



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**ELABORACION DE LONCHERAS NUTRITIVAS PARA
NIÑOS Y NIÑAS EN ETAPA ESCOLAR**

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

**ELVIS YOEL SAMAME PALACIOS –
Administración de Empresas**

**HAYDE GUZMAN ANGELES –
Administración de Empresas**

**KATIA LÓPEZ SILVESTRE –
Administración de Empresas**

**OSCAR ENMANUELLE SUAREZ CRUZ –
Administración de Empresas**

**ROLANDO MARTINEZ ÁNGELES –
Ingeniería Industrial**

**Lima – Perú
2018**



ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	9
ÍNDICE DE FIGURAS	16
CAPÍTULO I.....	18
INFORMACION GENERAL.....	18
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	18
1.1.1. Nombre de la empresa.....	18
1.1.2. Horizonte de evaluación.....	18
1.1.3. Nombre comercial	18
1.2. Actividad económica, código CIU, partida arancelaria	19
1.2.1. Actividad económica	19
1.2.2. Código CIU	19
1.2.3. Partida arancelaria	19
1.3. Definición del negocio, Modelo CANVAS	19
1.3.1. Definición del negocio	19
1.3.2. Modelo CANVAS.....	21
1.4. Descripción del producto o servicio	24
1.5. Oportunidad de Negocio	24
1.6. Estrategia Genérica.....	26
CAPÍTULO II.....	27
ANÁLISIS DEL ENTORNO	27
2.1. Análisis del Macro entorno	27
2.1.1. Del País.....	27
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes, Superficie, Número de habitantes	27
2.1.1.2. Crecimiento Poblacional por género	29
2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población, Ingreso per cápita, Población económicamente activa	29
2.1.1.3. Balanza Comercial, Importaciones y Exportaciones.....	34
2.1.1.4. PBI, Tasa de crecimiento económico, Tasa de Inflación, Tasa de Interés, Tipo de cambio, Riesgo País	35
2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto	40
2.1.2. Del Sector.....	42
2.1.2.1. Mercado Internacional	42
2.1.2.2. Mercado del consumidor	44



2.1.2.3. Mercado de proveedores.....	45
2.1.2.4. Mercado competidor	46
2.1.2.5. Mercado distribuidor	49
2.1.1.6. Leyes y reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	49
2.2. Análisis del Micro entorno	52
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	52
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes	52
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores	53
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.....	54
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada	55
CAPÍTULO III.....	56
PLAN ESTRATEGICO	56
3.1. Visión y Misión de la empresa	56
3.1.1. Misión	56
3.1.2. Visión.....	56
3.2. Análisis FODA	56
3.3. Objetivos.....	59
CAPÍTULO IV	60
ESTUDIO DE MERCADO	60
4.1. Investigación de mercado	60
4.1.1. Criterios de segmentación	61
4.1.1.1. Segmentación Geográfica	61
4.1.1.2. Segmentación Demográfica	61
4.1.1.3. Perfil del consumidor	67
4.1.2. Marco Muestral.....	68
4.1.3. Entrevistas a profundidad	69
4.1.3.1. Entrevista a profundidad 1: Sra. Elizabeth Castillo	69
4.1.3.2. Entrevista a profundidad 2: Nutricionista.....	72
4.1.3.3. Entrevista a profundidad 3: Área Comercial	73
4.1.4. Focus Group.....	74
4.1.5. Encuestas.....	78
4.2. Demanda y oferta	94
4.2.1. Estimación del mercado potencial	94
4.2.2. Estimación del mercado disponible	95
4.2.3. Estimación del mercado efectivo	96



4.2.4.	Estimación del mercado objetivo	97
4.2.5.	Frecuencia de compra	98
4.2.6.	Cuantificación anual de la demanda.....	98
4.2.7.	Estacionalidad	99
4.2.8.	Programa de ventas en unidades y valorizado	99
4.3.	Mezcla de Marketing	101
4.3.1.	Producto.....	101
4.3.1.1.	Marca	101
4.3.1.2.	Envase contenedor	102
4.3.1.3.	Contenido MI LONCHERITA	103
4.3.2.	Precio.....	106
4.3.2.1.	Precios del producto y margen de utilidad	106
4.3.2.2.	Precios de la competencia al consumidor, al productor y su equivalencia con el producto del proyecto.....	106
4.3.2.3.	Costos unitarios del proyecto	107
4.3.3.	Plaza	108
4.3.4.	Promoción.....	109
4.3.4.1.	Campaña de lanzamiento.....	114
4.3.4.2.	Promoción para todos los años	116
4.3.4.3.	Presupuesto para la promoción.....	119
CAPÍTULO V		121
ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....		121
5.1.	Estudio Legal.....	121
5.1.1.	Forma societaria	121
5.1.1.1.	Actividades.....	122
5.1.1.2.	Valorización.....	123
5.1.2.	Registro de marcas y patentes.....	124
5.1.2.1.	Actividades	124
5.1.2.2.	Valorización.....	125
5.1.3.	Licencias y autorizaciones.....	125
5.1.3.1.	Actividades	125
5.1.3.2.	Valorización.....	127
5.1.4.	Legislación laboral	127
5.1.5.	Legislación tributaria.....	128
5.1.6.	Otros aspectos legales	129



5.1.7. Resumen del Capítulo	130
5.2 Estudio Organizacional	133
5.2.1 Organigrama funcional	133
5.2.2 Servicios tercerizados	133
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo	134
5.2.4 Descripción de actividades de los Servicios Tercerizados	140
5.2.5 Aspectos laborales	142
5.2.5.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados...	142
5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.....	143
5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto.....	144
5.2.4.4 Horario de trabajo para puestos de trabajo.....	152
CAPÍTULO VI	153
ESTUDIO TÉCNICO	153
6.1 Tamaño del proyecto.....	153
6.1.1 Capacidad instalada	153
6.1.1.1 Criterios	153
6.1.1.2. Cálculos.....	153
6.1.2 Capacidad utilizada	156
6.1.2.1. Criterios	156
6.1.2.2. Cálculos.....	156
6.1.2.3. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada	157
6.1.3. Capacidad máxima	157
6.1.1.1. Criterios	157
6.1.1.2. Cálculos.....	157
6.2 Procesos.....	159
6.2.1 Diagrama de flujo proceso de producción.....	159
6.2.1.1 Cadena de Valor	167
6.2.2 Programa de producción	168
6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos	169
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos	170
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.....	187
6.3. Tecnología para el proceso.....	188
6.3.1. Maquinarias	188
6.3.2. Equipos	189
6.3.3. Herramientas	190



6.3.4. Utensilios	191
6.3.5. Mobiliario.....	191
6.3.6. Útiles de Oficina.....	192
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos	192
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso	192
6.3.9. Programa de compras posteriores	195
6.4. Localización	195
6.4.1. Macro localización	195
6.4.2. Micro localización	196
6.4.3. Gastos de adecuación.....	201
6.4.4. Gastos de servicios	202
6.4.5. Plano del centro de operaciones.....	202
6.4.5.1. Tabla relacional de actividades (TRA)	202
6.4.6. Descripción del centro de operaciones.....	204
6.5. Responsabilidad social frente al entorno	205
6.5.1. Impacto ambiental	205
6.5.2. Con los trabajadores.....	206
6.5.3. Con la comunidad.....	206
CAPÍTULO VII	210
ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO.....	210
7.1. Inversiones	210
7.1.1. Inversión en Activo Fijo.....	210
7.1.2. Inversión Activo Intangible	211
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	213
7.1.4. Inversión en Inventarios iniciales.....	214
7.1.5. Inversión en Capital de trabajo	216
7.1.5. Estructura de Inversiones	219
7.2. Financiamiento	219
7.2.1. Estructura de Financiamiento	219
7.2.2. Financiamiento del activo fijo y del capital de trabajo. Notas de financiamiento: Cronogramas.	220
Estudio de Ingresos y Costos.....	221
7.3. Ingresos Anuales.....	221
7.3.1. Ingresos por ventas: al contado, al crédito, ventas totales	221
7.3.2. Recuperación de Capital de Trabajo.....	223



7.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo	223
7.4. Costos y Gastos anuales	226
7.4.1. Egresos Desembolsables	226
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales	226
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa	227
7.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos.....	230
7.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración	231
7.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas.....	234
7.4.2. Egresos No Desembolsables.....	237
7.4.2.1. Depreciación	237
7.4.2.2. Amortización de Intangibles.....	240
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.....	240
CAPÍTULO VIII	242
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	242
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	242
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado	242
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado	243
8.4. Flujo de Caja Operativo.....	244
8.5. Flujo de Capital Proyectado	244
8.6. Flujo de Caja Económico Proyectado.....	245
8.7. Flujo de Servicio de la Deuda	246
8.8. Flujo de Caja Financiero	246
CAPÍTULO IX	249
EVALUACION ECONOMICO FINANCIERA	249
9.1. Cálculo de la Tasa de Descuento	249
9.1.1. Costo de Oportunidad (Ke).....	249
9.1.2. Costo de la Deuda (Kd)	250
9.1.3. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	250
9.2. Evaluación Económica Financiera	251
9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.....	251
9.2.1. Análisis del Punto de Equilibrio	253
9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo	254
CONCLUSIONES.....	258
RECOMENDACIONES	259
ANEXOS.....	260



BIBLIOGRAFIA..... 268



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: CANVAS ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	22
Tabla 2: Carta MI LONCHERITA	24
Tabla 3: Exceso de peso en Niños y Niñas por edades.....	25
Tabla 4: Proporción en Superficie y Habitantes entre la República de Perú.....	27
Tabla 5: Ciudades y Provincias del Perú - 2015.....	28
Tabla 6: Estimación por género – Perú desde el 2000 hasta el 2020	29
Tabla 7: Balanza comercial (Millones US\$)	35
Tabla 8: Crecimiento económico Perú y América Latina.....	37
Tabla 9: Riesgo País en Perú y Latinoamérica	40
Tabla 10: Dimensiones del desafío en América Latina	42
Tabla 11: Cobertura de los gobiernos Latinoamericanos para la alimentación escolar	43
Tabla 12: Análisis de Escolares en Primaria y Secundaria de Lima.....	44
Tabla 13: Listado de principales proveedores ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	45
Tabla 14: Resumen del Macro Entorno – MI LONCHERITA	51
Tabla 15: Cuantificación competitividad	52
Tabla 16: Cuantificación fuerza clientes	53
Tabla 17: Cuantificación fuerza proveedores	54
Tabla 18: Cuantificación sustitutos	54
Tabla 19: Cuantificación barreras	55
Tabla 20: Estrategias FODA	57
Tabla 21: FODA ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	58
Tabla 22: Objetivos ALIMENTOS NUTRITIVO S S.A.C.....	59
Tabla 23: Parámetros investigación de mercado ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. .	60
Tabla 24: APEIM – Distribución en zonas de Lima	61
Tabla 25: Distribución de Niveles Socioeconómicos por Zonas	62
Tabla 26: Estimación crecimiento escolar en inicial	63
Tabla 27: Estimación crecimiento escolar en primaria.....	63
Tabla 28: Tabulación de Distritos con mayor presencia de alumnos.....	66
Tabla 29: Ficha del consumidor	67
Tabla 30: Ficha del comprador	68
Tabla 31: Segmentación para la Estimación de consumidores – 2018.....	68
Tabla 32: Parámetros para hallar la muestra	69
Tabla 33: Población infinita fórmula	69



Tabla 34: Objetivos del Focus Group	75
Tabla 35: Actividades para desarrollar el Focus Group – MI LONCHERITA.....	75
Tabla 36: Ficha técnica del Focus Group	75
Tabla 37: Pregunta 1	80
Tabla 38: Pregunta 2.....	80
Tabla 39: Pregunta 3.....	81
Tabla 40: Pregunta 4.....	82
Tabla 41: Pregunta 5.....	83
Tabla 42: Pregunta 6.....	84
Tabla 43: Pregunta 7.....	85
Tabla 44: Pregunta 8.....	86
Tabla 45: Pregunta 9.....	87
Tabla 46: Pregunta 10.....	88
Tabla 47: Pregunta 11.....	89
Tabla 48: Pregunta 12.....	90
Tabla 49: Pregunta 13.....	91
Tabla 50: Pregunta 14.....	92
Tabla 51: Pregunta 15.....	93
Tabla 52: Cálculo de mercado potencial MI LONCHERITA – 2019.....	94
Tabla 53: Mercado potencial MI LONCHERITA 2019 – 2023.....	94
Tabla 54: Cálculo de mercado disponible MI LONCHERITA – 2019.....	95
Tabla 55: Mercado disponible MI LONCHERITA 2019 – 2023.....	95
Tabla 56: Cálculo de mercado disponible MI LONCHERITA – 2019.....	96
Tabla 57: Estimación del mercado efectivo MI LONCHERITA 2019 – 2023.....	96
Tabla 58: Porcentaje base 2019	97
Tabla 59: Estimación del mercado objetivo MI LONCHERITA 2019 – 2023.....	97
Tabla 60: Frecuencia de adquisición MI LONCHERITA	98
Tabla 61: Estimación de la demanda MI LONCHERITA.....	99
Tabla 62: Estacionalidad MI LONCHERITA 2019 – 2023.....	99
Tabla 63: Programa de ventas mensual en unidades MI LONCHERITA	100
Tabla 64: Programa de ventas mensual valorizado MI LONCHERITA.....	100
Tabla 65: Carta de Refrescos	104
Tabla 66: Carta de Opciones para combinar.....	104
Tabla 67: Carta de Frutas	105
Tabla 68: Estrategia de Fijación de precio mediante el costo.....	106



Tabla 69: Costo unitario promedio MI LONCHERITA	108
Tabla 70: Identificar el Público Objetivo.....	112
Tabla 71: Fijar los objetivos de comunicación	112
Tabla 72: Definir el mensaje.....	113
Tabla 73: Canales de comunicación	113
Tabla 74: Distribución del presupuesto de comunicación	113
Tabla 75: Definir el mix de comunicación	113
Tabla 76: Medir los resultados	114
Tabla 77: Coordinar el Proceso	114
Tabla 78: Campaña de Lanzamiento MI LONCHERITA	115
Tabla 79: Promoción todos los años.....	117
Tabla 80: Presupuesto Promoción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	119
Tabla 81: Cronograma mensual 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	120
Tabla 82: Características ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	121
Tabla 83: Distribución de capital social ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	122
Tabla 84: Características de la Pequeña Empresa	122
Tabla 85: Listado de Actividades – Constitución de Empresa	123
Tabla 86: Valorización Constitución de Empresa	123
Tabla 87: Listado de Actividades – Registro de Marca	124
Tabla 88: Valorización – Registro de Marcas	125
Tabla 89: Actividades para la Inspección INDECI	126
Tabla 90: Actividades para la licencia de funcionamiento.....	126
Tabla 91: Procedimiento para obtener la Autorización DIGESA.....	127
Tabla 92: Valorización de licencias y autorizaciones	127
Tabla 93: Resumen de Legislación Laboral	128
Tabla 94: Tasas legislación Tributaria	129
Tabla 95: Cuadro Resumen	131
Tabla 96: Tercerización ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	134
Tabla 97: Perfil Gerente ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	135
Tabla 98: Perfil Jefe Cocina ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	135
Tabla 99: Perfil Jefe Ventas ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	136
Tabla 100: Perfil Coordinador Logístico ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	137
Tabla 101: Perfil Community M. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	137
Tabla 102: Cocinero ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	138
Tabla 103: Perfil Almacenero ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	139



Tabla 104: Perfil del Vendedor ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	139
Tabla 105: Servicio Contable ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	140
Tabla 106: Servicio de Mantenimiento ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	140
Tabla 107: Servicio Legal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	141
Tabla 108: Servicio de Seguridad ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	141
Tabla 109: Servicio de Distribución ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	141
Tabla 110: Servicios y sus gastos ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	142
Tabla 111: Régimen Laboral Pequeña Empresa.....	143
Tabla 112: Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2019.....	145
Tabla 113: Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2020.....	146
Tabla 114: Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2021.....	147
Tabla 115: Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2022.....	148
Tabla 116: Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2023.....	150
Tabla 117: Horarios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	152
Tabla 118: Parámetros de capacidad	153
Tabla 119: Días laborales 2019 – 2023	154
Tabla 120: Cálculo de capacidades y Proceso crítico	155
Tabla 121: Cálculo de capacidad instalada	155
Tabla 122: Programa de ventas ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023	156
Tabla 123: Capacidad utilizada ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023	157
Tabla 124: Cálculo de capacidad máxima	158
Tabla 125: Programa de producción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	169
Tabla 126: Programa de producción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	169
Tabla 127: Requerimiento de bruto materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	171
Tabla 128: Requerimiento neto de materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	172
Tabla 129: Req. por mes 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	174
Tabla 130: Req. por mes 2021 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	176
Tabla 131: Req. por mes 2021 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	179
Tabla 132: Req. por mes 2022 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	181
Tabla 133: Requerimiento de mensual 2023 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	184
Tabla 134: Requerimiento de mano de obra ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	187
Tabla 135: Ficha técnica Cocina Industrial	189
Tabla 136: Ficha técnica Refrigeradora industrial	189
Tabla 137: Equipos - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	190
Tabla 138: Herramientas - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	190



Tabla 139: Utensilios - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	191
Tabla 140: Mobiliario - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	191
Tabla 141: Útiles de oficina ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	192
Tabla 142: Programa para mantenimiento ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	193
Tabla 143: Programa de reposición ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	194
Tabla 144: Programa de compras posteriores ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. ...	195
Tabla 145: Análisis de Macrolocalización de nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	197
Tabla 146: Análisis de Microlocalización de nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	197
Tabla 147: Gastos de adecuación ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	201
Tabla 148: Servicios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	202
Tabla 149: Grado de relación de actividades	202
Tabla 150: Impactos Ambientales del proceso productivo.....	205
Tabla 151: Presupuesto 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	206
Tabla 152: Presupuesto 2020 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	207
Tabla 153: Presupuesto 2021 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	207
Tabla 154: Presupuesto 2022 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	208
Tabla 155: Presupuesto 2023 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	208
Tabla 156: Activo Fijo de planta.....	210
Tabla 157: Activo Fijo de administración.	211
Tabla 158: Activo Fijo de ventas.....	211
Tabla 159: Activo Intangible	212
Tabla 160: Gastos Pre – Operativos.....	213
Tabla 161: Inventarios Iniciales.....	215
Tabla 162: Precios y Cobranzas	216
Tabla 163: Método Déficit Acumulado	217
Tabla 164: Inversión del proyecto	219
Tabla 165: Deuda y Capital.....	219
Tabla 166: Sociedad.....	220
Tabla 167: Notas de Financiamiento	220
Tabla 168: Condiciones de Préstamo.....	220
Tabla 169: Ingresos por ventas.....	222
Tabla 170: Ingresos – Ventas	223
Tabla 171: Capital de Trabajo.....	223



Tabla 172: Valor de Desecho del Activo.....	224
Tabla 173: Presupuesto unitario	226
Tabla 173: Presupuesto de materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023	227
Tabla 174: Mano de Obra	228
Tabla 175: M.O.D. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023.....	230
Tabla 176: C.I.F. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	230
Tabla 179: C.I.F. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023	230
Tabla 180: Administración.....	232
Tabla 181: Servicios de terceros ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	234
Tabla 182: Gastos administrativos ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	234
Tabla 183: Gastos de ventas ALIEMNTOS NUTRITOVOS S.A.C.	235
Tabla 184: Promoción y sus gastos.....	235
Tabla 185: Depreciación en Activos.....	238
Tabla 186: Amortización.....	240
Tabla 187: C.U. de Producción- C. T. de Producción	240
Tabla 188: EEGG sin Gastos Financieros	242
Tabla 189: EEGG con Gastos Financieros.....	243
Tabla 190: Flujo de Caja	244
Tabla 191: Flujo de Capital	245
Tabla 192: Flujo Económico.....	245
Tabla 193: Flujo del préstamo.....	246
Tabla 194: Flujo Financiero.....	247
Tabla 195: COK.....	249
Tabla 196: COK propio.....	250
Tabla 197: Costo de la deuda (Kd)	250
Tabla 198: Costo Promedio Ponderado de Capital	250
Tabla 197: Indicadores 1	251
Tabla 198: Indicadores 2.....	252
Tabla 201: Recuperación de inversión	252
Tabla 202: Cálculo B/C	252
Tabla 203: C.V. por unidad	253
Tabla 204: C. F. total.....	253
Tabla 205: Punto de equilibrio	254
Tabla 206: Análisis Unidimensional 1	255



Tabla 207: Análisis Unidimensional 2	255
Tabla 208: Análisis Unidimensional 3	256
Tabla 209: Multidimensiones.....	256



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Lima Metropolitana - Distribución por porcentajes según Nivel Socioeconómico	21
Figura 2: Estimación del crecimiento poblacional.....	30
Figura 3: Pirámide de la población peruana al 2025	31
Figura 4: Estimación del ingreso per cápita.....	32
Figura 5: PEA Ocupada y Desocupada Formal en Lima.....	33
Figura 6: Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo	34
Figura 7: Evolución porcentual del PBI anual 2007 – 2022	36
Figura 8: Evolución porcentual de la tasa de inflación 2008 – 2018.....	38
Figura 9: Tipo de cambio 2008 – 2018	39
Figura 10: Modalidades de alimentación promovidas por los gobiernos en América Latina	¡Error! Marcador no definido.
Figura 11: Modelo de sistema de pedidos DELILUNCH	47
Figura 12: Modelo de sistema de pedidos LONCHERA SALUDABLE	48
Figura 13: Modelo de sistema de pedidos DELIMAS.....	49
Figura 14: Distribución UGEL – Lima Metropolitana	63
Figura 15: Zonificación UGEL 04 – Comas	64
Figura 16: Zonificación UGEL 04 – San Juan de Lurigancho	65
Figura 17: Entrevista Sra. Elizabeth Castillo	70
Figura 18: Entrevista Deborah Aguirre Alca	72
Figura 19: Panel Fotográfico Focus Group.....	77
Figura 20: Encuesta Digital	79
Figura 21: Pregunta 1 –MI LONCHERITA	79
Figura 22: Pregunta 2 –MI LONCHERITA	80
Figura 23: Pregunta 3 –MI LONCHERITA	81
Figura 24: Pregunta 4 –MI LONCHERITA	82
Figura 25: Pregunta 5 –MI LONCHERITA	83
Figura 26: Pregunta 5 –MI LONCHERITA	84
Figura 27: Pregunta 7 –MI LONCHERITA	85
Figura 28: Pregunta 8 –MI LONCHERITA	86
Figura 29: Pregunta 9 MI LONCHERITA	87
Figura 30: Pregunta 10 –MI LONCHERITA	88
Figura 31: Pregunta 11 –MI LONCHERITA	89



Figura 32: Pregunta 12 –MI LONCHERITA.....	90
Figura 33: Pregunta 13 –MI LONCHERITA.....	91
Figura 34: Pregunta 14 –MI LONCHERITA.....	92
Figura 35: Pregunta 15 –MI LONCHERITA.....	93
Figura 36: Logotipo MI LONCHERITA.....	101
Figura 37: Envase contenedor MI LONCHERITA	102
Figura 38: Envase contenedor del refresco MI LONCHERITA	103
Figura 39: Compra de golosinas en Bodegas o Quioscos escolares en Lima Metropolitana	107
Figura 40: Canal Propio ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	109
Figura 41: Degustación MI LONCHERITA.....	110
Figura 42: Página Web MI LONCHERITA	111
Figura 43: Facebook MI LONCHERITA.....	111
Figura 44: Logotipo MI LONCHERITA.....	124
Figura 45: Organigrama funcional ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	133
Figura 46: Diagrama de operaciones (refresco) MI LONCHERITA	160
Figura 47: Diagrama de operaciones (sandwiches) MI LONCHERITA	161
Figura 48: Diagrama de operaciones (frutas) MI LONCHERITA	162
Figura 49: Diagrama de actividades (refresco) MI LONCHERITA.....	163
Figura 50: Diagrama de actividades (sandwiches) MI LONCHERITA.....	164
Figura 51: Diagrama de actividades (frutas) MI LONCHERITA.....	165
Figura 52: Diagrama de flujo para la elaboración de MI LONCHERITA.....	166
Figura 53: Cadena de Valor	167
Figura 54: Vista frontal de nave industrial.....	199
Figura 55: Ubicación de nave industrial San Juan de Lurigancho.....	200
Figura 56: Vista frontal de nave industrial.....	200
Figura 57: Ubicación de nave industrial Puente Piedra.....	201
Figura 58: Relación de actividades Nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.....	203
Figura 59: Layout Nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	204



CAPÍTULO I

INFORMACION GENERAL

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.

1.1.1. Nombre de la empresa.

Basándonos en “Ley General de Sociedades”, los accionistas hemos optado por nombrar a la empresa como ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., empresa que sujetará el régimen por el número de accionistas (máximo 20) y sin acciones inscritas en el Mercado de Valores¹.

1.1.2. Horizonte de evaluación.

Los accionistas considerarán un periodo de validación del proyecto de 05 años, desde el 2019 hasta el 2023 tomando el 2018 como el año 0 de evaluación.

Adicionalmente se recomienda una revisión a la normativa en la elaboración de loncheras nutritivas puesto que existen parámetros establecidos para su regulación en producción y ventas controladas por el MINSA (Ministerio de Saludos).

1.1.3. Nombre comercial.

¹ Ley 26887 – Título I – Artículo Nro 234.



El nombre comercial será “MI LONCHERITA” que esquematiza la adición del sufijo –ita a lonchera para expresar el direccionamiento de este tipo de merienda para los menores del hogar, considerando como propia esta merienda.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

1.2.1. Actividad económica.

Elaboración del tipo loncheras para niños.

1.2.2. Código CIIU.

Tomando como referencia CIIU², la empresa está comprendido en el el 1075. Esta clase compromete la elaboración de comidas y platos preparados.

1.2.3. Partida arancelaria.

Basándonos en la normativa de SUNAT, las loncheras nutritivas para niños en etapa escolar se ubica en la partida arancelaria denominada PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, específicamente PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS³.

Del tipo Frutas y partes comestibles de plantas, preparados o bien conservados, con adición de azúcar, alcohol o edulcorantes, ubicados en en número de partida arancelaria: 2008.30.00.00.

1.3. Definición del negocio, Modelo CANVAS.

1.3.1. Definición del negocio.

² Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme

³ Sección IV – Capítulo 20



No solo debe considerar en la actualidad un producto que cumpla los requerimientos de clientes ni un servicio apropiado, empresas consideran que los valores agregados que puedan ofrecer a clientes son la clave del éxito, ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. mediante sus propuestas considera elaborar, e introducir un nuevo concepto de lonchera en el mercado de Lima Metropolitana una lonchera nutritiva para niños en etapa escolar, producto que puede ser customizado por el cliente de acuerdo a su elección, cumpliendo con la normativa exigente de elaboración de comestibles, de calidad y nutricional enfocado para el consumo de los niños entre 3 a 12 años.

MI LONCHERITA presenta su propuesta de valor mediante dos características que brindan la esencia de este producto, la primera y que diferencia de otros productos es la customización, ya que el cliente podría escoger entre una cartilla de refrescos, emparedados y frutas de temporada o secas de acuerdo a la afinidad o necesidad, la propuesta de valor se complementa con la segunda característica el ahorro de tiempo para nuestros clientes, propuesta dedicada al ahorro de tiempo de nuestros clientes en la elaboración de loncheras para sus hijos, por lo que ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. combinará estas dos propuestas para que el consumidor con niños en etapa escolar, opte por un producto con insumos de calidad, con el grado de conservación e higiene necesaria.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. optará por un modelo de negocio B2C⁴ dado que MI LONCHERITA el target es un público objetivo de nivel socioeconómico B y C ubicado en Lima Metropolitana (41% el NSE C y 24.40% el NSE B), controlando el 65.40% (ver Figura 1), padres o familiares del menor en etapa escolar; público que desee darle a sus niños una alimentación adecuada y no posean el tiempo para elaborar una lonchera con las condiciones óptimas de seguridad e higiene.

⁴ Business to consumer – Negocio al consumidor

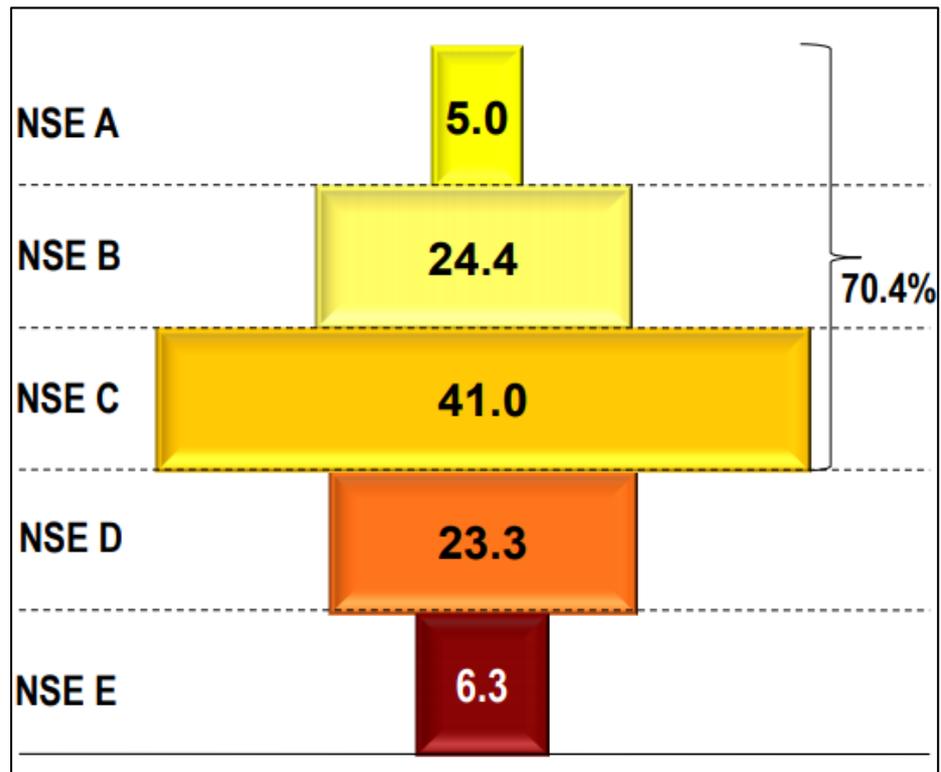


Figura 1. Lima Metropolitana - Distribución por porcentajes según Nivel Socioeconómico

Nota: Extraído de los Niveles socioeconómicos según APEIM 2017 ([http://www.apecim.com.pe/wp-content/themes/apecim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf](http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apecim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf)).

Durante el horizonte del proyecto la distribución será llevada por la empresa, desde la nave de producción principal o sede hacia los puntos de entrega con los clientes, los cuales serán agrupados por colegios previos al ingreso de los niños a clases.

1.3.2. Modelo CANVAS.

Se modelará el negocio de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. (ver Tabla 1).

Tabla 1.

CANVAS ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS - LONCHERAS NUTRITIVAS PARA NIÑOS EN EDAD ESCOLAR

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON CLIENTES	SEGMENTOS DE MERCADOS
<ul style="list-style-type: none"> -Inversionistas. -Proveedores de frutas y verduras. -Proveedores de empaques y embalajes. -Servicio Logístico de distribución. -Personal con experiencia en la elaboración y conservación de alimentos para niños. -Nutricionista. 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar una plataforma para gestión de pedidos y ventas. -Actividades de marketing y promoción. -Servicio al cliente y centro de contacto. -Gestión de inventarios. -Gestión de producción. -Gestión de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> -OPTIMIZACION DEL TIEMPO: El cliente podrá transferir el tiempo utilizado y sus costos de oportunidad para otras actividades. -CUSTOMIZABLE. El consumidor podrá escoger dentro de la carta actualizada la lonchera diaria para su niño en etapa escolar. -VALOR NUTRICIONAL. La lonchera consta de 01 refresco más 02 panes y 01 fruta, las cuales tendrán un contenido validado para poder entregar las cantidades energéticas que necesitan los niños en etapa escolar. Desde un punto de vista emocional, los padres de familia transfieren la confianza en la elaboración de la lonchera a sus niños. 	<ul style="list-style-type: none"> -Soporte de ventas para potenciales clientes mediante plataforma web (página web, página de Facebook, WhatsApp). -Ejecución de entregas y abastecimiento, según las condiciones acordadas con clientes y canales de distribución. -Estrechar el nexo entre consumidor atendiendo consultas e informando sobre las novedades en la carta ofrecida mediante llamadas telefónicas. 	<p style="text-align: center;">PÚBLICO OBJETIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Usuario potencial: Niños de género indistinto con edad escolar entre 3 y 12 años. -Consumidor Nivel Socioeconómico B y C Género Indistinto Personas que quieran darle a sus niños una nutrición adecuada y no posean el tiempo de preparar una lonchera. Padres o familiares del menor. Edad entre 18 y 60 años.
	RECURSOS		CANALES	
	<ul style="list-style-type: none"> -Plataforma web y aplicación. -Recursos humanos (ventas). -Recursos humanos (cocina). -Componentes de lonchera variados. -Aporte económico de los socios. -Gastos de pre operación (acondicionamiento de cocina oficinas, etc.). -CRM. 		<ul style="list-style-type: none"> -Página Web. -Fuerza de venta. - Facebook. 	



ESTRUCTURA DE COSTOS

- Abastecimiento de frutas y verduras
- Abastecimiento de empaques y embalajes.
- Electricidad y agua potable.
- Costo de mano de obra.
- Gastos de administración.
- Alquiler de cocina y oficinas.
- Marketing y publicidad.
- Gastos de distribución.

Nota: Elaboración propia – 2018.

FUENTES DE INGRESO

- Pagos al contado.

1.4. Descripción del producto o servicio.

MI LONCHERITA es una combinación entre un refresco, dos emparedados y una fruta fresca o seca (ver Tabla 2), las cantidades exactas y detalles energéticos se validarán por un nutricionista para definir la cantidad de energía necesaria para que el niño pueda cumplir con sus actividades escolares.

Tabla 2.

Carta MI LONCHERITA.

REFRESCO (R)	COMBINACION (O1) + (O2)		FRUTA (F)
	OPCION (O1)	OPCION (O2)	
-Carambola	-Con pollo y verduras	-Con pollo y verduras	-Mandarina
-Cebada	-Choclo rebozado con huevo	-Choclo rebozado con huevo	-Manzana
-Limonada	-Con sangrecita de pollo	-Con sangrecita de pollo	-Granadilla
-Naranja	-Papa con huevo	-Papa con huevo	-Naranja
-Manzana	-Con torreja de atún	-Con torreja de atún	-Tuna
-Membrillo	-Choclo arrebozado con queso	-Choclo arrebozado con queso	-Durazno
-Piña	-Con torreja de sangrecita	-Con torreja de sangrecita	-Pasas
	-Con palta y huevo	-Con palta y huevo	-Manies
	-Con queso y espinaca	-Con queso y espinaca	
	-Con atún y cebolla	-Con atún y cebolla	

Nota: Elaboración propia - 2018.

MI LONCHERITA será definida por el cliente hasta con 8 horas de anticipación y contendrá un producto fresco, que cumple las condiciones en cuanto a calidad establecidos por DIGESA, con la conservación necesaria e higiene necesaria para poder utilizarlos a la hora del refrigerio de los niños. Como parte de la estructura del negocio, la entrega está incluida dentro del precio y esa se realizaría a las afueras del colegio del cliente.

1.5. Oportunidad de Negocio.

Actualmente la población infantil en edad pre escolar y escolar posee un abanico de malos hábitos alimenticios, liderados por el consumo de comida chatarra y comida procesada, mientras que los alimentos de origen natural son desplazados poco a poco de la dieta de los niños, limitando las opciones que pueden ayudar a los niños a tener un mejor rendimiento escolar mediante el consumo de alimentos con propiedades nutricionales básicas.



Esto se ve reflejado en un informe de la OMS⁵, destacando que la obesidad es el más importante de los graves problemas a los que están expuestos los menores, donde los niños podrían ser afectados a enfermedades como la diabetes o cardiovasculares a temprana edad. El informe destaca que uno de cada tres niños de Lima Metropolitana sufre de sobrepeso por falta de actividad física o ingesta de comida no recomendada para el niño⁶, En la siguiente tabla (ver Tabla 3), se puede observar el impacto del sobrepeso en niños y niñas respecto a rangos de edad.

Tabla 3.

Exceso de peso en Niños y Niñas por edades.

EDAD	ENTRE 5 A 9 AÑOS			ENTRE 10 A 19 AÑOS		
	TOTAL	SOBREPESO	OBESIDAD	TOTAL	SOBREPESO	OBESIDAD
HOMBRE	4,121	15.50%	10.80%	9,509	9.60%	3.80%
MUJER	3,949	15.40%	6.80%	9,031	12.50%	2.60%

Nota: Revista Peruana de Medicina Experimental- Elaboración propia.

El mercado de Lima Metropolitana ofrece opciones limitadas respecto a la elaboración de refrigerios para niños, y el preparar una lonchera, término utilizado para los alimentos que el niño en edad escolar lleva a su colegio, trae dificultades en cuanto a tiempo a las madres para su preparación.

Según una entrevista del diario El Comercio al anterior ministro de educación Idel Vexler, respecto al inicio del año escolar 2018, estimando que hay más de 6 millones 700 mil niños matriculados solo en colegios públicos y cerca de 1 millón y medio en colegios privados, estimando que más de 1 millón y medio de menores solo en colegios de Lima Metropolitana⁷, oportunidad por la gran cantidad mercado potencial.

⁵ Organización Mundial de la Salud

⁶ Informe acerca del Sobrepeso y obesidad: en la población peruana (2009-2010)

⁷ <https://elcomercio.pe/lima/judiciales/vivio-inicio-ano-escolar-2018-lima-fotos-noticia-503785>



1.6. Estrategia Genérica.

Michael Porter ha considerado una serie de estrategias para conseguir ventajas competitivas con respecto a los competidores que sean sostenibles en el tiempo, ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. durante el horizonte (2019 al 2023), planteará una estrategia genérica denominada Diferenciación, el objetivo es posicionar a MI LONCHERITA como un tipo de lonchera única y muy difícil de igualar por sus competidores a nivel de producto y servicio,

Desde inicios del 2019 hasta Diciembre del 2023, optaremos por la estrategia genérica de Diferenciación, dándole a MI LONCHERITA un carácter único, esta lonchera será valorada por sus clientes y usuarios, esta estrategia exige la creación de una carta para todos los componentes de la lonchera, validada por especialistas orientados en temas nutricionales, la investigación constante de las expectativas y percepciones del cliente y potenciales clientes, este seguimiento y monitoreo constantes posicionarán a MI LONCHERITA como una solución única en su tipo en los colegios de Lima Metropolitana por su valor nutricional, componentes combinables y un servicio de entrega impecable.

En un plazo mediano (2020 al 2022), se plantarán estrategias de liderazgo global de costos, con el fin de reducir las mermas relacionadas a nuestra producción, reutilizando todos los insumos para mantener una merma operativa dentro de la cocina menor al 1% este sistema de producción a implementar dentro de la cocina de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.; esta herramienta de mejora continua pretende impulsar directamente la calidad de los componentes de la lonchera, cabe resaltar que para la implementación de esta estrategia se debe de considerar como puntos de inflexión los cambios en la demanda o cambios bruscos en la carta.

Al largo plazo (desde el 2021 hasta el 2023) se desarrollará una estrategia de expansión, tomando como pilar los conocimientos añadidos y adquiridos durante la primera etapa del proyecto en el comportamiento del sector alimentación de niños en edad pre escolar y escolar, con el fin de expandirse a nuevos mercados dentro de Lima Metropolitana, aumentando su impacto y alcance con una agresiva campaña en redes sociales.



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.

Lima es la capital oficial de la República del Perú, en la siguiente tabla (ver Tabla 4), se determina la cantidad de habitantes y superficie en kilómetros cuadrados durante las últimas estadísticas para el 2018 generadas por el INEI⁸,

Tabla 4.

Proporción en Superficie y Habitantes entre la República de Perú.

PERU	Superficie (Km2)	Habitantes
Población total	1,285,215.60	32,162,184
Lima	34,828.12	9,320,000

Nota: INEI – Elaboración Propia – 2018.

Para verificar las cantidades por ciudades y provincias de la República del Perú (ver Tabla 5).

⁸ Nota de prensa 2018 – Instituto Nacional de Estadística e Informática.



Tabla 5.

Ciudades y Provincias del Perú – 2015.

PROVINCIAS CON MAYOR POBLACION		
DEPARTAMENTO	PROVINCIA	POBLACION
Lima	Lima	8,890,792
Prov. Const. Del Callao	Prov. Const. Del Callao	1,013,935
Arequipa	Arequipa	969,284
La Libertad	Trujillo	957,010
Lambayeque	Chiclayo	857,405
Piura	Piura	765,601
Loreto	Maynas	551,383
Junin	Hunacayo	503,139
Cusco	Cusco	450,095
Ancash	Santa	438,290
Cajamarca	Cajamarca	388,140
Ucayali	Coronel Portillo	377,875
Ica	Ica	362,693
Piura	Sullana	317,443
Tacna	Tacna	316,964
Huánuco	Huánuco	309,545
Lambayeque	Lambayeque	296,645
Punto	San Román	293,697
Ayacucho	Huamanga	277,224

Nota: Extraído de Población y estimaciones anuales del 2015 – 2025 - INEI.

En la tabla (ver Tabla 5) podemos definir que es una gran oportunidad para MI LONCHERITA la implementación del proyecto en Lima (Provincia de Constitucional del Callao y Lima), debido a que concentra aproximadamente el 30% de la población de Perú, adicionalmente podemos destacar la presencia de las ciudades de Arequipa, Trujillo y Chiclayo con una presencia similar de habitantes como posibles variables de expansión.



2.1.1.2. Crecimiento Poblacional por género.

En la siguiente tabla (ver Tabla 6), se realizan unos cálculos estimados para la población según género, destacando en esta información un balance en cuanto al género en Perú, para el 2019 año de inicio del proyecto se proyecta una participación de 50% de hombres y 50% de mujeres, esta participación igualitaria en cuanto a género en el país es importante concluyendo que cada género posee medios de comunicación diferentes y dedicados, respondiendo diferentemente a promociones y ofertas.

Tabla 6.

Estimación por género – Perú desde el 2000 hasta el 2020

AÑO	POBLACION		
	TOTAL	HOMBRE	MUJERES
2015	31,151,643	15,605,814	15,545,829
2016	31,488,625	15,772,385	15,716,240
2017	31,826,018	15,939,059	15,886,959
2018	32,162,184	16,105,008	16,057,176
2019	32,495,510	16,269,416	16,226,094
2020	32,824,358	16,431,465	16,392,893

Nota: Extraído de INEI – 2018.

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

a. Tasa de crecimiento de la población

Se proyecta la cantidad de habitantes estimada hasta el 2050 (ver Figura 2), este cálculo desarrollado por INEI, refleja un crecimiento tanto en los sectores urbanos como rurales, específicamente si definimos que Lima Metropolitana se ubicaría en el sector urbano este tiene una mayor performance de crecimiento, indicador alentador para nuestro modelo de



negocio puesto que incrementa las cantidades de mercado potencial al transcurrir los años del horizonte del proyecto.

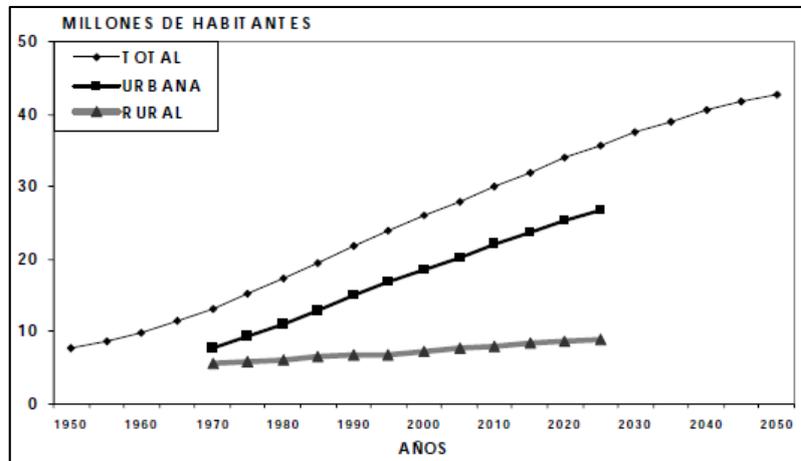


Figura 2.

Estimación del crecimiento poblacional

Nota: Extraído de INEI - <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/>

b. Distribución Poblacional por rango de edades

En el 2018 la población menor de 15 años es representada por el 25.70% de la población, mientras que para el 2025, los menores de 15 años bordearía el 24.09% de la población. Mientras que la población mayor a 18 años y menor a 60 representa el 67.01% y para el año 2026 sería el 67.48% (ver Figura 4).

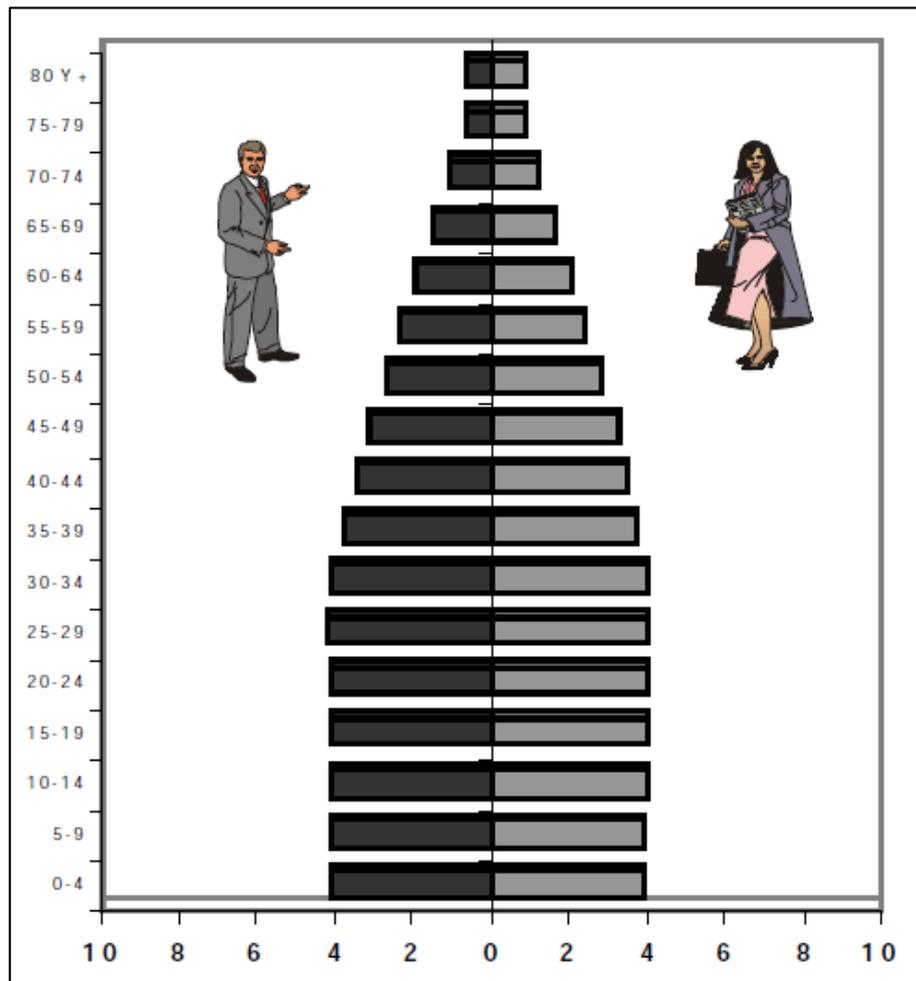


Figura 3. Pirámide de la población peruana al 2025

Nota: Extraído de documento INEI - <https://www.populationpyramid.net/es/per%C3%BA/2017/>

Así, dentro 10 años (2025), tenemos estimado una reducción del 6% en el rango de edades de los usuarios, mientras que nuestro mercado objetivo tiene un incremento de 0.7% el incremento porcentual en las personas mayores a 18 años y menores a 60 años de edad.

Se concluye que el mercado objetivo se ubica dentro de la población económicamente activa (PEA), y el perfil de los usuarios a pesar de su reducción no muestra resultados desalentadores, indicadores importantes para definir la información de segmentación del mercado potencial y usuarios.

c. Ingreso per cápita

Como definición es la recaudación promedio que recibe una persona; obtenido mediante la división del volumen de ingresos netos del país entre el número de habitantes.

El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, calcula que el ingreso per cápita en Perú se ubica en US\$ 15,085 para el 2018⁹ (ver Figura 4).



Figura 4. Estimación del ingreso per cápita

Nota: Extraído del diario Gestión - <https://gestion.pe/economia/pbi-nuestro-ingreso-habitante-frente-paises-region-122603>.

