues-del-covid-noticia/>

PepsiCo Supera estimaciones impulsados por venta de snacks durante cuarentena.

Resultados de PepsiCo superan estimaciones impulsados por ventas de snacks en cuarentenas

Las ventas en línea de papas fritas se dispararon un 93,5% y las de nachos un 101,2% en la semana que terminó el 20 de junio, según datos de mercado de Nielsen.

13 July, 2020



Recuperado de Perú Retail (13 de julio 2020). Resultados de PepsiCo superan estimaciones impulsados por ventas de snacks en cuarentenas. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/resultados-pepsico-superan-estimaciones-ventas-de-snacks-cuarentenas/>

Villa Natura proyecta internacionalizarse en el 2020.



Premios LEC: Villa Natura Perú proyecta internacionalizarse en el 2020

Asimismo, el gerente en Villa Natura Perú, Eduardo Mezzich, también señaló que apunta a alcanzar el liderazgo del canal de frutos secos

Recuperado de El Comercio (19 de diciembre 2018). Premios LEC: Villa Natura Perú proyecta internacionalizarse en el 2020. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/lec/premios-lec-villa-natura-peru-proyecta-internacionalizarse-2020-noticia-589561-noticia/>

Inka Crops exporta 83 toneladas de alimentos procesados a los Estados Unidos.



Recuperado de Diario Gestión (18septiembre, 2019). Inka Crops exporta 83 toneladas de alimentos procesados a los Estados Unidos. [gestion.pe]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/inka-crops-exporta-mas-de-83-toneladas-de-productos-procesados-a-estados-unidos-noticia>