Este indicador es favorable puesto que MI LONCHERITA está enfocado a consumidores de nivel socioeconómico B y C, y el crecimiento tiene una tendencia a la mejora en los próximos cinco años.

d. Población Económicamente activa (PEA)

En la siguiente figura (ver Figura 6), se muestra los resultados de la Encuesta Permanente de Empleo, la Población en edad para trabajar (PET) de 7 millones 649 mil personas, de esta el 68.4% representa la

⁹ <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=22641>

población económicamente activa, mientras solo 31.6% representa la población económicamente no activa.

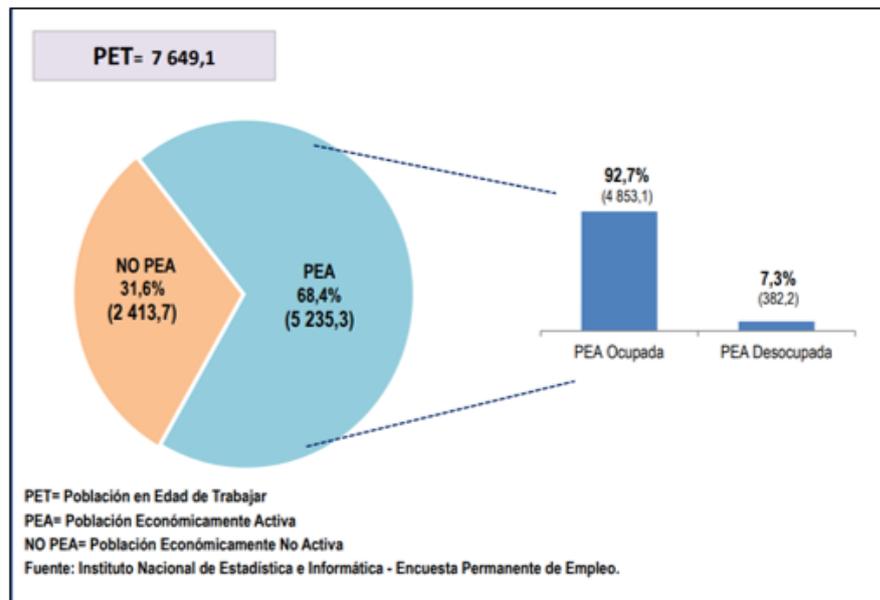


Figura 5. PEA Ocupada y Desocupada Formal en Lima

Nota: Extraído de INEI <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>.

La estadística muestra los porcentajes respecto a condiciones formales, se considera que el trabajo informal tuvo una reducción del 3.9% en el 2017.

e. Ingresos

Es validado por INEI que el principal ingreso es proveniente del trabajo (promedio 70%), otros varían en transferencias o rentas.

Según la siguiente figura (ver Figura 6), el ingreso promedio en Lima es de S/.1667 con un incremento respecto al 2016 del 0.4%, este ingreso varía respecto al género con un promedio de S/.1919 para los hombres y S/.1,353 para las mujeres.

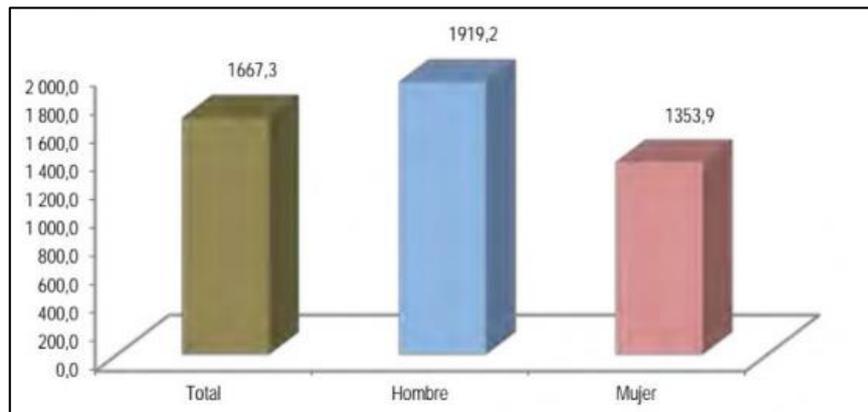


Figura 6. Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo

Nota: Extraído de INEI
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1105/cap06.pdf .

El INEI destacó que el año pasado el ingreso aumentó en 3.7% en manufactura y 3.1% en construcción, por lo expuesto este indicador de aumento anual es favorable por el incremento en el poder de adquisición de los consumidores.

2.1.1.3. Balanza Comercial, Importaciones y Exportaciones.

Balanza comercial se define como las exportaciones respecto a las importaciones generalmente medidas por países, en la siguiente tabla (ver Tabla 7), podemos observar que las exportaciones y las importaciones han crecido con respecto al año pasado para el Perú.



Tabla 7.

Balanza comercial (Millones US\$).

	2015	2016	2017		2018*	
			dic-16	mar-17	dic-16	mar-17
EXPORTACIONES	34236	36838	40252	41807	41986	43930
Productos tradicionales	23291	26004	29265	30657	30200	32086
Productos no tradicionales	10857	10733	10902	11043	11695	11731
IMPORTACIONES	37385	35107	37798	37846	39734	39662
Bienes de consumo	8791	8612	8897	9039	9233	9199
Insumos	15923	15115	16350	16454	17143	17330
Bienes de capital	12007	11116	12269	12068	13061	12835
BALANZA COMERCIAL	-3150	1730	2454	3961	2252	4268

Nota: Extraído del reporte BCRP – 2017.

El Perú posee como principales países de exportación a USA y China, y de forma similar para sus importaciones dependencia de compra en USA, China y Brasil (autos y electrodomésticos).

2.1.1.4. PBI, Tasa de crecimiento económico, Tasa de Inflación, Tasa de Interés, Tipo de cambio, Riesgo País.

a. PBI

Es un concepto macroeconómico definido por el valor total de bienes y servicios, para el Perú el PBI en porcentaje de crecimiento se registró en 2.8% para el 2018 y en 3% para el 2022.

En la siguiente figura (ver Figura 7), se muestra la evolución porcentual que existe año a año en Perú, este factor no condiciona macroeconómicamente el proyecto por lo que un crecimiento es alentador.

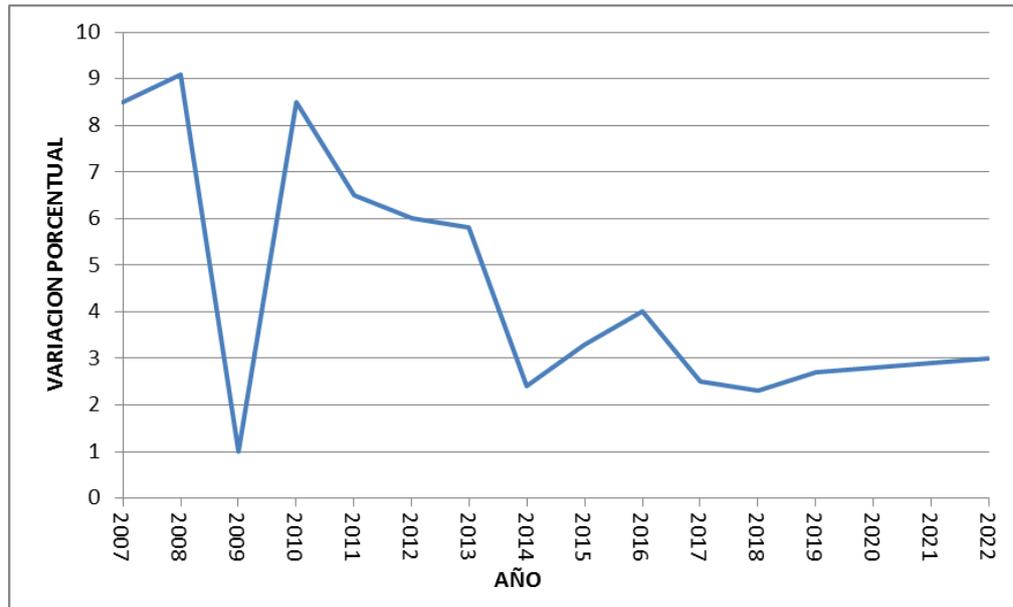


Figura 7. Evolución porcentual del PBI anual 2007 – 2022

Nota: Elaboración propia - INEI – 2018.

b. Tasa de crecimiento económico

El FMI¹⁰ estimó que el 2017 el Perú se ubicó con un crecimiento de 4.3% para el 2017¹¹.

Según la siguiente tabla (ver Tabla 8). Para el 2018 se proyecta que el crecimiento del Perú sea de 3.5%, indicador alentador para nuestro proyecto, previendo que este se mantenga durante el periodo 2019 - 2023.

En Latinoamérica posee el primer lugar en este indicador de crecimiento seguido de Colombia.

¹⁰ Fondo Monetario Internacional

¹¹ <https://peru21.pe/economia/peru-liderara-crecimiento-economico-2017-62887>



Tabla 8.

Crecimiento económico Perú y América Latina.

	2015	2016	2017	2018
América Latina y El Caribe	0.2	-0.7	1.2	2.1
América del Sur	-1.3	-2.3	0.8	1.8
América del Sur sin economías en contracción	2.9	2.4	2.9	3.3
América Latina				
Perú	3.3	4.0	4.3	3.5
Colombia	3.1	1.9	2.6	3.5
Argentina	2.5	-2.4	2.2	2.8
Chile	2.3	1.6	2.1	2.7
México	2.6	2.2	1.7	3.0
Brazil	-3.8	-3.5	0.2	1.5
Venezuela	-6.2	-12.0	-6.0	-3.0

Nota: Extraído de Fondo Monetario Internacional (FMI) -2018.

c. Tasa de Inflación

La inflación es un indicador relacionado al retorno de inversión, por lo que su tratamiento es importante para la toma de decisiones.

El BCP indica que para el 2018 se tendrá un nivel de inflación menor al 1%¹², estos niveles se pueden justificar debido al incremento de 3.8% del rubro esparcimiento, servicios culturales, enseñanza y mayores precios en alquiler, combustibles y electricidad (promedio de 3% en aumento).

¹² <https://gestion.pe/economia/bcp-inflacion-peru-debajo-1-primer-trimestre-2018-224044>

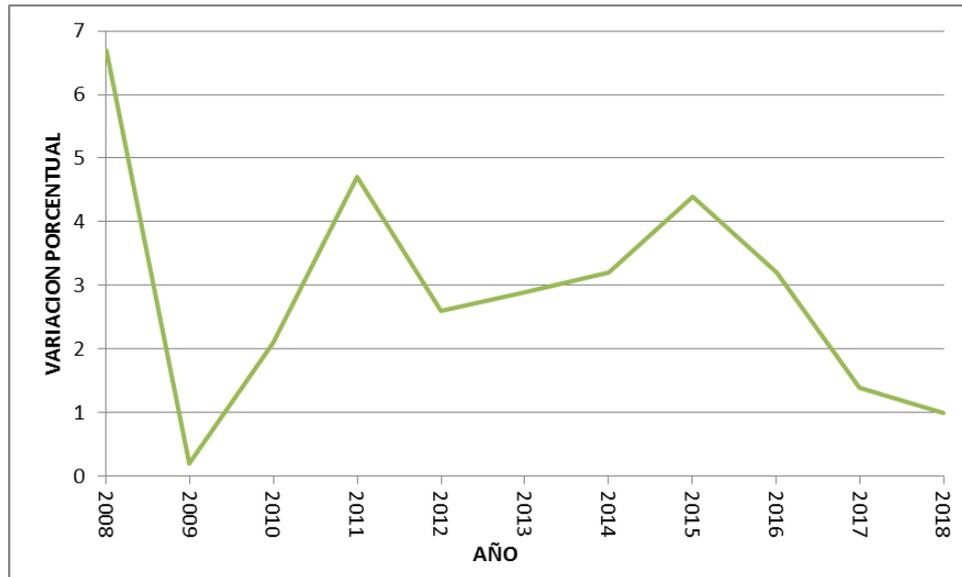


Figura 8. Evolución porcentual de la tasa de inflación 2008 – 2018

Nota: Elaboración propia – BCRP.

Según la figura anterior (ver Figura 9), se evidencia una tendencia a la baja para el periodo de nuestro proyecto con un rango objetivo del Banco Central de Reserva (de 1% a 3%).

d. Tasa de Interés

La tasa de interés se establece por las entidades privadas responsables de generar los créditos según plazo y montos, existiendo ciertos parámetros a cumplir para la otorgación de créditos, dicho esto este indicador deberá de ser estudiado debido a que se necesitará de un financiamiento para activos y capital de trabajo, afrontando tasad de intereses consecuentes con nuestro modelo de negocio.

e. Tipo de cambio

El tipo de cambio de US\$ a S/., en Perú concentra una tendencia hacia la baja, según el BBVA Research el dólar podría un rebote en el 2018 (de S/.3.25 a S/.3.30), (ver Figura 9).

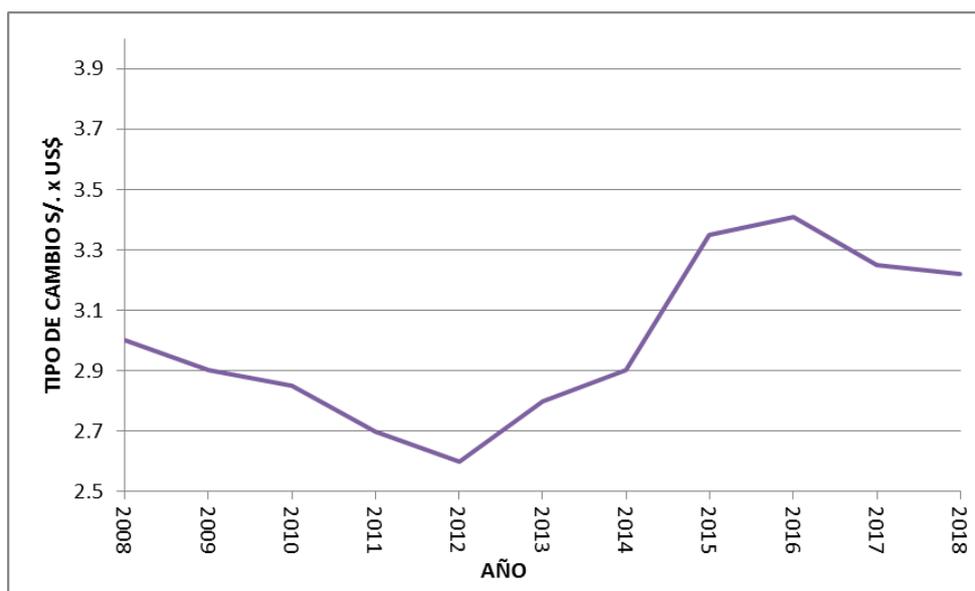


Figura 9. Tipo de cambio 2008 – 2018

Nota: Elaboración propia – SBSA.

f. Riesgo País

En la siguiente tabla (ver Tabla 9) y calculado por JP MORGAN, el Riesgo País muestra un panorama optimista en América Latina para el Perú.

El riesgo país de Perú se mantuvo en 1.22 puntos porcentuales, mejorando respecto al año pasado. Otros ejemplos como Panamá (1.03 puntos porcentuales) seguido de Chile (1.13 puntos) reportaron los puntos más bajos de América Latina¹³.

¹³ http://desarrolloperuano.blogspot.pe/2018/01/el-peru-en-el-ranking-latinoamericano_13.html



Tabla 9.

Riesgo País en Perú y Latinoamérica.

RANKING	PAIS	RIESGO
1	Panamá	1.03
2	Chile	1.13
3	Perú	1.22
4	Uruguay	1.37
5	Colombia	1.64
6	Brasil	2.15
7	México	2.41
8	Rep. Dominicana	2.58
9	El Salvador	3.58
10	Argentina	3.63
11	Ecuador	4.53
12	Venezuela	49.25

Nota: Extraído de BCRP – 2018.

2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

a. Ley General de Sociedades

Define las normas y directrices para las organizaciones y régimen de organizaciones que permiten la regulación y bases para el incio de actividades dentro de un marco legal.

b. Ley del Registro Único de Contribuyentes.

Destacado en el Decreto Legislativo N°9431, establece que el RUC¹⁴ es el sistema mediante el cual se identifica y asignan números a personas naturales y sociedades que van a realizar actividades económicas, que derivarán en obligaciones de carácter tributario.

c. Ley de promoción y formalización del micro y pequeña empresa.

Enunciada en la Ley Nro 28015- 2003. Pretende la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de los micros y pequeñas

¹⁴ Registro Único de Contribuyentes



empresas con el fin de incrementar el mercado nacional, de exportación y su contribución con empleos sostenibles para la recaudación tributaria posterior.

d. Ley De Seguridad y Salud en el Trabajo

Enunciada en la Ley Nro. 29783, posee como principal objetivo prevenir los riesgos laborales a través de la prevención de los empleadores y dueños de negocio, el estado se encarga de regular con la interacción y participación de las organizaciones internas.

e. Código de protección y defensa del consumidor.

Enunciado en Ley Nro. 29571, este código establece normas de protección y defensa de consumidores. El principio es que los consumidores puedan acceder a productos o servicios que tengan un respaldo por el Estado, de esta manera se corrige, prevé o elimina conductas que afecten los intereses de los consumidores.

f. Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las PYMES.

Definido en el Decreto Legislativo Nro. 10862, la Ley PYME regula el aspecto laboral, problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que eran impedimentos para formalizar las empresas en el Perú.



2.1.2. Del Sector.

2.1.2.1. Mercado Internacional.

América Latina se han presentado Programas de Alimentación Escolar como estrategia de reducción para la desnutrición, deserción escolar mejoras en el aprendizaje.

Los programas de los diferentes países de America Latina han cambiado desde su concepción, objetivos, cobertura, mecanismos de participación social y evaluación. En la siguiente tabla (ver Tabla 10), se presenta las dimensiones del desafío.

Tabla 10.

Dimensiones del desafío en América Latina.

ECONOMICO	Presupuesto asignado para alimentar a las nuevas generaciones.
SOCIAL	Alimentar a un niño en edad escolar significa que se eduque y tenga posibilidades de la inclusión social.
POLITICO	Mediante políticas donde participe el ciudadano en la gestión y el control.

Nota: FAO.

El gobierno de Colombia fue el pionero para estos programas de alimentación para niños en edad escolar integrando políticas desde 1941, siendo el gobierno de Paraguay el último en alinearse a estos programas con su inclusión en 1995.

En la siguiente tabla (ver Tabla 11) se presentan distintas modalidades de alimentación para los estudiantes escolares, en ocho países de América Latina, generalmente aplicados como pilotos (vasos de leche o iniciativas individuales de almuerzos escolares).



Tabla 11.

Modalidades de alimentación promovidas por los gobiernos en América Latina.

PAIS	MODALIDADES DE ALIMENTACION GUBERNAMENTAL
Bolivia	Alimentación Complementaria Escolar (ACE)
Colombia	Programa de Alimentación Escolar (PAE)
El Salvador	Programa de Alimentación y Salud Escolar (PASE)
Guatemala	Programa de Alimentación Escolar (PAE)
Honduras	Programa de Merienda Escolar (PME)
Nicaragua	Programa Integral de Nutrición Escolar (PINE)
Paraguay	Programa de Complemento Nutricional (Vaso de Leche)
Perú	Programa de Alimentación Escolar Qali Warma

Nota: Extraído de Programas de Alimentación Escolar en América Latina 2025.

Los países nombrados en la siguiente tabla (ver Tabla 12), presentan sus modalidades de alimentación escolar a detalle.

Tabla 12.

Cobertura de los gobiernos Latinoamericanos para la alimentación escolar.

PAIS	COBERTURA	MODALIDAD
BOLIVIA	Focalizado	-Los programas no son considerados de carácter universal, puesto que aún no existe legislación que obligue a los gobiernos autónomos municipales a brindar el servicio. -Existen algunos municipios que no proveen alimentación escolar. -Los municipios que otorgan alimentación escolar tratan de cubrir a la mayor población estudiantil posible. -Priorizan a escolares de nivel inicial y primaria.
COLOMBIA	Focalizado	-Se aplican criterios como (área rural, modalidad educativa, grupos étnicos, tasa de matrícula, tasa de deserción, abandono escolar). -Aplicado al total de la población matriculada. -Priorizan a escolares de nivel inicial, primaria y secundaria.
EL SALVADOR	Universal	-Se rige bajo modalidades como almuerzos en escuelas y el Programa Presidencial Vaso de Leche. -Priorizan a escolares de nivel inicial y primaria.
GUATEMALA	Universal	-Atiende al total matriculado -Priorizan a escolares de nivel inicial y primario.
HONDURAS	Universal	-Programa Merienda Escolar atiende a todos los escolares en colegios públicos.
NICARAGUA	Universal	-Programa Merienda Escolar atiende a todos los escolares en colegios públicos y privados.
PARAGUAY	Universal	-Programa Merienda Escolar (Vaso de Leche) orientada a la educación estatal. -Priorizan a escolares de nivel inicial y primaria.
PERU	Universal	-Dirigido a niños en edad escolar en colegios estatales, con un alcance gradual. -Priorizan a escolares de nivel inicial y primaria.

Nota: Extraído de Programas de Alimentación Escolar en América Latina – 2025.



2.1.2.2. Mercado del consumidor.

Nuestro mercado objetivo presenta dos variables: Consumidor y usuario.

El consumidor segmentado por niveles Socioeconómicos (B y C) de Lima Metropolitana sin importar el género, presenta un indicador importante, definido por la mujer peruana que está presente en la actividad económica del país, según un estudio de la CEPAL, señala que hay una participación del 67% en el trabajo, por lo que se asume la probabilidad de que ambos (el padre y la madre) de una familia trabajen teniendo un estilo de vida agitado, rápido y sin tiempo para realizar tareas domésticas; desembocando en que el tiempo para la preparación de la lonchera escolar sea mínimo o nulo

Para la definición del usuario se realizará un análisis cuantitativo de la cantidad de escolares que tiene Lima Metropolitana (ver Tabla 12), MI LONCHERITA está orientado a niños en edad escolar desde 3 hasta los 12 años, direccionaremos el producto hacia los escolares de nivel inicial y primaria. Concluyendo que los distritos que tienen mayor cantidad en primaria son los mismos distritos de secundaria.

Tabla 13.

Análisis de Escolares en Primaria y Secundaria de Lima.

		LIMA CENTRO	LIMA MODE RNA	LIMA NORTE	LIMA ESTE	LIMA SUR	CALL AO
SECUNDARIA	ESCOLARES	63,350	96,793	176,002	164,524	136,693	70,774
	DISTRITO CON MAYOR CANTIDAD	Lima	Surco	San Martin de Porres	San Juan de Luriganc ho	Villa María del Triunfo	Callao
	CANTIDAD DISTRITO MAYOR	24,322	18,168	43,114	70,686	33,202	26,477
	COLEGIOS	253	399	867	694	553	292
PRIMARIA	ESCOLARES	75,869	107,716	240,219	227,688	181,615	102,722
	DISTRITO CON MAYOR CANTIDAD	Lima	Surco	San Martin de Porres	San Juan de	Villa María	Callao



					Lurigancho	del Triunfo	
CANTIDAD DISTRITO MAYOR	26,478	24,454	59,002	99,175	44,386	102,722	
COLEGIOS	378	497	1,549	1,219	997	535	

Nota: Extraído de IPSOS Perú - Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2016-
Elaboración propia.

2.1.2.3. Mercado de proveedores.

La base de una cadena de suministro inicia con la selección de los proveedores de insumos y suministros.

Como el producto a elaborar y comercializar va para el consumo directo de personas, se elaborará ciertos parámetros para homologar proveedores y poder cumplir con la responsabilidad en la calidad ofrecida a nuestra a los clientes, por lo que inicialmente se tendrá la siguiente lista de proveedores principales (ver Tabla 13), donde se detallan los principales proveedores, su razón social y dirección.

Tabla 14.

Listado de principales proveedores ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

EMPRESA	RUC	DIRECCION
PANIFICADORA BIMBO DEL PERU	20348735692	Jr. Jorge Chavez Nro. 860 - Carmen de la Legua
ALISUR	20465976561	Las Fraguas 379. Urbanización El Naranjal, Independencia, Lima, Lima, Perú
MAKRO SUPERMAYORISTA	20492092313	Av Elmer Faucett, Cercado de Lima 07001
ASOCIACION DE COMERCIANTES UNICACHI	20512143157	Pro Industrial (Km 22 Panm.Norte Frente a Urb.Pro)
MEGAMERCADO HUAMANTANGA	20456523278	Leonidas Gutierrez 194 - Puente Piedra
PAMOLSA	20251995967	Av. Elmer Faucett 3486 Urb. Bocanegra

Nota: Elaboración propia – 2018.



2.1.2.4. Mercado competidor.

Establecemos como principales competidores los ya establecidos en el mercado de Lima Metropolitana que buscan incrementar sus clientes mediante la inclusión de meriendas a niños

a. DELILUNCH

Empresa de capital peruano posicionada en el mercado, dedicada a la elaboración y distribución de loncheras nutritivas para niños de los niveles de inicial, primario y secundario.

DELILUNCH tiene una presencia de 6 años en el mercado en los cuales cada vez ha ido mejorando sus productos y servicios a pedido y gusto del consumidor final orientados a consumidores de nivel socioeconómico A y B.

La principal estrategia de comunicación con la que cuenta DELILUNCH es su plataforma diseñada para el uso y entendimiento del usuario, donde además muestra los productos que se ofrecen (ver Figura 11).



Deli Pedido

Selecciona los círculos de acuerdo a tu pedido

¿Ya estás registrado para hacer tu pedido?

Si no lo estás cotoca tu mail e inmediatamente te llegará un formulario de registro a tu página

Ponle un sabor diferente a cada día de la semana

Consultalo con tu hijo(a)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Sandwich de Nuggets	<input type="radio"/>				
Sandwich H5	<input type="radio"/>				
Sandwich Light	<input type="radio"/>				
Sandwich Popeye	<input type="radio"/>				
Frugos	<input type="radio"/>				
Agua San Luis	<input type="radio"/>				
Zumos de Fruta	<input type="radio"/>				
Manzana	<input type="radio"/>				
Mandarina	<input type="radio"/>				
Plátano	<input type="radio"/>				
Durazno	<input type="radio"/>				
Pera	<input type="radio"/>				
Uvas	<input type="radio"/>				
Ensalada de Frutas	<input type="radio"/>				
Huevitos de Codornis	<input type="radio"/>				
Galletitas hechas en casa	<input type="radio"/>				

Arma tu Deli Lonchera

Formulario en la parte de abajo

Imágenes referenciales del producto

1. Escoge tu Sandwich



Sandwich de Nuggets
(Pan, tomate, lechuga y nuggets)



Sandwich H5
(Pan blanco, durazno, jamón y lechuga)

Figura 10. Modelo de sistema de pedidos DELILUNCH

Nota: Extraído de DELILUNCH (<http://www.delilunch.lu/>).

b. LONCHERA SALUDABLE

Esta empresa cuenta también con más de 6 años en el mercado en los cuales cada vez ha ido mejorando sus productos, servicios de pedidos y sabor de sus productos. Posee una diversidad de productos que buscan satisfacer necesidades nutritivas de los menores, aunque presenta algunas deficiencias en su medio de comunicación con el cliente (ver Figura 12).

LONCHERA SALUDABLE actualmente cuenta con un local ubicado en Av. Genaro Numa LLona 415 – San Juan de Miraflores, y cuenta con un servicio delivery. Esta empresa tiene como estrategia de publicidad la entrega de flyers en potenciales lugares de demanda de sus productos y servicios.

Ejemplo de loncheras:

Mes "x"				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1 · Un sándwich pequeño de pollo. · Una manzana pequeña. · Un vaso de limonada.	2 · Un sándwich de jamón de pava con mantequilla. · Un melocotón pequeño. · Un vaso de naranjada.	3 · Un sándwich de queso fresco. · 2 unidades de galleta de vainilla. · Una rodaja de piña. · Un vaso de refresco de pera.	4 · Un huevo sancochado. · Una tajada de queque de vainilla. · Una mandarina. · Un vaso de refresco de maracuyá.	5 · Un vasito pequeño de yogur. · Una bolsita de trigo atómico. · Mandarina en gajos. · Una botellita con agua.
8 · Pan con tortilla de huevo. · Una granadilla. · Un vaso de refresco de manzana.	9 · Una porción de cereales. · Un vaso pequeño de yogurt. · Ensalada de frutas. · Refresco de manzana.	10 · Un pastel de zanahoria casero. · Un plátano con cascara. · Un vaso de naranjada.	11 · Pan con jamonada de pavo. · Una tuna en rodajas. · Un vaso de limonada.	12 · Pan con queso fresco. · Un kiwi en rodajas. · Jugo de durazno natural.

Figura 11. Modelo de sistema de pedidos LONCHERA SALUDABLE

Nota: Extraído de la página web de LONCHERA SALUDABLE (<https://www.facebook.com/search/top/?q=Lonchera+Saludable>)

c. DELIMAS

DELIMAS lleva 12 años aproximadamente de experiencia en el sector de elaboración y delivery de A y B. Cuenta con productos y servicios que no solo satisfacen a los niños en la edad escolar, sino también a adultos que no tiene tiempo para prepararse una comida saludable que pueda aportar todos los valores nutricionales (ver Figura 13)

Posee un local en Jr. Progreso N° 45 – Barranco, donde se elaboran y distribuyen los alimentos y bebidas. Opcional a su local esta empresa cuenta con una página web.



The image shows a digital menu interface for the DELIMAS system. It is divided into two main sections: 'Alimentación Completa' (Complete Nutrition) on the left and 'Almuerzos' (Lunches) on the right. The 'Alimentación Completa' section features an orange header and lists three options: 'Intensivo 1,200 Kcal.', 'Intermedio 1,500 Kcal.', and 'Mantenimiento 1,800 Kcal.'. It includes '3 comidas + 1 snack'. The promotional price is 'S/. 235.00' for 5 days, including IGTV and daily delivery. Below this, there are three rows: 'Desayuno' (Breakfast), 'Almuerzo' (Lunch), and 'Cena' (Dinner), each with a 'Ver ejemplos' (View examples) button. The 'Almuerzos' section has a green header and lists two options: 'Opción Ligera 450 Kcal.' and 'Intensivo 650 Kcal.', both including 'Mantenimiento 850 Kcal.'. It includes 'Plato de fondo + postre + snack'. The promotional price is 'S/. 95.00' for 5 days, including IGTV and daily delivery. Below this, there is one row: 'Almuerzos' with a 'Ver ejemplos' button.

Figura 12. Modelo de sistema de pedidos DELIMAS

Nota: Extraído de DELIMAS (<https://delimas.pe/>).

2.1.2.5. Mercado distribuidor.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. utilizará un canal de distribución sin intermediarios ya que el producto presenta un grado de calidad, higiene y conservación que no puede ser tercerizado en la fase inicial del proyecto debido al posicionamiento en el mercado.

El beneficio de este sistema de distribución es que el nexo con el cliente final y usuario nos permitirá proponer puntos de mejora para el producto o servicio, al no tener intermediarios no hay un porcentaje de participación por canal, con el que indicador de margen aumenta.

2.1.1.6. Leyes y reglamentos del sector vinculados al proyecto.

b. Ley de la promoción de la alimentación saludable

Enmarcado en la Ley Nro. 30021, Tiene por objeto promocionar y proteger la salud pública, con la implementación de kioscos o comedores saludables en los colegios regulares con una supervisión de la



información y otros medios relacionados con los alimentos con el fin de reducir las enfermedades como sobrepeso u obesidad.

b. El Codex Alimentarius

Posee normas alimentarias, directivas y códigos de prácticas internacionales, constituyendo así los parámetros que contribuyen a la inocuidad, calidad y la equidad en el comercio internacional de alimentos.

De esta manera los consumidores pueden depositar su confianza en los productos alimentarios que compran son saludables y de calidad; y las importaciones se han ajustado a estas especificaciones. La finalidad de la norma es establecer garantías de alimentos inocuos y calidad sin importar el lugar donde sean consumidos.

c. Decreto Legislativo que aprueba la ley de Inocuidad de los alimentos

Enmarcado en la Ley Nro. 1062, establece el régimen de aplicación para garantizando a los consumidores inocuidad en alimentos protegiendo su vida y salud, reconociendo y asegurando sus intereses sobre todos los agentes involucrados en la cadena alimentaria.

d. Ley del Ministerio de Salud

Enmarcada en la Ley Nro. 27657, Estableciendo las normativas, procedimientos y directrices para supervisar las actividades que desarrollan los organizaciones privadas y públicas en temas de higiene y alimentación para productos elaborados industrialmente y en servicios donde interviene la alimentación colectiva.

e. Reglamento sobre la vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas

Enmarcada en el *Decreto Nro. 007-98-SA*, establece respectivas normativa técnica en temas de sanidad para fabricar alimentos en base a



granos y otros orientados hacia programas sociales de alimentación, establece las directrices para las auditorías ante la elaboración, fabricación y distribución de productos para la alimentación colectiva.

El resumen del capítulo se aprecia en la siguiente tabla (ver Tabla 14), según las dimensiones que impactan sobre el proyecto de MI LONCHERITA desde un punto de vista político, económico, social, tecnológico y ecológico.

Tabla 15.

Resumen del Macro Entorno – MI LONCHERITA.

FACTORES	DEFINICIONES
POLITICO	<p>Inestabilidad política por los casos de corrupción en funcionarios del estado. El presidente Pedro Pablo Kuczynski renuncia al cargo de Presidente de la República y es reemplazo por el primer ministro Martín Vizcarra. Políticas y directrices orientadas hacia el crecimiento. Apoyo en la formalización de MYPES. DIGESA establece normas técnicas para la elaboración y comercialización de alimentos.</p>
ECONOMICO	<p>Proyecciones de PBI mayor a 3.3% (2019 - 2023). Proyecciones de Tasa de crecimiento económico mayor a 3.5% (2019 - 2023). Proyecciones de tipo de cambio promedio en S/.3.30 (2019 - 2023). Perú es el tercer lugar en el indicador de Riesgo País con 1.22 luego de Chile con 1.13 y Panamá 1.03. Proyecciones de mantener un mayor nivel de exportaciones que importaciones (principales países involucrados en el comercio internacional Estados Unidos y China).</p>
SOCIAL	<p>Crecimiento poblacional incrementado en 0.1% anual. Crecimiento equidistante por género. Lima concentra el 32% de la población nacional. Población económicamente activa 68.4%. Inmigración de más de 200,000 ciudadanos venezolanos al Perú.</p>
TECNOLOGICO	<p>Procesos automatizados para la solicitud de pedidos utilizando herramientas informáticas. Mayor nivel de estandarización. Menores tiempos de elaboración de productos alimenticios. Piratería y protección intelectual no controlada. Social media activa en cuanto a medios de comunicación e información. Potencial de innovación con recursos tecnológicos.</p>
ECOLOGICO	<p>Preservación de recursos a nivel industrial. Políticas para el uso eficiente de recursos renovables. Sostenibilidad de los procesos productivos.</p>

Nota: ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2018.



2.2. Análisis del Micro entorno.

Es presentado mediante la herramienta de las cinco fuerzas competitivas establecidas por Michael Porter en el micro entorno.

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

MI LONCHERITA al poseer una apuesta por una customización del producto y un valor nutricional, posee competidores directos en el mercado nacional, los cuales fueron listados y analizados en el punto Mercado competidor (ver 2.1.2.5 Mercado competidor).

El mercado de las loncheras para niños en edad escolar no se presenta como un mercado muy explotado, ya que no existe una oferta concreta y posicionada en el mercado de Lima Metropolitana, sin embargo, al mantenerse solo algunas empresas estas pueden tener alianzas con las instituciones, concesionarios o quioscos dentro de los colegios que restrinjan el ingreso a otros colegios para incrementar la participación de mercado.

En la siguiente tabla (ver Tabla 15), utilizaremos un cuestionario para cuantificar la intensidad del nivel de competitividad.

Tabla 16.

Cuantificación competitividad.

FUERZA DE PORTER	ASPECTO A ANALIZAR	PUNTUACION	CONCLUSION
COMPETIDORES ACTUALES: NIVEL DE COMPETITIVIDAD	Número de competidores directos	1	ALTO
	Crecimiento de la industria en los últimos años	1	
	Características diferenciadores del producto respecto a la competencia	1	
	Diversidad de competidores	1	
	Barreras de salida	0	
	TOTAL		

Nota: Elaboración propia - 2018.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.



En el estudio se ha evidenciado que ya existen competidores; por lo cual el sector loncheras para niños y niñas en edad escolar posee a consumidores con una gran poder de negociación, están en la capacidad de hacer comparaciones, ofertas y deciden dónde invertir su dinero.

En la siguiente tabla (ver Tabla 16), utilizaremos un cuestionario para cuantificar la intensidad de la fuerza negociadora de clientes.

Tabla 17.

Cuantificación fuerza clientes.

FUERZA DE PORTER	ASPECTO A ANALIZAR	PUNTUACION	CONCLUSION
PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES	Número de clientes y/o tamaño del mercado meta	1	ALTO
	Disponibilidad de sustitutos en la industria	1	
	Costo de cambio de cliente	1	
	Amenaza del cliente de integrarse hacia atrás	1	
	Rentabilidad de los clientes	0	
TOTAL		4/5	

Nota: Elaboración propia – 2018.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Considerando que insumos y materia prima necesaria a elaborar loncheras nutritivas son variados, ya que se emplean diversos tipos de insumos y frutos para la elaboración todos lo necesario puede ser provisto por diferentes proveedores en Lima Metropolitana.

Al ser un producto para consumo humano, la calidad es una dimensión de valor en la negociación con proveedores, por lo que se deberá efectuar un nivel de calidad aceptable para determinar una lista de proveedores que pasen esa calificación y poder realizar relaciones comerciales.

En la siguiente tabla (ver Tabla 17), utilizaremos un cuestionario para cuantificar la intensidad de fuerza negociadora de proveedores.



Tabla 18.

Cuantificación fuerza proveedores.

FUERZA DE PORTER	ASPECTO A ANALIZAR	PUNTUACION	CONCLUSION
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	Número de proveedores importantes	0	BAJO
	Disponibilidad de sustitutos para suministros del proveedor	0	
	Costos de cambio de proveedor	0	
	Amenaza de proveedores de integrarse hacia adelante	1	
	Contribución de los proveedores a la calidad o servicio	1	
TOTAL		2/5	

Nota: Elaboración propia – 2018.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Un sustituto es aquel producto o servicio que está en la capacidad de ofrecer una alimentación para los niños en edad escolar, en el mercado peruano los productos sustitutos comunes son los productos no naturales generalmente de origen químico que ofrecen sabores, vitaminas y otras propiedades balanceadas, pero que no sustentan el origen no natural de estos. Como ejemplo directo tenemos a las galletas con un precio desde S/.0.40 hasta S/.1.20, mientras que para el componente líquido de MI LONCHERITA tenemos a las gaseosas con un intervalo de precios desde S/.0.80 hasta S/.2.50.

En la siguiente tabla (ver Tabla 18), utilizaremos un cuestionario para cuantificar la intensidad de la amenaza de productos sustitutos.

Tabla 19.

Cuantificación de sustitutos.

FUERZA DE PORTER	ASPECTO A ANALIZAR	PUNTUACION	CONCLUSION
AMENAZA DE PRODUCTOS SUTITUTOS	Disponibilidad de sustitutos al alcance del cliente	1	ALTO
	Costos de cambio de los clientes	1	
	Precio de los producto sustitutos	1	
	Grado en que satisface la misma necesidad/ cumple la misma función	0	
	Innovación del producto sustituto respecto al propio	1	
TOTAL		4/5	



Nota: Elaboración propia – 2018.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

Una de las principales fuerzas de Porter, definida como los obstáculos que tendrían que pasar las organizaciones para poder ingresar al mercado, podría si consideramos que existe una elevada cantidad de mercado potencial, este tipo de negocio resultaría atractivo para la empresas o emprendimientos.

En la siguiente tabla (ver Tabla 19), utilizaremos un cuestionario para cuantificar la intensidad de los competidores potenciales

Tabla 20.

Cuantificación de barreras.

FUERZA DE PORTER	ASPECTO A ANALIZAR	PUNTUACION	CONCLUSION
COMPETIDORES PONTENCIALES BARRERAS DE ENTRADA	Diferenciación del servicio ofrecido en el mercado actual	1	ALTO
	Acceso a canales de distribución	1	
	Costos de cambio de los clientes	1	
	Requerimientos de capital para el ingreso a la industria	1	
	Efecto de la experiencia en el sector	0	
TOTAL		4/5	

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO III

PLAN ESTRATEGICO

3.1. Visión y Misión de la empresa.

3.1.1. Misión.

Somos una organización que elabora loncheras nutritivas para los niños y niñas en etapa escolar, ofreciendo una solución en nutrición y bienestar para los menores del hogar, por medio de una combinación de alimentos dedicados a la satisfacción de nuestros usuarios finales.

3.1.2. Visión.

Ser una organización con reconocimiento en el mercado nacional por la elaboración de loncheras nutritivas para niños y niñas en etapa escolar de calidad con un alto grado de satisfacción de nuestros clientes preservando el medio ambiente y responsabilidad social.

3.2. Análisis FODA.

En la siguiente tabla (ver Tabla 20), utilizaremos las premisas para desarrollar la matriz FODA, en función a parámetros externos (oportunidades y amenazas) con respecto a parámetros internos (fortalezas y oportunidades).



Tabla 21.

Estrategias FODA

ESTRATEGIA	PREMISA
Estrategias Ofensivas (FO)	Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.
Estrategias Defensivas (FO)	Utilizar las fortalezas para evitar las amenazas.
Estrategias de Supervivencia (DA)	Superar las debilidades al aprovechar las oportunidades.
Estrategias de Reorientación (DO)	Reducir al mínimo las debilidades y evitar las amenazas.

Nota: Elaboración Propia – 2018.

El sector de alimentación para niños experimenta una evolución del mercado y un crecimiento adaptándose a los nuevos estándares de requerimientos, por lo que se presenta el análisis FODA (ver Tabla 21).



Tabla 22.

FODA ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1 El cliente escoge la combinación que tendrá la lonchera. F2 Producto con estándares de calidad aceptados aprobados para ser usado por niños. F3 Proceso de homologación de proveedores, para establecer una calidad elevada de insumos. F4 Personal especializado en la elaboración de sandwiches y refrescos. F5 Diversificación en el portafolio de opciones para la elección de la lonchera.	D1 Posicionamiento de marca en el mercado nacional. D2 Alimentos perecibles. D3 Respaldo de instituciones de prestigio para el inicio del proyecto. D4 Alto costo logístico para la entrega a colegios.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FO)	ESTRATEGIAS DE REORIENTACION (DO)	
O1 Políticas que apoyan y promueven a las MYPES. O2 Crecimiento del poder adquisitivo del mercado de Lima Metropolitana. O3 NSE B y C, representa 65.40% del mercado de Lima Metropolitana. O4 Obesidad en los niños en etapa escolar. O5 Aceptación del consumidor a productos de procedencia nacional.	FO1: Diseñar y difundir una presentación atractiva de nuestra lonchera que invite al niño usuario a disfrutar de su contenido (F1,F2,F4,O3,O4). FO2: Desarrollar alianzas estratégicas con programas nacionales orientados a niños en colegios, recalcando el carácter nutricional del producto (F1,F2,F3,F5,O1,O2,O5). FO3: Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores de insumos para poder capacitar y desarrollar nuevas recetas en base a los frutos y verduras de temporada (F3, O1,O5).	DO1: Publicitar masivamente MI LONCHERITA por canales de comunicación modernos (Facebook, WhatsApp). YouTube, Página web y aplicación) (D1,D3,D4,O2,O3,O5). DO2: Elaborar promociones y combos semanales con los componentes de mayor aceptación (D1,D2,O1,O2,O3,O4,O5).	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (FA)	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (DA)	
A1 Proliferación de sustitutos en distintas categorías. A2 Precios de competidores accesibles a clientes. A3 Baja educación alimentaria en las familias de Lima Metropolitana. A4 Existencia de concesionarios y quioscos dentro de los colegios. A5 Normas técnicas peruanas exigiendo un grado de regulación en la elaboración de alimentos.	FA1: Diseñar una escala de precios según volumen de pedidos para posicionarnos en el mercado (F1,F2,F3,F4,F5,A1,A2,A3,A4). FA2: Desarrollar un constante seguimiento a la procedencia de materia prima para que estos mantengan un grado de calidad elevado (F1,F2,F3,A3,A4,A5). FA3: Desarrollar alianzas estratégicas con concesionarios y quioscos (F1,F2,A5,A3).	DA1: Fortalecer los procesos de la empresa para hacer frente a normas técnicas adversas del sector (D1,A5). DO2: Potenciar la utilización de los insumos y recursos a lo largo de la cadena productiva (D1,D2,A1,A2,A4,A5).	

Nota: Elaboración propia – 2018.



3.3. Objetivos.

Los objetivos de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. se muestran a continuación (ver Tabla 22).

Tabla 23.

Objetivos ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

OBJETIVO PRINCIPAL	ESTRATEGIAS	CONTROL	PERIODO
Penetrar el mercado objetivo posicionando nuestra marca el primer año de operaciones.	Precio atractivo para nuestro mercado objetivo, abarcaremos canales de distribución directa que nos permitan llegar al consumidor final, campañas agresivas en social media.	Porcentaje de cumplimiento del plan de ventas para ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	Corto plazo (2019)
OBJETIVOS ESPECIFICO 1	ESTRATEGIA	CONTROL	PERIODO
Lograr una recuperación de la inversión al segundo año de operaciones.	Aplicación de la estructura de presupuestos e inversiones ordenada por centros de costos.	Valoración de la inversión payback	Mediano plazo (2020).
OBJETIVOS ESPECIFICO 2	ESTRATEGIA	CONTROL	PERIODO
Lograr un nivel de ventas por más de 240,000 unidades en el 2019.	Lanzamiento del producto, marketing mix y de comunicación.	Número de unidades de loncheras MI LONCHERITA vendidas	Corto plazo (2019)
OBJETIVOS ESPECIFICO 3	ESTRATEGIA	CONTROL	PERIODO
Incrementar las opciones de la carta	Se utilizarán estrategias de herramientas de benchmarking para la mejora de procesos y productos.	Opciones en refrescos, sandwiches y frutas de la carta	Mediano plazo (2020).

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Investigación de mercado.

La investigación de mercado nos proporciona un panorama con respecto las intenciones de compra del mercado potencial y un feedback del crecimiento del mercado por año, en la siguiente tabla (ver Tabla 23) se muestran los parámetros de la investigación de mercado de ALIEMNTOS NUTRITIVOS S.A.C.

Tabla 24.

Parámetros investigación de mercado ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

OBJETIVO PRINCIPAL	PERIODO
Determinar y cuantificar el mercado objetivo de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019 - 2023
OBJETIVO ESPECIFICOS	PERIODO
Estimar y determinar el mercado potencial de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	
Estimar y determinar el mercado disponible de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	
Estimar y determinar el mercado efectivo de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019 - 2023
Definir y evaluar el comportamiento de compra del mercado objetivo.	
Definir y evaluar el comportamiento de consumo del usuario.	
Definir y evaluar los probables canales de comunicación.	

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.1.1. Criterios de segmentación.

4.1.1.1. Segmentación Geográfica.

Utilizaremos la segmentación geográfica de APEIM por zonas de Lima como variable de segmentación (ver Tabla 24).

Tabla 25.

APEIM – Distribución en zonas de Lima.

ZONAS
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres)
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)
Zona 4 (Cercado de Lima, Rímac, Breña, La Victoria)
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Santa Anita, San Luis, El Agustino)
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Pachacamac)
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Ventanilla)
Otros

Nota: APEIM 2017 - Elaboración propia -2018.

En el censo realizado el 2007 se determinó que Lima Metropolitana tiene un total de 7'605,742 habitantes¹⁵.

4.1.1.2. Segmentación Demográfica.

a. Niveles socioeconómicos

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. será orientado hacia un target de Nivel socioeconómico B y C, esta elección de segmentación se basa en que a diferencia de un target de NSE como el A tienen afinidad por alimentos más dedicados como golpes vitamínicos, y los NSE D y E tienen una muy baja capacidad adquisitiva en relación a nuestra elección, en la

¹⁵ Censo Nacional del 2007 –Instituto Nacional de Estadística e Informática



siguiente tabla (ver Tabla 25), se muestra un análisis horizontal respecto a los Niveles socioeconómicos y Zonas de APEIM.

Tabla 26.

Distribución de Niveles Socioeconómicos por Zonas

ZONAS	NIVEL SOCIECONOMICO				
	A	B	C	D	E
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	0	13.6	46.4	30.7	9.3
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres)	2.5	28.3	49.8	18.9	0.5
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	1.2	16.1	43.5	31.5	7.7
Zona 4 (Cercado de Lima, Rímac, Breña, La Victoria)	2.8	31	43.6	20.1	2.5
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Santa Anita, San Luis, El Agustino).	1	17	47.3	27.3	7.4
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	14.9	59.3	19.8	5.9	0.1
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	34.9	46	11.4	6.2	1.5
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	2.7	31.3	42.3	19.1	4.6
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Pachacamac)	0	10.4	48.4	30.4	10.8
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Ventanilla)	1.6	21.5	45.6	22	9.3
Otros	0	10.3	32.3	37.9	19.5

Nota: APEIM 2017.

Con los rangos de nivel socioeconómico B y C, determinamos como posibles distritos los de la Zona 1 y Zona 3.

- Estudiantes según grado de instrucción

En la siguiente figura (ver Figura 14) se realiza una distribución según UGEL establecidas por ESCALE¹⁶ del Ministerio de Educación.

¹⁶ Estadística de la calidad Educativa

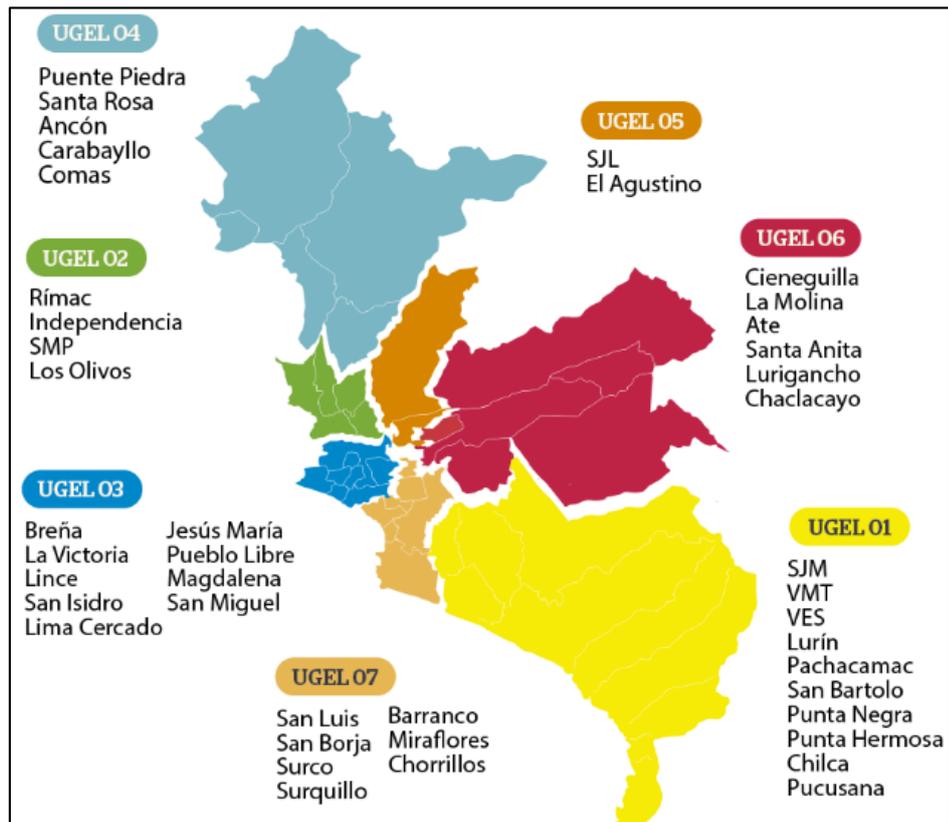


Figura 13. Distribución UGEL – Lima Metropolitana

Nota: Extraído de Página Oficial del Ministerio de Edificación
(<http://www.minedu.gob.pe/institucional/directorio-ugel.php>)

Tabla 27.

Estimación crecimiento escolar en inicial.

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
INICIAL	427,215	433,638	435,507	439,416	443,517
VARIACION		1.48%	0.43%	0.89%	0.93%
PROMEDIO					

Nota: Escale – Ministerio de Educación – Elaboración propia.

Tabla 28.

Estimación crecimiento escolar en primaria.

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
PRIMARIA	829,217	835,332	850,312	847,714	855,626
VARIACION		0.73%	1.76%	-0.31%	0.73%
PROMEDIO					

Nota: Escale – Ministerio de Educación – Elaboración propia.

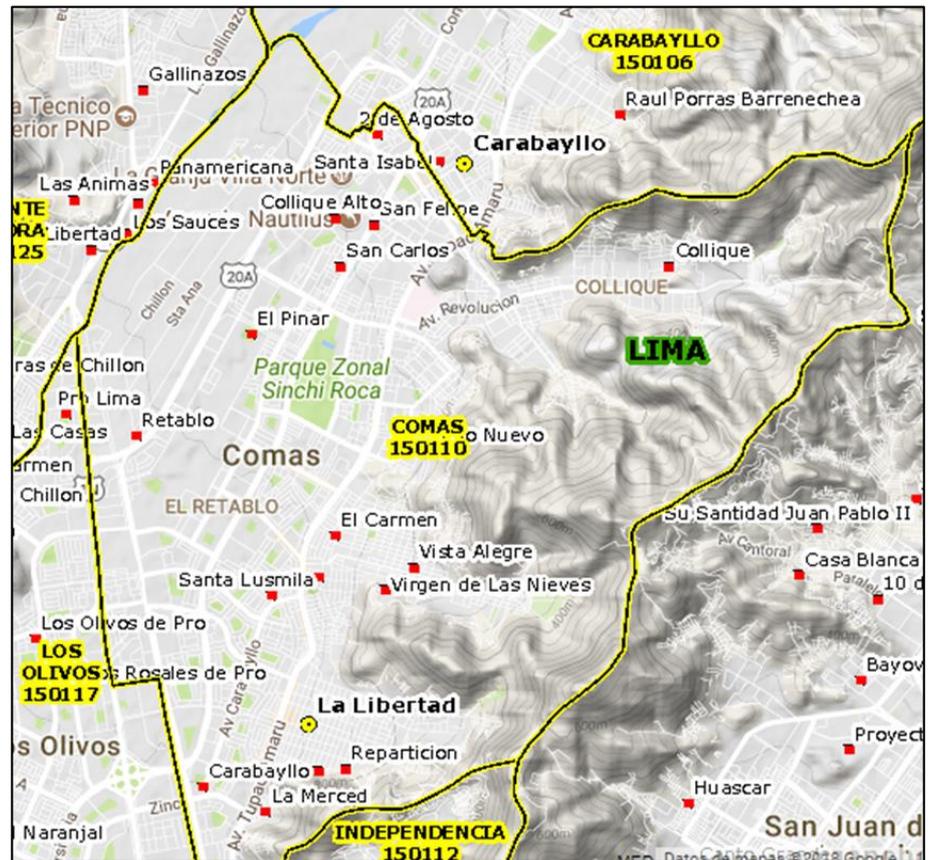


Figura 14. Zonificación UGEL 04 – Comas

Nota: Extraído de Ministerio de Educación – Locales escolares respecto a Centros Poblados

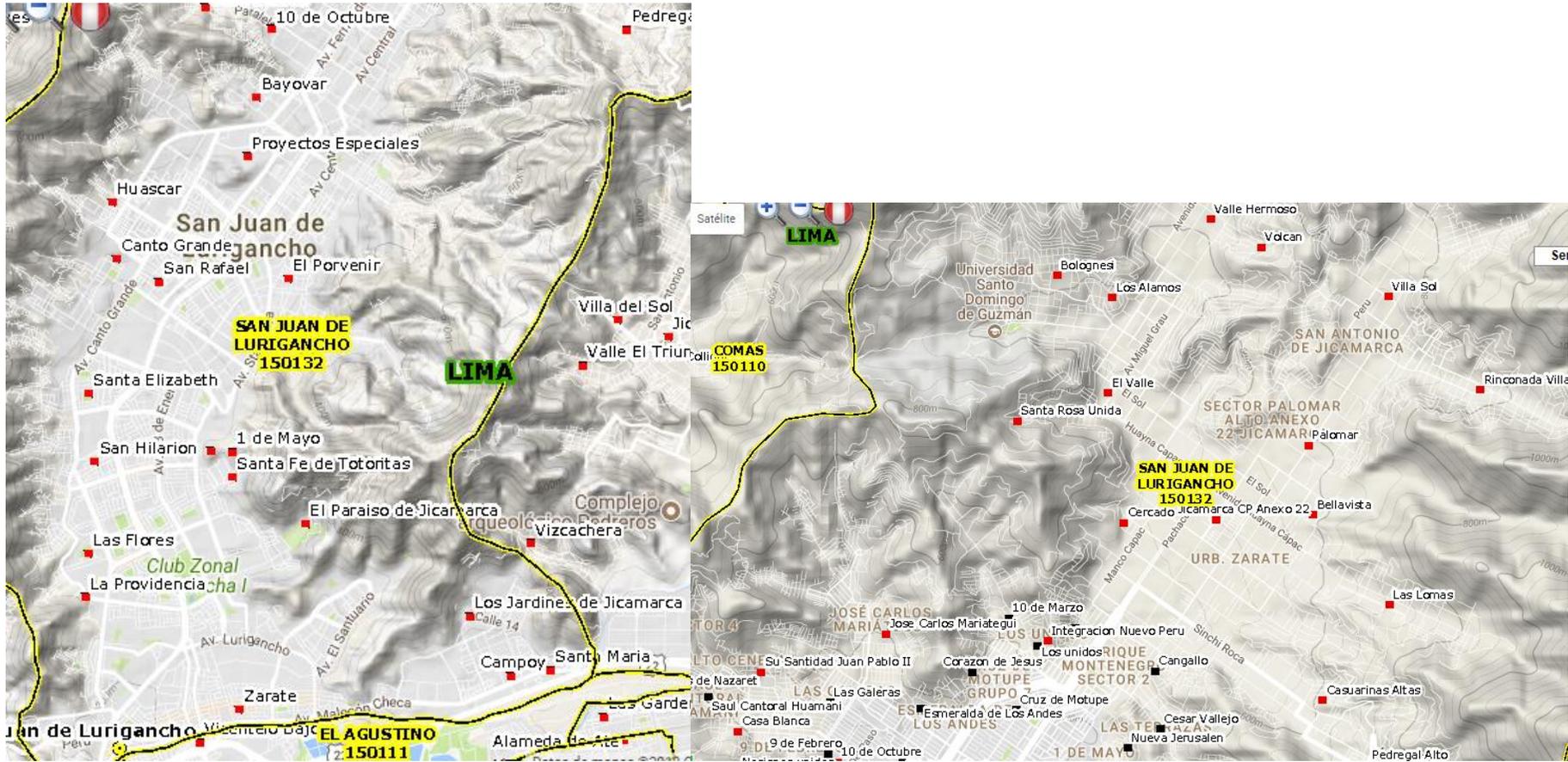


Figura 15. Zonificación UGEL 04 – San Juan de Lurigancho

Nota: Extraído de Ministerio de Educación – Locales escolares respecto a Centros Poblados



Tabla 29.

Tabulación de Distritos con mayor presencia de alumnos

DIRECCION EDUCATIVA	DISTRITOS	INICIAL	PRIMARIA	TOTAL
UGEL 05	San Juan de Lurigancho	48,935	103,717	152,652
UGEL 04	Comas	24,906	50,771	75,677
UGEL 02	San Martín de Porres	19,666	49,273	68,939
UGEL 02	Los Olivos	18,808	39,713	58,521
UGEL 04	Puente Piedra	17,924	36,021	53,945
UGEL 04	Carabaylo	17,273	32,468	49,741
UGEL 02	Independencia	8,724	17,101	25,825
UGEL 02	Rímac	8,057	16,515	24,572
UGEL 05	El Agustino	8,383	15,801	24,184
UGEL 04	Ancón	2,967	6,273	9,240
UGEL 04	Santa Rosa	1,133	1,813	2,946

Nota: Escale – Ministerio de Educación – Elaboración propia.

De las tablas anteriores (ver Tabla 26, Tabla 27 y Tabla 28), podemos determinar que el crecimiento promedio para los niveles de inicial y primaria es de 0.80% por cada año, adicionalmente los distritos escogidos son San Juan de Lurigancho y Comas para iniciar las operaciones de distribución , en los Anexos 1 y Anexo 2 determinamos el listado de colegios de cada uno de los distritos seleccionados; para el Anexo 1 se determinan 5 centros poblados con 18 colegios en San Juan Lurigancho representando 25% del total de alumnos que hay en el distrito y respectivamente para el Anexo 2 se determinan 5 centros poblados con 12 colegios del distrito de Comas que representan el 25% del total de alumnos que están matriculados en el distrito.



- Edad

MI LONCHERITA es una combinación entre un refresco, dos emparedados y una fruta fresca o seca, que está enfocado hacia consumidores en edad escolar inicial (niños entre 3 a 6 años) y primaria (entre 7 y 12 años).

- Género

El género no sería variable de segmentación puesto que MI LONCHERITA no contiene una diferenciación para niño o niña.

4.1.1.3. Perfil del consumidor.

Según IPSOS PERÚ, el 100% de los niños en edades entre 3 a 12 años asisten al colegio, y un 74% en promedio de ellos lleva una lonchera a su centro de estudios¹⁷. Para el caso de los niños entre 13 a 16 años conforme, el estudio demuestra que mientras aumenta la edad del estudiante dejan de llevar lonchera al colegio cambiando la opción de compra.

En la siguiente tabla (ver Tabla 29), se referencia el perfil técnico del consumidor de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.,

Tabla 30.

Ficha del consumidor.

VARIABLES	
EDAD	Entre 3 y 12 años
GENERO	Femenino / Masculino
DISTRITOS	San Juan de Lurigancho, Comas
ETAPA	Inicial / Primaria
COLEGIO	Privado / Público

Nota: Elaboración Propia – 2018.

¹⁷ Extraído de IGM Perfil del niño 2015 - Ipsos Perú pág. 17



El perfil técnico del comprador se muestra en la siguiente tabla (ver Tabla 30).

Tabla 31.

Ficha del comprador.

VARIABLES	
EDAD	Entre 18 y 60 años
GENERO	Femenino / Masculino
NIVEL SOCIECONOMICO	NSE B y NSE C
DISTRITOS	San Juan de Lurigancho, Comas, San Martín de Porras, Los Olivos, Puente Piedra
ESTILOS DE VIDA	Sofisticados, Modernas, Progresistas.

Nota: Elaboración propia – 2018.

En la siguiente tabla (ver Tabla 31), aplicamos los criterios de segmentación.

Tabla 32.

Segmentación para la Estimación de consumidores – 2018.

DISTRITOS	CENTROS POBLADOS	POBLACION 2018	SEGMENTO x DISTRITO
San Juan de Lurigancho	0.25	153,873	38,468
Comas	0.25	76,282	19,071
TOTAL		230,155	

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.1.2. Marco Muestral.

MI LONCHERITA cuenta con universo de 230,155 personas que cumplen con el perfil; con esta cantidad se le dará un tratamiento de un universo infinito (mayor a 100,000 personas).

En la siguiente tabla (ver Tabla 32) se muestran los parámetros para realizar los cálculos de la muestra.



Tabla 33.

Parámetros para hallar la muestra.

PARAMETRO	VALOR
Nivel de confianza	95% ($Z^2:1.96$)
Margen de error	5%
Probabilidad de éxito	p: 0.5
Probabilidad de fracaso	q: 0.5

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 34.

Población infinita fórmula.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Nota: Elaboración propia – 2018.

Con los cálculos realizados sobre la Tabla 29 con respecto a los valores de la Tabla 28 se determina que la muestra es de 384 encuestas, para fines académicos solo realizaremos un total de 206 mediante una técnica de muestreo probabilístico por conveniencia.

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

4.1.3.1. Entrevista a profundidad 1: Sra. Elizabeth Castillo.

En la investigación se entrevistó a una persona dueña de negocio, con mayor a 20 años de experiencia dedicados a elaboración de alimentos para niños y niñas en edad escolar. La Sra. Castillo participará en el proceso estratégico y de operaciones para la creación de la carta y del producto terminado.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: Sra. Elizabeth Castillo
Empresa: Institución Educativa Nro. 5143 Escuela de Talentos Callao
Cargo: Dueña del Concesionario

Stakeholder: Especialista en proceso de elaboración de carta y desarrollo de alimentos



Figura 16. Entrevista Sra. Elizabeth Castillo

Nota: Estudio de mercado – ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

OBJETIVO

Trasladar la información especializada en el proceso de elaboración para alimentos nutritivos para niños en edad escolar, así como poder indagar y conocer más sobre las preferencias en este tipo de alimentos y los costos relacionados.

CONCLUSIONES ENTREVISTA

- La entrevistada nos comenta que en su experiencia no se ha elaborado un producto que lleve esta combinación de alimentos en el colegio donde labora y no ha escuchado de algo similar en su experiencia, recalca la importancia de una buena alimentación de los niños en etapa escolar ya que se han presentado casos de desmayo por falta de una buena nutrición



- De la información obtenida podemos concluir que hay que aprovechar los materiales ricos en diferentes nutrientes, así como la difusión de lo poco nutritivo y dañino que puede llegar a ser la mala alimentación por comida chatarra a los niños.
- El valor que el consumidor le dará a la lonchera respecto al nivel nutricional de esta lonchera en comparación de las frituras y comida chatarra a la que los niños están expuestos, por lo que la entrevistada considera que esta lonchera podría obtener éxito en el mercado rápidamente.
- Respecto al envase considera que es muy útil e idónea para una lonchera ya que los componentes se mantendrán en un contenedor fresco, transparente; el cual demuestra que su contenido está en buenas condiciones.
- Para el caso de la bebida indica el uso de azúcar rubia, por el sabor y la cantidad utilizada para endulzar el refresco, rescatando sus propiedades energéticas
- La entrevistada considera que todos los alimentos a comercializar tienen que mantener el grado de frescura que amerita un buen almuerzo elaborando estas loncheras el mismo día de su consumo.
- En cuanto a los procesos para la elaboración de alimentos, la entrevistada, recomienda seguir los procedimientos y regulaciones establecidas por DIGESA, debido a que generalmente vienen a auditar las cocinas y en caso de no cumplir con la normativa se podría incurrir en una sanción hasta el cierre definitivo del local.
- En cuanto al tema de los utensilios, indica que existe una diversidad de marcas, no recomienda ninguna en especial, siempre y cuando la empresa tenga una política de limpieza y organización que permita tener los utensilios en óptimo estado.
- Con respecto al tiempo de durabilidad de la lonchera, la entrevistada recomienda no utilizar agentes preservantes, recomienda la frescura de los alimentos, considera que estos alimentos pueden durar 6 horas en ese tipo de contenedor.
- La recomendación final de la 71 stakeholder es que para el negocio no se utilice productos congelados, de esta manera solo tendríamos que



regular el horario de nuestros colaboradores para tener los alimentos listos para el inicio de cada día durante la etapa escolar.

4.1.3.2. Entrevista a profundidad 2: Nutricionista.

Realizamos una entrevista a una especializada en aspectos relacionados a la nutrición de infantes, niños y adolescentes.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: Lic. Deborah Aguirre Alca
Entidad: Alimmenta – Nutrición infantil
Cargo: Nutricionista
Stakeholder: Participación nutricional del producto



Figura 17. Entrevista Deborah Aguirre Alca

Nota: Estudio de mercado – ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

OBJETIVO

Recolectar informes técnicos respecto a los valores nutricionales individuales del contenido de MI LONCHERITA.

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA



- En la entrevista la Stakeholder comenta que el consumo de insumos naturales y su preservación es delicado e importante en el consumo humano y tiene mucha mayor influencia en los niños.
- La entrevistada, informó acerca de los azúcares en el contenido del refresco, otorgando parámetros importantes, indica que los niños y niñas escolares que participan en actividades escolares tienen un requerimiento energético alto, las niñas deben de consumir entre 1,800 a 2,200 calorías al día, mientras que los niños deben de consumir entre 1,900 a 2,300 calorías al día.
- El especialista comenta sobre el valor nutritivo de una lonchera como la propuesta en etapa escolar para un niño, rescatando de esta que una buena alimentación impacta sobre el desarrollo cognitivo de los menores.
- Recomienda que MI LONCHERITA al contener vegetales y frutas, tratarse con cuidado debido a que son delicados ante las condiciones agresivas, es importante mantener refrigerados a una temperatura adecuada para mantener una calidad adecuada del producto.

4.1.3.3. Entrevista a profundidad 3: Área Comercial.

DATOS DE LOS ENTREVISTADOS

Nombre: Doris Quispe / Miguel Zamora
Ocupación: Comerciantes propietarios de un quiosco dentro de un colegio
Rol para Proyecto: Canales de distribución

OBJETIVO

Determinar si es viable comercializar la lonchera nutritiva en los colegios de Lima Metropolitana.

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA

- Los Stakeholders señalan que para utilizar como lonchera no poseen una marca en especial y son elaborados en sus carretillas para los panes existen diversidad de contenidos siendo el de preferencia el pan con pollo. Para los líquidos tiene más acogida por los consumidores la quinua.



- Los entrevistados indican que no existe una estacionalidad dentro del periodo escolar, iniciando a partir del marzo y culminando en diciembre. En época de verano hay menor venta, ya que los únicos clientes son los profesores y personal administrativo de los colegios.
- Los proveedores con las que trabajan los ubican en los mercados mayoristas que ofrecen precios muy competitivos.
- Con respecto a las políticas de pago, para este tipo de productos indican que el pago es en efectivo.
- Los entrevistados comentaron que a pesar de ser un comercio ambulatorio tienen una rotación diaria entre 100 a 120 panes en promedio, quedándose muchas veces sin stock para atender, y en cuanto a líquidos una rotación de 80 a 100 vasos.
- El perfil del comprador son los padres de que vienen a dejar a sus niños al colegio y por falta de tiempo muchas veces compran uno o dos panes para que este sea comido en el refrigerio.
- Los entrevistados indican que la presentación como lonchera se ve muy bien y es higiénica, consideran que es un producto más elaborado de lo que ellos comercializan, y que estiman un precio de venta entre S/.6.00 a S/.8.00 por cada lonchera.

4.1.4. Focus Group.

Los socios de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. concertaron un foco grupal con personas que cumplen el perfil del comprador cuyos objetivos se presentan (ver Tabla 34).



Tabla 35.

Objetivos del Focus Group.

OBJETIVOS

- 1 Evidenciar la aceptación de nuestro producto.
- 2 Determinar las características que el cliente espera de nuestro producto.
- 3 Evaluar los principales canales de distribución.
- 4 Determinar las promociones a ofrecer.

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se muestra el procedimiento que se utilizó para desarrollar el Focus Group de MI LONCHERITA (ver Tabla 35).

Tabla 36.

Actividades para desarrollar el Focus Group – MI LONCHERITA.

ACTIVIDADES

- 1 Presentación por la dirección del Focus Group por el moderador.
- 2 Presentación de los participantes.
- 3 Presentación y degustación del producto.
- 4 Desarrollo de las preguntas.
- 5 Discusión entre participantes.
- 6 Cierre del Focus.

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se desarrolla la ficha del Focus Group para nuestro producto (ver Tabla 36).

Tabla 37.

Ficha técnica del Focus Group

TIPO	DETALLE
FECHA	Miércoles 18 de Abril
HORA INICIO	20:00 h
HORA FIN	20:45 h
DURACION	45 minutos
NUMERO DE PERSONAS	8 personas
NIVEL SOCIECONOMICO	Nivel socioeconómico B y C
OBJETIVO	Validar las variables de segmentación del consumidor Evaluar la aceptación de nuestro producto



Evaluar el precio de venta
Identificar los canales de comunicación
Identificar los canales de venta
Validar el diseño del producto final

Nota: Elaboración propia – 2018.

RESULTADOS DEL FOCUS GROUP:

- Los participantes del Focus Group MI LONCHERITA indicaron que sí tienen la necesidad de comprar algún tipo de alimentación para sus niños en edad escolar.
- Principalmente consumen lo que venden en las afueras del colegio o en los quioscos dentro la institución.
- Indicaron que es costumbre y requerimiento llevar una lonchera para su hijo todos los días (considerados de Lunes a Viernes).
- Expresaron que aunque por cuestiones de tiempo no se dedican a elaborar ellos mismos la lonchera, consideran como principal característica el valor nutricional y la higiene del producto.
- ¿Se consultó la relación al escuchar lonchera nutritiva? Las respuestas se asociaron a una buena alimentación de los niños.
- ¿Se consultó qué marcas de loncheras nutritivas han escuchado?, indicaron que no tienen conocimiento de alguna marca en específico.
- Con respecto a la presentación de la lonchera nutritiva comentaron que tiene una presentación adecuada porque al ser un envase transparente se puede apreciar el contenido tanto para los emparedados como para el líquido.
- Cuando se les preguntó, ¿dónde comprarían esta lonchera nutritiva? indicaron que por el tiempo no podría llegar a un lugar, que preferían que se les lleve a las afueras del colegio o a su casa.
- Con relación a la etiqueta del producto MI LONCHERITA, sugirieron que estaba bien y que no debería de tapar el contenido interior, solicitaron hacer publicaciones en redes sociales como (Facebook, Instagram y WhatsApp).
- Luego de una degustación de la carta de emparedados, líquidos y frutas frescas y secas; los participantes concluyeron que MI LONCHERITA es

de su total agrado, posee un sabor fresco y que es una excelente combinación para llevar como lonchera de sus hijos al colegio.

- Se les mostró información referencial obtenida de las entrevista a profundidad por la Nutricionista, señalando que están en total acuerdo con los valores.

- Como canal de comunicación y publicidad los participantes recomiendan que MI LONCHERITA sea difundido a través de redes sociales en especial Facebook y degustaciones a las afueras de los colegios.



Figura 18. Panel Fotográfico Focus Group

Nota: Estudio de mercado – ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

CONCLUSIONES

- La lonchera nutritiva MI LONCHERITA tuvo una aceptación total por parte de los participantes del Focus Group.

- Mostraron satisfacción, al conocer de una solución nutritiva y de ahorro de tiempo en la elaboración de loncheras para sus niños y que este adicionalmente podía ser configurado por ellos para darle variedad en la semana.



- Mostraron que una de las preocupaciones principales es la falta de tiempo para ellos mismos elaborar una buena lonchera diaria para sus hijos.
- La etiqueta no debería de tapar mucho el contenido del interior del envase.
- Quedaron satisfechos con el sabor, y el valor nutricional de MI LONCHERITA, concluyendo que por sus propiedades puede ser consumida por sus niños en edad escolar.
- MI LONCHERITA como nombre comercial fue de aceptación, debido a que se le viene a la mente una alimentación para sus pequeños en edad escolar.
- Es básico que la propuesta de valor en cuanto al ahorro sustancial de tiempo es una de las ventajas y sugieren que sean entregados a las afueras de los colegios.

Se puede concluir que los asistentes al Focus Group estarían dispuestos a comprar las loncheras nutritivas MI LONCHERITA, por su alto valor nutricional, y la variedad de combinaciones que pueden escoger.

4.1.5. Encuestas.

Una vez calculado el tamaño de la muestra utilizaremos una herramienta de Google Drive para hacer llegar encuestas virtuales a nuestro mercado potencial, recopilando un total de 205 datos como input, mostrando la pantalla de inicio de la encuesta virtual MI LONCHERITA (ver Figura 20).

The image shows a screenshot of a Google Form titled "Loncherita". The form is displayed over a background image of a glass jar filled with granola and berries. The question on the form is "1.- ¿Tiene actualmente hijos en la etapa escolar? *", with radio button options for "Si" and "No". Below the question is a "SIGUIENTE" button. At the bottom of the form, there is a small text note: "Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google."



Figura 19. Encuesta Digital

Nota: Google Drive -2018.

PREGUNTA 1:

Se verifican en (ver Figura 21 y Tabla 37), mostrando que de 206 encuestados, el 85% de ellos poseen hijos en edad escolar, con este resultado, se reduce la cantidad de encuestas a 176 personas.

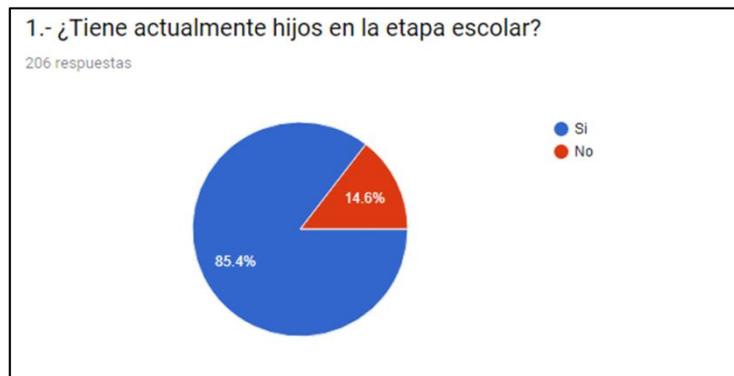


Figura 20. Pregunta 1 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 38.

Pregunta 1.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Si	176	85%
No	30	15%
TOTAL	206	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.

PREGUNTA 2:

Se verifican en (ver Figura 22 y Tabla 38), en estas se muestran que de 176 encuestados, hay una predominancia del 52% por los niños en etapa primaria de estudios y para el kínder un 33% de los encuestado, se reduce la cantidad de encuestas a 150.

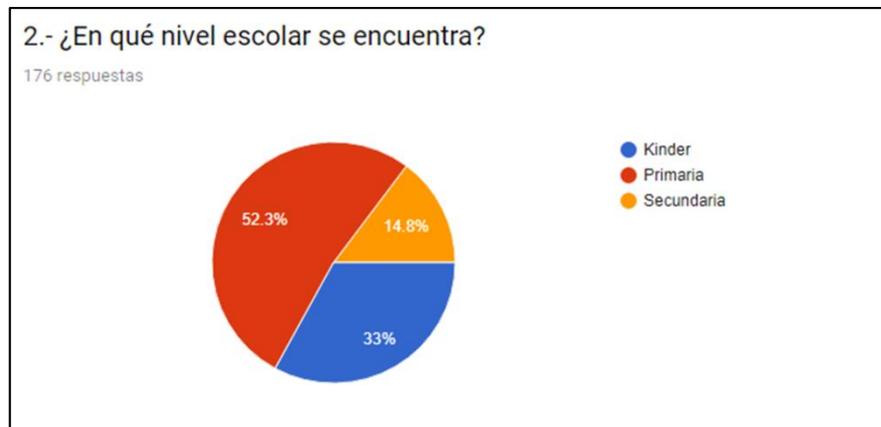


Figura 21. Pregunta 2 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 39.

Pregunta 2.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Kínder	58	33%
Primaria	92	52%
Secundaria	26	15%
TOTAL	176	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 3:

Se verifican en (ver Figura 24 y Tabla 33), en estas se muestran que de 150 encuestados, predomina que los consumidores de Nivel Socioeconómico B y C matriculen a sus hijos en escuelas privadas con un 67% de participación.

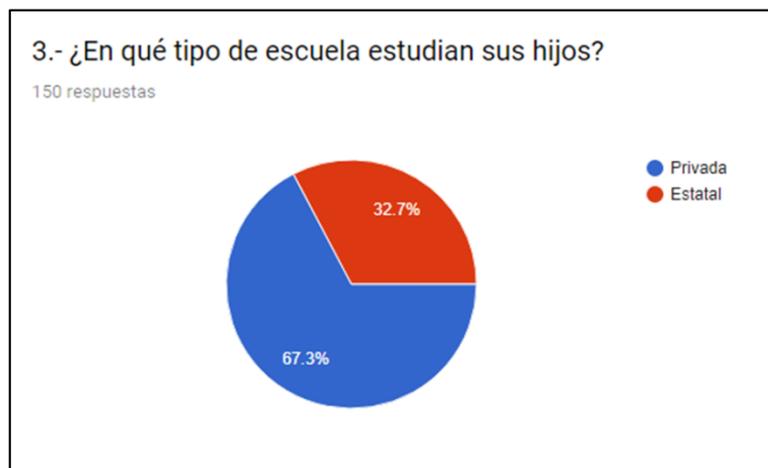


Figura 22. Pregunta 3 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 40:

Pregunta 3.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Privada	100	67%
Estatal	50	33%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 4:

Se detallan en (ver Figura 25 y Tabla 34), en estas se muestran que de 150 encuestados, el 61% de ellos laboran tanto el padre como la madre, evidenciando la falta de tiempo para realizar las actividades domésticas.



Figura 23. Pregunta 4 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 41.

Pregunta 4.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Solo madre	53	35%
Solo padre	5	3%
Ambos	92	61%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 5:

Se verifican en (ver Figura 26 y Tabla 35), en estas se muestran que de 150 encuestados, el 95% tiene una preocupación por la alimentación de su hijo enviándole una lonchera todos los días durante su estancia en el colegio.



Figura 24. Pregunta 5 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 42.

Pregunta 5.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Si	142	95%
No	-	0%
Le envío propina	4	3%
Solo en ocasiones	4	3%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 6:

Se verifican en (ver Figura 27 y Tabla 36), en estas se muestran que existe una preocupación porque la lonchera del niño en etapa escolar contenga siempre un refresco, un sándwich y una fruta, esta información es vital para la composición de una lonchera nutritiva que tenga aceptación por el consumidor.

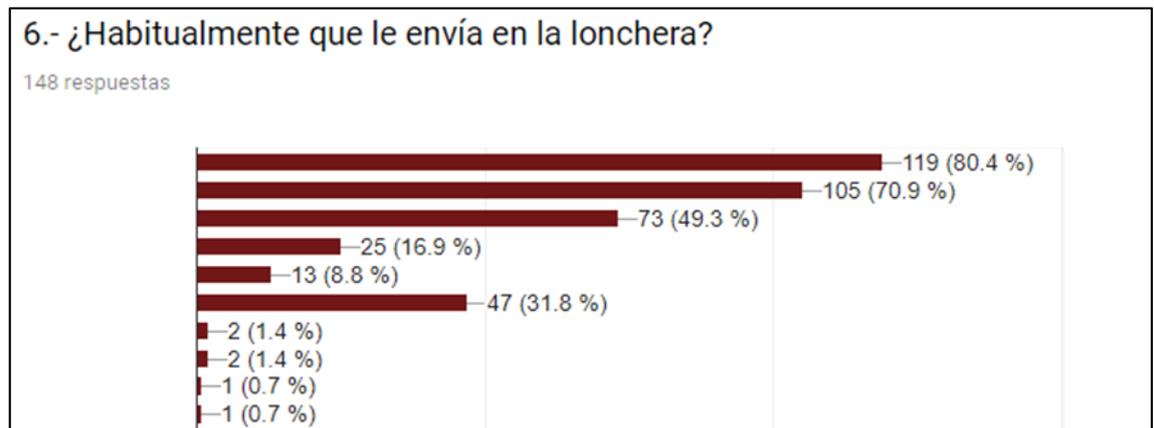


Figura 25. Pregunta 5 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 43.

Pregunta 6.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Frutas, Sandwich, Jugo naturales	119	80%
Frutas, Sandwich, Jugo naturales, Frutos secos	105	71%
Frutas, Sandwich, Jugo naturales, Yogurt	73	49%
Frutas, Jugo naturales, Comida (segundos)	47	32%
Frutas, Sandwich, Jugo naturales, Yogurt, Huevo duro	25	17%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 7:

Se verifican en (ver Figura 28 y Tabla 37), en estas se muestran que existe una posición marcada que hay una inversión de más 10 minutos en una frecuencia acumulada del 62% de los encuestados.



Figura 26. Pregunta 7 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 44.

Pregunta 7.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
5 a 10 minutos	56	38%
10 a 15 minutos	57	38%
15 a 20 minutos	30	20%
más de 20 minutos	6	4%
TOTAL	149	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 8:

Se verifican en (ver Figura 29 y Tabla 38), en estas se muestran que existe la elaboración de una lonchera conlleva una percepción no medida en el momento de la actividad, generando sentimientos relacionados con el amor hacia la familia.



Figura 27. Pregunta 8 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 45.

Pregunta 8.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Incomoda	10	7%
Me disgusta	-	0%
Normal / Indiferente	53	36%
Me gusta	85	57%
TOTAL	148	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 9:

Se verifican en (ver Figura 30 y Tabla 39), en estas se muestran que en la inversión adicional al tiempo dedicado a la preparación, se invierte en el contenido entre S/.3.00 a S/.5.00 por cada una de las loncheras enviadas al colegio, se rescata que el 30% de los encuestados envía un contenido entre S/.5.00 a S/.8.00 adicional al tiempo invertido en la preparación de la lonchera.

9.- ¿Cuál es el gasto promedio diario que realiza para elaborar la lonchera de su hijo?

148 respuestas

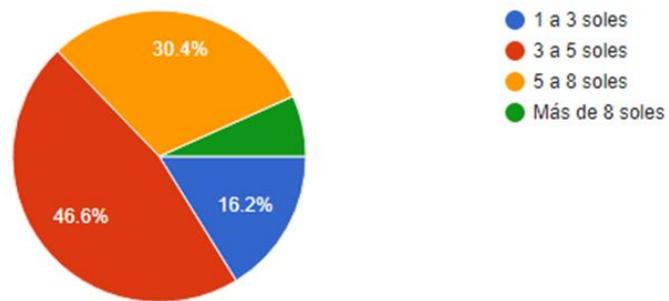


Figura 28. Pregunta 9 MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 46.

Pregunta 9.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
1 a 3 soles	24	16%
3 a 5 soles	69	47%
5 a 8 soles	45	30%
Más de 8 soles	10	7%
TOTAL	148	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 10:

Se verifican en (ver Figura 31 y Tabla 40), en esta pregunta dicotómica podemos evidenciar que hay una gran aceptación sobre una solución nutricional y que genere un ahorro de tiempo para el consumidor, mostrando que el 88% estaría dispuesto a consumir MI LONCHERITA para sus niños en edad escolar.

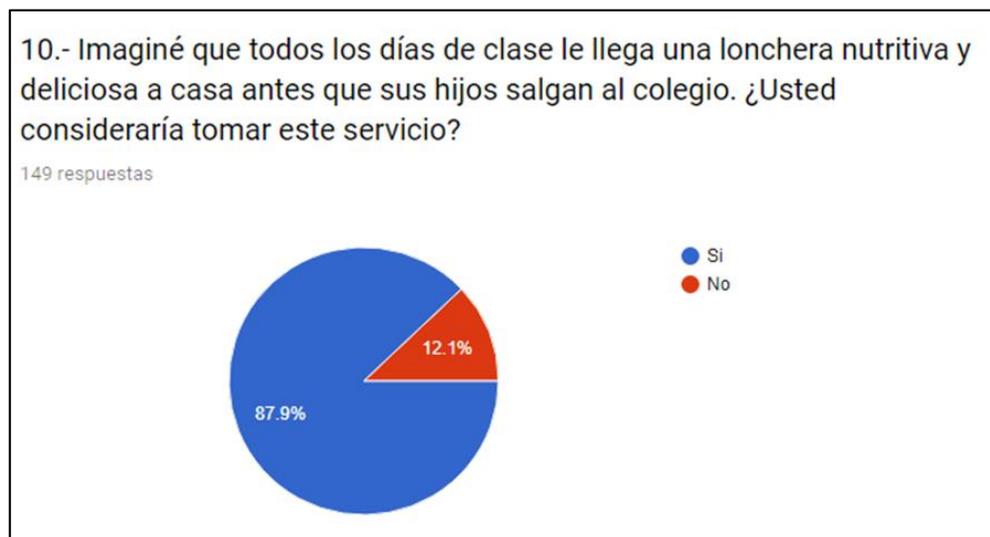


Figura 29. Pregunta 10 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 47.

Pregunta 10.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Si	131	88%
No	18	12%
TOTAL	149	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 11:

Se verifican en (ver Figura 32 y Tabla 41), en esta pregunta se evidencia el rango propuesto de MI LONCHERITA para la aceptación del consumidor en un rango entre S/.5.00 a S/.8.00, lo que acerca el precio del producto a la expectativa del consumidor.

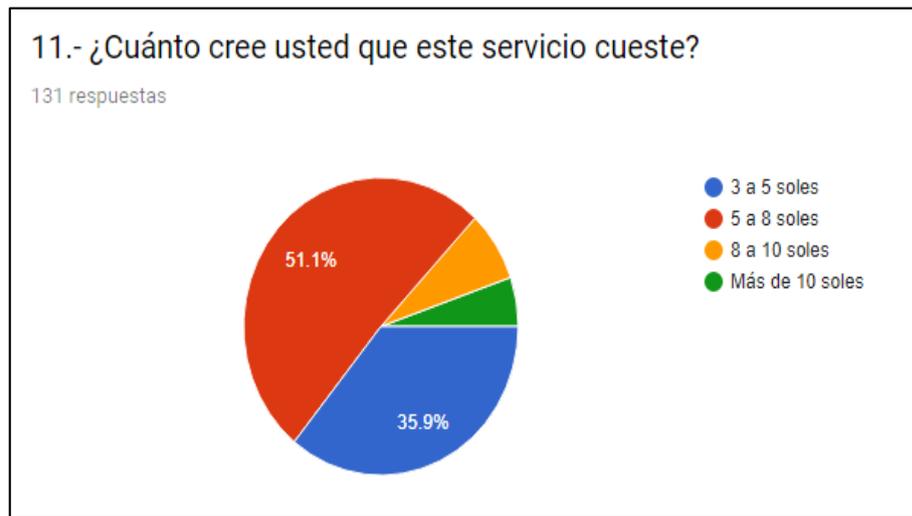


Figura 30. Pregunta 11 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 48.

Pregunta 11.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
Colegio	97	65%
Casa	52	35%
TOTAL	149	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 12:

Se verifican en (ver Figura 33 y Tabla 42), en esta pregunta se evidencia una buena acogida por parte del público interesado con un grado de interés y aceptación acumulado de 98% por las loncheras MI LONCHERITA.

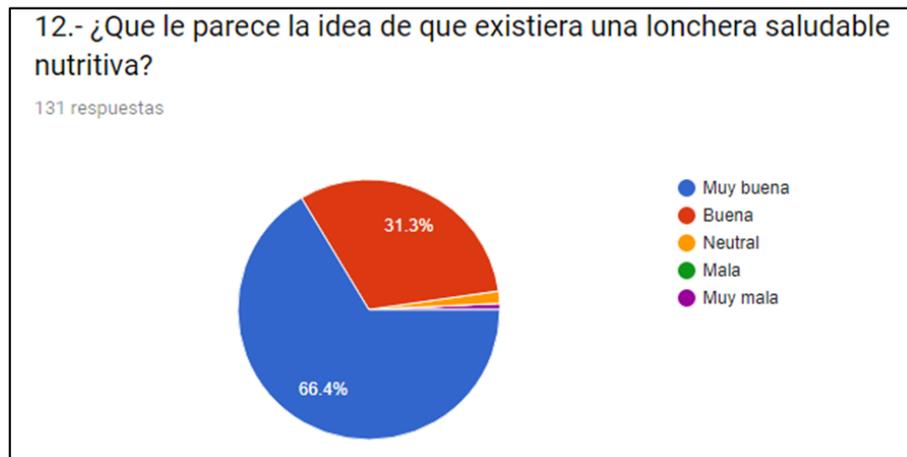


Figura 31. Pregunta 12 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 49.

Pregunta 12.

RESPUESTAS	Cantidad	Porcentaje
3 a 5 soles	47	36%
5 a 8 soles	67	51%
8 a 10 soles	10	8%
Más de 10 soles	7	5%
TOTAL	131	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 13:

Se detallan los resultados (ver Figura 34 y Tabla 43), se trata de indagar acerca del grado de expectativa del producto y servicio como empresa, podemos evidenciar que el factor más importante para el consumidor es el valor nutritivo con una participación del 98%, mientras que la frescura y puntualidad son variables del producto y servicio valoradas con una participación del 80%, el factor que el cliente considera menos importante es la cantidad de la lonchera mientras cumpla con el valor nutritivo.

13.- . Califique las características que considere a la hora de elaborar la lonchera para los hijos. Sabiendo que 1 es menos importante y 5 es más importante

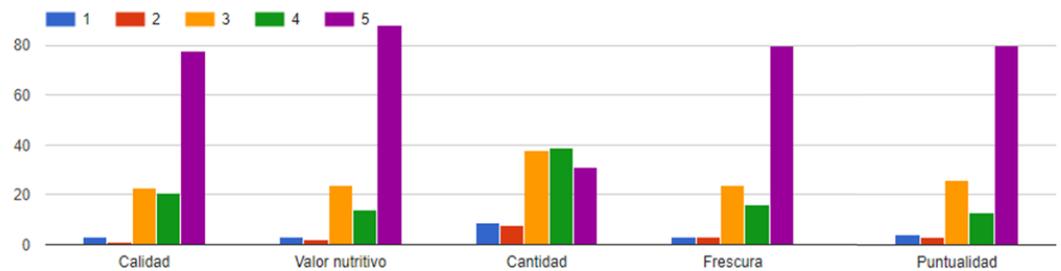


Figura 32. Pregunta 13 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 50.

Pregunta 13.

RESPUESTAS	Porcentaje
Calidad	77%
Valor Nutritivo	98%
Cantidad	38%
Frescura	80%
Puntualidad	80%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 14:

Se verifican en (ver Figura 35 y Tabla 44), se rescata la problemática que el consumidor espera resolver con MI LONCHERITA identificando que el ahorro de tiempo es el causal con un impacto mayor, adicionalmente y de igual valoración es el valor nutritivo que el consumidor espera sobre el producto, seguidos por el precio dedicada para elaboración del producto.

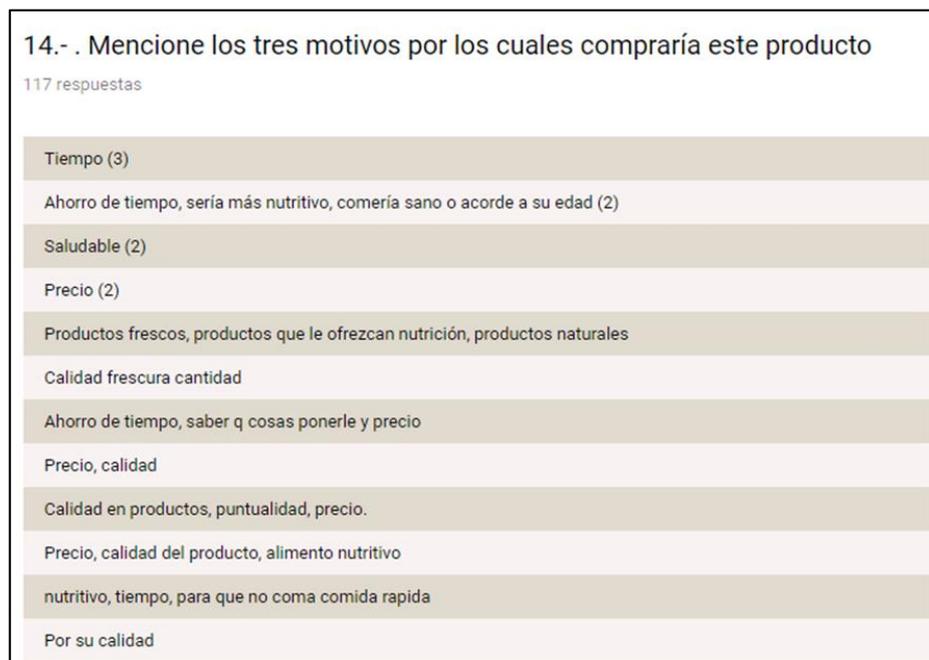


Figura 33. Pregunta 14 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 51.

Pregunta 14.

RESPUESTAS	Porcentaje
Ahorro de tiempo	98%
Valor nutritivo	97%
Precio	80%

Nota: Elaboración propia – 2018.



PREGUNTA 15:

Se detallan los resultados (ver Figura 36 y Tabla 45), en esta pregunta se aspira saber el contenido que el consumidor espera sobre el producto, evidenciando que esta debe poseer un requerimiento mínimo de un líquido, un sándwich y una fruta, parámetros que serán considerados en la composición de MI LONCHERITA.

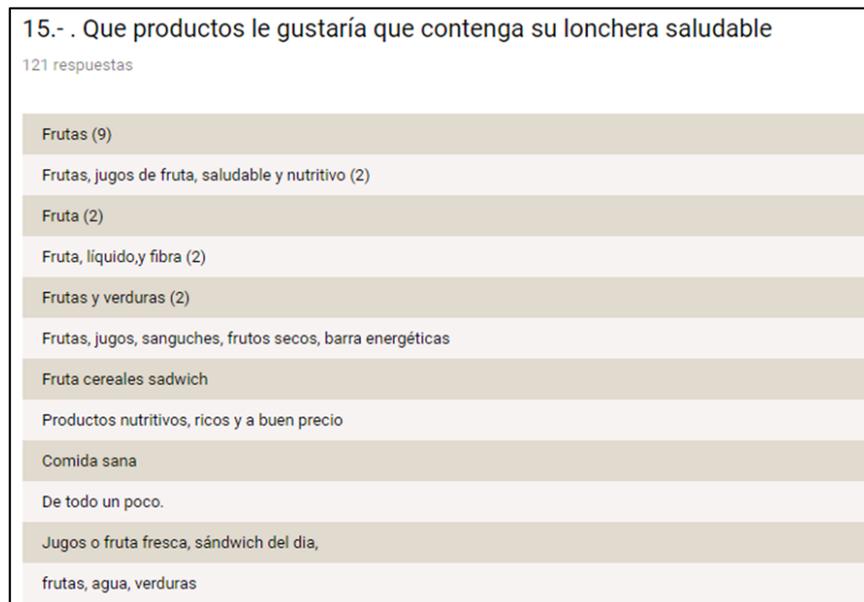


Figura 34. Pregunta 15 –MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 52.

Pregunta 15.

RESPUESTAS	Porcentaje
Líquido	97%
Frutas	95%
Sandwich	94%

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.2. Demanda y oferta.

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Uno de los primeros factores para determinar el mercado potencial es el uso de los criterios de segmentación para MI LONCHERITA utilizaremos las variables utilizadas en el perfil del consumidor.

En la siguiente tabla (ver Tabla 52), utilizamos el criterio de segmentación con respecto a la población de alumnos de inicial y primaria.

Tabla 53.

Cálculo de mercado potencial MI LONCHERITA – 2019

DISTRITOS	PROYECCION POBLACIONAL ESCOLAR				
	POBLACION 2019	POBLACION 2020	POBLACION 2021	POBLACION 2022	POBLACION 2023
San Juan de Lurigancho	155,104	156,345	157,595	158,856	160,127
Comas	76,892	77,507	78,127	78,752	79,382
	231,996	233,852	235,722	237,608	239,509

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se estiman los cálculos del mercado potencial MI LONCHERITA en el horizonte del proyecto, incrementando de 57,999 escolares en el 2019 a 59,877 escolares el 2023 (ver Tabla 53).

Tabla 54.

Mercado potencial MI LONCHERITA 2019 – 2023.

DISTRITOS	2019	2020	2021	2022	2023
San Juan de Lurigancho	38,776	39,086	39,399	39,714	40,032
Comas	19,223	19,377	19,532	19,688	19,846
MERCADO POTENCIAL	57,999	58,463	58,931	59,402	59,877

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.2.2. Estimación del mercado disponible.

Para realizar los cálculos de mercado disponible utilizaremos una de las preguntas de la encuesta con el objetivo de hallar el acceso e intención de compra de MI LONCHERITA.

Pregunta 5: ¿Actualmente le envía lonchera a su hijo?, el resultado de la pregunta fue positivo en 95% de los encuestados.

Para realizar los cálculos del mercado disponible en el 2019 (ver Tabla 54), se necesita inputs el mercado potencial y los resultados de la Pregunta 5.

Tabla 55.

Cálculo de mercado disponible MI LONCHERITA – 2019.

DISTRITOS	MERCADO POTENCIAL	PREG. N°5	MERCADO DISPONIBLE
San Juan de Lurigancho	38,776	0.95	36,837
Comas	19,223	0.95	18,261
TOTAL	57,999		55,098

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se estiman los cálculos del mercado disponible para MI LONCHERITA en el horizonte del proyecto, incrementando de 55,098 escolares en el 2019 a 56,883 escolares el 2023 (ver Tabla 55).

Tabla 56.

Mercado disponible MI LONCHERITA 2019 – 2023.

DISTRITOS	2019	2020	2021	2022	2023
San Juan de Lurigancho	36,837	37,131	37,428	37,728	38,030
Comas	18,261	18,407	18,555	18,703	18,853
MERCADO DISPONIBLE	55,098	55,538	55,983	56,431	56,883

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

Para realizar los cálculos de mercado efectivo utilizaremos dos de las preguntas de la encuesta con el objetivo de hallar el acceso, intención de compra y dispuesto a pagar por MI LONCHERITA.

Pregunta 10: Si le ofreciéramos MI LONCHERITA, una lonchera nutritiva ¿Estaría dispuesto a adquirir esta lonchera?, el resultado positiva en un 88% de la pregunta.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por MI LONCHERITA?, el resultado para el rango de precios de venta estimado que está entre S/.5.00 a S/.8.00 tuvo una correspondencia de 51%.

Para realizar los cálculos del mercado efectivo en el 2019 (ver Tabla 56), se necesita inputs el mercado disponible y los resultados de la Pregunta 10 y Pregunta 11.

Tabla 57.

Cálculo de mercado disponible MI LONCHERITA – 2019.

DISTRITOS	MERCADO DISPONIBLE	PREG. N°10	PREG. N°12	MERCADO EFECTIVO
San Juan de Lurigancho	36,837	0.88	0.51	16,532
Comas	18,261	0.88	0.51	8,195
TOTAL	55,098			24,727

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se estiman los cálculos del mercado efectivo para MI LONCHERITA en el horizonte del proyecto, incrementando de 24,727 escolares en el 2019 a 25,528 escolares el 2023, (ver Tabla 57).

Tabla 58.

Estimación del mercado efectivo MI LONCHERITA 2019 – 2023.

DISTRITOS	2019	2020	2021	2022	2023
San Juan de Lurigancho	16,532	16,664	16,797	16,932	17,067
Comas	8,195	8,261	8,327	8,393	8,461
MERCADO EFECTIVO	24,727	24,925	25,124	25,325	25,528

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.2.4. Estimación del mercado objetivo.

Nuestro porcentaje base de inserción al mercado respecto al mercado efectivo es del 32%, con un total de 7,789 consumidores (ver Tabla 58).

Tabla 59.

Porcentaje base 2019.

AÑO	2019
San Juan de Lurigancho	5,208
Comas	2,581
San Martín de Porres	-
Los Olivos	-
Puente Piedra	-
MERCADO OBJETIVO	7,789

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se estiman los cálculos del mercado objetivo para MI LONCHERITA en el horizonte del proyecto, incrementando de 7,789 escolares en el 2019 a 27,337 escolares el 2023 (ver Figura 59).

Considerando que se está abarcando el 40% de los centros poblados de San Juan de Lurigancho y Comas el último año del proyecto, y la inserción de nuevos mercados.

Tabla 60.

Estimación del mercado objetivo MI LONCHERITA 2019 – 2023

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
San Juan de Lurigancho	5,208	6,666	6,719	6,773	6,827
Comas	2,581	3,304	3,331	3,357	3,384
San Martín de Porres	-	-	2,135	3,587	6,508
Los Olivos	-	-	1,812	3,045	5,525
Puente Piedra	-	-	-	2,807	5,093
MERCADO OBJETIVO	7,789	9,970	13,997	19,569	27,337
CRECIMIENTO		28%	40%	40%	40%

Nota: Elaboración propia -2018.



4.2.5. Frecuencia de compra.

Utilizaremos las preguntas en la encuesta para calcular la frecuencia de compra de MI LONCHERITA.

Pregunta 16: ¿Cuántas unidades de MI LONCHERITA consumiría al mes?.

En la siguiente tabla (ver Tabla 60), se ponderan las respuestas para obtener el consumo mensual y al año.

Para este cálculo tomaremos información del SIRCO¹⁸ destacando que en las encuestas el total no dice la verdad por lo que existe un sesgo o sustracción del 60% con respecto al total.

Tabla 61.

Frecuencia de adquisición MI LONCHERITA.

RESPUESTA	CANTIDA	PORCENTAJ	CONSUM	CONSUM
S	D	E	O MES	O AÑO
todo el mes	30	23%	20.00	200
la mitad del mes	40	31%	10.00	100
1 semana al mes	54	41%	5.00	50
1 día al mes	7	5%	1.00	10
PROMEDIO CONSUMO				97.48
SESGO DESEABILIDAD SOCIAL				60%
CONSUMO ESTIMADO				38.99

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Se realiza el cálculo de la demanda durante el horizonte del proyecto tomando como inputs el mercado objetivo y el consumo estimado anual (ver Tabla 61).

¹⁸ Social Issues Research Centre de Oxford



Tabla 62.

Estimación de la demanda MI LONCHERITA.

DEMANDA	2019	2020	2021	2022	2023
MI LONCHERITA	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.2.7. Estacionalidad.

Rescatamos una restricción en el negocio que es el inicio del año escolar, por lo que estamos considerando que al inicio del año 1 del proyecto (2019), nos dará cierta holgura debido a que el inicio de clases es en marzo, en la siguiente tabla (ver Tabla 62), se puede apreciar la estacionalidad de MI LONCHERITA.

Tabla 63.

Estacionalidad MI LONCHERITA 2019 – 2023.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Trimestre 1	10%	10%	10%	10%	10%
Trimestre 2	30%	30%	30%	30%	30%
Trimestre 3	30%	30%	30%	30%	30%
Trimestre 4	30%	30%	30%	30%	30%

Nota: Encuestas MI LONCHERITA – 2018.

4.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado.

Tomando como datos de entrada la estacionalidad y la cuantificación de la demanda en la siguiente tabla (ver Tabla 63) se hace un desarrollo dedicada a cada uno de los meses del proyecto.

Con este programa de ventas en unidades añadimos el valor de MI LONCHERITA para el consumidor final de en S/.6.50, en la siguiente tabla (ver Tabla 64), se obtiene el programa de ventas valorizado.



Tabla 64.

Programa de ventas mensual en unidades MI LONCHERITA.

MES	2019 (unidades)	2020 (unidades)	2021 (unidades)	2022 (unidades)	2023 (unidades)
ENERO	-	-	-	-	-
FEBRERO	-	-	-	-	-
MARZO	21,653	27,716	38,911	54,400	75,995
ABRIL	23,818	30,487	42,802	59,840	83,594
MAYO	26,200	33,536	47,083	65,824	91,953
JUNIO	28,820	36,890	51,791	72,406	101,149
JULIO	15,851	20,289	28,485	39,823	55,632
AGOSTO	34,872	44,637	62,667	87,612	122,390
SEPTIEMBRE	38,359	49,100	68,934	96,373	134,629
OCTUBRE	42,195	54,010	75,827	106,010	148,092
NOVIEMBRE	46,415	59,411	83,410	116,611	162,901
DICIEMBRE	25,528	32,676	45,875	64,136	89,596
TOTAL	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931

Nota: Elaboración propia – 2018

Tabla 65.

Programa de ventas mensual valorizado MI LONCHERITA.

MES	2019 (S/.)	2020 (S/.)	2021 (S/.)	2022 (S/.)	2023 (S/.)
ENERO	-	-	-	-	-
FEBRERO	-	-	-	-	-
MARZO	127,752	163,523	229,576	320,959	448,368
ABRIL	140,527	179,876	252,534	353,055	493,205
MAYO	154,579	197,863	277,787	388,361	542,526
JUNIO	170,037	217,649	305,566	427,197	596,778
JULIO	93,521	119,707	168,061	234,958	328,228
AGOSTO	205,745	263,356	369,735	516,908	722,102
SEPTIEMBRE	226,320	289,691	406,708	568,599	794,312
OCTUBRE	248,952	318,661	447,379	625,459	873,743
NOVIEMBRE	273,847	350,527	492,117	688,005	961,117
DICIEMBRE	150,616	192,790	270,664	378,403	528,614
TOTAL	1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993

Nota: Elaboración propia – 2018



4.3. Mezcla de Marketing.

También llamado marketing mix es la combinación de 4 dimensiones que interactúan dentro del producto de la organización estos son producto, precio, promoción y plaza.

4.3.1. Producto.

MI LONCHERITA es una lonchera nutritiva; utilizando la combinación de un refresco, dos opciones para combinar y una fruta fresca o seca, el cliente puede realizar la customización entre 432 tipos de combinaciones para que la lonchera de su niño no sea monótona.

4.3.1.1. Marca.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., esquematiza su marca como figura principal, una lonchera animada sosteniendo un emparedado y un refresco con una actitud positiva, destacando el buen sabor que posee los elementos de MI LONCHERITA.

En el logo un reloj con una mordida simbolizando el tiempo que se va a ahorrar con la compra de una lonchera nutritiva (ver Figura 36).



Figura 35. Logotipo MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia

La marca comercial MI LONCHERITA, en un tono rosa y celeste indicando que es para ambos géneros, este anglicismo en diminutivo es un derivado de la palabra lunch (almuerzo en inglés).

4.3.1.2. Envase contenedor.

MI LONCHERITA tendrá un solo tipo envase de contenedor transparente para contener un peso de 250 gramos de medidas 129 milímetros de largo, por 112 milímetros de ancho y 65 milímetros de altura (ver Figura 37).



Figura 36. Envase contenedor MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia

MI LONCHERITA tendrá un solo tipo envase de refresco transparente para contener un volumen de 400 mililitros en una botella de 20 cm. de altura y un diámetro de 8 cm., posee una tapa rosca plástica de color amarillo (ver Figura 38)

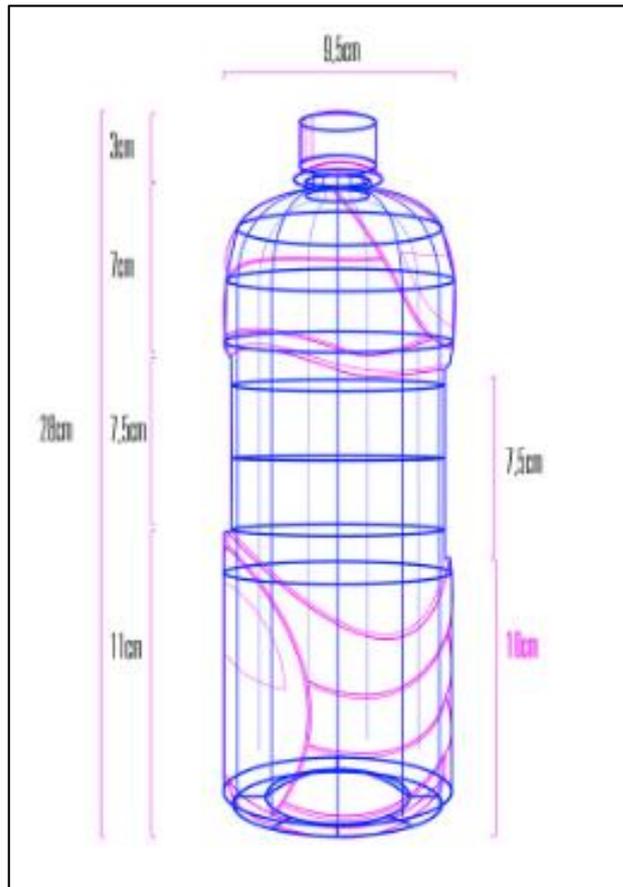


Figura 37. Envase contenedor del refresco MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.1.3. Contenido MI LONCHERITA.

Nuestra investigación de campo propone que la lonchera nutritiva MI LONCHERITA cuenta con la siguiente carta para el refresco, considerando que una cucharada representa 28 gramos y una cucharadita representa 4 gramos (ver Tabla 65).



Tabla 66.

Carta de Refrescos.

CONTENIDO: 400 ml. de refresco		
REFRESCO	INGREDIENTES	VALOR NUTRICIONAL
Carambola	Media carambola	230-260 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
Cebada	Dos cucharadas de cebada	210-240 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
	Un limón	
Limonada	Un limón	220-250 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
Manzana	Una manzana para agua	210-240 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
	Canela, clavo de olor	
Membrillo	Medio membrillo mediano	230-260 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
	Canela, clavo de olor	
Piña	Un trozo de piña pequeño	220-250 kcalorías
	Una cucharadita de azúcar rubia	
	Canela, clavo de olor	

Nota: Elaboración propia.

MI LONCHERITA cuenta con la siguiente carta para las porciones, el consumidor escoge dos opciones por cada presentación, considerando que una cucharada representa 28 gramos y una cucharadita representa 4 gramos (ver Tabla 60).

Tabla 67.

Carta de Opciones para combinar.

CONTENIDO: 100 gramos por porción		
PORCION	INGREDIENTES	VALOR NUTRICIONAL
Pan con pollo y verduras	Dos rebanadas de pan integral	Energía 214 kcal. Proteína 5.8 gr. Hierro 1.2 mg.
	Tres cucharas de pollo desmenuzado	
	Un trozo de zanahoria pequeño	
	Dos rodajas de tomata	
	Una hoja de lechuga	
	Sal yodada	
Choclo rebozado con huevo	Medio choclo desgranado	Energía 214 kcal. Proteína 5.8 gr. Hierro 1.2 mg.
	Un huevo cocido	
	Una cucharadita de aceite vegetal	
	Sal yodada	



Pan con sangrecita al jugo	Dos rebanadas de pan integral Dos cucharas de sangre de pollo sancochada Una cucharadita de aceite vegetal Una cabeza de cebolla pequeña Sal yodada	Energía 217 kcal. Proteína 6.2 gr. Hierro 6.7 mg.
Pan con huevo sancochado	Media papa amarilla mediana Cuatro huevos de codorniz sancochados Sal yodada	Energía 226 kcal. Proteína 6.6 gr. Hierro 2.6 mg.
Pan de torreja de atún	Dos rebanadas de pan integral Una cucharada de atún Una cucharada de harina Una cucharadita de aceite vegetal Una hoja de lechuga Dos rodajas de tomate Sal yodada	Energía 235 kcal. Proteína 8.3 gr. Hierro 1.0 mg.
Choclo con queso	Un cuarto de choclo desgranado Una tajada de queso fresco Sal yodada	Energía 159 kcal. Proteína 6.1 gr. Hierro 0.8 mg.
Pan con palta y huevo	Dos rebanadas de pan integral Un huevo sancochado Una hoja de lechuga Sal yodada	Energía 244 kcal. Proteína 7.5 gr. Hierro 1.7 mg.
Pan con queso y espinaca	Dos rebanadas de pan integral Una tajada de queso fresco Dos hojas de espinaca	Energía 230 kcal. Proteína 6.7 gr. Hierro 1.6 mg.
Pan con atún	Dos rebanadas de pan integral Dos cucharadas de atún Cebolla en aros Medio limón	Energía 215 kcal. Proteína 9.2 gr. Hierro 1.0 mg.

Nota: Elaboración propia – 2018.

MI LONCHERITA cuenta con la siguiente carta de frutos entre frescos y secos, el consumidor escoge solo una opción por cada presentación (ver Tabla 61).

Tabla 68.

Carta de Frutas.

FRUTA	CONTENIDO	VALOR NUTRICIONAL
Mandarina	25 gramos	Energía 12 kcal.
Manzana	30 gramos	Energía 16 kcal.
Granadilla	20 gramos	Energía 15 kcal.



Naranja	30 gramos	Energía 13 kcal.
Tuna	25 gramos	Energía 15 kcal.
Durazno	25 gramos	Energía 13 kcal.
Pasas	20 gramos	Energía 60 kcal.
Maníes	20 gramos	Energía 58 kcal.

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.2. Precio.

El precio es el único elemento del mix de marketing que proporciona ingresos para la empresa, esta salvedad esta dado a que el precio define la calidad ofrecida al consumidor final y define el éxito de una organización.

4.3.2.1. Precios del producto y margen de utilidad.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., utilizará dos estrategias para fijar el precio de MI LONCHERITA, la primera está basada en la fijación de precio respecto a un margen del costo (ver Tabla 68), este margen podrá cubrir las expectativas de los inversionistas, una vez calculado este utilizaremos la estrategia de Gabor y Granger los autores dicen que los precios que no acaban en números redondos tienen un efecto psicológico del comprador que el precio está por debajo de su valor; concluyendo que MI LONCHERITA tendrá un valor de S/.6.50 la unidad.

Tabla 69.

Estrategia de Fijación de precio mediante el costo.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	MARGEN	PRECIO SIN IGV (S/.)	PRECIO CON IGV (S/.)
MI LONCHERITA	4.53	30%	5.00	5.90

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.2.2. Precios de la competencia al consumidor, al productor y su equivalencia con el producto del proyecto.

La competencia se encuentra en los productos que se ofrecen en los quioscos y las bodegas cercanas a los colegios; cabe rescatar que, con sus propinas, ellos prefieren comprar golosinas y éstas, según APOYO (2015), el 86% afirma que las compran en bodegas y el 22% en quioscos del colegio.

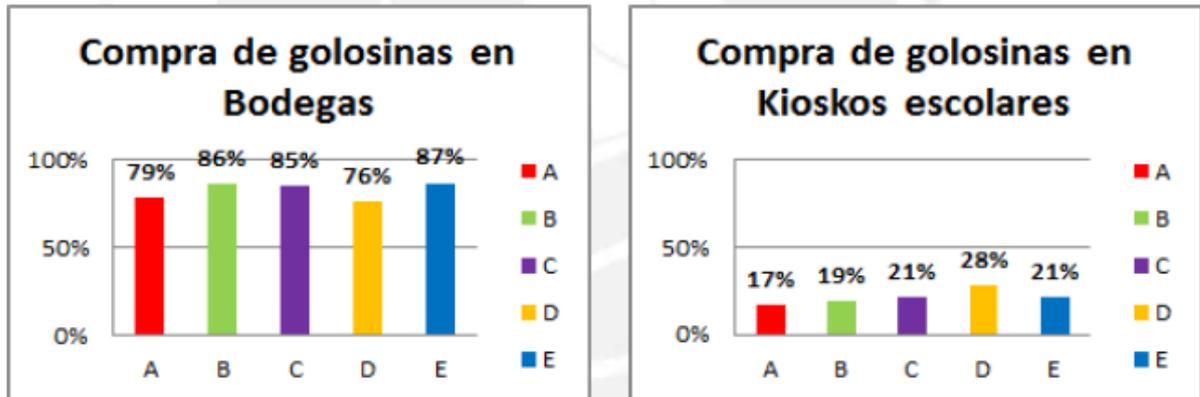


Figura 38. Compra de golosinas en Bodegas o Quioscos escolares en Lima Metropolitana

Nota: Perfil de niño de 3 a 17 años en Lima Metropolitana – IPSOS APOYO.

En la figura anterior (ver Figura 39) se aprecia que no existe mucha diferencia según el NSE respecto a las compras en bodegas o quioscos escolares, pero es notable la fuerte competencia de las bodegas aledañas a los colegios para los quioscos escolares.

4.3.2.3. Costos unitarios del proyecto.

Antes de ingresar al coste directo utilizaremos una simulación del posible costo final de MI LONCHERITA desarrollando los costos que incurre su elaboración (ver Tabla 69).



Tabla 70.

Costo unitario promedio MI LONCHERITA

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019
UNIDADES PROYECTADAS	303,711
Materia Prima (S/.)	388,750
Mano de obra directa (S/.)	125,168
Costos indirectos de fabricación (S/.)	74,450
COSTO DE VENTAS (S/.)	588,368
Gastos administrativos (S/.)	177,264
Gastos de ventas (S/.)	611,354
COSTO TOTAL PRODUCCION (S/.)	1,376,986
COSTO UNITARIO (S/.)	4.53
PRECIO DE VENTA (S/.)	5.90
MARGEN (%)	30%

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.3. Plaza.

En su definición Plaza es la parte del mix de marketing encargado de establecer el cómo haremos llegar MI LONCHERITA hasta el consumidor final. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. establece que su estrategia de distribución será mediante un solo tipo de canal, el directo sin el uso de intermediarios, debido a las condiciones delicadas de un producto para el consumo directo de un menor.

Se va a tercerizar el traslado de MI LONCHERITA hacia los puntos de entrega desde la nave de producción con una tarifa plana por unidad entregada.

La estrategia como canal de distribución directa, se definirá posicionando a la fuerza de venta fuera de los colegios donde los clientes que hayan solicitado una lonchera nutritiva, mediante proceso de pedidos de hasta 5 horas antes de las 08:00h del día siguiente se establecerá la ruta y cantidad para cada colegio (ver Figura 40).



Figura 39. Canal Propio ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.4. Promoción.

El plan de promoción de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. se basará en dos puntos. El primero será digital (online) esto permitirá a los consumidores intercambiar no solo mensajes solicitando información de MI LONCHERITA sino pudiendo conocer las promociones y realizar sus pedidos mediante nuestra estación de pedidos.

El segundo punto será el que realizaremos de manera presencial, en los puntos de entrega con un sistema de entregas con rótulos en cada pedido lo que nos posicionará con un servicio confiable y efectivo.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. apuesta por utilizar las siguientes estrategias:

- Degustaciones

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. dará a conocer MI LONCHERITA mediante degustaciones a las afueras de los colegios, estas se entregarán a los niños en etapa inicial y primaria para que puedan realizar la comprobación de calidad de la lonchera nutritiva (ver Figura 41).



Figura 40. Degustación MI LONCHERITA

Nota: Promoción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

- Web Page y Social Media

Validado en el estudio de mercado es importante contar con una atención de los clientes desde un punto de vista virtual ya que este en los últimos años ha ido tomando fuerza en el mercado de Lima Metropolitana en la Página de Facebook colocaremos el listado de la carta, precios de la lonchera, como ubicar sus pedidos, valor nutricional, paquetes de ofertas, etc.

La página web será el medio de comunicación para poder generar pedidos y este se realizará a inicios del proyecto, será el motor para la poder realizar pedidos de los clientes y generar a partir de allí el match con la producción de loncheras.



Figura 41. Página Web MI LONCHERITA

Nota: Simulación - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

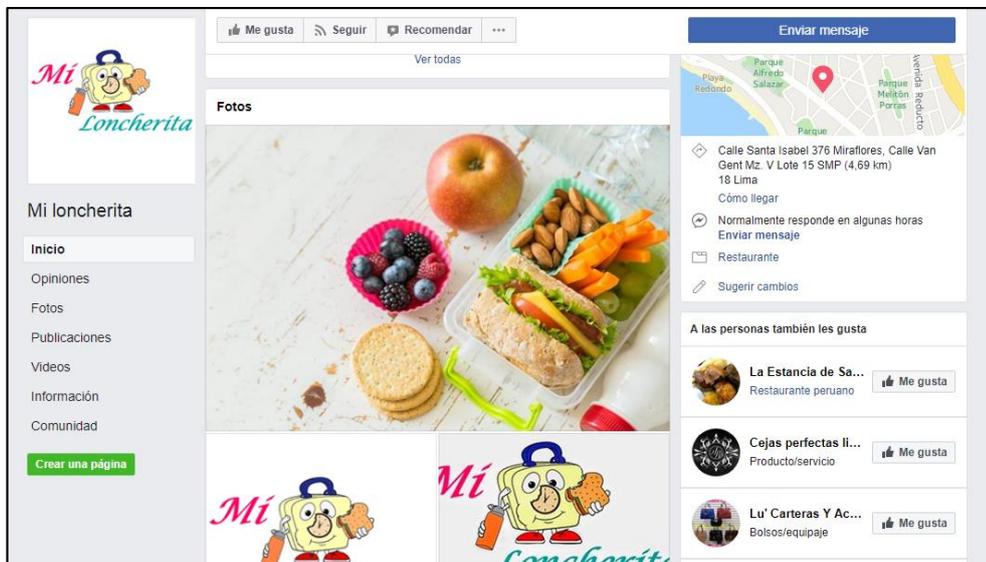


Figura 42. Facebook MI LONCHERITA

Nota: Facebook – ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

- Folletos MI LONCHERITA

La impresión de folletos y entrega en los colegios de nuestro mercado objetivo hacen que desde enero del 2019 inicien con este tipo de estrategia, utilizaremos palabras simples para poder llegar al comprador de una manera ligera y dinámica.

- Anuncios en Periódicos



Uno de los canales de comunicación con un impacto fuerte sobre el mercado objetivo son los anuncios en Periódicos y radio por lo que ALIMENTOS NUTRITIVOS apuesta por dos de los principales ejemplares que se producen todos los días de la semana (PERU21 y ELTROME).

En las siguientes tablas (ver Tabla 70, Tabla 71, Tabla 72, Tabla 73, Tabla 74, Tabla 75, Tabla 76), ALLIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. establecerá los pasos para realizar el plan de comunicación.

Tabla 71.

Identificar el Público Objetivo.

IDENTIFICAR EL PUBLICO OBJETIVO

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. debe iniciar el proceso con una idea clara de cuál es el público objetivo (mediante los criterios de segmentación) del proceso de comunicación que se va a emprender, definido mediante el mercado objetivo (ficha técnica del consumidor y usuario).

El público objetivo pueden ser clientes potenciales o usuarios que son ya consumidores de las loncheras nutritivas, aquellos que toman la decisión de compra o aquellos que influyen en la misma, individuos o grupos de consumidores, un público especial o el público general.

Nota: Elaboración propia -2018.

Tabla 72.

Fijar los objetivos de comunicación.

FIJAR LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. tiene un plan de ventas en unidades y valorizado que debe ejecutarse en su totalidad.

Es probable que el público objetivo se pueda encontrar en cualquiera de las seis fases de predisposición a la compra que normalmente atraviesan los consumidores antes de adquirir un producto. Estos son conciencia, conocimiento, interés, preferencia, convicción y compra.

Con la investigación de mercado hemos demostrado que el consumidor está en una fase de interés por el valor nutritivo y la customización de sus pedidos.

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 73.

Definir el mensaje.

DEFINIR EL MENSAJE

Una vez que se ha definido la respuesta que se pretende obtener del público objetivo, la empresa debe crear un mensaje eficaz. Lo ideal es que el mensaje capte la atención del consumidor, mantenga su interés, despierte el deseo de compra del mismo y le anime a llegar a la acción.

Para el contenido del mensaje utilizaremos un argumento racional, que son los relacionados con el interés personal del público desarrollar la creatividad de sus niños.

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 74.

Canales de comunicación.

CANALES DE COMUNICACIÓN

- **Canales de comunicación personal**, influencia boca a boca (debido a que como la propuesta de valor la customización y el valor nutricional) lo podemos ligar a que el público objetivo pueda transmitir estas experiencias a sus vecinos, amigos, familiares, etc.), utilizaremos nuestra plataforma de Facebook para crear una estrategia buzz marketing, creando líderes de opinión que difundan información a los miembros de nuestro mercado.

- **Canales de comunicación no personal**, transmiten mensajes sin establecer una interacción o una retroalimentación personal directa (anuncios de radio, brochures, folletos, etc.).

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 75.

Distribución del presupuesto de comunicación.

DISTRIBUIREMOS EL PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN

Fijaremos un presupuesto de comunicación, mediante una estrategia de fijación asequible, considerando las limitaciones en cuanto a recursos financieros.

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 76.

Definir el mix de comunicación.

DEFINIR EL MIX DE COMUNICACIÓN

- **PUBLICIDAD**, permite difundir mensajes comerciales a un público geográficamente disperso con un bajo costo de persona alcanzada. Se puede repetir muchas veces el anuncio hasta que sea asimilado.

- **MARKETING DIRECTO**, permite el diálogo entre el equipo de ventas y el consumidor.

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 77.

Medir los resultados.

MEDIR LOS RESULTADOS

Cuando hemos fijado el mix de la comunicación y el presupuesto, ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. hará todo lo necesario para que los elementos del mix se integren:

- Supervisar los gastos de comunicación.
- Identificar y potenciar a los contactos.
- Crear indicadores de eficiencia para cada elemento de comunicación

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 78.

Coordinar el Proceso.

GESTIONAR Y COORDINAR EL PROCESO

Como la tarea es compleja se deben registrar, administrar y coordinar las tareas ejecutadas entre los procesos involucrados para realizar las propuestas de mejora y retroalimentación al plan de comunicación.

Nota: Elaboración propia – 2018.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.

En su etapa inicial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. realizará la planeación en alcance cronogramas, y presupuesto para poder llevar a cabo una correcta e impactante campaña de lanzamiento, buscando posicionar MI LONCHERITA en el mercado objetivo.

Dado que MI LONCHERITA no es conocida en el mercado aún debemos de realizar lo que se mencionó en el plan de comunicaciones.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. realizará un evento de lanzamiento para dar a conocer MI LONCHERITA para los compradores como para los consumidores.

En la siguiente tabla (ver Tabla 78), se aprecian los detalle de nuestro evento de lanzamiento.



Tabla 79.

Campaña de Lanzamiento MI LONCHERITA

EVENTO DE LANZAMIENTO

OBJETIVO	GENERAL	Lanzar al mercado MI LONCHERITA y así posicionar la lonchera nutritiva como una muy buena opción para la alimentación de los niños y niñas en etapa escolar, con una propuesta de alto valor nutricional y una customización a su carta.
	ESPECIFICO	Posicionar a la empresa ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. dentro del mercado de Lima Metropolitana.
EVENTO PRINCIPAL	Fecha: lunes 4 de marzo del 2019	<p>Mención fase 1 (radio y periódicos)</p> <p>Periodo Fase 1: jueves 21 y viernes 22 de marzo del 2019</p> <p>Mención fase 2 (radio y periódicos)</p> <p>Periodo Fase 2: jueves 1 y viernes 2 de marzo del 2019.</p>
PRESENCIA EN REDES SOCIALES	Facebook y página web	<p>1 de enero del 2019 al domingo 3 de marzo del 2019</p> <p>Los consumidores propondrán los primeros 10 colegios donde quieren que se realice el evento de degustación.</p>

Nota: Elaboración propia – 2018.

La estrategia que utilizaremos será un concurso en Facebook, las personas que compartan la página en su muro con un hashtag #LanzamientoMiLoncherita, podrán ser partícipe de este.

El ganador del concurso en Facebook de MI LONCHERITA será la persona con más ME GUSTA en su publicación , con el objetivo de estrechar el nexo entre el mercado potencial y ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

El concurso tendrá 5 ganadores, los primeros cinco con mayor cantidad de “ME GUSTA”. Al conocer los ganadores se publicará en la página de MI LONCHERITA el día 4 de marzo del 2019. A



los ganadores del concurso se le premiará con: un mes de MI LONCHERITA totalmente gratis.

El martes 5 de marzo del 2019, se realizará 10 eventos de degustación en los colegios que el mercado potencial elija mediante sus sugerencias en la página habrá una animadora, repartiendo muestras de MI LONCHERITA para los niños del colegio.

4.3.4.2. Promoción para todos los años.

En la siguiente tabla (ver Tabla 79), mencionaremos las promociones de MI LONCHERITA durante todo el año con promociones estacionales y no estacionales, destacando que actividades y estrategias de publicidad utilizaremos.



Tabla 80.

Promoción todos los años.

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
PROMOCIONES NO ESTACIONALES	PROMOCION 5 x 4 (Cinco loncheras nutritivas por el precio de cuatro)					
PROMOCIONES ESTACIONALES			Por inicio de clases, sorteamos 100 MI LONCHERITA entre nuestros clientes		Por el mes de la madre, llévate un 20% adicional los miércoles y viernes del mes en las compras en efectivo	Por el mes de la padre, llévate un 20% adicional los martes y jueves del mes en las compras en efectivo
ACTIVIDADES PUBLICIDAD			- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen -Eventos de prueba de producto	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen -Eventos de prueba de producto	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen -Eventos de prueba de producto
MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PROMOCIONES NO ESTACIONALES	PROMOCION 5 x 4 (Cinco loncheras nutritivas por el precio de cuatro)					
PROMOCIONES ESTACIONALES	Por el mes patrio, llévate 15% de descuento los viernes del mes.	5% de descuento los lunes de cada mes.	5% de descuento los martes de cada mes.	5% de descuento los miércoles de cada mes.	5% de descuento los jueves de cada mes.	Para finalizar el año, sorteamos 100 MI LONCHERITA entre nuestros clientes
ACTIVIDADES PUBLICIDAD	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen -Eventos de prueba de producto	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen	- Folletos informativos - Anuncios en radio - Publicidad en página web y Facebook -Banner roll screen -Eventos de prueba de producto



-Eventos de
prueba de
producto

Nota: Elaboración propia – 2018.



4.3.4.3. Presupuesto para la promoción.

Una vez desarrollada el plan de comunicación, evento de lanzamiento y estrategias a desarrollar para la publicidad, vamos a definir el presupuesto de promoción para ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. (ver Tabla 80).

Tabla 81.

Presupuesto Promoción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1 Evento de lanzamiento					3,500
1.1 Animadora	unidad	10	200.00	2,000	
1.2 Personal apoyo	unidad	30	50.00	1,500	
2 Buzz Marketing					4,000
2.1 Bonificación líderes de opinión	mensual	10	400.00	4,000	
3 Folletos de 130 gr. A color	millar	20	400.00		8,000
4 Anuncio por radio	segundo	2,200	16.00		35,200
5 Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	50	500.00		25,000
6 Banner Roll Screen	unidad	100	45.00		4,500
7 Eventos de prueba de producto	trimestral				7,500
7.1 Animadora	unidad	30	200.00	6,000	
7.2 Personal apoyo	unidad	30	50.00	1,500	
TOTAL PRESUPUESTO 2019 (S/.)					87,700

Nota: Elaboración propia – 2018.

Una vez obtenidas las partidas ahora se realizará el desglose mensual (ver Tabla 81), donde se detalla por mes y concepto de gasto para el presupuesto de promoción.



Tabla 82.

Cronograma mensual 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

DETALLE	2019											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1 Evento de lanzamiento												
1.1 Animadora			2,000									
1.2 Personal apoyo			1,500									
2 Buzz Marketing												
2.1 Bonificación líderes de opinión			400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
3 Folletos de 130 gr. A color	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667
4 Anuncio por radio	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933	2,933
5 Avisos diario impreso	3,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
6 Banner Roll Screen			450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
7 Eventos de prueba de producto												
7.1 Animadora			2,200	2,200		2,200		2,200		2,200		2,200
7.2 Personal apoyo			550	550		550		550		550		550
SUBTOTAL MENSUAL	6,600	5,600	12,700	9,200	6,450	9,200	6,450	9,200	6,450	9,200	6,450	9,200

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO V

ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

5.1. Estudio Legal.

5.1.1. Forma societaria.

Los socios de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. hemos elegido formar una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) como la forma de sociedad, se detallan las características (ver Tabla 82).

Tabla 83.

Características ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

Regidas bajo la Sección VII de las formas de Sociedad Anónima, desde el Artículo 234 al 249.

Tiene no más de 20 accionistas.

No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.

El capital está representado por acciones normativas, de acuerdo a los aportes de los accionistas, quienes no responden a título personal de las deudas de la sociedad.

Nota: Elaboración propia – 2018.

El capital social es de S/.50,000.00, representada por 50,000 acciones normativas, en la siguiente tabla (ver Tabla 83), se tiene la distribución del capital social con aporte idénticos por todos los socios de la organización.



Tabla 84.

Distribución de capital social ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

SOCIO	APORTE (S/.)	PORCENTAJE
Elvis Samamé Palacios	20,000	20%
Haydé Guzmán Ángeles	20,000	20%
Katia López Silvestre	20,000	20%
Oscar Suarez Cruz	20,000	20%
Rolando Martínez Ángeles	20,000	20%
TOTAL (S/.)	100,000	100%

Nota: Elaboración propia -2018.

Vamos a inscribir a nuestra organización según la normativa de Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se muestran en (ver Tabla 84) sus características.

Tabla 85.

Características de la Pequeña Empresa.

VARIABLES PEQUEÑA EMPRESA	
NUMERO DE TRABAJADORES	La pequeña empresa abarca desde uno (01) hasta cien (100) trabajadores.
NIVELES DE VENTA ANUALES	La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas (150 UIT) y hasta 1,700 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.1.1. Actividades.

Para constituir una MYPE hay opciones como:

- COFIDE con sede en Augusto Tamayo 160 – San Isidro.
- Notarias autorizadas por SUNAT y SUNARP.

En la siguiente tabla (ver Tabla 85), se listarán las actividades para constitución de una Sociedad Anónima cerrada



Tabla 86.

Listado de Actividades – Constitución de Empresa.

ACTIVIDAD	DETALLE
Búsqueda de Nombre de la Empresa	Se realizará una búsqueda en SUNARP para certificar que el nombre con el que deseamos inscribir nuestra empresa se encuentra disponible "ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C."
Reserva de Nombre de la Empresa	Certificada la disponibilidad del nombre, se reserva el nombre de la empresa por 30 días asegurando que no sea utilizado por otra empresa.
Minuta de Constitución de la Empresa	En este documento se describe la cantidad de socios, el tipo de empresa, la actividad económica, el aporte de cada accionista y el representante legal de la empresa.
Escritura Pública	La minuta debe ser enviada a una notaría para realizar las gestiones correspondientes y elevarlo a Escritura Pública.
Obtención del R.U.C.	Se realizará la inscripción en SUNAT como persona jurídica para obtener el R.U.C.

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.1.2. Valorización.

Se valorizan todas las actividades según la siguiente tabla (ver Tabla 86).

Tabla 87.

Valorización Constitución de Empresa.

ACTIVIDAD	COSTO (S/.)
Búsqueda de Nombre de la Empresa	5.00
Reserva de Nombre de la Empresa	20.00
Servicio Notarial para constitución de empresa	650.00
Servicio Registral para constitución de empresa	700.00
Obtención del R.U.C.	-
Inscripción en REMYPE	1,375.00
SUB - TOTAL (S/.)	2,750.00

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.2. Registro de marcas y patentes.

Para registrar la marca “MI LONCHERITA” (ver Figura 44), se realizará en INDECOPI, el trámite dura 120 días y tiene un vigencia de diez años luego de su aceptación.



Figura 43. Logotipo MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.2.1. Actividades.

Tabla 88.

Listado de Actividades – Registro de Marca.

ACTIVIDAD	DETALLE
Búsqueda Fonética y Figurativa	Se solicitará una búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos para verificar si ya está registrada alguna marca que sea igual o similar a la que deseamos validar en palabras o imágenes.
Registro de logo, lema comercial y Nombre comercial	Se indicará el Logo o Signo a registrar, una reproducción de 03 copias aproximadamente de 5 cm de ancho por 5 cm de largo, a colores por contener elementos gráficos. Una vez obtenidos los resultados de la búsqueda, solicitaremos la vigencia de nuestra marca, nombre y lema comercial por un periodo de 10 años. Para esto, Según la Clasificación Niza pertenecemos a la clase 28.
Publicación	Seguido a la aceptación de la Solicitud de Registro se deberá publicar en el Diario oficial EL PERUANO por única vez, el signo solicitado constituido por un logotipo de tamaño de 3 x 3 cm.

Nota: Elaboración propia – 2018.



En la tabla anterior (ver Tabla 87), se muestran las actividades a realizar en INDECOPI el cual se encarga de administrar y regular las marcas de los productos, es importante que mencionar que estos valores son variable, los registros tienen un valor de 13.51% de 01 Unidad Impositiva Tributaria

5.1.2.2. Valorización.

Se valorizan todas las actividades según la siguiente tabla (ver Tabla 88).

Tabla 89.

Valorización – Registro de Marcas

ACTIVIDAD	COSTO (S/.)
Búsqueda Fonética - Figurativa	48.65
Registro de Marca y Logo	560.67
Registro de Lema Comercial	560.67
Registro de Nombre Comercial	560.67
Publicación diario ElPeruano	780.00
SUB - TOTAL (S/.)	2,510.65

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.3. Licencias y autorizaciones.

5.1.3.1. Actividades.

En las siguientes tablas (ver Tabla 89, Tabla 90 y Tabla 91) se establecen las actividades para las licencias y autorizaciones.



Tabla 90.

Actividades para la Inspección INDECI.

ACTIVIDAD	DETALLE
Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica	<ul style="list-style-type: none">-Formulario de Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.-Recibo de pago de los derechos correspondientes.- Planos de Arquitectura (Plantas, Cortes y Elevaciones). Los planos deben encontrarse actualizados en escala 1/50, 1/100 o 1/200 y deben incluir distribución de ambientes y disposición de mobiliario y equipos, escalera de escape y áreas de refugio horizontal, según corresponda.- Planos de Instalaciones Eléctricas, los planos deben encontrarse actualizados en escala 1/50 o 1/100 y deben incluir tableros, cargas, tomacorrientes y pozo de puesta a tierra.- Planos de Evacuación y Señalización en escala 1/100, 1/200 o 1/500.- Plan de Seguridad en Defensa Civil o Plan de Contingencia.- Memorias Descriptivas y especificaciones técnicas (Arquitectura, Electricidad y Sistema contra incendios).- Constancia de mantenimiento de escaleras mecánicas, ascensores, sistema de elevación, funiculares u otros equipos electromecánicos similares.- Protocolo de Pruebas de Operatividad y Mantenimiento de equipos de seguridad.- Certificado de Medición de Resistencia de pozo de puesta a tierra (no mayor de 8 meses).

Nota: Elaboración propia - 2018.

Tabla 91.

Actividades para la licencia de funcionamiento.

ACTIVIDAD	DETALLE
Licencia de Funcionamiento	<ul style="list-style-type: none">-Solicitud según formulario (libre reproducción) con carácter de Declaración Jurada, que incluye RUC y DNI del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.-Poder vigente del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, se requiere Carta Poder con firma legalizada en caso de persona natural.-Pago por derecho de tramitación de Licencia de Funcionamiento.-Certificado de Inspección Técnica de Seguridad.

Nota: Elaboración propia - 2018.



Tabla 92.

Procedimiento para obtener la Autorización DIGESA.

ACTIVIDAD	DETALLE
Autorización Sanitaria	-Copia de Solicitud con carácter de Declaración Jurada, adjuntando el Cuadro de Descripción completa del producto. -Copia simple de los Informes o Certificados de Ensayo con su respectiva traducción. -Copia del Proyecto de Rotulado de forma legible con las referencias completas de la empresa incluyendo el símbolo de advertencia sobre la edad apta y las medidas preventivas de uso en idioma castellano. - Comprobante de pago por derecho de trámite según tasa de procedimiento Nro. 41 del TUPA de DIGESA.

Nota: Elaboración propia.

5.1.3.2. Valorización.

Se valorizan todas las actividades según la siguiente tabla (ver Tabla 92).

Tabla 93.

Valorización de licencias y autorizaciones.

ACTIVIDAD	COSTO (S/.)
Derecho a trámite Licencia de Funcionamiento	115.51
Inspección técnica de Seguridad	114.41
Autorización DIGESA	330.51
Análisis físico-químico y microbiológico	339.00
Análisis bromatológico	400.02
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	3,941.20
Fumigación certificada de centro de operaciones (cocina)	500.00
Elaboración de planos	5,310.00
Certificado de operatividad de extintores PQS	165.20
Pozo a tierra certificado	2,100.00
SUB - TOTAL (S/.)	13,315.85

Nota: Elaboración propia.

5.1.4. Legislación laboral.

Ya en Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, las ventas se encontrarían en el rango de 151 a 1,700 U.I.T. por lo que ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. sería una pequeña empresa. Accederíamos al Régimen Laboral Especial (ver Tabla 93).



Tabla 94.

Resumen de Legislación Laboral.

LEGISLACION LABORAL PYME

Estar registrados en el régimen contributivo de EsSalud, donde el empleador deberá aportar a EsSalud el 9% de lo que perciba el trabajador.

Los trabajadores de una pequeña empresa tienen derecho a ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).

Los trabajadores tienen derecho a una Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas a la semana.

En caso de despida arbitrario, el trabajador tiene derecho a una indemnización equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo, con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.

Los trabajadores tienen derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá medio sueldo por cada año de trabajo.

Los trabajadores tienen derecho a 15 de vacaciones por cada año de trabajo o su parte proporcional.

Los trabajadores tienen derecho cuanto menos a una remuneración mínima vital (S/.930.00), la cual fue aumentada en S/.80.00 el 01 de abril del 2018, siendo de aplicación a partir del 01 de mayo del 2018.

Los trabajadores tienen derecho a recibir gratificaciones equivalentes a medio sueldo en Julio y medio sueldo en Diciembre, siempre y cuando se haya laborado el semestre completo, es decir de Enero a Junio y Julio a Diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.

En lo que respecta a sus Derechos Colectivos, un trabajador de una pequeña empresa puede formar parte de un sindicato.

Los trabajadores tienen derecho a gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral Común, es decir, primero de enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, fiestas patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, todos los Santos, Inmaculada Concepción y Navidad.

Los trabajadores tienen derecho al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo y Seguro de Vida en caso las funciones lo requieran.

Nota: Elaboración propia -2018.

5.1.5. Legislación tributaria.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. se encuentra en el pago de tercera categoría, en el Perú.

a. Impuesto a la Renta

I.R. es el impuesto que grava la utilidad de la empresa, este tipo de impuesto es vital en el sistema tributario por su relación con la inversión.



b. Impuesto General a las Ventas

El IGV es una tasa indirecta acumulativa que grava las compras como las ventas dentro del mercado nacional, considerando que si resulta que el impuesto general de las compras es mayor al de las ventas se genera un crédito fiscal.

c. Impuesto Temporal a las Transacciones Financieras

El I.T.F. grava las operaciones financieras de todo tipo.

En la siguiente tabla (ver Tabla 94), se destacan las tasas tributarias y sus cambios en los años del proyecto.

Tabla 95.

Tasas legislación Tributaria.

TASAS	2019	2020	2021	2022	2023
Impuesto General a las Ventas (I.G.V.)	18%	17%	17%	17%	17%
Impuesto a la Renta (I.R.)	26%	26%	26%	26%	26%
Impuesto a las Transacciones Financieras (I.T.F.)	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%
Unidad Impositiva Tributaria (U.I.T.) en S/.	4,150.00	4,200.00	4,250.00	4,300.00	4,350.00

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.1.6. Otros aspectos legales.

En la depreciación de activos fijos puede utilizarse la depreciación en forma acelerada y lineal para los activos de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. en un plazo de 3 años.

El cálculo de la depreciación lineal sería:

$$\text{Valor contable del activo} - \frac{\text{Valor Residual}}{\text{Vida útil (x año)}} = \text{Cargo por depreciación anual}$$



5.1.7. Resumen del Capítulo.

Muestra nuestro resumen del capítulo con las actividades y valorizaciones analizadas previamente (ver Tabla 81).



Tabla 96.

Cuadro Resumen.

CONCEPTO	LUGAR	CANT.	COSTO UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL /S/.)	I.G.V. (S/.)	TOTAL (S/.)
Gastos de Constitución				2,750.00	-	2,750.00
Búsqueda de Nombre de la Empresa	Sunarp	1	5.00	5.00	-	5.00
Reserva de Nombre de la Empresa	Sunarp	1	20.00	20.00	-	20.00
Servicio Notarial para constitución de empresa	Notaría	1	650.00	650.00	-	650.00
Servicio Registral para constitución de empresa	Notaría	1	700.00	700.00	-	700.00
Obtención del R.U.C.	Sunat	1	-	-	-	-
Inscripción en REMYPE	Mintrab	1	1,375.00	1,375.00	-	1,375.00
Registro de marcas y patentes				2,391.67	118.98	2,510.65
Búsqueda Fonética - Figurativa	Indecopi	1	48.65	48.65	-	48.65
Registro de Marca y Logo	Indecopi	1	560.67	560.67	-	560.67
Registro de Lema Comercial	Indecopi	1	560.67	560.67	-	560.67
Registro de Nombre Comercial	Indecopi	1	560.67	560.67	-	560.67
Publicación diario ElPeruano	Indecopi	3	220.34	661.02	118.98	780.00
Licencias y Autorizaciones				11,421.82	1,894.03	13,315.85
Derecho a trámite Licencia de Funcionamiento	Municipalidad (PENDIENTE)	1	115.51	115.51	-	115.51



Inspección técnica de Seguridad	Indeci	1	114.41	114.41	-	114.41
Autorización DIGESA	Digesa	1	330.51	330.51	-	330.51
Análisis físico-químico y microbiológico del producto terminado, procesado	Laboratorio certificado	2	169.50	339.00	-	339.00
Análisis bromatológico	Laboratorio certificado	2	169.50	339.00	61.02	400.02
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	Digesa	2	1,670.00	3,340.00	601.20	3,941.20
Fumigación certificada de la nave industrial	Centro Autorizado	1	423.73	423.73	76.27	500.00
Elaboración de planos	Arquitecto colegiado	1	4,500.00	4,500.00	810.00	5,310.00
Certificado de operatividad de extintores PQS	Centro Autorizado	4	35.00	140.00	25.20	165.20
Pozo a tierra certificado	Centro Autorizado	2	889.83	1,779.66	320.34	2,100.00

TOTAL (S/.)

18,576.50

Nota: Elaboración propia – 2018. .



5.2 Estudio Organizacional.

5.2.1 Organigrama funcional.

ALIMENTOS NUTRITIVOS presenta su organigrama a continuación (ver Figura 45).

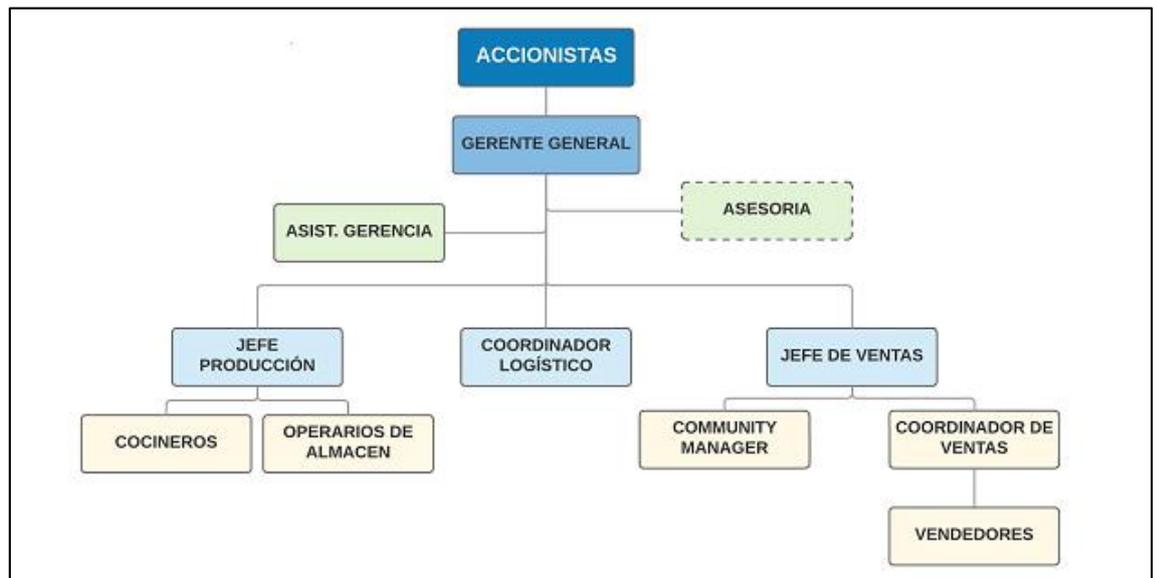


Figura 44. Organigrama funcional ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.2.2 Servicios tercerizados.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., organización enfocada en sus procesos principales por lo que buscando un óptimo desempeño, se realizará la tercerización de los siguientes procesos (ver Tabla 96).



Tabla 97.

Tercerización ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

SERVICIOS	ACTIVIDADES
SERVICIO CONTABLE	Se transferirán funciones de gestión contable con el objetivo de: - Mayor flexibilidad interna maximizando la administración del tiempo. - Optimización de controles. - Administración de los diferentes procesos contables. - Presentación de información y trámites ante diferentes organismos reguladores.
SERVICIO DE MANTENIMIENTO	Utilizaremos especialistas técnicos encargados del mantenimiento de nuestros equipos para la producción industrial de alimentos, según nuestro plan de mantenimiento preventivo, para el mantenimiento correctivo eventual también utilizaremos este tipo de servicio.
SERVICIO LEGAL	La atención jurídica de un abogado el cual nos brindará la información a primera mano que se necesita para resolver asuntos relacionados con la aplicación de leyes, normas o reglamentos. En el día a día nuestro negocio puede encontrarse en conflictos de carácter legal con clientes, proveedores, trabajadores o Administración Pública llegando a enfrentar demandas civiles por responsabilidad, demandas laborales o de consumidores.
SERVICIO DE DISTRIBUCION	Se solicitará el servicio de distribución a un operador logístico para atender cada uno de los colegios donde realizaremos el servicio para la venta de MI LONCHERIT. La distribución física desde su recojo es un conjunto de acciones que realzan las empresas para poder llevar sus productos en un perfecto estado, en el momento y lugar establecidos.
SERVICIO DE SEGURIDAD	Una vez instalado el sistema de CCTV y la instalación de sensores de seguridad optaremos por una vigilancia bajo una central de monitoreo de alarmas que se encuentre disponible las 24 horas, los 365 días del año.

Nota: Elaboración propia.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

Se describen todos los puestos de trabajo para ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C en todas sus dimensiones (ver Tabla 97, Tabla 98, Tabla 99, Tabla 100, Tabla 101, Tabla 102, Tabla 103, Tabla 104, Tabla 105 y Tabla 106),



Tabla 98.

Perfil Gerente ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-01	
		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	GERENTE GENERAL		
JEFE INMEDIATO:	JUNTA DE ACCIONISTAS		
SUPERVISA A:	JEFE DE COCINA, JEFE DE VENTAS, COORDINADOR DE LOGÍSTICA		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Administrador, Contador, Economista o Ingeniero Titulado	MBA o Magister en Administración, Contabilidad, Economía o Ingeniería	
EXPERIENCIA:	04 años como Gerente General	06 años como Gerente General	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			
1	Ejercer funciones legales y las que sean asignadas por la Junta de Accionistas.		
2	Elaborar el Plan Estratégico anual y realizar el seguimiento respectivo a los indicadores e informes oportunos, para poder realizar una reingeniería de los procesos.		
3	Mantener informado a la Junta de Accionistas sobre la situación de la empresa.		
4	Seleccionar el personal y definir la asignación económica de cada puesto.		
5	Planificar, organizar, dirigir, coordinar y evaluar todas las actividades relacionadas con la empresa.		
6	Supervisor y analizar los estados financieros.		
7	Establecer objetivos, diseñar estrategias para cada proceso y definir la política organizacional.		
8	Negociar, modificar y resolver contratos, convenios y compromisos de toda naturaleza.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 99.

Perfil Jefe Cocina ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-02	
		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE DE COCINA		
JEFE INMEDIATO:	GERENTE GENERAL		
SUPERVISA A:	COCINERO, OPERARIO ALMACÉN		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Egresado de Gastronomía o Administración Industrial	Técnico en Gastronomía o Administración Industrial	



EXPERIENCIA: 04 años como Jefe de Cocina 06 años como Jefe de Cocina

FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES	
1	Realizar y ejecutar el programa de producción mensual.
2	Ejecutar y hacer efectivo el sistema de control de calidad en la producción.
3	Elaborar el Plan de Contingencias ante diferentes situaciones que involucren personal, maquinarias o equipos.
4	Definir requerimientos para cumplir con los objetivos e informar a Gerencia General.
5	Involucrar al personal en la mejora del proceso productivo.
6	Implementar mejoras en la cocina a nivel de operativo.
7	Conocer el manejo de los procesos, para poder realizar mejoras en los tiempos de producción.
8	Coordinar el abastecimiento de materia prima e insumos a los procesos operativos.
9	Redacción de carta mensual, con pesos relacionados a cada fórmula.
10	Cumplimiento con el plan HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).

Nota: Elaboración propia.

Tabla 100.

Perfil Jefe Ventas ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

		PP-07	
PERFIL DEL PUESTO		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE DE VENTAS		
JEFE INMEDIATO:	GERENTE GENERAL		
SUPERVISA A:	VENDEDOR, PROMOTOR DE VENTAS		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Bachiller en Administración o Ingeniería	Titulado en Administración o Ingeniería	
EXPERIENCIA:	04 años como Jefe de Ventas	06 años como Jefe de Ventas	

FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES	
1	Ejecutar y proponer mejoras al plan de ventas y comunicación.
2	Ejecutar, monitorear y proponer mejoras a la promoción del producto, canal tradicional y moderno.
3	Elaborar y presentar a Gerencia General los planes de mejora en puntos de venta y requerimientos de mantenimiento preventivo o correctivo.
4	Determinar las comisiones y bonos a los vendedores
5	Potenciar el desarrollo del personal de ventas
6	Determinar las ofertas y/o promociones durante todo el año.
7	Monitorear las redes sociales y página de la empresa.
8	Optimización y coordinación de las rutas y puntos de venta.

Nota: Elaboración propia.



Tabla 101.

Perfil Coordinador Logístico ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-07	
		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	COORDINADOR DE LOGISTICA		
JEFE INMEDIATO:	GERENTE GENERAL		
SUPERVISA A:	---		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Egresado de Administración, Contabilidad, Ingeniería o Economía	Titulado en Administración, Contabilidad, Ingeniería o Economía	
EXPERIENCIA:	02 años en el área de logística	04 años en el área de logística	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			
1	Prever los riesgos de los requerimientos del programa de producción.		
2	Dirigir lo recursos para la entrega a tiempo de pedidos en los colegios solicitados.		
3	Controlar y coordinar con los involucrados en la cadena de suministro.		
4	Optimizar los procesos de trabajo y cartera de proveedores.		
5	Mantener el inventarios de materia prima, insumos y repuestos de maquinaria.		
6	Mantener los contratos, acuerdos y tratados establecidos con proveedores.		
7	Emitir y validar la documentación (guías, facturas, boletas, notas de crédito a clientes).		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102.

Perfil Community M. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-07	
		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	COMMUNITY MANAGER		
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE VENTAS		
SUPERVISA A:	---		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Egresado de Marketing, Ciencias de la comunicación o Ingeniería	Bachiller en Marketing, Ciencias de la comunicación o Ingeniería	
EXPERIENCIA:	02 años en el área de logística	04 años en el área de logística	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			



- 1 Administrar las redes sociales y mantener constante comunicación con los clientes.
- 2 Desarrollo de Contenido para redes sociales (redacción y - creatividad).
- 3 Monitorizar publicaciones.
- 4 Manejo de administrador de anuncios en redes sociales.
- 5 Manejo de reputación y posicionamiento digital de la marca.
- 6 Planificación y ejecución en coordinación con el Jefe de ventas el plan de marketing digital anual para la marca.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 103.

Cocinero ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

		PP-03	
PERFIL DEL PUESTO		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	COCINERO		
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE COCINA		
SUPERVISA A:	---		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Secundaria Completa	Egresado de Gastronomía	
EXPERIENCIA:	06 meses como cocinero en empresas	02 años como cocinero en empresas	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			
1	Realizar la producción diaria.		
2	Mantener el ambiente limpio y ordenado		
3	Solicitar oportunamente los insumos y materiales necesarios para su asignación diaria de producción.		
4	Llenar las fichas de control y mantener los equipos en óptimas condiciones.		
5	Ejecutar el control HACCP a sus procesos.		
6	Cumplir con las recetas y estándares establecidos.		

Nota: Elaboración propia.



Tabla 104.

Perfil Almacenero ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-06	
		Versión:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	OPERARIO ALMACÉN		
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE COCINA		
SUPERVISA A:	---		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Secundaria Completa	Secundaria Completa	
EXPERIENCIA:	01 año de experiencia en almacenes	02 años de experiencia en almacenes	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			
1	Movilizar los productos en proceso dentro de la empresa para su distribución.		
2	Resguardar las mercancías del almacén.		
3	Cumplir con las normas y procedimientos en materia de calidad y seguridad.		
4	Mantener ordenado el almacén de materiales, productos terminados y nave de producción.		
5	Colaborar con la exactitud de inventarios.		
6	Realizar la recepción, codificación y rotulado de materiales ingresados y por entregar		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 105.

Perfil del Vendedor ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERFIL DEL PUESTO		PP-07	
		Version:	1.0
		Vigente desde:	01/01/2019
		Página:	1 de 1
NOMBRE DEL PUESTO:	VENDEDOR		
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE VENTAS		
SUPERVISA A:	---		
COMPETENCIAS:	MINIMO	ÓPTIMO	
EDUCACIÓN:	Secundaria completa	Egresado en Negocios, Administración o Ingeniería	
EXPERIENCIA:	04 años como vendedor canal tradicional	06 años como vendedor canal tradicional	
FUNCIONES Y/O RESPONSABILIDADES			



- 1 Captación de nuevos clientes bajo el canal tradicional.
- 2 Visitas periódicas junto al Jefe de Ventas a los puntos de venta.
- 3 Asistir a las reuniones de ventas.
- 4 Asistir a las capacitaciones para mejorar sus técnicas de ventas.
- 5 Informar cualquier inquietud de algún canal, proponiendo mejoras para su posterior evaluación.
- 6 Registrar diariamente en el sistema de ventas, los requerimientos y datos que se van a solicitar.
- 7 Coordinar la entrega con las condiciones solicitadas por los clientes.

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.2.4 Descripción de actividades de los Servicios Tercerizados.

Se describen actividades que realizará el servicio contable (ver Tabla 105).

Tabla 106.

Servicio Contable ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

ACTIVIDADES

Llevar todos los movimientos o registros contables al programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.

Elaborar y revisar el cálculo de las planillas de los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.

Facturación de pedidos.

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 – 2018.

Se describen actividades que realizará el servicio de mantenimiento (ver Tabla 106)

Tabla 107.

Servicio de Mantenimiento ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

ACTIVIDADES

Cumplir con el plan de mantenimiento correctivo.

Cumplir con el plan de mantenimiento preventivo

Ejecutar mejoras mecánicas a las máquinas en los diferentes procesos.

Revisión del sistema eléctrico de las instalaciones.

Elaborar la lista de repuestos para cada una de las maquinarias.

Nota: Elaboración propia – 2018.



Se describen actividades que realizará el servicio legal (ver Tabla 107)

Tabla 108.

Servicio Legal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

ACTIVIDADES

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.

Se describen actividades que realizará el servicio de seguridad (ver Tabla 108).

Tabla 109.

Servicio de Seguridad ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

ACTIVIDADES

Ejercer la protección de las instalaciones y activos.

Evitar la ejecución de actos delictivos fuera del horario de trabajo.

Ejecutar su plan de acción en caso de la aparición de un acto delictivo en las instalaciones fuera del horario de trabajo movilizándolo su flota.

Dar soporte en temas de seguridad según lo requiera.

Nota: Elaboración propia.

Se describen las actividades que realizará el servicio de distribución (ver Tabla 109), nuestro proveedor para este servicio será TRITON TRANSPORTS S.A.C., esta empresa se encarga del traslado desde nuestra nave industrial a los puntos de entrega, manejaremos una tarifa única para poder llevar un orden y cuantificar nuestros costos, en las negociaciones con esta empresa se proyectó un costo de S/.0.35 por unidad de MI LONCHERITA trasladada al punto.

Tabla 110.

Servicio de Distribución ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

ACTIVIDADES

Distribuir la mercadería a los puntos de venta.

Velar porque la mercadería llegue en óptimas condiciones a los puntos de comercialización.



Asegurar que la cantidad y el momento de llegada sean según los acordados con los centros de distribución.
Nota: Elaboración propia.

Se muestran los gastos estimados para las actividades que serán tercerizadas (ver Tabla 110).

Tabla 111.

Servicios y sus gastos ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

SERVICIOS TERCERIZADOS	GASTO MENSUAL (S/.)	GASTO ANUAL (S/.)				
		2019	2020	2021	2022	2023
Servicio Contable	500.00	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Servicio de Mantenimiento	250.00	3,000	3,600	4,320	5,184	6,221
Servicio Legal	300.00	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Servicio de Seguridad	1,300.00	15,600	15,600	15,600	15,600	15,600
Servicio de Distribución	5,800.00	69,600	80,040	92,046	105,853	121,731

Nota: Elaboración propia – 2018.

5.2.5 Aspectos laborales.

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

ALIMENTOS NUTRITIVOS basado de acuerdo a Ley de Productividad y Competitividad Laboral optará por la firma de contratos para las Jefaturas del tipo Contrato de naturaleza indeterminada, asimismo para el resto de puestos de trabajo una modalidad temporal por inicio o incremental de actividades, efectuando unas renovaciones semestrales desde nuestro primer año, estando en un tiempo de prueba los primeros 3 meses.



Con respecto a los servicios realizados por terceros ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. serán del tipo Contrato por Locación de Servicios¹⁹

5.2.5.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.

Se ha definido a ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. como una pequeña empresa, (ver Tabla 111) muestra sus condiciones.

Tabla 112.

Régimen Laboral Pequeña Empresa.

TIPO	DETALLE
RMV (S/.)	La Remuneración mínima vital asciende a S/.930.00
JORNADA LABORAL	48 horas semanales (8 horas diarias como máximo).
VACACIONES	15 días por cada año trabajado.
C.T.S.	1/2 sueldo al año.
GRATIFICACIONES	1/2 sueldo en julio y 1/2 sueldo en diciembre.
DESCANSO SEMANAL	1 día (24 horas de consecutivas) como mínimo.
ASIGNACION FAMILIAR	10% de la Remuneración mínima vital (RMV).
ESSALUD (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 servido.
REFRIGERIO	1 hora de refrigerio por cada día de la semana.
REGIMEN PENSIONARIO	A elección del trabajador (entre régimen privado y público). AFP 12% (10% para el fondo, 2% de 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/.415.00 y S/.857.00
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 – 2018.

¹⁹ Ley Nro. 29245.



5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto.

Según el Artículo Nro. 24 de la Constitución Política, todos los trabajadores tienen derecho a una remuneración que genere bienestar en términos de materia y espiritual.

Las remuneraciones de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. varían en el tiempo, según desempeño, logro o capacitación que el personal de la empresa logre en beneficio mutuo de la empresa y propio, estos presupuestos se muestran a continuación (ver Tabla 112, Tabla 113, Tabla 114, Tabla 112y Tabla 116).



Tabla 113.

Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2019.

CARGO	SUELDO BASICO	BONO	SUELDO BRUTO	APORTES DE LA EMPRESA			BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL	
				SCTR	EsSalud	Asig. F.	Total	CTS	Vac.		Grat.
Gerente General	7,000		7,000	35.00	630.00	93.00	758.00	3,500.00	3,500.00	7,644.00	107,740
Jefe de Cocina	3,000		3,000	35.00	270.00	93.00	398.00	1,500.00	1,500.00	3,276.00	47,052
Jefe de Ventas	3,500		3,500	35.00	315.00	93.00	443.00	1,750.00	1,750.00	3,822.00	54,638
Coordinador de Logística	1,500		1,500	35.00	135.00	93.00	263.00	750.00	750.00	1,638.00	24,294
Community Manager	1,200		1,200	35.00	108.00	93.00	236.00	600.00	600.00	1,310.40	19,742
Vendedor 1	1,000		1,000	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	16,708
Vendedor 2	1,000		1,000	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	16,708
Vendedor 3	1,000		1,000	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	16,708
Vendedor 4	1,000		1,000	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	16,708
Operario de Almacén	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 1	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 2	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 3	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 4	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 5	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 6	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 7	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 8	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
	28,570		28,570	630	2,571	1,674	4,875	14,285	14,285	31,198	461,112

Nota: Elaboración propia.



Tabla 114.

Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2020.

CARGO	SUELDO BASICO	BONO	SUELDO BRUTO	APORTES DE LA EMPRESA				BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL
				SCTR	EsSalud	Asig. F.	Total	CTS	Vac.	Grat.	
Gerente General	7,000	500	7,500	35.00	630.00	93.00	758.00	3,500.00	3,500.00	7,644.00	113,740
Jefe de Cocina	3,000	300	3,300	35.00	270.00	93.00	398.00	1,500.00	1,500.00	3,276.00	50,652
Jefe de Ventas	3,500	350	3,850	35.00	315.00	93.00	443.00	1,750.00	1,750.00	3,822.00	58,838
Coordinador de Logística	1,500	150	1,650	35.00	135.00	93.00	263.00	750.00	750.00	1,638.00	26,094
Community Manager	1,200	120	1,320	35.00	108.00	93.00	236.00	600.00	600.00	1,310.40	21,182
Vendedor 1	1,000	100	1,100	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	17,908
Vendedor 2	1,000	100	1,100	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	17,908
Vendedor 3	1,000	100	1,100	35.00	90.00		125.00	500.00	500.00	1,092.00	16,792
Vendedor 4	1,000	100	1,100	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	17,908
Vendedor 5	1,000	100	1,100	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	17,908
Operario de Almacén	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 1	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 2	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 3	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 4	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 5	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 6	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 7	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 8	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 9	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 10	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 11	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 12	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646



33,290

35,210

805

2,996

2,046

5,847

16,645

16,645

36,353

562,328

Nota: Elaboración propia.

Tabla 115.

Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2021

CARGO	SUELDO BASICO	BONO	SUELDO BRUTO	APORTES DE LA EMPRESA			BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL	
				SCTR	EsSalud	Asig. F.	Total	CTS	Vac.		Grat.
Gerente General	7,000	1,000	8,000	35.00	630.00	93.00	758.00	3,500.00	3,500.00	7,644.00	119,740
Jefe de Cocina	3,000	600	3,600	35.00	270.00	93.00	398.00	1,500.00	1,500.00	3,276.00	54,252
Jefe de Ventas	3,500	700	4,200	35.00	315.00	93.00	443.00	1,750.00	1,750.00	3,822.00	63,038
Coordinador de Logística	1,500	300	1,800	35.00	135.00	93.00	263.00	750.00	750.00	1,638.00	27,894
Community Manager	1,200	240	1,440	35.00	108.00	93.00	236.00	600.00	600.00	1,310.40	22,622
Vendedor 1	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 2	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 3	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 4	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 5	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 6	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Operario de Almacén	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Operario de Almacén	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 1	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 2	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 3	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 4	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 5	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 6	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646



Cocinero 7	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 8	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 9	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 10	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 11	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 12	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 13	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 14	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 15	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
	38,010		42,050	980	3,421	2,604	7,005	19,005	19,005	41,507	668,176

Nota: Elaboración propia.

Tabla 116.

Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2022.

CARGO	SUELDO BASICO	BONO	SUELDO BRUTO	APORTES DE LA EMPRESA			BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL	
				SCTR	EsSalud	Asig. F.	Total	CTS	Vac.		Grat.
Gerente General	7,000	1,500	8,500	35.00	630.00	93.00	758.00	3,500.00	3,500.00	7,644.00	125,740
Jefe de Cocina	3,000	900	3,900	35.00	270.00	93.00	398.00	1,500.00	1,500.00	3,276.00	57,852
Jefe de Ventas	3,500	1,050	4,550	35.00	315.00	93.00	443.00	1,750.00	1,750.00	3,822.00	67,238
Coordinador de Logística	1,500	450	1,950	35.00	135.00	93.00	263.00	750.00	750.00	1,638.00	29,694
Community Manager	1,200	360	1,560	35.00	108.00	93.00	236.00	600.00	600.00	1,310.40	24,062
Vendedor 1	1,000	300	1,300	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	20,308
Vendedor 2	1,000	300	1,300	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	20,308
Vendedor 3	1,000	300	1,300	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	20,308
Vendedor 4	1,000	300	1,300	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	20,308
Vendedor 5	1,000	300	1,300	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	20,308



Vendedor 6	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Vendedor 7	1,000	200	1,200	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	19,108
Operario de Almacén	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Operario de Almacén	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 1	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 2	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 3	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 4	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 5	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 6	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 7	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 8	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 9	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 10	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 11	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 12	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 13	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 14	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 15	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 16	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
	39,940		46,100	1,050	3,595	2,790	7,435	19,970	19,970	43,614	725,970

Nota: Elaboración propia.



Tabla 117.

Estructura de personal ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. – 2023.

CARGO	SUELDO BASICO	BONO	SUELDO BRUTO	APORTES DE LA EMPRESA				BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL
				SCTR	EsSalud	Asig. F.	Total	CTS	Vac.	Grat.	
Gerente General	7,000	1,800	8,800	35.00	630.00	93.00	758.00	3,500.00	3,500.00	7,644.00	129,340
Jefe de Cocina	3,000	1,200	4,200	35.00	270.00	93.00	398.00	1,500.00	1,500.00	3,276.00	61,452
Jefe de Ventas	3,500	1,400	4,900	35.00	315.00	93.00	443.00	1,750.00	1,750.00	3,822.00	71,438
Coordinador de Logística	1,500	600	2,100	35.00	135.00	93.00	263.00	750.00	750.00	1,638.00	31,494
Community Manager	1,200	480	1,680	35.00	108.00	93.00	236.00	600.00	600.00	1,310.40	25,502
Vendedor 1	1,000	400	1,400	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	21,508
Vendedor 2	1,000	400	1,400	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	21,508
Vendedor 3	1,000	400	1,400	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	21,508
Vendedor 4	1,000	400	1,400	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	21,508
Vendedor 5	1,000	400	1,400	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	21,508
Vendedor 6	1,000	720	1,720	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	25,348
Vendedor 7	1,000	600	1,600	35.00	90.00	93.00	218.00	500.00	500.00	1,092.00	23,908
Operario de Almacén	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Operario de Almacén	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Operario de Almacén	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 1	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 2	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 3	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 4	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 5	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 6	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 7	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646



Cocinero 8	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 9	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 10	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 11	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 12	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 13	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 14	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 15	930		930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 16	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 17	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 18	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 19	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 20	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero 21	930	-	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
	45,520		54,320	1,260	4,097	3,348	8,705	22,760	22,760	49,708	851,525

Nota: Elaboración propia – 2018.



5.2.4.4 Horario de trabajo para puestos de trabajo.

ALIMENTOS NUTRITIVOS 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 (ver Tabla 117).

Tabla 118.

Horarios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PERSONAL	HORARIO	REFRIGERIO
ADMINISTRATIVO	LUNES A VIERNES 08:00h - 18:00h	LUNES A VIERNES 13:00h - 14:00h
	SABADOS 09:00h - 12:00h	
	OPERATIVO	LUNES A VIERNES 06:00h - 18:00h

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO VI ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Tamaño del proyecto.

6.1.1 Capacidad instalada.

6.1.1.1 Criterios.

La capacidad instalada se cuantifica como la cantidad en unidades que se puede producir por el uso de máquinas, herramientas, mano de obra determinando la cantidad de producción que pueden realizar en un tiempo establecido, se expresa de acuerdo a los siguientes parámetros (ver Tabla 104)

Tabla 119.

Parámetros de capacidad.

CAPACIDAD	DEFINICIÓN
DE PROCESAMIENTO	Se define la cantidad de insumos o materia prima que la maquinaria o proceso puede transformar en una unidad de tiempo definido.
DE DISPONIBILIDAD DE RECURSOS	Se define los criterios para establecer la capacidad instalada de planta en función al número de máquinas y necesidad de personal para la ejecución de operaciones.
DE PRODUCCIÓN	Se define la cantidad de producto final cumpliendo con las especificaciones que la planta puede producir en una unidad de tiempo definido.

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.1.1.2. Cálculos.



Se realizará un análisis de los días laborales (ver Tabla 105).

Tabla 120.

Días laborales 2019 – 2023.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
DIAS TOTALES	365	366	365	365	365
Domingos	52	52	52	52	52
Feriados	10	10	12	12	10
Días Laborales	303	304	301	301	303

Nota: Elaboración propia – 2018.

Para calcular la capacidad instalada se debe hallamos el proceso crítico, el cual define de producción en unidad de tiempo, considerando los factores señalados anteriormente (ver Tabla 120).

Una vez determinado el proceso crítico, se realizan los cálculos con respecto a los días laborales para hallar la capacidad utilizada (ver Tabla 121).



Tabla 121.

Cálculo de capacidades y Proceso crítico.

PROCESO	CANTIDAD	CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO	CAPACIDAD DISPONIBILIDAD DE RECURSOS		FACTOR EFICIENCIA	CAPACIDAD PRODUCCION unidades/día
			horas/turno	turnos		
Elaboración de refrescos	7	75.00 unidades/hora	8	1	0.95	3,990
Elaboración de sandwiches	15	60.00 unidades/hora	8	1	0.95	3,420
Acondicionamiento de frutas	4	150.00 unidades/hora	8	1	0.95	4,560

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 122.

Cálculo de capacidad instalada.

AÑO	2019		2020		2021		2022		2023	
DIAS LABORALES	303	días	304	días	301	días	301	días	303	días
CAPACIDAD DE PRODUCCION	3,420	unidades/día								
CAPACIDAD INSTALADA	1,036,260	unidades/año	1,039,680	unidades/año	1,029,420	unidades/año	1,029,420	unidades/año	1,036,260	unidades/año

Nota: Elaboración propia – 2018.



6.1.2 Capacidad utilizada.

Capacidad utilizada se cuantifica mediante cantidad de unidades a producir en el programa de producción, según un tiempo y recursos determinados con respecto a la capacidad instalada.

6.1.2.1. Criterios.

La capacidad instalada de nuestros procesos está determinada por el proceso crítico de elaboración de sandwiches, otorgando una capacidad de 1,190 unidades por día.

6.1.2.2. Cálculos.

Para realizar los cálculos se necesita el programa de ventas para todo el horizonte del proyecto (ver Tabla 122).

Tabla 123.

Programa de ventas ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023

MES	2019 (unidades)	2020 (unidades)	2021 (unidades)	2022 (unidades)	2023 (unidades)
ENERO	-	-	-	-	-
FEBRERO	-	-	-	-	-
MARZO	21,653	27,716	38,911	54,400	75,995
ABRIL	23,818	30,487	42,802	59,840	83,594
MAYO	26,200	33,536	47,083	65,824	91,953
JUNIO	28,820	36,890	51,791	72,406	101,149
JULIO	15,851	20,289	28,485	39,823	55,632
AGOSTO	34,872	44,637	62,667	87,612	122,390
SEPTIEMBRE	38,359	49,100	68,934	96,373	134,629
OCTUBRE	42,195	54,010	75,827	106,010	148,092
NOVIEMBRE	46,415	59,411	83,410	116,611	162,901
DICIEMBRE	25,528	32,676	45,875	64,136	89,596
TOTAL	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931

Nota: Elaboración propia – 2018.



6.1.2.3. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Se verifica el porcentaje de utilización de nuestra nave industrial durante el horizonte del proyecto, considerando que a partir del tercer año vamos a tener que duplicar los turnos de producción para poder cubrir la demanda con la implementación de una planta industrial adicional (ver tabla 123).

Tabla 124.

Capacidad utilizada ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023.

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA (unidades)	CAPACIDAD INSTALADA (unidades)	PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN
2019	303,711	1,036,260	29%
2020	388,753	1,039,680	37%
2021	545,784	2,058,840	27%
2022	763,035	2,058,840	37%
2023	1,065,931	2,072,520	51%

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.1.3. Capacidad máxima.

6.1.1.1. Criterios.

Considera un punto utópico de las operaciones estableciendo un horario de trabajo durante las 24 horas del día todos los días del año sin días feriados.

6.1.1.2. Cálculos.

Se realizan las estimaciones de la capacidad máxima, se consideran los criterios mencionados en el punto anterior (ver Tabla 124).



Tabla 125.

Cálculo de capacidad máxima.

AÑO	2019		2020		2021		2022		2023	
DIAS TOTALES	365	días	366	días	365	días	365	días	365	días
CAPACIDAD DE PRODUCCION	3,420	unidades/día								
CAPACIDAD MAXIMA	1,248,300	unidades/año	1,251,720	unidades/año	1,248,300	unidades/año	1,248,300	unidades/año	1,248,300	unidades/año

Nota: Elaboración propia – 2018.



6.2 Procesos.

6.2.1 Diagrama de flujo proceso de producción.

Se desarrolla el diagrama de flujo para la elaboración de MI LONCHERITA (ver Figura 52).

El proceso de producción inicia en nuestros almacenes de materia prima donde se tienen todos los insumos para la elaboración de MI LONCHERITA.

El primer proceso es la elaboración de refrescos el cual se ve diseñado en la siguiente figura (ver Figura 46), donde se establecen los pasos para la elaboración de jugos, la capacidad de este proceso es de 75 refrescos por hora de trabajo por operario de cocina.

El segundo proceso es la elaboración de sándwiches el cual se ve diseñado en la siguiente figura (ver Figura 47), donde se establecen los pasos para la elaboración de sándwiches, la capacidad de este proceso es de 60 unidades por hora de trabajo por operario de cocina.

El tercer proceso es la acondicionamiento de frutas el cual se ve diseñado en la siguiente figura (ver Figura 48), donde se establecen los pasos para acondicionar las frutas, la capacidad de este proceso es de 150 unidades por hora de trabajo por operario de cocina.

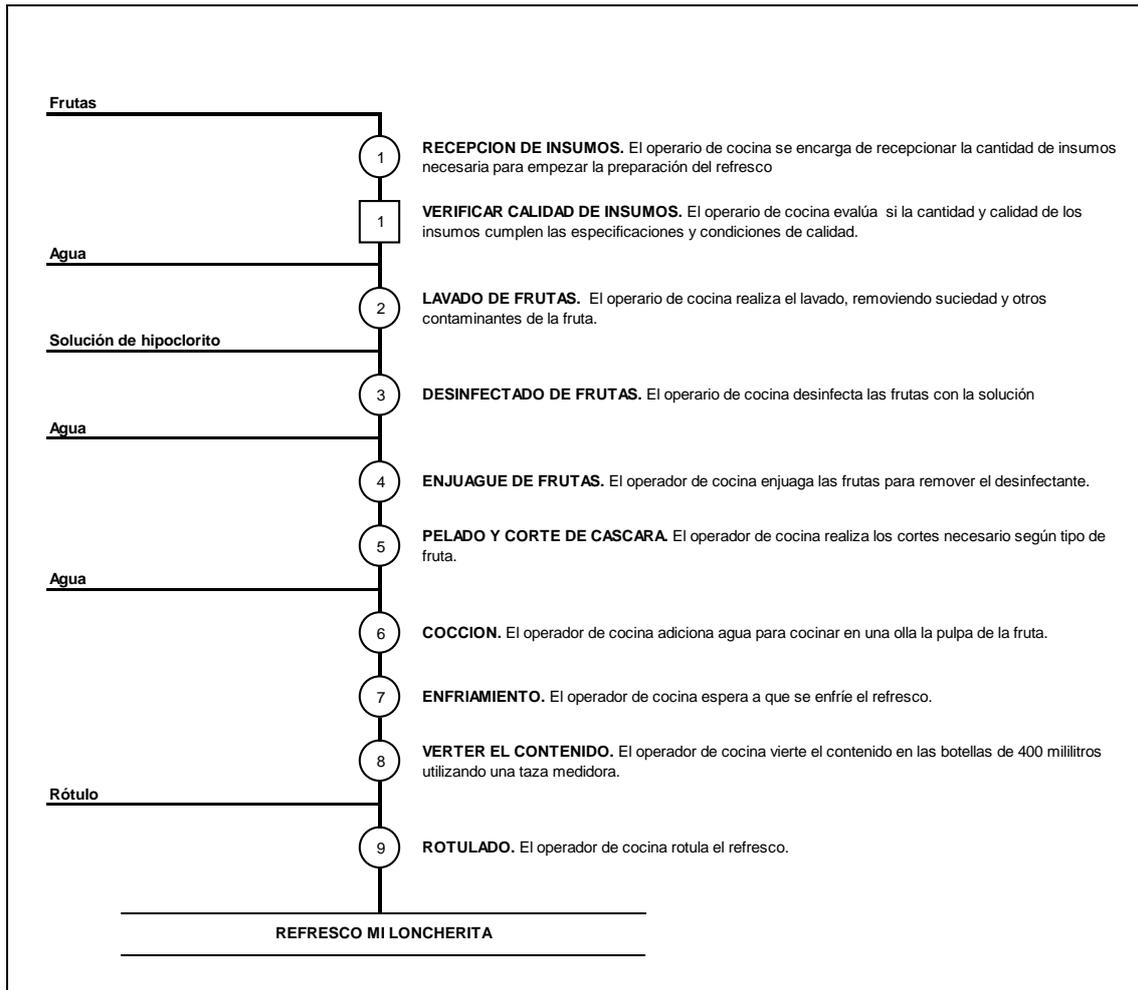


Figura 45. Diagrama de operaciones (refresco) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia.

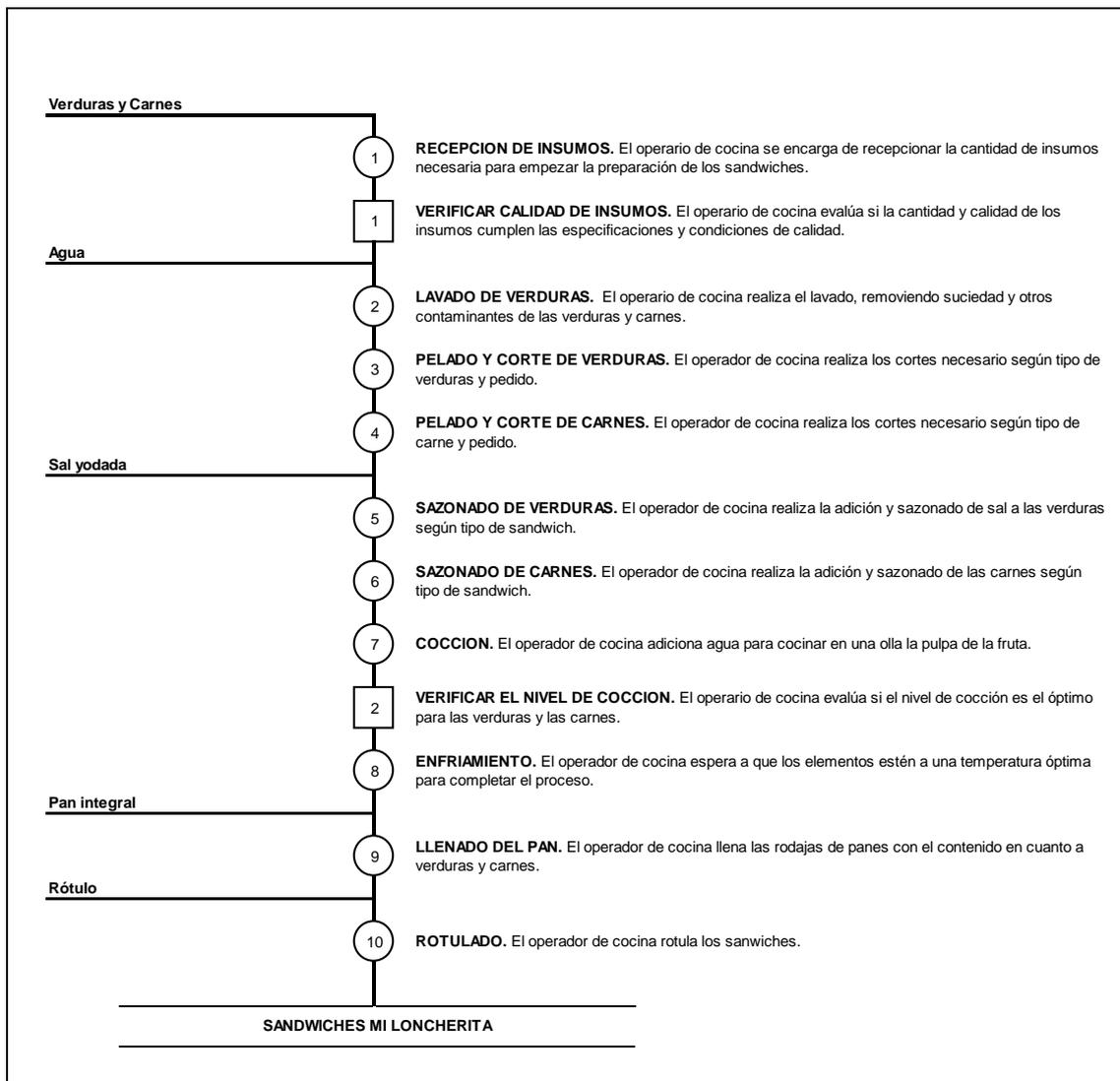


Figura 46. Diagrama de operaciones (sandwiches) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia.

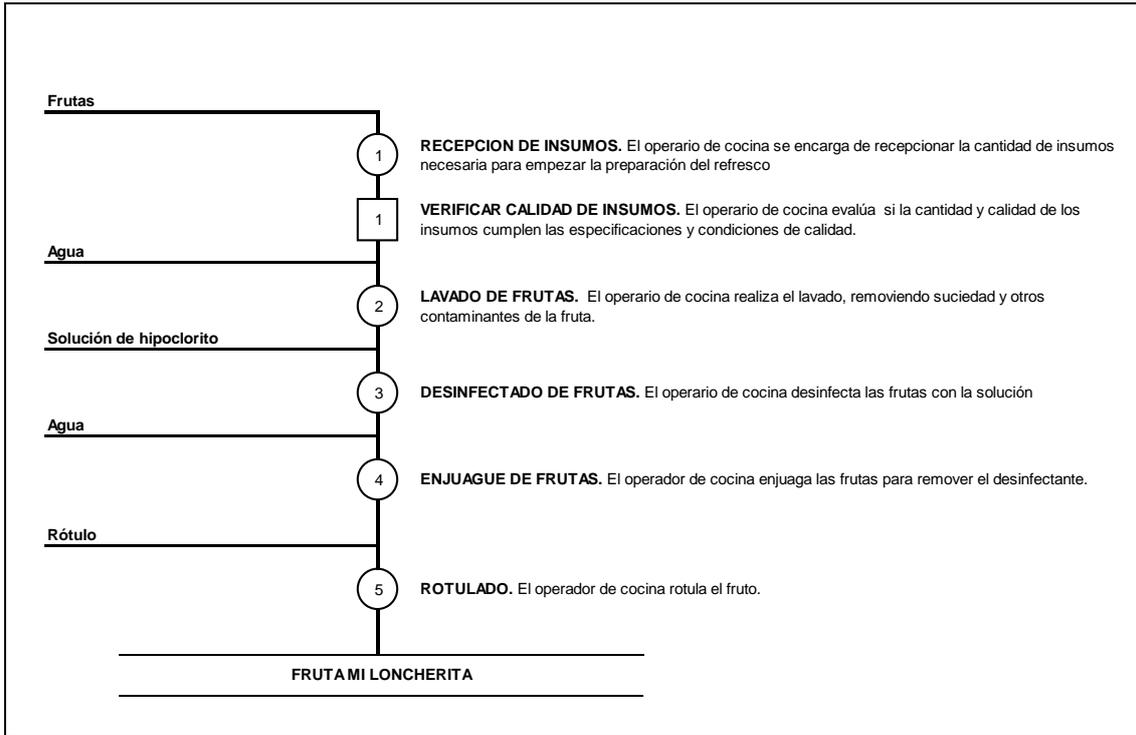


Figura 47. Diagrama de operaciones (frutas) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia.



RESUMEN		ACTUAL								
ACTIVIDAD		N°	Tiempo							
●	OPERACIÓN	9	00:23:51							
■	INSPECCION	5	00:00:50							
→	TRANSPORTE	5	00:00:59							
⏸	DEMORA	5	00:18:00							
▼	ALMACENAMIENTO	1	00:00:25							
	TOTAL	25	00:44:05							

PROCESO: Elaboración de refresco MI LONCHERITA INICIA: Almacén de materia prima. TERMINA: Almacén de productos terminados. MÉTODO: Actual. ÁREA: Producción. RESPONSABLE: Operador ELABORADO POR: Socios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. FECHA: 01/05/2018 PÁGINA: 1/1										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

N°	PROCESO	OPERACIÓN	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DISTANCIA	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Revisar la programación	●	□	↔	⏸	▼		00:05:00	Para el pedido diario (refresco y fruta)
2	Recepción de la fruta	●	□	↔	⏸	▼		00:01:00	Se realiza en jabs de plástico de 10 kilogramos
3	Traslado hacia balanza	○	■	→	⏸	▼	2.90 m	00:00:17	Se realiza en jabs de plástico de 10 kilogramos
4	Verificar el peso del pedido	○	■	↔	⏸	▼		00:00:50	
5	Traslado hacia lavado	○	■	→	⏸	▼	2.90 m	00:00:25	Se realiza en jabs de plástico de 10 kilogramos
6	Lavar frutas	●	□	↔	⏸	▼		00:02:00	Remoción de suciedad (tierra y otros contaminantes de fruta)
7	Mover hacia el siguiente lavado	○	□	→	⏸	▼	2.90 m	00:00:17	
8	Desinfectar frutas	●	□	↔	⏸	▼		00:06:00	Solución de hipoclorito de sodio (100 ppm)
9	Enjuague de frutas	●	□	↔	⏸	▼		00:03:00	Remoción de desinfectante
10	Colocar en las jabs	●	□	↔	⏸	▼		00:00:45	Se realiza en jabs de plástico de 10 kilogramos
11	Acondicionar la fruta	●	□	↔	⏸	▼		00:05:00	Se realiza con los 6 tipos de fruto a elegir
12	Verter en una olla a temperatura de cocción	●	□	↔	⏸	▼		00:00:10	Ya se encuentra la olla a 90-100C para la cocción
13	Cocción	○	□	↔	⏸	▼		00:15:00	Proceso de calentamiento de refresco
14	Verter en jarra	●	□	↔	⏸	▼		00:00:17	Jarra metálica de 4 litros.
15	Enfriamiento del refresco	○	□	↔	⏸	▼		00:03:00	Proceso de enfriamiento en refrigeradora
16	Coger una botella para llenar contenido	●	□	↔	⏸	▼		00:00:07	Recipiente de 400 ml.
17	Coger embudo y taza con medida	●	□	↔	⏸	▼		00:00:07	
18	Sacar la cantidad de 400 ml con la taza medidora	●	□	↔	⏸	▼		00:00:15	
19	Rotular la bebida	●	□	↔	⏸	▼		00:00:10	Rotulado con nombre-colegio-día
20	Traslado hacia zona de empackado	○	□	↔	⏸	▼		00:00:25	Desde zona de refrescos hacia zona de empackado

Figura 48. Diagrama de actividades (refresco) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia.



RESUMEN		ACTUAL								
ACTIVIDAD	N°	Tiempo								
●	OPERACIÓN	9	00:16:36							
■	INSPECCION	5	00:01:05							
⇄	TRANSPORTE	5	00:00:59							
⏸	DEMORA	5	00:01:00							
▼	ALMACENAMIENTO	1	00:00:25							
TOTAL		25	00:20:05							

PROCESO: Elaboración de sandwiches MI LONCHERITA									
INICIA: Almacén de materia prima.									
TERMINA: Almacén de productos terminados.									
MÉTODO: Actual.									
ÁREA: Producción.									
RESPONSABLE: Operador									
ELABORADO POR: Socios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.									
FECHA: 01/05/2018									
PÁGINA: 1/1									

N°	PROCESO	OPERACIÓN	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DISTANCIA	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Revisar la programación	●	□	⇄	⏸	▼		00:05:00	Para el pedido diario (verduras, panes y carnes)
2	Recepción de materia prima (verduras - carnes)	●	□	⇄	⏸	▼		00:01:00	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
3	Traslado hacia balanza	○	□	⇄	⏸	▼	2.90 m	00:00:17	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
4	Verificar el peso del pedido	○	■	⇄	⏸	▼		00:00:50	
5	Traslado hacia lavado	○	□	⇄	⏸	▼	2.90 m	00:00:25	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
6	Lavar materia prima (verduras - carnes)	●	□	⇄	⏸	▼		00:02:00	Remoción de suciedad (tierra y otros contaminantes de verduras y carnes)
7	Mover hacia zona de trabajo	○	□	⇄	⏸	▼	2.90 m	00:00:17	
8	Colocar en las jabas	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:45	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
9	Acondicionar las verduras (cortado - sazonado)	●	□	⇄	⏸	▼		00:05:00	Se realiza con la verdura a elegir
10	Acondicionar las carnes (cortado - sazonado)	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:10	12 porciones por kilogramo de carne
11	Cocción carnes o verduras	●	□	⇄	⏸	▼		00:01:30	
12	Inspeccionar el nivel de cocción	○	■	⇄	⏸	▼		00:00:15	
13	Retirar cada elemento cocido	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:17	En recipiente de vidrio
14	Colocar en recipiente de vidrio	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:07	
15	Enfriamiento del elemento cocido	○	□	⇄	⏸	▼		00:01:00	
16	Colocar pan	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:07	
17	Colocar el elemento cocido en el pan	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:10	Utilizando pinzas
18	Envolver sandwich	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:15	
19	Rotular sandwich	●	□	⇄	⏸	▼		00:00:15	Papel film con nombre-colegio-día
20	Traslado hacia zona de empaçado	○	□	⇄	⏸	▼		00:00:25	Desde zona de sandwich hacia zona de empaçado

Figura 49. Diagrama de actividades (sandwiches) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia.



RESUMEN								PROCESO: Elaboración de refresco MI LONCHERITA		
ACTIVIDAD	ACTUAL							INICIA: Almacén de materia prima.		
	N°	Tiempo						TERMINA: Almacén de productos terminados.		
	OPERACIÓN	9	00:22:55						MÉTODO: Actual.	
	INSPECCION	5	00:00:50						ÁREA: Producción.	
	TRANSPORTE	5	00:00:59						RESPONSABLE: Operador	
	DEMORA	5	00:00:00						ELABORADO POR: Socios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	
	ALMACENAMIENTO	1	00:00:25						FECHA: 01/05/2018	
TOTAL		25	00:25:09						PÁGINA: 1/1	

N°	PROCESO	OPERACIÓN	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DISTANCIA	TIEMPO	OBSERVACIONES
1	Revisar la programación		<input type="checkbox"/>					00:05:00	Para el pedido diario (refresco y fruta)
2	Recepción de la fruta		<input type="checkbox"/>					00:01:00	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
3	Traslado hacia balanza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				2.90 m	00:00:17	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
4	Verificar el peso del pedido	<input type="checkbox"/>						00:00:50	
5	Traslado hacia lavado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				2.90 m	00:00:25	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
6	Lavar frutas		<input type="checkbox"/>					00:02:00	Remoción de suciedad (tierra y otros contaminantes de fruta)
7	Mover hacia el siguiente lavado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				2.90 m	00:00:17	
8	Desinfectar frutas		<input type="checkbox"/>					00:06:00	Solución de hipoclorito de sodio (100 ppm)
9	Enjuague de frutas		<input type="checkbox"/>					00:03:00	Remoción de desinfectante
10	Colocar en las jabas		<input type="checkbox"/>					00:00:45	Se realiza en jabas de plástico de 10 kilogramos
11	Acondicionar la fruta		<input type="checkbox"/>					00:05:00	Se realiza con los 8 tipos de fruto a elegir
12	Rotular fruta		<input type="checkbox"/>					00:00:10	Papel film con nombre-colegio-día
13	Traslado hacia zona de empaçado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					00:00:25	Desde zona de refrescos hacia zona de empaçado

Figura 50. Diagrama de actividades (frutas) MI LONCHERITA

Nota: Elaboración propia – 2018.

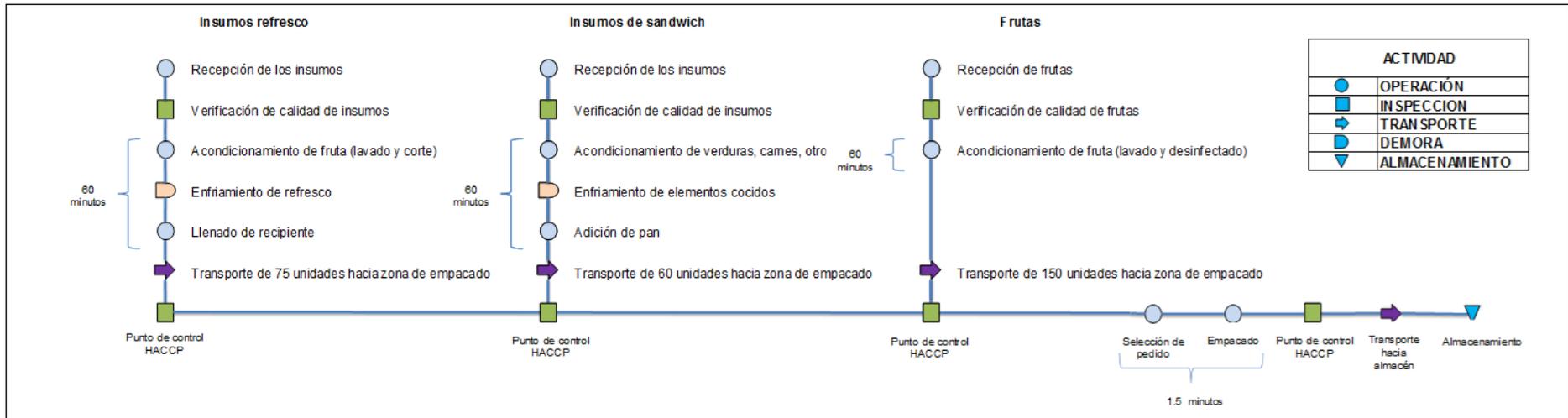


Figura 51. Diagrama de flujo para la elaboración de MI LONCHERITA.

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.2.1.1 Cadena de Valor.

La cadena de valor es el esquema de las fuerzas competitivas que posee ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., aplicado a todas las áreas, es el conjunto de relaciones de las actividades para crear valor, en la que se extiende a todos los procesos, abarca desde los materiales e insumos hasta la entrega final al consumidor final (ver Figura 51).

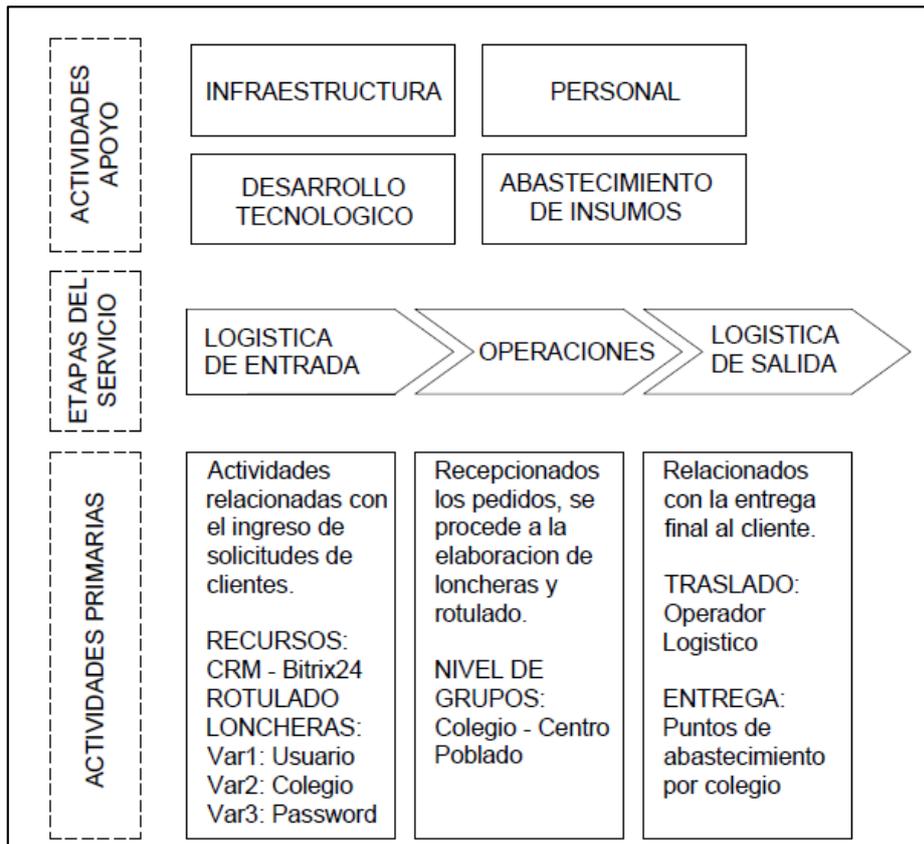


Figura 52. Cadena de Valor

Nota: Elaboración propia

Con respecto a la logística de entrada y los pedidos, iniciaremos las operaciones con un CRM²⁰, escogeremos Bitrix24 como herramienta de gestión de ventas, con un pago por número de transacciones podremos gestionar los pedidos, seguir los tiempos, entregas y clientes desde una sola interfaz, esta herramienta permite el almacenamiento de números y

²⁰ Customer Relationship Management traducido a Gestión de Relación con clientes



también está integrado con las redes sociales más populares (Facebook, WhatsApp, como los principales), lo que genera facilidad para el inicio de transacciones y pedidos. Las condiciones de pago para nuestro modelo de negocio ofrecidas es (pronto pago – depósito a cuenta bancaria o pago en el punto de entrega).

Con respecto a las Operaciones, son las actividades relacionadas a la creación de los pedidos, con el rótulo esperado por cada cliente, para luego ser agrupados por Colegio y Centro Poblado.

La Logística de Salida contiene muchos aspectos, desde el traslado de nuestra nave de producción hasta los Colegios, en donde tendremos un punto de venta frente a cada colegio, tendremos un personal de ventas encargado de cada centro poblado y vendedores contratados por día para poder realizar la entrega (las variables utilizadas para la entrega son Nombre del Colegio, Usuario y Password, verificando que las condiciones de entrega hayan sido aprobadas).

6.2.2 Programa de producción.

Se está considerando como principal input la demanda proyectada para todos los años del proyecto, el cual ya fue calculado en el estudio de mercado.

Según nuestras entrevistas a expertos, podemos definir la merma de nuestros procesos en un 3%, este cálculo se mantiene como una contingencia para el cumplimiento del programa de producción.

Para las muestras y degustaciones, utilizadas como herramienta de marketing directo, estamos considerando 6% de la demanda anual de los requerimientos de ventas, con esta estrategia podremos cumplir con las muestras en los eventos de degustación, campaña de lanzamiento y muestras a potenciales clientes, el programa de producción se muestra en la siguiente tabla (ver Tabla 125).



Tabla 126.

Programa de producción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA (unidades)	STOCK DE SEGURIDAD (unidades)	DEGUSTACION - MUESTRAS (unidades)	MERMA (unidades)	PROGRAMA DE PRODUCCION (unidades)
2019	303,711	15,186	18,223	9,111	346,231
2020	388,753	19,438	23,325	11,663	443,178
2021	545,784	27,289	32,747	16,374	622,194
2022	763,035	38,152	45,782	22,891	869,860
2023	1,065,931	53,297	63,956	31,978	1,215,161

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos.

Se está estandarizando los requerimientos para la composición de MI LONCHERITA (ver Tabla 126).

Tabla 127.

Programa de producción ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

MATERIALES	COMPOSICION (unidades)
Carambola	0.120
Cebada	0.150
Limón	0.350
REFRESCO Manzana	0.150
Membrillo	0.100
Piña	0.130
Azucar rubia	0.050
Canela	0.002
Clavo de olor	0.002
Envase de 400 ml	1.00
Pollo	0.5
REFRESCO Tomate	0.5
Lechuga	0.5
Choclo	0.11
Huevo	0.12
Cebolla	0.12
Sangre de pollo	0.07



	Papa amarilla	0.06
	Huevo de codorniz	0.06
	atún	0.1
	Harina	0.05
	Queso	0.05
	Palta	0.07
	Espinaca	0.05
	Aceite vegetal	0.5
	Pan integral	1
	Sal yodada	1
	Papel film	1
	<hr/>	
	Mandarina	0.18
	Manzana	0.12
REFresco	Granadilla	0.13
	Naranja	0.13
	Tuna	0.05
	Durazno	0.18
	Pasas	0.11
	Maníes	0.1

Nota: Elaboración propia.

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Se ha determinado el requerimiento bruto anual (ver Tabla 127),

Para el requerimiento neto se establecen unidades de medida para la compra (ver Tabla 128) y el requerimiento mensual durante el horizonte (ver Tabla 129 al 133).



Tabla 128.

Requerimiento de bruto materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

AÑO	UNIDAD DE	2019	2020	2021	2022	2023
PROGRAMA DE Producción (unidades)	MEDIDA	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Carambola	unidad	31,528	63,561	129,659	264,993	541,241
Cebada	unidad	39,410	79,452	162,074	331,242	676,551
Limón	unidad	91,957	185,387	378,172	772,897	1,578,620
Manzana	unidad	39,410	79,452	162,074	331,242	676,551
Membrillo	unidad	26,273	52,968	108,049	220,828	451,034
Piña	unidad	34,156	68,858	140,464	287,076	586,345
Azúcar rubia	unidad	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Canela	unidad	525	1,059	2,161	4,417	9,021
Clavo de olor	unidad	525	1,059	2,161	4,417	9,021
Envase de 400 ml	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Pollo	unidad	131,367	264,838	540,246	1,104,139	2,255,171
Tomate	unidad	131,367	264,838	540,246	1,104,139	2,255,171
Lechuga	unidad	131,367	264,838	540,246	1,104,139	2,255,171
Choclo	unidad	28,901	58,264	118,854	242,911	496,138
Huevo	unidad	31,528	63,561	129,659	264,993	541,241
Cebolla	unidad	31,528	63,561	129,659	264,993	541,241
Sangre de pollo	unidad	18,391	37,077	75,634	154,579	315,724
Papa amarilla	unidad	15,764	31,781	64,830	132,497	270,621
Huevo de codorniz	unidad	15,764	31,781	64,830	132,497	270,621
atún	unidad	26,273	52,968	108,049	220,828	451,034
Harina	unidad	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Queso	unidad	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Palta	unidad	18,391	37,077	75,634	154,579	315,724



Espinaca	unidad	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Aceite vegetal	unidad	131,367	264,838	540,246	1,104,139	2,255,171
Pan integral	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Sal yodada	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Papel film	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Mandarina	unidad	47,292	95,342	194,489	397,490	811,862
Manzana	unidad	31,528	63,561	129,659	264,993	541,241
Granadilla	unidad	34,156	68,858	140,464	287,076	586,345
Naranja	unidad	34,156	68,858	140,464	287,076	586,345
Tuna	unidad	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Durazno	unidad	47,292	95,342	194,489	397,490	811,862
Pasas	unidad	28,901	58,264	118,854	242,911	496,138
Manies	unidad	26,273	52,968	108,049	220,828	451,034
Envase contenedor	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343

Nota: Elaboración propia.

Tabla 129.

Requerimiento neto de materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

AÑO	UNIDAD DE	2019	2020	2021	2022	2023
PROGRAMA DE Producción (unidades)	MEDIDA	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Carambola	kg	1,051	2,119	4,322	8,833	18,041
Cebada	kg	158	318	648	1,325	2,706
Limón	kg	4,598	9,269	18,909	38,645	78,931
Manzana	kg	3,284	6,621	13,506	27,603	56,379
Membrillo	kg	1,460	2,943	6,003	12,268	25,057



Piña	kg	2,277	4,591	9,364	19,138	39,090
Azucar rubia	kg	53	106	216	442	902
Canela	kg	21	42	86	177	361
Clavo de olor	kg	21	42	86	177	361
Envase de 400 ml	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Pollo	kg	22,070	44,493	90,761	185,495	378,869
Tomate	kg	4,379	8,828	18,008	36,805	75,172
Lechuga	kg	1,368	2,759	5,628	11,501	23,491
Choclo	kg	9,634	19,421	39,618	80,970	165,379
Huevo	kg	2,408	4,855	9,905	20,243	41,345
Cebolla	kg	210	424	864	1,767	3,608
Sangre de pollo	kg	184	371	756	1,546	3,157
Papa amarilla	kg	657	1,324	2,701	5,521	11,276
Huevo de codorniz	kg	2,365	4,767	9,724	19,875	40,593
atún	unidad	5,255	10,594	21,610	44,166	90,207
Harina	kg	38	76	154	315	644
Queso	kg	657	1,324	2,701	5,521	11,276
Palta	kg	438	883	1,801	3,680	7,517
Espinaca	kg	164	331	675	1,380	2,819
Aceite vegetal	litro	66	132	270	552	1,128
Pan integral	bolsa	13,137	26,484	54,025	110,414	225,517
Sal yodada	kg	105	212	432	883	1,804
Papel film	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343
Mandarina	kg	2,627	5,297	10,805	22,083	45,103
Manzana	kg	2,866	5,778	11,787	24,090	49,204
Granadilla	kg	2,440	4,918	10,033	20,505	41,882
Naranja	kg	4,269	8,607	17,558	35,885	73,293
Tuna	kg	1,314	2,648	5,402	11,041	22,552



Durazno	kg	3,941	7,945	16,207	33,124	67,655
Pasas	kg	30	61	125	256	522
Maníes	kg	28	56	114	232	475
Envase contenedor	unidad	262,735	529,677	1,080,492	2,208,278	4,510,343

Nota: Elaboración propia.

Tabla 130.

Requerimiento por mes 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

2019													
ABASTECIMIENTO	UNI. MED.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
REQUERIMIENTO PROYECTADO	unidad	-	-	18,731	20,605	22,665	24,932	13,712	30,167	33,184	36,502	40,153	22,084
POCENTAJE CONSUMO	%	0%	0%	7%	8%	9%	9%	5%	11%	13%	14%	15%	8%
Carambola	kg	-	-	75	82	91	100	55	121	133	146	161	88
Cebada	kg	-	-	11	12	14	15	8	18	20	22	24	13
Limón	kg	-	-	328	361	397	436	240	528	581	639	703	386
Manzana	kg	-	-	234	258	283	312	171	377	415	456	502	276
Membrillo	kg	-	-	104	114	126	139	76	168	184	203	223	123
Piña	kg	-	-	162	179	196	216	119	261	288	316	348	191
Azúcar rubia	kg	-	-	4	4	5	5	3	6	7	7	8	4
Canela	kg	-	-	1	2	2	2	1	2	3	3	3	2
Clavo de olor	kg	-	-	1	2	2	2	1	2	3	3	3	2



Envase de 400 ml	unidad	-	-	18,731	20,605	22,665	24,932	13,712	30,167	33,184	36,502	40,153	22,084
Pollo	kg	-	-	1,573	1,731	1,904	2,094	1,152	2,534	2,787	3,066	3,373	1,855
Tomate	kg	-	-	312	343	378	416	229	503	553	608	669	368
Lechuga	kg	-	-	98	107	118	130	71	157	173	190	209	115
Choclo	kg	-	-	687	756	831	914	503	1,106	1,217	1,338	1,472	810
Huevo	kg	-	-	172	189	208	229	126	277	304	335	368	202
Cebolla	kg	-	-	15	16	18	20	11	24	27	29	32	18
Sangre de pollo	kg	-	-	13	14	16	17	10	21	23	26	28	15
Papa amarilla	kg	-	-	47	52	57	62	34	75	83	91	100	55
Huevo de codorniz	kg	-	-	169	185	204	224	123	272	299	329	361	199
atún	unidad	-	-	375	412	453	499	274	603	664	730	803	442
Harina	kg	-	-	3	3	3	4	2	4	5	5	6	3
Queso	kg	-	-	47	52	57	62	34	75	83	91	100	55
Palta	kg	-	-	31	34	38	42	23	50	55	61	67	37
Espinaca	kg	-	-	12	13	14	16	9	19	21	23	25	14
Aceite vegetal	litro	-	-	5	5	6	6	3	8	8	9	10	6
Pan integral	bolsa	-	-	937	1,030	1,133	1,247	686	1,508	1,659	1,825	2,008	1,104
Sal yodada	kg	-	-	7	8	9	10	5	12	13	15	16	9
Papel film	unidad	-	-	18,731	20,605	22,665	24,932	13,712	30,167	33,184	36,502	40,153	22,084



Mandarina	kg	-	-	187	206	227	249	137	302	332	365	402	221
Manzana	kg	-	-	204	225	247	272	150	329	362	398	438	241
Granadilla	kg	-	-	174	191	210	232	127	280	308	339	373	205
Naranja	kg	-	-	304	335	368	405	223	490	539	593	652	359
Tuna	kg	-	-	94	103	113	125	69	151	166	183	201	110
Durazno	kg	-	-	281	309	340	374	206	453	498	548	602	331
Pasas	kg	-	-	2	2	3	3	2	3	4	4	5	3
Maníes	kg	-	-	2	2	2	3	1	3	3	4	4	2
Envase contenedor	unidad	-	-	18,731	20,605	22,665	24,932	13,712	30,167	33,184	36,502	40,153	22,084

Nota: Elaboración propia.

Tabla 131.

Requerimiento por mes 2020 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

		2020											
ABASTECIMIENTO	UNI. MED.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
REQUERIMIENTO PROYECTADO	unidad	-	-	37,763	41,539	45,693	50,262	27,644	60,817	66,899	73,589	80,948	44,521
POCENTAJE CONSUMO	%	0%	0%	7%	8%	9%	9%	5%	11%	13%	14%	15%	8%
Carambola	kg	-	-	151	166	183	201	111	243	268	294	324	178
Cebada	kg	-	-	23	25	27	30	17	36	40	44	49	27



Limón	kg	-	-	661	727	800	880	484	1,064	1,171	1,288	1,417	779
Manzana	kg	-	-	472	519	571	628	346	760	836	920	1,012	557
Membrillo	kg	-	-	210	231	254	279	154	338	372	409	450	247
Piña	kg	-	-	327	360	396	436	240	527	580	638	702	386
Azúcar rubia	kg	-	-	8	8	9	10	6	12	13	15	16	9
Canela	kg	-	-	3	3	4	4	2	5	5	6	6	4
Clavo de olor	kg	-	-	3	3	4	4	2	5	5	6	6	4
Envase de 400 ml	unidad	-	-	37,763	41,539	45,693	50,262	27,644	60,817	66,899	73,589	80,948	44,521
Pollo	kg	-	-	3,172	3,489	3,838	4,222	2,322	5,109	5,620	6,181	6,800	3,740
Tomate	kg	-	-	629	692	762	838	461	1,014	1,115	1,226	1,349	742
Lechuga	kg	-	-	197	216	238	262	144	317	348	383	422	232
Choclo	kg	-	-	1,385	1,523	1,675	1,843	1,014	2,230	2,453	2,698	2,968	1,632
Huevo	kg	-	-	346	381	419	461	253	557	613	675	742	408
Cebolla	kg	-	-	30	33	37	40	22	49	54	59	65	36
Sangre de pollo	kg	-	-	26	29	32	35	19	43	47	52	57	31
Papa amarilla	kg	-	-	94	104	114	126	69	152	167	184	202	111
Huevo de codorniz	kg	-	-	340	374	411	452	249	547	602	662	729	401
atún	unidad	-	-	755	831	914	1,005	553	1,216	1,338	1,472	1,619	890
Harina	kg	-	-	5	6	7	7	4	9	10	11	12	6



Queso	kg	-	-	94	104	114	126	69	152	167	184	202	111
Palta	kg	-	-	63	69	76	84	46	101	111	123	135	74
Espinaca	kg	-	-	24	26	29	31	17	38	42	46	51	28
Aceite vegetal	litro	-	-	9	10	11	13	7	15	17	18	20	11
Pan integral	bolsa	-	-	1,888	2,077	2,285	2,513	1,382	3,041	3,345	3,679	4,047	2,226
Sal yodada	kg	-	-	15	17	18	20	11	24	27	29	32	18
Papel film	unidad	-	-	37,763	41,539	45,693	50,262	27,644	60,817	66,899	73,589	80,948	44,521
Mandarina	kg	-	-	378	415	457	503	276	608	669	736	809	445
Manzana	kg	-	-	412	453	498	548	302	663	730	803	883	486
Granadilla	kg	-	-	351	386	424	467	257	565	621	683	752	413
Naranja	kg	-	-	614	675	743	817	449	988	1,087	1,196	1,315	723
Tuna	kg	-	-	189	208	228	251	138	304	334	368	405	223
Durazno	kg	-	-	566	623	685	754	415	912	1,003	1,104	1,214	668
Pasas	kg	-	-	4	5	5	6	3	7	8	9	9	5
Maníes	kg	-	-	4	4	5	5	3	6	7	8	9	5
Envase contenedor	unidad	-	-	37,763	41,539	45,693	50,262	27,644	60,817	66,899	73,589	80,948	44,521

Nota: Elaboración propia.



Tabla 132.

Requerimiento por mes 2021 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

2021													
ABASTECIMIENTO	UNI. MED.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
REQUERIMIENTO PROYECTADO	unidad	-	-	77,033	84,736	93,210	102,531	56,392	124,062	136,468	150,115	165,126	90,820
POCENTAJE CONSUMO	%	0%	0%	7%	8%	9%	9%	5%	11%	13%	14%	15%	8%
Carambola	kg	-	-	308	339	373	410	226	496	546	600	661	363
Cebada	kg	-	-	46	51	56	62	34	74	82	90	99	54
Limón	kg	-	-	1,348	1,483	1,631	1,794	987	2,171	2,388	2,627	2,890	1,589
Manzana	kg	-	-	963	1,059	1,165	1,282	705	1,551	1,706	1,876	2,064	1,135
Membrillo	kg	-	-	428	471	518	570	313	689	758	834	917	505
Piña	kg	-	-	668	734	808	889	489	1,075	1,183	1,301	1,431	787
Azúcar rubia	kg	-	-	15	17	19	21	11	25	27	30	33	18
Canela	kg	-	-	6	7	7	8	5	10	11	12	13	7
Clavo de olor	kg	-	-	6	7	7	8	5	10	11	12	13	7
Envase de 400 ml	unidad	-	-	77,033	84,736	93,210	102,531	56,392	124,062	136,468	150,115	165,126	90,820
Pollo	kg	-	-	6,471	7,118	7,830	8,613	4,737	10,421	11,463	12,610	13,871	7,629
Tomate	kg	-	-	1,284	1,412	1,553	1,709	940	2,068	2,274	2,502	2,752	1,514
Lechuga	kg	-	-	401	441	485	534	294	646	711	782	860	473



Choclo	kg	-	-	2,825	3,107	3,418	3,759	2,068	4,549	5,004	5,504	6,055	3,330
Huevo	kg	-	-	706	777	854	940	517	1,137	1,251	1,376	1,514	833
Cebolla	kg	-	-	62	68	75	82	45	99	109	120	132	73
Sangre de pollo	kg	-	-	54	59	65	72	39	87	96	105	116	64
Papa amarilla	kg	-	-	193	212	233	256	141	310	341	375	413	227
Huevo de codorniz	kg	-	-	693	763	839	923	508	1,117	1,228	1,351	1,486	817
atún	unidad	-	-	1,541	1,695	1,864	2,051	1,128	2,481	2,729	3,002	3,303	1,816
Harina	kg	-	-	11	12	13	15	8	18	19	21	24	13
Queso	kg	-	-	193	212	233	256	141	310	341	375	413	227
Palta	kg	-	-	128	141	155	171	94	207	227	250	275	151
Espinaca	kg	-	-	48	53	58	64	35	78	85	94	103	57
Aceite vegetal	litro	-	-	19	21	23	26	14	31	34	38	41	23
Pan integral	bolsa	-	-	3,852	4,237	4,660	5,127	2,820	6,203	6,823	7,506	8,256	4,541
Sal yodada	kg	-	-	31	34	37	41	23	50	55	60	66	36
Papel film	unidad	-	-	77,033	84,736	93,210	102,531	56,392	124,062	136,468	150,115	165,126	90,820
Mandarina	kg	-	-	770	847	932	1,025	564	1,241	1,365	1,501	1,651	908
Manzana	kg	-	-	840	924	1,017	1,119	615	1,353	1,489	1,638	1,801	991
Granadilla	kg	-	-	715	787	866	952	524	1,152	1,267	1,394	1,533	843
Naranja	kg	-	-	1,252	1,377	1,515	1,666	916	2,016	2,218	2,439	2,683	1,476



Tuna	kg	-	-	385	424	466	513	282	620	682	751	826	454
Durazno	kg	-	-	1,155	1,271	1,398	1,538	846	1,861	2,047	2,252	2,477	1,362
Pasas	kg	-	-	9	10	11	12	7	14	16	17	19	11
Maníes	kg	-	-	8	9	10	11	6	13	14	16	17	10
Envase contenedor	unidad	-	-	77,033	84,736	93,210	102,531	56,392	124,062	136,468	150,115	165,126	90,820

Nota: Elaboración propia.

Tabla 133.

Requerimiento por mes 2022 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

		2022											
	UNI.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ABASTECIMIENTO	MED.												
REQUERIMIENTO	unidad	-	-	157,437	173,181	190,499	209,549	115,252	253,554	278,910	306,801	337,481	185,614
PROYECTADO													
POCENTAJE	%	0%	0%	7%	8%	9%	9%	5%	11%	13%	14%	15%	8%
CONSUMO													
Carambola	kg	-	-	630	693	762	838	461	1,014	1,116	1,227	1,350	742
Cebada	kg	-	-	94	104	114	126	69	152	167	184	202	111
Limón	kg	-	-	2,755	3,031	3,334	3,667	2,017	4,437	4,881	5,369	5,906	3,248
Manzana	kg	-	-	1,968	2,165	2,381	2,619	1,441	3,169	3,486	3,835	4,219	2,320
Membrillo	kg	-	-	875	962	1,058	1,164	640	1,409	1,549	1,704	1,875	1,031
Piña	kg	-	-	1,364	1,501	1,651	1,816	999	2,197	2,417	2,659	2,925	1,609



Azúcar rubia	kg	-	-	31	35	38	42	23	51	56	61	67	37
Canela	kg	-	-	13	14	15	17	9	20	22	25	27	15
Clavo de olor	kg	-	-	13	14	15	17	9	20	22	25	27	15
Envase de 400 ml	unidad	-	-	157,437	173,181	190,499	209,549	115,252	253,554	278,910	306,801	337,481	185,614
Pollo	kg	-	-	13,225	14,547	16,002	17,602	9,681	21,299	23,428	25,771	28,348	15,592
Tomate	kg	-	-	2,624	2,886	3,175	3,492	1,921	4,226	4,648	5,113	5,625	3,094
Lechuga	kg	-	-	820	902	992	1,091	600	1,321	1,453	1,598	1,758	967
Choclo	kg	-	-	5,773	6,350	6,985	7,683	4,226	9,297	10,227	11,249	12,374	6,806
Huevo	kg	-	-	1,443	1,587	1,746	1,921	1,056	2,324	2,557	2,812	3,094	1,701
Cebolla	kg	-	-	126	139	152	168	92	203	223	245	270	148
Sangre de pollo	kg	-	-	110	121	133	147	81	177	195	215	236	130
Papa amarilla	kg	-	-	394	433	476	524	288	634	697	767	844	464
Huevo de codorniz	kg	-	-	1,417	1,559	1,714	1,886	1,037	2,282	2,510	2,761	3,037	1,671
atún	unidad	-	-	3,149	3,464	3,810	4,191	2,305	5,071	5,578	6,136	6,750	3,712
Harina	kg	-	-	22	25	27	30	16	36	40	44	48	27
Queso	kg	-	-	394	433	476	524	288	634	697	767	844	464
Palta	kg	-	-	262	289	317	349	192	423	465	511	562	309
Espinaca	kg	-	-	98	108	119	131	72	158	174	192	211	116
Aceite vegetal	litro	-	-	39	43	48	52	29	63	70	77	84	46



Pan integral	bolsa	-	-	7,872	8,659	9,525	10,477	5,763	12,678	13,945	15,340	16,874	9,281
Sal yodada	kg	-	-	63	69	76	84	46	101	112	123	135	74
Papel film	unidad	-	-	157,437	173,181	190,499	209,549	115,252	253,554	278,910	306,801	337,481	185,614
Mandarina	kg	-	-	1,574	1,732	1,905	2,095	1,153	2,536	2,789	3,068	3,375	1,856
Manzana	kg	-	-	1,717	1,889	2,078	2,286	1,257	2,766	3,043	3,347	3,682	2,025
Granadilla	kg	-	-	1,462	1,608	1,769	1,946	1,070	2,354	2,590	2,849	3,134	1,724
Naranja	kg	-	-	2,558	2,814	3,096	3,405	1,873	4,120	4,532	4,986	5,484	3,016
Tuna	kg	-	-	787	866	952	1,048	576	1,268	1,395	1,534	1,687	928
Durazno	kg	-	-	2,362	2,598	2,857	3,143	1,729	3,803	4,184	4,602	5,062	2,784
Pasas	kg	-	-	18	20	22	24	13	29	32	36	39	21
Maníes	kg	-	-	17	18	20	22	12	27	29	32	36	20
Envase contenedor	unidad	-	-	157,437	173,181	190,499	209,549	115,252	253,554	278,910	306,801	337,481	185,614

Nota: Elaboración propia.



Tabla 134.

Requerimiento por mes 2023 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

2023													
ABASTECIMIENTO	UNI. MED.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
REQUERIMIENTO PROYECTADO	unidad	-	-	321,561	353,717	389,089	427,998	235,399	517,877	569,665	626,631	689,294	379,112
POCENTAJE CONSUMO	%	0%	0%	7%	8%	9%	9%	5%	11%	13%	14%	15%	8%
Carambola	kg	-	-	1,286	1,415	1,556	1,712	942	2,072	2,279	2,507	2,757	1,516
Cebada	kg	-	-	193	212	233	257	141	311	342	376	414	227
Limón	kg	-	-	5,627	6,190	6,809	7,490	4,119	9,063	9,969	10,966	12,063	6,634
Manzana	kg	-	-	4,020	4,421	4,864	5,350	2,942	6,473	7,121	7,833	8,616	4,739
Membrillo	kg	-	-	1,786	1,965	2,162	2,378	1,308	2,877	3,165	3,481	3,829	2,106
Piña	kg	-	-	2,787	3,066	3,372	3,709	2,040	4,488	4,937	5,431	5,974	3,286
Azúcar rubia	kg	-	-	64	71	78	86	47	104	114	125	138	76
Canela	kg	-	-	26	28	31	34	19	41	46	50	55	30
Clavo de olor	kg	-	-	26	28	31	34	19	41	46	50	55	30
Envase de 400 ml	unidad	-	-	321,561	353,717	389,089	427,998	235,399	517,877	569,665	626,631	689,294	379,112
Pollo	kg	-	-	27,011	29,712	32,683	35,952	19,773	43,502	47,852	52,637	57,901	31,845
Tomate	kg	-	-	5,359	5,895	6,485	7,133	3,923	8,631	9,494	10,444	11,488	6,319
Lechuga	kg	-	-	1,675	1,842	2,027	2,229	1,226	2,697	2,967	3,264	3,590	1,975



Choclo	kg	-	-	11,791	12,970	14,267	15,693	8,631	18,989	20,888	22,976	25,274	13,901
Huevo	kg	-	-	2,948	3,242	3,567	3,923	2,158	4,747	5,222	5,744	6,319	3,475
Cebolla	kg	-	-	257	283	311	342	188	414	456	501	551	303
Sangre de pollo	kg	-	-	225	248	272	300	165	363	399	439	483	265
Papa amarilla	kg	-	-	804	884	973	1,070	588	1,295	1,424	1,567	1,723	948
Huevo de codorniz	kg	-	-	2,894	3,183	3,502	3,852	2,119	4,661	5,127	5,640	6,204	3,412
atún	unidad	-	-	6,431	7,074	7,782	8,560	4,708	10,358	11,393	12,533	13,786	7,582
Harina	kg	-	-	46	51	56	61	34	74	81	90	98	54
Queso	kg	-	-	804	884	973	1,070	588	1,295	1,424	1,567	1,723	948
Palta	kg	-	-	536	590	648	713	392	863	949	1,044	1,149	632
Espinaca	kg	-	-	201	221	243	267	147	324	356	392	431	237
Aceite vegetal	litro	-	-	80	88	97	107	59	129	142	157	172	95
Pan integral	bolsa	-	-	16,078	17,686	19,454	21,400	11,770	25,894	28,483	31,332	34,465	18,956
Sal yodada	kg	-	-	129	141	156	171	94	207	228	251	276	152
Papel film	unidad	-	-	321,561	353,717	389,089	427,998	235,399	517,877	569,665	626,631	689,294	379,112
Mandarina	kg	-	-	3,216	3,537	3,891	4,280	2,354	5,179	5,697	6,266	6,893	3,791
Manzana	kg	-	-	3,508	3,859	4,245	4,669	2,568	5,650	6,215	6,836	7,520	4,136
Granadilla	kg	-	-	2,986	3,285	3,613	3,974	2,186	4,809	5,290	5,819	6,401	3,520
Naranja	kg	-	-	5,225	5,748	6,323	6,955	3,825	8,416	9,257	10,183	11,201	6,161



Tuna	kg	-	-	1,608	1,769	1,945	2,140	1,177	2,589	2,848	3,133	3,446	1,896
Durazno	kg	-	-	4,823	5,306	5,836	6,420	3,531	7,768	8,545	9,399	10,339	5,687
Pasas	kg	-	-	37	41	45	50	27	60	66	73	80	44
Maníes	kg	-	-	34	37	41	45	25	55	60	66	73	40
Envase contenedor	unidad	-	-	321,561	353,717	389,089	427,998	235,399	517,877	569,665	626,631	689,294	379,112

Nota: Elaboración propia -2018.



6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

En la siguiente tabla (ver Tabla 134) se determina cuanto personal determinaremos en cada una de las líneas de producción de loncheras nutritivas.

Tabla 135.

Requerimiento de mano de obra ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

	2019	2020	2021	2022	2023
PROGRAMA DE PRODUCCION	331,045	423,741	594,905	831,708	1,161,865
DIAS LABORABLES	302	302	302	302	302
CAPACIDAD REFRESCOS POR DIA	570	570	570	570	570
CAPACIDAD SANDWICHES POR DIA	228	228	228	228	228
CAPACIDAD FRUTAS POR DIA	1,140	1,140	1,140	1,140	1,140
CAPACIDAD REFRESCOS POR AÑO	172,140	172,140	172,140	172,140	172,140
CAPACIDAD SANDWICHES POR AÑO	68,856	68,856	68,856	68,856	68,856
CAPACIDAD FRUTAS POR AÑO	344,280	344,280	344,280	344,280	344,280
REQUERIMIENTO REFRESCOS	1.92	2.46	3.46	4.83	6.75
REQUERIMIENTO SANDWICHES	4.81	6.15	8.64	12.08	16.87
REQUERIMIENTO FRUTAS	0.96	1.23	1.73	2.42	3.37
MANO DE OBRA - Elaboración de refrescos	2	3	4	5	7
MANO DE OBRA - Elaboración de sandwiches	5	7	9	13	17
MANO DE OBRA - Acondicionamiento de frutas	1	2	2	3	4
TOTAL REQUERIMIENTO MANO DE OBRA	8	12	15	21	28

Nota: Elaboración propia.



6.3. Tecnología para el proceso.

6.3.1. Maquinarias.

La elaboración de MI LONCHERITA, se necesita de maquinaria para realizar la cocción y preservar la calidad de los insumos por lo que en las siguientes tablas (ver Tabla 135 y Tabla 136) se verifican las fichas de máquinas a utilizar para los procesos.



Tabla 136.

Ficha técnica Cocina Industrial

MAQUINA:	Cocina Industrial
Descripción:	Cocina Industrial de 4 hornillas, quemadores de aluminio fundido, parrillas de hierro fundido, válvulas de bronce, cámara de gas de acero ASTM A36, bandeja de desperdicios de acero galvanizado
Capacidad de producción:	4 hornillas
Dimensiones:	- Ancho: 1.10 m. - Largo: 1.60 m. - Altura: 1.20 m.
Precio de máquina:	S/. 1,600+ IGV
Marca / Modelo:	Cocinas Surge S.A.C.
Tiempo de vida:	15 años

Nota: Elaboración propia

Tabla 137.

Ficha técnica Refrigeradora industrial

MAQUINA:	Refrigeradora Industrial
Descripción:	Refrigeración estática, evaporadora de pared con serpentín de tubo de cobre, posee un refrigeración control de temperatura por termostato regulable.
Capacidad de producción:	Hasta 64 kilogramos de almacenamiento
Dimensiones:	- Ancho: 1.30 m. - Largo: 1.25 m. - Altura: 1.20 m.
Precio de máquina:	S/. 2,800 + IGV
Marca / Modelo:	IMDEQ PERU S.A.C.
Potencia Motor	4.74 HP
Tiempo de vida:	15 años

Nota: Elaboración propia

6.3.2. Equipos.

Los equipos para iniciar operaciones con sus respectivos costos (ver tabla 137).



Tabla 138.

Equipos - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNID.	MONTO	IGV	PRECIO (S/.)
Extintores	8	60	480	86	566
Alarmas contra incendios	3	400	1,200	216	1,416
Cámara de seguridad	2	200	400	72	472
Manguera contra incendios	1	500	500	90	590
Botiquín	2	45	90	16	106
Camillas	1	300	300	54	354
Estanterías metálicas	3	300	900	162	1,062
Lavadero Industrial	6	1,250	7,500	1,350	8,850
Mesas Metálicas	6	800	4,800	864	5,664
TOTAL EQUIPOS (S/.)					19,081

Nota: Elaboración propia.

6.3.3. Herramientas.

Se listan todas las herramientas para iniciar operaciones y sus respectivos costes (ver tabla 138).

Tabla 139.

Herramientas - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTO UNID.	MONTO	IGV	PRECIO
Caja de Herramientas	4	100	400	72	472
Cuchilla de corte	10	70	700	126	826
Kit de Cubiertos	4	480	1,920	346	2,266
TOTAL HERRAMIENTAS (S/.)					3,564

Nota: Elaboración propia.



6.3.4. Utensilios.

Se listan los utensilios para iniciar operaciones con todos los respectivos cotes (ver Tabla 139).

Tabla 140.

Utensilios - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

UTENSILIOS	CANTIDAD	COSTO UNID.	MONTO	IGV	PRECIO
Escoba	6	12	72	13	85
Recogedor	6	8	48	9	57
Balde	4	12	48	9	57
Bolsas de basura x 100	25	5	125	23	148
TOTAL UTENSILIOS (S/.)					346

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.3.5. Mobiliario.

Se lista el mobiliario para iniciar operaciones con sus respectivos costos (ver Tabla 140).

Tabla 141.

Mobiliario - ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

MOBILIARIOS	CANTIDAD	COSTO UNID.	MONTO	IGV	PRECIO
Sillas	8	79	632	114	746
Escritorios	8	369	2,952	531	3,483
Computadora	8	1500	12,000	2,160	14,160
Impresora	3	420	1,260	227	1,487
Teléfono	8	100	800	144	944
Microondas	1	300	300	54	354
Refrigerador	1	900	900	162	1,062
Mesa de reuniones inc. sillas	1	1500	1,500	270	1,770
Mesa comedor inc. sillas	1	1200	1,200	216	1,416
TOTAL MOBILIARIOS (S/.)					25,422

Nota: Elaboración propia – 2018.



6.3.6. Útiles de Oficina.

Se listan todas los utensilios para iniciar operaciones con sus respectivos costos (ver Tabla 141),

Tabla 142.

Útiles de oficina ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

UTILES	CANTIDAD	COSTO UNID.	MONTO	IGV	PRECIO
Lapiceros x12	9	15	135	24	159
Calculadoras	3	4	12	2	14
Cinta adhesiva	20	2	40	7	47
Hojas bond x mil	15	15	225	41	266
Cartuchos tinta	6	60	360	65	425
Archivadores	15	9	135	24	159
Sobres x50	4	13	52	9	61
Tachos	10	15	150	27	177
TOTAL UTILES (S/.)					1,309

Nota: Elaboración propia.

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Todo se presenta en el análisis de la siguiente tabla (ver Tabla 142),

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

Hemos asignado un monto para reponer utensilios y herramientas en la siguiente tabla (ver Tabla 143).



Tabla 143.

Programa para mantenimiento ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

MAQUINARIA Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO MNTTO	VECES/AÑO	COSTO	2019	2020	2021	2022	2023
Cocina industrial	4	200	2	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
Refrigerador industrial	3	200	2	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Extintores	8	150	2	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Alarmas contra incendios	3	120	2	720	720	720	720	720	720
Cámara de seguridad	2	20	1	40	40	40	40	40	40
Manguera contra incendios	1	35	1	35	35	35	35	35	35
Botiquín	2	35	1	70	70	70	70	70	70
Camillas	1	75	1	75	75	75	75	75	75
Estanterías metálicas	3	50	1	150	150	150	150	150	150
Lavadero Industrial	6	20	1	120	120	120	120	120	120
Mesas Metálicas	6	30	1	180	180	180	180	180	180
TOTAL INCLUIDO IGV (S/.)					6,590	6,590	6,590	6,590	6,590

Nota: Elaboración propia.



Tabla 144.

Programa de reposición ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	2019		2020		2021		2022		2023	
	CANTIDAD	COSTO (S/.)								
Caja de Herramientas	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100
Cuchilla de corte	2	70	2	70	2	70	2	70	2	70
Kit de Cubiertos	1	480	1	480	1	480	1	480	1	480
Escoba	6	12	6	12	6	12	6	12	6	12
Recogedor	6	8	6	8	6	8	6	8	6	8
Balde	4	12	4	12	4	12	4	12	4	12
Bolsas de basura x 100	25	5	25	5	25	5	25	5	25	5
Lapiceros x12	9	15	9	15	9	15	9	15	9	15
Calculadoras	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
Cinta adhesiva	20	2	20	2	20	2	20	2	20	2
Hojas bond x mill	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Cartuchos tinta	6	60	6	60	6	60	6	60	6	60
Archivadores	15	9	15	9	15	9	15	9	15	9
Sobres x50	4	13	4	13	4	13	4	13	4	13
Tachos	10	15	10	15	10	15	10	15	10	15
TOTAL INCLUIDO										
IGV (S/.)		2,122								

Nota: Elaboración propia.



6.3.9. Programa de compras posteriores.

En el análisis del tamaño del proyecto, podemos concluir que la capacidad instalada puede cubrir el incremento anual en los requerimientos de ventas de los productos, por lo que ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., adopta una estrategia de compra de maquinaria de primer uso para poder cubrir la demanda sin tener problemas en su producción para el primer año, el incremento en ventas de los siguientes años nos hace realizar la inversión en la compra de más maquinaria (ver Tabla 144) para poder cubrir las necesidades del mercado.

Tabla 145.

Programa de compras posteriores ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

MAQUINA	2019		2020		2021		2022		2023	
	CAN	COSTO (S/.)								
Cocina Industrial	6	1,600	6	1,600	6	1,600	6	1,600	6	1,600
Refrigeradora Industrial	8	2,800	8	2,800	8	2,800	8	2,800	8	2,800
TOTAL INCLUIDO										
IGV (S/.)		32,000								

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.4. Localización.

6.4.1. Macro localización.

Nuestro accionariado ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., determinó que la nave de producción se ubicará en Lima en función a estos parámetros:

- Disponibilidad de plantas

Se adaptan por el suministro eléctrico, red de agua potable y desagüe para poder instalar la nave industrial.

- Distancia con respecto al mercado objetivo



La distancia para poder atender con productos frescos es vital para la toma de decisiones, considerando que nuestro target se ubica en los distritos del Norte de Lima.

- Distancia con respecto a proveedores

Los insumos tienen un periodo de vida corto al estar expuestos a condiciones agresivas (excesivo calor o frío), es vital una distancia prudente para poder tener insumos frescos y de calidad.

- Distancia con respecto a la mano de obra

Disponibilidad de recursos humanos para ser capacitados y podamos contar con un equipo de trabajo acorde a nuestras exigencias en cuanto a operatividad.

- Red vial

Se debe de contar con acceso a las principales carreteras de Lima.

Utilizaremos un método de elección cuantitativo por factores con un rango del 1 al 5, determinando cual sería el distrito de elección con mejor performance para la instalación de nuestra nave industrial (ver tabla 145)

6.4.2. Micro localización.

Utilizaremos un método del centro de gravedad entre dos factores de los dos principales distritos para la elección cuantitativo por factores con un rango del 1 al 5, determinando cual sería la elección con mejor performance para la instalación de nuestra nave industrial a un nivel de microlocalización (ver tabla 146).



Tabla 146.

Análisis de Macrolocalización de nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

FACTORES	PESO	ALTERNATIVAS DE MACRO LOCALIZACION									
		PUENTE PIEDRA		COMAS		SAN JUAN DE LURIGANCHO		LOS OLIVOS		SAN MIGUEL	
		PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.
Disponibilidad de Plantas	15.00%	4	0.60	4	0.60	4	0.60	3	0.45	1	0.15
Distancia respecto al Mercado Objetivo	30.00%	5	1.50	5	1.50	5	1.50	5	1.50	4	1.20
Distancia respecto a Proveedores	20.00%	4	0.80	4	0.80	5	1.00	4	0.80	2	0.40
Distancia respecto a Mano de obra	25.00%	5	1.25	4	1.00	5	1.25	4	1.00	2	0.50
Red vial	10.00%	5	0.50	4	0.40	5	0.50	4	0.40	1	0.10
	100.00%		4.65		4.30		4.85		4.15		2.35

Nota: Elaboración propia- 2018.

Tabla 147.

Análisis de Microlocalización de nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

FACTORES	PESO	ALTERNATIVAS DE MICRO LOCALIZACION							
		SAN JUAN DE LURIGANCHO				PUENTE PIEDRA			
		Campoy		Mango marca		Los Pinos		San Remo	
		PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.	PUNTAJE	PON.
Gastos de distribución	20.00%	5	1.00	4	0.80	5	1.00	4	0.80
Factor ambiental y poblacional de la zona	12.00%	4	0.48	4	0.48	4	0.48	5	0.60
Costo y disponibilidad de terrenos	19.00%	4	0.76	3	0.57	4	0.76	4	0.76



Seguridad	11.00%	4	0.44	4	0.44	4	0.44	4	0.44
Tamaño y forma de la planta	8.00%	5	0.40	5	0.40	5	0.40	5	0.40
Suministro de energía eléctrica industrial	13.00%	4	0.52	4	0.52	3	0.39	4	0.52
Acceso a vías principales.	17.00%	5	0.85	4	0.68	5	0.85	5	0.85
	100.00%		4.45		3.89		4.32		4.37

Nota: Elaboración propia- 2018.



El mejor resultado de 4.45 fue el Distrito de San Juan de Lurigancho, ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. define su primera ubicación de su nave industrial y oficinas estarán en Urb. Fundo Campoy 1era. Etapa Av Bellas Artes Mz P Lote 1 Sección 3 (ver Figura 54 y Figura 55), contará con un área de 500 m².

Adicionalmente para cubrir los requerimientos del mercado se posicionará una segunda nave industrial a partir del tercer año de operaciones en el distrito de Puente Piedra, donde solo operará la nave industrial estarán en Asociación San Remo Mz. E Lote 11 (ver Figura 54 y Figura 55).



Figura 53. Vista frontal de nave industrial

Nota: Investigación de campo

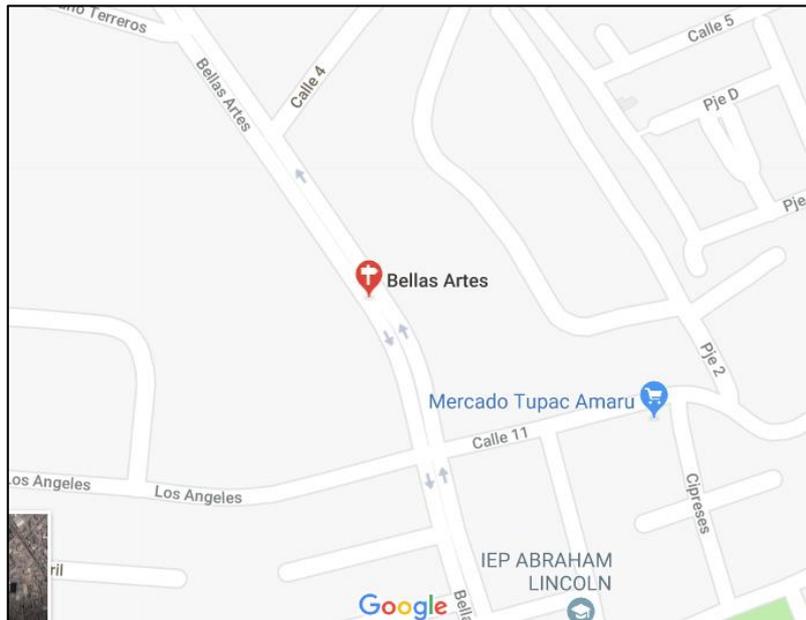


Figura 54. Ubicación de nave industrial San Juan de Lurigancho
Nota: Investigación de campo



Figura 55. Vista frontal de nave industrial
Nota: Investigación de campo



Figura 56. Ubicación de nave industrial Punto Piedra

Nota: Investigación de campo

6.4.3. Gastos de adecuación.

Para tener operativa la nave industrial y oficinas se requiere de una inversión la cual se establece en la siguiente tabla (ver Tabla 147), con esto se podrá realizar las obras civiles, eléctricas, sanitarias y acabados para iniciar operaciones.

Tabla 148.

Gastos de adecuación ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

DETALLE	COSTO (S/.)	IGV (S/.)	MONTO (S/.)
Obras Civiles	11,000	1,980	12,980
Instalaciones Eléctricas	7,500	1,350	8,850
Instalaciones Sanitarias	4,500	810	5,310
Acabados	5,000	900	5,900
Garantía Alquiler Nave Industrial	7000	1,260	8,260
TOTAL (S/.)	35,000	6,300	41,300

Nota: Elaboración propia – 2018.



6.4.4. Gastos de servicios.

En adición previendo los gastos de servicios para tener la continuidad del negocio (ver Tabla 148).

Tabla 149.

Servicios ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

DETALLE	MONTO MENSUAL (S/.)
Consumo de energía eléctrica	700
Consumo de agua	450
Telefonía e Internet	500
Alquiler de Planta industrial	3,500
TOTAL (S/.)	5,150

Nota: Elaboración propia – 2018.

6.4.5. Plano del centro de operaciones.

6.4.5.1. Tabla relacional de actividades (TRA).

Para determinar el layout de la nave industrial, se determinará la relación entre las actividades en la siguiente tabla (ver Tabla 149), se determina el valor de proximidad justificando las ubicaciones y diseño de la nave de industrial.

Tabla 150.

Grado de relación de actividades

VALOR DE PROXIMIDAD	MOTIVO DE LA RELACION
CODIGO	NECESIDAD
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente necesaria
I	Importante necesaria
O	Ordinaria necesaria
U	Ninguna
X	Sin necesidad

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se verifica el análisis de relación en actividades para nuestra nave de producción (ver Figura 58)

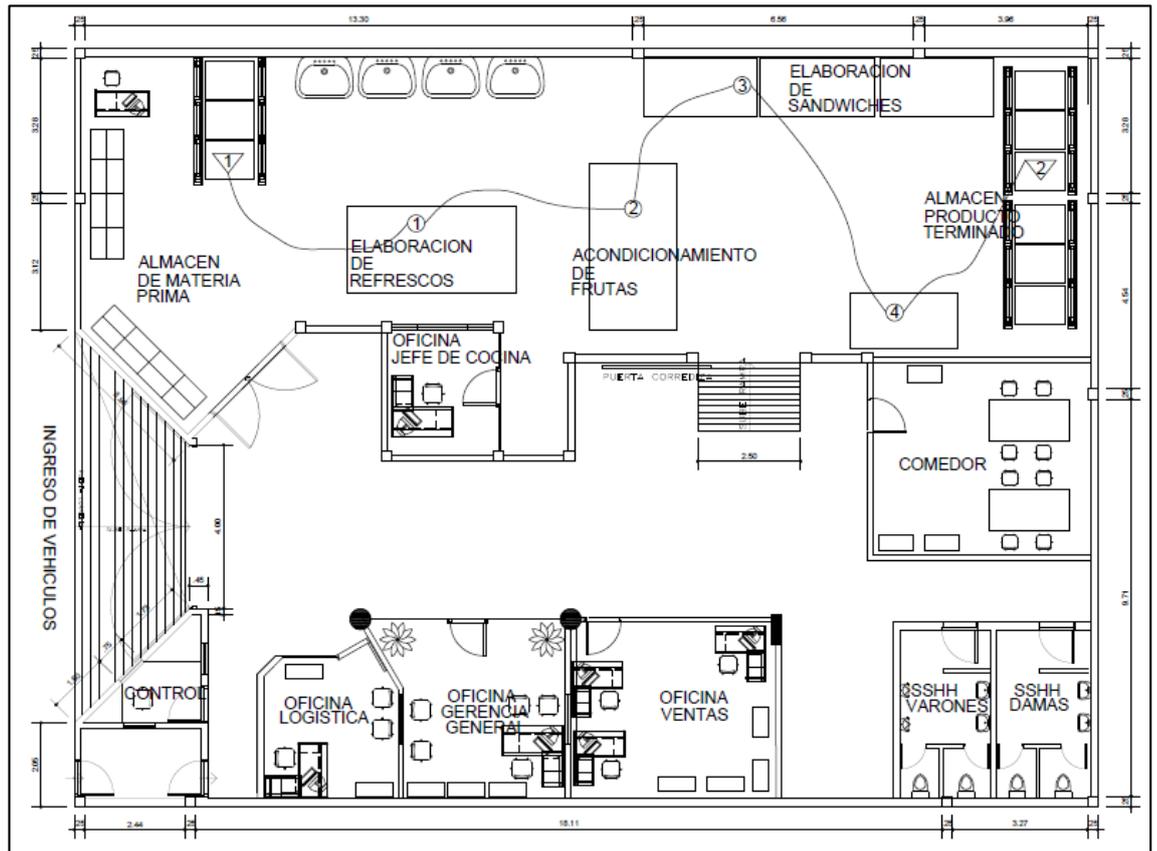


Figura 58. Layout Nave industrial ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

Nota: Elaboración propia - AutoCAD.

6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. optará por 500 m², distribuidas como oficinas y nave producción:

1. ALMACÉN DE MATERIA PRIMA: con una asignación de 20 m², para almacenar en las condiciones de temperatura y ambientes fuera de algún tipo de contaminante para los componentes de nuestro producto

2. NAVE DE PRODUCCIÓN: Se asignarán 350 m², en esta se realizarán las actividades para la elaboración de MI LONCHERITA, contará con conexión eléctrica en 220v, el correcto suplemento de las maquinarias. Contando con un espacio totalmente distribuido para la producción y cumplir con INDECI y reglamentos de seguridad para la comercialización de alimentos.



- 3. OFICINAS: 50 m², para las oficinas administrativas y reuniones.
- 4. PATIO: 15 m², para carga y descarga insumos así como productos terminados.
- 5. ALMACÉN PARA PRODUCTO TERMINADO: 40 m², para que nuestros productos no lleguen con ningún deterioro en su presentación final.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno.

6.5.1. Impacto ambiental.

En la siguiente tabla (ver Tabla 150), se definen los procesos principales y se identifican los aspectos ambientales contaminantes, se puede identificar que la generación de residuos sólidos y generación de efluentes son los que influyen en nuestros procesos por lo que se debe de someter a tratamiento.

Tabla 151.

Impactos Ambientales del proceso productivo.

PROCESO	ASPECTOS AMBIENTALES	IMPACTOS AMBIENTALES
Corte	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo
Troquelado	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo
Empacado	Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo

Nota: Elaboración propia



6.5.2. Con los trabajadores.

La responsabilidad con los colaboradores es parte fundamental del crecimiento sostenido de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., por lo que se abre la oportunidad de destinar recursos para el desarrollo de los trabajadores con programas sociales, específicamente charlas destinados a los hijos adolescentes, la importancia de la familia, adicciones y su impacto en el trabajo entre otros para poder desarrollar las capacidades y potenciar una mejor manera de vivir con sus familias.

6.5.3. Con la comunidad.

Con la responsabilidad con la comunidad, este proyecto genera puestos de trabajo en las zonas aledañas a este, contribuyendo con los ingresos de la familia de esa zona y su calidad de vida.

Se asignarán campañas de salud gratuita para las personas de la zona donde se ubica la nave industrial de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

En las siguientes tablas, se detallan los gastos a los que se destina la responsabilidad social durante el horizonte del proyecto (ver Tabla 151, Tabla 152, Tabla 153, Tabla 154 y Tabla 155).

Tabla 152.

Presupuesto 2019 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PRESUPUESTO RESPONSABILIDAD SOCIAL 2019						
	DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1	Gestión de residuos sólidos					1,000
1.1	Instalación de puntos ecológicos	unidad	5	200	1,000	
2	Gestión de energía eléctrica					3,950
2.1	Tablero General STG-01	unidad	1	2,050	2,050	
2.2	Banco de condensadores	unidad	1	1,800	1,800	
2.3	Certificado de operatividad y mantenimiento	unidad	1	100	100	
TOTAL PRESUPUESTO 2019 (S/.)						4,950



Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 153.

Presupuesto 2020 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PRESUPUESTO RESPONSABILIDAD SOCIAL 2020						
DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL	
1 Gestión de residuos sólidos						1,000
1.1 Renovación de puntos ecológicos	unidad	5	200	1,000		
2 Gestión de energía eléctrica						600
2.1 Mantenimiento preventivo	unidad	1	500	500		
2.2 Certificado de operatividad y mantenimiento	unidad	1	100	100		
3 Programa creativo con la comunidad						300
3.1 Animadora	unidad	1	200	200		
3.2 Alquiler de mesas y sillas para niños	unidad	1	100	100		
4 Programa de salud con la comunidad						4,500
4.1 Honorarios médico ocupacional	día	6	400	2,400		
4.2 Alquiler equipo médico	día	6	350	2,100		
TOTAL PRESUPUESTO 2020 (S/.)						6,400

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 154.

Presupuesto 2021 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PRESUPUESTO RESPONSABILIDAD SOCIAL 2021						
DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL	
1 Gestión de residuos sólidos						1,000
1.1 Renovación de puntos ecológicos	unidad	5	200	1,000		
2 Gestión de energía eléctrica						600
2.1 Mantenimiento preventivo	unidad	1	500	500		
2.2 Certificado de operatividad y mantenimiento	unidad	1	100	100		
3 Programa creativo con la comunidad						300
3.1 Animadora	unidad	1	200	200		
3.2 Alquiler de mesas y sillas para niños	unidad	1	100	100		
4 Programa de salud con la comunidad						4,500
4.1 Honorarios médico ocupacional	día	6	400	2,400		



4.2	Alquiler equipo médico	día	6	350	2,100	
5	Programa Psicosocial con los Trabajadores					1,600.00
5.1	Charla desarrollo humano	unidad	4	400	1,600	
TOTAL PRESUPUESTO 2021 (S/.)						8,000

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 155.

Presupuesto 2022 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PRESUPUESTO RESPONSABILIDAD SOCIAL 2022

	DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1	Gestión de residuos sólidos					1,000
1.1	Renovación de puntos ecológicos	unidad	5	200	1,000	
2	Gestión de energía eléctrica					600
2.1	Mantenimiento preventivo	unidad	1	500	500	
2.2	Certificado de operatividad y mantenimiento	unidad	1	100	100	
3	Programa creativo con la comunidad					300
3.1	Animadora	día	1	200	200	
3.2	Alquiler de mesas y sillas para niños	día	1	100	100	
4	Programa de salud con la comunidad					6,000
4.1	Honorarios médico ocupacional	día	8	400	3,200	
4.2	Alquiler equipo médico	día	8	350	2,800	
5	Programa Psicosocial con los Trabajadores					2,400.00
5.1	Charla desarrollo humano	unidad	6	400	2,400	
TOTAL PRESUPUESTO 2022 (S/.)						10,300

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 156.

Presupuesto 2023 ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

PRESUPUESTO RESPONSABILIDAD SOCIAL 2023

	DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1	Gestión de residuos sólidos					1,000
1.1	Renovación de puntos ecológicos	unidad	5	200	1,000	
2	Gestión de energía eléctrica					600
2.1	Mantenimiento preventivo	unidad	1	500	500	



2.2	Certificado de operatividad y mantenimiento	unidad	1	100	100	
3	Programa creativo con la comunidad					300
3.1	Animadora	unidad	1	200	200	
3.2	Alquiler de mesas y sillas para niños	unidad	1	100	100	
4	Programa de salud con la comunidad					6,000
4.1	Honorarios médico ocupacional	día	8	400	3,200	
4.2	Alquiler equipo médico	día	8	350	2,800	
5	Programa Psicosocial con los Trabajadores					3,200.00
5.1	Charla desarrollo humano	unidad	8	400	3,200	
TOTAL PRESUPUESTO 2023 (S/.)						11,100

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO VII

ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

7.1. Inversiones.

7.1.1. Inversión en Activo Fijo.

Conforme a principios contables, un activo fijo es todo tipo de activos de características físicas que generan rentabilidad al negocio con respecto a su utilización, estos normalmente no se utilizan para las ventas.

Los socios de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., hemos decidido invertir en los siguientes activos (ver Tabla 156, Tabla 157 y Tabla 158).

Tabla 157.

Activo Fijo de planta.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Operaciones			14,200	2,556	16,756
Cocina Industrial 1	1	1,600	1,600	288	1,888
Cocina Industrial 2	1	1,600	1,600	288	1,888
Cocina Industrial 3	1	1,600	1,600	288	1,888
Refrigeradora Industrial 1	1	2,400	2,400	432	2,832
Refrigeradora Industrial 2	1	2,400	2,400	432	2,832
Refrigeradora Industrial 3	1	2,400	2,400	432	2,832
Laptop HP 240 GHZ	1	1,700	1,700	306	2,006
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	500	500	90	590

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 158.

Activo Fijo de administración.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Administración			6,200	1,116	7,316
Laptop HP 240 GHZ 1	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 2	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 3	1	1,900	1,900	342	2,242
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	500	500	90	590

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 159.

Activo Fijo de ventas.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Ventas			10,500	1,890	12,390
Laptop HP 240 GHZ 1	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 2	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 3	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 4	1	1,900	1,900	342	2,242
Laptop HP 240 GHZ 5	1	1,900	1,900	342	2,242
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	500	500	90	590
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	500	500	90	590

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.1.2. Inversión Activo Intangible.

Para ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C., consideramos la inversión en activos intangibles a todos los gastos relacionados a la puesta en marcha de nuestra cumpliendo con todos los requerimientos, autorizaciones y licencias necesarias para operar en nuestra nave de producción y el Software necesario para operar dentro del campo de la formalidad.

El resumen de la inversión en activos intangibles de ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. se muestra a continuación (ver Tabla 159).



Tabla 160.

Activo Intangible.

Concepto	LUGAR	Canti dad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Gastos de Constitución				1,375	-	1,375
Búsqueda de Nombre de la Empresa	Sunarp	1	5	5	-	5
Reserva de Nombre de la Empresa	Sunarp	1	20	20	-	20
Servicio Notarial para constitución de empresa	Notaría	1	650	650	-	650
Servicio Registral para constitución de empresa	Notaría	1	700	700	-	700
Obtención del R.U.C.	Sunat	1	-	-	-	-
Inscripción en REMYPE	Mintrab	1	-	-	-	-
Registro de marcas y patentes				2,392	119	2,511
Búsqueda Fonética - Figurativa	Indecopi	1	49	49	-	49
Registro de Marca y Logo	Indecopi	1	561	561	-	561
Registro de Lema Comercial	Indecopi	1	561	561	-	561
Registro de Nombre Comercial	Indecopi	1	561	561	-	561
Publicación diario EIPeruario	Indecopi	3	220	661	119	780
Licencias y Autorizaciones				11,422	1,894	13,316
Derecho a trámite Licencia de Funcionamiento	Municipalidad	1	116	116	-	116
Inspección técnica de Seguridad	Indeci	1	114	114	-	114
Autorización DIGESA	Digesa	1	331	331	-	331
Análisis físico-químico y microbiológico del producto terminado, procesado	Laboratorio certificado	2	170	339	-	339
Análisis bromatológico	Laboratorio certificado	2	170	339	61	400
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	Digesa	2	1,670	3,340	601	3,941
Fumigación certificada de la nave industrial	Centro Autorizado	1	424	424	76	500
Elaboración de planos	Arquitecto colegiado	1	4,500	4,500	810	5,310
Certificado de operatividad de extintores PQS	Centro Autorizado	4	35	140	25	165
Pozo a tierra certificado	Centro Autorizado	2	890	1,780	320	2,100
Software				15,176	2,732	17,907



Licencia Windows 7 Professional	1	1,017	1,017	183	1,200
Licencia de Microsoft Office 2010	1	1,119	1,119	201	1,320
Licencia anual Bitrix24	1	8,040	8,040	1,447	9,487
Web Page - MI LONCHERITA	1	5,000	5,000	900	5,900
TOTAL GASTOS INTANGIBLES			30,364	4,745	35,109

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Para las inversiones pre operativos consideraremos todos lo necesario para el acondicionamiento de la nave de producción para tener una viabilidad de las operaciones en temas de abastecimiento eléctrico, suministro de agua y espacio.

En detalle la inversión en gastos pre operativo se basa en activos fijos no depreciables, gastos en acondicionamiento del local y garantía del alquiler de la nave de producción (ver Tabla 160).

Tabla 161.

Gastos Pre – Operativos.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Activo Fijo No Depreciable			11,836	2,130	13,966
Operaciones			8,939	1,609	10,548
Extintores	6	60	360	65	425
Alarmas contraincendios	1	400	400	72	472
Cámara de seguridad	2	200	400	72	472
Manguera contraincendios	1	500	500	90	590
Botiquín	1	45	45	8	53
Camillas	1	300	300	54	354
Estanterías metálicas	7	200	1,400	252	1,652
Stockas	1	800	800	144	944
Mesas Metálicas	5	400	2,000	360	2,360
Lavadero Industrial	6	350	2,100	378	2,478
Parihuelas	10	25	250	45	295
Sillas de escritorio	1	75	75	14	89



Mesas de escritorio	1	99	99	18	117
Estantería	3	70	210	38	248
Administración			1,272	229	1,501
Extintores	1	60	60	11	71
Alarmas contra incendios	1	400	400	72	472
Sillas de escritorio	5	75	375	68	443
Mesas de escritorio	3	99	297	53	350
Estantería	2	70	140	25	165
Ventas			1,625	293	1,918
Extintores	1	60	60	11	71
Alarmas contra incendios	1	400	400	72	472
Sillas de escritorio	8	75	600	108	708
Mesas de escritorio	5	99	495	89	584
Estantería	1	70	70	13	83
Acondicionamiento de Local			12,500	2,250	14,750
Obras Civiles	1	5,000	5,000	900	5,900
Instalaciones Eléctricas	1	2,000	2,000	360	2,360
Instalaciones Sanitarias	1	3,500	3,500	630	4,130
Acabados	1	2,000	2,000	360	2,360
Garantía de Alquiler	2	3,000	6,000	1,080	7,080
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			30,336	5,460	35,796

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.1.4. Inversión en Inventarios iniciales.

Los inventarios iniciales nos dotaran de los elementos para iniciar operaciones en todas las áreas (ver Tabla 161).



Tabla 162.

Inventarios Iniciales.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario S/.	Costo Total S/.	I.G.V. (18%) S/.	Total Precio S/.
Herramientas			271	49	320
Cuchillos	16	7	112	20	132
Tablas de picar plásticas	3	4	12	2	14
Jarras medidoras	2	5	9	2	11
Fuentes	1	6	6	1	7
Cucharones	2	6	12	2	14
Caja de herramientas	1	120	120	22	142
Utensilios de limpieza			620	112	731
Escoba	6	12	72	13	85
Recogedor	6	8	48	9	57
Balde	4	12	48	9	57
Franela por metro	4	2	8	1	9
Trapeador	2	8	16	3	19
Limpiador Pino (5 litros)	4	14	57	10	67
Cera al agua (5 litros)	4	30	118	21	139
Ambientadores	3	7	21	4	25
Cera para muebles	2	7	13	2	15
Limpia vajilla (300 gramos)	15	3	38	7	44
Lejía (5 litros)	5	9	43	8	50
Guantes de limpieza	3	5	14	2	16
Bolsas de basura x 100	25	5	125	23	148
Uniformes y EPPS			1,345	242	1,587
Mameluco de Protección	20	18	360	65	425
Mascarilla RP1500 (50 unid.)	15	17	255	46	301
Bota de PVC	20	16	310	56	366
Gorro desechable (100 unid.)	15	20	300	54	354
Guantes de nitrilo (100 unid.)	15	8	120	22	142
Ventas			2,131	384	2,515
Hojas bond A4 (millar)	4	15	60	11	71
Archivadores lomo ancho	8	4	28	5	33
Tinta impresora negra	6	150	900	162	1,062
Tinta impresora colores	4	160	640	115	755
Lapicero azul (docena)	6	6	36	6	42
Resaltador amarillo	6	2	12	2	14
Engrapador	6	6	33	6	39



Grapas 9/4 (1000 unid.)	4	5	18	3	21
Perforador	6	5	27	5	32
Clips (100 unid.)	6	3	18	3	21
Sobre de manila A4 (50 unid.)	10	15	150	27	177
Corrector líquido	6	2	9	2	11
Lápiz 2B Hexagonal (docena)	5	5	25	5	30
Pizarra acrílica 0.60*0.80*1.00	5	35	175	32	207
TOTAL INVENTARIOS INICIALES			4,367	786	5,153

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.1.5. Inversión en Capital de trabajo.

Para los cálculos de Capital de trabajo debemos de considerar las políticas de precios y cobranzas (ver Tabla 162).

Tabla 163.

Precios y Cobranzas.

PARTICIPACION	CANAL	CUENTAS POR COBRAR	PRECIO (S/.)
100%	Directo	Pago al contado	S/.5.90

Nota: Elaboración propia – 2018.

Para calcular el Capital de trabajo utilizaremos el método de Déficit Acumulado máximo, consistente a realizar el cálculo mensual entre los ingresos con respecto a los egresos en el año uno obteniendo un capital de trabajo de S/. 109,348.



Tabla 164.

Método Déficit Acumulado

Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
INGRESOS												
VENTAS (MI LONCHERITA) - unidades	-	-	21,653	23,818	26,200	28,820	15,851	34,872	38,359	42,195	46,415	25,528
VENTAS TOTALES MENSUALES S/.	-	-	108,264	119,090	131,000	144,099	79,255	174,360	191,796	210,976	232,074	127,640
IGV VENTAS S/.	-	-	19,488	21,436	23,580	25,938	14,266	31,385	34,523	37,976	41,773	22,975
TOTAL VENTAS S/.	-	-	127,752	140,527	154,579	170,037	93,521	205,745	226,320	248,952	273,847	150,616
COBRANZA CONDICIONES COMERCIALES												
VENTA DIRECTA	-	-	21,653	23,818	26,200	28,820	15,851	34,872	38,359	42,195	46,415	25,528
Pago al contado (S/.)	-	-	127,752	140,527	154,579	170,037	93,521	205,745	226,320	248,952	273,847	150,616
Total Ingresos en Efectivo S/.		-	127,752	140,527	154,579	170,037	93,521	205,745	226,320	248,952	273,847	150,616
Total Egresos en Efectivo	50,259	59,089	102,433	102,113	103,245	110,266	99,101	124,081	123,065	132,067	136,195	104,900
Materia Prima (S/.)	-		27,716	30,487	33,536	36,889	20,289	44,636	49,100	54,010	59,411	32,676
Mano de obra directa (S/.)	-	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431	10,431
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614	5,614
Gastos administrativos (S/.)	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772	14,772
Gastos de ventas (S/.)	27,608	26,608	42,237	39,145	37,228	40,895	33,606	43,014	41,484	45,577	44,303	39,743



Responsabilidad Social y Empresarial (S/.)	600	-	-	-	-	-	12,725	3,950					
Caja mínima (S/.)	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664	1,664
SALDO (S/.)	-50,259	-59,089	25,318	38,414	51,334	59,772	5,580	81,664	103,255	116,884	137,652	45,716	
SALDO ACUMULADO (S/.)	-50,259	109,348	84,030	45,616	5,719	65,490	59,910	141,574	244,829	361,714	499,365	545,081	
							S/.						
							CAPITAL DE TRABAJO						
							109,348						

Nota: Elaboración propia – 2018.



7.1.6. Estructura de Inversiones.

Estructura de las inversiones lo mostraremos en la siguiente tabla (ver Tabla 164).

Tabla 165.

Inversión del proyecto.

DETALLE	Inversión	%
Activo Fijo	36,462	16%
Activos Intangibles	35,109	16%
Inventarios Iniciales	5,153	2%
Capital de Trabajo	109,348	49%
Gastos Pre Operativos	35,796	16%
TOTAL	221,868	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.2. Financiamiento.

7.2.1. Estructura de Financiamiento.

Nuestro financiamiento será mediante un inversionista externo al accionariado este desembolsará un monto para financiar el activo fijo depreciable y el capital de trabajo, desembolsando un monto de S/. 123,048, en calidad de préstamos, que corresponde al 55% de nuestro financiamiento según el detalle de la siguiente tabla (ver Tabla 165).

Tabla 166.

Deuda y Capital

TIPO	Monto	%
Deuda	121,868	55%
Capital Propio	100,000	45%
TOTAL	221,868	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.

Mostramos el aporte de todos los socios, el cual es idéntico por todos los socios (ver Tabla 166).



Tabla 167.

Sociedad

SOCIO	APORTE (S/.)	PORCENTAJE
Elvis Samamé Palacios	20,000	20%
Haydé Guzmán Ángeles	20,000	20%
Katia López Silvestre	20,000	20%
Oscar Suarez Cruz	20,000	20%
Rolando Martínez Ángeles	20,000	20%
TOTAL (S/.)	100,000	100%

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.2.2. Financiamiento del activo fijo y del capital de trabajo. Notas de financiamiento: Cronogramas.

Se muestra las condiciones de los préstamos solicitados con sus proporciones de financiamiento (ver Tabla 167).

Tabla 168.

Estructura de Financiamiento.

DETALLE	MONTO (S/.)	SOCIOS (S/.)	FINANCIAMIENTO (S/.)
Activo Fijo Depreciable	36,462	23,942	12,520
Activo Intangible	35,109	35,109	-
Gastos Pre-Operativos	35,796	35,796	-
Inventarios Iniciales	5,153	5,153	-
Capital de Trabajo	109,348	-	109,348
Inversión Proyecto (S/.)	221,868	100,000	121,868
TOTAL	100%	45%	55%

Nota: Elaboración propia – 2018.

Las condiciones del préstamo y en el ANEXO 4 el cronograma de pagos (ver Tabla 168).

Tabla 169.

Condiciones de Préstamo.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
Préstamo	121,868
TCEA	35.00%
TEM	2.53%
Plazo	5.0 años



Plazo 60 meses
Cuota Mensual 3,972
Nota: Elaboración propia – 2018.

Estudio de Ingresos y Costos.

7.3. Ingresos Anuales.

7.3.1. Ingresos por ventas: al contado, al crédito, ventas totales.

Nuestro tipo de ingreso son al contado en los cinco años del periodo, en la siguiente tabla (ver Tabal 169), la evolución de todos los meses en unidades y valorizado.



Tabla 170.

Ingresos por ventas.

Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
INGRESOS												
VENTAS (MI LONCHERITA) - unidades	-	-	21,653	23,818	26,200	28,820	15,851	34,872	38,359	42,195	46,415	25,528
VENTAS TOTALES MENSUALES S/.	-	-	108,264	119,090	131,000	144,099	79,255	174,360	191,796	210,976	232,074	127,640
IGV VENTAS S/.	-	-	19,488	21,436	23,580	25,938	14,266	31,385	34,523	37,976	41,773	22,975
TOTAL VENTAS S/.	-	-	127,752	140,527	154,579	170,037	93,521	205,745	226,320	248,952	273,847	150,616

Nota: Elaboración propia – 2018..



La evolución de los ingresos – ventas del horizonte en años resumidas (ver Tabla 170).

Tabla 171.

Ingresos – Ventas.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por Ventas (S/.) sin IG	1,518,555	1,943,765	2,728,920	3,815,175	5,329,655
Ingresos por Ventas (S/.)	1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
Venta Unidades	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931
Precio de Venta (S/.) inc. IG	5.900	5.900	5.900	5.900	5.900

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.3.2. Recuperación de Capital de Trabajo.

Incrementa el capital de trabajo respecto entre todos los años del horizonte del proyecto, recuperándose el capital de trabajo al quinto año (ver Tabla 171).

Tabla 172.

Capital de Trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	0	1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
Capital de trabajo necesario	0	-109,348	-139,966	-196,504	-274,723	-383,777
Inversión capital de trabajo	109,348	30,618	56,537	78,219	109,054	0
Recuperación de capital de trabajo	0	0	0	0	0	383,777

CONCEPTO	AÑO 2023
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO	383,777

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo.

Este análisis se realizará por áreas para poder determinar el valor neto de desecho del activo, con esto vamos a calcular el valor de desecho (ver Tabla 172).



Tabla 173.

Valor de Desecho del Activo

ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - OPERACIONES	CANT.	COSTO UNID (S/.)	SUBTOTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTABLE (años)	Depreciación anual	Depreciación acumulada al 2023	Valor en Libros (5to año)	Valor de rescate (%)	Valor en el Mercado (Soles)	Utilidad / Pérdida antes del impuesto	Pago Impuestos/Ahorro fiscal (29.5%)	Valor de Desecho Neto (5to año)
Cocina Industrial	3	1,600	4,800	10	160	800	800	20%	320	480	-	1,385
Refrigeradora Industrial	3	2,400	7,200	10	240	1,200	1,200	20%	480	720	-	2,077
Laptop HP 240 GHZ Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	1,700	1,700	4	425	2,125	-	0%	-	-	-	-
Cocina Industrial 2020	3	1,600	4,800	10	160	800	800	30%	480	320	-	1,723
Refrigeradora Industrial 2020	3	2,400	7,200	10	240	1,200	1,200	30%	720	480	-	2,585
Cocina Industrial 2021	3	1,600	4,800	10	160	800	800	40%	640	160	-	2,062
Refrigeradora Industrial 2021	3	2,400	7,200	10	240	1,200	1,200	40%	960	240	-	3,092
Cocina Industrial 2022	3	1,600	4,800	10	160	800	800	50%	800	-	-	2,400
Refrigeradora Industrial 2022	3	2,400	7,200	10	240	1,200	1,200	50%	1,200	-	-	3,600
Cocina Industrial 2023	3	1,600	4,800	10	160	800	800	60%	960	160	47	2,738
Refrigeradora Industrial 2023	3	2,400	7,200	10	240	1,200	1,200	60%	1,440	240	71	4,108
SUB - TOTAL												12,924



ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - VENTAS	CANTIDAD	COSTO UNID (S/.)	SUBTOTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTABLE (años)	Depreciación anual	Depreciación acumulada al 2023	Valor en Libros (5to año)	Valor de rescate (%)	Valor en el Mercado (Soles)	Utilidad / Pérdida antes del impuesto	Pago Impuestos/Ahorro fiscal (29.5%)	Valor de Desecho Neto (5to año)
Laptop HP 240 GHZ 1 Multifuncional HP	2	1,610	3,220	4	403	1,610	-	0%	-	-	-	-
Advantage Ultra 4729	1	932	932	4	233	932	-	0%	-	-	-	-
Laptop HP 240 GHZ 1 2021 Multifuncional HP	1	1,610	1,610	4	403	1,208	403	20%	322	81	-24	346
Advantage Ultra 4729	1	932	932	4	233	699	233	20%	186	47	-14	200
SUB - TOTAL												546
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - ADMINISTRATIVOS	CANTIDAD	COSTO UNID (S/.)	SUBTOTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTABLE (años)	Depreciación anual	Depreciación acumulada al 2022	Valor en Libros (5to año)	Valor rescate (%)	Valor rescate (S/.)	Utilidad	Pago Impuestos (29.5%)	Valor de Desecho Neto (5to año)
Laptop HP 240 GHZ 1 Multifuncional HP	5	1,610	8,051	4	403	1,610	-	0%	-	-	-	-
Advantage Ultra 4729	2	932	1,864	4	233	932	-	0%	-	-	-	-
Laptop HP 240 GHZ 1 2021 Multifuncional HP	1	1,610	1,610	4	403	1,208	403	20%	322	81	-24	346
Advantage Ultra 4729	1	932	932	4	233	699	233	20%	186	47	-14	200
SUB - TOTAL												546
VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO SIN IGV (S/.)												14,016
IGV (S/.)												2,523
VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO (S/.)												16,539

Nota: Elaboración propia – 2018.



7.4. Costos y Gastos anuales.

7.4.1. Egresos Desembolsables.

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales.

Colocamos nuestros costos unitarios de cada una de las variables de nuestros materiales e insumos para elaborar MI LONCHERITA (ver Tabla 173).

Tabla 174.
Presupuesto unitario.

	MATERIALES	PRECIO (S/.)	UNIDAD
REFRESCO	Carambola	3.490	kilogramo
	Cebada	3.990	kilogramo
	Limón	2.490	kilogramo
	Manzana	2.990	kilogramo
	Membrillo	4.990	kilogramo
	Piña	1.690	kilogramo
	Azúcar rubia	3.100	kilogramo
	Canela 10 gr.	2.800	paquete
	Clavo de olor 10 gr.	1.600	paquete
	Envase de 400 ml	0.04	unidad
SANDWICHES	Pollo	7.800	kilogramo
	Tomate	3.090	kilogramo
	Lechuga	4.500	kilogramo
	Choclo	0.800	unidad
	Huevo	0.300	unidad
	Cebolla	0.990	kilogramo
	Sangre de pollo	6.850	kilogramo
	Papa amarilla	1.750	kilogramo
	Huevo de codorniz	0.180	unidad
	atún	3.190	unidad
	Harina	2.990	kilogramo
	Queso	18.500	kilogramo
	Palta	3.750	kilogramo
	Espinaca	6.500	kilogramo
	Aceite vegetal	4.990	kilogramo
	Pan integral	6.250	paquete



	Sal yodada	6.7	kilogramo
	Envase contenedor	0.28	unidad
	Mandarina	1.200	kilogramo
	Manzana	1.800	kilogramo
	Granadilla	0.180	kilogramo
FRUTA	Naranja	1.000	kilogramo
	Tuna	0.200	kilogramo
	Durazno	2.500	kilogramo
	Pasas	1.500	100 gramos
	Maníes	1.800	100 gramos
	Papel film	0.01	unidad

Nota: Elaboración propia – 2018.

Defino el presupuesto de materia prima de la empresa (ver Tabla 174).

Tabla 175.

Presupuesto de materia prima ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima (S/.)	388,750	497,604	698,604	976,685	1,364,392
Materia Prima (S/.) sin IGV	329,449	421,698	592,037	827,699	1,156,264
IGV (S/.)	59,301	75,906	106,567	148,986	208,128

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Vamos a detallar todos los costos de mano de obra directa (ver Tabla 175).



Tabla 176.

Mano de Obra.

Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aportes Empresa				Beneficios Sociales			TOTAL
			SCTR	EsSalud	Asig. Familiar	Total	CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Operario de Almacén	0	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	-
Cocinero	8	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	125,168
		1,860	70	167	186	423	930	930	2,031	125,168

Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aportes Empresa				Beneficios Sociales			TOTAL
			SCTR	EsSalud	Asig. Familiar	Total	CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Operario de Almacén	1	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	15,646
Cocinero	10	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	156,460
		1,860	70	167	186	423	930	930	2,031	172,106

Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aportes Empresa				Beneficios Sociales			TOTAL
			SCTR	EsSalud	Asig. Familiar	Total	CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Operario de Almacén	2	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	31,292
Cocinero	12	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	187,752
		1,860	70	167	186	423	930	930	2,031	219,043

Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aportes Empresa				Beneficios Sociales			TOTAL
			SCTR	EsSalud	Asig. Familiar	Total	CTS	Vacaciones	Gratificaciones	



Operario de Almacén	2	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	31,292
Cocinero	14	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	219,043
		1,860	70	167	186	423	930	930	2,031	250,335

Cargo	Cantidad	Sueldo Básico	Aportes Empresa				Beneficios Sociales			TOTAL
			SCTR	EsSalud	Asig. Familiar	Total	CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Operario de Almacén	3	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	46,938
Cocinero	16	930	35.00	83.70	93.00	211.70	465.00	465.00	1,015.56	250,335
		1,860	70	167	186	423	930	930	2,031	297,273

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 177.

M.O.D. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Mano de obra directa (S/.)	125,168	172,106	219,043	250,335	297,273

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos.

Consideramos a detalle los costos indirectos para la elaboración de loncheras de nutritivas (ver Tabla 177).

Tabla 178.

C.I.F. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

DETALLE	COSTO MENSUAL (S/.)	IGV (S/.)	GASTO MENSUAL (S/.)
Consumo de energía eléctrica	350	63	413
Consumo de agua	225	40.5	266
Telefonía Móvil	1,170	210.6	1,381
Internet 20 Mbps	135	24.3	159
Alquiler de Planta industrial	3,000	540	3,540
TOTAL (S/.)	4,880	878	5,758

Nota: Elaboración propia – 2018.

Evidenciamos el total de los costos indirectos durante todos los años (ver Tabla 178).

Tabla 179.

C.I.F. ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C. 2019 – 2023.

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Mantenimiento maquinaria y equipos	3,788	6,620	9,452	12,284	15,116
Consumo de energía eléctrica	4,956	6,344	8,906	12,451	17,394
Consumo de agua	3,186	4,078	5,725	8,004	11,182
Telefonía e Internet	12,960	14,580	17,820	19,980	24,300
Alquiler de Nave industrial	42,480	42,480	84,960	84,960	84,960
Costos indirectos de fabricación (S/.)	67,370	74,102	126,863	137,680	152,952
Costos indirectos de fabricación Sin Alquiler de nave (S/.)	24,890	31,622	41,903	52,720	67,992



Costos indirectos de fabricación					
Sin IGV (S/.)	57,093	62,798	107,511	116,678	129,620
IGV (S/.)	10,277	11,304	19,352	21,002	23,332

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración.

Mostramos el presupuesto de gastos administrativos (ver Tabla 179).



Tabla 180.

Administración.

Cargo	Canti dad	Sueldo Básico	Bonificac iones	Sueldo Bruto	Sueldo Neto	Beneficios Sociales			TOTAL
						CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Gerente General	1	5,000		5,000	5,468	3,500	3,500	7,644	83,740
Asistente de Gerencia	1	1,000		1,000	871	500	500	1,092	16,708
Jefe de Cocina Coordinador de Logística	1	2,000		2,000	2,152	1,250	1,250	2,730	33,466
	1	1,200		1,200	1,306	750	750	1,638	20,694
		9,200	-	9,200	9,797	6,000	6,000	13,104	154,608

Cargo	Canti dad	Sueldo Básico	Bonificac iones	Sueldo Bruto	Sueldo Neto	Beneficios Sociales			TOTAL
						CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Gerente General	1	5,000	500	5,500	6,404	3,500	3,500	7,644	89,740
Asistente de Gerencia	1	1,000	100	1,100	1,071	500	500	1,092	17,908
Jefe de Cocina Coordinador de Logística	1	2,000	250	2,250	2,576	1,250	1,250	2,730	36,466
	1	1,200	150	1,350	1,587	750	750	1,638	22,494
		9,200	1,000	10,200	11,637	6,000	6,000	13,104	166,608

Cargo	Canti dad	Sueldo Básico	Bonificac iones	Sueldo Bruto	Sueldo Neto	Beneficios Sociales			TOTAL
						CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Gerente General	1	5,000	1,000	6,000	7,339	3,500	3,500	7,644	95,740
Asistente de Gerencia	1	1,000	200	1,200	1,271	500	500	1,092	19,108



Jefe de Cocina	1	2,000	500	2,500	3,044	1,250	1,250	2,730	39,466
Coordinador de Ventas	1	1,200	300	1,500	1,906	750	750	1,638	24,294

9,200 2,000 11,200 13,560 6,000 6,000 13,104 **178,608**

Cargo	Canti dad	Sueldo Básico	Bonificac iones	Sueldo Bruto	Sueldo Neto	Beneficios Sociales			TOTAL
						CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Gerente General	1	5,000	1,500	6,500	8,274	3,500	3,500	7,644	101,740
Asistente de Gerencia	1	1,000	300	1,300	1,471	500	500	1,092	20,308
Jefe de Cocina	1	2,000	750	2,750	3,512	1,250	1,250	2,730	42,466
Coordinador de Logística	2	1,200	450	1,650	3,323	750	750	1,638	51,540

9,200 3,000 12,200 16,580 6,000 6,000 13,104 **216,054**

Cargo	Canti dad	Sueldo Básico	Bonificac iones	Sueldo Bruto	Sueldo Neto	Beneficios Sociales			TOTAL
						CTS	Vacaciones	Gratificaciones	
Gerente General	1	5,000	2,000	7,000	9,210	3,500	3,500	7,644	107,740
Asistente de Gerencia	1	1,000	400	1,400	1,671	500	500	1,092	21,508
Jefe de Cocina	1	2,000	1,000	3,000	3,979	1,250	1,250	2,730	45,466
Coordinador de Logística	2	1,200	600	1,800	3,323	750	750	1,638	55,140

9,200 4,000 13,200 18,183 6,000 6,000 13,104 **229,854**

Nota: Elaboración propia – 2018.



Tabla 181.

Servicios de terceros ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

SERVICIOS TERCERIZADOS	COSTO MENSU AL (S/.)	IGV (S/.)	GASTO MENSUAL (S/.)	GASTO ANUAL (S/.)				
				2019	2020	2021	2022	2023
Servicio Contable	400	72	472	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Servicio Legal	200	36	236	2,832	2,832	2,832	2,832	2,832
Servicio de Seguridad	1000	180	1,180	14,160	14,160	14,160	14,160	14,160

Nota: Elaboración propia – 2018.

Calculamos los gastos administrativos (ver Tabla 181).

Tabla 182.

Gastos administrativos ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Personal administrativo	154,608	166,608	178,608	216,054	229,854
Servicio Contable	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Servicio Legal	2,832	2,832	2,832	2,832	2,832
Servicio de Seguridad	14,160	14,160	14,160	14,160	14,160
Gastos Administrativos Sin IGV (S/.)	173,808	185,808	197,808	235,254	249,054
IGV (S/.)	3,456	3,456	3,456	3,456	3,456
Gastos Administrativos (S/.)	177,264	189,264	201,264	238,710	252,510

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas.

Consideramos los gastos de ventas, considerando que parte de la propuesta de valor está ligada a nuestros gastos de distribución y entrega (ver Tabla 182).



Tabla 183.

Gastos de ventas ALIEMNTOS NUTRITIVOS S.A.C.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Personal de Ventas	252,100	325,264	448,078	599,566	808,470
Personal en puntos de entrega	135,750	181,000	239,825	316,750	420,825
Promoción y Marketing	103,050	118,990	141,868	168,756	201,846
Servicio de Distribución	106,299	136,064	191,024	267,062	373,076
Comisiones	15,186	38,875	81,868	152,607	266,483
Renovación de Licencia CRM		4,020	4,020	4,020	4,020
Gastos de Ventas sin IGV (S/.)	580,449	764,693	1,055,290	1,441,667	1,986,406
IGV (S/.)	31,935	39,520	51,393	67,094	88,313

Gastos de Ventas (S/.) 612,384 804,212 1,106,683 1,508,761 2,074,720

Nota: Elaboración propia – 2018.

Adicionalmente consideraremos los gastos de distribución que estará manejado por unidad entregada; este servicio será realizado bajo una tarifa por unidad trasladada al punto de entrega (ver Tabla 183).

Tabla 184.

Promoción y sus gastos.

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1.0 Evento de lanzamiento					3,850
1.1 Animadora	unidad	11	200.00	2,200	
1.2 Personal apoyo	unidad	33	50.00	1,650	
2.0 Buzz Marketing					10,000
2.1 Bonificación líderes de opinión	mensual	10	1,000.00	10,000	
3.0 Folletos de 130 gr. A color	millar	20	400.00		8,000
4.0 Anuncio por radio	segundo	2,200	16.00		35,200
5.0 Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	50	500.00		25,000
6.0 Banner Roll Screen	unidad	100	45.00		4,500
7.0 Eventos de prueba de producto	trimestral				16,500
7.1 Animadora	unidad	66	200.00	13,200	



7.2	Personal apoyo	unidad	66	50.00	3,300	
TOTAL PRESUPUESTO 2019 (S/.)						103,050

PRESUPUESTO PROMOCION 2020

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL	
1.0 Buzz Marketing					12,000	
1.1 Bonificación líderes de opinión	mensual	12	1,000.00	12,000		
2.0 Folletos de 130 gr. A color	millar	24	400.00		9,600	
3.0 Anuncio por radio	segundo	2,640	16.00		42,240	
4.0 Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	60	500.00		30,000	
5.0 Banner Roll Screen	unidad	120	45.00		5,400	
6.0 Eventos de prueba de producto	trimestral				19,750	
6.1 Animadora	unidad	79	200.00	15,800		
6.2 Personal apoyo	unidad	79	50.00	3,950		
TOTAL PRESUPUESTO 2020 (S/.)						118,990

PRESUPUESTO PROMOCION 2021

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL	
1.0 Buzz Marketing					14,000	
1.1 Bonificación líderes de opinión	mensual	14	1,000.00	14,000		
2.0 Folletos de 130 gr. A color	millar	28	400.00		11,200	
3.0 Anuncio por radio	segundo	3,168	16.00		50,688	
4.0 Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	72	500.00		36,000	
5.0 Banner Roll Screen	unidad	144	45.00		6,480	
6.0 Eventos de prueba de producto	trimestral				23,500	
6.1 Animadora	unidad	94	200.00	18,800		
6.2 Personal apoyo	unidad	94	50.00	4,700		
TOTAL PRESUPUESTO 2021 (S/.)						141,868

PRESUPUESTO PROMOCION 2022

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1.0 Buzz Marketing					16,000
1.1 Bonificación líderes de opinión	mensual	16	1,000.00	16,000	



2.0	Folletos de 130 gr. A color	millar	33	400.00		13,200
3.0	Anuncio por radio	segundo	3,801	16.00		60,816
4.0	Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	86	500.00		43,000
5.0	Banner Roll Screen	unidad	172	45.00		7,740
6.0	Eventos de prueba de producto	trimestral				28,000
6.1	Animadora	unidad	112	200.00	22,400	
6.2	Personal apoyo	unidad	112	50.00	5,600	
TOTAL PRESUPUESTO 2022 (S/.)						168,756

PRESUPUESTO PROMOCION 2023

DETALLE	CUOTA	CANTIDAD	UNITARIO	COSTO	PARCIAL
1.0	Buzz Marketing				19,000
1.1	Bonificación líderes de opinión	mensual	19	1,000.00	19,000
2.0	Folletos de 130 gr. A color	millar	39	400.00	15,600
3.0	Anuncio por radio	segundo	4,561	16.00	72,976
4.0	Avisos diario impreso (Peru21 y Trome)	unidad	103	500.00	51,500
5.0	Banner Roll Screen	unidad	206	45.00	9,270
6.0	Eventos de prueba de producto	trimestral			33,500
6.1	Animadora	unidad	134	200.00	26,800
6.2	Personal apoyo	unidad	134	50.00	6,700
TOTAL PRESUPUESTO 2023 (S/.)					201,846

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.2. Egresos No Desembolsables.

7.4.2.1. Depreciación.

Mostramos la depreciación por cada año, considerando que la depreciación es el valor que se diezma a un activo fijo anualmente, los porcentajes son considerados por SUNAT por su tipos de depreciación (ver Tabla 184).



Tabla 185.

Depreciación en Activos.

ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - OPERACIONES	CANTI DAD	COSTO UNID (S/.)	SUBT OTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTAB LE (años)	Tasa Depreci ación (%)	Deprecia ción 2019	Deprecia ción 2020	Deprecia ción 2021	Deprecia ción 2022	Deprecia ción 2023
Cocina Industrial	3	1,888	5,664	10	10%	566	566	566	566	566
Refrigeradora Industrial	3	2,832	8,496	10	10%	850	850	850	850	850
Laptop HP 240 GHZ	1	2,006	2,006	4	25%	502	502	502	502	502
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	590	590	4	25%	148	148	148	148	148
Cocina Industrial 2020	3	1,888	5,664	10	10%	-	566	566	566	566
Refrigeradora Industrial 2020	3	3,304	9,912	10	10%	-	991	991	991	991
Cocina Industrial 2021	3	1,888	5,664	10	10%	-	-	566	566	566
Refrigeradora Industrial 2021	3	3,304	9,912	10	10%	-	-	991	991	991
Cocina Industrial 2022	3	1,888	5,664	10	10%	-	-	-	566	566
Refrigeradora Industrial 2022	3	3,304	9,912	10	10%	-	-	-	991	991
Cocina Industrial 2023	3	1,888	5,664	10	10%	-	-	-	-	566
Refrigeradora Industrial 2023	3	3,304	9,912	10	10%	-	-	-	-	991
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - ADMINISTRATIVOS	CANTI DAD	COSTO UNID (S/.)	SUBT OTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTAB LE (años)	Tasa Depreci ación (%)	Deprecia ción 2019	Deprecia ción 2020	Deprecia ción 2021	Deprecia ción 2022	Deprecia ción 2023



ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES - VENTAS	CANTI DAD	COSTO UNID (S/.)	SUBT OTAL (S/.)	VIDA UTIL CONTAB LE (años)	Tasa Depreci ación (%)	Deprecia ción 2019	Deprecia ción 2020	Deprecia ción 2021	Deprecia ción 2022	Deprecia ción 2023
Laptop HP 240 GHZ 1	2	1,900	3,800	4	25%	950	950	950	950	-
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	1,100	1,100	4	25%	275	275	275	275	-
Laptop HP 240 GHZ 1 2021	1	1,900	1,900	4	25%	-	-	475	475	475
Multifuncional HP Advantage Ultra 4729	1	1,100	1,100	4	25%	-	-	275	275	275
DEPRECIACION						6,215	7,773	10,830	12,388	9,795

Nota: Elaboración propia – 2018.



7.4.2.2. Amortización de Intangibles.

En la siguiente tabla (ver Tabla 185), se muestra la amortización que es proporcional al número de años del proyecto.

Tabla 186.
Amortización.

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Producción (S/.)	2,847	2,847	2,847	2,847	2,847
Administrativo (S/.)	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690
Ventas (S/.)	1,485	1,485	1,485	1,485	1,485
AMORTIZACION INTANGIBLES (S/.)	7,022	7,022	7,022	7,022	7,022

Nota: Elaboración propia – 2018.

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

En la siguiente tabla (ver Tabla 186), consideramos el costo unitario de producción para todos los años.

Tabla 187.
C.U. de Producción- C. T. de Producción

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (Unidades)	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931
Materia Prima (S/.)	388,750	497,604	698,604	976,685	1,364,392
Mano de obra directa (S/.)	125,168	172,106	219,043	250,335	297,273
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	67,370	74,102	126,863	137,680	152,952
COSTO DE PRODUCCION (S/.)	581,288	743,811	1,044,510	1,364,700	1,814,617
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION (S/.)	1.91	1.91	1.91	1.79	1.70
Gastos administrativos (S/.)	177,264	189,264	201,264	238,710	252,510
Gastos de ventas (S/.)	612,384	804,212	1,106,683	1,508,761	2,074,720
Depreciación (S/.)	6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
Amortización (S/.)	7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Otros Gastos (S/.)	9,926	25,706	17,910	23,656	29,817
COSTO TOTAL (S/.)	1,394,098	1,777,787	2,388,220	3,155,236	4,188,480



COSTO UNITARIO TOTAL (S/.)	4.59	4.57	4.38	4.14	3.93
---------------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO VIII

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

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

- ✓ Horizonte de 5 años.
- ✓ Inicio del proyecto: Enero del 2019.
- ✓ El I.R. para los cinco años 29.5%, en conformidad con el cambio introducido en la legislación correspondiente, Decreto Legislativo 1261 y el impuesto general a las ventas es del 18%.
- ✓ El proyecto necesita una inversión de S/. 221,868, 45% es colocado por los socios y 55% por medio de un préstamo a un inversionista a pagar en 60 cuotas iguales.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.

El Estado de Ganancias y pérdidas (ver Tabla 187), estos cálculos son sin los gastos financieros.

Tabla 188.

EEGG sin Gastos Financieros.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (S/.)	1,518,555	1,943,765	2,728,920	3,815,175	5,329,655
Materia Prima (S/.)	329,449	421,698	592,037	827,699	1,156,264



Mano de obra directa (S/.)	-	-	-	-	-
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	125,168	172,106	219,043	250,335	297,273
COSTO DE VENTAS (S/.)	511,710	656,602	918,592	1,194,712	1,583,157
UTILIDAD BRUTA (S/.)	1,006,845	1,287,163	1,810,328	2,620,463	3,746,498
Gastos administrativos (S/.)	-	-	-	-	-
Gastos de ventas (S/.)	173,808	185,808	197,808	235,254	249,054
Depreciación (S/.)	-	-	-	-	-
Amortizaciones (S/.)	580,449	764,693	1,055,290	1,441,667	1,986,406
Otros Gastos (S/.)	6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
UTILIDAD OPERATIVA (S/.)	230,939	300,084	524,201	904,085	1,468,951
Impuesto a la renta (S/.)	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (S/.)	162,812	211,559	369,561	637,380	1,035,611

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.

En este estado de Ganancias y Pérdidas se muestran adicionalmente los gastos financieros considerados a la estructura del análisis (ver Tabla 188).

Tabla 189.

EEGG con Gastos Financieros

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (S/.)	1,518,555	1,943,765	2,728,920	3,815,175	5,329,655
Materia Prima (S/.)	-	-	-	-	-1,156,264
Mano de obra directa (S/.)	329,449	421,698	592,037	827,699	-
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	125,168	172,106	219,043	250,335	297,273
COSTO DE VENTAS (S/.)	511,710	656,602	918,592	-1,194,712	-1,583,157
UTILIDAD BRUTA (S/.)	1,006,845	1,287,163	1,810,328	2,620,463	3,746,498
Gastos administrativos (S/.)	-	-	-	-	-
Gastos de ventas (S/.)	173,808	185,808	197,808	235,254	249,054
Depreciación (S/.)	-	-	-	-	-
	580,449	764,693	-1,055,290	-1,441,667	-1,986,406
	6,215	7,773	10,830	12,388	9,795



Amortizaciones (S/.)	-	-	-	-	-
	7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Otros Gastos (S/.)	-	-	-	-	-
	8,412	21,784	15,178	20,047	25,269
UTILIDAD OPERATIVA (S/.)	230,939	300,084	524,201	904,085	1,468,951
Gastos Financieros (S/.)	-	-	-	-	-
	35,421	31,136	25,352	17,542	7,000
UTILIDAD ANTES DE IR (S/.)	195,518	268,947	498,849	886,543	1,461,951
Impuesto a la renta (S/.)	-	-	-	-	-
	57,678	79,339	147,160	261,530	431,276
UTILIDAD NETA (S/.)	137,840	189,608	351,688	625,013	1,030,676

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.4. Flujo de Caja Operativo.

Consideramos el flujo de caja operativo con saldos positivos, con esto se podrán cubrir los gastos de capital de trabajo (ver Tabla 189).

Tabla 190.

Flujo de Caja.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (+)		1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
COSTO DE VENTAS (-)		-581,288	-743,811	-1,044,510	-1,364,700	-1,814,617
UTILIDAD BRUTA (S/.)		1,210,607	1,549,832	2,175,615	3,137,207	4,474,376
Gastos administrativos (-)		-177,264	-189,264	-201,264	-238,710	-252,510
Gastos de ventas (-)		-612,384	-804,212	-1,106,683	-1,508,761	-2,074,720
Depreciación (-)		-6,215	-7,773	-10,830	-12,388	-9,795
Amortizaciones (-)		-7,022	-7,022	-7,022	-7,022	-7,022
Otros gastos (-)		-9,926	-25,706	-17,910	-23,656	-29,817
EBIT (Utilidad Operativo)		397,797	515,855	831,906	1,346,670	2,100,513
Impuesto a la renta (-)		-117,350	-152,177	-245,412	-397,268	-619,651
Depreciación (+)		6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
Amortizaciones (+)		7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Liquidación del I.G.V. (-)		-151,125	-216,821	-309,179	-444,645	-634,439
FCO (Flujo de Caja Operativo)		142,559	161,651	295,167	524,167	863,239

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.5. Flujo de Capital Proyectado.

Este análisis muestra el flujo del capital desde el año 0 (ver Tabla 190).



Tabla 191.

Flujo de Capital.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión Activo Fijo Depreciable (-)	-36,462		-15,576	-15,576	-15,576	-15,576
Inversión Activo Intangible (-)	-35,109					
Inversión Gastos Pre-Operativos (-)	-35,796					
Inversión Inventarios Iniciales (-)	-5,153					
Recuperación Garantía de Alquiler (+)						7,080
Inversión Capital de trabajo (-)	-109,348	-30,618	-56,537	-78,219	-109,054	383,777
Valor de Rescate (+)						16,539
Flujo de Capital	221,868	30,618	72,113	93,795	124,630	391,820

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.6. Flujo de Caja Económico Proyectado.

El FCE del proyecto, al tener flujos positivos podemos cubrir los gastos financieros del endeudamiento (ver Tabla 191), en este flujo podemos concluir que son flujos de valores positivos.

Tabla 192.

Flujo Económico.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (+)		1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
COSTO DE VENTAS (-)		-581,288	-743,811	-1,044,510	-1,364,700	-1,814,617
UTILIDAD BRUTA (S/.)		1,210,607	1,549,832	2,175,615	3,137,207	4,474,376
Gastos administrativos (-)		-177,264	-189,264	-201,264	-238,710	-252,510
Gastos de ventas (-)		-612,384	-804,212	-1,106,683	-1,508,761	-2,074,720
Depreciación (-)		-6,215	-7,773	-10,830	-12,388	-9,795
Amortizaciones (-)		-7,022	-7,022	-7,022	-7,022	-7,022
Otros gastos (-)		-9,926	-25,706	-17,910	-23,656	-29,817
EBIT (Utilidad Operativo)		397,797	515,855	831,906	1,346,670	2,100,513
Impuesto a la renta (-)		-117,350	-152,177	-245,412	-397,268	-619,651
Depreciación (+)		6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
Amortizaciones (+)		7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Liquidación del I.G.V. (-)		-151,125	-216,821	-309,179	-444,645	-634,439
FCO (Flujo de Caja Operativo)		142,559	161,651	295,167	524,167	863,239
Inversión Activo Fijo Depreciable (-)	36,462	-	15,576	15,576	15,576	-15,576



Inversión Activo Intangible (-)	35,109	-	-	-	-	-
Inversión Gastos Pre-Operativos (-)	35,796	-	-	-	-	-
Inversión Inventarios Iniciales (-)	5,153	-	-	-	-	-
Recuperación Garantía de Alquiler	-	-	-	-	-	7,080
Inversión Capital de trabajo (-)	109,348	30,618	56,537	78,219	-109,054	383,777
Valor de Rescate (+)	-	-	-	-	-	16,539
Flujo de Capital	-221,868	-30,618	-72,113	-93,795	-124,630	391,820
Flujo de Caja Económico (FCE)	221,868	111,941	89,538	201,372	399,536	1,255,059

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.7. Flujo de Servicio de la Deuda.

El FSD consta del financiamiento, cuota fija y el escudo fiscal del préstamo, en la siguiente tabla (ver Tabla 192) mostramos estos valores.

Tabla 193.

Flujo del préstamo.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Préstamo (+)	121,868					
Cuota (-)		-47,664	-47,664	-47,664	-47,664	-47,664
Escudo Fiscal (+)		10,449	9,185	7,479	5,175	2,065
Flujo del Servicio de Deuda	121,868	37,215	38,479	40,185	42,489	45,599

Nota: Elaboración propia – 2018.

8.8. Flujo de Caja Financiero.

El FCF es la evaluación de todos los flujos hasta el servicio de la deuda (ver Tabla 193).



Tabla 194.

Flujo Financiero.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (+)		1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
COSTO DE VENTAS (-)		-581,288	-743,811	-1,044,510	-1,364,700	-1,814,617
UTILIDAD BRUTA (S./.)		1,210,607	1,549,832	2,175,615	3,137,207	4,474,376
Gastos administrativos (-)		-177,264	-189,264	-201,264	-238,710	-252,510
Gastos de ventas (-)		-612,384	-804,212	-1,106,683	-1,508,761	-2,074,720
Depreciación (-)		-6,215	-7,773	-10,830	-12,388	-9,795
Amortizaciones (-)		-7,022	-7,022	-7,022	-7,022	-7,022
Otros gastos (-)		-9,926	-25,706	-17,910	-23,656	-29,817
EBIT (Utilidad Operativo)		397,797	515,855	831,906	1,346,670	2,100,513
Impuesto a la renta (-)		-117,350	-152,177	-245,412	-397,268	-619,651
Depreciación (+)		6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
Amortizaciones (+)		7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Liquidación del I.G.V. (-)		-151,125	-216,821	-309,179	-444,645	-634,439
FCO (Flujo de Caja Operativo)		142,559	161,651	295,167	524,167	863,239
Inversión Activo Fijo Depreciable (-)	36,462	-	-14,160	14,160	-14,160	14,160
Inversión Activo Intangible (-)	35,109	-	-	-	-	-
Inversión Gastos Pre-Operativos (-)	35,796	-	-	35,796	-	-
Inversión Inventarios Iniciales (-)	5,153	-	-	-	-	-
Recuperación Garantía de Alquiler Nave 1	-	-	-	-	-	7,080
Recuperación Garantía de Alquiler Nave 2	-	-	-	-	-	7,080
Inversión Capital de trabajo (-)	109,348	30,618	-56,537	78,219	-109,054	383,777
Valor de Rescate (+)	-	-	-	-	-	16,539
Flujo de Capital	-221,868	-30,618	-70,697	-128,175	-123,214	400,316
Flujo de Caja Económico (FCE)	-221,868	111,941	90,954	166,991	400,952	1,263,555
Préstamo (+)	121,868					
Cuota (-)		-47,664	-47,664	-47,664	-47,664	-47,664
Escudo Fiscal (+)		10,449	9,185	7,479	5,175	2,065
Flujo de Servicio de la deuda	121,868	-37,215	-38,479	-40,185	-42,489	-45,599



Flujo de Caja Económico (FCF)	-	74,726	52,475	126,806	358,463	1,217,956
	100,000					

Nota: Elaboración propia – 2018.



CAPÍTULO IX

EVALUACION ECONOMICO FINANCIERA

9.1. Cálculo de la Tasa de Descuento.

9.1.1. Costo de Oportunidad (Ke).

Con CAPM, hallaremos la tasa de rentabilidad de nuestro negocio, consideraremos las tasas de libre riesgo de EMBIG a 10 años y el riesgo de mercados de J.P. Morgan.

Mostramos el Costo de oportunidad (ver Tabla 194).

Tabla 195.

COK.

COSTO DE OPORTUNIDAD COK (MODELO CAPM)		Fuente
Rendimiento del mercado USA	8.64%	Damodaran S&P (1928-2016)
Tasa libre de riesgo USA (T-Bonds)	5.03%	Damodaran 10 year T. Bond (1928-2016)
Beta des apalancada	0.61	Sector Food Processing
%D	55%	
%CAA	45%	
Riesgo país	1.41%	Embi+ JP Morgan a Abril '18
Impuesto a la renta 2,018	29.5%	SUNAT 2018
Beta Apalancado	1.13	BI = Bu x (1 + D/CAA x (1-T))
COK Perú (moneda extranjera)	10.53%	COK = Rf + B x (Rm - Rf) + Rp
Devaluación del tipo de cambio en el Perú	3.51%	Abril 2017 - Abril 2018
COK (moneda nacional)	14.41%	COK mn = (1 + COK me) x (1 + Dev) -1

Nota: Elaboración propia – 2018.

Con la siguiente fórmula:



$$r_f + \beta_{proy} \times (r_m - r_f) + RP$$

Calculamos el Costo de Oportunidad del Inversionista (ver tabla 195).

Tabla 196.

COK propio.

Costo de oportunidad del capital (COK propio) - Perú		Fuente
Rendimiento del mercado Perú	20.92%	Rendimiento promedio del IGBVL (2010 - 2014)
Tasa libre de riesgo Perú (Bonos soberanos a 5 años = 1800 días)	5.24%	Curva cupón cero de Bonos Soberanos
Beta des apalancada países emergentes	0.91	Sector Food Processing Guillermo Buenaventura/ Damodaran
%D	55%	
%CAA	45%	
Impuesto a la renta	29.5%	SUNAT 2018
Beta Apalancado	1.69	BI = Bu x (1 + D/CAA x (1-T))
COK propio	31.77%	COK = Rf + B x (Rm - Rf)

Nota: Elaboración propia – 2018.

9.1.2. Costo de la Deuda (Kd).

Tabla 197.

Costo de la deuda (Kd).

TASAS	%
TEA pond.	35.00%
Kd:	24.68%

Nota: Elaboración propia – 2018.

9.1.3. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Mostramos el WACC con la siguiente fórmula (ver Tabla 197).

Tabla 198.

Costo Promedio Ponderado de Capital.

TASAS	%
CoK Propio	31.77%



Kd	24.68%
%CAA	45%
%D	55%
WACC:	27.87%

Nota: Elaboración propia – 2018.

9.2. Evaluación Económica Financiera.

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

a) VANE y VANF

Se muestran las variables de decisión del proyecto (ver Tabla 198).

Tabla 199.

Indicadores 1

DECISION	CONCLUSION
VANE>0	Se acepta el proyecto
VANF>0	Se acepta el proyecto

Nota: Elaboración propia – 2018.

El VANE es calculado mediante la tasa promedio de capital de S/. 520,718.

El VANF calculado mediante la tasa costo de oportunidad del inversionista (K_e), VANF de S/. 467,870.

b) TIRE y TIRF

En la siguiente tabla (ver Tabla 199), se muestran las variables de decisión del proyecto.



Tabla 200.

Indicadores 2.

DECISION	CONCLUSION
TIRE>WACC	Se acepta el proyecto
TIRF>Ke	Conviene invertir en el proyecto

Nota: Elaboración propia – 2018.

El TIRE es calculado con el Flujo de Caja Económico 81%.

El TIRF es calculado con el Flujo de Caja Financiero 117%.

c) Periodo de Recuperación Descontado

Calculamos el periodo de recuperación mediante el payback (ver Tabla 200).

Tabla 201.

Recuperación de inversión.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo de Caja Financiero Descontado (FCF)	-100,000	56,710	30,223	55,425	118,906	306,605
FCF ACUMULADO	-100,000	-43,290	-13,067	42,358	161,264	467,870
PERIODO DE RECUPERO (AÑOS)		2.236				

Nota: Elaboración propia – 2018.

d) Análisis Beneficio Costo

Calculamos el B/C de nuestro proyecto en 5.68, considerando que si es mayor a uno es factible (ver tabla 201).

Tabla 202.

Cálculo B/C.

	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo de Caja Financiero Descontado (FCF)	-100,000	56,710	30,223	55,425	118,906	306,605
FCF ACUMULADO	-100,000	-43,290	-13,067	42,358	161,264	467,870



Relación B/C

Financiero: 5.68

Nota: Elaboración propia – 2018.

9.2.2. Análisis del Punto de Equilibrio.

a) Costos Variables y Costos Fijos

Calculamos el C. V. unitario (ver Tabla 202).

Tabla 203.

C.V. por unidad.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (Soles)	1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
VENTAS (Unidades)	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931
Valor venta promedio (Soles)	5.90	5.90	5.90	5.90	5.90
COSTO VARIABLE TOTAL	513,918	669,709	917,647	1,227,020	1,661,665
COSTO VARIABLE UNITARIO S/.	1.69	1.72	1.68	1.61	1.56

Nota: Elaboración propia – 2018.

Se ven los costos fijos, (ver Tabla 203).

Tabla 204.

C. F. total.

	COSTO FIJO				
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	67,370	74,102	126,863	137,680	152,952
Gastos administrativos (S/.)	177,264	189,264	201,264	238,710	252,510
Gastos de ventas (S/.)	612,384	804,212	1,106,683	1,508,761	2,074,720
Depreciación (S/.)	6,215	7,773	10,830	12,388	9,795
Amortización (S/.)	7,022	7,022	7,022	7,022	7,022
Otros Gastos (S/.)	9,926	25,706	17,910	23,656	29,817
COSTO FIJO TOTAL (S/.)	880,180	1,108,078	1,470,573	1,928,216	2,526,815
COSTO FIJO UNITARIO (S/.)	2.89	2.85	2.69	2.53	2.37

Nota: Elaboración propia – 2018.



e) Estimación del Punto de Equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio (P.E.Q)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales (C.F)}}{\text{Margen de Contribución Unitario (M.C.U)}}$$

$$\text{M.C.U} = \text{Precio de Venta Unitario (P.V)} - \text{Costo Variable Unitario (C.V.U)}$$

$$\text{P.E.Q} = \frac{\text{C.F}}{\text{P.V} - \text{C.V.U}}$$

Es hallado en la siguiente tabla (ver tabla 204), en esta no hay ganancias y pérdidas.

Tabla 205.

Punto de equilibrio.

ALIMENTOS NUTRITIVOS S.A.C.	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS (Soles)	1,791,895	2,293,643	3,220,126	4,501,907	6,288,993
VENTAS (Unidades)	303,711	388,753	545,784	763,035	1,065,931
Valor venta promedio (Soles)	5.90	5.90	5.90	5.90	5.90
COSTO VARIABLE TOTAL	513,918	669,709	917,647	1,227,020	1,661,665
COSTO VARIABLE UNITARIO S/.	1.69	1.72	1.68	1.61	1.56
COSTO FIJO TOTAL	880,180	1,108,078	1,470,573	1,928,216	2,526,815
Punto de Equilibrio (Unidades)	209,175	265,263	348,587	449,266	582,066
Punto de Equilibrio (S/.)	1,234,130	1,565,049	2,056,666	2,650,672	3,434,190

Nota: Elaboración propia – 2018.

9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo.

a) Variables de Entrada

Vamos a considerar las siguientes variables:

- Precio de venta de MI LONCHERITA
- Demanda de MI LONCHERITA
- Costo en Insumos



b) Variables de Salida

VARIABLES DE SALIDA:

- VANE
- VANF
- TIRE
- TIRF

c) Análisis Unidimensional

En las siguientes tablas (ver Tabla 205, Tabla 206 y Tabla 207), mostramos los análisis de todos los indicadores.

Tabla 206.

Análisis Unidimensional 1.

VARIABLE PRECIO DE VENTA

Cambio Porcentual	Precio de Venta	VANE	VANF	TIRE	TIRF
10%	6.49	700,718	661,761	107%	149%
5%	6.20	610,718	571,761	94%	136%
0%	5.90	520,718	467,870	81%	117%
-5%	5.61	430,718	391,761	68%	110%
-10%	5.31	340,718	301,761	55%	97%
-20%	4.72	49,035	-6,477	17%	23%

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 207.

Análisis Unidimensional 2

VARIABLE DEMANDA DEL PROYECTO

Cambio Porcentual	Demanda del Proyecto	VANE	VANF	TIRE	TIRF
10%	334,082	680,718	641,761	101%	143%
5%	318,897	600,718	561,761	91%	133%
0%	303,711	520,718	467,870	81%	117%



-5%	288,525	440,718	401,761	71%	113%
-10%	273,340	360,718	321,761	61%	103%
-25%	227,783	2,563	-2,212	16%	22%

Nota: Elaboración propia – 2018.

Tabla 208.

Análisis Unidimensional 3.

VARIABLE COSTO MATERIA PRIMA					
Cambio Porcentual	Costo Materia Prima	VANE	VANF	TIRE	TIRF
110%	816,375	-257	895	17%	24%
10%	427,625	510,718	471,761	79%	120%
5%	408,188	515,718	476,761	80%	121%
0%	388,750	520,718	467,870	81%	117%
-5%	369,313	525,718	486,761	82%	123%
-10%	349,875	550,782	506,126	83%	124%

Nota: Elaboración propia – 2018.

d) Análisis Multidimensional

Se verifica el análisis multidimensional con todas las variables (ver Tabla 208).

Tabla 209.

Multidimensional.

VARIABLES	ESCENARIOS		
	OPTIMISTA (+5%)	BASE	PESIMISTA (-5%)
Precio de Venta	6.20	5.90	5.61
Demanda del Proyecto	318,897	303,711	288,525
Costo de Materia Prima	369,312.58	388,750.08	408,187.58
WACC	27.87%	27.87%	27.87%
VANE	1,041,436	520,718	416,574
TIRE	161%	81%	64%
Ke	31.77%	31.77%	31.77%
VANF	935,739	467,870	374,296
TIRF	233%	117%	93%

Nota: Elaboración propia – 2018.



Conclusiones:

1. Incremento de 5% de todas las variables muestran indicadores de rentabilidad superiores.
2. Reducción de 5% de todas las variables, nuestros indicadores de rentabilidad aún son viables.

e) Perfil de Riesgo del Proyecto

El perfil de Riesgo es bajo debido a las premisas halladas en el análisis multivariable, la variable principal y de mayor criticidad es el precio de venta, por lo que es una variable crítica que tiene que ir ligada con la propuesta de valor, tanto a nivel de desarrollo y cumplimiento del servicio como el cumplimiento a nivel competitivo del producto.

La demanda del proyecto es una variable que no debe ser descuidada atendiendo los requerimientos de nuestro mercado objetivo y usuarios finales.



CONCLUSIONES

- Hay muchos emprendimientos dedicados a la comercialización de alientos, nuestro estudio de mercado, brinda una solución para los niños que están en edad escolar y pre escolar, con una lonchera nutritiva que pretende cumplir con todos los reglamentos del Ministerio de Salud, sino el ahorro de tiempo y los costos de oportunidad de nuestros compradores para invertirlo en otras actividades.
- Nuestro estudio de mercado mostró que las zonas más apropiadas son las zonas del norte de Lima por la concentración tanto de alumnos de nuestra segmentación sino que concentran mayor cantidad en número de los NSE B y C, por lo que iniciar en estos distritos posicionará nuestra lonchera nutritiva MI LONCHERITA dentro del mercado de Lima Metropolitana.
- Nuestro estudio técnico demostró la viabilidad y la factibilidad en la elaboración de nuestras loncheras con todos sus componentes, a pesar del tiempo de vida de nuestros insumos, siempre conservando los requerimientos de sanidad aplicando el sistema HACCP para todos nuestros procesos.
- EL proyecto de ALIMENTOS NUTRITIVOS SAC necesita una inversión de S/. 221,868, los cuales 55% será financiado por un inversionista y el resto por aportes idénticos de los socios,
- El proyecto fue evaluado económica y financieramente obteniendo indicadores de rentabilidad VANE S/. 520,718, VANF S/. 467,870, TIRE 81% y TIRF 117%, mostrando no solo la factibilidad del negocio sino rentabilidad del mismo basados en su propuesta de valor.



RECOMENDACIONES

- Es recomendable tener siempre información acerca de todas las estacionalidad de nuestros insumos, para poder actualizar la carta semanalmente con el fin de tener información de primera mano con los clientes, generando los vínculos de un excelente servicio.
- Es recomendable mantener las normas de elaboración de productos para consumo humano según las regulaciones del MINSA basadas en herramientas como el sistema HACCAP, esto no solo nos hará cumplir con los reglamentos sino que si es tomado de manera de gestión de nuestros procesos, a futuro se generará una mejor calidad de nuestras loncheras nutritivas .
- Es recomendable cumplir con los presupuestos de promoción señalados año a año, con el objetivo de cubrir los colegios de centros poblados identificados, a través de nuestros canales de comunicación (web page, Facebook page, ventas directas), nuestras campañas escolares serán un pilar para que MI LONCHERITA se posicione rápidamente en el mercado efectivo.
- Es recomendable crear alianzas estratégicas con los colegios para fortalecer y formalizar la entrega en los colegios, siempre abriendo la oportunidad de apoyarlos ante cualquier evento con precios especiales en caso requieran para alguna actividad dentro de sus instalaciones.



ANEXOS

ANEXO 1: BASE DE DATOS COLEGIOS – UGEL 04 – COMAS

Nivel Educativo	Forma	Institución Educativa	ugel	Dirección	Centro Poblado	Alumnos
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	FE Y ALEGRIA 08	UGEL 04 COMAS	JIRON JUAN MONTOYA S/N AÑO NUEVO	AÑO NUEVO	2100
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	2049	UGEL 04 COMAS	AVENIDA SAN FELIPE CDRA 2 S/N SAN FELIPE	COLLIQUE ALTO	1943
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	FE Y ALEGRIA 13	UGEL 04 COMAS	AVENIDA REVOLUCION V ZONA S/N COLLIQUE ALTO	COLLIQUE ALTO	1614
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	2060	UGEL 04 COMAS	JIRON MICAELA BASTIDAS IV ZONA S/N COLLIQUE ALTO	COLLIQUE ALTO	1605
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	3059 REPUBLICA DE ISRAEL	UGEL 04 COMAS	TUPAC AMARU	AÑO NUEVO	1531
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	2086 PERU HOLANDA	UGEL 04 COMAS	JIRON TUPAC AMARU 200 COLLIQUE	COLLIQUE ALTO	1520
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	3055 TUPAC AMARU	UGEL 04 COMAS	AVENIDA JOSE PARDO 100 LA PASCANA	LA PASCANA	1508
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	3064	UGEL 04 COMAS	JIRON JUNIN S/N SEÑOR DE LOS MILAGROS	SEÑOR DE LOS MILAGROS	1464
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	2085 SAN AGUSTIN	UGEL 04 COMAS	JIRON PUMACAHUA CDRA 3 S/N SAN AGUSTIN	SEÑOR DE LOS MILAGROS	1456
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	2059 SUECIA	UGEL 04 COMAS	AVENIDA MIGUEL GRAU CDRA 3 S/N AÑO NUEVO	AÑO NUEVO	1430
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	3060 ALFONSO UGARTE VERNAL	UGEL 04 COMAS	JIRON LEON PINELO S/N HUAQUILLAY	HUAQUILLAY	1414
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	FE Y ALEGRIA 11	UGEL 04 COMAS	JIRON BERNARDO ALCEDO 400 COLLIQUE	COLLIQUE ALTO	1391



ANEXO 2: BASE DE DATOS COLEGIOS – UGEL 05 – SAN JUAN DE LURIGANCHO

Nivel Educativo	Forma	Institución Educativa	ugel	Dirección	Centro Poblado	Alumnos
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	145 INDEPENDENCIA AMERICANA	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA LOS NARDOS SECTOR 8 GRUPO 18 HUASCAR	CANTO GRANDE	2,276
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0140 SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA REPUBLICA DE POLONIA S/N LOS PINOS	ZARATE	2,242
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0152 JOSE CARLOS MARIATEGUI	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA AMPLIACION OESTES S/N JOSE CARLOS MARIATEGUI	CAMPOY	2,213
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0086 JOSE MARIA ARGUEDAS	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA LAS HORTENCIAS 200 CANTO GRANDE	CANTO GRANDE	2,200
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	FRANCISCO BOLOGNESI CERVANTES	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA FRANCISCO BOLOGNESI S/N HUASCAR	CANTO GRANDE	2,160
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	ANTONIA MORENO DE CACERES	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA CENTRALMZ N6 LOTE 1 MARISCAL CACERES	CRUZ DE MOTUPE	2,149
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0142 MARTIR DANIEL ALCIDES CARRION	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA REPUBLICA DE POLONIA S/N PROYECTOS ESPECIALES	CAMPOY	2,137
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0146 SU SANTIDAD JUAN PABLO II	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON PARALELO S/N SU SANTIDAD JUAN PABLO II	ZARATE	2,134
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0171-01 JUAN VELASCO ALVARADO	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON DEL PARQUE S/N JOSE CARLOS MARIATEGUI	CANTO GRANDE	2,133
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	1182 EL BOSQUE	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON LOS CIRUELOS 898 CANTO REY	CANTO REY	2,128
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0163 CORONEL NESTOR ESCUDERO OTERO	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA PROLONGACION WIESSE S/N MONTENEGRO	CANTO REY	2,107
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0151 MICHAELA BASTIDAS	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	CALLE 60MZ J CRUZ DE MOTUPE	CRUZ DE MOTUPE	2,089
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0113 DANIEL ALOMIAS ROBLES	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON LAS CAROLINAS MZ L1 LOTE 1 LAS FLORES DE LIMA	CANTO REY	2,027
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	0166	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	AVENIDA CIRCUNVALACION MZ D MARISCAL CACERES	CRUZ DE MOTUPE	2,012
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	1174 VIRGEN DEL CARMEN	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON LOS AMAUTAS 248 ZARATE	ZARATE	2,001
INICIAL - PRIMARIA	ESC.	FE Y ALEGRIA 04	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	PASAJE RAUL PORRAS BARRENECHEA S/N CHACARILLA DE OTERO	ZARATE	1,964
PRIMARIA	ESC.	1172 CIRO ALEGRIA	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	JIRON HUILLCA QUIRO 441 ZARATE	ZARATE	1,947
PRIMARIA	ESC.	0158 SANTA MARIA	UGEL 05 SAN JUAN DE LURIGANCHO	CALLE D S/N SANTA MARIA	CANTO REY	1,928



ANEXO 3: CRONOGRAMA DE PAGOS – INVERSIONISTA

Mes	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	121,868	3,086	3,972	910	120,982
2	120,982	3,064	3,972	904	120,074
3	120,074	3,041	3,972	897	119,143
4	119,143	3,017	3,972	890	118,188
5	118,188	2,993	3,972	883	117,209
6	117,209	2,968	3,972	876	116,205
7	116,205	2,943	3,972	868	115,176
8	115,176	2,917	3,972	860	114,120
9	114,120	2,890	3,972	853	113,038
10	113,038	2,863	3,972	844	111,929
11	111,929	2,835	3,972	836	110,792
12	110,792	2,806	3,972	828	109,625
13	109,625	2,776	3,972	819	108,429
14	108,429	2,746	3,972	810	107,203
15	107,203	2,715	3,972	801	105,946
16	105,946	2,683	3,972	791	104,657
17	104,657	2,650	3,972	782	103,335
18	103,335	2,617	3,972	772	101,980
19	101,980	2,583	3,972	762	100,591
20	100,591	2,547	3,972	751	99,166
21	99,166	2,511	3,972	741	97,705
22	97,705	2,474	3,972	730	96,208
23	96,208	2,436	3,972	719	94,672
24	94,672	2,397	3,972	707	93,098
25	93,098	2,358	3,972	695	91,483
26	91,483	2,317	3,972	683	89,828
27	89,828	2,275	3,972	671	88,131
28	88,131	2,232	3,972	658	86,391
29	86,391	2,188	3,972	645	84,606
30	84,606	2,143	3,972	632	82,777
31	82,777	2,096	3,972	618	80,901
32	80,901	2,049	3,972	604	78,978
33	78,978	2,000	3,972	590	77,006
34	77,006	1,950	3,972	575	74,984
35	74,984	1,899	3,972	560	72,911
36	72,911	1,846	3,972	545	70,785
37	70,785	1,793	3,972	529	68,606
38	68,606	1,737	3,972	513	66,371
39	66,371	1,681	3,972	496	64,080
40	64,080	1,623	3,972	479	61,731



41	61,731	1,563	3,972	461	59,322
42	59,322	1,502	3,972	443	56,852
43	56,852	1,440	3,972	425	54,320
44	54,320	1,376	3,972	406	51,724
45	51,724	1,310	3,972	386	49,062
46	49,062	1,242	3,972	367	46,332
47	46,332	1,173	3,972	346	43,533
48	43,533	1,102	3,972	325	40,664
49	40,664	1,030	3,972	304	37,722
50	37,722	955	3,972	282	34,705
51	34,705	879	3,972	259	31,612
52	31,612	801	3,972	236	28,440
53	28,440	720	3,972	212	25,189
54	25,189	638	3,972	188	21,854
55	21,854	553	3,972	163	18,436
56	18,436	467	3,972	138	14,931
57	14,931	378	3,972	112	11,337
58	11,337	287	3,972	85	7,652
59	7,652	194	3,972	57	3,874
60	3,874	98	3,972	29	(0)
Totales		114,475	214,488	33,770	



ANEXO 4: FICHA TECNICA REFRESCO – MI LONCHERITA

FICHA TECNICA REFRESCO - MI LONCHERITA

1. NOMBRE DEL PRODUCTO

Refresco MI LONCHERITA

2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO - CONSUMO

Corresponde al jugo preparado en base a concentrado de diferentes frutos.

Exclusivamente para consumo humano.

Se puede consumir directamente sin necesidad de someterlo a proceso de cocción esterilización u otro proceso.

Consumo inmediato.

3. COMPOSICION

REFRESCO	INGREDIENTES	VALOR NUTRICIONAL	DEFINICION
Carambola	Media carambola	230-260 kcalorías	1 cucharada: 28 gramos 1 cucharadita: 4 gramos
	Una cucharadita de azucar rubia		
Cebada	Dos cucharadas de cebada	210-240 kcalorías	
	Una cucharadita de azucar rubia		
	Un limón		
Limonada	Un limón	220-250 kcalorías	
	Una cucharadita de azucar rubia		
Manzana	Una manzana para agua	210-240 kcalorías	
	Una cucharadita de azucar rubia		
	Canela, clavo de olor		
Membrillo	Medio membrillo mediano	230-260 kcalorías	
	Una cucharadita de azucar rubia		
	Canela, clavo de olor		
Piña	Un trozo de piña pequeño	220-250 kcalorías	
	Una cucharadita de azucar rubia		
	Canela, clavo de olor		

4. INFORMACION NUTRICIONAL

Energía	(kcal)	210 - 250 kcalorías
Proteínas	(g)	0.05 - 0.08
Grasa total	(g)	0.003 - 0.005
Hidratos de Carbono	(g)	0.10 - 0.15
Azucares Totales	(g)	0.10 - 0.15
Sodio	(mg)	4.1 - 4.2

5. PRESENTACION

MATERIAL	COLOR	ESPESOR
Botella de polietileno	Incoloro	0.05 mm

6. DURACION

2 días, en condiciones normales de almacenamiento.

6. ESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	METODO	PARAMETROS
Apariencia	Organoléptico	Característico del producto
Color	Organoléptico	Característico de la fruta
Olor	Organoléptico	Característico de la fruta
Sabor	Organoléptico	Agradable y característico de la fruta



ANEXO 5: FICHA TECNICA SANDWICH – MI LONCHERITA

FICHA TECNICA SANDWICH - MI LONCHERITA

1. NOMBRE DEL PRODUCTO

Sandwich - MI LONCHERITA

2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO - CONSUMO

Corresponde al sandwich preparado en base a diferentes ingredientes nutritivos.

Exclusivamente para consumo humano.

Se puede consumir directamente sin necesidad de someterlo a proceso de cocción esterilización u otro proceso.

Consumo inmediato.

3. COMPOSICION

PORCION	INGREDIENTES	VALOR NUTRICIONAL	DEFINICION
Pan con pollo y verduras	Dos rebanadas de pan integral	Energía 214 kcal. Proteína 5.8 gr. Hierro 1.2 mg.	1 cucharada: 28 gramos
	Tres cucharas de pollo desmenuzado		
	Un trozo de zanahoria pequeño		
	Dos rodajas de tomata		
	Una hoja de lechuga		
	Sal yodada		
Choclo rebozado con huevo	Medio choclo desgranado	Energía 214 kcal. Proteína 5.8 gr. Hierro 1.2 mg.	
	Un huevo cocido		
	Una cucharadita de aceite vegetal		
	Sal yodada		
Pan con sangrecita al jugo	Dos rebanadas de pan integral	Energía 217 kcal. Proteína 6.2 gr. Hierro 6.7 mg.	
	Dos cucharas de sangre de pollo sancochada		
	Una cucharadita de aceite vegetal		
	Una cabeza de cebolla pequeña		
Pan con huevo sancochado	Sal yodada	Energía 226 kcal. Proteína 6.6 gr. Hierro 2.6 mg.	
	Media papa amarilla mediana		
	Cuatro huevos de codorniz sancochados		
Pan de torreja de atún	Sal yodada	Energía 235 kcal. Proteína 8.3 gr. Hierro 1.0 mg.	1 cucharadita: 4 gramos
	Dos rebanadas de pan integral		
	Una cucharada de atún		
	Una cucharada de harina		
	Una cucharadita de aceite vegetal		
	Una hoja de lechuga		
Dos rodajas de tomate			
Choclo con queso	Sal yodada	Energía 159 kcal. Proteína 6.1 gr. Hierro 0.8 mg.	
	Un cuarto de choclo desgranado		
	Una tajada de queso fresco		
Pan con palta y huevo	Sal yodada	Energía 244 kcal. Proteína 7.5 gr. Hierro 1.7 mg.	
	Dos rebanadas de pan integral		
	Un huevo sancochado		
	Una hoja de lechuga		
Pan con queso y espinaca	Sal yodada	Energía 230 kcal. Proteína 6.7 gr. Hierro 1.6 mg.	
	Dos rebanadas de pan integral		
	Una tajada de queso fresco		
Pan con atún	Dos hojas de espinaca	Energía 215 kcal. Proteína 9.2 gr. Hierro 1.0 mg.	
	Dos rebanadas de pan integral		
	Dos cucharadas de atún		
	Cebolla en aros		
	Medio limón		



4. INFORMACION NUTRICIONAL

Energía	(kcal)	159 - 235 kcalorías
Proteínas	(g)	5.8 - 9.2
Grasa total	(g)	0.02 - 0.05
Hidratos de Carbono	(g)	0.10 - 0.15
Azúcares Totales	(g)	0.05 - 0.08
Sodio	(mg)	4.1 - 4.2

5. PRESENTACION

MATERIAL	COLOR	ESPESOR
Envase contenedor polietileno	Incoloro	0.05 mm

6. DURACION

2 días, en condiciones normales de almacenamiento.

6. ESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	METODO	PARAMETROS
Apariencia	Organoléptico	Característico del pan integral
Color	Organoléptico	Característico del producto
Olor	Organoléptico	Característico del producto
Sabor	Organoléptico	Agradable y característico del producto



ANEXO 6: FICHA TECNICA FRUTA – MI LONCHERITA

FICHA TECNICA FRUTA - MI LONCHERITA

1. NOMBRE DEL PRODUCTO

Fruta - MI LONCHERITA

2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO - CONSUMO

Exclusivamente para consumo humano.

Se puede consumir directamente sin necesidad de someterlo a proceso de cocción esterilización u otro proceso.

Consumo inmediato.

3. COMPOSICION

FRUTA	CONTENIDO	VALOR NUTRICIONAL
Mandarina	25 gramos	Energía 12 kcal.
Manzana	30 gramos	Energía 16 kcal.
Granadilla	20 gramos	Energía 15 kcal.
Naranja	30 gramos	Energía 13 kcal.
Tuna	25 gramos	Energía 15 kcal.
Durazno	25 gramos	Energía 13 kcal.
Pasas	20 gramos	Energía 60 kcal.
Maníes	20 gramos	Energía 58 kcal.

4. INFORMACION NUTRICIONAL

Energía	(kcal)	12 - 60 kcalorías
Proteínas	(g)	0.8 - 0.9
Grasa total	(g)	0.02 - 0.03
Hidratos de Carbono	(g)	0.10 - 0.15
Azucars Totales	(g)	0.05 - 0.08
Sodio	(mg)	4.1 - 4.2

5. PRESENTACION

MATERIAL	COLOR	ESPESOR
Envase contenedor polietileno	Incoloro	0.05 mm

6. DURACION

2 días, en condiciones normales de almacenamiento.

6. ESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	METODO	PARAMETROS
Apariencia	Organoléptico	Característico de la fruta
Color	Organoléptico	Característico de la fruta
Olor	Organoléptico	Característico de la fruta
Sabor	Organoléptico	Agradable y característico de la fruta



BIBLIOGRAFIA

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. (Sexta Edición). México D.F.: Pearson Prentice Hall.

Miranda, J. (1996). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación*. Bogotá: MM Editores.

Muther, R. (1976). *Distribución en planta*. Barcelona: Hispano Europea.

Lovelock, C. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia* (Sexta Edición). México D.F.: Pearson Educación.

Sapag, N. (1985). *Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill.