UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

SALSAS PERUANAS NATURALES "DOÑA SALSA"

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Empresas

SILVIA JEANNETTE BERROCAL ESPEJO –
Administración de Empresas

VICTOR BORIS MINAYA SERNA –
Administración de Empresas

ANNIE JENNIFER TRONCOS HUAMÁN –
Marketing y Gestión Comercial

JULIO CESAR TORRES VILLAR –
Administración de Empresas

Asesora:
Cristina Chichizola Fajardo

Lima- Perú
2017

DECLARACIÓN JURADA

Mediante el presente documento, todos los integrantes del grupo declaramos que la idea de negocio y desarrollo del proyecto que presentamos en este documento es de nuestra total autoría, es decir, para su elaboración no se ha copiado parcial o totalmente, extraído y/o modificado partes de otro proyecto del curso Integrador en la modalidad presencial y/o del curso Proyecto Integrador en la modalidad virtual, de otros bloques de la profesora *Cristina Chichizola Fajardo*, de otros profesores, ni de ciclos anteriores, ni de otros grupos del mismo ciclo. Asimismo, las referencias a la bibliografía utilizada se indican en el documento y en el capítulo Bibliografía.

Grupo Nº 4 : SALSAS ENVASADAS "DOÑA SALSA"

Integrantes :

Código de alumno	**Apellidos y nombres**	**Firma**
CÓD. 1430459	BERROCAL ESPEJO, SILVIA JEANNETTE	_____
CÓD. 1220335	MINAYA SERNA, VICTOR BORIS	_____
CÓD. 1230392	TRONCOS HUAMÁN, ANNIE JENNIFER	_____
CÓD. 1430118	TORRES VILLAR, JULIO CESAR	_____

La Molina, 06 de Noviembre del 2017

CONTENIDO

Resumen ejecutivo 16
Capítulo I: Información general 18
1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación 18
1.2 Actividad económica 18
1.3 Definición del negocio 20
1.4 Descripción del producto 22
1.5 Oportunidad de negocio 26
1.6 Estrategia genérica de la empresa 27
Capítulo II: Análisis del entorno 28
2.1 Análisis del Macro entorno de Doña Salsa 28
2.1.1 Análisis del País 28
2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie y cantidad de habitantes 28
2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. PEA 29
2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones. 29
2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país 30
2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto. 32
2.1.2 Análisis del Sector. 33
2.1.2.1 Mercado internacional. 33
2.1.2.2 Mercado del consumidor. 36
2.1.2.3 Mercado de proveedores. 36
2.1.2.4 Mercado competidor. 38
2.1.2.5 Mercado distribuidor. 39
2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto. 40
2.2. Análisis del Micro entorno 41
2.2.1. Competidores actuales 41
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes. 47
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores 47
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos. 50
2.2.5. Competidores potenciales 52
Capítulo III: Planeamiento estratégico 53

3.1 Visión y Misión de la empresa 53
3.2 Análisis FODA 53
Capítulo IV: Estudio de mercado 60
4.1 Investigación de mercado 60
4.1.1 Criterios de segmentación. 61
4.1.2 Marco muestral..... **¡Error! Marcador no definido.**
4.1.3 Entrevistas a profundidad. 69
4.1.4 Focus Group. 77
4.1.5 Encuestas. 83
4.2 Demanda y oferta..... **¡Error! Marcador no definido.**
4.2.1 Estimación del mercado potencial. 90
4.2.2 Estimación del mercado disponible 91
4.2.3 Estimación del mercado efectivo. 92
4.2.4 Estimación del mercado objetivo..... 92
4.2.5 Frecuencia de compra 93
4.2.6 Cuantificación anual de la demanda 94
4.2.7 Estacionalidad. 95
4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado. 97
4.3 Mezcla de marketing 102
4.3.1 Producto. 102
4.3.2 Precio. 111
4.3.3 Plaza 116
4.3.4 Promoción. 122
4.3.4.1 Campaña de lanzamiento..... 123
4.3.4.2 Promoción para todos los años. 130
Capítulo V: Estudio legal y organizacional 134
5.1 Estudio legal 134
5.1.1 Forma societaria. 134
5.1.2 Registro de marcas y patentes. 135
5.1.3 Licencias y autorizaciones. 138
5.1.4 Legislación laboral. 142
5.1.5 Legislación tributaria 143

5.1.6 Otros aspectos legales 144
5.1.7 Resumen del capítulo. 145
5.2 Estudio organizacional 146
5.2.1 Organigrama funcional. 146
5.2.2 Servicios tercerizados. 147
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo. 148
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados. 161
5.2.5 Aspectos laborales 162
Capítulo VI: Estudio técnico 171
6.1 Tamaño de nuestro proyecto 171
6.1.1 Capacidad instalada del proyecto 171
6.1.2 Capacidad utilizada del proyecto 173
6.1.3 Capacidad máxima del proyecto 175
6.2 Procesos de producción 176
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción. 176
6.2.2 Programa de producción. 184
6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos. 188
6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos. 195
6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa. 198
6.3 Tecnología para el proceso 199
6.3.1 Maquinarias. 199
6.3.2 Equipos. 201
6.3.3 Mobiliario. 205
6.3.4 Útiles de oficina. 209
6.3.5 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos 210
6.3.6 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso. 212
6.3.7 Programa de compras posteriores de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas. 215
6.4 Localización 217
6.4.1 Macro localización. 217
6.4.2 Micro localización. 219
6.4.3 Gastos de adecuación. 223

6.4.4 Gastos de servicios.....224
6.4.5 Plano del centro de operaciones.....229
6.4.6 Descripción del centro de operaciones. 233
6.5 Responsabilidad social 236
6.5.1 Responsabilidad con el medio ambiente.....236
6.5.2 Responsabilidad con los trabajadores:.....237
6.5.3 Responsabilidad con la comunidad: 238
Capítulo VII: Estudio económico y financiero.....239
7.1 Inversiones 239
7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable 239
7.1.2 Inversión e.....240
7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos. 241
7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales. 242
7.1.5 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado). 245
7.1.6 Liquidación del IGV. 247
7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.....249
7.2 Financiamiento 250
7.2.1 Estructura de financiamiento.....250
7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.....252
7.2.4 Financiamiento del activo fijo.....253
7.3 Ingresos anuales 255
7.3.1 Ingresos por ventas.....255
7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.....256
7.3.3 Valor de desecho neto de nuestros Activos Fijos.....257
7.4 Costos y gastos anuales del proyecto 260
7.4.1 Egresos desembolsables del proyecto 260
7.4.2 Egresos no desembolsables del proyecto 268
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados.....273
8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja. 273
8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros. 274
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....275
8.4 Flujo de Caja Operativo. 276

8.5 Flujo de capital 276
8.6 Flujo de caja económico 277
8.7 Flujo del Servicio de la deuda 277
8.8 Flujo de Caja Financiero. 277
Capítulo IX: Evaluación económico financiera 278
9.1 Cálculo de la tasa de descuento 278
9.1.1 Costo de oportunidad. 278
9.1.1.1 CAPM 278
9.1.1.2 COK propio. 279
9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC). 280
9.2 Evaluación económica financiera 280
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad. 280
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio 283
9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo 285
9.3.1 Variables de entrada 285
9.3.2 Variables de salida 286
9.3.3 Análisis unidimensional. 286
9.3.4 Análisis multidimensional. 287
9.3.5 Variables criticas del proyecto. 288
9.3.6 Perfil de riesgo. 288
CONCLUSIONES 289
RECOMENDACIONES 290
BIBLIOGRAFÍA 292
ANEXOS 297

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Análisis del macro entorno 299
Anexo 2: Análisis del micro entorno 302
Anexo 3: Pautas focus group… 306
Anexo 4: Focus Group 1 313
Anexo 5: Focus Group 2 314
Anexo 6: cuestionario 315

Anexo 7: Formulrio de solicitud de inspección técnica de seguridad en edificaciones .. 320
Anexo 8: Formulario para la solicitud de licencia de funcionamiento.....321
Anexo 9: Cotización de Licuadora industrial..... 322
Anexo 10: Cotización de lavador con banda por aspersión 323
Anexo 11: Cotización de Marmita con agitador 324
Anexo 12: Cotización mobiliario 325

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Detalle del código CIIU 19
Tabla 2 -Modelo Canvas 21
Tabla 3 - Recetas Doña Salsa 22
Tabla 4 - Composición de salsas 25
Tabla 5 - Principales proyecciones para el 2017 - 2018 31
Tabla 6 - Empresas exportadoras de salsas 33
Tabla 7 - Principales países que exportan salsas 34
Tabla 8 - Evolución de exportaciones de salsas 35
Tabla 9 - Objetivos de la empresa 59
Tabla 10 - Segmentación de mercados por zonas 61
Tabla 11- Segmentación según NSE de Lima Metropolitana 62
Tabla 12 - Segmentación según NSE - Lima 65
Tabla 13 - Distribución de zonas APEIM por niveles – Lima Metropolitana 66
Tabla 14 - Cálculo del tamaño de la muestra 67
Tabla 15 - Marco muestral 68
Tabla 16 - Ficha técnica del estudio cualitativo – Focus Group 1 77
Tabla 17 - Conclusiones Focus Group 1 79
Tabla 18 - Ficha técnica del estudio cualitativo. Focus Group 2 80
Tabla 19 - Conclusiones Focus 2 82
Tabla 20 - Cantidad de encuestados según género 83
Tabla 21 - Total encuestados según género y zona 84
Tabla 22 - Distribución de encuesta dos según edades 84
Tabla 23 - Criterios de segmentación 90
Tabla 24 -Mercado potencial por distrito proyectado 91
Tabla 25 - Mercado disponible por distrito 91
Tabla 26 - Mercado efectivo general de personas por distrito 92
Tabla 27 - Mercado objetivos por distritos 93
Tabla 28 - Frecuencia de compra del perfil del cliente 94
Tabla 29 - Cálculo para determinar la demanda anual de salsas 94
Tabla 30 – Demanda por zonas 95
Tabla 31 – Estacionalidad año 1 95
Tabla 32 - Estacionalidad año 2 y 3 96
Tabla 33 – Estacionalidad de la demanda anual 96
Tabla 34 – Programa de ventas año 1 97
Tabla 35 – Programa de ventas año 2 98
Tabla 36 – Programa de ventas año 3 99
Tabla 37 – Precio de venta al canal 100
Tabla 38 - Valorización de la demanda 100
Tabla 39 - Sabores de salsa que más prefieren 100

Tabla 40 - Proporción de las salsas que más prefieren 101
Tabla 41 - Estimación del precio 101
Tabla 42 - Proporción de lugares de compra 101
Tabla 43- Cuadro comparativo de la competencia. 113
Tabla 44 - Costos por insumos Salsa Cajamarquez 114
Tabla 45 - Costos por insumo salsa Campechana 115
Tabla 46 - Costos por insumo Salsa Fungie 115
Tabla 47 - Costo por insumo Salcina 116
Tabla 48 - Costos de producción por cada sabor de salsa 116
Tabla 49 - Canales de venta 117
Tabla 50 - Clasificación de supermercados según mercado objetivo 117
Tabla 51 - Tiendas Metro de acuerdo a nuestra mercado objetivo 118
Tabla 52 - Tiendas Plaza Vea de acuerdo a nuestro mercado objetivo 119
Tabla 53 - Tiendas Tottus de acuerdo a nuestro mercado objetivo 120
Tabla 54 - Tiendas Vivanda de acuerdo a nuestro mercado objetivo 120
Tabla 55 - Tiendas Wong de acuerdo a nuestro mercado objetivo 121
Tabla 56 - Resumen de tiendas según ubicación del mercado objetivo 121
Tabla 57 - Actividades de lanzamiento 124
Tabla 58 - Diagrama de Gant- Actividades de Pre-Lanzamiento 125
Tabla 59 - Campaña de Lanzamiento a través de cadenas de Supermercado 126
Tabla 60- Promociones para el año 1 130
Tabla 61 - Promociones para el Año 2 130
Tabla 62 - Promociones para el Año 3 132
Tabla 63 - Presupuesto de Promoción 133
Tabla 64 - Gastos pre operativos de marketing 133
Tabla 65 - Aporte de capital social 134
Tabla 66- Forma Societaria 135
Tabla 67 - Valorización de registro de marca 137
Tabla 68 - Requisitos para obtener el Registro Sanitario 140
Tabla 69 - Valorización de Licencias y autorizaciones 141
Tabla 70 - Actividades y valorización de la legislación Laboral 142
Tabla 71 - Actividades y valorización de la legislación Tributaria 143
Tabla 72 - Otros aspectos legales 144
Tabla 73 - Resumen y cuadro valorizado 145
Tabla 74 - Descripción de puesto - Gerente General 148
Tabla 75 - Descripción de puesto - Asistente Administrativo 150
Tabla 76 - Descripción de puesto - Jefe de Ventas 152
Tabla 77 - Descripción de puesto - Ejecutivo de ventas 154
Tabla 78 - Descripción de puesto- Jefe de Producción y operaciones 155
Tabla 79 - Descripción de puesto - Asistente de Logística y operaciones 157

Tabla 80 - Descripción de puesto Operarios de Planta 159
Tabla 81 - Descripción de servicio tercerizado y otros 161
Tabla 82 - Tipo de contratación 162
Tabla 83 – Planilla área administrativa 164
Tabla 84 - Planilla área comercial 164
Tabla 85 - Planilla producción (MOI) 166
Tabla 86 - Planilla producción MOD 167
Tabla 87 - Planilla producción MOD 168
Tabla 88 - Proporción de planilla de acuerdo a las ventas 168
Tabla 89 - Gastos por servicios tercerizados y personal por honorarios 169
Tabla 90 - Horario laboral - Personal en planilla 170
Tabla 91 - Horario de trabajo- Servicios Tercerizados 170
Tabla 92 - Feriados anuales 171
Tabla 93 - Detalle de jornadas laborales 172
Tabla 94 - Tiempo estimado de descanso del colaborador 173
Tabla 95 - Detalle de capacidad instalada 174
Tabla 96 - Detalle de producción total 174
Tabla 97 - Cálculo de capacidad máxima 175
Tabla 98 - Diagrama de flujo de producción Salsa Campechana 178
Tabla 99 - Diagrama de flujo de producción Salcina 180
Tabla 100 - Diagrama de flujo de producción Salsa Cajamarquez 182
Tabla 101 - Producción proyectada Salsa Cajamarquez 184
Tabla 102 - Producción proyectada Salcina 185
Tabla 103 - Producción proyectada Salsa Campechana 186
Tabla 104 - Producción proyectada Salsa Fungies 187
Tabla 105 - Detalle de producción por el horizonte del proyecto 188
Tabla 106 - Detalle de insumos Salsa Cajamarquez 188
Tabla 107 - Demanda de insumos de Salsa Cajamarquez 189
Tabla 108 - Detalle de insumos Salcina 190
Tabla 109 - Detalle de insumos Salsa Campechana 190
Tabla 110 - Detalle de insumos Salsa Fungies 191
Tabla 111 - Detalle de insumos Salsa Cajamarquez 191
Tabla 112 - Demanda de insumos Salcina 192
Tabla 113 - Demanda insumos Salsa Campechana 192
Tabla 114 - Demanda de insumos Salsa Campechana 193
Tabla 115 - Detalle de insumos Salsa Cajamarquez 193
Tabla 116 - Resumen necesidad de materias primas y materiales 194
Tabla 117 - Cuadro equivalente de costos de insumos 195
Tabla 118 - Frecuencia de compras 196
Tabla 119 - Mano de obra necesaria 198

Tabla 120 - Detalle de maquinarias 199
Tabla 121 - Detalle de equipos 201
Tabla 122 - Detalle equipos de administración y ventas 203
Tabla 123 - Detalle de mobiliario por áreas 205
Tabla 124 - Detalle útiles de oficina 209
Tabla 125 - Programa de mantenimiento de máquinas y equipos 210
Tabla 126 - Programa de mantenimiento de máquinas y equipos 212
Tabla 127 - Programación de reposición de utensilios 213
Tabla 128 - Programación de reposición de útiles de oficina 214
Tabla 129 - Programa de compras por incremento de ventas por áreas 215
Tabla 130- Método de factores de ponderados - Macro localización 219
Tabla 131- Método de factores de ponderados - Micro localización 221
Tabla 132- Detalle de gastos de adecuación de local 223
Tabla 133 - Consumo promedio de KWH mensual 225
Tabla 134 - Detalle de cargos por consumo de energía eléctrica 225
Tabla 135 - Tarifario de costos por servicio de agua potable y alcantarillado 226
Tabla 136 - Simulación de consumo por servicio de agua potable y alcantarillado 227
Tabla 137 - Gastos de responsabilidad social 238
Tabla 138- Inversión en Activos Fijos Depreciables 239
Tabla 139 - Inversión en activos intangibles 240
Tabla 140 - Inversión en gastos pre operativos 241
Tabla 141 - Inventario inicial de materias primas Salsa Cajamarqueza 242
Tabla 142 - Inventario inicial de material primas Salcina 243
Tabla 143 - Inventario inicial de materias primas Salsa Campechana 243
Tabla 144 - Inventario inicial de materias primas Salsa Fungies 244
Tabla 145 - Resumen de inventarios por tipos de salsa 244
Tabla 146 - Inversión en capital de trabajo 245
Tabla 147 - Liquidación de IGV 247
Tabla 148 - Estructura de inversiones 249
Tabla 149 - Estructura de financiamiento 250
Tabla 150 - Aporte de socios inversionistas 250
Tabla 151 - Comparativo tasas de interés 251
Tabla 152 - Cronograma de pagos Mi Banco 252
Tabla 153 - Resumen de las cuotas pagadas 253
Tabla 154 - Financiamiento de Activo Fijo 253
Tabla 155 - Resumen por año de las cuotas pagadas AF 254
Tabla 156 - Ingresos anuales 255
Tabla 157 - Resumen de ingresos anuales 256
Tabla 158 - Recuperación de CTN 256
Tabla 159 - Valor de Desecho Neto del activo fijo 257

Tabla 160 - Presupuesto de materias primas e insumos. 260
Tabla 161 - Presupuesto de materiales 261
Tabla 162 - Presupuesto de Mano de Obra Directa 262
Tabla 163 - Presupuesto de costos indirectos 263
Tabla 164 -Presupuesto de gastos de administración 265
Tabla 165 - Presupuesto de gastos de ventas 266
Tabla 166 – Depreciación 268
Tabla 167 - Amortización de Intangibles 269
Tabla 168 - Resumen amortización 270
Tabla 169 - Gastos pre operativos amortizables 270
Tabla 170 - Costo de producción unitario y costo total unitario 271
Tabla 171 - Margen del proyecto 271
Tabla 172 - Costos fijos y variables 272
Tabla 173 - Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos Financieros 274
Tabla 174 - Estados de GG y PP con gastos financieros y escudo fiscal 275
Tabla 175 - Flujo de Caja Operativo 276
Tabla 176 - Flujo de Capital 276
Tabla 177 - Flujo de Caja Económico 277
Tabla 178 - Flujo del servicio de la deuda 277
Tabla 179 - Flujo de Caja Financiero 277
Tabla 180 - Modelo CAPM 278
Tabla 181 - COK Propio 279
Tabla 182 - Costo de la deuda 279
Tabla 183 - Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) 280
Tabla 184 - Flujo económico. y financiero y WACC 280
Tabla 185 - VANE y VANF 281
Tabla 186- TIRE y TIRF 281
Tabla 187 - Período de recuperación descontado. 282
Tabla 188 – Costos fijos y costos variables 283
Tabla 189 - EGP costeo directo 284
Tabla 190 - Punto de equilibrio en unidades 284
Tabla 191 - Punto de equilibrio en nuevos soles 285
Tabla 192 - Costeo directo punto de equilibrio 285
Tabla 193 - Variables de salida 286
Tabla 194 - Análisis unidimensional variable demanda 286
Tabla 195 - Análisis unidimensial variable precio 286
Tabla 196 - Análisis unidimensional variable materias primas 287
Tabla 197 - Análisis de escenarios 287

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frasco Hermético Doña Salsa presentación 200 ml (presentación para dos personas) .23
Figura 2. Frasco Hermético Doña Salsa presentación 400 ml (presentación familiar) 23
Figura 3. Regiones más pobladas del Perú. 28
Figura 4. Proyecciones de la Balanza Comercial 2017 – 2021 30
Figura 5. Evolución de exportaciones de salsas. 35
Ilustración 6. Perú en cifras 36
Figura 7. Los intermediarios. 39
Figura 8. Principales canales de distribución. 40
Figura 9. Presentación Salsa Don Ítalo 4 Quesos. 41
Figura 10. Presentación Molitalia Salsa lista con carne 43
Figura 11. Tomates Boloñeses. 44
Figura 12. Salsa de tomares con champiñones. 44
Figura 13. Presentación de enlatados San Fernando 50
Figura 14. Presentación de enlatados de Quinua Lunch. 51
Figura15. Presentación de enlatados La Campera escabeche de trucha 51
Figura16. Distribución de la población de Limita Metropolitana 2017. 64
Figura 17. Distribución de habitantes Lima APEIM 65
Figura 18. Entrevista a Nutricionista Brenda Hurtado Porras. 69
Figura 19. Entrevista a Ingeniero Luis Olivera 71
Figura 20. Entrevista a Chef Marcos Castillo. 74
Figura 21. Focus Group 1 78
Figura 22. Focus Group 2. 81
Figura 23. Total encuestados por género. 83
Figura24. Distribución de encuestados según distritos de residencia y edades. 85
Figura 25. Lugares de preferencia para comprar salsas envasadas. 86
Figura 26. Medios de comunicación preferidos para recibir información sobre salsas envasadas 86
Figura27. Aceptación de consumo de salsas envasadas. 87
Figura 28. Tamaño de presentación preferido 88
Figura 29. Precio que aceptarían por una presentación de 200 gr 88
Figura 30. Precio que aceptarían por una presentación de 400 gr 89
Figura 31. Preferencias de nombres de producto. 103
Figura 32. Percepción del nombre de la salsa selvática 104
Figura 33. Percepción del nombre de la salsa costera 104
Figura34. Percepción del nombre de la salsa alcachofa y tocino. 105
Figura35. Percepción del nombre salsa fungies. 105
Figura 36. Propuesta de logo inicial 106
Figura 37. Propuestas de nuevos diseños de logos. 107

Figura38. Logo diseño final 107
Figura 39. Modelo de envase 108
Figura 40. Bosquejo de etiqueta. 109
Figura 41. Valores nutricionales Salcina 110
Figura 42. Valores nutricionales Salsa Campechana 110
Figura 43. Valores nutricionales Salsa Cajarmaquez 110
Figura 44. Valores nutricionales Salsa Fungie. 110
Figura 45. Matriz Ansoff 111
Figura 46. Disposición de pago. 114
Figura47. Página oficial de Facebook de Doña Salsa 126
Figura48 - Página oficial en Twitter de Doña Salsa 127
Figura 49 - Cuenta en Instagram de Doña Salsa. 128
Figura 50 - Organigrama funcional 146
Figura 51 – Diagrama de flujo de Producción Salsa Fungie 176
Figura 52. Macro localización – Distrito de Santa Anita 217
Figura 53. Macro localización - Distrito de San Luis. 218
Figura 54. Macro localización - Distrito de Ate Vitarte. 218
Figura55. Micro localización - Local en Av. Evitamiento, distrito de Santa Anita 219
Figura56. Micro localización - Local Calle 6, Los productores, distrito de Santa Anita 220
Figura 57.Micro localización - Local Calle 23, distrito de Santa Anita 220
Figura 58. Fotografía 1 – Ambientes del local 222
Figura 59.Fotografía 2 – Ambientes del local. 222
Figura 60. Fotografía 4 - Ambientes del local. 222
Figura 61.Fotografía 3 – Ambientes del local. 222
Figura 62. Fotografía 5 – Ambientes del local. 222
Figura 63. Plano del primer nivel. 229
Figura64. Plano del segundo nivel. 230
Figura65. Plano del tercer nivel. 231
Figura66. Plano del cuarto nivel. 232
Figura 67 - Estructura de inversiones. 249
Figura68. Estructura financiamiento. 251

Resumen ejecutivo

En la investigación inicial, pudimos detectar que gran parte de la población que está dentro de nuestro mercado objetivo se encuentra en búsqueda de nuevos productos y servicios con respecto a las salsas. Nuestro segmento tiene un estilo de vida en el que se preocupa por una buena alimentación y bienestar, además de cuidar mucho su aspecto personal. Motivo por el cual buscan consumir productos de calidad, naturales y deliciosos. Sin embargo detectamos que muchos de los sabores que se encuentran en el mercado son muy repetitivos y/o tradicionales, muchos de los productos cuentan con preservantes lo cual también los hacen desagradables.

Doña Salsa es nuestro producto y consiste en la elaboración de salsas envasadas naturales preparadas con ingredientes nativos y regionales del Perú. Las cuales son prácticas y están listas para servir como acompañamiento en nuestras comidas, y tranquilamente reemplazan a un guiso tradicional o convencional, debido a que contienen proteínas, vegetales y carbohidratos.
Nuestra fuente de ingresos será la venta de las salsas a través del canal de distribución, que en este caso son los supermercados ubicados estratégicamente en las zonas donde se encuentra nuestro segmento.

La inversión a realizar será de S/ 394,190.00 soles, de lo cual el 57% será cubierto a través de capital social y el 43% a través de financiamiento bancario.

En un horizonte de tiempo de 3 años, estimamos que el punto de equilibrio para el primer año será de 116,205 unidades de salsas por un monto S/ 836,678.00 soles; así como 102,661 unidades para el segundo año y 104,276 unidades para el tercer año.

Nuestras salsas serán distribuidas a través de los supermercados ubicados en las zonas de nuestro segmento y estará acompañado de una fuerte campaña de sampling, así como una poderosa campaña de difusión a través de las redes sociales y medios digitales.

Capítulo I: Información general

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

Novo Fusión S.A.C. es una empresa orientada a la fabricación de productos alimenticios prácticos e innovadores, enfocados a consumidores de exigente paladar y amantes de la gastronomía peruana, dispuestos a adquirir nuevas alternativas de alimentos nutritivos, deliciosos y rápidos.

Nuestro horizonte de evaluación es de tres años, donde pretendemos ingresar al mercado local e impactar con nuestro producto bandera.

1.2 Actividad económica

El giro del negocio se encuentra en la industria manufacturera, dentro de la actividad de elaboración de productos alimenticios, siendo el código CIIU 1079- Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.

Asimismo, se detalla el CIIU que corresponde a la Actividad económica del negocio:

Tabla 1 - *Detalle del código CIIU*

CIIU	Descripción	Incluye	No incluye
1079	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p	-Descafeinado y tostado de café. -Elaboración de vinagre. -Elaboración de miel artificial y caramelo. -Elaboración de alimentos preparados perecederos, como: sándwiches y bocadillos; pizza fresca (sin hornear). - Se incluyen también las siguientes actividades: elaboración de infusiones de hierbas (menta, verbena, manzanilla, etc.); elaboración de levadura; elaboración de extractos y jugos de carne, pescado, crustáceos o moluscos; elaboración de sucedáneos no lácteos de leche y de queso; elaboración de productos de huevo, ovoalbúmina; elaboración de sal de mesa, por ejemplo, sal yodada; y elaboración de concentrados artificiales. -Elaboración de sopas y caldos. -Elaboración de alimentos para usos especiales: leche maternizada; leche y otros alimentos de transición; alimentos infantiles; y alimentos que contienen ingredientes homogeneizados. -Elaboración de especias, salsas y condimentos: mayonesa; harina y sémola de mostaza; y mostaza preparada, etc. -Mezcla de té y mate. Elaboración de extractos y preparados a base de té o mate. -Producción de productos de café: café molido; café soluble; y extractos y concentrados de café. Elaboración de sucedáneos de café.	-Cultivo de especias; véase la clase 0128; elaboración de inulina; véase la clase 1062. - Elaboración de alimentos preparados perecederos de frutas, legumbres y hortalizas (ensaladas, hortalizas peladas, cuajada de soja, etc.); véase la clase 1030. -Elaboración de pizza congelada; véase la clase 1075. - Elaboración de aguardientes, cerveza, vino y bebidas no alcohólicas; véase la división 11. - Preparación de productos botánicos para usos farmacéuticos; véase la clase 2100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Informática

Elaboración propia

1.3 Definición del negocio

Este negocio fue diseñado para cubrir las necesidades de un mercado desatendido, que brinda una opción innovadora y práctica, para llevar a miles de hogares alimentos sustanciosos preparados en base de ingredientes naturales de origen peruano.

No sólo pretende deleitar a los consumidores locales, sino también, a un largo plazo, poder ingresar al mercado internacional y alcanzar cubrir las altas expectativas de los clientes del exterior.

Tabla 2 -*Modelo Canvas*

CANVAS: MODELO DE NEGOCIOS

DOÑA SALSA

Socios Clave

Inversionistas
Proveedores de los principales insumos.
Distribuidores
Medios de comunicación digital

Actividades Clave

Logística
Producción
Almacenamiento
Contactarnos con los intermediarios para las negociaciones.
Negociaciones con socios e inversionistas.
Promoción del producto a través de anuncios en: Internet (redes sociales), ferias gastronómicas.

Recursos Clave

Recursos financieros: Inversionistas, proveedores, distribuidores, maquinarias y planta de producción.
Recursos humanos: Personal.
Recursos intelectuales: Registro de la marca, comunicación.

Propuesta de Valor

Elaboradas con insumos nativos de cada región.
Excelente sabor.
Practicidad.
Permite a las personas pasar menos tiempo con en la cocina y disfrutar tiempo con familia.
Alta Calidad.
Ingredientes altamente saludables.

Relación con Clientes

A través de los canales
Servicio post venta
Línea de atención al consumidor
Comunidades en las redes sociales.
Canal y blog para comunicación e interacción.

Canales

Distribuiremos el producto de manera indirecta a través de intermediarios.
Retailing: Supermercados.

Publicidad en diversos medios digitales (facebook, Twitter, Instagram y YouTube) para mantener una fluida comunicación con nuestros clientes.

Segmento de Clientes

Mujeres.
Hombres.
Emprendedores.
Progresistas.
Modernas.
25 a 55 años.
Profesionales.
Estudiantes.
Buscan comer sano.
Ritmo de vida acelerada.
Gustan disfrutar en familia.
Gustan de alimentos saludables y agradables.

Estructura de Costos

Costos fijos: Pago de Planilla, Alquiler de planta, Seguros, Servicios privados (telefonía, internet, energía eléctrica, agua potable), servicios tercerizados, personal y apoyos en general, recompras de materiales y/o útiles, mantenimiento de maquinarias y equipos.

G. Administrativos: Trámites de permisos y licencias, patentes. Registro de control sanitario. Capacitación, desarrollo y Responsabilidad Social.

Costos Variables: Materia prima e insumos, comisiones por venta, empaque, fletes.

G. Ventas: Publicidad, diseño web, marketing digital, community manager, eventos y campañas, merchandising.

Mantenimiento de relaciones con proveedores. Economías de escala.

Fuente de Ingresos

Ingresos por ventas de nuestros productos

Posible financiamiento para la reducción del riesgo asociados a los flujos que generará el proyecto

Elaboración propia

1.4 Descripción del producto

Ofrecemos salsas en base a productos típicos de cada región del Perú.

Su principal función es reducir el tiempo de preparación de los alimentos obteniendo un producto de alta calidad y de agradable sabor.

Nuestras variedades de salsas se identifican con los auténticos sabores de nuestra gastronomía:

Tabla 3 - *Recetas Doña Salsa*

Salsa Cajamarquez:	**Salsa Salcina:**
100 Gr de piernas de pollo	1 Unidad de cúrcuma
Atados de espinaca	2 Unidades de chorizo selvático
1 Taza de crema de leche	50 Gr de cecina
1/2 unidad. De queso crema	2 Unid. sacha tomate
1 Cucharada de harina	2 Unid. cebolla
2 Cucharadas de mantequilla	1 Yuca
Sal	1 Taza crema de leche
Aceite	½ Taza de cushuro
Salsa Fungies:	**Salsa Campechana:**
50 Gr. de Hongos shitake	6 unidades de Alcachofa
50 Gr. de Hongos porcini	40 Gr de Tocino
50 Gr. de Hongos de marayhuaca	2 tazas de Crema de leche
2 tazas de Crema de leche	20 Gr. de Queso paria
Mantequilla	2 Cebollas
Vino	Mantequilla
Harina	Sal
Sal	Pimienta

Elaboración propia.

La preparación se logrará con la mezcla de insumos que serán cuidadosamente seleccionados. A diferencia de las salsas listas para mezclar, con sabores tradicionales, buscamos crear una nueva experiencia inolvidable en el paladar de cada uno de nuestros clientes, logrando la satisfacción y fidelización hacia nuestros productos.

- Variedades: La cuatro combinaciones que presentamos son de sabores autóctonos y caseros.

Figura 1. Frasco Hermético Doña Salsa presentación 200 ml (presentación para dos personas)

Asimismo, en un futuro se tiene planeado, como parte de nuestra expansión, el lanzamiento de una presentación familiar de un contenido de 400 Gr.

Figura 2. Frasco Hermético Doña Salsa presentación 400 ml (presentación familiar)

Datos adicionales: Valores nutricionales de nuestros principales ingredientes:

- **Cúrcuma**: Considerado por sus poderosas propiedades anti-inflamatorias, anti-carcinógenas y antioxidantes, la cúrcuma se ha convertido en los últimos años en mucho más que un ingrediente de curry.
- **Sacha - tomate**: también conocido como tomate de árbol o falso tomate, este fruto tiene un gran contenido de vitamina A, B6, C y E, así también tiene grandes cantidades de hierro y potasio, ambas vitaminas altamente requeridas por el organismo humano.
- **Cushuro**: conocido como "alga milagrosa" esta alga tiene como hábitat las lagunas andinas situadas a más de 3,000 msnm.
- Las vitaminas principales que se obtiene de esta alga es el calcio, que ayuda al fortalecimiento de huesos, previniendo la osteoporosis, y a la coagulación de la sangre.
- **Alcachofa:** si bien esta verdura es de origen mediterráneo, en el país se producen aproximadamente 116.4 mil toneladas métricas anuales, los cuales, en gran porcentaje, están destinadas a la exportación. Entre sus principales componentes vitamínicos se encuentra el magnesio, potasio, sodio, hierro, vitamina A y vitamina B, estos últimos se encargan de convertir el azúcar que se encuentra en la sangre, en energía.
- **Hongos de marayhuaca:** estos hongos se encuentran en la zona de incahuasi, en la sierra de la región de Lambayeque, donde los habitantes recolectan dichos hongos. Entre sus propiedades nutritivas podemos encontrar una gran cantidad de proteínas, carbohidratos y antioxidantes.

A continuación, podemos observar la ficha técnica de nuestras principales salsas de 200Gr. (para 2 personas):

Tabla 4 - *Composición de salsas*

Salsa Salcina	Salsa Cajamarquez	Salsa Campechana	Salsa Fungies
Chorizo Selvático (25gr) - Proteína: 5.29 - Kcal: 89 - Grasa total: 7.32 **Sachatomate(25Gr)** - Proteína: 0.427 - Kcal: 36.5 - Grasa total: 0.1.5 **Cecina(75gr)** - Proteína: 29.3 - Kcal: 189 - Grasa total: 7.1 **Yuca(75gr)** - Proteína: 0.8 - Kcal: 111 - Grasa total: 0.2 **TOTAL:** Proteína total: 35.82 Kcal total: 425.5 Grasa total: 14.77	**Espinaca (20 gr)** - Proteína: 0.5 - Kcal: 4.2 - Grasa total: 0 **Piernas de pollo (40gr)** - Proteína: 8.2 - Kcal: 45.2 - Grasa total: 1.4 **Crema de leche (20ml)** - Proteína: 85 - Kcal: 26 -Grasa total: 9 **Queso crema (10 GR)** - Proteína: 5.40 - Kcal: 290 - Grasa total: 20.40 **TOTAL:** Proteína: 93.7 Kcal: 75.4 Grasa total: 10.4	**Alcachofa (60gr)** - Proteína: 1.4 - Kcal: 26.4 - Grasa total: 0.1 **Tocino (20gr)** - Proteína: 0.8 - Kcal: 131 - Grasa total: 14.2 **Crema de leche (20ml)** - Proteína: 85 - Kcal: 26 - Grasa total: 9 **Queso Paria (10GR)** - Proteína: 7 - Kcal: 30 - Grasa total: 1 **TOTAL:** Proteína: 94.2 Kcal: 213.4 Grasa total: 24.3	**Hongo de Marayhuaca (50 Gr)** -Proteína: 2,6 -Kcal: 24 -Grasa total: 0.9 **Hongos shitake (50Gr)** - Proteína: 1.25 - Kcal: 20 - Grasa total: 0.2 **Hongos porcini (50Gr)** - Proteína: 1.1 - Kcal: 11 - Grasa total: 0.8 **Crema de leche (20 Ml):** - proteína: 85 - kcal: 26 - grasa total: 9 **TOTAL:** Proteína: 115 Kcal: 81 Grasa total: 10.9

Elaboración propia

1.5 Oportunidad de negocio

Según la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega), en los últimos diez años, el nivel de consumismo de productos orgánicos se elevado considerablemente a un 70%. Debido a ello, el lanzamiento de nuestros productos resultaría atractivo para el mercado.

Nuestros productos están dirigidos a los consumidores que buscan un estilo de vida más saludable y a su vez, buscan nuevos sabores. Es por ello, utilizamos ingredientes orgánicos, cultivados sin el uso de pesticidas químicos, así como realizamos el proceso de envasado sin ningún tipo de conservantes ni colorantes, de modo que se pueda distinguir el verdadero sabor de los ingredientes. Ello genera una oportunidad de negocio de un sector de consumidores que estarán a la búsqueda de nuevos sabores y experiencias culinarias.

Por otro lado, la empresa de investigación Euromonitor Internacional, en su informe sobre las tendencias de consumo para este año (2017), hace mención que: “llevar un vida saludable se está convirtiendo en un símbolo de estatus a medida que más consumidores presume su pasión por el bienestar”, cabe decir que se inclina más por las compras de alimentos saludables.

Por lo general, lo orgánico es un nicho de mercado ideal para emprender, porque no exige un gran volumen para ingresar al mercado, su precio es un 30% más alto que la salsa convencional y su consumo crece, lo orgánico tiene un precio superior y actualmente existen consumidores quienes están dispuestos a pagarlos.

Así también clasifica a los consumidores en importantes grupos, de los cuales resaltamos los siguientes:

- Los consumidores extraordinarios, son los que ejercen presión para mejorar la satisfacción de sus necesidades.
- Las compras más rápidas, que encasilla a aquellos consumidores impacientes.

De la misma manera esta tendencia, conlleva que las marcas sea n reales, respecto a la información exacta de sus productos.

1.6 Estrategia genérica de la empresa.

La empresa utiliza la estrategia de Diferenciación por los siguientes motivos:

- Sabores innovadores, debido a los insumos que son oriundos de cada región, los cuales son un deleite al paladar del consumidor.
- Productos elaborados manteniendo los más altos estándares de calidad.
- Personal altamente capacitado para la manipulación de los alimentos.
- Alto valor nutricional, no utiliza conservantes ni químicos y asegura la calidad sanitaria e inocuidad de sus productos en las diferentes etapas de cadena alimentaria: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización.
- La presentación de nuestro productos serán en envases de vidrio, a diferencia de la competencia que suelen utilizar envases de latas o plástico que son elaborados en base de polímeros, polietileno y/o poliestireno que provocan toxicidad en los insumos y son considerados como agentes carcinógenos.
- Transparencia en nuestros insumos, al brindar un etiquetado con tablas nutricionales, peso exacto, características de los productos utilizados y beneficios que brindan.

Con las características mencionadas se busca ofrecer un producto que cumpla con las expectativas del mercado y con lo cual logremos obtener una rentabilidad, aprovechando la iniciativa del país, que incentiva la creación de empresa para reducir la informalidad; y por nuestro lado, dando lugar a que se consuman productos nacionales.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1 Análisis del Macro entorno de Doña Salsa

2.1.1 Análisis del País

2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie y cantidad de habitantes.

El proyecto está enfocado para abastecer a la ciudad de Lima, así como llegar distintas Provincias del país, el cual tiene una superficie de 34, 8010.6 km2, y se encuentra conformado aproximadamente con 31, 826, 018 habitantes.

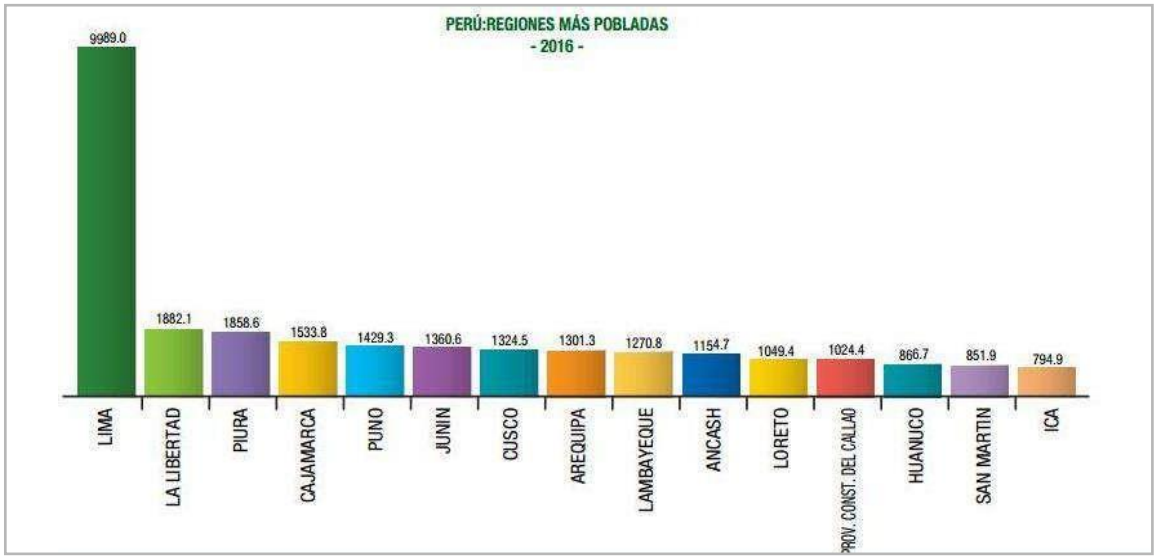


Figura 3. Regiones más pobladas del Perú.

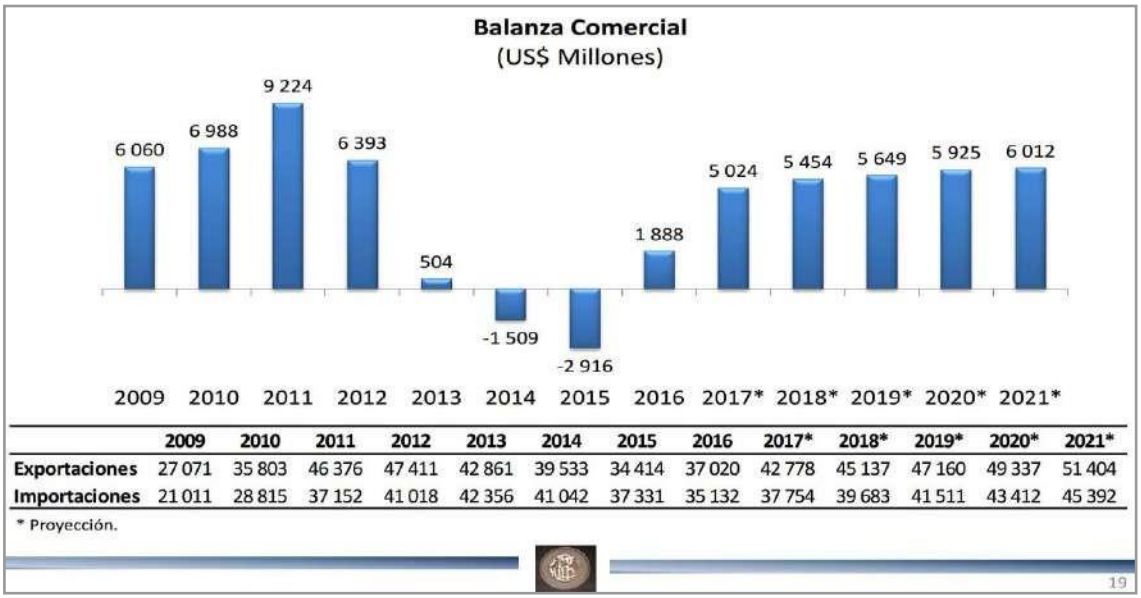
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Información

2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. PEA

En nuestro país, la tasa de crecimiento en cuanto a la población es de 1.32%, asimismo, el PBI per cápita es 17,852.69 soles por persona, y la población económicamente activa corresponde a 16,142.1 miles de personas. Estos indicadores son beneficiosos por determinar el incremento que ha surgido en nuestro país, a pesar de que no son números muy elevados, demuestra que vamos a contar con una proyección adecuada de clientes, lo que resulta favorable para el negocio, debido a que nos demuestra que nuestro mercado objetivo se irá incrementando, generando una oportunidad, de cubrir las necesidades de un mercado más amplio.

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

La Balanza comercial tuvo déficit en los años 2013, 2014 y 2015; en el año 2016 se revirtieron las cifras. En el primer trimestre del 2017, según El BCR, registró un superávit de 1,263 millones de dólares, lo cual resultó favorable para el sector.



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*	2019*	2020*	2021*
Exportaciones	27 071	35 803	46 376	47 411	42 861	39 533	34 414	37 020	42 778	45 137	47 160	49 337	51 404
Importaciones	21 011	28 815	37 152	41 018	42 356	41 042	37 331	35 132	37 754	39 683	41 511	43 412	45 392

* Proyección.

Figura 4. Proyecciones de la Balanza Comercial 2017 – 2021

Fuente: Banco Central de la Reserva del Perú- BCR

Sin embargo, nuestra producción se realizará en base a ingredientes de origen nacional, así como la distribución está destinada para los mercados de Lima; para lo cual, consideramos que los indicadores de la balanza comercial son indiferentes para nuestro negocio.

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

El PBI en nuestro país se encuentra en crecimiento desacelerado (2.2%), tras su caída originada por el Fenómeno del Niño Costero, la desestabilización del sector minero y la baja inversión privada. Sin embargo, esto no perjudica al proyecto, pues el Perú es uno de los países de Sudamérica que ha demostrado mayor crecimiento económico, esto es una oportunidad de negocio para la creación de nuevas empresas.

Tabla 5 - *Principales proyecciones para el 2017 - 2018*

Perú

Principales proyecciones para 2017 y 2018

Perú	2015	2016	2017	2018
Crecimiento del PBI (%)	3.3	3.9	2.2	3.2
Consumo privado (%)	3.4	3.4	2.6	2.9
Inversión privada (%)	-4.4	-6.1	-2.2	2.1
Inflación Lima Metropolitana (%)	3.6	3.2	2.3	2.0
Tipo de cambio S/US$ (fin de período)	3.41	3.36	3.30	3.35
Cuenta Corriente (% PBI)	-4.9	-2.8	-1.2	-1.8
Resultado económico del sector público (% PBI)	2.1	-2.6	-2.9	-3.7

Fuente: *BCRP, INEI.*

GESTIÓN.pe

Fuente: Diario Gestión

Por otro lado, la tasa de inflación a la fecha 2017 se encuentra en 2.85%. Mientras que la tasa de interés de referencia que mantiene el BCR es de 3.75%. El tipo de cambio se mantiene ligeramente estable en 3.25 (S/ por US$), por otro lado, el riesgo país es de 1.34 puntos porcentuales, bajando dos puntos respecto a la sesión anterior.

Estos últimos datos serían utilizados como referencia, para tener mayor conocimiento sobre las políticas monetarias actuales y evitar problemas por pérdidas de tipo de cambio que afectan la economía del país.

Para el negocio, es relevante conocer esos datos, ya que influiría en la alza de precios de nuestra materia prima, si es que atravesamos una época de inflación, pues los insumos de primera necesidad llegan a ser muy sensibles al precio ante esos cambios.

2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Asimismo, el gobierno desempeña una labor fundamental en la difusión y comercialización de productos nacionales. Por lo que consideramos relevante en el sector, la Ley de Industrias N° 23407 que incentiva la actividad agrícola de productos andinos, saludables; lo que favorece para la adquisición de productos.

De igual modo, promulgó la Ley N° 29196-Ley de la promoción de la producción orgánica o ecológica que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de la producción orgánica en el Perú.

Así también, emitió el Decreto Legislativo N°1290 que fortalece la inocuidad de los alimentos industrializados, busca optimizar los procesos administrativos y fortalecer el control y vigilancia sanitaria.

Para la empresa, estos aportes del gobierno son favorables porque incentivan al mayor consumo de alimentos saludables. De igual manera, la implementación de nuevas normas, establecer políticas de control y registros sanitarios, sirven como barrera de entrada de competidores informales.

2.1.2 Análisis del Sector.

2.1.2.1 Mercado internacional.

Según nuestra partida arancelaria 2103.90.90.00 “Demás preparaciones para salsas, y demás salsas preparadas” durante el año 2016 se exportó $13, 298,812 encontramos como principales empresas exportadoras:

Tabla 6 - *Empresas exportadoras de salsas*

Exportadores [TODOS]	Total registros	Total US$ FOB	%	Total KG	US$ / KG
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	312	6,522,159	49.04%	1,425,700	4.575
MULTIFOODS S.A.C.	132	1,813,348	13.64%	1,598,412	1.134
DANPER TRUJILLO S.A.C.	75	708,688	5.33%	148,020	4.788
ALICORP SAA	77	631,310	4.75%	139,160	4.537
PERUFOOD IMPORT S.A.C.	79	502,586	3.78%	272,479	1.844
INDUSTRIAS SISA S.A.C.	95	296,025	2.23%	80,171	3.692
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	170	292,466	2.20%	82,061	3.564
BONALI S.A	9	253,609	1.91%	110,409	2.297
MAQUILA AGROINDUSTRIAL EXPORT E.I.R.L	37	239,073	1.80%	103,485	2.310
GANDULES INC SAC	56	221,052	1.66%	68,744	3.216
Totales	**2,266**	**13,298,812**	**100.00%**	**4,629,707**	

Fuente: Veritrade

Tabla 7 - *Principales países que exportan salsas*

Paises destino	2014	2015	2016
UNITED STATES	7,039,283.45	8,863,149.83	9,270,125.84
CHILE	765,980.91	1,221,844.92	1,270,993.94
SPAIN	562,285.51	605,447.00	615,488.09
PUERTO RICO	183,516.00	193,280.00	346,906.38
BRAZIL	686,437.52	544,694.89	266,245.43
BOLIVIA	680,127.28	540,569.66	247,722.80
COLOMBIA	156,490.39	211,494.97	223,279.39
FRANCE	194,020.22	137,615.05	191,138.41
ITALY	1,399,185.94	134,645.04	101,650.74
NETHERLANDS	215,291.81	104,585.93	100,396.18
ICELAND	49,615.18	157,918.44	100,181.36
CANADA	112,887.03	144,556.47	97,397.55
NEW ZEALAND	42,699.17	72,730.40	82,222.42
PANAMA	185,996.97	40,830.70	61,607.55
DENMARK	193,938.04	101,822.06	50,698.50
ECUADOR	1,940.10	49,466.26	42,332.29
UNITED ARAB EMIRATES	27,832.19	44,209.89	40,561.58
UNITED KINGDOM	142,572.74	43,594.05	38,804.08
AGUAS INTERNACIONALES			27,046.64
JAPAN	18,881.14	41,937.55	23,044.33
MEXICO	21,339.90	6,552.20	20,937.50
AUSTRALIA	28,999.00	11,384.67	13,549.63
EGYPT			11,700.00
SWEDEN	6,077.02	4,578.48	8,320.36
ARUBA	2,694.12	4,712.28	7,182.87
GERMANY	47.57	6,533.10	6,835.00
SWITZERLAND	4,778.67	3,726.00	6,548.49
VENEZUELA	123,401.73	26,757.07	5,654.50
CUBA	60.00		5,238.20
EL SALVADOR	6,400.32		4,780.16
PARAGUAY			3,599.00
GUATEMALA	4,057.68		3,368.64
SINGAPORE		36.53	1,214.50
HONDURAS			950.40
COSTA RICA	323.92	592.08	593.48
RUSSIAN FEDERATION		47,440.15	264.73
ISRAEL			117.00
SAUDI ARABIA			54.65
MALAYSIA			30.00
FINLAND	10.00		16.00
KOREA, REPUBLIC OF	5.00	0.32	6.00
CHINA	6.20		5.00
ANGOLA			2.00
KUWAIT		0.75	
TURKEY	16,614.07		
POLAND	5,081.61		
LUXEMBOURG	84.00		
HONG KONG	5,620.00		
FRENCH GUIANA	3.00		
CZECH REPUBLIC	44.00		
GUYANA		7,626.73	
URUGUAY	2,356.17		
ARGENTINA		383.00	
NORWAY	2,075.76		
SOUTH AFRICA	11,757.70	9,268.64	
Total general	**12,900,819.03**	**13,383,985.11**	**13,298,811.61**

Fuente: Veritrade

La evolución de las exportaciones de salsas durante los últimos 3 años se ha mantenido, presentando una leve baja en el año 2016, ver el siguiente detalle:

Tabla 8 - *Evolución de exportaciones de salsas*

	2014	2015	2016
Evolución de exportaciones de Salsas	12,900,819.03	13,383,985.11	13,298,811.61
Montos expresados en $			

Fuente: Veritrade

Figura 5. Evolución de exportaciones de salsas.

Fuente: Veritrade

2.1.2.2 Mercado del consumidor.

Según un reporte en el INEI la población estimada dentro del territorio peruano es de 31, 826,018:

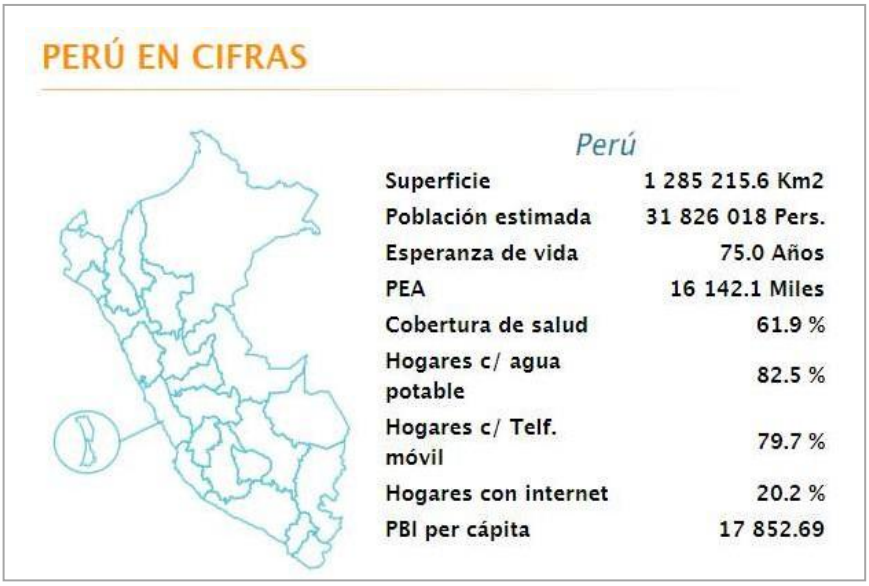


Ilustración 6. Perú en cifras

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

El 70% de los ingresos económicos de la población provienen del trabajo. El ingreso promedio de ingresos mensuales a nivel nacional es de 1, 370.7 soles.

2.1.2.3 Mercado de proveedores.

El mercado de proveedores es amplio por tratarse de productos locales, de fácil disponibilidad, por lo que el sector se vería favorecido.

Asimismo, para la empresa es favorable poder contar con un abanico de posibles proveedores, y nos veríamos beneficiados con la implementación de alianzas estratégicas,

lo cual le permitiría la adquisición de insumos a muy bajo costo, en cortos tiempos de entrega y bajo las características necesarias para recortar nuestro proceso de producción.

Para ello, trabajaremos con algunos principales proveedores, tales como:

Principales Insumos:

- **Cúrcuma:**

  Agro negocios la Grama S.A.C.
  RUC: 20513328495
  Domicilio Fiscal: AV. GENERAL TRINIDAD MORAN NRO. 1111 (A UNA CUADRA DE LA AV. DOS DE MAYO) LIMA - LIMA - LINCE

- **Cecinas ahumadas y chorizos:**

  Cecinas y Ahumados J.E. S.A.C
  RUC: 20520609742
  Domicilio Fiscal: AV. CENTRAL LOTE. 4 SEC. 10 PROV. CONST. DEL CALLAO PROV. CONST. DEL CALLAO - VENTANILLA

- **Adquisición de envases:**

  Latinoamericana EIRL LTDA
  R.U.C: 20206432692
  Domicilio Fiscal: MZA. M LOTE. 24 URB. PIEDRA SANTA (CERCA A AV. METROPOLITANA) AREQUIPA - AREQUIPA - YANAHUARA

2.1.2.4 Mercado competidor.

Así como se ha visto incrementada la demanda, las empresas han visto la necesidad de elaborar nuevos productos que se acerquen a lo natural y orgánico, a fin de abastecer a sus clientes actuales, y llegar a nuevos clientes que están interesados en estos productos.

Realizando un análisis en el mercado nacional, podemos afirmar que existen pocos competidores que brindan una propuesta similar a la nuestra, lo cual es ciertamente favorable para la empresa; sin embargo, mucho de estos competidores cuentan con una gran trayectoria en el mercado y se encuentran en un ciclo de desarrollo y/o madurez, lo cual influye de manera negativa para el negocio.

Identificamos a nuestros principales competidores, con los productos que ofrecen tales como:

- Knorr, con su salsa bolognesa y bechamel
- Barilla, con su tradicional salsa base a tomate (bolognesa, napolitana, ricota, entre otros) y la salsa pesto.
- Don Ítalo, presenta sus salsa de carne, salsa pesto, salsa cuatro quesos, salsa Alfredo, salsa de tomate, salsa de nueces.
- Molitalia: Que introduce al mercado su línea de salsas lista para servir, tales como "Salsa Lista" y "Salsa Pomarola con carne"
- Tottus: Asimismo, Supermercados Tottus lanza al mercado la línea de salsas propia, entre sus diferentes sabores destacan "Salsa Bolognesa lista para servir" y "Salsa de tomates con champiñón"

A su vez, consideramos a algunos competidores de productos sustitutos, a aquellos que simplemente logran cubrir la necesidad de brindar un producto práctico:

- San Fernando: Quienes ofrecen al mercado nacional su línea de comidas listas para calentar, tales como “Tuco pituco” y “Tuco con pollo”
- Dámper: Esta empresa ofrece una línea de productos para el consumo rápido con un alto nivel de proteínas para sus clientes. Entre sus productos más destacados podemos encontrar “Quinua Lunch” y “Quinotto en bolsa punch”
- Maggi: Con muchos años en el mercado nacional, esta empresa ofrece comidas rápidas para el consumo de sus clientes. Tales como “Crema de Espárragos” y “Crema de Champiñones”

2.1.2.5 Mercado distribuidor.

Nuestro producto se distribuirá a través del canal indirecto, enfocados en la cadena de suministro a través de intermediario, lo cual se determina debido al éxito y constante crecimiento que ha tenido el sector retail en los últimos años, lo cual nos favorece, al tener un mayor alcance a nivel nacional.

Figura 7. Los intermediarios.

Elaboración propia

Inicialmente hemos considerado trabajar con los siguientes establecimientos:

SUPERMERCADOS

- Vivanda y Plaza Vea
- Wong y Metro
- Tottus, Macro
- Entre otros

Figura 8. Principales canales de distribución.

Elaboración propia.

2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Los aportes del gobierno a través de la Ley N° 29196-Ley de la promoción de la producción orgánica o ecológica que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de la producción orgánica en el Perú, brinda la oportunidad al sector alimenticio a continuar con la difusión de productos saludables, lejos de aquellas propuestas de esencias o saborizantes, entre otros productos químicos, que terminan perjudicando la salud de los

usuarios, como la de los mismos colaboradores al estar en constante contacto con esos productos.

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales

Analizando a nuestros principales competidores, sus márgenes de ventas y estrategias utilizan, para medir el impacto en nuestras utilidades y horizonte de vida podemos resaltar lo siguiente:

- **Don Ítalo**: Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos artesanales italianas, tales como Pizza, Lasaña, Ravioles y diferentes pastas. Esta empresa cuenta con más de 25 años de experiencia en el mercado así también cuentan con un gran número de certificaciones HACCP garantizando una correcta manipulación de los insumos y una gran calidad en sus productos terminados.
    - Presentaciones: Envases de plástico
    - Precio de venta: desde S/. 12.50 hasta S/. 20

Figura 9. Presentación Salsa Don Ítalo 4 Quesos.

Fuente: Página oficial Don Ítalo.

- **Puntos de venta:** principales supermercados y en sus diferentes tiendas.
- **Posicionamiento en el mercado:** Don Ítalo cuenta con más de 25 años de experiencia en el mercado, con sus principales productos y pastas , que son las favoritas de sus principales consumidores, así también cuentan con diferentes tipos de certificaciones que demuestran que sus diferentes procesos productivos se realizan con gran cuidado y calidad.
- **Estrategia de Publicidad:** Esta empresa tiene una estrategia de publicidad basada en blogs y Facebook, es por estos medios que ellos dan a conocer las diferentes direcciones de sus tiendas, así como sus nuevas promociones.
- **¿Qué se puede imitar?:** Lograr las diferentes certificaciones de salubridad, así como las diferentes promociones "familiares" que brindan en sus diferentes publicidades.

- **Molitalia**: Es una gran empresa que llego al Perú hace más de 50 años, si bien su mayor enfoque es la preparación y comercialización de harinas y pastas también se diversifica en la preparación de diferentes salsas listas para ser consumidas, iniciaron con el clásico Pomarola, pero fueron innovando y el día de hoy, tienen en el mercado salsas listas para ser consumidas.
    - **Productos:** Salsa Lista y Salsa roja con carne
    - **Presentaciones:** Alimentos en sachet grande de 250 Gr.
    - **Precio de venta**: S/. 1.70
    - **Puntos de venta:** Bodegas y supermercados.

- **Posicionamiento en el mercado:** Esta empresa tiene gran reconocimiento por el público nacional, cuenta con más de 50 años en el mercado.

Figura 10. Presentación Molitalia Salsa lista con carne.

Fuente: Página oficial Molitalia

- **Estrategia de publicidad:** Cuenta con una publicidad agresiva, ya que promociona sus productos y lanzamientos por radio, televisión, internet y carteles publicitarios.
- **¿Qué se puede imitar?:** La publicidad agresiva en los diferentes canales.

- **Tottus**: Si bien el Core del negocio no es la preparación de salsas, cuenta con una variedad de productos distribuidos bajo el mismo nombre de la empresa.
  - **Salsa de tomates Boloñesa:** Viene en una presentación de sachet grande lista para combinar con ravioles, lasaña o diferentes pastas, así también indica que esta salsa viene con trozos de carne.

Figura 11. Tomates Boloñeses.

Fuente: Página Oficial Tottus

- **Salsa de tomates con Champiñón:** es una salsa a base de tomates con trozos de champiñón, afirman que se pueden combinar con diferentes pastas.

Figura 12. Salsa de tomares con champiñones.

Fuente: Página Oficial Tottus

- **Presentaciones:** alimentos en sachet grandes de 200 Gr.

- **Puntos de venta:** De venta exclusiva en los diferentes Supermercados Tottus.

- **Precio de venta:** S/. 10.00

- **Posicionamiento en el mercado:** Súper mercados Tottus cuenta con un posicionamiento creciente en el mercado, esto gracias a las diferentes campañas publicitarias que tiene en los diferentes canales.

- Crecimiento de la industria en los últimos años: La industria de comidas rápida envasadas está en crecimiento constante desde el año 2013, es por ello que el mercado de conservas es el quinto más importante del país, ya que cuenta con mayor penetración en los hogares, logrando ventas mayores a los 600 millones de dólares anuales.

  Esta tendencia de crecimiento se debe a que, en las familias mononucleares de hoy en día, tanto el hombre como la mujer trabajan, por ello, buscan soluciones modernas y prácticas que les ayuden a usar de manera más eficaz su tiempo.

- Características diferenciadoras del producto con respecto a la competencia:

  Doña salsa, es un producto creado para facilitar la alimentación de las familias modernas de hoy, sin dejar de lado los valores nutricionales requeridos por las personas en sus alimentos diarios ni abandonar los valores de conservación del medio ambiente.

  De la misma manera, ofrecemos un producto alejado de los sabores tradicionales existentes en el mercado; creando nuevos horizontes de sabores con insumos nativos que cada región que ofrece nuestro país, brindando una nueva experiencia en los paladares de nuestros consumidores.

- Diversidad de competidores:

  Podemos encontrar que los diferentes competidores no solo venden salsas envasadas tino también otros productos, lo cual nos da cierta ventaja ya que podemos lograr una especialización en la etapa productiva de nuestros productos, así también, creemos que el método de envasado así como los sabores nuevos que ofrecemos, serán una gran diferenciación con respecto a nuestros competidores.

- Barreras de salida:

  - Activos especializados: El crecimiento o boom de la gastronomía Peruana y en el mundo se mantiene constante, por tal motivo, al final del proyecto, las maquinarias que usemos podrán ser vendidas para su reúso.

  - Costes fijos de salida: La empresa contempla todos estos costos al inicio de la planificación, motivo el cual no se verá afectada en el momento que decida retirarse del mercado.

  - Restricciones sociales y gubernamentales: Inicialmente, en el análisis macro entorno pudimos detectar que la situación actual del país es positiva para las inversiones y que además se proyecta a un crecimiento en los años venideros, motivo por el cual no consideramos que este factor nos afecte.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

- Tipo de clientes: consumidor

Hombres y mujeres, de estilo de vida emprendedor, progresista y modernas, de edades entre 25 a 55 años, que trabajan y/o estudian, por lo general llevan un ritmo de vida acelerada, sin dejar de lado a su familia y alimentarse de manera saludable.

Nivel de fuerza: Alto

Sustento:

Teniendo en cuenta que existen empresas con una gran variedad de productos y muchos años de experiencia en el mercado, los consumidores tendrían un alto poder de negociación en el precio, ya que podrían destinar su compra a productos envasados de otras marcas.

Asimismo, para nuestros clientes de las cadenas de supermercados, así como en tiendas por conveniencia, el poder de negociación sobre nosotros es alto, ya que muchas de estas empresas, cuentan con altos estándares de calidad sobre la atención al cliente, y piden lo mismo para los productos que son ofertados en sus anaqueles.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Para esta industria de alimentos, los proveedores juegan un rol importante, ya que dependemos mucho de la calidad de sus insumos para lograr un producto final competente en el mercado.

Es por esta razón, que es importante reducir la fuerza negociadora de los proveedores, teniendo más de un proveedor que abastezca las necesidades de la empresa, para ello, se puede realizar diferentes alianzas estratégicas con los proveedores así como la creación de contratos de exclusividad de esa manera, lograr la obtención de mejores productos a un menor precio,

que nos permita aumentar el margen de utilidad y brindarle un valor agregado al producto final.

El abastecimiento de los principales insumos estará a cargo de las siguientes empresas:

- **Cúrcuma:**

Razón social: Agro negocios la Grama S.A.C.
RUC: 20513328495
Domicilio Fiscal: AV. GENERAL TRINIDAD MORAN NRO. 1111 (A UNA CUADRA DE LA AV. DOS DE MAYO) LIMA - LIMA – LINCE

Trayectoria: Cuentan con 11 años en el mercado
Capacidad de abastecimiento: Óptima

Condiciones:

- Lugar de entrega: En nuestros almacenes
- Plazos de entrega: Inmediato, según disponibilidad
- Forma de pago: Al contado

- **Cecinas ahumadas y chorizos:**

Razón social: Cecinas y Ahumados J.E. S.A.C
RUC: 20520609742
Domicilio Fiscal: AV. CENTRAL LOTE. 4 SEC. 10 PROV. CONST. DEL CALLAO - PROV. CONST. DEL CALLAO – VENTANILLA

Trayectoria: Cuentan con 8 años en el mercado
Capacidad de abastecimiento: Óptima

Condiciones:

- Lugar de entrega: En nuestros almacenes
- Plazos de entrega: Inmediato según disponibilidad
- Forma de pago: Al contado

- **Adquisición de envases:**

  Razón social: Latinoamericana EIRL LTDA
  R.U.C: 20206432692
  Domicilio Fiscal: MZA. M LOTE. 24 URB. PIEDRA SANTA (CERCA A AV. METROPOLITANA) AREQUIPA - AREQUIPA – YANAHUARA

  Trayectoria: Cuentan con más de 20 años en el mercado
  Capacidad de abastecimiento: Óptima

  Condiciones:

  - Lugar de entrega: En nuestros almacenes

  - Plazos de entrega: 2 a 3 días

  - Forma de pago: Al contado

Nuestros principales proveedores son evaluados en base a los siguientes criterios:

- **Calidad del producto**: Certificados de productos, estandarización,
- **Reconocimiento de la marca**: nuestros proveedores tienen que tener un tiempo de vida En el mercado, con un posicionamiento logrado, con productos de calidad.
- **Garantía**: Dicho proveedor tiene que contar con certificaciones que garanticen un mantenimiento o producción adecuado de los insumos que se utilizaran para la producción de nuestras salsas.
- **Capacidad de respuesta**: Existencias de stock de emergencia en sus almacenes en caso de alguna eventualidad.
- **Precios vs calidad:** si bien se tiene que buscar un proveedor que cuente con precios por debajo del mercado, también es absolutamente necesario que la calidad de los productos comprados sean de la más alta calidad.

Nivel de fuerza: Bajo

Sustento: Los insumos son accesibles y hay varios proveedores que distribuyen estos, por tal motivo el poder de negociación para ellos es bajo.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de productos sustitutos está siempre latente en la industria alimentaria en el país. Actualmente, existen muchos productos que cubren la necesidad del mercado al ofrecer productos alimenticios envasados que son pre-cocidos.

Consideramos a algunos competidores de productos sustitutos, que por lo general no dejan el lado tradicional en sus recetas:

- **San Fernando**
  - Comidas enlatadas
  - Presentación: Latas de 150 gramos
  - Precio: S/. 4.50
  - Distribución: a través de canales modernos, canales tradicionales y virtuales.

Figura 13. Presentación de enlatados San Fernando.

Fuente: Página oficial San Fernando

- **Dámper:**
  - Quinua lunch
  - Presentación: Envases de plástico con salsa para combinar
  - Precio: S/7.49
  - Distribución: a través de sus tiendas autorizadas y diferentes supermercados.

Figura 14. Presentación de enlatados de Quinua Lunch.

Fuente: Página oficial de Dámper

- **La Campera:**
  - Escabeche de Trucha en filete, Seco de Trucha y Filete de Trucha a la Vizcaína.
  - Presentación: Alimentos envasados dentro de cajas de cartón.
  - Precio: S/8.50
  - Distribución: a través de supermercados.

Figura15. Presentación de enlatados La Campera escabeche de trucha.

Fuente: Página oficial La campera

Nivel de Riesgo: Alto

Sustento: Hay diversas opciones para que el consumidor pueda elegir.

2.2.5. Competidores potenciales

Es importante considerar este punto para ingresar a competir en el mercado vigente, es por ello, analizamos los siguientes aspectos:

- Barreras económicas: actualmente nuestros principales competidores cuenta con una fuerte inversión enfocada a dar a conocer su producto, por ejemplo, las salsas de Knorr cuentan con una gran inversión en los medios, para la comunicación y difusión de sus productos, además cuentan con impulsadoras dentro de los supermercados dando a conocer el producto.
- Economías de escala o alcance: es claro que actualmente nuestros principales competidores se encuentran instalados y emplean este tipo de economía para reducir sus costes. Es el caso de San Fernando, que es un "gigante" en la producción de diversos productos que son distribuidos de manera masiva dentro del territorio nacional. Por tal motivo, buscaremos innovar con recursos tecnológicos, como es el caso de las maquinarias, que nos permitirán optimizar los procesos y reducir los costes, así como crear un producto de calidad.
- Diferenciación de producto: según la investigación previa realizada, las salsas que son comercializadas en el Perú son productos tradicionales o comunes.

  Nuestro mercado está insatisfecho con la variedad en este producto, motivo por el cual

buscamos diferenciarnos y crear un producto innovador y delicioso para cubrir esta necesidad.

- Importantes necesidades de capital: Competiremos desde el primer momento, por lo que hemos previsto realizar inversiones en investigación y desarrollo.
- Barreras de carácter legal: Consideramos adquirir las patentes de nuestros productos para evitar prácticas irregulares de nuestra competencia.

Capítulo III: Planeamiento estratégico

3.1 Visión y Misión de la empresa

VISIÓN

Ser la opción favorita en alimentos envasados de nuestros clientes y consumidores para liderar en el mercado nacional.

MISION

Somos una empresa peruana dedicada a la elaboración de salsas de excelente sabor, calidad y saludables, usando productos orgánicos de cada región del Perú buscando contribuir con el bienestar de los hogares y haciendo que nuestros consumidores pasen menos tiempo en la cocina y más tiempo con su familia. Además de interrelacionarse a través de nuestros proveedores, nuestra comunidad y el impacto social de nuestra empresa.

3.2 Análisis FODA

- **FORTALEZAS**

- Diferenciación: Nos alejamos de los sabores tradicionales que ya existen en el mercado.

- Productos peruanos elaborados con insumos nativos de cada región de nuestro país.

- Salsa pre-cocida lista para preparar.
- Proveen un alto valor nutricional.
- Elaboración con productos naturales.

- **DEBILIDADES**

- Bajo nivel de relación con los proveedores.
- Poca lealtad de los consumidores.
- Desconocimiento del proceso de producción.
- Dependemos del proceso de elaboración de algunos productos.
- Falta de experiencia en el ámbito laboral.

- **OPORTUNIDADES**

- Mercado desatendido, exigente, de un estilo de vida rápida y moderna.
- Tendencia por el consumo de productos naturales y orgánicos.
- Existe un sin número de productores y proveedores locales de los insumos que requiere la empresa.
- Posibilidad de expansión al mercado exterior debido que las importaciones y exportaciones en constante crecimiento en el País.
- El Perú incentiva la formación de nuevas empresas como la Ley de promoción para la producción orgánica o ecológica.
- Constante crecimiento en el sector retail: Diversos canales para comercializar el producto.

- Algunos productos de la competencia son elaborados con ingredientes con altos contenidos químicos y artificiales.
- Crecimiento e identificación con el Perú.
- Especialización de profesionales en las cadenas de suministros en el Perú.
- Redes sociales para usos de comunicación del producto.
- La industria de comida rápida envasada está en crecimiento constante.
- El crecimiento o boom de la gastronomía Peruana.

- **AMENAZAS**
  - Competidores principales con gran posicionamiento en el mercado y una fuerte inversión en comunicación de sus productos.
  - Altos índices de productos sustitutos. Variación del precio de los insumos principales a causa de cambios climáticos.
  - Incertidumbre para invertir de los empresarios por la inestabilidad en el País.
  - Surgimiento de productos similares.
  - Fuerza negociadora de los proveedores.

ESTRATEGIAS:

- **Estrategias ofensivas**
  1. Debido a la tendencia que está en crecimiento: Alimentación sana, iniciaremos un plan de marketing agresivo enfocados en satisfacer a este segmento del mercado.
  2. Realizar contratos de exclusividad con los proveedores para así lograr mejores precios en las compras.

3. Diferenciación: Destacaremos el valor y aporte nutricional de nuestros productos basados en el aporte nutricional que llegará a la mesa de cada hogar.
4. Debido al gran éxito y poder que tienen las redes sociales, emplearemos una estrategia de comunicación a través de estas para comunicar el valor agregado que nos diferencia.
5. Hay una tendencia por comprar y apoyar al empresario peruano, por lo que diseñaremos el empaque enfocado en algún tema Peruano. Así mismo registraremos a la empresa con "Marca Perú" para que todos nuestros empaques presenten este logo distintivo.
8. Buscaremos diseñar un producto para un uso práctico, rápido sin perder su esencia natural y autóctona, satisfaciendo al estilo acelerado de vida y al paladar más exigente.
9. Para el caso de nuestro producto, estamos dispuestos a designar un porcentaje interesante de nuestro presupuesto para la difusión y comunicación de nuestro producto.
10. Distribuiremos nuestros productos a través de los intermediarios, tenemos varias alternativas que nos permitirán ingresar de manera masiva al mercado local.
11. El avance tecnológico nos permite contar con ambientes adecuados para la preservación de los insumos, asimismo, nos brinda la posibilidad de adquirir maquinaria que aporten en la optimización del tiempo y reduciendo el margen de errores en el proceso productivo.
12. Emplearemos procedimientos que optimice los procesos, pero que a su vez reduzcan el impacto ambiental, esto nos permitirá ser responsables con nuestra sociedad. Como resultado, tendremos mejor percepción por parte de nuestros consumidores.
13. Buscaremos seleccionar a nuestros proveedores, los cuales de igual manera trabajen de manera responsable con la sociedad evitando la deforestación indiscriminada de árboles, o que atente contra los bienes patrimoniales o animales o plantas en peligro de extinción.

14. El crecimiento o boom de la gastronomía Peruana y en el mundo se mantiene constante, por tal motivo, al final del proyecto, las maquinarias que usemos podrán ser vendidas para su re-uso.

- **Estrategias defensivas**

1. Resaltar el valor diferenciador de nuestro producto, para hacer frente a nuestros competidores, ya que no ofrecen productos sin persevantes que dañen la salud.
2. Óptima negociación con los proveedores, de esa forma, reducir los costos y ofrecer un valor adicional al cliente.
3. Implementar sistemas que permitan conocer el stock real y puntos de reorden para contar con el tiempo prudente de reabastecimiento, a fin de evitar el alza en los precios de los insumos en periodos estacionales.
4. En el caso de restaurantes, podemos enfocarnos en comunicar la practicidad de la cocción de nuestros productos con el eslogan “Sin Salir de Casa” o “en la comodidad de tu hogar”.
5. Realizaremos en el empaque la calidad, el registro sanitario entre otros detalles que atraiga al cliente a comprar productos con garantía.
6. Aplicaremos la economía de escala, para que los precios no se vean afectados por algún caso fortuito de la naturaleza que genere escasez de los principales ingredientes.
7. Buscaremos difundir nuestra marca por nuestro valor diferenciador a través de influencers y community manager especializados.
8. Doña salsa entrará al mercado con una presentación novedosa y diferente, con envases e insumos eco amigables. Así como un producto con sabores nuevos al paladar de los clientes.

9. Barreras de carácter legal: consideramos adquirir las patentes de nuestros productos para evitar prácticas irregulares de nuestra competencia.

- **Estrategias de reorientación**

1. Debido a que en el Perú encontramos biodiversidad, aprovecharemos esta oportunidad para seguir innovando con nuevos ingredientes y combinaciones, esto nos permitirá tener variedad de las salsas.
2. Especialización del personal para la buena manipulación de los alimentos, aprovechando el apoyo que brinda el Estado y las capacitaciones para lo mismo.
3. Incentivos y promociones a través de los canales de distribución para generar la lealtad del cliente, así como la difusión a través de los medios resaltando nuestros ingredientes naturales y autóctonos.

- **Estrategias de supervivencia**

1. La falta de diversificación de productos podría ser una oportunidad para que la competencia de un paso hacia adelante, es por ello, se debe innovar constantemente para distinguirnos de los demás.
2. Es importante reducir la fuerza negociadora de los proveedores, teniendo más de un proveedor que abastezca las necesidades de la empresa, para ello, se puede realizar diferentes alianzas estratégicas con los proveedores así como la creación de contratos de exclusividad de esa manera, lograr la obtención de mejores productos a un menor precio, que nos permita aumentar el margen de utilidad y brindarle un valor agregado al consumidor final.

3.3 Objetivos

Tabla 9 - *Objetivos de la empresa*

Periodo	Objetivos
Corto Plazo	Dar a conocer nuestros manejos bromatológicos de los alimentos a nuestros consumidores, así como el cuidado ecológico que brinda la empresa en un plazo de 3 meses, en las campañas publicitarias que se den para promocionar el producto.
	Mostrar al público objetivo el uso y bondades de los insumos nativos utilizados en la preparación de las salsas. esto en un plazo de 2 meses en las campañas publicitarias
	Lograr en un periodo de 6 meses ser una empresa cuyos estándares de valores, honestidad y ambiente laboral sean beneficios para los colaboradores internos.
Mediano Plazo	En un periodo no mayor al año y 6 meses lograr Superar el margen de ventas en un 20%
	Recortar los gastos innecesarios y las cuentas por pagar al menos en un 50%, este objetivo se puede lograr en 1 año
	En un periodo de 1 año, lograr certificaciones ISO, para la mejora de los procesos productivos, y estandarización del producto final
Largo Plazo	En un periodo de 3 años, logar la creación de nuevos productos envasados que ayuden a nuestro público objetivo a reducir el tiempo de elaboración de alimentos y simplifiquen dicho proceso.
	Gracias a nuestros novedosos productos lograr ser embajadores de la marca Perú en el extranjero, así obtener un mejor posicionamiento en el mercado
	Construcción de planta totalmente tecnificada para el envasado de nuestras salsas, y demás productos. Este objetivo puede ser logrado en un periodo de 3 años.

Elaboración propia.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1 Investigación de mercado

Objetivos generales del estudio:

A partir de la investigación, haremos el diagnóstico del grado de aceptación en nuestros consumidores, que tiene nuestro producto “Salsas caseras envasadas”, la cual usa insumos regionales y su presentación es de 200 Gr.

Objetivos específicos del estudio:

- Nuestro foco principal son los supermercados, por lo que usaremos los centros comerciales para la comunicación de nuestro producto, esto se dará de manera intensa en la etapa del pre-lanzamiento (Noviembre y Diciembre 2017), y a lo largo de todo el 2018.
- Ingresar a la mente de nuestro segmento consumidor a través de los medios digitales, usaremos como principales redes sociales a Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, entre otras. Por lo que para el pre lanzamiento (Noviembre y Diciembre 2017) iniciaremos con una campaña de intriga que genere curiosidad a nuestro público objetivo.
- Llegar a más público y crecer en ventas, durante el 2017 contrataremos vendedores para que en el plazo de 1 año podamos ingresar a los supermercados estimados.
- En el primer semestre del año 2018, conseguiremos como mínimo 5 clientes, los cuales generen una facturación mínima de S/ 6,000.00 mensual, esto generaría estabilidad conforme a nuestros gastos.
- A partir del último semestre del 2018, empezaremos con la contratación de vendedores adicionales para duplicar las ventas.

- Durante el pre lanzamiento (Noviembre y diciembre de 2017) y también el año 2018, buscaremos comunicar nuestra marca relacionándola al consumo de productos nacionales, sin preservantes y saludables por su contenido.
- En el pre lanzamiento (2 meses) buscaremos lograr a través de la comunicación que los ingredientes de nuestros productos son autóctonos del Perú.
- Durante el primer año, a través de la difusión de nuestras campañas publicitarias y sampling, buscaremos ingresar a la mente del consumidor a través de los nombres de nuestras salsas, para que el cliente pueda identificarse con estas no solo por el nombre sino por el contenido de las mismas, los cuales son de la región y además aportan nutrientes en la mesa del hogar.

4.1.1 Criterios de segmentación.

- **Segmentación geográfica:**

Según nuestra fuente de información APEIM durante su último estudio en agosto del 2017, hemos podido identificar a nuestro segmento objetivo, el cual va dirigido a los NSE A 2 y B. De este grupo de personas, hemos considerado a hombres y mujeres que viven en Lima ciudad y la distribución de zona es la siguiente:

Tabla 10 - *Segmentación de mercados por zonas*

Zona 6	Jesús María
	Lince
	Pueblo Libre

	Magdalena
	San Miguel
Zona 7	Miraflores
	San Isidro
	San Borja
	Santiago de Surco
	La Molina

Elaboración propia basada en APEIM 2017

- **Segmentación demográfica:**

Según evaluación del poder adquisitivo de nuestro segmento, hemos determinado que la edad debería estar entre el siguiente rango: 25 a 55 años (40% de los NSE escogidos).

Tabla 11- *Segmentación según NSE de Lima Metropolitana*

Lima Metropolitana		
Agrupado en años	NSE A	NSE B
26 - 30	6.70%	7.50%
31 - 35	8.10%	6.90%
36 - 45	16.30%	12.80%
46 - 55	13.40%	14.40%
Total	44.50%	41.60%

Fuente: APEIM 2017

- Con nuestro producto buscamos enfocarnos a ambos sexos, además de que es indiferente que sean solteros, casados o tengan familia.
- Los grados de estudios que predominan son superiores y técnicos.
- Los integrantes de la familia, usualmente son de 3 a 4 personas.
- Considerando el tipo de vivienda, este segmento cuenta con casa propia o adquieren departamentos para habitar.
- Estos tipos de vivienda en las que habitan, en su mayoría son de alquiler o pagadas en su totalidad.
- Ellos prefieren usar el GLP (Gas Licuado de Petróleo) como combustible para cocinar sus alimentos diariamente.
- Acceso a los medios de comunicación (Telefonía fija, móvil, cable e internet).

- **Segmentación Socioeconómica:**
  - NSE A2 y B (Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana)
  - Perciban ingresos promedios al mes de S/ 7,826 soles.

- **Segmentación Psicográfica:**
  - Son personas proactivas.
  - Son personas modernas. Optan por la educación en todos sus niveles. Buscan cuidar su aspecto personal, además cuentan con un espíritu joven y son seguidores de tendencias. Buscan productos light y nutritivos.
  - Son personas que no se conforman, generalmente están buscando el progreso y bienestar de su familia, les gusta compartir tiempo con ellos. Además predomina su practicidad para hacer las cosas y constantemente están buscan capacitarse.

- En el perfil de las modernas de nuestro segmento, podemos detectar que son personas las que buscan cosas y productos prácticos que les faciliten las tareas que hay en el hogar, además de que trabajan todo el día.

- **Segmentación conductual**:
  - Les agrada mucho la gastronomía y en especial la peruana y sus fusiones innovadoras, además de que buscan que estas aporten salud.
  - El ritmo de vida que llevan es rápido, por lo que no cuentan con un tiempo adecuado para que puedan cocinar.
  - Buscadores de sabores distintos, nuevos y deliciosos.
  - El 20 al 31% de la suma de los ingresos que tienen al mes estas personas, lo separan para sus alimentos.

4.1.2 Marco muestral

Empezaremos por el total del tamaño de la población que encontramos en la ciudad de Lima Metropolitana en el año 2017. El total es 11,18.7 (miles) de personas, que está graficado de la siguiente manera.

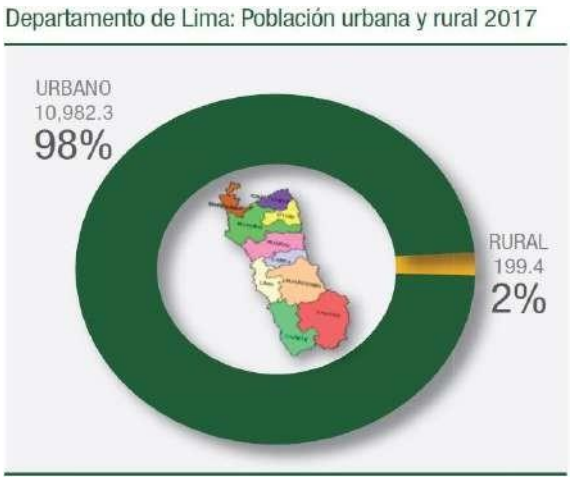
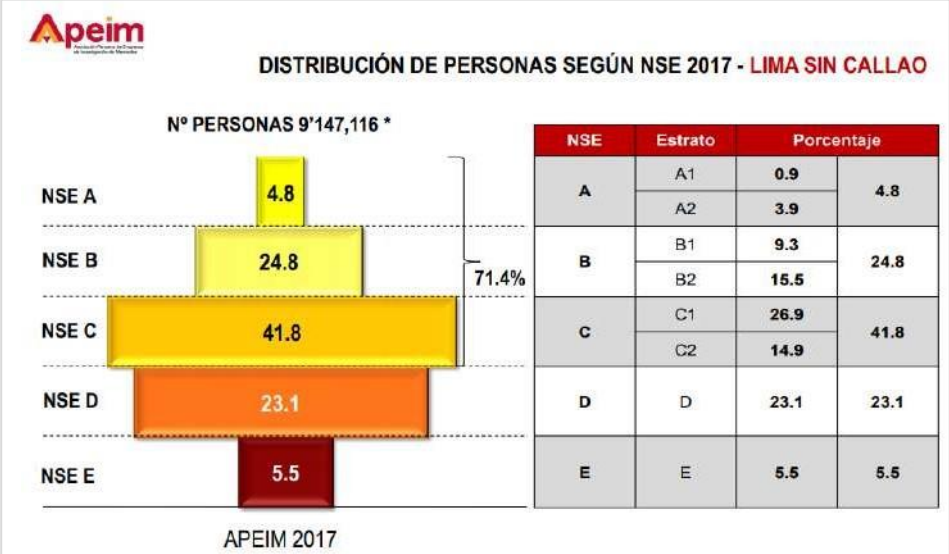


Figura16. Distribución de la población de Limita Metropolitana 2017.

Fuente: I.N.E.I - Estimaciones y proyecciones de población

Principalmente nos enfocamos en los Niveles Socio Económicos A2 y B que están dentro del distrito de Lima el cual según el APEIM tiene una cantidad aproximada de 2’625,222 habitantes. A continuación el gráfico.



NSE	Estrato	Porcentaje	
A	A1	0.9	4.8
	A2	3.9	
B	B1	9.3	24.8
	B2	15.5	
C	C1	26.9	41.8
	C2	14.9	
D	D	23.1	23.1
E	E	5.5	5.5

Figura 17. Distribución de habitantes Lima APEIM

Fuente: APEIM

El cálculo se realizó como muestra siguiente tabla:

Tabla 12 - *Segmentación según NSE - Lima*

N° total de personas
9,147,116

Estrato	Porcentaje	Total por estrato
A2	3.90%	356,738
B	24.80%	2,268,485
Total		**2,625,222**

Elaboración propia.

Los distritos escogidos para ingresar con nuestros productos son los que pertenecen a la zona 6 y 7 y son La Molina, Surco, San Borja, San Isidro, Miraflores, San Miguel, Magdalena, Pueblo Libre, Lince y Jesús María. Ver el siguiente gráfico:

Tabla 13 - *Distribución de zonas APEIM por niveles – Lima Metropolitana*

Apeim

DISTRIBUCIÓN DE ZONAS APEIM POR NIVELES 2017 - LIMA METROPOLITANA

PERSONAS - (%) VERTICALES

Zona	Niveles Socioeconómicos				
	NSE "A"	NSE "B"	NSE "C"	NSE "D"	NSE "E"
Total	100	100	100	100	100
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	0.0	6.4	12.6	15.4	18.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	7.7	16.2	16.7	11.6	1.1
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	3.2	7.9	12.3	16.6	15.8
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	5.8	11.8	9.6	8.1	4.0
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	2.2	7.1	11.3	12.0	12.8
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	16.9	12.4	2.4	1.3	0.1
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	55.6	13.4	1.9	1.9	1.8
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	4.9	10.5	8.2	6.8	6.3
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamác)	0.0	5.0	13.4	15.5	21.5
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	3.7	9.0	11.1	9.8	16.3
Otros	0.0	0.3	0.5	1.0	2.1

APEIM 2017: Data ENAHO 2016

23

Fuente: APEIM 2017

- **Criterios considerados para la segmentación:**

  Para determinar el tamaño de muestra, hemos usado una fuente secundaria que es el último reporte de APEIM en agosto del 2017.

Tabla 14 – *Cálculo del tamaño de muestra*

Cálculo del Tamaño de la Muestra		
Donde: Z:(95%) = 1.96 E: 5% = 0.05 P: 50% = 0.50 Q: 50% = 0.50	$\frac{(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{0.05^2}$	385

Elaboración propia

Tabla 15 - *Marco muestral*

ZONA	DISTRITO	POBLACIÓN	ENTRE 25 - 55		MARCO MUESTRAL				TOTAL AÑO 0	% CUOTA	NÚMERO ENCUESTAS
		H + M	#	(%)	NSE A	(%)	NSE B	(%)			
ZONA 6	PUEBLO LIBRE	77,800	18,466	3	3,121	1	2,290	3	9,202	3%	10
	JESÚS MARÍA	73,200	18,534	3	3,132	1	2,298	3	8,722	2%	10
	MAGDALENA	55,800	22,600	4	3,819	1	2,802	3	9,886	3%	11
	LINCE	51,300	20,991	3	3,547	1	2,603	3	7,840	2%	9
	SAN MIGUEL	138,300	71,230	12	12,038	4	8,833	11	24,339	7%	27
ZONA 7	SAN BORJA	114,400	102,970	17	57,251	20	13,798	17	71,515	20%	78
	MIRAFLORES	84,000	24,671	4	13,717	5	3,306	4	30,144	9%	33
	SAN ISIDRO	55,600	25,575	4	14,220	5	3,427	4	21,442	6%	23
	LA MOLINA	170,289	70,652	11	39,283	14	9,467	12	50,117	14%	55
	SURCO	351,200	238,826	39	132,787	47	32,003	40	118,105	34%	129
TOTAL		1,171,889	614,515	100	282,916	100	80,827	100	351,311	100%	385

Elaboración propia.

.

4.1.3 Entrevistas a profundidad.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD
EXPERTO: NUTRICIONISTA

Link: https://www.youtube.com/watch?v=cF7ZAPeoDBQ

Datos:

Figura 18. Entrevista a Nutricionista Brenda Hurtado Porras.

Elaboración propia.

Objetivos:

Nuestra entrevista con la nutricionista tuvo como objetivo recabar datos que sean importantes para desarrollar el producto, para la selección de esta experta tomamos en cuenta la experiencia necesaria en su especialidad para que nos pueda guiar y recomendar en la fusión y el contenido que aporten nuestros insumos.

Conclusiones de la entrevista 1:

- La especialista considera que las salsas envasadas actuales ya existentes en el mercado no son saludables por su alto contenido de sodio en cualquiera de sus presentaciones.

- Sin embargo, ella señala que nuestros productos si son recomendables porque son bajos en sodio, además de contener insumos saludables.
- Considera que nuestro producto puede ser recomendado como una salsa saludable y destaca que no usamos preservantes en nuestros productos.
- Recomienda cambiar algunos insumos en la producción de las salsas para reducir el alto contenido calórico, como el cambio de la crema de leche por le una que sea descremada o vegetal.
- Recomienda revisar el contenido de carbohidratos de cada porción.
- Recomienda que la información nutricional sea clara en tema de calorías, proteínas, carbohidratos y vitaminas que aporta cada porción.
- Señala que debemos informar bien al consumidor las porciones recomendables y posibles acompañamientos.
- Recomienda nuestras salsas envasas por los insumos y que sea consumido con acompañamientos saludables.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD
EXPERTO: INGENIERO INDUSTRIAL

Link: https://www.youtube.com/watch?v=RbKECa0FLmc&t=5s

Datos:

Figura 19. Entrevista a Ingeniero Luis Olivera.

Elaboración propia.

A continuación resumimos los aportes que nos brindó el Ing. Olivera:

- **Proceso empleado para la fabricación:**

  Nuestro entrevistado nos indica que se emplea un proceso de fabricación distinto para cada tipo de materia prima que se use. Los procesos son:

  - Escaldado: Con el fin de evitar que las materias primas varíen de tonalidad.

  - Molino coloidal: Es necesario para la combinación de todos los insumos.

  - Refinado.

  - Pasteurizado: con ello eliminamos bacterias y logramos una buena mezcla.

  - Envasado: este es realizado en un Exhauster.

- Esterilizado en autoclave (10 a 12 mn): Es el proceso de inyección de vapor a 121°C. Con esto podemos extender el tiempo de vida del producto (2 años aproximadamente) esto dependerá del tipo de producto.

- Estimación del tiempo de elaboración del producto: Si este es pasteurizado, será entre 120 a 180 minutos.

- Con respecto al esterilizado, este será entre 4 a 6 hrs.

- El registro sanitario para cada producto es fundamental, este se realiza en DIGESA, a través de una declaración del contenido de los ingredientes de casa salsa.

- También se tiene que realizar la inspección de calidad de la materia prima, esto con la finalidad de verificar que los productos no estén contaminados o en proceso de descomposición.

- Para el control de calidad en el proceso de producción: Pasteurizado: Control de temperatura y tiempo. Esterilizado: Control de tiempo, temperatura y presión. Además de revisión del vacío.

- Para controlar la calidad del producto terminado, debemos realizar un análisis fisicoquímico donde revisaremos el PH y el grado de acidez de cada producto. Incluir también el análisis microbiológico.

- **Maquinaria y equipo:**

Podemos adquirirla de manera local o realizar una importación. Estima que los costos van cerca a USD 50,000.00.

Recomendaciones.

- Bandeja stainless Steel: Usada para limpieza y desinfección. Usar cloro para los vegetales.

- Molino: para realizar la combinación de los productos.

- Marmita: se usa para pasteurizar.

- Autoclave: se emplea para el esterilizado.

- **Recursos humanos:**

Es importante para el proyecto:

- Ingenieros o técnicos especializados en alimentos.

- Personal que opere las maquinarias.

- **Conservación, envase y presentación del producto:**

La refrigeración de la materia prima es importante para su conservación. Emplear envases que sean de vidrio para el producto terminado, sellándolos al vacío para evitar el uso de preservantes. Con esta técnica, el producto correctamente cerrado y a una adecuada temperatura, podría durar hasta 2 años. El uso de leche, podría acortar ese tiempo, esto se debe evaluar.

También recomienda evaluar la opción de usar la técnica de someter a los alimentos a presiones muy altas (8700 PSI). Con lo cual podemos quitar las partes microbianas. Esto también nos permite un tiempo de duración aproximada de 24 meses.

El contenido del empaque debe ser informado con claridad:

- Información comercial del producto.

- El nombre genérico. Basarnos en el Codex.

- Peso Neto.

- Tabla Nutricional

- Lista de ingredientes.

- Información de uso.

- Fecha de vencimiento (Muy importante).

De igual manera, es recomendable indicar la fecha del Consumo preferente.

- **Ubicación de la fábrica:**

  Recomienda que evaluemos si nos interesa estar cerca de donde podemos obtener la materia prima, esto debemos revisarlo con respecto a las facilidades de acceso a vías, agua, luz, entre otros detalles.

  Debemos revisar la existencia y ver qué tan disponible está la materia prima, además de revisar nuestro segmento para diseñar el producto de acuerdo a sus gustos.

  Para finalizar, refuerza indicando que la idea del producto es muy innovadora, ya que no hay mucho uso de nuestros productos regionales.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD
EXPERTO: CHEF

Link: https://www.youtube.com/watch?v=F1YFbIHPhd4

Datos:

Figura20. Entrevista a Chef Marcos Castillo.

Elaboración propia.

- **Objetivo:**

La opinión de un chef es importante para fortalecer nuestro sabor y presentación en el producto.

Conclusiones:

- **Con respecto a la presentación del producto:**

Es importante atraer al cliente a través de una presentación y un sabor. Es importante que el producto no solo sea agradable en sabor sino también que visualmente genere emociones al consumidor para que compre el producto y además lo recomiende con las personas de su entorno.

- **Con respecto al proceso de envasado y su conservación:**

Refuerza nuestra elección de uso de vidrio y además de que recomienda que siempre usemos envases de vidrio, ya que no se alteran los sabores del producto.

Indica que el empleo de la técnica al vacío es una buena elección, ya que esta prolonga la duración del producto.

- **Con respecto a la preparación del producto:**

Está de acuerdo con el uso de insumos regionales del Perú, indica que no son muy valorados actualmente, pero que sin embargo son deliciosos y altamente nutritivos. Por ejemplo:

- Hongos de Marayhuaca: Este insumo es altamente nutritivo, además de que contiene propiedades medicinales, y aporta proteína, carbohidratos, es antioxidante, refuerza el sistema inmunológico, es bajo en calorías, entre muchas más bondades.
- Cúrcuma: contiene propiedades que son antioxidantes, desinflamantes y además anti bronquios.
- Oca: Producto que además de ser muy rico, aporta muchos nutrientes por su alto contenido de calcio, fósforo y hierro.

- **Con respecto a los competidores potenciales:**

Le comentamos sobre los fast food, pero indicó que nuestro producto no tiene perfil, ya que es un producto que busca aportar con sus sabores caseros e insumos regionales.

Así mismo, las salsas envasadas que existen actualmente en el mercado, son muy limitadas de sabores. Actualmente el consumidor peruano busca innovación y salir de lo convencional, que es lo que nuestra salsa ofrece.

- **Con respecto a los consumidores finales:**

Podemos aprovechar la tendencia de consumo de productos saludables y naturales, que es lo que actualmente busca el consumidor peruano. Si destacamos nuestro valor agregado, tranquilamente podemos ser aceptados por nuestro segmento y siendo reconocidos por un producto que es novedoso y nutritivo.

- **Conclusiones:**

- Es primordial destacar el uso de insumos regionales en cada salsa, de esta manera captaremos la atención de nuestro consumidor.

- Los insumos que usaremos, no son utilizados por las empresas que producen salsas, lo que nos hace distintos.

- El paladar del peruano es exigente, mucho más al sector que nos estamos dirigiendo, por lo que debemos tener una buena comunicación de nuestras bondades.

4.1.4 Focus Group.

PROYECTO: DOÑA SALSA.

FOCUS GROUP Nro. 1

Link: https://www.youtube.com/watch?v=NyJMXJzOxSM

Tabla 16 - *Ficha técnica del estudio cualitativo – Focus Group 1*

DATOS GENERALES	DETALLES
Fecha:	09 de Septiembre de 2017
Perfil de los participantes:	Sexo femenino y masculino de 25 a 55 años
N° de asistentes:	08
Ubicación de domicilio:	Zonas 6 y 7 de Lima
Nivel Socio Económico:	A 2 y B
Tiempo:	50 mn
Objetivos del FG N° 01	- Conocer el perfil del consumidor de salsas. - Nivel de aceptación del producto. - Cuál es la disposición a pagar por el producto y cuánto.

Elaboración propia.

Figura 21. Focus Group 1

Elaboración propia.

- **Conclusiones del Focus group:**

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

Perfil del consumidor:

- Ritmo de vida acelerado por que estudia y trabaja a la vez.

- Buscan productos que faciliten su día a día, no quieren permanecer tanto tiempo haciendo cosas de cocina.

- Buscan alimentarse sanamente y además no les gusta lo que contiene preservantes.

- Si consumirían un producto nuevo y distinto a los tradicionales que existen en el mercado en la actualidad.

Validación de las salsas:

Destacan que es muy importante la presentación, el color del producto, y además de que debe de tener un precio accesible.

- Valoran mucho que las salsas no usen preservantes, estarían dispuestos a pagar un promedio de S/9 por cada salsa de 200 gr.

- Indican que deberíamos poner nuestro producto en cualquier establecimiento para que este sea fácil de adquirir.

- Nos dijeron que la presentación debe de llamar la atención del consumidor, por lo que deberíamos reforzar en los colores de la presentación.

- Las salsas deberían tener colores que provoquen ser consumidos, esto generaría una mayor atracción al público.

Tabla 17 - *Conclusiones Focus Group 1*

SE ACEPTÓ	**SE RECHAZÓ**
Salsas nutritivas con ingredientes autóctonos del Perú.	Los nombres de algunas salsas.
Que las salsas no contenga preservantes.	El contenido de sodio en las salsas.
La practicidad de las salsas.	

Elaboración propia.

A continuación mencionamos los cambios**:**

- Reduciremos el nivel de sodio en nuestras salsas.
- Modificaremos los nombres de cada salsa.

FOCUS GROUP Nro. 2

Link: https://www.youtube.com/watch?v=s-Hr_5uAvIc

Tabla 18 - *Ficha técnica del estudio cualitativo. Focus Group 2*

DATOS GENERALES	DETALLES
Fecha:	09 de Septiembre de 2017
Perfil de los participantes:	Sexo femenino y masculino de 25 a 55 años
N° de asistentes:	08
Ubicación de domicilio:	Zonas 6 y 7 de Lima
Nivel Socio Económico:	A 2 y B
Tiempo:	50 mn
Objetivos del FG N° 02	- Conocer el perfil del consumidor de salsas. - Nivel de aceptación del producto. - Cuál es la disposición a pagar por el producto y cuánto.

Elaboración propia.

Figura 22. Focus Group 2.

Elaboración propia.

- **Conclusiones:**

Perfil del consumidor:

- Personas que trabajan y/o estudian que no cuentan con tiempo para preparar sus comidas.
- Consumidores que buscan alimentos prácticos y de variados sabores, de preferencia que sean caseros.
- Buscan alimentos saludables, por su bienestar y el de toda su familia.
- Buscan alimentos que no contengan muchos preservantes.
- Están dispuestos a pagar entre 8 a 10 soles por una presentación de 200 Gr.

Validación de las salsas:

- Valoran mucho que nuestro valor diferenciador sea el uso de productos naturales y regionales y que no usemos químicos en la conservación.
- Les gustaron los distintos tipos de salsas que les presentamos.
- En una de las opiniones nos sugieren que la salsa que representa a la selva tenga un sabor más picante.
- Sugieren cambio de los nombres de las salsas, que estén más asociados a cada región y producto.
- Prefirieron la presentación del envase alargado, pues da la impresión de obtener una mayor cantidad de producto.
- Sugieren emplear telas como decoración con colores alusivos a cada región para cada envase.
- Sugieren cambios en el logotipo.

Tabla 19 - *Conclusiones Focus 2*

SE ACEPTÓ	SE RECHAZÓ
Distintos sabores de salsas.	El nombre “Salsa-ta”
Que las salsas no contenga preservantes ni químicos.	Los nombres de algunas salsas.
La practicidad de las salsas.	
Los envases altos.	Los envases bajos de vidrio.

Elaboración propia.

A continuación mencionamos los cambios**:**

- Buscaremos un nombre que sea más fácil de recordar y esté asociado a las salsas envasadas.
- Incluir los datos de la tabla de valores nutricionales así como la fecha de caducidad.
- Diferenciar cada salsa por tipo de ingredientes.

4.1.5 Encuestas.

Perfil de las personas encuestadas:

El objetivo es conocer a el perfil de nuestro consumidor como sus preferencias, cuánto está dispuesto a pagar, la frecuencia de compra entre otros detalles. Por lo que nos basamos en el cálculo de muestra (385 personas):

- **Género:**

Tabla 20 - *Cantidad de encuestados según género*

Género	# Personas
Total hombres	159
Total mujeres	226
Total	385

Elaboración propia.

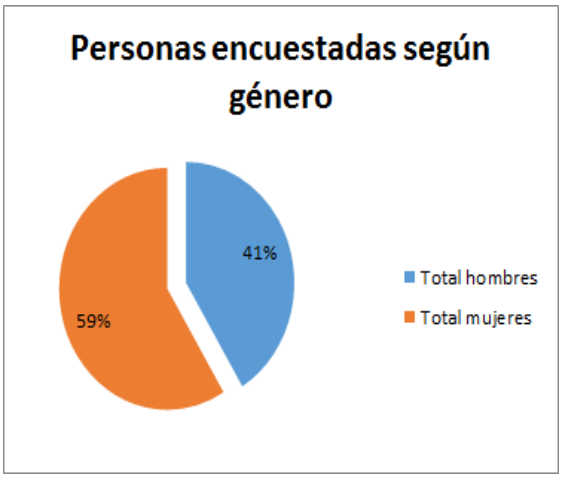


Figura 23. **Total encuestados por género.**

Elaboración propia.

Las personas encuestadas fueron elegidas de manera aleatoria, y obtuvimos que el 59% de nuestros encuestados eran mujeres y el 41% son hombres.

- **Localización de acuerdo a lugar de residencia:**

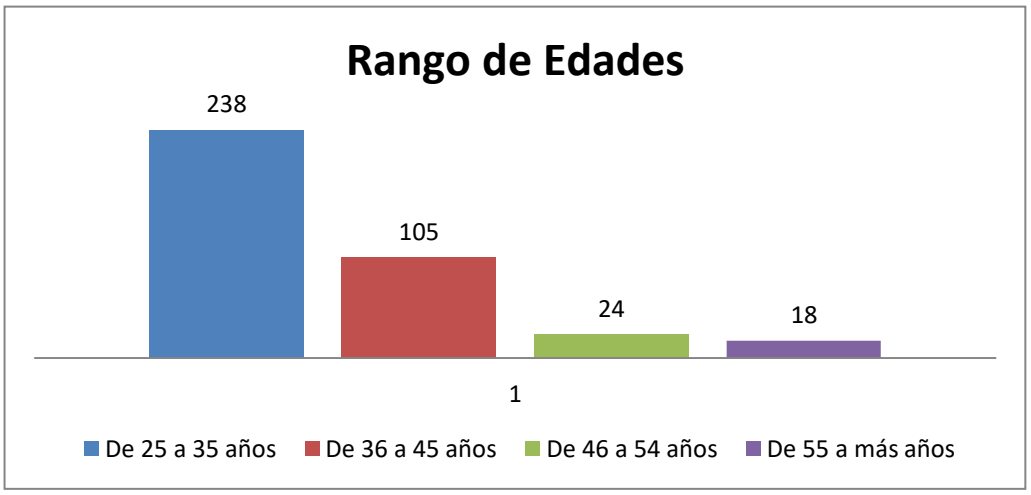
Tabla 21 - *Total encuestados según género y zona*

NÚMERO DE ZONA	DISTRITO	ZONA	CANTIDAD	TOTAL
Zona 6	Jesús María	Hombre	6	10
		Mujer	4	
	Lince	Hombre	4	9
		Mujer	5	
	Pueblo Libre	Hombre	4	10
		Mujer	6	
	Magdalena	Hombre	7	11
		Mujer	4	
	San Miguel	Hombre	13	27
		Mujer	14	
Zona 7	Miraflores	Hombre	23	33
		Mujer	10	
	San Isidro	Hombre	14	23
		Mujer	9	
	San Borja	Hombre	26	78
		Mujer	52	
	Surco	Hombre	41	129
		Mujer	88	
	La Molina	Hombre	23	55
		Mujer	32	

Elaboración propia

- **Categoría de edades de nuestros encuestados:**

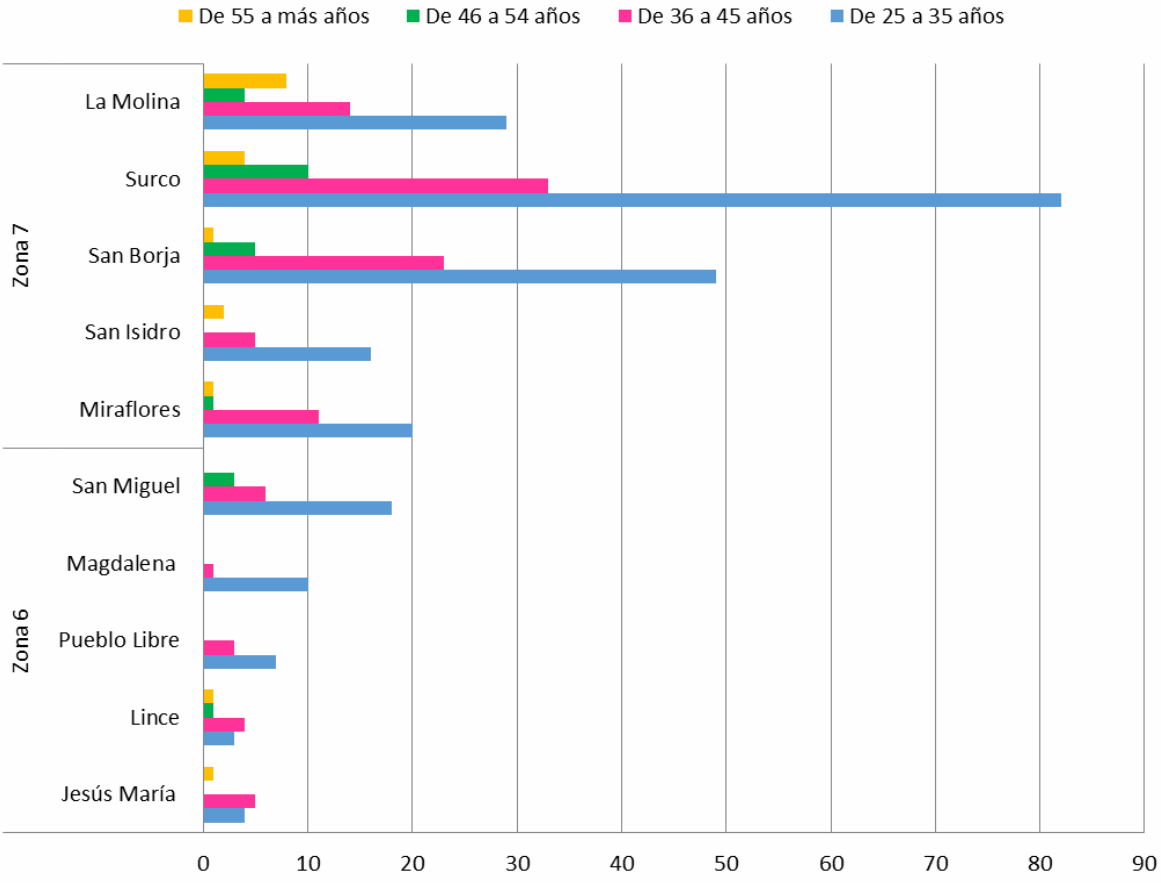
Tabla 22 - *Distribución de encuesta dos según edades*



Elaboración propia

La mayoría de los encuestados en este proyecto se encuentran entre las edades de 24 a 45 años.

- **Distritos con mayor residencia de nuestro encuestados de acuerdo a sus edades:**



	Zona 6					Zona 7				
	Jesús María	Lince	Pueblo Libre	Magdalena	San Miguel	Miraflores	San Isidro	San Borja	Surco	La Molina
De 55 a más años	1	1	0	0	0	1	2	1	4	8
De 46 a 54 años	0	1	0	0	3	1	0	5	10	4
De 36 a 45 años	5	4	3	1	6	11	5	23	33	14
De 25 a 35 años	4	3	7	10	18	20	16	49	82	29

Figura24. Distribución de encuestados según distritos de residencia y edades.

Elaboración propia.

Como se puede observar, la gran parte de encuestados radican en el distrito de Santiago de Surco y están entre los 25 a 55 años.

- **Lugares donde prefieren adquirir salsas envasadas:**

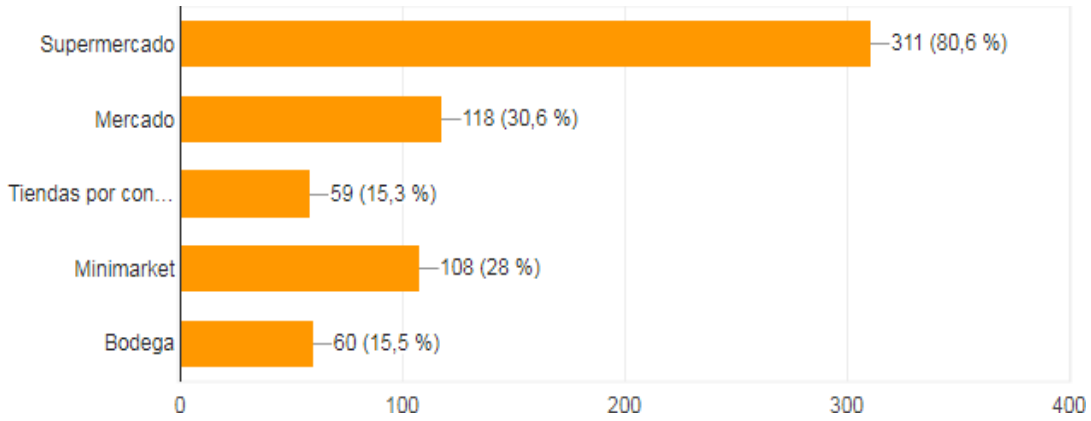


Figura 25. Lugares de preferencia para comprar salsas envasadas.

Elaboración propia.

Realizada con una pregunta de opción múltiple, los encuestados mantienen su preferencia por los Supermercados.

- **Medios de comunicación:**

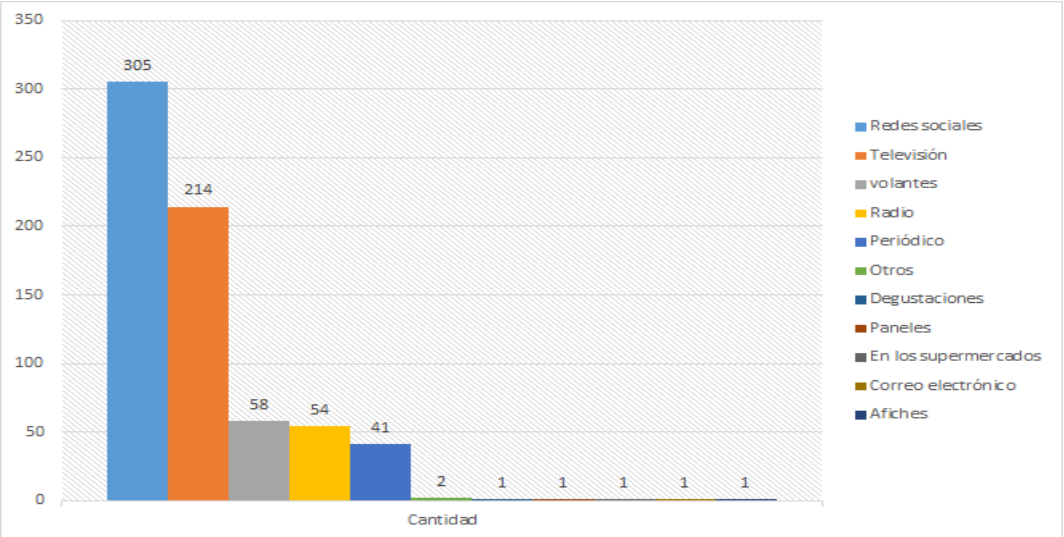


Figura 26. Medios de comunicación preferidos para recibir información sobre salsas envasadas.

Elaboración propia.

A través de una pregunta de opción múltiple, la mayoría de encuestados coincidió en que preferirían tener conocimiento de este producto a través de las redes sociales, de la misma manera, la televisión sería un medio adecuado para a difusión de nuestro producto.

- **Posibilidad de consumo:**

Para determinar el nivel de aprobación de nuestro producto se realizó la siguiente pregunta: ¿Consumiría salsas envasadas elaboradas con ingredientes poco conocidos de las diferentes regiones del Perú?

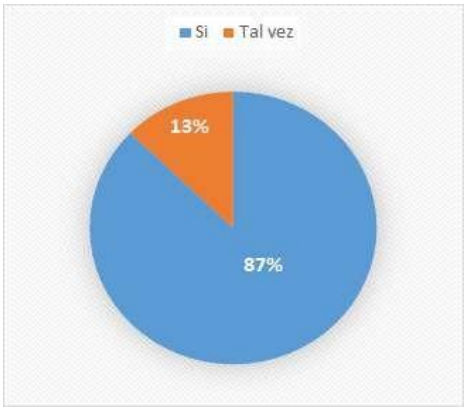


Figura27. Aceptación de consumo de salsas envasadas.

Elaboración propia.

Según el perfil de compra de los encuestados, nos indica que el 87% de ellos, llegarían a consumir salsas envasadas, mientras que el 13% tal vez las consuman.

- **Gramaje de presentación :**

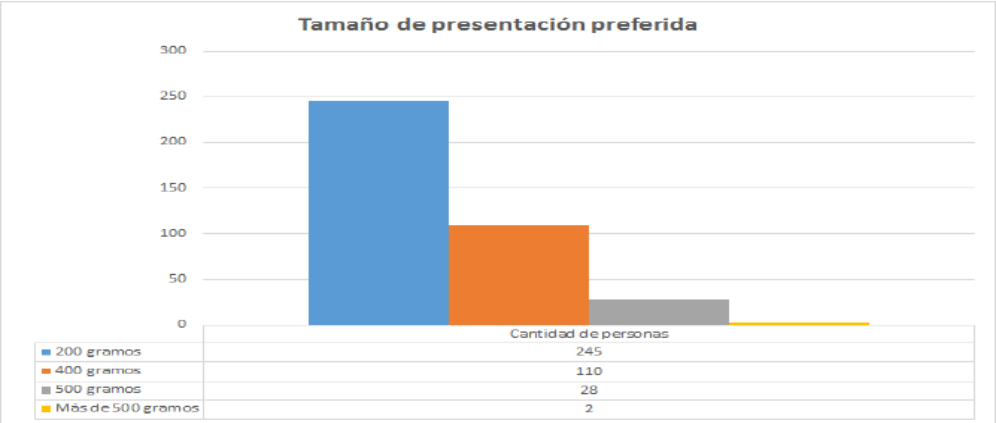


Figura 28. Tamaño de presentación preferido

Elaboración propia.

El gráfico anterior se demuestra el tamaño de presentación que más prefieren nuestros encuestados, siendo el de 200 Gr. Con un **64%** que cuenta con mayor aceptación, y la diferencia prefiere las presentaciones de 400 Gr. y/o 500 Gr.

- **Aceptación de precio por presentación de 200 gr.**

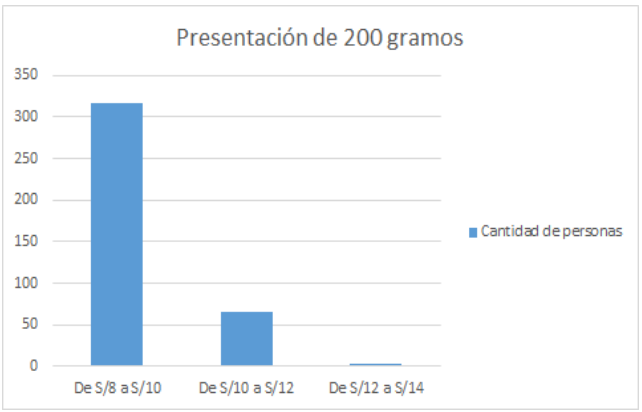


Figura 29. Precio que aceptarían por una presentación de 200 gr.

Elaboración propia.

El 82% de nuestros encuestados opinan que estarían dispuestos a pagar en el rango de S/. 8. a S/. 10. Soles por una Salsa de contenido de 200 Gr.

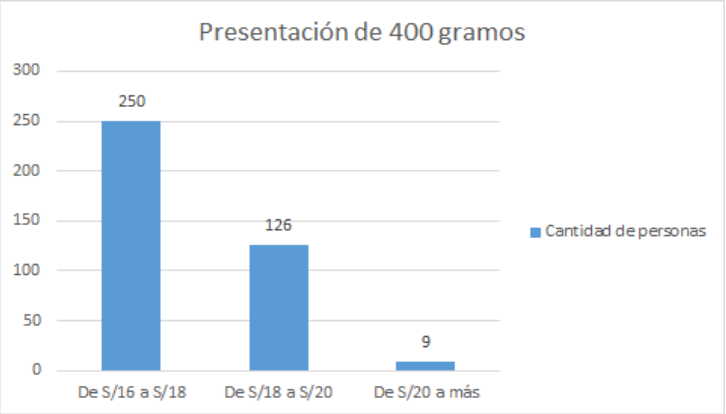


Figura 30. Precio que aceptarían por una presentación de 400 gr.

Elaboración propia.

Así también, indicaron que están de dispuestos a gastar entre S/. 16. a S/.18. Soles por un frasco de 400 Gr., representado por un 65% de los encuestados.

4.2 Oferta y demanda

4.2.1 Estimación del Mercado Potencial

- Criterios de segmentación:

Está constituido por todas las personas que pueden contar con el interés en adquirir nuestro producto.

Tabla 23 - *Criterios de segmentación*

Sexo	Hombres - Mujer
Rango de edades	25 a 55 años de edad
NSE	A 2 y B
Distritos	Zona 6 conformado por los siguientes distritos: San Miguel, Lince, Jesús María, Pueblo libre y Magdalena; y la Zona 7 conformado por los siguientes distritos: La Molina, Santiago de Surco, Miraflores, San Isidro y San Borja.

Elaboración propia.

Detalle de la segmentación por el presente año 2017:

Mercado potencial= Población Proyectada * NSE en % * Edad en %

Tabla 24 -*Mercado potencial por distrito proyectado*

ZONA	DISTRITO	POBLACION	ENTRE 25 – 55		NIVEL SOCIO ECONÓMICO		Total Mercado Potencial
		H + M	#	(%)	NSE A	NSE B	
ZONA 6	PUEBLO LIBRE	77,800	18,466	3	3,121	2,290	5,411
	JESÚS MARÍA	73,200	18,534	3	3,132	2,298	5,430
	MAGDALENA	55,800	22,600	4	3,819	2,802	6,622
	LINCE	51,300	20,991	3	3,547	2,603	6,150
	SAN MIGUEL	138,300	71,230	12	12,038	8,833	20,870
ZONA 7	SAN BORJA	114,400	102,970	17	57,251	13,798	71,049
	MIRAFLORES	84,000	24,671	4	13,717	3,306	17,023
	SAN ISIDRO	55,600	25,575	4	14,220	3,427	17,647
	LA MOLINA	170,289	70,652	12	39,283	9,467	48,750
	SURCO	351,200	238,826	39	132,787	32,003	164,790
TOTAL		**1,171,889**	**614,515**	**100**	**282,916**	**80,827**	**363,742**

Fuente: CPI
Elaboración propia.

4.2.2 Estimación del Mercado Disponible

Se encuentra conformado por filtro del mercado potencial, quienes llegan a cumplir con los criterios de nuestra segmentación.

Para lograr dicha estimación, se empleó la pregunta Nro. 15 en las encuestas: ¿Consumirás salsas envasadas elaboradas con ingredientes pocos conocidos de las diferentes regiones del Perú?; donde se obtuvo como resultado que el 87% Sí consumiría nuestras salsas.

Mercado disponible = Mercado potencial*87%

Tabla 25 - *Mercado disponible por distrito*

Distrito	2018
PUEBLO LIBRE	4,707
JESÚS MARÍA	4,725
MAGDALENA	5,761
LINCE	5,351
SAN MIGUEL	18,157
SAN BORJA	61,813
MIRAFLORES	14,810
SAN ISIDRO	15,353
LA MOLINA	42,412
SURCO	143,367
Mercado Disponible en personas	**316,456**

4.2.3 Estimación del mercado efectivo

Para lograr el cálculo de nuestro mercado efectivo, se realizaron dos preguntas: Nro.18: ¿En qué tamaño de presentación consideras que sería la más apropiada? Y Nro.19: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? , donde confirman su decisión de comprar el producto.

Respuesta para presentación de 200 gramos: 64%

Respuesta para definir la aprobación de nuestro precio: 82%

Cálculo para presentación de 200 gramos:

Mercado Efectivo = Mercado Disponible*82%*64%

Tabla 26 - *Mercado Efectivo general de personas por distrito*

Distrito	2018
PUEBLO LIBRE	3,013
JESÚS MARÍA	3,024
MAGDALENA	3,687
LINCE	3,425
SAN MIGUEL	11,621
SAN BORJA	39,560
MIRAFLORES	9,478
SAN ISIDRO	9,826
LA MOLINA	27,144
SURCO	91,755
Mercado efectivo general de personas	202,532

Elaboración propia.

4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo

Para tomar en cuenta el mercado objetivo de las salsas envasadas en frascos de 200 gr, tomamos en cuenta los siguientes componentes:

- Para el cálculo del año uno, hemos tomado como referente a la Salsa de tomates Alacena, ya que cuenta con una participación de mercado del 4%.

- Para el cálculo de los siguientes años logramos tomar como referencia al crecimiento del consumo de salsas en nuestro país durante los años 2011 (12%) y (15%).

Fórmula:

Primer año: Participación en el mercado (Mercado efectivo * 4%)

Segundo año: Crecimiento (Mercado Efectivo * (12 - 4) 8%)

Tabla 27 - *Mercado objetivos por distritos*

	2018	2019	2020
Tasas de mercado objetivo	4.00%	8.00%	8.00%

Distrito	2018	2019	2020
PUEBLO LIBRE	99	107	115
JESÚS MARÍA	99	107	116
MAGDALENA	121	131	141
LINCE	112	121	131
SAN MIGUEL	381	412	445
SAN BORJA	1298	1401	1513
MIRAFLORES	311	336	363
SAN ISIDRO	322	348	376
LA MOLINA	890	962	1038
SURCO	3010	3250	3510
Mercado Objetivo en personas	**6,643**	**7,174**	**7,748**

Elaboración propia.

4.2.5 Frecuencia de compra.

Para aprobar nuestra frecuencia de compra, hemos calculado dicha frecuencia de compra del perfil del cliente, los resultados se muestran a continuación:

Constancia de compra de perfil del cliente para consumo de salsas envasadas:

Empleamos la pregunta número 13: ¿Qué cantidad de salsas compraría al mes?

Tabla 28 - *Frecuencia de compra del perfil del cliente*

	Cantidad	Porcentaje	Al año	Frecuencia
1 unidad	142	37%	12	4.43
2 unidades	190	49%	24	11.84
3 unidades	35	9%	36	3.27
4 unidades	16	4%	48	1.99
5 unidades	2	1%	60	0.31
Total	**385**	**100%**		**21.85**

Elaboración propia.

Se puede concluir que, una persona llega a consumir entre 21 a 22 salsas de manera anual, es decir que mensualmente consume alrededor de 2 salsas.

Para este proyecto, se está considerando un escenario conservador del resultado de la frecuencia de compra:

21.85* 0.95 = 20.76 de salsas al año.

Después de analizar el resultado se puede indicar que una persona consumirá aproximadamente 6.55 salsas anualmente, que será el referente a usar para el análisis de la demanda.

4.2.6 Cuantificación Anual de la Demanda

Para lograr el cálculo de la demanda anual multiplicamos el mercado objetivo por la constancia de compra de la validación del producto.

a) Demanda anual de salsas envasadas * 6.55

Tabla 29 - *Cálculo para determinar la Demanda Anual de Salsas*

200 gramos	Año 1	Año 2	Año 3
Mercado Efectivo	6,643	7,174	7,748
Demanda anual	137,889	148,920	160,834

Expresado en número de salsas.
Elaboración propia.

Basándonos en el marco muestral podemos determinar las unidades de salsas a vender por cada zona:

Tabla 30 – *Demanda por zonas*

ZONA	Distrito	% de cuota	Año 1	Año 2	Año 3
Zona 6	PUEBLO LIBRE	3%	3,612	3,901	4,213
Zona 6	JESÚS MARÍA	2%	3,423	3,697	3,993
Zona 6	MAGDALENA	3%	3,880	4,190	4,526
Zona 6	LINCE	2%	3,077	3,324	3,589
Zona 6	SAN MIGUEL	7%	9,553	10,317	11,143
Zona 7	SAN BORJA	20%	28,070	30,315	32,740
Zona 7	MIRAFLORES	9%	11,832	12,778	13,800
Zona 7	SAN ISIDRO	6%	8,416	9,089	9,816
Zona 7	LA MOLINA	14%	19,671	21,245	22,944
Zona 7	SURCO	34%	46,356	50,064	54,070
Demanda anual x Zonas		**100%**	**137,889**	**148,920**	**160,834**

Elaboración propia.

4.2.7 Estacionalidad

Nuestras salsas no cuentan con una estacionalidad marcada, debido a que se puede consumir en cualquier época del año. De igual forma, la materia prima que se emplea para se encuentra a libre disponibilidad durante todo el año, ello nos permite ofrecer nuestros productos de manera ininterrumpida.

Tabla 31 – *Estacionalidad año 1*

Estacionalidad 2018	
Enero	5.00%
Febrero	5.00%
Marzo	5.00%
Abril	6.67%
Mayo	6.67%
Junio	6.67%
Julio	10.00%
Agosto	10.00%
Septiembre	10.00%
Octubre	11.67%
Noviembre	11.67%
Diciembre	11.67%
Total	**100.00%**

Elaboración propia.

Tabla 32 *- Estacionalidad año 2 y 3*

Estacionalidad 2019-2020	
Enero	8.33%
Febrero	8.33%
Marzo	8.33%
Abril	8.33%
Mayo	8.33%
Junio	8.33%
Julio	8.33%
Agosto	8.33%
Septiembre	8.33%
Octubre	8.33%
Noviembre	8.33%
Diciembre	8.33%
Total	100.00%

Elaboración propia.

En el siguiente cuadro observaremos la estacionalidad en la demanda de nuestras salsas. En los cuadros anteriores logramos estimar la demanda durante el primer trimestre del Año 1 contando con un escenario conservador, debido a que es un producto nuevo en el mercado, sin embargo al inicio del año 3 se tiene datos históricos referentes, es en ese momento que se realizaran los ajustes que sean necesarios.

Tabla 33 *– Estacionalidad de la demanda anual*

Presentación de Salsa de 200 Gr.	2018	2019	2020
Salsa Cajamarquez	57,687	62,302	67,287
Salsa Salcina	57,581	62,187	67,162
Salsa de Campechana	16,452	17,768	19,189
Salsa Fungies	6,169	6,663	7,196
Demanda Total (Unidades)	**137,889**	**148,920**	**160,834**

Elaboración propia.

4.2.8 Programa de Ventas en Unidades y valorizado en Soles

En el siguiente cuadro detallaremos el programa de ventas valorizado en unidades y en soles, de acuerdo a los meses por cada año.

Tabla 34 *– Programa de ventas año 1*

Año 2018	Estacionalidad	Salsa Cajamarquez	Salsa Salcina	Salsa Campechana	Salsa Fungies	Total
Enero	5.00%	S/. 20,767.46	S/. 20,729.00	S/. 5,922.57	S/. 2,220.96	S/. 49,639.99
Febrero	5.00%	S/. 20,767.46	S/. 20,729.00	S/. 5,922.57	S/. 2,220.96	S/. 49,639.99
Marzo	5.00%	S/. 20,767.46	S/. 20,729.00	S/. 5,922.57	S/. 2,220.96	S/. 49,639.99
Abril	6.67%	S/. 27,689.94	S/. 27,638.66	S/. 7,896.76	S/. 2,961.29	S/. 66,186.65
Mayo	6.67%	S/. 27,689.94	S/. 27,638.66	S/. 7,896.76	S/. 2,961.29	S/. 66,186.65
Junio	6.67%	S/. 27,689.94	S/. 27,638.66	S/. 7,896.76	S/. 2,961.29	S/. 66,186.65
Julio	10.00%	S/. 41,534.91	S/. 41,457.99	S/. 11,845.14	S/. 4,441.93	S/. 99,279.97
Agosto	10.00%	S/. 41,534.91	S/. 41,457.99	S/. 11,845.14	S/. 4,441.93	S/. 99,279.97
Septiembre	10.00%	S/. 41,534.91	S/. 41,457.99	S/. 11,845.14	S/. 4,441.93	S/. 99,279.97
Octubre	11.67%	S/. 48,457.40	S/. 48,367.66	S/. 13,819.33	S/. 5,182.25	S/. 115,826.64
Noviembre	11.67%	S/. 48,457.40	S/. 48,367.66	S/. 13,819.33	S/. 5,182.25	S/. 115,826.64
Diciembre	11.67%	S/. 48,457.40	S/. 48,367.66	S/. 13,819.33	S/. 5,182.25	S/. 115,826.64
Total	**100.00%**	**S/. 415,349.10**	**S/. 414,579.94**	**S/. 118,451.41**	**S/. 44,419.28**	**S/. 992,799.73**

Elaboración propia.

Tabla 35 *– Programa de ventas año 2*

Año 2019	Estacionalidad	Salsa Cajamarquez	Salsa Salcina	Salsa Campechana	Salsa Fungies	Total
Enero	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Febrero	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Marzo	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Abril	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Mayo	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Junio	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Julio	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Agosto	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Septiembre	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Octubre	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Noviembre	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Diciembre	8.33%	S/. 37,381.42	S/. 37,312.19	S/. 10,660.63	S/. 3,997.74	S/. 89,351.98
Total	**100.00%**	**S/. 448,577.03**	**S/. 447,746.33**	**S/. 127,927.52**	**S/. 47,972.82**	**S/. 1,072,223.71**

Elaboración propia.

Tabla 36 *– Programa de ventas año 3*

Año 2020	Estacionalidad	Salsa Cajamarquez	Salsa Salcina	Salsa Campechana	Salsa Fungies	Total
Enero	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Febrero	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Marzo	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Abril	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Mayo	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Junio	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Julio	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Agosto	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Septiembre	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Octubre	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Noviembre	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Diciembre	8.33%	S/. 40,371.93	S/. 40,297.17	S/. 11,513.48	S/. 4,317.55	S/. 96,500.13
Total	**100.00%**	**S/. 484,463.19**	**S/. 483,566.04**	**S/. 138,161.73**	**S/. 51,810.65**	**S/. 1,158,001.60**

Elaboración propia.

El importe por la venta al canal de venta o distribuidor se considerará un 25% de margen de ganancia.

Tabla 37 *– Precio de venta al canal*

Presentación	Precio de venta a canal	Margen del canal 25%	Precio Neto	IGV	Precio de venta al público
200 gr.	S/. 7.20	S/. 1.80	S/. 9.00	S/. 1.62	S/. 10.62

Elaboración propia.

Estimación de la demanda expresada en nuevos soles:

Tabla 38 *- Valorización de la demanda*

	2018	2019	2020
Valor de ventas	S/. 992,799.73	S/. 1,072,223.71	S/. 1,158,001.60
crecimiento de las ventas		**8.00%**	**8.00%**

Elaboración propia.

- **Demanda según sabores de salsas:**

De acuerdo a las conclusiones brindadas por las encuestas y de los focus group, creemos que, trabajar con los siguientes sabores es lo más conveniente:

Tabla *39* *- Sabores de salsa que más prefieren*

Sabor	Porcentaje
Salsa Costera	28%
Salsa de alcachofa y tocino	8%
Salsa Fungies	3%
Salsa Selvatica	28%

Elaboración propia.

Y lo ponderaremos en proporción al total de las personas encuestadas.

Tabla 40 *- Proporción de las salsas que más prefieren*

Sabor	Porcentaje	Proporción
Salsa Cajamarquez	**28%**	**42%**
Salsa Campechana	**8%**	**12%**
Salsa Fungies	**3%**	**4%**
Salsa Salcina	**28%**	**42%**
Total	**67%**	**100%**

Elaboración propia.

El importe venta para cada producto es el siguiente:

Tabla 41 - *Estimación del precio*

Sabor	Precio de venta a canal	Margen del canal 25%	Precio Neto	IGV	Precio de venta al público
Salsa Cajamarquez	**S/. 7.20**	**S/. 1.80**	**S/. 9.00**	**S/. 1.62**	**S/. 10.62**
Salsa Salcina	**S/. 7.20**	**S/. 1.80**	**S/. 9.00**	**S/. 1.62**	**S/. 10.62**
Salsa Campechana	**S/. 7.20**	**S/. 1.80**	**S/. 9.00**	**S/. 1.62**	**S/. 10.62**
Salsa Fungies	**S/. 7.20**	**S/. 1.80**	**S/. 9.00**	**S/. 1.62**	**S/. 10.62**

Elaboración propia.

Ventas esperadas según el canal considerado por cuota de participación en porcentajes, unidades y soles:

De acuerdo al resultado de las encuestas, se logró determinar que la preferencia de los consumidores esta en los supermercados, así también se está considerando la creciente tendencia de las tiendas por conveniencia:

Tabla 42 - *Proporción de lugares de compra*

	Resultados de encuestas	Proporción
Supermercados	81%	96%
Tiendas por conveniencia	3%	4%
TOTAL	84%	100%

Elaboración propia.

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 Producto.

Nuestro producto son salsas preparadas con ingredientes regionales y poco difundidos de nuestro país, insumos tales como el cushuro, oca, hongos de marayhuaca, charqui, sacha tomate, alcachofa, entre otros. Estos insumos tienen un alto contenido proteínico lo cual es muy beneficioso para la salud así también nuestros insumos son preparados con los más altos estándares bromatológicos para asegurar un producto final de gran calidad, tanto en sabores, como en texturas, olores y diferentes propiedades organolépticas que se encuentran en las salsas.

Otro aspecto positivo que se puede encontrar en nuestras salsas, es la versatilidad de las mismas, ya que, cada una de ellas puede ser combinado de diferentes maneras al gusto y preferencia del cliente, pueden ser usados en piqueos como en platos de fondo, dependiendo de las necesidades de ellos.

Así también, para el proceso de envasado utilizamos la técnica de sellado al vacío, de esa forma, aseguramos que el producto llegue a durar hasta 1 año en un correcto estado de conservación.

Un punto interesante en nuestro producto es la creatividad de las recetas que tienen nuestras salsas, si bien el consumidor está acostumbrado a las clásicas salsas como el pesto, bolognesa, seco, estofado o el escabeche, nuestro producto rompe los esquemas tradicionales de la cocina peruana, intentado ampliar los productos culinarios de nuestra cocina dando a conocer los nuevos insumos, promoviendo su consumo y dando a conocer sus diferentes propiedades, logrando al mismo tiempo crear nuevas ideas de

cómo consumirlas y prepararlas, de esa manera, expandir el paladar de nuestros consumidores.

a) Nombre del producto:

En un principio se optó por elegir el nombre SALSA-TA, sin embargo, en las diferentes encuestas y los focus, a los consumidores no les parecieron adecuado.

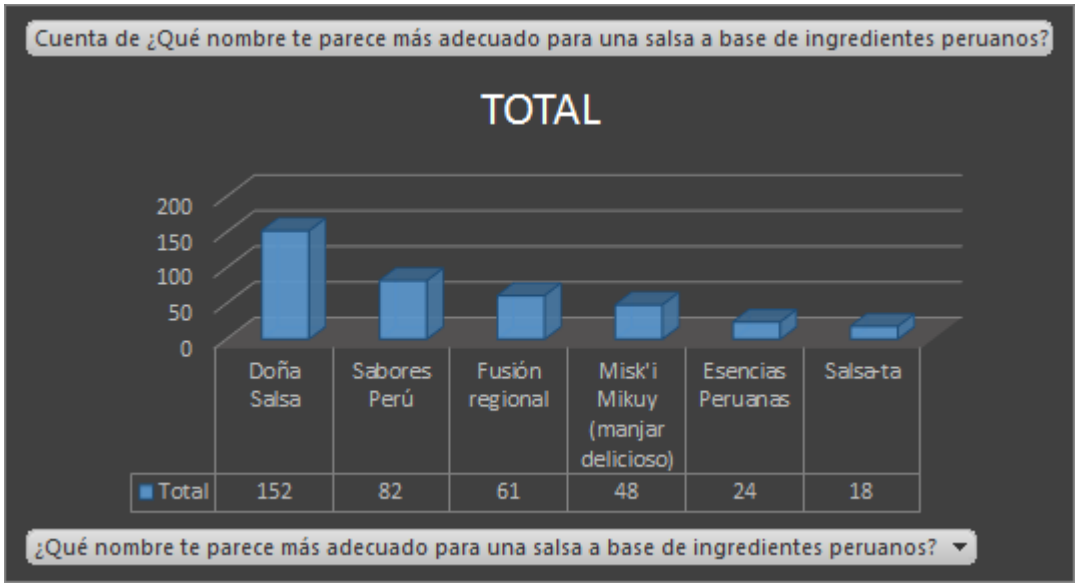


Figura 31. Preferencias de nombres de producto.

Obtenido de estudio cuantitativo. Elaboración propia.

Debido a ello, se le seleccionó el nombre “Doña Salsa” el cual tuvo mayor favoritismo por parte de nuestros encuestados.

Nombre por cada sabor de Salsa:

Para determinar cada nombre de las salsas, se les solicito a los encuestados que nos den su percepción del nombre elegido para cada salsa, y en ocasiones contestaron que no, según cuadro detallado líneas abajo. De igual manera, en el focus group los participantes dieron observaciones similares.

Salsa Selvática:

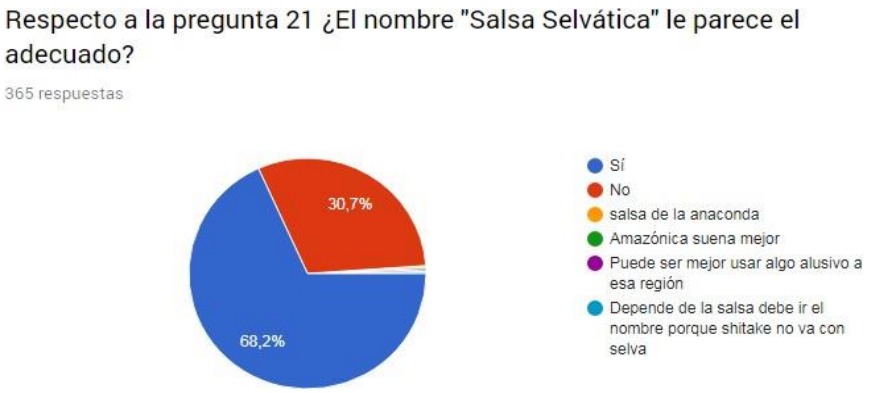


Figura 32. Percepción del nombre de la salsa selvática.

Obtenido de estudio cuantitativo.
Elaboración propia.

Este producto inicialmente tenía por nombre “Selvática” obtuvimos las diferentes sugerencias de crear un nombre que identifique nuestra salsas, por lo que pensamos en uno de los insumos utilizado en la preparación del producto y decidimos cambiar el nombre por **“Salsa Salcina”.**

Salsa Costera:

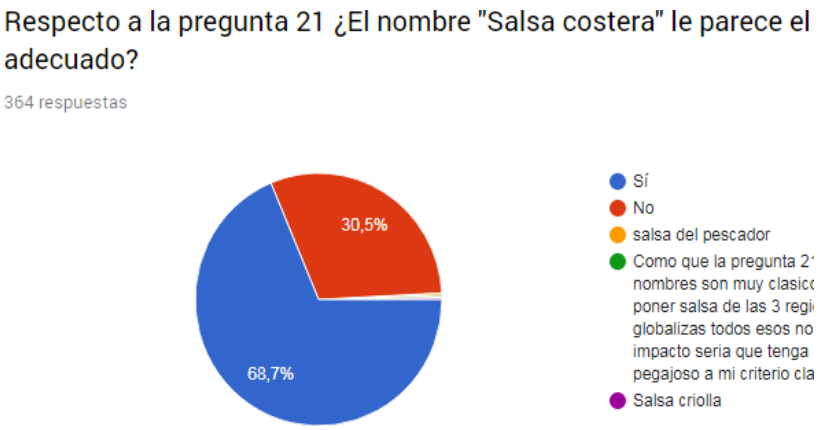


Figura 33. Percepción del nombre de la salsa costera.

Obtenido de estudio cuantitativo.
Elaboración propia.

De igual modo, con esta salsa recibimos muchos elogios en cuanto al sabor, sin embargo, mediante al focus group nos sugirieron cambiar el nombre, debido a sus ingredientes, puesto que se identificaba más con una salsa de Cajamarca. Motivo por el cual decidimos nombrarla **"Salsa Cajamarquez".**

Salsa de alcachofa y tocino:

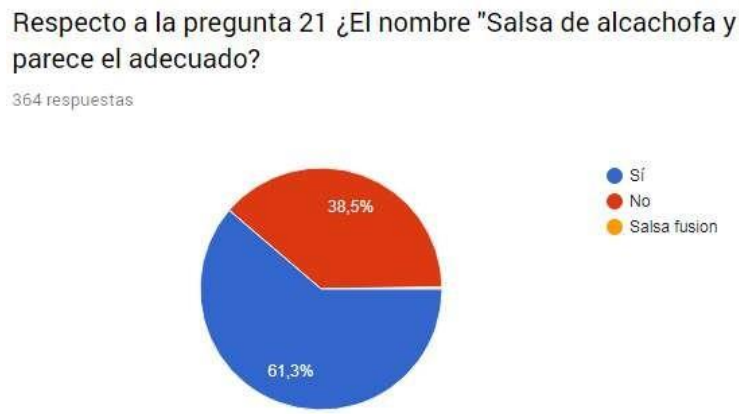


Figura34. Percepción del nombre de la Salsa alcachofa y tocino.

Obtenido de estudio cuantitativo.
Elaboración propia.

Este fue el producto que obtuvo gran aceptación, los encuestados nos sugirieron personalizar el nombre, de acuerdo a los ingredientes o la procedencia de sus insumos, por lo que la nombramos **"Salsa Campechana"** ya que cuenta con los ingredientes principales: tocino y alcachofa.

Salsa Fungies

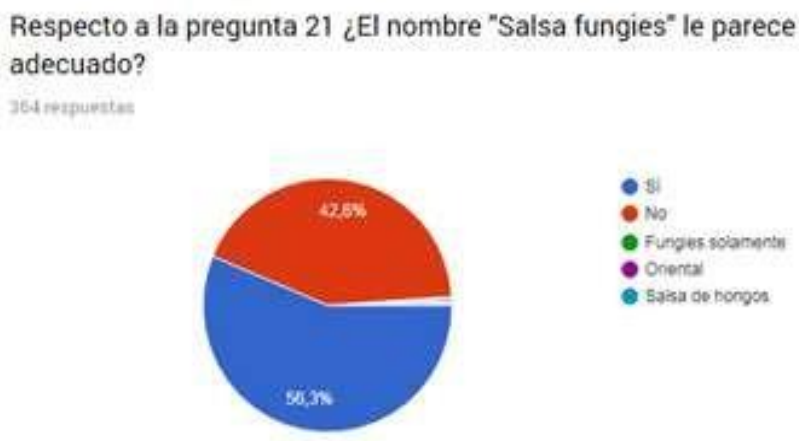


Figura35. Percepción del nombre salsa Fungies.

Obtenido de estudio cuantitativo.
Elaboración propia.

Si bien en las encuestas esta salsa no tuvo gran aceptación, en el focus group tuvo un reconocimiento muy peculiar, además que, automáticamente fue vinculado el nombre con el producto. Por lo que se decidió mantener el nombre como **"Salsa Fungies".**

b) Logo

Diseño: para el diseño escogimos una olla rústica o conocida como la olla de barro que une a nuestro producto con lo autóctono de nuestros insumos, así también, la olla de barro estará llena de comida, dando a entender que la comida ya está preparada, así lograr que los clientes entiendan que nuestro producto está listo para calentar y ser usado de la manera que ellos gusten.

También en el diseño del interior de la olla de barro será transparente, eso para que se pueda traslucir los colores de nuestra salsa, así conseguir una diferenciación del resto de competidores en el mercado.

Basándonos en los resultados cuantitativos y cualitativos, logramos detectar información relevante para la aplicación de estrategias a nuestro proyecto.

Logo inicial: Este logo fue observado en el informe numero 1 pues no lograba transmitir la idea de nuestro producto:

Figura 36. Propuesta de logo inicial

Elaboración propia.

A continuación presentamos las 3 alternativas que se mostraron en el focus group, donde se eligió la primera alternativa, así como se tomó en consideración el cambio de nombre.

Ilustración 37. Propuestas de nuevos diseños de logos.

Elaboración propia.

Debido a ello, seleccionamos el nombre que más sobresalió en las encuestas que realizamos, quedando como ganador el nombre de “Doña Salsa”.

Figura38. Logo diseño final

Elaboración propia.

c) Envase

Nuestro producto, contará con una presentación en envase de vidrio transparente twist off, con tapa de color dorada donde se rotulará con etiquetas de distintos colores según el sabor de cada salsa y tendrá una capacidad de 200 gr.

Figura 39. Modelo de envase

Etiqueta: Nuestro etiquetado contará con la siguiente información:

- Información regulada por Ley: Donde se especifica marca, el producto, los ingredientes a utilizar, el número de registro sanitario, la tabla del valor nutricional, así como los datos de ubicación de la planta donde fue elaborada.
- Recomendación de consumo: Se detallará las distintas maneras y se brindará algunas sugerencias de cómo se podría consumir nuestra salsa, así como el tipo de maridaje con el que se puede consumir.

  Bosquejo de la etiqueta: En el grafico que presentamos a continuación, pretendemos demostrar de una manera más clara, las especificaciones y el orden de las etiquetas de nuestro producto.

Figura 40. Bosquejo de etiqueta.

Elaboración propia.

Especificaciones de las tablas nutricionales:

Información nutricional	
Tamaño de porcion 200 Gr	
NUTRIENTES	**100 G**
Energía (Kcal)	163
Grasa Total (g)*	116
Grasa Saturada (g)*	33
Grasa Trans (g)*	3
Colesterol (g)*	140
Sodio (mg)*	172
Total Carbohidratos (g)*	7
Fibra Dietaria (g)*	70
Azúcares (g)*	23
Calorías(g)*	179
Proteínas (g)*	7
Vitamina A	0
Vitamina C	1
Calcio	17
Hierro	15
* Basado en una dieta diara de 2000 calorías	

Figura 42. Valores nutricionales Salsa Campechana.

Elaboración propia.

Información nutricional	
Tamaño de porcion 200 Gr	
NUTRIENTES	**100 G**
Energía (Kcal)	404
Grasa Total (g)*	34
Grasa Saturada (g)*	0
Grasa Trans (g)*	1
Colesterol (g)*	72
Sodio (mg)*	1
Total Carbohidratos (g)*	26
Fibra Dietaria (g)*	5
Azúcares (g)*	13
Calorías(g)*	162
Proteínas (g)*	30
Vitamina A	76
Vitamina C	43
Calcio	28
Hierro	13

Figura 41. Valores nutricionales Salcina.

Elaboración propia.

Información nutricional	
Tamaño de porcion 200 Gr	
NUTRIENTES	**100 G**
Energía (Kcal)	182
Grasa Total (g)*	404
Grasa Saturada (g)*	34
Grasa Trans (g)*	0
Colesterol (g)*	1
Sodio (mg)*	72
Total Carbohidratos (g)*	1
Fibra Dietaria (g)*	26
Azúcares (g)*	5
Calorías(g)*	13
Proteínas (g)*	162
Vitamina A	30
Vitamina C	76
Calcio	43
Hierro	28
* Basado en una dieta diara de 2000 calorías	

Figura 43. Valores nutricionales Salsa Cajamarquez.

Elaboración propia

Información nutricional	
Tamaño de porcion 200 Gr	
NUTRIENTES	**100 G**
Energía (Kcal)	138.5
Grasa Total (g)*	74.6
Grasa Saturada (g)*	11
Grasa Trans (g)*	0
Colesterol (g)*	0
Sodio (mg)*	22
Total Carbohidratos (g)*	58
Fibra Dietaria (g)*	67
Azúcares (g)*	20
Calorías(g)*	123
Proteínas (g)*	28
Vitamina A	0
Vitamina C	1
Calcio	0
Hierro	4
* Basado en una dieta diara de 2000 calorías	

Figura 44. Valores nutricionales Salsa Fungies.

Elaboración propia.

4.3.2 Precio.

Para nuestro precio consideramos la implementación de la estrategia de crecimiento en el mercado utilizando la matriz de Ansoff es PAMA; para ello, tomaremos en cuenta el porcentaje de mercado de salsas que actualmente existe incluyendo un 4% que corresponderá a la penetración del mercado, el cual es tomado como referencia de la participación de las salsas de tomate de la marca “Alacena”. (Información obtenida de la página web de la Bolsa de Valores de Lima actualizado al 2016).

Figura 45. Matriz Ansoff

Elaboración propia.

De igual manera, para la fijación de precio se decidió realizar una estrategia respecto a la percepción del valor de nuestros clientes.

clientes	Valor	precio	costo	producto
Encuestas Focus group		S/.		

Para optar por una decisión de fijación de precio, consideramos relevante la percepción del valor del nuestras salsas, las mismas que fueron debatidas en el Focus group así como consideradas según el resultado de las encuestas, de las cuales se determinó un rango promedio del precio a ofrecer, el mismo que aproximadamente cubre con nuestros gastos y costos.

Justificación: Obtuvimos como resultado de nuestros Focus group y según la aceptación de las encuestas, se determinó que los consumidores estará dispuestos a pagar desde 8 hasta 10 soles por cada una de nuestras presentaciones.

Tabla 43- *Cuadro comparativo de la competencia.*

	NESTLE	MOLITALIA	DOÑA SALSA
Distrito	Fábrica: Alberto Reyes 1717, Cercado de Lima 15081	Fábrica: Alfredo Mendiola 822, Lima 15314	
Producto	**Salsa MAGGI SALSATÍ Tuco con carne**	**Salsa MOLITALIA Lista pomarola**	**Salsas variadas regionales listas**
Presentación	Doypack 230Gr	Doypack 190Gr	Frasco de vidrio de 200 Gr
Precio	S/2.19	S/2	S/10
Ingredientes	Es una salsa de tomate que contiene, cebolla, ajo, tomate, zanahoria, carne de soya, sal y condimentos que le dan ese sabor delicioso a tus tallarines rojos, sólo necesitas agregarle tu toque de sabor y esta lista para servir.	Agua, concentrado de tomate, pulpa de zanahoria, aceite vegetal, azúcar, proteína vegetal texturizada, sal, cebolla, carne, glutamato monosódico (SIN 621), almidón modificado, hongo en polvo, ajo, sabores naturales e idénticos al natural, almidón de maíz, goma xantan. (SIN 415), colorantes naturales (SIN 120, SIN 100 (i)), romero en polvo, sorbato de potasio (SIN 202), benzoato de sodio (SIN 211), laurel en polvo, Ácido cí-trico (SIN 330).	Ingredientes regionales del Perú, 100% naturales, sin preservantes y selladas al vacío.
Observaciones	No incluye variedades, Sabor artificial, Contiene preservantes, Alto contenido de sodio, Se distribuyen en supermercados	Solo se enfoca en salsas de pastas, Tiene preservantes y colorantes, Se distribuyen en supermercados	Tiene variedad de salsas, Se pueden combinar con varios platos.

Elaboración propia

- **Precio sugerido al público:**

Tras el resultado de las encuestas comprobamos que el concepto de "salsas" en nuestro mercado objetivo no es muy claro, debido a que muchos confundían el concepto de salsa con cremas y/o hasta con ajíes de las marca Alacena, tales como el tarí, o el uchucuta, pese a ello, hubo un grupo de personas que reconocieron a dos de las marcas a las que consideramos como parte de nuestra competencia, debido a que tienen un producto tan similar al nuestro, no obstante, no escapan de los sabores tradicionales y sin obviar que cuentan con un elevando contenido de sodio y preservantes para conservar sus productos en sus envases de plástico o sachet. No obstante, las encuestas arrojaron que una gran cantidad de personas pagarían de S/.8 a S/.10 por una de nuestras presentaciones de salsa naturales de 200 gramos, el cual fue valorado por los ingredientes y el extraordinario sabor de cada uno de nuestros productos.

.

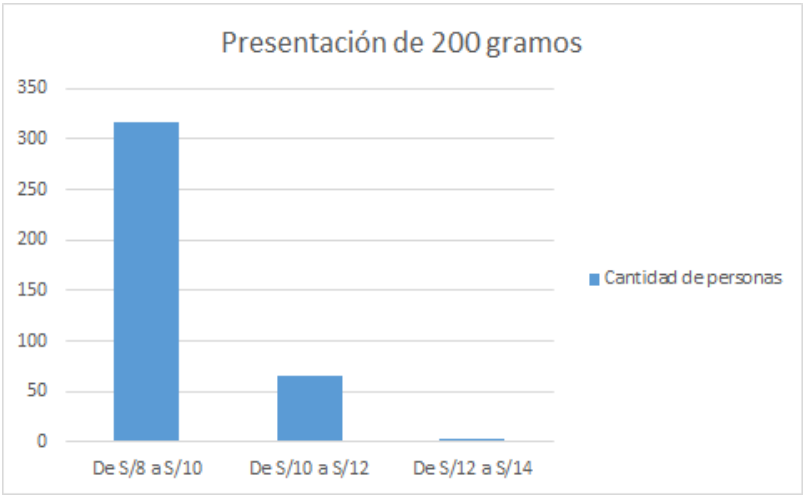


Figura 46. Disposición de pago.

Elaboración propia.

- **Costos de producción:**

Salsa Cajamarquez:

Tabla 44 - *Costos por insumos Salsa Cajamarquez*

Ingredientes	costo unitario
1 / 8 de atado de espinaca	S/.0.10
1 taza crema de leche	S/.0.50
25 gramos de queso crema	S/.0.80
5 gramos de harina	S/.0.15
5 gramos de mantequilla	S/.0.10
10 gramos de queso paria	S/.0.30
Envase de vidrio	S/1.00
TOTAL	**S/.2.95**

Elaboración propia

Salsa Campechana:

Tabla 45 - *Costos por insumo salsa Campechana*

Ingredientes	costo unitario
2 unidades de alcachofa	S/.1.00
20 gramos de tocino	S/.0.50
1/2 cebolla	S/.0.30
1 taza de crema de leche	S/.0.50
10 gramos queso paria	S/.0.30
Envase de vidrio	S/. 1.00
TOTAL	S/. 3.60

Elaboración propia

Salsa Fungies:

Tabla 46 - *Costos por insumo Salsa Fungies*

Ingredientes	costo unitario
1 unidad de hongo shitake	S/.0.50
1 unidad de hongo porcini	S/.0.50
1 unidad hongo de marayhuaca	S/.0.60
1 taza de crema de leche	S/.0.50
5 gramos de mantequilla	S/.0.10
1/2 cebolla	S/.0.30
Envase de vidrio	S/.1.00
TOTAL	**S/.3.50**

Elaboración propia

Salsa Salcina:

Tabla 47 - *Costo por insumo Salcina*

Ingredientes	costo unitario
1 Plátano bellaco	S/.0.30
10 gramos de cecina	S/0.50
10 gramos de salchicha selvática	S/0.60
1/2 sachatomate	S/0.25
15 gramos de yuca	S/0.10
5 gramos de cúrcuma	S/0.05
Envase de vidrio	S/1.00
Total	**S/2.80**

Elaboración propia

Tabla 48 - *Costos de producción por cada sabor de salsa*

	Costo unitario de insumos	Costos unitario de producción	Total costo unitario
Salsa Cajamarquez	**2.95**	**1.65**	**5.60**
Salsa campechana	**3.60**	**1.65**	**6.25**
Salsa Fungies	**3.50**	**1.65**	**6.15**
Salsa Salcina	**2.80**	**1.65**	**5.45**

Elaboración propia

4.3.3 Plaza.

Para captar clientes y obtener una adecuado reconocimiento en el mercado, tenemos que acudir a los diversos canales de distribución, según los resultados de las encuestas nuestro producto tendría mayor aceptación al ser colocado en Supermercados, asimismo un número menor indicó que le gustaría encontrar nuestro productos en tiendas por conveniencia.

Analizando ambos resultados, optamos por enfocamos en la distribución de nuestros productos a través de los Supermercados.

Tabla 49 - *Canales de venta*

	Resultados de encuestas	Proporción
Supermercados	81%	96%
Tiendas por conveniencia	3%	4%
TOTAL	84%	100%

Elaboración propia

Realizando un análisis de nuestro canal de distribución, hemos clasificado los supermercados de Lima, de acuerdo a nuestro mercado objetivo:

Tabla 50 - *Clasificación de supermercados según mercado objetivo*

MERCADO OBJETIVO	SUPERMERCADOS
B	Plaza vea Metro Tottus
A	Vivanda Wong

Elaboración propia

Asimismo, detallamos los distintos Supermercados que se encuentran ubicados en los distritos de nuestro mercado objetivo:

Tabla 51 - *Tiendas Metro de acuerdo a nuestra mercado objetivo*

SUPERMERCADO METRO		
	DISTRITO	DIRECCIÓN
	PUEBLO LIBRE	Metro Sucre Av. Sucre Nro. 550-552, Pueblo Libre Lima
ZONA 6	JESÚS MARÍA	Metro San Felipe C.C. San Felipe s/n Int. 67C, Residencial San Felipe, Jesús María
	JESÚS MARÍA	Metro Garzón Gral. Garzón Nro. 1337, Jesús María Lima
	JESÚS MARÍA	Metro Pershing Av. Gregorio Escobedo Nro. 1050, Jesús Marí
	LINCE	Metro Arenales Av. General Arenales Nro. 1737, Lince Lima
	SAN MIGUEL	Metro La Marina Av. La Marina cdra. 25
	SAN MIGUEL	Metro Faucett Av. Venezuela Nro. 5415, San Miguel
ZONA 7	SAN BORJA	Metro Limatambo Av. Benjamin Doig Brent s/n esq. Av. Angamos con Av. Aviación, San Borja
	MIRAFLORES	Metro Shell Calle Shell Nro. 250, Miraflores Lima
	MIRAFLORES	Metro Grimaldo del Solar Av. Benavides Nro. 620, Miraflores Lima
	LA MOLINA	Metro La Molina Av. La Molina Nro. 1068 esq. con Las Zarzamoras, La Molina

Elaboración propia

Tabla 52 - *Tiendas Plaza Vea de acuerdo a nuestro mercado objetivo*

SUPERMERCADO PLAZA VEA		
	DISTRITO	DIRECCIÓN
ZONA 6	JESÚS MARÍA	Plaza Vea Brasil Dirección: Av. Brasil 1599
	MAGDALENA	Plaza Vea Express Bolognesi Dirección: Jr. Bolognesi 447
	MAGDALENA	Super Plaza Vea Magdalena Dirección: Jr. José Galvez N°780-782 Mz. 80 Lote 32-33
	LINCE	Plaza Vea Risso Dirección: Av. Arequipa No 2250.
	SAN MIGUEL	Super Plaza Vea La Paz Dirección: Av. La Paz 2561
	SAN BORJA	Plaza Vea Super Corpac Dirección: Calle Remington 151-159
	SAN BORJA	Plaza Vea Primavera Dirección: Av. Angamos Este 2337.
ZONA 7	SAN BORJA	Plaza Vea San Borja Dirección: Calle Morelli cuadra uno (Centro Comercial La Rambla)
	MIRAFLORES	Plaza Vea Miraflores Dirección: 4651 Avenida Arequipa, Miraflores, Lima, Perú
	SAN ISIDRO	Plaza Vea Super Dasso Dirección: Av. Camino Real 1335.
	SAN ISIDRO	Plaza Vea Express Santa Cruz Dirección: Av. Belen manzana V lote s/n
	SAN ISIDRO	Plaza Vea Milenia San Isidro Dirección: Av. Paseo de la Republica # 3440 - San Isidro
	LA MOLINA	Market San Jorge Dirección: Av. La Molina 1080
	LA MOLINA	La Molina Av. Raul Ferrero 1205- C.C. Molina Plaza
	SURCO	Plaza Vea Bolichera Dirección: Av. Tomás Marsano 5000
	SURCO	Plaza Vea Super Valle Hermoso Dirección: Av. Jacarandá 890 Urb. Valle Hermoso
	SURCO	Plaza Vea Super Mercaderes Dirección: Av. Benavides cdra 51 s/n.
	SURCO	Plaza Vea Caminos del Inca Dirección: Av. Caminos del Inca 351 Chacarilla
	SURCO	Plaza Vea Jockey Dirección: Av. Javier Prado Este 4200
	SURCO	Plaza Vea Higuereta Dirección: Av. Aviación 5150 Tienda B Urb. Residencial Higuereta.
	SURCO	Plaza Vea Super Ayacucho Dirección: Mz. B2 Lt 10 Urb. Los Rosales Surco. (cdra 1 de Av. Ayacucho).

Elaboración propia.

Tabla 53 - *Tiendas Tottus de acuerdo a nuestro mercado objetivo*

SUPERMERCADO TOTTUS		
	DISTRITO	DIRECCIÓN
ZONA 6	SAN MIGUEL	Tottus La Marina Av. La Marina N° 2355 Urbanización Maranga San Miguel
ZONA 7	SAN BORJA	Tottus San Luis Av San Luis 2399 San Borja
	MIRAFLORES	Tottus 28 De Julio Av. 28 de Julio 1003 Urb San Antonio Miraflores
	SAN ISIDRO	Tottus Las Begonias Calle Las Begonias 785 Urb. Jardin San Isidro
	LA MOLINA	Tottus La Fontana Av. La Fontana 790 Urb. La Riviera de Monterrico II Etapa La Molina
	LA MOLINA	Tottus Molicentro Calle N° 7 cruce con Calle El Sauce La Molina
	SURCO	Tottus Jockey Plaza Av. Javier Prado Este Nro. 4010 Urb. Fundo Monterrico Chico
	SURCO	Tottus Penta / Proceres Av. Los Proceres Nro. 1030 Int. 7 Fnd. Santa Amalia Santiago De Surco

Tabla 54 - *Tiendas Vivanda de acuerdo a nuestro mercado objetivo*

SUPERMERCADO- TIENDA VIVANDA		
	DISTRITO	DIRECCIÓN
ZONA 6	MAGDALENA	Tienda Vivanda Javier Prado Av. Javier Prado Oeste 999, Magdalena.
ZONA 7	MIRAFLORES	Tienda Vivanda Pardo Av. José Pardo 715, Miraflores.
	MIRAFLORES	Tienda Vivanda Benavides Esquina de la avenida Benavides con la calle Alcanfores, Miraflores.
	SAN ISIDRO	Tienda Vivanda Dos de Mayo Av. Dos de Mayo 1410, esquina con Nogales, San Isidro.
	SAN ISIDRO	Tienda Vivanda Pezet Av. Juan Antonio Pezet 1340 – 1360, San Isidro.
	SAN ISIDRO	Tienda Vivanda Libertadores Av. Libertadores 596 San Isidro
	LA MOLINA	Tienda Vivanda La Molina Av. La Molina, cuadra 27, esquina con calle La Cascada, Urbanización
	SURCO	Tienda Vivanda Monterrico Av. La Encalada cuadra 5, esquina con av. Angamos Este cuadra 15, Monterrico.
	SURCO	Tienda Vivanda Benavides Esquina de la avenida Benavides con la calle Alcanfores, Miraflores.
	ASIA	Tienda Vivanda Asia Av. Cayma S/N, KM 97.5 panamerica sur. Refd: Al lado del grifo Primax, Al

Elaboración propia

Tabla 55 - *Tiendas Wong de acuerdo a nuestro mercado objetivo*

SUPERMERCADO WONG		
	DISTRITO	DIRECCIÓN
ZONA 6	SAN MIGUEL	Esq. Av. La Marina y Av. Universitaria C.C. Plaza San Miguel
ZONA 7	SAN BORJA	Calle Ucello 162
	MIRAFLORES	Av. Santa Cruz 771 Urb. Los Sirius
	MIRAFLORES	Esq. Av. Benavides y Av. Republica de Panamá
	MIRAFLORES	Calle Arias schereiber 270 C.C. Aurora
	MIRAFLORES	Av. Malecón de la Reserva 610
	MIRAFLORES	Av. Malecón Bajada Balta 626
	SAN ISIDRO	Av. 2 de Mayo 1099
	LA MOLINA	Las Retamas 190 Urb. Los Sirius
	LA MOLINA	Esq. Av. Elias Aparicio y Calle Tahiti - La Planicie
	LA MOLINA	Av. Javier Prado Este Cdra. 50 - CC. Camacho
	SURCO	Calle Monte Bello 150 Urb. Chacarilla
	SURCO	Av. Benavides Cdra. 52 esq. con Los Artesanos
	SURCO	Av. Santiago de Surco esq Av. Andrés Tinoco y Calle Iván Huerta
	ASIA	Boulevard Asia Km. 97.5 Panamericana Sur

Elaboración propia

Tabla 56 - *Resumen de tiendas según ubicación del mercado objetivo*

	Cantidad
TIENDAS METRO	11
TIENDAS PLAZA VEA	21
TIENDAS TOTTUS	8
TIENDAS WONG	15
TIENDAS VIVANDA	10
TOTAL	**65**

Elaboración propia

- **Proceso de distribución:**

La distribución de nuestro producto será consignada de la siguiente manera:
Se deberá mantener nuestro producto bajo óptimas condiciones de embalado y rotulado, permitiendo su almacenamiento y rápida ubicación en la planta de fabricación.

Posteriormente, se realizarán la programación de las rutas de reparto para la entrega oportuna a los diversos Supermercados, con la finalidad de optimizar los tiempos y disminuir costos. Luego se procederá a realizar la carga de los vehículos de transporte.

Una vez que se haya realizado la entrega del producto en los almacenes de cada distribuidor, se contrastará la transferencia del producto y se firmará en señal de conformidad la entrega, así como se indicará las condiciones en el que se está recibiendo el producto.

4.3.4 Promoción.

De acuerdo a los resultados de las encuestas y del Focus Group, validaron que la manera más rápida y accesible para llegar a nuestro público objetivo es mediante el internet y las diversas redes sociales.
Infiriendo que nuestro producto es diseñado para aquellas personas que no cuentan con el tiempo necesario para cocinar ya sea porque dedican su tiempo a trabajar o estudiar, en su mayoría pasan el tiempo conectados a sus redes sociales a través de sus equipos móviles, es por ello, que consideramos a bien el promocionar nuestros productos mediante las redes sociales. Al igual que consideramos oportuno, pagar por publicidades que brindan los diversos aplicativos para tener un mayor reconocimiento.

A pesar de que las salsas envasadas no es un concepto nuevo en nuestro mercado, pretendemos persuadir a nuestro público, comparando los productos de salsas "tradicionales" con las "nuevas alternativas" de sabores que presentamos, rompiendo los esquemas ya trazados por las distintas marcas existentes y obtener la aprobación por parte de ellos.

- Propuesta de valor: Salsas envasadas listas para consumir, con nuevos sabores sin preservantes, ni químicos, pensado en el bienestar de nuestros consumidores.
- Beneficios: De uso práctico, que se puede acompañar con los alimentos que prefieren, orientada a preservar la salud y amigable con el medio ambiente.

- **Objetivos principales:**
  a) Resaltar en todo momento la calidad que ofrece "Doña Salsa"
  b) Enfatizar los diversos beneficios y particularidades que ofrecemos con nuestras salsas a través de diferentes sabores que son propios de nuestro país, sin emplear ningún tipo de químico.
  c) Orientarnos en promocionar un producto innovador y saludable para el mercado
  d) Introducirnos en la mente de nuestros consumidores, para que sus compras no sólo sean recurrentes sino permanentes.

4.3.4.1 Campaña de lanzamiento.

Para la campaña de lanzamiento de Doña Salsa, realizaremos diversas actividades, entre las que destaca las de pre-lanzamiento y lanzamiento, que se desarrollarán mediante los distintos canales de venta, así como también en los medios de comunicación.

Tabla 57 - *Actividades de lanzamiento*

Actividades de Lanzamiento
1. Lanzamiento pagina Fecebook
2.Lanzamiento pagina Twitter
3. Lanzamiento pagina Instagram
4. Lanzamiento canal YouTube
5. Lanzamiento pagina Web
6. Activaciones en Centros comerciales que cuenten con Supermercados
6.1 Tottus - CC. Jockey Plaza
6.2 Wong - CC. Plaza San Miguel
6.3 Metro - CC. San Felipe
6.4 Plaza Vea - C.C. Molina Plaza
6.5 Plaza Vea - C.C. La Rambla
7. Activaciones en Super mercados
7.1 Supermercados Wong - Benavides (Surco)
7.2 Vivanda - Tienda Pardo (Miraflores)
7.3 Plaza Vea - Tienda Risso (Lince)
7.4 Tottus - Tiendas Las Begonias (San Isidro)
7.5 Wong - Tienda Asia

Elaboración propia

Tabla 58 - *Diagrama de Gant- Actividades de Pre-Lanzamiento*

	2017								2018			
	Noviembre				Diciembre				Enero			
Actividades según semanas	**1°**	**2°**	**3°**	**4°**	**1°**	**2°**	**3°**	**4°**	**1°**	**2°**	**3°**	**4°**
Lanzamiento en Facebook de Doña Salsa												
Lanzamiento de nuestro portal Web												
Lanzamiento en Twitter de Doña Salsa												
Lanzamiento en Instagram de Doña Salsa												
Inicio de actividades a través del canal de YouTube												
Activaciones en principales centros Comerciales												
Activaciones en Supermercados												
Lanzamientos de spots publicitarios y recetas a través del canal de YouTube												

Elaboración propia.

Tabla 59 - *Campaña de Lanzamiento a través de cadenas de Supermercado*

	DISTRITO	SUPERMERCADO	DIRECCIÓN	Diciembre 2017	Diciembre 2018
ZONA 6	JESÚS MARÍA	Metro	Metro San Felipe C.C. San Felipe s/n Int. 67C, Residencial San Felipe, Jesús María	1	
	LINCE	Plaza Vea	Plaza Vea Risso Dirección: Av. Arequipa No 2250.	1	
	SAN MIGUEL	Wong	Esq. Av. La Marina y Av. Universitaria C.C. Plaza San Miguel		1
ZONA 7	SAN BORJA	Plaza Vea	Plaza Vea San Borja Dirección: Calle Morelli cuadra uno (Centro Comercial La Rambla)	1	
	MIRAFLORES	Vivanda	Tienda Vivanda Pardo Av. José Pardo 715, Miraflores.		1
	SAN ISIDRO	Tottus	Tottus Las Begonias Calle Las Begonias 785 Urb. Jardin San Isidro	1	
	LA MOLINA	Plaza Vea	La Molina Av. Raul Ferrero 1205- C.C. Molina Plaza	1	
	SURCO	Wong	Av. Benavides Cdra. 52 esq. con Los Artesanos	1	
	SURCO	Tottus	Tottus Jockey Plaza Av. Javier Prado Este Nro. 4010 Urb. Fundo Monterrico Chico	1	
	ASIA	WONG	Boulevard Asia Km. 97.5 Panamericana Sur		1
			TOTAL ACTIVACIONES / DEGUSTACIONES	7	3

Elaboración propia

5 Estrategia de medios

a. Facebook:

Figura47. Página oficial de Facebook de Doña Salsa.

Elaboración propia.

- Publicaremos constantemente fotografías de los distintos platillos con los que se puede consumir nuestras las salsas.
- Demostraremos la versatilidad de las salsa ya que se pueden acompañar con todo tipo de comidas (pastas, risottos o piqueos)
- Se implementará el servicio de ayuda online, para orientar a todos nuestro clientes.

i.

b. Twitter

Figura48 - Página oficial en Twitter de Doña Salsa.

Elaboración propia.

A través de esta red social llegaremos a muchas personas a quienes daremos a conocer nuestras promociones y próximos lanzamientos, para ello, contaremos con el apoyo de un community manager, quien se encargará de responder en cortos periodos a todos nuestros consumidores y público en general, sobre cualquier propuesta o comentario que tenga respecto a nuestras salsas.

De igual manera, se utilizará este medio para comunicar diversas campañas que se realizarán durante todo el año, sugerencias y recomendaciones de consumo de nuestro producto.

c. YouTube:

A través de nuestro canal de YouTube publicaremos vídeos de tutoriales con distintos chef reconocidos en el medio, que utilizarán nuestras salsas en la preparación de deliciosos platos. Asimismo, se publicarán videos informativos sobre el proceso productivo de nuestras salsas, que demuestran los cuidados bromatológicos en la manipulación de los insumos, el cuidadoso envasado y demás cuidados que tendremos con nuestro producto.

De igual manera, se realizarán concursos con nuestros clientes, donde deberán subir vídeos de los diversos platillos que pueden preparar con nuestras salsas.

d. Instagram:

Figura 49 **-** Cuenta en Instagram de Doña Salsa.

Elaboración propia.

En esta red social, también publicaremos fotografías que serán captadas por un profesional, dando iniciativa de la variedad de maneras de consumir nuestras Salsas.

Periodo de estrategia de medios

Consideramos importante que esta estrategia tenga una duración aproximada de 3 meses, previa al lanzamiento de nuestro producto, para ganar impacto y generar expectativa en la mente de nuestros consumidores, este periodo también lo emplearemos para persuadir e invitar al cambio, a aquellos consumidores que están muy arraigadas a lo tradicional.

Cabe señalar que este tipo de estrategia tiene un costo muy bajo, por lo que trataremos de ampliarlo a fin de llegar a miles de consumidores, en la que mostraremos nuestras novedades, lanzamientos, recomendaciones, así como estaremos dispuestos a resolver todo tipo de dudas que tengan nuestros clientes, así no solo le brindaremos un producto de calidad, sino también un servicio completo con ocupar un espacio en la mente de nuestros consumidores y la rápida asociación de nuestro producto.

Portal WEB oficial

i. En nuestro portal mostraremos nuestra estructura y bases como institución.
ii. Al igual que, mantendremos una galería de fotos de nuestros productos, y mostraremos el proceso productivo de nuestra planta.

Degustaciones:

Contrataremos al personal capacitado para realizar las degustaciones de nuestro producto, que se realizará en los diversos supermercados, según cronograma.

Activaciones:

Realizaremos campañas de activaciones donde se realizarán concursos, sorteos y se entregarán premios con nuestra imagen a fin que el público conozca más sobre nuestra marca.

4.3.4.2 Promoción para todos los años.

Realizaremos diferentes campañas con la finalidad de que el público reconozca nuestra marca y la identifique con la mayor facilidad.

Tabla 60- *Promociones para el año 1*

Marzo - Abril - Mayo
Promociones Virtuales
Publicidad "Combinaciones y maridajes" (Facebook)
Publicidad "Platos Gourmet con Doña Salsa" (Instagram)
Video Instructivo "Platos nuevos con Doña Salsa" (YouTube)
Publicidad "Feliz día a las Doñas de la casa" (Facebook)
Creación de tendencias actuales con el community manager (Twitter)
Promociones Físicas
Presencia en ferias gastronómicas municipales (San Borja, La Molina, Surco) Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc
Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7

Junio - Julio - Agosto
Promociones Virtuales
Publicidad "Fiestas patrias con insumos autóctonos" (facebook)
Fotografía profesional de insumos usados en nuestras salsas y sus propiedades nutritivas(Instagram)
Recomendación de nuestro producto por principales Youtubers cuyos canales están enfocados a la cocina rápida, práctica y nutritivo (youtube)
Continuar con el community manager e incrementar el número de seguidores de nuestra página
Promociones Físicas
Impulsación y Degustación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La molina, Surco, San Borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc
Degustación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7

Setiembre - Octubre - Noviembre - Diciembre
Promociones Virtuales
Publicidad "Día de la Canción Criolla" Fomentando el patriotismo con el consumo de productos autóctonos y dando a conocer sus beneficios (Facebook)
Fotos Profesionales de nuestros productos y los insumos con los cuales son preparados (Instagram)
Videos tutoriales con recetas navideñas realizadas con nuestras salsas preparado por un chef reconocido (YouTube)
Participación en comentarios con mayor tendencia por parte del Community manager, de esa manera, incrementar nuestros seguidores
Promociones físicas
Impulsación y degustación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc.
Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7
Impulsación de la marca, regalando pequeños recetarios navideños realizados con nuestras salsas

Elaboración propia.

Tabla 61 - *Promociones para el Año 2*

Enero - Febrero - Marzo
Promociones virtuales
Publicidad Recetas de verano, usadas para ensaladas (Facebook) Publicidad fotos profesionales de platos de veranos gourmet (Instagram) Video instructivo, sobre los platos de verano de nuestras salsas (YouTube) community manager informará al público objetivo sobre el lanzamiento de un nuevo sabor (Twitter)
Promociones físicas
Presencia en ferias gastronómicas municipales (San borja, La molina Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San Borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7

Abril - Mayo - Junio
Promociones virtuales
Publicidad creación de expectativa de nuestras nuevas salsas (Facebook) Publicidad, fotos de los insumos a utilizar en las nuevas salsas para crear expectativa (Instagram) Creación de video sobre posibles combinaciones de nuestras nuevas salsas (YouTube) Incrementar expectativa por el community manager sobre los nuevos sabores (Twitter)
Promociones Físicas
Presencia en ferias gastronómicas municipales para dar a probar nuestros nuevos sabores (San Borja, La Molina, Surco) Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San Borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7, dar muestras pequeñas de los nuevos sabores

Julio - Agosto - Setiembre
Promociones virtuales
Publicidad, combinaciones y maridajes de las nuevas salsas (Facebook) Publicidad, Fotos profesionales y gourmet de nuestras nuevas salsas (Instagram) Video tutorial sobre preparaciones de las nuevas salsas en platos gourmet (YouTube) continuar con el Community manager e incrementar el número de seguidores de nuestra red social Publicidad "fiestas patrias con insumos autóctonos" (Facebook)
promociones físicas
Impulsación y degustación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsacion en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7

Octubre - Noviembre - Diciembre
Promociones virtuales
Promociones virtuales "Con que comidas prefieres combinar nuestras salsas, envíanos tu mejor foto" (Facebook e Instagram) videos tutoriales "cocinando como un chef" donde un cocinero preparará un plato gourmet con nuestras salsas. Videos tutoriales con recetas navideñas realizadas con nuestras salsas preparado por un chef reconocido (youtube) Participación en comentarios con mayor tendencia por parte del Community manager, de esa manera, incrementar nuestros seguidores (twitter)
Promociones Físicas
Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7 Impulsación de la marca, regalando pequeños recetarios navideños realizados con nuestras salsas

Elaboración propia.

Tabla 62 - *Promociones para el Año 3*

Enero - Febrero - Marzo
Promociones Virtuales
Publicidad, "Ensaladas de verano" - "Lanzamiento de nuevas recetas" (Facebook) Publicidad fotos profesionales de platos de veranos gourmet e insumos de nuevas recetas (Instagram) Video instructivo, sobre ensaladas preparadas con nuestras salsas (youTube) community manager informará al público objetivo sobre el lanzamiento de dos nuevos sabores (Twitter)
Promociones Físicas
Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San Borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7, dando a conocer los 2 nuevos sabores a lanzar

Abril - Mayo - Junio
Promociones virtuales
Publicidad, lanzamiento de dos nuevos sabores de salsas (Facebook) Publicidad, fotos de platos gourmet preparados con las nuevas salsas (Instagram) Video tutorial, Platos creados con las nuevas salsas (YouTube) Incrementar expectativa por el community manager sobre los nuevos sabores (Twitter)
Promociones físicas
Presencia en ferias gastronómicas municipales para dar a probar nuestros nuevos sabor Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La Molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7, dar muestras pequeñas de los nuevos sabores

Julio - Agosto - Setiembre
Promociones virtuales
Publicidad, combinaciones y maridajes de las nuevas salsas (Facebook) Publicidad, Fotos profesionales y gourmet de nuestras salsas (Instagram) Video tutorial sobre preparaciones de las salsas en platos gourmet (YouTube) continuar con el Community manager e incrementar el número de seguidores de nuestra red social
Promociones Físicas
Impulsación y Degustación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Degustación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7

Octubre - Noviembre - Diciembre
Promociones virtuales
Promociones virtuales "Con que comidas prefieres combinar nuestras salsas, envíanos tu mejor foto" (Facebook e Instagram) videos tutoriales "cocinando como un chef" donde un cocinero preparará un plato gourmet con nuestras salsas. (YouTube) Videos tutoriales con recetas navideñas realizadas con nuestras salsas preparado por un chef reconocido (youtube) Participación en comentarios con mayor tendencia por parte del Community manager, de esa manera, incrementar nuestros seguidores (twitter)
Promociones Físicas
Impulsación en Supermercados de los distritos de Miraflores, La molina, Surco, San borja, San Miguel, Pueblo Libre, etc Impulsación en principales Food court en los principales centros comerciales de las zonas 6 y 7 Impulsión de la marca, regalando pequeños recetarios navideños realizados con nuestras salsas

Elaboración propia.

Tabla 63 - *Presupuesto de Promoción*

Gastos de Marketing – Promociones	2018	2019	2020
Web y marketing digital	S/. 5,254.24	S/. 945.76	S/. 6,200.00
Eventos	S/. 14,406.78	S/. 2,593.22	S/. 17,000.00
Otros Gastos de campaña	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00
Total	**S/. 21,779.66**	**S/. 3,920.34**	**S/. 25,700.00**

Elaboración propia.

Tabla 64 - *Gastos pre operativos de marketing*

Pre operativo	dic-17
Community manager (full time)	6,000.00
fotógrafo	800.00
Degustadora	2,100.00
supervisor	1,400.00
TOTAL PRE- LANZAMIENTO 2017	**10,300.00**

Elaboración propia

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1 Estudio legal

5.1.1 Forma societaria.

Novo Fusión será una sociedad anónima cerrada o S.A.C. que se regirá bajo la Ley General de Sociedades que se encuentra vigente (Ley N° 26887), debido a que contará con las siguientes cualidades:

- La institución tendrá la participación de 04 (cuatro) socios, tal y como lo admite este tipo de sociedad.

- El aporte de participación de los socios será de igual porcentaje para todos, además de que podrán tomar decisiones organizacionales de manera democrática.

- Hemos decidido no contar con un directorio, pues los mismos socios serán los participantes activos.

A continuación, detallamos la estructuración de nuestro capital social:

Tabla 65 *- Aporte de capital social*

CAPITAL SOCIAL		
ACCIONISTAS	**%**	**Cargo**
BERROCAL ESPEJO, SILVIA	25	Presidente
MINAYA SERNA, VICTOR	25	Vice-Presidente
TRONCOS HUAMÁN, ANNIE	25	Miembro
TORRES VILLAR, JULIO	25	Miembro
TOTAL	**100**	

Elaboración propia.

a. Actividades y Valorización

***Tabla 66**- Forma Societaria*

ACTIVIDADES	DETALLES	TIEMPO DURACIÓN	VALOR VENTA	IGV 18%	PRECIO VENTA
Búsqueda de nombre	El trámite se realizará ante la SUNARP (Superintendencia Nacional de los registros públicos)	01 día	S/.4,00	S/.0,72	S/.4,72
Reserva de nombre	Reserva del nombre por 30 días en SUNARP.	30 días hábiles	S/.18,00	S/.3,24	S/.21,24
Elaboración de Minuta de Constitución y Escritura Pública	La Minuta de Constitución consigna el pacto social y los estatutos. Por otro lado, la elaboración de la Escritura Pública, se realizará ante notario y se contará con la presencia de los accionistas de la sociedad.	3 días hábiles	S/.750,00	S/.135,00	S/.885,00
Inscripción en Registros Públicos y entrega del testimonio de la institución	El trámite se recaba ante las oficinas de SUNARP	30 días hábiles	S/.180,00	S/.32,40	S/.212,40
Obtención del Registro único de Contribuyente	El trámite se realiza ante las oficinas de SUNAT.	1 día	Gratuito	Gratuito	Gratuito
MONTO TOTAL			**S/.952,00**	**S/.171,36**	**S/.1.123,36**

Fuente: SUNARP, SUNAT.
Elaboración propia.

5.1.2 Registro de marcas y patentes.

b. Actividades

Constituida formalmente la empresa, lo siguiente es el trámite de registrar la marca para lo cual se requiere acercarse a la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI, ente competente para lo relacionado a marcas, nombres y lemas comerciales.

A continuación, detallamos los requisitos que necesitamos para el registro de la marca “DOÑA SALSA”:

- Debemos entregar 03 ejemplares del formulario de solicitud (de los cuales, 02 serán asignados para la Autoridad y el otro para el administrativo).
- Se deberán consignar los datos personales de la persona que realizará el trámite; en el caso de personas jurídicas: es necesario indicar el número de RUC.
- Asimismo, se deberá indicar la dirección del domicilio fiscal para el envío de todo tipo de notificaciones.
- Se deberá consignar el símbolo que deseamos registrar, así como la denominación, la figuras u otros. De ser el caso, que la marca fuese mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De igual manera, se deberá indicar los tipos de productos y/o servicios que se desea distinguir con el símbolo indicado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- Posterior a ello, debemos realizar el pago por un importe equivalente al 13.90% de la UIT vigente, en las oficinas del INDECOPI.
- Tras la revisión de nuestra solicitud de registro, que tendrá una duración aproximada de 15 días hábiles, la entidad nos dará la orden de realizar la publicación, en la Unidad de Trámite Documentario.
- En caso exista algún tipo de observación, nos brinda una plazo de sesenta (60) días hábiles para el levantamiento de dichas observaciones.

- A penas se admita nuestra solicitud, podremos acercarnos a la Oficina del Diario Oficial "El Peruano" y solicitar la publicación por única vez. En el caso que el símbolo solicitado esté constituido por un logo, envase o envoltura se deberá adjunta en un tamaño de 3 X 3 centímetros.
- Cabe resalta que en un plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, se debe realizar la publicación en el diario oficial "El Peruano".
- Por otro lado, el solicitante debe entregar un documento que le permita mostrar la cesión de su firma legalizada. Posteriormente se presentará una Declaración Jurada de bien propio de libre disposición.
- Respecto a patentar receta de nuestro producto no tenemos una Ley que proteja a la industria, pero según Decreto Legislativo 1044, Artículo 13º hace mención sobre los actos de violación de los secretos empresariales, el cual podemos ampararnos de manera directa, sobre la elaboración de nuestras salsas al hacer firmar a los trabajadores un contrato. Por ello, la patente se generará sobre la marca que está respaldada por Indecopi.

b. Valorización.

Tabla 67 - *Valorización de registro de marca*

ACTIVIDAD	S/
Busqueda fonetica y figurativa	S/. 30.00
Solicitud de registro	S/. 534.99
Publicacion en el Diario El Peruano	S/. 150.00
Costo total	S/. 714.99

Elaboración propia

5.1.3 Licencias y autorizaciones.

a. Actividades y Valorización

Licencia de funcionamiento Municipal

El proceso productivo de nuestro marca bandera, se realizará en una fábrica de aproximadamente 640 mt2., ubicada estratégicamente en el distrito de Santa Anita, muy cerca al Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML) y al mercado productores de Santa Anita, de esa forma adquirir con mayor accesibilidad nuestros insumos.

a. Actividades.

Para el inicio de nuestras operaciones, debemos contar con la Licencia de Funcionamiento, la misma que se gestionará ante la Municipalidad de Santa Anita, considerando lo siguiente:

Presentar el formato de Solicitud de Licencia de Funcionamiento (que se distribuye gratuitamente) se debe consignar lo siguiente:

- El número de RUC de la institución
- El número de DNI o Carnet de extranjería del representante legal.
- Presentar una copia de la vigencia de los poderes del representante legal.
- Consignar el número de Certificado de ITSE de Detalle.
- Consignar el número de comprobante por derecho de trámite (S/. 36.30).

Asimismo, se deberá tomar en cuenta los siguientes pasos:

- Entrega de requisitos en el municipio.
- Ellos toman conocimiento y registran el expediente, para luego derivarlo al personal técnico de la subgerencia de Comercialización y Licencias.
- El expediente es verificado y autorizado.
- Se emite una resolución y notifican la autorización.

Cabe señalar, que previo a este trámite, la Municipalidad se realiza una verificación de compatibilidad de uso del local y el tipo de zonificación para que puedan emitir la Licencia de Funcionamiento. Asimismo, se requiere de la inspección técnica en Seguridad de Defensa Civil, que es emitido por la Subgerencia de Defensa Civil a fin de que se pueda tramitar la Licencia de funcionamiento. Este trámite tiene una duración aproximada de 15 días hábiles.

Registro Sanitario

Para lograr la acreditación de la autoridad competente de dicha área, se tiene que realizar el siguiente trámite, correspondiente al TUPA 30 del MINSA:

Tabla 68 - *Requisitos para obtener el Registro Sanitario*

Requerimientos para conseguir la inscripción al registro sanitario de consumo humano.
A. Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE) www.vuce.gob.pe. Para Obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago Bancario (CPB), esta solicitud tiene carácter de Declaración Jurada e incluye la siguiente información: a.1) Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Único de Contribuyente de la persona natural o jurídica que solicita la inscripción o reinscripción. a.2) Nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto y marca del producto. a.3) Nombre o razón social, dirección y país del establecimiento de fabricación. a.4) Resultados análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por el laboratorio de control de calidad de la fabrica o por un laboratorio acreditado INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento Internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation). a.5) Resultado de Análisis bromatológico procesado y emitido por laboratorio acreditado por el Instituto Nacional de Calidad - INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), para los Alimentos de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales. a.6) Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional. (Código SIN) a.7) Condiciones de conservación y almacenamiento. a.8) Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo, material y presentaciones. a.9) Periodo de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento. a.10) Sistema de identificación del Lote de producción. a.11) Proyecto de rotulado, conforme las disposiciones del presente Reglamento.

Fuente: Dirección Ambiental de Salud Ambiental - DIGESA

Carnet de sanidad

Esté carnet está diseñado para brindar autorización a las personas que trabajen directamente con la preparación o la manipulación de insumos para el consumo humano, así también, se busca mejorar las buenas prácticas de manipulación de alimentos y los diferentes cuidados bromatológicos que se tiene que tener al momento de la preparación de los alimentos.

Para los parámetros de nuestra empresa, antes de la contratación del personal, ellos tienen que contar con carnet de sanidad, en caso de no cortar con dicho documento, se coordinará con dichos colaboradores para poder tramitar su carnet.

El costo de los certificados incluirá diferentes exámenes como: análisis de sangre, revisión bucal, medida de la visión, revisión de manos, prueba de esputo y se realizará en la Clínica Municipal de Santa Anita, ubicado en Calle 8, Santa Anita 15011, y tendrá que ser de mutuo acuerdo con cada empleado.

a. Valorización.

Tabla 69 - *Valorización de Licencias y autorizaciones*

Actividad	Detalle	Plazo	Valorización
Pago por Inspección Técnica de Defensa Civil	Se recomienda antes de iniciar el trámite revisar la zonificación.	15 días	S/ 794.61
Licencia de funcionamiento (no incluye inspección de Defensa Civil)	Se recomienda antes de iniciar el trámite revisar la zonificación.	15 días	S/. 36.20
Registro sanitario de Alimentos y bebidas de consumo humano	Con este registro nuestro producto estará habilitado para la comercialización en el mercado nacional (TUPA 30)	7 días hábiles	S/. 390. 00
Carnet de sanidad	Carnet imprescindible para la contratación del personal de producción		S/. 16.20
Validación Técnica Oficial del Plan HACCP	Esta validación garantiza la vigilancia y control sanitario, así como las buenas prácticas de manipulación de alimentos, programas de higiene y saneamiento (TUPA 35)	30 días hábiles	S/. 985.30
TOTAL			**2,254.71**

Fuente: DIGESA

Elaboración propia

5.1.4 Legislación laboral.

Consideramos muy importante que todos nuestros colaboradores se encuentren bajo un contrato de trabajo, ya que se verán beneficiadas ambas partes (el empleador y el empleado) lo cual facilitará el funcionamiento de la institución. Los contratos del personal se efectuarán de manera semestral, en un primer contrato ampliando a un año en el segundo contrato existiendo la posibilidad a renovación. La empresa trabajará bajo el régimen MYPE, es por ello debe cumplir con las siguientes aportaciones:

a. Actividades y Valorización.

Tabla 70 - *Actividades y valorización de la legislación Laboral*

Actividad	Descripción	Valorización %
Planillas	Todos los empleados y operarios serán registrados en la planilla de la empresa, y será asignada una copia para el trabajador, otra deberá ser archivada en la empresa. Sin necesidad de enviar una copia al Ministerio de Trabajo, según el Decreto Legislativo 1246.	
Jornada Laboral	Las jornadas laborales serán por turnos de 8 horas diarias y/o 48 horas semanales. Cada trabajador tendrá derecho a un día de descanso físico durante la semana.	
Horas extraordinarias	El pago de las horas extras generadas, se realizarán previa coordinación entre el empleado y el jefe directo. Dicha asignación tendrá un sobrecargo del 25% por las dos primeras horas y del 35% por las subsiguientes horas.	
Vacaciones	El descanso vacacional de acuerdo al régimen, corresponde a 15 días calendarios, después de haber cumplido un año de labores.	
Gratificación	Los trabajadores tendrán derecho a percibir 02 gratificaciones al año (fiestas patrias y navidad) equivalentes a media remuneración por cada una.	

Compensación por Tiempo de Servicio	El derecho a CTS corresponde al pago de ½ remuneración por año.	50% de remuneración por trabajador
Essalud	La empresa asumirá el pago concerniente al seguro regular en ESSALUD	9% de la remuneración
SCTR	La empresa asumirá al 100% el Seguro Complementario de Riesgo, para los operarios y el personal que labora en planta, a fin de velar por su salud e integridad física durante el desarrollo de sus labores.	2.03% de la remuneración (1% póliza salud, 1.03% póliza pensiones)
Indemnización por despido arbitrario	Equivalente a 20 sueldos diarios, por año completo de haber prestado sus servicios. Contando con un tope máx. de 120 sueldos diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	

Fuente: Mintra

Elaboración propia

5.1.5 Legislación tributaria

a. Actividades y Valorización

Nuestra empresa se acogerá al Régimen MYPE Tributario, para lo cual debemos cumplir con los siguientes puntos:

Tabla 71 - *Actividades y valorización de la legislación Tributaria*

Conceptos	Descripción	Valorización %
Ingresos máximos	Ingresos netos que no podrán superar las 1700 UIT en un año (dicho importe será proyectado o considerando del ejercicio anterior).	
Compras máximas	Sin límite	
Impuesto general a las ventas (IGV)	Por la compra insumos, empaques, entre otros	18%

Número de colaboradores	Sin límite	
Importe máximo de activos fijos	Sin límite	
Posibilidad de deducción de gastos	Si tiene	
Comprobantes de pago que podemos emitir	Facturas, Boletas de Venta, tickets, Liquidación de compras, Notas de Crédito y Débito, Guías de remisión	
Obligados al registro de libros contables	Registro de ventas, registro de compra, libro diario en formato simplificado.	Costo de libros: S/. 34.00 Legalización de libros: S/. 90.00
Impuesto a la Renta	Nuestra empresa se enfocará en las actividades de producción y venta correspondiente a la Renta de 3ª. Categoría. (Renta: Pago a cuenta del IR. En caso que no lleguen a superar las 300 UIT de ingresos netos anuales: se pagará el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes se supera las 300 UIT de ingresos netos anuales se deberá pagar el 1.5%)	29.5%

Elaboración propia.

5.1.6 Otros aspectos legales

Asimismo, nuestra empresa deberá cumplir con el siguiente reglamento de seguridad industrial, como lo solicita el Estado peruano:

Tabla 72 - *Otros aspectos legales*

Conceptos	Descripción	Valorización %
Decreto Supremo N° 42 - Reglamento de Seguridad Industrial	Este reglamento tiene como objetivo la prevención de accidentes industriales, velar por la seguridad de los trabajadores, salud e integridad física, así como proteger las estaciones de trabajo e instalaciones en general de la empresa, eliminando aquellas causales de riesgo y/o accidentes.	

Elaboración propia

5.1.7 Resumen del capítulo.

Tabla 73 - *Resumen y cuadro valorizado*

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa	1	952.00	952.00	171.36	1,123.36
Búsqueda de Nombre	1	4.00	4.00	0.72	4.72
Reserva de nombre	1	18.00	18.00	3.24	21.24
Minuta de constitución y escritura pública	1	750.00	750.00	135.00	885.00
Inscripción en registros públicos	1	180.00	180.00	32.40	212.40
Marcas y patentes	**1**	**605.92**	**605.92**	**109.07**	**714.99**
Búsqueda fonética y figurativa	1	25.42	25.42	4.58	30.00
Solicitud de registro	1	453.38	453.38	81.61	534.99
Publicación en el Diario El Peruano	1	127.12	127.12	22.88	150.00
Licencias y autorizaciones	**1**	**1,883.31**	**1,883.31**	**339.00**	**2,222.31**
Licencia de funcionamiento	1		-	-	36.20
Inspección Técnica de Indeci	1		-	-	794.61
Registro Sanitario de Alimentos y bebidas de consumo humano	1		-	-	390.00
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	1		-	-	985.30
Carnet de Sanidad	1		-	-	16.20
				TOTAL	**4,061.00**

Elaboración propia

5.2 Estudio organizacional

5.2.1 Organigrama Novo Fusión S.A.C.

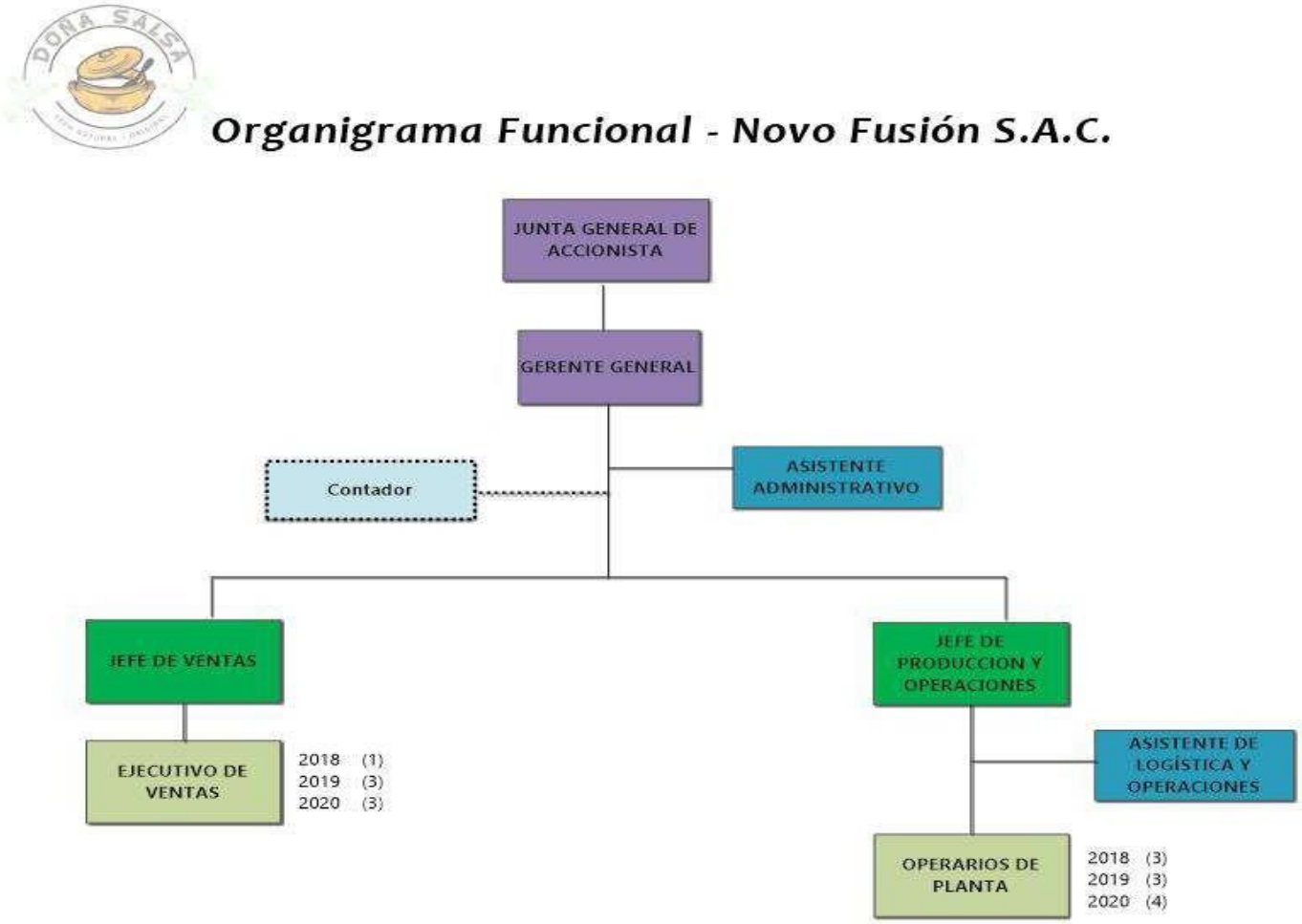


Figura 50 - Organigrama funcional.

Elaboración propia.

NOVO FUSIÓN S.A.C. contará con un organigrama funcional, donde se podrá detallar las funciones establecidas para cada estación de trabajo, así también se muestra las interrelaciones entre las distintas áreas y las líneas jerárquicas.

5.2.2 Servicio tercerizado.

La empresa tercerizará los siguientes servicios:

- Servicio de reparto de mercadería.
- Servicio de seguridad de la planta.
- Servicio de limpieza

A su vez, contaremos con el apoyo de personal de manera constante, que cobrarán por sus honorarios, ellos son:

- Servicio de Ing. Agroindustrial
- Servicio contable.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

Tabla 74 - *Descripción de puesto - Gerente General*

Cargo:	**GERENTE GENERAL**			
Ubicación:	En área administrativa y producción		**Reporta a:**	Junta de Accionistas
Objetivo:	Órgano encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la organización planteados, enfocado al cumplimiento de las metas de la institución.			
	Grado de Instrucción	**Título**	**Profesión**	
Nivel de educación:	Universitaria	Licenciado	Administración de Empresas - Ingeniero Industrial	

Funciones:	**Periodicidad:**
Se encargar de tomar decisiones y ejecutar el seguimiento permanente sobre las estratégicas de todas las áreas.	Permanente
Será quien se encargue de informar a los accionistas sobre la situación actual de la empresa.	Permanente
Deberá programar reuniones de trabajo con el fin de verificar el cumplimiento de los planes de trabajo (anual).	Permanente
Proponer la investigación de nuevos nichos	Permanente
Será quien se encargue del planeamiento, dirección y control del desarrollo y óptimo funcionamiento.	Permanente
Realizará las negociaciones y firma de contratos y/o convenios para la empresa.	Permanente
Realizará un exhaustivo control del presupuesto de compras, de gastos, planillas entre otros.	Permanente
Administración general de los RRHH (designación de horarios, programación de capacitaciones, medición del desempeño e inclusive el despido del personal)	Permanente
Interacción con los clientes	Permanente

Manejo de cuentas bancarias. Pago a proveedores, terceros y bancos	Permanente
Ejecutará planes para la captación de nuevos clientes	Semanal
Programación y coordinación de rutas / canales de captación.	Quincenal
Se encargará de programar charlas para el personal	Semanal
Velará por el cumplimiento de las metas trazadas sobre las ventas	Mensual
Supervisará las estrategias de medios de comunicación y las actividades de marketing que realizará la empresa	Semanal
Manejo de presupuestos de marketing y ventas	Semanal
Responsable de agentes de ventas	Diario

Personal a Cargo:	Asistente de Gerencia y subordinados
Relaciones Internas	Agentes de venta.
Relaciones Externas:	Clientes en general.
Perfil Técnico	Administración general Comprensión sobre leyes laborales Conocimiento y dominio en temas contables Manejo de distribución y ejecución de presupuestos Dirección y sinergia de equipos de trabajo Conocimiento de los procesos de producción. Conocimientos en psicología para el buen manejo de personal. Innovación de técnicas y estrategias de plan de marketing.
Perfil de Competencia:	Manejo de problemas y/o conflictos
	Liderazgo
	Gestión del talento Humano
	Socialización
	Comunicación
Tipo de contrato:	Indeterminado
Remuneración:	S/. 4,000.00 Soles

Ubicación física:	Oficina
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a Viernes de 9:00 am hasta las 17:00 horas
Tipo de sueldo:	Fijo mensual

Elaboración propia.

Tabla 75 - *Descripción de puesto - Asistente Administrativo*

Posición:	**ASISTENTE ADMINISTRATIVO**		
Ubicación:	En área administrativa y producción	**Reporta a:**	Gerente General
Objetivo de puesto:	Asistir a la Gerencia General y brindar apoyo en la gestión administrativa y publicitaria de la empresa		
	Grado de Instrucción	**Título**	**Profesión**
Nivel de Educación:	Técnico	Título pre profesional	Administración de Empresas

Funciones:	**Periodicidad:**
Apoyo en las diversas campañas de publicidad y marketing	Semanal
Controlar y verificar el correcto desarrollo del proceso de comercialización.	Diario
Contactar y agendar reuniones con los diversos clientes	Semanal
Contacto y requerimiento de cotizaciones con diversos proveedores de suministros y equipos de oficina	Semanal
Realizar el cronograma de compras de insumos.	Diario

Apoyo en el proceso de reclutamiento de personal	Eventual
Elaboración de contratos del personal	Semestral
Apoyo en el control de ingreso y salida del personal administrativo y operarios	Diario
Registro y realización de pago de los servicios y proveedores	Semanal
Manejo de caja chica	Diario
Realizar trámites administrativos	Diario
Realizar reportes para la Gerencia General	Mensual

Relaciones Internas	Se relacionará con el personal administrativo y Servicios tercerizado.
Relaciones Externas:	Se relacionará con los proveedores
Perfil Técnico necesario:	Debe contar con estudios Técnicos o Universitario en Administración (indispensable)
Perfil de Competencia:	Organizado, innovador, con buena disposición para ayudar, cortés, con capacidad para laborar en equipo. Capacidad para contribuir con los objetivos comerciales y de marketing.
Tipo de contratación:	Contrato bajo la modalidad a plazo fijo
Remuneración:	S/. 900.00 soles
Ubicación física:	Oficina

Beneficios sociales:	Si
Tipo de Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 09:00 hasta las 17:00 horas
Tipo de sueldo:	Remuneración fija- mensual

Elaboración propia.

Tabla 76 - *Descripción de puesto - Jefe de Ventas*

Posición:	**JEFE DE VENTAS**		
Ubicación	Área Administrativa	**Reporta a:**	Gerente general
Objetivo:	Desarrollar eficientemente la distribución de los productos así como garantizar la captación de nuevos clientes para el cumplimiento de las metas		
	Grado de Instrucción	**Título**	**Profesión**
Nivel de Educación:	Universitaria	Licenciado	Administración de Empresas, Marketing o carreras afines

Funciones:	**Periodicidad:**
Proponer políticas y ejercer el control de las ventas, al por mayor y al detalle.	Diario
Desarrollar y dirigir políticas de ventas en coordinación con la Gerencia General, fijando estrategias adecuadas.	Diario
Coordinar la correcta distribución de los productos en los distintos puntos de venta a fin de asegurar un abastecimiento adecuado, razonable y oportuno	Diario
Determinar políticas de actividades de promoción y otras actividades a desarrollarse con el fin de reforzar las políticas de venta.	Semanal

Proponer a la Gerencia General márgenes de descuentos para otorgar a los diversos clientes	Mensual
Elaboración de reportes con mercadería de baja rotación para la aplicación de promociones y/o precios de remate	Mensual
Presentación del reporte de ventas a la Gerencia General	Semanal
Revisar el cumplimiento de las cancelaciones por los pedidos atendidos	Semanal
Capacitar y evaluar el desempeño del personal a su cargo	Semanal

Relaciones Internas	Deberá interactuar con el personal administrativo, así como con los agentes de ventas.
Relaciones Externas:	Se relacionará con los clientes potenciales, entre otros
Perfil Técnico	Administración e Integración de equipos de trabajo Aplicación en técnicas y estrategias de marketing.
Perfil de Competencia:	Líder en gestión del talento humano Relaciones públicas Comunicativo
Tipo de contratación:	Contrato Indeterminado
Remuneración:	S/.3,000.00 Soles
Ubicación física:	Oficina / Campo
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	0.9:00 am a 17:00 horas
Tipo de sueldo:	Remuneración mensual más porcentaje de comisión correspondiente a las ventas

Elaboración propia.

Tabla 77 - *Descripción de puesto - Ejecutivo de ventas*

Posición:	**EJECUTIVOS DE VENTAS**		
Ubicación	Área Administrativa	**Reporta a:**	Jefe de Ventas
Objetivo:	Promover las ventas cumpliendo con las metas establecidas por el Gerente General y el Jefe de Ventas		

Funciones:	**Periodicidad:**
Atender cotizaciones y pedidos en el más breve plazo	Diario
Ejecutar los planes y estrategias para la captación de clientes	Diario
Realizar diligencias y visitas a sus clientes	Diario
Contribuir plenamente al cumplimiento de las metas trazadas	Mensual
Realizar charlas demostrativas a los clientes e invitar a visitar nuestras redes sociales.	Diario
Coordinar la realización de ferias o eventos que promuevan las ventas, siendo responsable de los productos que se ofrecen y del control de la caja.	Diario
Analizar constantemente el stock y comportamiento de la demanda de cada punto de venta a fin de determinar la rotación y reposición en corto tiempo	Interdiario
Proponer e implementar nuevas estrategias.	Diario

Relaciones Internas	Deberá interactuar con el personal administrativo y demás vendedores
Relaciones Externas:	Trato directo con los clientes y distribuidores
Perfil Técnico	Estudios de marketing y/o ventas

Perfil de Competencia:	Organizado, Proactivo, Responsable, Activo
Tipo de contratación:	Contratación a plazo fijo
Remuneración:	S/. 900.00 Soles
Ubicación física:	Campo
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 09:00 hasta las 17:00 horas
Tipo de sueldo:	Remuneración mensual más porcentaje de comisión correspondiente a las ventas

Elaboración propia.

Tabla 78 - ***Descripción de puesto- Jefe de Producción y operaciones***

Posición:	**JEFE DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES**			
Ubicación	Área Administrativa y planta		**Reporta a:**	Gerente General y Jefe de Ventas
Objetivo:	Óptima gestión del proceso productivo, operaciones y logística			
	Grado de Instrucción	**Título**	**Profesión**	
Nivel de Educación:	Universitaria	Licenciado	Ingeniero industrial o carreras afines	
Funciones:				**Periodicidad:**
Constante supervisión de los procesos productivos, y de todo el área operativa de la empresa.				Semanal

Planificar los costeos de todo el área productiva	Semanal
Ejecutar los costeos y presupuestos de los insumos requeridos	Mensual
Compra y negociación de condiciones adecuadas con los proveedores	Semanal
Optimización de procesos	Mensual
Controlar que las condiciones de atención de las órdenes de Doña Salsa correspondan a las establecidas, informando a la Jefatura de Ventas y Gerencia General sobre algún tipo de anomalía.	Semanal
Llevar a cabo el control del inventario de insumos y productos terminados de manera cíclica y/o sorpresiva.	Mensual
Realizar inspecciones de seguridad y salubridad en las estaciones de trabajo y en la planta en general.	Semanal
Capacitar al personal a su cargo, en función al óptimo desarrollo de la producción.	Semanal
Plantear propuestas de mejora a la Gerencia General para optimizar los procesos de la cadena de abastecimiento y distribución.	Mensual

Relaciones Internas	Deberá interactuar con el personal administrativo y de planta, así como con el personal que presta servicio tercerizado.
Relaciones Externas:	Interactuará con los clientes, distribuidores y proveedores.
Perfil Técnico	Manejo de presupuestos Integración de trabajo en equipos Estratégicas de distribución Administración de almacenes Seguridad e higiene ambiental
Perfil de Competencia:	Organizado, Líder, Proactivo, Orientado al logro, capacidad de promover la integración y el trabajo en equipo, Activo, con inteligencia emocional desarrollada. Apto para establecer sólidas relaciones con proveedores.

Tipo de contratación:	Contrato indeterminado
Remuneración:	S/. 3,000.00 Soles
Ubicación física:	Planta
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a Viernes de 09:00 hasta las 17:00 horas
Tipo de remuneración:	Remuneración fija- mensual

Elaboración propia.

Tabla 79 - *Descripción de puesto - Asistente de Logística y operaciones*

Posición:	**ASISTENTE DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES**			
Ubicación	Área Administrativa y planta		**Reporta a:**	Jefe de Producción y Operaciones
Objetivo:	Asistir a la Jefatura de producción y operaciones en la supervisión y control del proceso productivo			
	Grado de Instrucción	**Título**	**Profesión**	
Educación:	Técnico	Titulo pre-profesional	Administración de Empresas o negocios internacionales	
Funciones:				**Periodicidad:**
Apoyar en la supervisión de las funciones de los operarios				Diario
Proponer mejoras en el proceso productivo				Semanal

Apoyar en la supervisión del cumplimiento de normas de seguridad e higiene	Diario
Realizar el cronograma de compras de insumos.	Semanal
Realizar la elaboración de kardex de ingreso y salidas de los insumos	Diario
Registrar los movimientos de despacho, inventarios y stock de los productos terminados	Diario
Gestionar la programación de mantenimiento preventivo, correctivos y predictivos de las máquinas y equipos	Semestral
Elaborar documentos y reportes que requiera la Jefatura de Producción y Operaciones	Diario

Relaciones Internas	Deberá interactuar con el personal administrativo y el personal que brinda servicios tercerizados, entre otros.
Relaciones Externas:	Trato directo con proveedores y distribuidores
Perfil Técnico	Estudio Universitario o técnico (indispensable)
Perfil de competencia:	Responsable, orientado a lograr sus resultados, apto para laborar en equipo, con habilidades para solucionar problemas.
Tipo de contratación:	Contrato a plazo fijo
Remuneración:	S/. 1,000.00 Soles
Ubicación física:	Oficina- Planta
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna

Horario:	0.9:00 am a 17:00 horas
Tipo de remuneración:	Remuneración fija- mensual

Elaboración propia.

Tabla 80 - *Descripción de puesto Operarios de Planta*

Posición:	**OPERARIOS DE PLANTA**		
Ubicación	Planta	**Reporta a:**	Jefe de Producción y Operaciones
Objetivo del puesto:	Desarrollar eficientemente los procesos de operación y productivos (almacenaje, producción, empaquetado y embalado)		
Funciones:			**Periodicidad:**
Verificar el bueno estado de los insumos y/o materiales antes de ser utilizados en la producción.			Diario
Verificar que la materia prima y la maquinaria antes de iniciar la producción.			Diario
Realizar el pesado de la materia primera según los pesos establecidos en las recetas bases			Diario
Envasar y etiquetar los productos terminados.			Diario
Brindar soporte el área de producción cuando se amerite el caso .			Diario
Realizar la repartición del producto en cuanto sea necesario.			Diario
Atender los pedidos en caso de urgencia no pueda el jefe de ventas.			Diario
Resguardar los productos durante su distribución			Diario
Relaciones Internas	Deberá interactuar con el personal operativo		
Relaciones Externas:	Deberá interactuar con los distribuidores y en algunos casos con los agentes de venta		

Perfil Técnico	Conocimientos en cocina y/o cuidados bromatológicos
Perfil de Competencia:	Orientado al logro, paciente, enfocado a trabajar en equipo y bajo presión. Buena disposición y capacidad de servicio
Tipo de contratación:	Contratación a plazo fijo
Remuneración:	S/. 900.00 Soles
Ubicación física:	Planta
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 09:00 hasta las 17:00 horas
Tipo de remuneración:	Remuneración fija- mensual

Elaboración propia.

5.2.4 Descripción de las actividades de los servicios tercerizados.

Tabla 81 - *Descripción de servicio tercerizado y otros*

Cargo	N° de trabajadores	Descripción
Personal de limpieza	1	Encargados de la limpieza total del local, dividido entre la limpieza de las oficinas y la limpieza del área de producción, esté último se encargará de la correcta limpieza de las máquinas y utensilios utilizados en la producción de nuestras salsas.
Vigilante	2	**Turno día:** Está persona se encargará de la seguridad del personal de la empresa y de los activos que se encuentran dentro del terreno, así también, está en la obligación de anotar la hora de entrada y salida del personal y asegurar que nadie retire sin autorización previa algún bien o activo de la empresa. **Turno noche:** El vigilante está encargado de supervisar el perímetro donde se encuentra la empresa, vigilando los activos de la misma y alertar a las autoridades competentes si se suscita algún siniestro.
Servicio de reparto	1	Se encargará del servicio de distribución a todos nuestros canales de venta.
Ing. Agroindustrial	1	Encargado de inspeccionar que el proceso productivo cumpla con todas las normas exigidas por ley, para obtener un producto terminado de alta calidad y altamente competente.
Contador	1	Encargado de realizar las declaraciones a presentar en la Sunat, elaboración de los EE.FF. de la empresa, elaboración de las planillas, así como la asesoría en diversos temas contables.

Elaboración propia

5.2.5 Aspectos laborales

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

La contratación inicia con el proceso de reclutamiento, el mismo que será a través de una convocatoria en las bolsas de trabajo de Bumeran y Computrabajo; luego de una evaluación de las hojas de vida de cada postulante, se elegirá a aquellos que cumplan los requerimientos necesarios, posteriormente se les convocará a una entrevista con el personal encargado de la selección de la empresa. Para los casos específicos de la selección de jefes estará a cargo del Gerente General, para lo cual será indispensable que el postulante cuente con experiencia comprobada en el área que se va a desempeñar. Concluido el proceso de reclutamiento y selección del personal, se emitirán los contratos laborales, el cual dependerá del cargo que van a desempeñar, para determinar la modalidad de contrato:

Tabla 82 - *Tipo de contratación*

Puesto de trabajo	N° de trabajadores	Tipo de contrato
Gerente General	1	Contrato Indefinido
Asistente Administrativo	1	Contrato a plazo fijo
Jefe de Ventas	1	Contrato Indefinido
Ejecutivo de Ventas	1	Contrato a plazo fijo
Jefe de Producción y operaciones	1	Contrato Indeterminado
Asistente de Logística y operaciones	1	Contrato a plazo fijo
Operarios de planta	3	Contrato a plazo fijo
Personal de Limpieza (tercerizado)	1	Contrato de locación de servicios
Vigilantes (tercerizado)	2	Contrato de locación de servicios
Reparto	1	Contrato de locación de servicios
Ing. Agroindustrial	1	RH
Contador	1	RH

Degustadora	1	RH
Supervisor	1	RH
Impulsadora	1	RH
Supervisor de activaciones	1	RH
Community manager	1	RH
fotógrafo	1	RH

Elaboración propia

b. Régimen laboral de puestos de trabajo.

El régimen laboral bajo la cual DOÑA SALSA realizará la contratación de su personal será mediante el régimen laboral Mype, específicamente la empresa se adecúa a las características de la pequeña empresa. Teniendo las siguientes características que haremos mención líneas abajo.

- La remuneración mínima es de S/. 850 nuevos soles.
- La Jornada laboral de los empleados deberá de ser de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- Derecho a Vacaciones de 15 días.
- Pago de dos 1/2 gratificaciones (Julio y Diciembre).
- Pago de Compensación por Tiempo de Servicios- CTS (50% Mayo y Noviembre).
- Pago por concepto de ESSALUD (9%).

Tabla 83 – *Planilla área administrativa*

Área	Puestos	Cant de trabajadores año 1	Cant. de trabajadores año 2	Cant. de trabajadores año 3	Total Rem. Mensual S/. 2018	Total Rem. Mensual S/. 2019	Total Rem. Mensual S/. 2020
Administrativa	GERENTE GENERAL	1	1	1	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
Administrativa	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	1	1	S/. 900	S/. 900	S/. 900

	Dic.-17	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
GERENTE GENERAL	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00
Total Sueldo Bruto	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	58,800.00	58,800.00	58,800.00
Gratificación(1/12)	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	408.33	4,900.00	4,900.00	4,900.00
Total Sueldo	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	5,308.33	63,700.00	63,700.00	63,700.00
CTS(1/24)	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	221.18	2,654.17	2,654.17	2,654.17
Essalud (9%)	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	5,292.00	5,292.00	5,292.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	36.75	441.00	441.00	441.00
Asignación familiar(85 por trabajador)	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Gasto total Administrativo	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	6,177.26	74,127.17	74,127.17	74,127.17

Sueldo Bruto	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	58,800.00	58,800.00	58,800.00
Gratificación	408.33	0.00		0.00	0.00	0.00		2,450.00	0.00		0.00		2,450.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		1,327.08						1,327.08		2,654.17	2,654.17	2,654.17
Essalud		441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	441.00	5,292.00	5,292.00	5,292.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	36.75							220.50					220.50	441.00	441.00	441.00
Asignación familiar(85 por trabajador)	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Pago Total planilla administrativa	**5,515.08**	**5,511.00**	**5,511.00**	**5,511.00**	**5,511.00**	**6,838.08**	**5,511.00**	**8,181.50**	**5,511.00**	**5,511.00**	**5,511.00**	**6,838.08**	**8,181.50**	**74,127.17**	**74,127.17**	**74,127.17**

Elaboración propia.

Tabla 84 - *Planilla área comercial*

Área	Puestos	Cant de trabajadores año 1	Cant. de trabajadores año 2	Cant. de trabajadores año 3	Total Rem. Mensual S/. 2018	Total Rem. Mensual S/. 2019	Total Rem. Mensual S/. 2020
Ventas	JEFE COMERCIAL Y VENTA	1.00	1.00	1.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Ventas	EJECUTIVOS DE VENTAS	1.00	3.00	3.00	900.00	900.00	900.00

	Dic.-17	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
JEFE COMERCIAL Y VENTA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
EJECUTIVOS DE VENTAS	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	32,400.00	32,400.00
Total Sueldo Bruto	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	46,800.00	68,400.00	68,400.00
Gratificación(1/12)	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	3,900.00	5,700.00	5,700.00
Total Sueldo	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	4,225.00	50,700.00	74,100.00	74,100.00
CTS(1/24)	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	176.04	2,112.50	3,087.50	3,087.50
Essalud (9%)	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	4,212.00	6,156.00	6,156.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	29.25	351.00	513.00	513.00
Asignación familiar(85 por trabajador)	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00
Gasto planilla fija de ventas	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	4,866.29	58,395.50	84,876.50	84,876.50

Cuadro de pagos	43,070.00	43,101.00	43,132.00	43,160.00	43,191.00	43,221.00	43,252.00	43,282.00	43,313.00	43,344.00	43,374.00	43,405.00	43,435.00	2,018.00	2,019.00	2,020.00
Sueldo Bruto	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	46,800.00	68,400.00	68,400.00
Gratificación	325.00	0.00		0.00	0.00	0.00		1,950.00	0.00		0.00		1,950.00	3,900.00	5,700.00	5,700.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		1,056.25						1,056.25		2,112.50	3,087.50	3,087.50
Essalud		351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	4,212.00	6,156.00	6,156.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	29.25							175.50					175.50	351.00	513.00	513.00
Asignacion familiar(85 por trabajador)	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00
Pago total de ventas	**4,339.25**	**4,336.00**	**4,336.00**	**4,336.00**	**4,336.00**	**5,392.25**	**4,336.00**	**6,461.50**	**4,336.00**	**4,336.00**	**4,336.00**	**5,392.25**	**6,461.50**	**58,395.50**	**84,876.50**	**84,876.50**

Elaboración propia.

Tabla 85 - *Planilla producción (MOI)*

Área	Puestos	Cant de trabajadores año 1	Cant. de trabajadores año 2	Cant. de trabajadores año 3	Total Rem. Mensual S/. 2018	Total Rem. Mensual S/. 2019	Total Rem. Mensual S/. 2020
Operaciones	JEFE DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	1	1	1	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Operaciones	ASISTENTE DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES	1	1	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00

	Dic.-17	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
JEFE DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
ASISTENTE DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Total Sueldo Bruto	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Gratificación(1/12)	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Total Sueldo	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	4,333.33	52,000.00	52,000.00	52,000.00
CTS(1/24)	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	180.56	2,166.67	2,166.67	2,166.67
Essalud (9%)	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	4,320.00	4,320.00	4,320.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00	360.00	360.00
Asignacion familiar(85 por trabajador)	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Costo MOI	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	5,073.89	60,886.67	60,886.67	60,886.67

Cuadro de pagos	43,070.00	43,101.00	43,132.00	43,160.00	43,191.00	43,221.00	43,252.00	43,282.00	43,313.00	43,344.00	43,374.00	43,405.00	43,435.00	2,018.00	2,019.00	2,020.00
Sueldo Bruto	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Gratificación	333.33	0.00		0.00	0.00	0.00		2,000.00	0.00		0.00		2,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		1,083.33						1,083.33		2,166.67	2,166.67	2,166.67
Essalud		360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	4,320.00	4,320.00	4,320.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	30.00							180.00					180.00	360.00	360.00	360.00
Asignacion familiar(85 por trabajador)	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Pago planilla MOI	**4,533.33**	**4,530.00**	**4,530.00**	**4,530.00**	**4,530.00**	**5,613.33**	**4,530.00**	**6,710.00**	**4,530.00**	**4,530.00**	**4,530.00**	**5,613.33**	**6,710.00**	**60,886.67**	**60,886.67**	**60,886.67**

Elaboración propia.

Tabla 86 - *Planilla producción MOD*

Área	Puestos	Cant de trabajadores año 1	Cant. de trabajadores año 2	Cant. de trabajadores año 3	Total Rem. Mensual S/. 2018	Total Rem. Mensual S/. 2019	Total Rem. Mensual S/. 2020
Operaciones	OPERARIO DE PLANTA	3	3	4	S/. 900.00	S/. 900.00	S/. 900.00

	Dic.-17	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
OPERARIO DE PLANTA	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	32,400.00	32,400.00	43,200.00
Total Sueldo Bruto	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	32,400.00	32,400.00	43,200.00
Gratificación(1/12)	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	2,700.00	2,700.00	3,600.00
Total Sueldo	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00	35,100.00	35,100.00	46,800.00
CTS(1/24)	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	121.88	1,462.50	1,462.50	1,950.00
Essalud (9%)	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	2,916.00	2,916.00	3,888.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	20.25	243.00	243.00	324.00
Asignacion familiar(85 por trabajador)	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	3,060.00	3,060.00	4,080.00
Costo MOD	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	3,565.13	42,781.50	42,781.50	57,042.00

Cuadro de pagos	43,070.00	43,101.00	43,132.00	43,160.00	43,191.00	43,221.00	43,252.00	43,282.00	43,313.00	43,344.00	43,374.00	43,405.00	43,435.00	2,018.00	2,019.00	2,020.00
Sueldo Bruto	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	32,400.00	32,400.00	43,200.00
Gratificación	225.00	0.00		0.00	0.00	0.00		1,350.00	0.00		0.00		1,350.00	2,700.00	2,700.00	3,600.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		731.25						731.25		1,462.50	1,462.50	1,950.00
Essalud		243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	243.00	2,916.00	2,916.00	3,888.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	20.25							121.50					121.50	243.00	243.00	324.00
Asignacion familiar(85 por trabajador)	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	3,060.00	3,060.00	4,080.00
Pago planilla MOD	**3,200.25**	**3,198.00**	**3,198.00**	**3,198.00**	**3,198.00**	**3,929.25**	**3,198.00**	**4,669.50**	**3,198.00**	**3,198.00**	**3,198.00**	**3,929.25**	**4,669.50**	**42,781.50**	**42,781.50**	**57,042.00**

Elaboración propia.

Tabla 87 - *Planilla producción MOD*

Cuadro resumen	Dic.-17	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
Pago Total de planilla adm.	5,515.08	5,511.00	5,511.00	5,511.00	5,511.00	6,838.08	5,511.00	8,181.50	5,511.00	5,511.00	5,511.00	6,838.08	8,181.50	74,127.17	74,127.17	74,127.17
Pago total de ventas	4,339.25	4,336.00	4,336.00	4,336.00	4,336.00	5,392.25	4,336.00	6,461.50	4,336.00	4,336.00	4,336.00	5,392.25	6,461.50	58,395.50	84,876.50	84,876.50
Pago planilla MOI	4,533.33	4,530.00	4,530.00	4,530.00	4,530.00	5,613.33	4,530.00	6,710.00	4,530.00	4,530.00	4,530.00	5,613.33	6,710.00	60,886.67	60,886.67	60,886.67
Pago planilla MOD	3,200.25	3,198.00	3,198.00	3,198.00	3,198.00	3,929.25	3,198.00	4,669.50	3,198.00	3,198.00	3,198.00	3,929.25	4,669.50	42,781.50	42,781.50	57,042.00
Total pago de planillas	**17,587.92**	**17,575.00**	**17,575.00**	**17,575.00**	**17,575.00**	**21,772.92**	**17,575.00**	**26,022.50**	**17,575.00**	**17,575.00**	**17,575.00**	**21,772.92**	**26,022.50**	**236,190.83**	**262,671.83**	**276,932.33**

Elaboración propia

Tabla 88 - *Proporción de planilla de acuerdo a las ventas*

	Año 1 (2018)	Año 2 (2019)	Año 3(2020)
Valor de ventas	S/. 992,799.73	S/. 1,072,223.71	S/. 1,158,001.60
Total pago de planillas	S/. 236,190.83	S/. 262,671.83	S/. 276,932.33
% de las ventas	23.79%	24.50%	23.91%

Elaboración propia

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

Tabla 89 - *Gastos por servicios tercerizados y personal por honorarios*

Serv. tercerizado	Importe en S/.	Frecuenc.	Ene.-18	Feb,-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Año 1	Año 2	Año 3
Personal de limpieza	S/. 1,800	MENSUAL	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00
Personal de vigilancia	S/. 1,500	MENSUAL	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Servicio de reparto	S/. 1,500	MENSUAL	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Ing. Agroindustrial	S/. 550	MENSUAL	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00
Contador	S/. 600	MENSUAL	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
1 degustadora(S/.235.00)	S/. 235	quincenal	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	470.00	5,640.00	5,640.00	5,640.00
1 supervisor (S/.100.00)	S/. 100	quincenal	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
1 impulsadora(S/235.00)	S/. 235	MENSUAL	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	235.00	2,820.00	2,820.00	2,820.00
1 supervisor de activación (S/.100.00)	S/. 100	MENSUAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
community manager (Free lance)	S/. 1,000	MENSUAL	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Total servicios tercerizados			**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**7,955.00**	**95,460.00**	**95,460.00**	**95,460.00**

Elaboración propia

e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Todos los trabajadores en planilla de Novo Fusión S.A.C. Laborarán de lunes a sábado, cumpliendo el siguiente horario de trabajo:

Tabla 90 - *Horario laboral - Personal en planilla*

Personal	Área	Turno	Horario			
			Lunes a Viernes		Sábado	Domingo
			Ingreso y Salida	Refrigerio		
Gerente General	Administrativo	D	9:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	Descanso
Asistente Administrativo	Administrativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	
Jefe de Ventas	Administrativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	
Ejecutivo de Ventas	Administrativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	
Jefe de Producción y operaciones	Operativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	
Asistente de Logística y operaciones	Operativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	
Operarios de planta	Operativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	

* Están exonerados del registro de asistencia el Gerente General, Jefe de Ventas y Jefe de Producción
Elaboración propia

- La jornada ordinaria de trabajo no incluye el horario de refrigerio, el mismo que está fijado en una hora diaria.
- La variación de los horarios de trabajo se sujetará a las necesidades de la institución, observando los lineamientos legales vigentes, en coordinación con los trabajadores.
- Asimismo, el trabajo en sobretiempo debe ser previamente autorizado por el Gerente General, a solicitud del jefe inmediato del trabajador.
-

Por otro lado, el personal tercerizado mantendrá el siguiente horario:

Tabla 91 - ***Horario de trabajo- Servicios Tercerizados***

Personal	Área	Turno	Horario			
			Lunes a Viernes		Sábado	Domingo
			Ingreso y Salida	Refrigerio		
Personal de Limpieza	Operativo	D	9:30 hrs. a 18:30 hrs.	13:00 hrs. a 14:00 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	Descanso
Vigilante 1 (*)	Operativo	D	7:00 hrs. a 19:00 hrs.		7:00 hrs. A 19:00 hrs.	7:00 hrs. A 19:00 hrs.
Vigilante 2 (*)	Operativo	N	19:00 hrs. a 7:00 hrs.		19:00 hrs. A 7:00 hrs.	19:00 hrs. A 7:00 hrs.
Personal de reparto (**)	Operativo	D	8:00 hrs. a 17:00 hrs.	12:30 hrs. a 13:30 hrs.	9:00 hrs. a 13:00 hrs.	

*El servicio de vigilancia será por turnos y durante el horario de refrigerio habrá un personal de reemplazo
** Los servicios del Ing. Agroindustrial, el Contador y el personal de reparto no se ha considerado, porque laborará de manera esporádica dentro de la empresa.
Observación: El horario está proyectado en base a los 3 años de horizonte de la empresa y de acuerdo al incremento del personal

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1 Tamaño de nuestro proyecto

6.1.1 Capacidad instalada del proyecto

a. Criterios en consideración:

- Días de descanso requeridos por política de la empresa: Domingos y Feriados.
- La planta trabajará en turnos de 8 horas diaria y se considerarán 26 días laborables del mes.

Considerando 12 días de Feriados NO laborables, tales como indica en la siguiente tabla:

Tabla 92 - *Feriados anuales*

Festividad	Día
Primer día del Año	01 de Enero
Semana Santa	Jueves y viernes de Abril o Marzo (movibles)
Día del trabajador	01 de Mayo
Feriado por los santos San Pedro y San Pablo	29 de Junio
Feriado por la Independencia del Perú	28 y 29 de Julio
Feriado por Santa Rosa de Lima	Agosto 30
Conmemoración del Combate de Angamos	Octubre 8
Día de Todos los Santos	Noviembre 01
Inmaculada concepción	Diciembre 08
Celebración por el nacimiento del Señor	Diciembre 25

Elaboración propia.

- **Jornada laboral**

Tabla 93 - *Detalle de jornadas laborales*

Detalle de horas	Cantidad de horas
Horas a laborar	8 horas diarias
Horas a laborar de manera semanal	48 horas semanales
Días laborables a la semana	6 Días a la semana
Días laborables de manera mensual	26 Días al mes
Ciclo de trabajo	1 turno por día laboral

Elaboración propia

- **Horario laboral**

De Lunes a Viernes: 08:00 A.M hasta las 5:00 P.M

Horario de refrigerio: De 1:00 P.M. hasta 2:00 P.M.

b. Cálculos

Dada la información antes brindada se puede concluir lo siguiente:

Días trabajados el año:

365 Días al año - 12 Días festivos - 52 Días Domingos

Total Días trabajados al año: 301 Días

Después de encontrar el total de los días trabajados el año, procedemos a encontrar el Tiempo de trabajo.

Tiempo de trabajo = (301 días al año) X 8 horas diarias

Total de tiempo de trabajo = 2408 horas anuales

- **Tiempo de receso del colaborador:**

Tabla 94 - Tiempo estimado de descanso del colaborador

EMPLEABILIDAD	TIEMPO ESTIMADO
Tiempo estimado de descanso	30 Min. Aproximadamente
Tiempo estimado para las necesidades fisiológicas	20 Min. Aproximadamente
TOTAL	**50 Minutos diarios**

Elaboración propia

Cálculo del tiempo productivo por colaborador, quitándole el Tiempo de receso

T.P.C = 60 Minutos X hora *(Número de horas en el trabajo)
= 480
= 480 - Tiempo de receso del colaborador.
=480 - 50
=430/60 min =**7.17 horas de total de tiempo productivo**.

Debido a ellos podemos inferir lo siguiente:

= (Total de días trabajados al año) X (Total de tiempo productivo)
= (301) X (7.17) = 2157 horas laborables anualmente

6.1.2 Capacidad utilizada del proyecto

a. Criterios.

Si bien para el proceso productivo en la elaboración de nuestras diferentes salsas no es totalmente indispensable una máquina o algún equipo muy sofisticado, sin embargo, creemos que la Marmita es, sin duda alguna, el equipo que ayuda en mayor medida a la rápida realización de las salsas que nos favorece por la gran capacidad que tiene, así como la rápida homogeneización de la misma, gracias al sistema de rotación que tiene para ayudar con la mezcla.

- De acuerdo con diferentes análisis, se llegó a la conclusión que se tienen que producir 2,315 salsas.
- Así también, uno de los procedimientos más relevantes de nuestro proceso de producción es la homogeneización y cocción de nuestro producto, que se realiza en una Marmita.
- Cada lote de salsa tiene una demora de cocción total de media hora aproximadamente por dicha capacidad de la máquina.

. Cálculos.

Tabla 95 - *Detalle de capacidad instalada*

Capacidad Instalada		
Capacidad instalada	140	salsas por hora
capacidad instalada diaria(4 horas de trabajo en promedio con maquinaria)	560	salsas por día
Capacidad instalada mensual(26 días)	14,560	salsas al mes
Capacidad anual	**174,720**	**salsas/año**

Elaboración propia

Tabla 96 - *Detalle de producción total*

Productos	2018	2019	2020
Salsa Cajamarquez a producir	59,418	63,548	68,296
Salsa Salcina a producir	59,308	63,431	68,169
Salsa Campechana a producir	16,945	18,123	19,477
Salsa Fungies a producir	6,354	6,796	7,304
Total de salsas a producir	**142,026**	**151,898**	**163,246**
Total de salsas a producir(tamaño normal)	142,026	151,898	163,246
Capacidad instalada en salsas	174720	174720	174720
% de utilización	**81.29%**	**86.94%**	**93.43%**
Capacidad ociosa	**18.71%**	**13.06%**	**6.57%**

Elaboración propia

6.1.3 Capacidad máxima del proyecto

a. Criterios.

De acuerdo a nuestro cuadro anterior, se determinó las cantidades en litros requeridos de manera mensual, según nuestro programa de producción, obteniendo los siguientes resultados:

b. Cálculos.

Tabla 97 - *Cálculo de capacidad máxima*

Máquina con producción más lenta		
Capacidad utilizada	140	salsas por hora
Capacidad asumiendo que se realizan 8 lotes al día	1,120	salsas por día
Capacidad asumiendo que se labora 30 días al mes	33,600	salsas al mes
Capacidad anual	403,200	salsas/año

Elaboración propia

El cálculo de la capacidad máxima es en base a realizar 8 lotes diarios, en caso se labore 30 días al mes y multiplicado por los 12 meses se tendría una producción de salsas aproximada de 403,200 unidades al año.

6.2 Proceso de producción

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

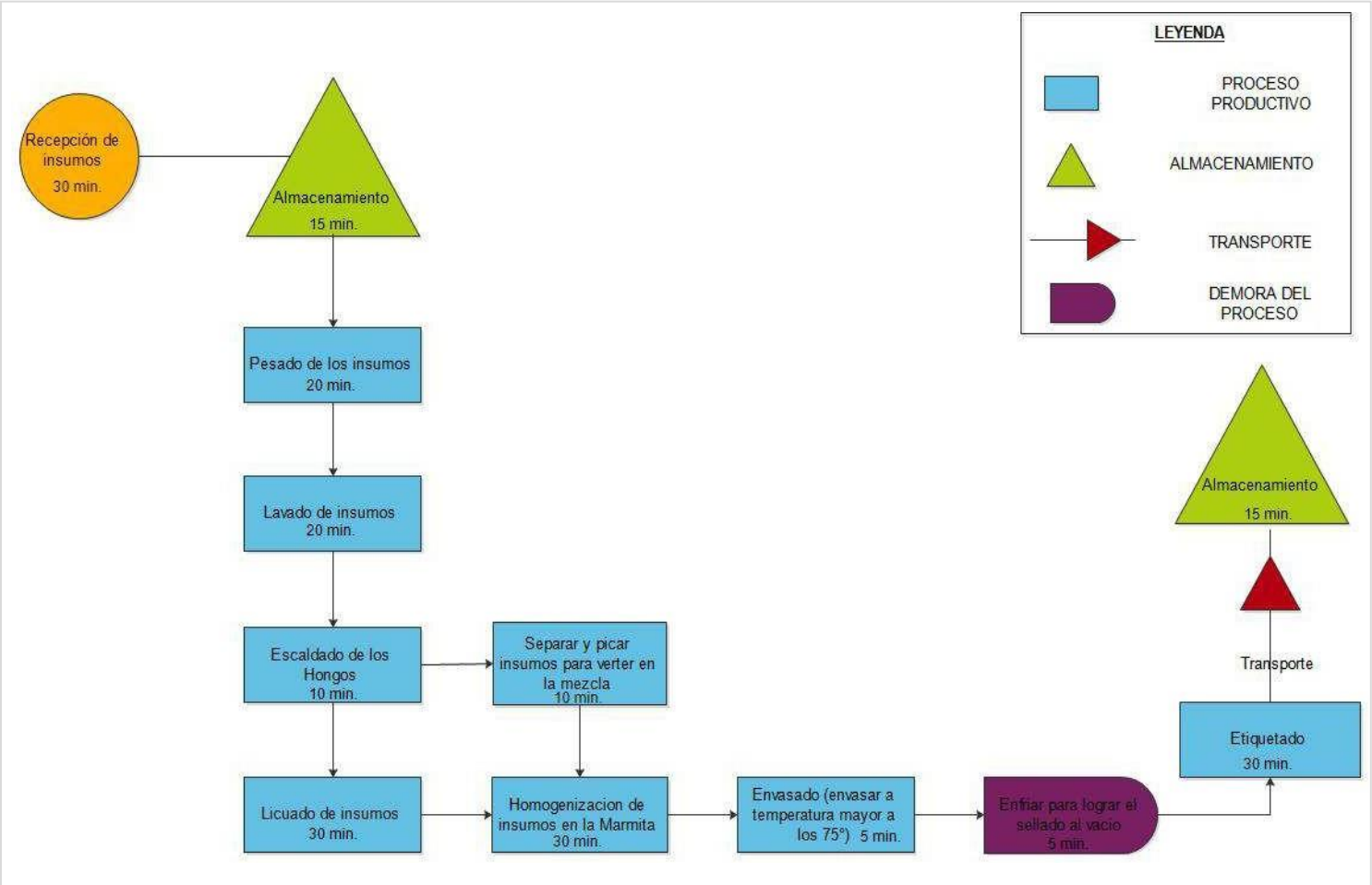


Figura 51. Diagrama de flujo de Producción Salsa Fungies.

Elaboración propia.

Descripción de las etapas:

1. Este proceso iniciar con la recepción de la materia prima, a cargo del Asistente de operaciones, después de la verificación correcta de los insumos lo almacena. Tiempo requerido, 30 Min.
2. Posteriormente mediante el cronograma de producción, le entrega los insumos necesarios al Operario de Almacén 1, para que inicie el proceso de producción. 15 Min.

3. Este operario se encarga de verificar que los pesos y coloca el producto en la máquina lavadora y peladora. Tiempo aproximado: 20 Min.
4. Luego entrega los insumos al Operario de Almacén 2, para que los coloque en la máquina de escaldado, culminado ello, se encarga de separar los insumos, clasificándolos cuáles son para picar o para licuar. Tiempo Aproximado, 20 Min.
5. Posteriormente será entregado al Operario 3, quién se encarga de colocar los insumos bien a la licuadora industrial o a la máquina picadora. Tiempo requerido, 30 Min.
6. Para finalizar este procedimiento, lleva los insumos a la marmita para que se encargue de la homogeneización, retira la mezcla. Tiempo requerido 30 Min.
7. Para luego entregar la salsa al Operario 1 quien también se encargará del envasado del producto mediante la máquina llenadora, y los dirige a una mesa de trabajo para el enfriamiento del producto. Tiempo requerido, 5 Min.

   El Operario 2 también se encarga de verificar que el sellado al vacío se haya concretado con éxito, y del correcto etiquetado de los envases y del empaquetado en cajas de 12 envases cada una, terminado este procedimiento, lo transporta hasta el almacén de productos terminados y se lo entrega al Asistente de Operaciones para que registre el ingreso, lo almacene o designe su distribución, con ello culmina el proceso de producción. Tiempo requerido 15 Min.

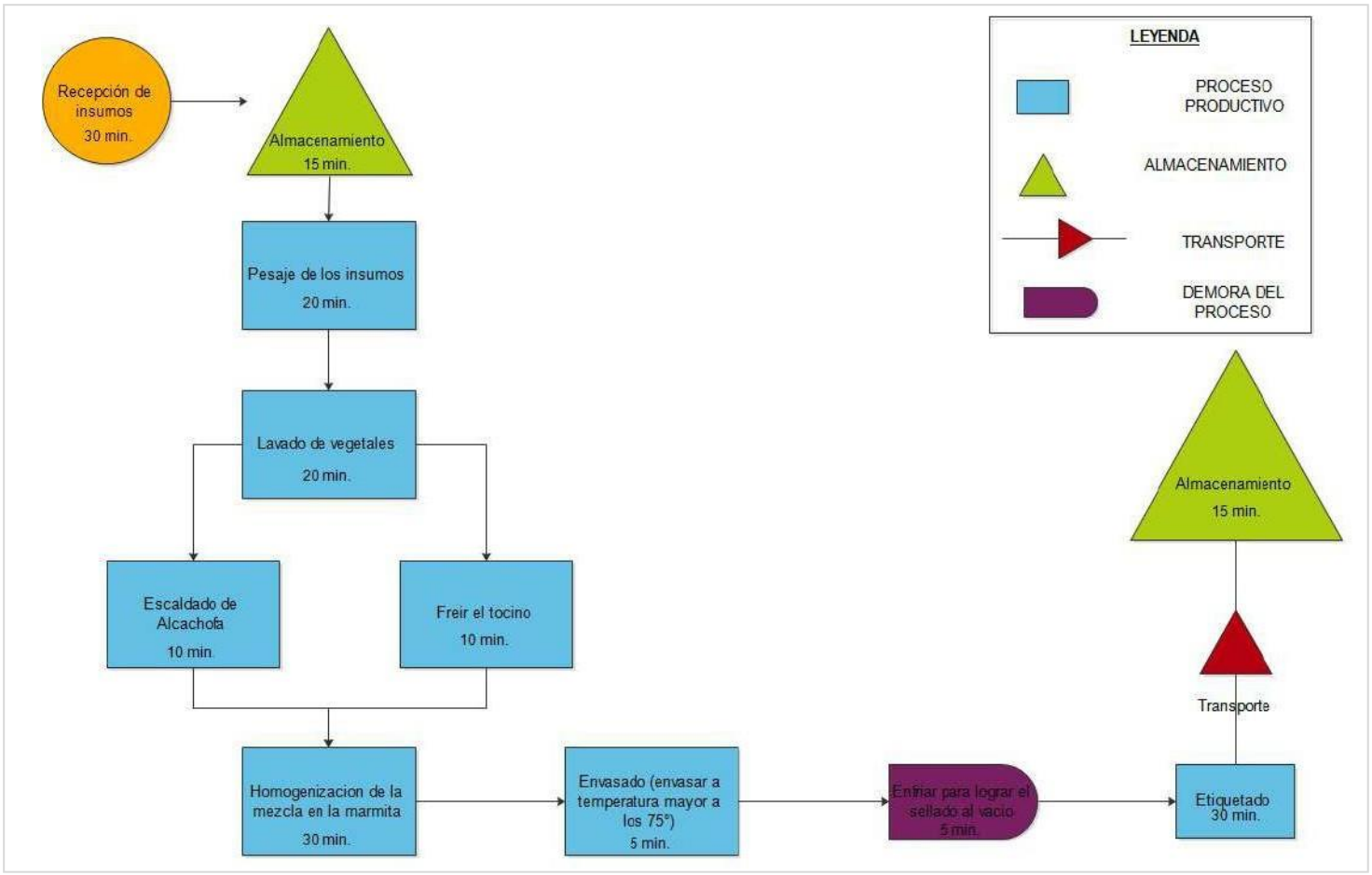


Figura 98 - Diagrama de flujo de producción Salsa Campechana.

Elaboración propia

Para la preparación de está salsa se inicia con:

1. Recepción de la materia prima, a cargo del Asistente de operaciones, después de la verificación correcta de los insumos estos son almacenados. Tiempo aprox, 30 Min.
2. Posteriormente, y mediante el cronograma de producción, le entrega los insumos necesarios al Operario de Almacén 1 para qué de inicio el proceso productivo. Tiempo estimado, 15 Min.
3. En el proceso productivo el operario 1 separa los insumos a usar, ya que se tiene que tener cuidado de no mezclar la Cebolla picada con la alcachofa, debido el fuerte olor de la primera. Tiempo aproximado, 10 Min.

4. El operario 2 es el primero en usar la picadora con la Alcachofa. Tiempo estimado, 10 Min.
5. el operario 1 continúa con el tocino y la cebolla. Tiempo requerido: 10 Min, por insumo.
6. de manera simultánea el operario 2 pasa por la escaldadora para cocer los cortes de Alcachofa. tiempo estimado, 30 Min.
7. Luego de esto, pasa a la licuadora para crear la pasta de Alcachofa. Tiempo estimado, 15 Min.
8. El operario 3, con la Cebolla y el Tocino correctamente cortados, pasa a la marmita para el iniciar el preparado del aderezo, mientras aun la alcachofa está en cocción. Tiempo requerido, 15 Min
9. Una vez terminado el proceso de licuado de la Alcachofa, se procede a mezclar los insumos en el aderezo preparado en la marmita. Tiempo estimado, 30 Min.
10. Terminado la homogeneización de la salsa, será entregada la salsa al Operario 1 quien se encargará del envasado del producto con la máquina llenadora. Tiempo requerido, 5 Min.
11. El Operario 2, terminará el proceso con la verificación del vacío en los envases, el etiquetado y el correcto empaquetado en cajas de 12 unidades, para luego transportar los envases el almacén de productos terminados y se lo entrega al Asistente de Operaciones para que registre el ingreso, lo almacene o designe su distribución, con ello culmina el proceso de producción de está salsa. Tiempo estimado 15 Min.

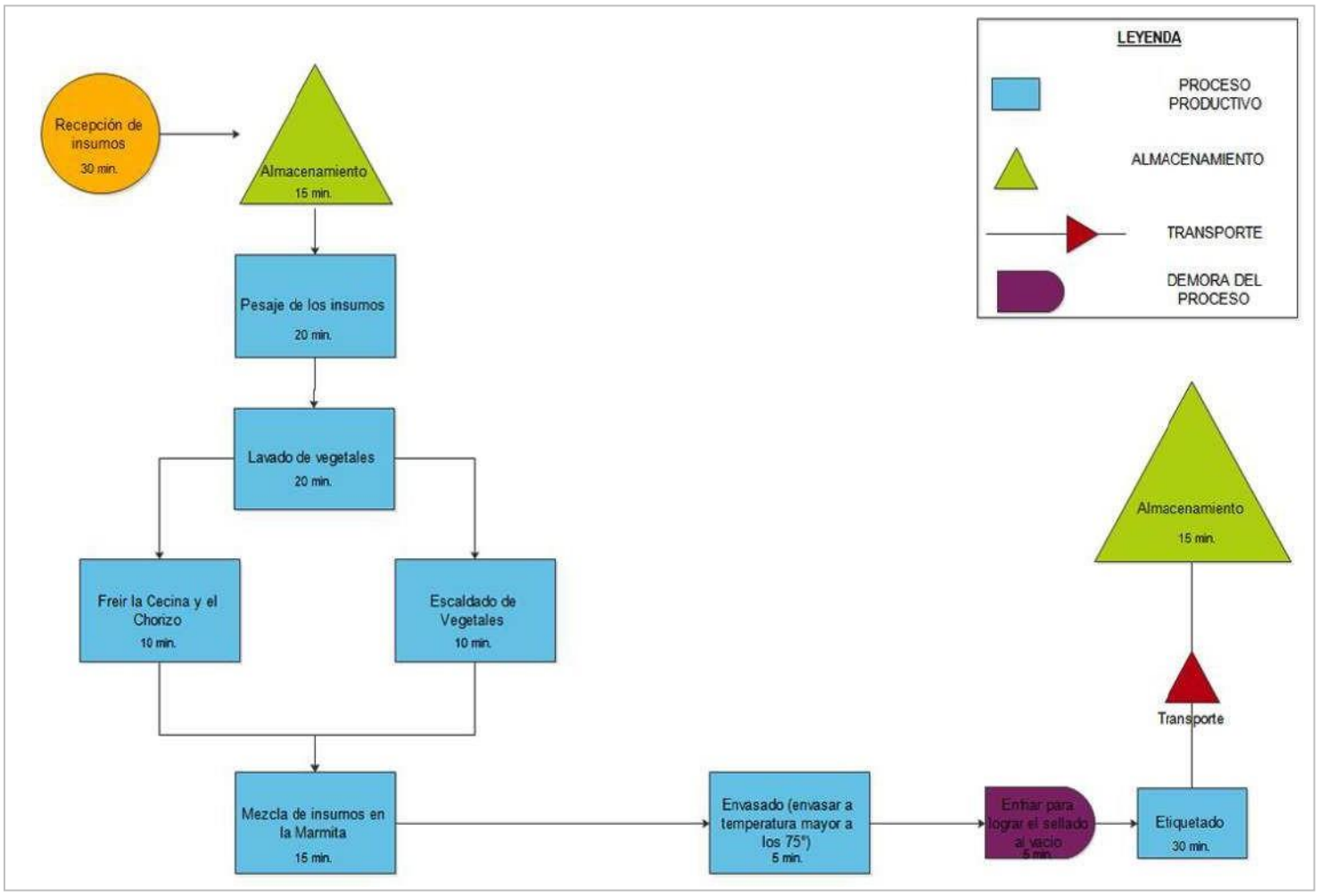


Figura 99 **-** Diagrama de flujo de producción Salcina.

Elaboración propia.

El proceso productivo de está salsa empieza con:

1. Recepción de la materia prima, a cargo del Asistente de operaciones, después de la verificación correcta de los insumos estos son almacenados. Tiempo aprox, 30 Min.
2. Posteriormente, y mediante el cronograma de producción, le entrega los insumos necesarios al Operario de Almacén 1 para qué de inicio el proceso productivo. Tiempo estimado, 15 Min.
3. En el proceso productivo el operario 1 separa los insumos a usar, para luego entregarle a cada Operario su tarea de acuerdo a sus preparaciones. Tiempo Aprox. 10 Min.

4. El Operario 1 inicia el proceso con los cortes y lavado de los Plátanos y Yucas. Tiempo requerido, 7 Min.
5. Luego, el operario 1 continúa con el escaldado de ambos insumos. Tiempo requerido, 10 Min.
6. Una vez terminado el proceso de escaldado el operario 1 pasa a la Licuadora industrial, para realizar la pasta de Yuca y Plátano.
7. Simultáneamente, el Operario 2 usa la máquina de lavado y cortes de las Cebollas y Cúrcuma. Tiempo requerido, 5 Min. para la cebolla y 3 Min, para la Cúrcuma
8. Una vez terminado los cortes de las cebollas, el Operario 2, pasa a la marmita, para el inicio del aderezo de Cebolla y Cúrcuma
9. Al mismo tiempo, el Operario 3 va cortando la Salchicha y la Cecina. Tiempo requerido, 5 Min.
10. Una vez terminado los cortes de las carnes, se procede a juntarlas con el aderezo en la marmita, por un intervalo de, 15 Min.
11. Después de terminada la cocción de la carne, se procede a juntar la pasta de Yuca y Plátano en la marmita junto con el resto de insumos y mezclar por espacio de 30 Min.
12. Terminado la homogeneización de la salsa, será entregado nuevamente al Operario 1 quien también se encargará del envasado del producto con la máquina llenadora. Tiempo requerido, 5 Min.
13. El Operario 2, terminará el proceso con la verificación del vacío en los envases, el etiquetado y el correcto empaquetado en cajas de 12 unidades, para luego transportar los envases el almacén de productos terminados y se lo entrega al Asistente de Operaciones para que registre el ingreso, lo almacene o designe su distribución, con ello culmina el proceso de producción de está salsa. Tiempo estimado 15 Min.

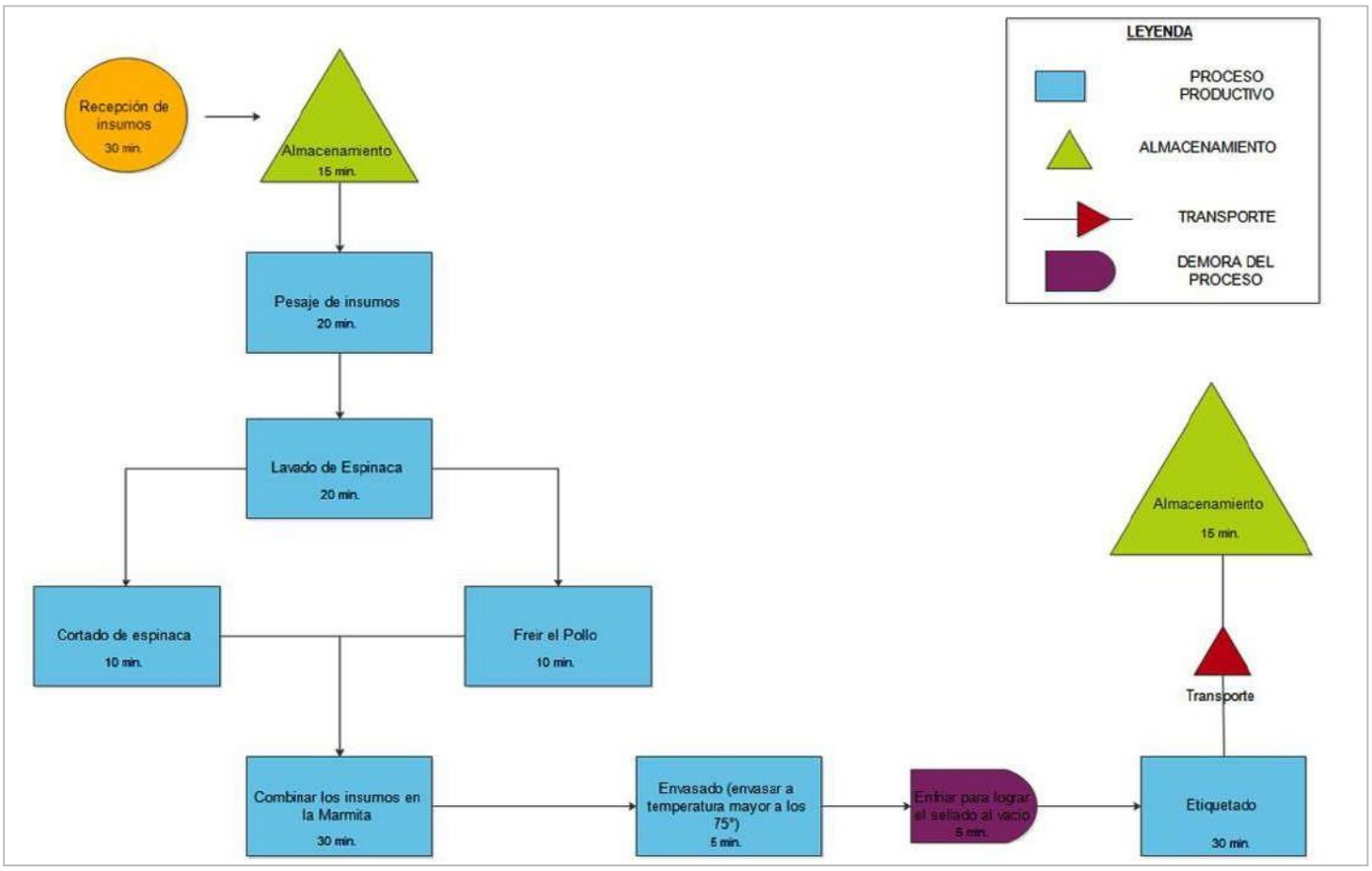


Figura 100 - Diagrama de flujo de producción Salsa Cajamarquez.

Elaboración propia.

El proceso productivo de está salsa empieza con:

1. Recepción de la materia prima, a cargo del Asistente de operaciones, después de la verificación correcta de los insumos estos son almacenados. Tiempo aprox, 30 Min.
2. Posteriormente, y mediante el cronograma de producción, le entrega los insumos necesarios al Operario de Almacén 1 para qué de inicio el proceso productivo. Tiempo estimado, 15 Min.
3. En el proceso productivo el operario 1 separa los insumos a usar, para luego entregarle a cada Operario su tarea de acuerdo a sus preparaciones. Tiempo Aprox. 10 Min.
4. El Operario 1 inicia el proceso productivo con el uso de la máquina de lavado y corte de Espinaca. Tiempo requerido, 5 Min.

5. Luego de realizar los cortes, pasa a la máquina de escaldado. Tiempo requerido 7 Min.
6. El Operario 2, recepciona el pollo, el cual es lavado para su posterior corte en dados de 3X4 centímetros. Tiempo requerido 10 Min.
7. Una vez realizados los cortes, el Operario 2, pasa a la marmita para la cocción de las carnes. para luego reservarlos en un bowl aparte Tiempo estimado, 10 Min.
8. El Operario 3 realiza el Roux de la Mantequilla, Harina, Crema de leche, Queso, y Queso crema. Esta es una técnica culinaria para lograr que la salsa tenga una textura suave y cremosa. Tiempo requerido, 15 min
9. Luego de lograda la textura, se vierte el Pollo y las Espinacas a la marmita, y se espera a la cocción y homogeneización de la mezcla. Tiempo estimado, 30 Min.
10. Terminado la homogeneización de la salsa, será entregada nuevamente al Operario 1 quien también se encargará del envasado del producto con la máquina llenadora. Tiempo requerido, 5 Min.
11. El Operario 2, terminará el proceso con la verificación del vacío en los envases, el etiquetado y el correcto empaquetado en cajas de 12 unidades, para luego transportar los envases el almacén de productos terminados y se lo entrega al Asistente de Operaciones para que registre el ingreso, lo almacene o designe su distribución, con ello culmina el proceso de producción de está salsa. Tiempo estimado 15 Min.

6.2.2 Programa de producción.

Tabla 101 - *Producción proyectada Salsa Cajamarquez*

Demanda de Salsa Cajamarquez		2018	2019	2020
		57,687	62,302	67,287
Sampling	2.00%	2.00%	1.00%	0.50%
Merma de producto terminado		1.00%	1.00%	1.00%

Año 0 - 1			Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Total
Salsa Cajamarquez 2017 - 2018	%			5.00%	5.00%	5.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	11.67%	11.67%	11.67%	**100.00%**
Unidades vendidas				2,884	2,884	2,884	3,846	3,846	3,846	5,769	5,769	5,769	6,730	6,730	6,730	**57,687**
SAMPLING	2.%	UND.	58	58	58	58	77	77	77	115	115	115	135	135	135	**1,154**
MERMA	1.%	UND.	0	29	29	29	38	38	38	58	58	58	67	67	67	
Salsa Cajamarquez a producir			**58**	**2,971**	**2,971**	**2,971**	**3,961**	**3,961**	**3,961**	**5,942**	**5,942**	**5,942**	**6,932**	**6,932**	**6,932**	**59,418**

Año 2			Ene.-19	Feb.-19	Mar.-19	Abr.-19	May.-19	Jun.-19	Jul.-19	Agos.-19	Sep.-19	Oct.-19	Nov.-19	Dic.-19	Total
Salsa Cajamarquez 2019	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	62,302
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	623
MERMA	1.00%	UNIDADES	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	
Salsa Cajamarquez a producir			**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**5,296**	**63,548**

Año 3			Ener.-20	Feb.-20	Mar.-20	Abr.-20	May.-20	Jun.-20	Jul.-20	Agos.-20	Sep.-20	Oct.-20	Nov.-20	Dic.-20	Total
Salsa Cajamarquez 2020	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	5,607	67,287
SAMPLING	0.50%	UNIDADES	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	336
MERMA	1.00%	UNIDADES	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	
Salsa Cajamarquez a producir			**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**5,691**	**68,296**

Elaboración propia.

Tabla 102 - *Producción proyectada Salcina*

Demanda de Salsa Salcina	2018	2019	2020
	57,581	62,187	67,162
Sampling	2.0%	1.0%	0.5%
Merma de producto terminado	1.0%	1.0%	1.0%

Año 0-1			Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Total
Salsa Salcina 2017 - 2018	%			5.00%	5.00%	5.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	11.67%	11.67%	11.67%	**100.00%**
Unidades vendidas				2,879	2,879	2,879	3,839	3,839	3,839	5,758	5,758	5,758	6,718	6,718	6,718	**57,581**
SAMPLING	2.%	UND.	58	58	58	58	77	77	77	115	115	115	134	134	134	**1,152**
MERMA	1.%	UND.	0	29	29	29	38	38	38	58	58	58	67	67	67	
Salsa Salcina a producir			**58**	**2,965**	**2,965**	**2,965**	**3,954**	**3,954**	**3,954**	**5,931**	**5,931**	**5,931**	**6,919**	**6,919**	**6,919**	**59,308**

Año 2			Ene.-19	Feb.-19	Mar.-19	Abr.-19	May.-19	Jun.-19	Jul.-19	Agos.-19	Sep.-19	Oct.-19	Nov.-19	Dic.-19	Total
Salsa Salcina 2019	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	5,182	62,187
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	622
MERMA	1.00%	UNIDADES	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	
Salsa Salcina a producir			**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**5,286**	**63,431**

Año 3			Ener.-20	Feb.-20	Mar.-20	Abr.-20	May.-20	Jun.-20	Jul.-20	Agos.-20	Sep.-20	Oct.-20	Nov.-20	Dic.-20	Total
Salsa Salcina 2020	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	5,597	67,162
SAMPLING	0.50%	UNIDADES	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	336
MERMA	1.00%	UNIDADES	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	
Salsa Salcina a producir			**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**5,681**	**68,169**

Elaboración propia.

Tabla 103 - *Producción proyectada Salsa Campechana*

Demanda de Salsa Campechana		2018	2019	2020
		16,452	17,768	19,189
Sampling	2.00%	2.00%	1.00%	0.50%
Merma de producto terminado		1.00%	1.00%	1.00%

Año 0 - 1			Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Total
Salsa Campechana 2018	%			5.00%	5.00%	5.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	11.67%	11.67%	11.67%	**100.00%**
Unidades vendidas				823	823	823	1,097	1,097	1,097	1,645	1,645	1,645	1,919	1,919	1,919	**16,452**
SAMPLING	2.%	UND.	16	16	16	16	22	22	22	33	33	33	38	38	38	**329**
MERMA	1.%	UND.	0	8	8	8	11	11	11	16	16	16	19	19	19	
Salsa Campechana a producir			**16**	**847**	**847**	**847**	**1,130**	**1,130**	**1,130**	**1,695**	**1,695**	**1,695**	**1,977**	**1,977**	**1,977**	**16,945**

Año 2			Ene.-19	Feb.-19	Mar.-19	Abr.-19	May.-19	Jun.-19	Jul.-19	Agos.-19	Sep.-19	Oct.-19	Nov.-19	Dic.-19	Total
Salsa Campechana 2019	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	1,481	17,768
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	178
MERMA	1.00%	UNIDADES	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	
Salsa Campechana a producir			**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**1,510**	**18,123**

Año 3			Ener.-20	Feb.-20	Mar.-20	Abr.-20	May.-20	Jun.-20	Jul.-20	Agos.-20	Sep.-20	Oct.-20	Nov.-20	Dic.-20	Total
Salsa Campechana 2020	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	1,599	19,189
SAMPLING	0.50%	UNIDADES	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
MERMA	1.00%	UNIDADES	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	
Salsa Campechana a producir			**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**1,623**	**19,477**

Elaboración propia.

Tabla 104 - *Producción proyectada Salsa Fungies*

Demanda de Salsa Fungies	2018	2019	2020
	6,169	6,663	7,196
Sampling	2.0%	1.0%	0.5%
Merma de producto terminado	1.0%	1.0%	1.0%

Año 0 - 1			Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	Total
Salsa Fungies 2018	%			5.00%	5.00%	5.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	11.67%	11.67%	11.67%	**100.00%**
Unidades vendidas				308	308	308	411	411	411	617	617	617	720	720	720	**6,169**
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	6	6	6	6	8	8	8	12	12	12	14	14	14	**123**
MERMA	1.00%	UNIDADES	0	3	3	3	4	4	4	6	6	6	7	7	7	
Salsa Fungies a producir			**6**	**318**	**318**	**318**	**424**	**424**	**424**	**635**	**635**	**635**	**741**	**741**	**741**	**6,354**

Año 2			Ene.-19	Feb.-19	Mar.-19	Abr.-19	May.-19	Jun.-19	Jul.-19	Agos.-19	Sep.-19	Oct.-19	Nov.-19	Dic.-19	Total
Salsa Fungies 2019	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	555	555	555	555	555	555	555	555	555	555	555	555	6,663
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	67
MERMA	1.00%	UNIDADES	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Salsa Fungies a producir			**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**566**	**6,796**

Año 3			Ener.-20	Feb.-20	Mar.-20	Abr.-20	May.-20	Jun.-20	Jul.-20	Agos.-20	Sep.-20	Oct.-20	Nov.-20	Dic.-20	Total
Salsa Fungies 2020	%		8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7,196
SAMPLING	0.50%	UNIDADES	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
MERMA	1.00%	UNIDADES	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Salsa Fungies a producir			**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**609**	**7,304**

Elaboración propia.

A continuación detallamos el resumen de producción por sabor en base al horizonte de nuestro proyecto:

Tabla 105 - *Detalle de producción por el horizonte del proyecto*

Resumen de producción total	dic-17	2018	2019	2020
Salsa Cajamarquez a producir	58	59,418	63,548	68,296
Salsa Salcina a producir	58	59,308	63,431	68,169
Salsa Campechana a producir	16	16,945	18,123	19,477
Salsa Fungies a producir	6	6,354	6,796	7,304
Total a salsas a producir	**138**	**142,026**	**151,898**	**163,246**

Elaboración propia

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos.

Las necesidades de la materia prima y los insumos detallados por año:

- **Salsa Cajamarquez:** Dic 2017 - 2020: Se estimó la necesidad de cada uno de los insumos, así como la materia prima.

Tabla 106 - *Detalle de insumos Salsa Cajamarquez*

Salsa Cajamarquez					
Insumo	**Cantidad en gramos o unidad**	**gramos o unidad**	**Precio Kg**	**Costo Kg**	**Costo unitario**
Mantequilla	25	Kg	S/. 17.70	S/. 15.00	S/. 0.38
Queso paria	50	Kg	S/. 14.16	S/. 12.00	S/. 0.60
Harina	10	Kg	S/. 1.65	S/. 1.40	S/. 0.01
Queso crema	2	Kg	S/. 25.00	S/. 21.19	S/. 0.04
Espinaca	5	Kg	S/. 1.10	S/. 0.93	S/. 0.00
Crema de leche	60	Lt	S/. 7.50	S/. 6.36	S/. 0.38
Materiales					
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	0.083	Unidad	S/. 1.77	S/. 1.50	S/. 0.13
Cinta de Embalaje (100 mt)	0.15	Unidad	S/. 2.92	S/. 2.47	S/. 0.37
Stickers de la marca y sabor	0.083	Unidad	S/. 0.24	S/. 0.20	S/. 0.02
Envase de vidrio estéril	1	Unidad	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 0.85
TOTAL					**S/. 2.78**

Elaboración propia.

Tabla 107 - *Demanda de insumos de Salsa Cajamarquez*

Req. de materia prima	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Mantequilla	Kg	1.4	74.3	74.3	74.3	99	99	99	148.5	148.5	148.5	173.3	173.3	173.3	1485	1589	1707
Queso paria	Kg	2.9	148.5	148.5	148.5	198.1	198.1	198.1	297.1	297.1	297.1	346.6	346.6	346.6	2971	3177	3415
Harina	Kg	0.6	29.7	29.7	29.7	39.6	39.6	39.6	59.4	59.4	59.4	69.3	69.3	69.3	594	635	683
Queso crema	Kg	0.1	5.9	5.9	5.9	7.9	7.9	7.9	11.9	11.9	11.9	13.9	13.9	13.9	119	127	137
Espinaca	Kg	0.3	14.9	14.9	14.9	19.8	19.8	19.8	29.7	29.7	29.7	34.7	34.7	34.7	297	318	341
Crema de leche	Lt	3.5	178.3	178.3	178.3	237.7	237.7	237.7	356.5	356.5	356.5	415.9	415.9	415.9	3565	3813	4098

Req. De Materiales	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	5	248	248	248	330	330	330	495	495	495	578	578	578	4951	5296	5691
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	9	446	446	446	594	594	594	891	891	891	1040	1040	1040	8913	9532	10244
Stickers de la marca y sabor	unidad	5	248	248	248	330	330	330	495	495	495	578	578	578	4951	5296	5691
Envase de vidrio estéril	unidad	58	2971	2971	2971	3961	3961	3961	5942	5942	5942	6932	6932	6932	59418	63548	68296

Elaboración propia

Tabla 108 - *Detalle de insumos Salcina*

SALSA SALCINA					
Insumo	**Cantidad en gramos o unidad**	**gramos o unidad**	**Precio Kg/litro/unidad**	**Costo Kg**	**Costo unitario**
Yuca	25	Kg	S/. 1.30	S/. 1.10	S/. 0.03
Cúrcuma	50	Kg	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 0.42
Sacha tomate	10	Lt	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 0.17
Salchicha selvática	2	Un.	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 0.08
Cecina	5	Un.	S/. 45.00	S/. 38.14	S/. 0.19
Plátano bellaco	60	Un.	S/. 1.61	S/. 1.36	S/. 0.08
Materiales					
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	0.083	Unidad	S/. 1.77	S/. 1.50	S/. 0.13
Cinta de Embalaje (100 mt)	0.15	Unidad	S/. 2.92	S/. 2.47	S/. 0.37
Stickers de la marca y sabor	0.083	Unidad	S/. 0.24	S/. 0.20	S/. 0.02
Envase de vidrio estéril	1	Unidad	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 0.85
TOTAL					**S/. 2.34**

Elaboración propia

Tabla 109 - *Detalle de insumos Salsa Campechana*

SALSA CAMPECHANA					
Insumo	**Cantidad en gramos o unidad**	**gramos o unidad**	**Precio Kg/litro/unidad**	**Costo Kg**	**Costo unitario**
Queso paria	25	Kg	S/. 14.16	S/. 12.00	S/. 0.30
Cebolla	50	Kg	S/. 0.70	S/. 0.59	S/. 0.03
Tocino	10	Kg	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 0.17
Crema de leche	2	Lt	S/. 7.50	S/. 6.36	S/. 0.01
Alcachofa	5	Kg	S/. 4.00	S/. 3.39	S/. 0.02
Materiales					
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	0.083	Unidad	S/. 1.77	S/. 1.50	S/. 0.13
Cinta de Embalaje (100 mt)	0.15	Unidad	S/. 2.92	S/. 2.47	S/. 0.37
Stickers de la marca y sabor	0.083	Unidad	S/. 0.24	S/. 0.20	S/. 0.02
Envase de vidrio estéril	1	Unidad	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 0.85
TOTAL					**S/. 1.89**

Elaboración propia

Tabla 110 - *Detalle de insumos Salsa Fungies*

SALSA FUNGIES					
Insumo	**Cantidad en gramos o unidad**	**gramos o unidad**	**Precio Kg/litro/unidad**	**Costo Kg**	**Costo unitario**
Mantequilla	25	Kg	S/. 17.70	S/. 15.00	S/. 0.38
Cebolla	50	Kg	S/. 0.70	S/. 0.59	S/. 0.03
Crema de leche	10	Lt	S/. 7.50	S/. 6.36	S/. 0.06
Hongo de marayhuaca	2	Un.	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 0.08
Hongo porcini	5	Un.	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 0.17
Hongo shitake	60	Un.	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 2.03
Materiales					
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	0.083	Unidad	S/. 1.77	S/. 1.50	S/. 0.13
Cinta de Embalaje (100 mt)	0.15	Unidad	S/. 2.92	S/. 2.47	S/. 0.37
Stickers de la marca y sabor	0.083	Unidad	S/. 0.24	S/. 0.20	S/. 0.02
Envase de vidrio estéril	1	Unidad	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 0.85
TOTAL					**S/. 4.12**

Elaboración propia

Tabla 111 - *Detalle de insumos Salsa Cajamarquez*

SALSA CAJAMARQUEZ					
Insumo	**Cantidad en gramos o unidad**	**gramos o unidad**	**Precio Kg**	**Costo Kg**	**Costo unitario**
Mantequilla	25	Kg	S/. 17.70	S/. 15.00	S/. 0.38
Queso paria	50	Kg	S/. 14.16	S/. 12.00	S/. 0.60
Harina	10	Kg	S/. 1.65	S/. 1.40	S/. 0.01
Queso crema	2	Kg	S/. 25.00	S/. 21.19	S/. 0.04
Espinaca	5	Kg	S/. 1.10	S/. 0.93	S/. 0.00
Crema de leche	60	Lt	S/. 7.50	S/. 6.36	S/. 0.38
Materiales					
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	0.083	Unidad	S/. 1.77	S/. 1.50	S/. 0.13
Cinta de Embalaje (100 mt)	0.15	Unidad	S/. 2.92	S/. 2.47	S/. 0.37
Stickers de la marca y sabor	0.083	Unidad	S/. 0.24	S/. 0.20	S/. 0.02
Envase de vidrio estéril	1	Unidad	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 0.85
TOTAL					**S/. 2.78**

Elaboración propia

Tabla 112 - *Demanda de insumos Salcina*

Req. de materia prima	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Yuca	Kg	1	74	74	74	99	99	99	148	148	148	173	173	173	1483	1586	1704
Cúrcuma	Kg	3	148	148	148	198	198	198	297	297	297	346	346	346	2965	3172	3408
Sacha tomate	Lt	1	30	30	30	40	40	40	59	59	59	69	69	69	593	634	682
Salchicha selvática	Un.	0	6	6	6	8	8	8	12	12	12	14	14	14	119	127	136
Cecina	Un.	0	15	15	15	20	20	20	30	30	30	35	35	35	297	317	341
Plátano bellaco	Un.	3	178	178	178	237	237	237	356	356	356	415	415	415	3558	3806	4090

Req. Materiales	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	5	247	247	247	329	329	329	494	494	494	577	577	577	4942	5286	5681
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	9	445	445	445	593	593	593	890	890	890	1038	1038	1038	8896	9515	10225
Stickers de la marca y sabor	unidad	5	247	247	247	329	329	329	494	494	494	577	577	577	4942	5286	5681
Envase de vidrio estéril	unidad	58	2965	2965	2965	3954	3954	3954	5931	5931	5931	6919	6919	6919	59308	63431	68169

Elaboración propia

Tabla 113 - *Demanda insumos Salsa Campechana*

Necesidad de materia prima	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Queso paria	Kg	0	21	21	21	28	28	28	42	42	42	49	49	49	424	453	487
Cebolla	Kg	1	42	42	42	56	56	56	85	85	85	99	99	99	847	906	974
Tocino	Kg	0	8	8	8	11	11	11	17	17	17	20	20	20	169	181	195
Crema de leche	Lt	0	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	34	36	39
Alcachofa	Kg	0	4	4	4	6	6	6	8	8	8	10	10	10	85	91	97

Materiales	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	1	71	71	71	94	94	94	141	141	141	165	165	165	1412	1510	1623
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	2	127	127	127	169	169	169	254	254	254	297	297	297	2542	2718	2922
Stickers de la marca y sabor	unidad	1	71	1	71	94	94	94	141	141	141	165	165	165	8913	9532	10244
Envase de vidrio estéril	unidad	16	847	847	847	1130	1130	1130	1695	1695	1695	1977	1977	1977	16945	18123	19477

Elaboración propia.

Tabla 114 - *Demanda de insumos Salsa Campechana*

Req. de materia prima	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Mantequilla	Kg	0	8	8	8	11	11	11	16	16	16	19	19	19	159	170	183
Cebolla	Kg	0	16	16	16	21	21	21	32	32	32	37	37	37	318	340	365
Crema de leche	Lt	0	3	3	3	4	4	4	6	6	6	7	7	7	64	68	73
Hongo de marayhuaca	Un.	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	14	15
Hongo porcini	Un.	0	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	32	34	37
Hongo shitake	Un.	0	19	19	19	25	25	25	38	38	38	44	44	44	381	408	438

Req. Materiales	Und.	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	1	26	26	26	35	35	35	53	53	53	62	62	62	530	566	609
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	1	48	48	48	64	64	64	95	95	95	111	111	111	953	1019	1096
Stickers de la marca y sabor	unidad	1	26	26	26	35	35	35	53	53	53	62	62	62	530	566	609
Envase de vidrio estéril	unidad	6	318	318	318	424	424	424	635	635	635	741	741	741	6354	6796	7304

Elaboración propia

Tabla 115 - *Detalle de insumos Salsa Cajamarquez*

Req. de materia prima	Unid.	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Mantequilla	Kg	1.4	74.3	74.3	74.3	99	99	99	148.5	148.5	148.5	173.3	173.3	173.3	1485	1589	1707
Queso paria	Kg	2.9	148.5	148.5	148.5	198.1	198.1	198.1	297.1	297.1	297.1	346.6	346.6	346.6	2971	3177	3415
Harina	Kg	0.6	29.7	29.7	29.7	39.6	39.6	39.6	59.4	59.4	59.4	69.3	69.3	69.3	594	635	683
Queso crema	Kg	0.1	5.9	5.9	5.9	7.9	7.9	7.9	11.9	11.9	11.9	13.9	13.9	13.9	119	127	137
Espinaca	Kg	0.3	14.9	14.9	14.9	19.8	19.8	19.8	29.7	29.7	29.7	34.7	34.7	34.7	297	318	341
Crema de leche	Lt	3.5	178.3	178.3	178.3	237.7	237.7	237.7	356.5	356.5	356.5	415.9	415.9	415.9	3565	3813	4098

Req. Materiales	Unid.	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	5	248	248	248	330	330	330	495	495	495	578	578	578	4951	5296	5691
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	9	446	446	446	594	594	594	891	891	891	1040	1040	1040	8913	9532	10244
Stickers de la marca y sabor	unidad	5	248	248	248	330	330	330	495	495	495	578	578	578	4951	5296	5691
Envase de vidrio estéril	unidad	58	2971	2971	2971	3961	3961	3961	5942	5942	5942	6932	6932	6932	59418	63548	68296

Elaboración propia

Tabla 116 - *Resumen necesidad de materias primas y materiales*

Req. de materia prima	Unid.	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Alcachofa	Kg	0	4	4	4	5	5	5	7	7	7	8	8	8	71	76	82
Cebolla	Kg	1	49	49	49	65	65	65	98	98	98	114	114	114	981	1049	1128
Cecina	unidad	0	12	12	12	17	17	17	25	25	25	29	29	29	250	267	287
Crema de leche	Lt	3	154	154	154	206	206	206	308	308	308	360	360	360	3084	3299	3545
Cúrcuma	Kg	2	125	125	125	166	166	166	250	250	250	291	291	291	2497	2671	2870
Espinaca	Kg	0	13	13	13	17	17	17	25	25	25	29	29	29	250	268	288
Harina	Kg	0	25	25	25	33	33	33	50	50	50	58	58	58	500	535	575
Hongo de marayhuaca	unidad	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	11	12
Hongo porcini	unidad	0	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	27	29	31
Hongo shitake	unidad	0	16	16	16	21	21	21	32	32	32	37	37	37	321	343	369
Mantequilla	Kg	1	69	69	69	92	92	92	138	138	138	162	162	162	1385	1481	1592
Plátano bellaco	unidad	3	150	150	150	200	200	200	300	300	300	350	350	350	2997	3205	3444
Queso crema	Kg	0	5	5	5	7	7	7	10	10	10	12	12	12	100	107	115
Queso paria	Kg	3	143	143	143	191	191	191	286	286	286	333	333	333	2859	3057	3286
Sacha tomate	Lt	0	25	25	25	33	33	33	50	50	50	58	58	58	499	534	574
Salchicha selvática	unidad	0	5	5	5	7	7	7	10	10	10	12	12	12	100	107	115
Tocino	Kg	0	7	7	7	10	10	10	14	14	14	17	17	17	143	153	164
Yuca	Kg	1	62	62	62	83	83	83	125	125	125	146	146	146	1249	1335	1435

Req. de materiales	Unid.	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	10	498	498	498	664	664	664	997	997	997	1163	1163	1163	9967	10660	11456
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	17	897	897	897	1196	1196	1196	1794	1794	1794	2093	2093	2093	17940	19187	20621
Envase de vidrio estéril	unidad	116	5980	5980	5980	7973	7973	7973	11960	11960	11960	13953	13953	13953	119600	127914	137470
Stickers de la marca y sabor	unidad	10	498	498	498	664	664	664	997	997	997	1163	1163	1163	16283	17415	18716

Elaboración propia

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 117 - *Cuadro equivalente de costos de insumos*

Programa de compras de materia prima	Unid.	Frecuencia	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Alcachofa	Kg	mensual	0	4	4	4	5	5	5	7	7	7	8	8	8	71	76	82
Cebolla	Kg	mensual	1	49	49	49	65	65	65	98	98	98	114	114	114	981	1049	1128
Cecina	unidad	mensual	0	12	12	12	17	17	17	25	25	25	29	29	29	250	267	287
Crema de leche	Lt	mensual	3	154	154	154	206	206	206	308	308	308	360	360	360	3084	3299	3545
Cúrcuma	Kg	mensual	2	125	125	125	166	166	166	250	250	250	291	291	291	2497	2671	2870
Espinaca	Kg	mensual	0	13	13	13	17	17	17	25	25	25	29	29	29	250	268	288
Harina	Kg	mensual	0	25	25	25	33	33	33	50	50	50	58	58	58	500	535	575
Hongo de marayhuaca	unidad	mensual	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	11	12
Hongo porcini	unidad	mensual	0	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	27	29	31
Hongo shitake	unidad	mensual	0	16	16	16	21	21	21	32	32	32	37	37	37	321	343	369
Mantequilla	Kg	mensual	1	69	69	69	92	92	92	138	138	138	162	162	162	1385	1481	1592
Plátano bellaco	unidad	mensual	3	150	150	150	200	200	200	300	300	300	350	350	350	2997	3205	3444
Queso crema	Kg	mensual	0	5	5	5	7	7	7	10	10	10	12	12	12	100	107	115
Queso paria	Kg	mensual	3	143	143	143	191	191	191	286	286	286	333	333	333	2859	3057	3286
Sacha tomate	Lt	mensual	0	25	25	25	33	33	33	50	50	50	58	58	58	499	534	574
Salchicha selvática	unidad	mensual	0	5	5	5	7	7	7	10	10	10	12	12	12	100	107	115
Tocino	Kg	mensual	0	7	7	7	10	10	10	14	14	14	17	17	17	143	153	164
Yuca	Kg	mensual	1	62	62	62	83	83	83	125	125	125	146	146	146	1249	1335	1435

Compras de materiales	Unid.	Frecuencia	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	millares	Trimestral	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	11	11
Cinta de Embalaje (100 mt)	millares	Trimestral	1	0	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	18	19	21
Envase de vidrio estéril	millares	Trimestral	6	0	6	6	8	8	8	12	12	12	14	14	14	120	128	137
Stickers de la marca y sabor	millares	Trimestral	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	17	19

Elaboración propia
Fuente: Mercado Mayoristas - Lima

Periodicidad de compras:

Debido a la cercanía (distancia) con nuestros proveedores, hemos considerado hacer compras mensuales de los insumos para producción, sin embargo en la periodicidad hemos considerado colocar la reposición semanalmente debido a que deseamos trabajar con insumos frescos.

Tabla 118 - *Frecuencia de compras*

MATERIA PRIMA	Unidad de medida, necesidad	Pedido mínimo	Periodicidad de compra	Observación
Alcachofa	Kg	5	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Cebolla	Kg	50	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Cecina	Kg	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Cúrcuma	Kg	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Espinaca	Kg	15	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Harina	Kg	50	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Mantequilla	Kg	10	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Queso crema	Kg	12	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Queso paria	Kg	20	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Sacha tomate	Kg	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Salchicha selvática	Kg	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Tocino	Kg	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Yuca	Kg	50	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.

Crema de leche	Lt	10	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Envase de vidrio estéril	Ml	1,000	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Hongo de marayhuaca	Un.	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Hongo porcini	Un.	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Hongo shitake	Un.	1	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Plátano bellaco	Un.	100	Semanal	Consideramos que la materia prima no debería almacenarse, sino adquirirla fresca, es por eso su compra con frecuencia mensual.
Cinta embalaje	Unidad	72	Trimestral	Los pedidos por volumen mejoran los costos.
Caja corrugada	Unidad	250	Trimestral	Los pedidos por volumen mejoran los costos.
Sticker caja	Ml	1,000	A necesidad	La compra se considerará de manera mensual, sin embargo los saldos serán contabilizados.

Elaboración propia

6.2.5 Requerimiento de Mano de Obra Directa.

La solicitud de Mano de Obra está en función al horario determinado en el punto de selección del personal el cual es el siguiente:

Tabla 119 - *Mano de obra necesaria*

Nº	Actividad	Descripción	Capacidad del equipo	Tiempo total/día	Frecuencia por día	Mano de obra necesaria (*)
1	Entrega y recepción de materia prima	Se recibe mercadería	Balanza 300 Kg	1.8h	1	0.225
2	Inspección de calidad	Inspección visual de los insumos	Ninguno	2.H	1	0.25
3	Preparación de los insumos	Lavado, escaldado, corte	300 Kg.	2.8h	1	0.35
4	Mezcla de insumos	Homogenización de los insumos	Marmita, modelo MrV - producción 3319.71	1.2H	1	0.0375
5	Envasado y etiquetado	Envasado de salsas, verificación de sellado al vacío y etiquetado	Llenadora de salsa / etiquetadora	1.4h	1	0.175
Total						**1.0375**

Elaboración propia

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinarias.

Las máquinas para la preparación y conservación de nuestras diferentes salsas son:

Tabla 120 - *Detalle de maquinarias*

Maquinaria/ Modelo		Aplicación	Descripción	Especificaciones técnicas	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario sin IGV	Costo Total sin IGV	IGV (18%)	Costo Total incluido IGV S/.
	Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	Equipo diseñado para el lavado de diversos productos (hierbas , frutas tubérculos) etc. El sistema de transporte es a velocidades controladas por el operador	- Tolva tipo fuente -Faja sanitaria deslizable a velocidad variable con sistema de filtración - Protector interno de faja -Electro Bomba que impulsa agua a las tuberías y aspersores - Sistema de aspersión que fluye el agua hacia el producto - Colector para evacuación del agua - Estructura que fija maquina motor, y protector de seguridad.	Capacidad 300 Kg Motor de 1.5 HP(1.11 kw)-220-380v-60HZ trifásico Tablero de control de mando Peso aprox. 140Kg Medidas: Ancho : 0.90 Metros, Largo: 2.50 Metros x 1.20 Metros Material construida en acero inoxidable calidad AISI 304 / Banda sanitaria Perforada: Características de trabajo Temperatura -10°C / 70°C.	Unidad	1	24,750.00	24,750.00	4,455.00	29,205.00
	Licuadora Industrial LV-I	Máquina diseñada para la reducción de tamaño de diversos productos para la elaboración de pastas, jugos, condimentos, etc. a partir de frutas, hortalizas, hierbas aromáticas ajíes, especias.	-Tapa con garfios de seguridad y visor , orificio central para la adición de productos durante el proceso y borde angular sanitario para descarga del producto. - Vaso de cono truncado y base circular con empaque hermético que evita fuga del producto - Cuchilla especialmente diseñada para evitar el salpicado del producto sistema basculante mediante palanca para volcado del vaso. - Estructura de soporte rígida que fija todo el Vaso y el motor - Trasportable sobre ruedas	Capacidad nominal 28 lt/batch, De trabajo hasta 20 L Motor de 1.5HP (1.2KW), 110/220v, 50/60Hz, monofásico Cuchilla especialmente diseñada para evitar el salpicado del producto Diseño del vaso que reduce el tiempo de licuado . Peso aproximado del equipo: 40kg Medidas: Ancho: 0.46 Metros, Largo: 0.50 Metros, Alto: 1.30 Metros Fabricado en acero inoxidable calidad AISI 304 Fácil operación, mantenimiento y limpieza.	Unidad	1	4,026.00	4,026.00	724.68	4,750.68
	Marmita con Agitador- MrV – I/C	Máquina diseñada para la estandarización, pasteurización, calentamiento y formulación de productos líquidos y semilíquidos en la industria alimentaria y agroindustria, como néctares, yogurt, turrones, mermeladas, chocolates, cremas, guisados, jarabes, etc. Su sistema de calentamiento interno ayuda a reducir los tiempos, aumentando su eficiencia	- Construida con doble chaqueta (para aceite térmico o agua) - Cámara interna con base semi bombeada -Tapa abisagrada desglosable con garfios de seguridad - sistema de agitación con paletas abatibles desmontables. - Válvulas esféricas de paso para control de ingreso de agua y desfogue de chaqueta y para evacuación del producto - sistema basculante para mayor facilidad en la evacuación del producto - Estructura que consolida sistema de agitación y marmita. - Fácil manejo y mantenimiento	Capacidad: 100 L/batch Motor de 1.5HP (1.12KW), , trifásico. Opciones de voltaje y hertz: 220/380/440v, 50/60Hz Reductor de velocidad Sistema de calentamiento homillas a gas con regulación de flama y acondicionamiento de gas Peso aproximado del equipo: 185 kg Medidas: Ancho:1.05 Metros, Largo: 0.95 Metros, Alto: 2.10 Metros Material acero inoxidable calidad AISI 304 en contacto con el producto/ y acero al carbono en estructura	Unidad	1	14,685.00	14,685.00	2,643.30	17,328.30

Maquinaria/ Modelo		Aplicación	Descripción	Especificaciones técnicas	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario sin IGV	Costo Total sin IGV	IGV (18%)	Costo Total incluido IGV S/.
	Campana extractora	Maquinaria para evitar la acumulacion de gases toxicos en la cocina así como mantener un ambiente correctamente ventilado. Este producto se divide en 2 partes:	1. Campana y ducto: Gracias a su forma cóncava atrapar los gases más livianos que el aire, para que, junto con el extractor centrifugo, puedan sacar dichos gases tóxicos para el organismo humano.	Largo del ducto: 3 metros Peso de la campana y ducto: 120 kg. Medidas de la campana: Alto 2.00 Metros, Ancho 1.50 Metros, Largo: 2.00 Metros Material: Acero inoxidable	Unidad	1	3,960.00	3,960.00	712.80	4,672.80
			2. Extractor centrifugo: Con el trabajo del motor, extrae el aire dentro de un ambiente para eliminar diferentes tipos de gases, humo, vapores, ETC. Así como mantener el ambiente correctamente ventilado.	Motor: 2Hp Peso: 90 kg. Medidas de la campana: Alto 1.40 Metros, Ancho 0.88 Metros, Largo: 0.98 Metros Material Aluminio						
	Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	Máquina especial para el llevano de cremas, salsas, en diversos frascos	Elaborada en acero inoxidable, con una base tipo embudo para la colocación del líquido que se desea envasar, dicha máquina se regula para que en cada dosificación, vierta la cantidad exacta del producto. Además, cuenta con una banda que permite el traslado de los frascos o pomos.	Producción: de 8 a 12 envases por minuto Volumen del embalaje de bolsa (ml): 50-500ml Voltaje: 220/50 Hz Temperatura de llenado (°C): 0-40 Peso: 30 kg. Medidas: Ancho: 0.38 Metros, Largo, 0.95 Metros, Alto: 0.42 Metros Material: Acero inoxidable	Unidad	1	3,135.00	3,135.00	564.30	3,699.30
	Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	Diseñada para pegar de manera rápida el logo, nombre, recomendaciones, tabla nutricional y demás indicaciones que van en los envases de las diferentes salsas.	Fabricado con acero inoxidable, con unos rodillos que permite la fácil colocación del producto a etiquetar, cuenta con una velocidad que permite el etiquetado de 8 a 10 envases por minuto, que permite el regulado del tamaño de las etiquetas de hasta 18cm de ancho.	Producción: 10 envases por minuto Voltaje: A/C 220v/50Hz Peso: 30 kg. Medidas: Ancho: 0.30 Metros, Largo: 0.50 Metros, Alto: 0.50 Metros Material: Acero inoxidable	Unidad	1	3,300.00	3,300.00	594.00	3,894.00
TOTAL MAQUINARIA - ÁREA DE PRODUCCIÓN								**53,856.00**	**9,694.08**	**63,550.08**

Elaboración propia

6.3.2 Equipos.

Tabla 121 - *Detalle de equipos*

Equipo		Aplicación	Descripción	Especificaciones técnicas	Unidad de medida	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo Total sin IGV	IGV (18%)	Costo Total incluido IGV S/.
ÁREA DE PRODUCCIÓN										
	Cámara de conservación	Este equipo nos ayudará a la conservación de los insumos vegetales.	Tablero frontal con control de funcionamiento y temperatura, termometro, termostato e interruptor de encendido. Así también, cuenta con 4 puertas verticales para cada tipo de alimentos.	Motor: 1/2 HP Voltaje: 220 V. Medidas: Alto: 2.10 Metros, Ancho: 0.70 Metros, Largo: 1.40 Metros Material: Acero inoxidable, tanto en el interior con el exterior	Unidad	1	11,550.00	11,550.00	2,079.00	13,629.00
	Lavadero de 3 pozas	Equipo que nos ayudará al lavado y escurrido de algunos de nuestros utensilios	Lavadero durable, resistente para trabajo pesado, cuenta con 03 pozas sanitarias, de excelente acabado y pulido sanitario. Toda la estructura del soldada por proceso TIG (NO REMACHADA, NO ATORNILLADA), la soldadura no se rompe ni fractura en los años. Utilizamos planchas y materiales de espesores gruesos adecuados para soportar el uso. El lavadero no se deforma ni se deteriora a poco tiempo de uso. Nuestros lavaderos tienen años de duración con mínimo mantenimiento.	Tablero fabricado en plancha de acero inoxidable de calidad 304-2B (mate) de 1.50mm de espesor. 03 pozas sanitarias (esquinas redondeadas, curvas) para una fácil limpieza en esquinas evitando la acumulación de desperdicios y suciedad. Poza fabricada en acero inoxidable de calidad 304-2B (mate) de 1.50 mm de espesor. Medidas de cada poza: 0.50 x 0.50 x 0.35 m. 01 Descanso o mesa escurridor a un lado de las pozas, según elección del 06 patas tubulares de 2" de diámetro en acero inoxidable. Medidas: 1.70 x 0.60 x 0.90 m. Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cubertería, menaje, médica y otros.	Unidad	1	2,471.70	2,471.70	444.91	2,916.61
	Coche Verdulero de 04 Niveles en Acero Inoxidable	Estante que será destinado para la conservación de los diferentes vegetales que no sean perecederos al corto plazo.	Estante de 04 niveles elaborado en acero inoxidable, de excelente acabado y pulido, viene con ruedas que facilita su movilidad a diferentes áreas de la cocina. Coche muy resistente a trabajo duro, que garantiza su alta durabilidad y resistencia por años, para continuas horas de trabajo diario en su cocina. Ideal para almacenamiento de verduras.	Diseño funcional, que facilita su limpieza y mantención. Laterales y atrás cerrado. 04 Niveles: 03 niveles con rejillas en la parte delantera, 01 nivel en la parte superior del coche como repisa. Compartimiento de los niveles: 02 niveles: lleva 03 compartimientos cada uno. 1er nivel: sin compartimientos. 04 ruedas giratorias (garruchas) importadas, 02 con freno y 02 sin freno Medidas: Ancho: 0.70 Metros; Largo: 0.40 Metros, Alto: 1.40 Metros Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cubertería, menaje, médica y otros.	Unidad	1	2,207.70	2,207.70	397.39	2,605.09

	Anaqueles para almacén	Estos servirán para el correcto almacenaje de otros insumos que no requieran frío para su conservación.	Estante practico y resistente, ideal para almacenamiento de ollas, sartenes y utensilios de cocina, entre otros; lo que le permite ahorrar espacio y organizar su área de almacenamiento.	De Excelente acabado y pulido. 03 niveles planos con bordes encajonados: dobladas en "U" hacia abajo, que le da mayor resistencia y capacidad de carga, a cada tablero (nivel). Cada tablero (nivel) de acero inoxidable de 1.20 mm de espesor Medidas: Ancho: 1.10 Metros, Largo:0.40 Metros, Alto: 1.40 Metros. Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cubertería, menaje, médica y otros. Patas en perfiles angulares de acero inoxidable de 1.50 mm de espesor. Sujeción con pernos de acero inoxidable en cada nivel, de fácil armado.	Unidad	3	987.00	2,961.00	532.98	3,493.98
	Computadoras	Apto para el ingreso de datos, control de información, archivo de datos, entre otros	Pc con capacidad óptima para el almacenamiento de información, elaboración de documentos y búsqueda de datos	Pc: Core i5, Mainboard modelo: Memoria: , Disco duro: 1Tb. Monitor LG 21" Kit de teclado + mouse Licencia Windows 10.1 Licencia Microsoft Office 2016	Unidad	1	3,300.00	3,300.00	594.00	3,894.00
TOTAL EQUIPOS- ÁREA DE PRODUCCIÓN								**22,490.40**	**4,048.27**	**26,538.67**

Elaboración propia.

Tabla 122 - *Detalle equipos de administración y ventas*

EQUIPOS ÁREA DE VENTAS										
	Computadoras	Apto para el ingreso de datos, control de información, archivo de datos, entre otros	Pc con capacidad óptima para el almacenamiento de información, elaboración de documentos y búsqueda de datos	Pc: Core i5, Mainboard modelo: Memoria: , Disco duro: 1Tb. Monitor LG 21" Kit de teclado + mouse Licencia Windows 10.1 Licencia Microsoft Office 2016	Unidad	1	1000.00	1000.00	180.00	1180.00
TOTAL EQUIPOS- ÁREA DE VENTAS								**1,000.00**	**180.00**	**1,180.00**
ÁREA ADMINISTRATIVA										
	Computadoras	Apto para el ingreso de datos, control de información, archivo de datos, entre otros	Pc con capacidad óptima para el almacenamiento de información, elaboración de documentos y búsqueda de datos	Pc: Core i5, Mainboard modelo: Memoria: , Disco duro: 1Tb. Monitor LG 21" Kit de teclado + mouse Licencia Windows 10.1 Licencia Microsoft Office 2016	Unidad	2	1000.00	2000.00	360.00	2360.00
	Impresora Epson WorkForce M205	Impresora multifuncional realizar impresión / copia / escaneo,	Impresora monocromática con tecnología de inyección de tinta, o tinta líquida que permite una larga duración de uso	Con tecnologia de impresion inyeccion de tinta, velocidad de impresión máxima: negro 35 ppm, resolucion de impresion hasta 1440x720 dpi, resolución óptica 1200 dpi, bandeja de entrada 100 hojas / 10 sobres, bandeja de salida 30 hojas, conectividad USB 2.0 (compatible con 1.1) / Wi-Fi (802.11 b/g/n).	Unidad	1	260.00	260.00	46.80	306.80
TOTAL EQUIPOS - ÁREA ADMINISTRATIVA								**2,260.00**	**406.80**	**2,666.80**

ÁREA COMÚN (COMEDOR)										
	Hornomicroondas	Para el calentamiento de los refrigerios del personal	Horno microondas, marca: Samsung, modelo : AGE 83X	Base giratoria Plato giratorio Color Negro Consumo 1,200 W Dimensiones (Alt x Anch x Prof) 280 x 490 x 390 Peso 15 Kg. Potencia 750 W Voltaje 220V - 60Hz Material Interior: Cerámico Enamel	Unidad	1	100.00	100.00	18.00	118.00
TOTAL EQUIPOS - COMEDOR								**100.00**	**18.00**	**118.00**
TOTAL EQUIPOS								**10,175.00**	**1,831.50**	**12,006.50**

* Precio expresado en Dólares Americanos

Elaboración propia

6.3.3 Mobiliario.

Tabla 123 - ***Detalle de mobiliario por áreas***

Mobiliario		Uso/área	Especificaciones técnicas	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario sin IGV	Costo Total sin IGV	IGV (18%)	Costo Total incluido IGV S/.
ÁREA DE PRODUCCIÓN									
	Escritorio Quito gris	Escritorios para la oficina admistrativa y para almacén	Marca: SM, Escritorio con 2 cajones y compartimiento para CPU, elaborado con estructura de meta y tableros de MDF, Medidas: 120 cm. De ancho x 55cm. De profundidad x 85 cm. De alto	Unidad	1	237.29	237.29	42.71	280.00
	Estante/ archivador	Para oficina administrativas y almacén	Estante de 5 separaciones elaborado en melamine MDF, de 204 cm de alto x 40.6 cm de ancho, 26.7 cm de profunidad, cada repisa resisnte 10kg., peso 21 kg.	Unidad	1	255.00	255.00	45.90	300.90
	Silla giratoria	Para oficina administrativas y almacén	Silla ergonómica con malla transparente en respaldar, con asiento de relleno de espuma inyectada con tapiz de poliester, con brazos ergonómicos de PVC, con garruchas de goma y araña de acero cromado, altura de 102 cm.	Unidad	1	220.00	220.00	39.60	259.60
	Casillero Locker	Para el buen recaudo de las pertenencias del personal de producción	Casillero de metal, de 12 puertas de 1.74 cm. De alto x 1.17 cm. De ancho x 39 cm. De profunidad, cada casillo mide 38 x 38x 38.	Unidad	2	381.36	762.71	137.29	900.00
TOTAL MOBILIARIO - ÁREA DE PRODUCIÓN							**1475.00**	**265.50**	**1740.50**

ÁREA DE VENTAS									
	Escritorio Quito gris	Escritorios para la oficina admistrativa y para almacén	Marca: SM, Escritorio con 2 cajones y compartimiento para CPU, elaborado con estructura de meta y tableros de MDF, Medidas: 120 cm. De ancho x 55cm. De profundidad x 85 cm. De alto	Unidad	1	237.29	237.29	42.71	280.00
	Estante/ archivador	Para oficina administrativas y almacén	Estante de 5 separaciones elaborado en melamine MDF, de 204 cm de alto x 40.6 cm de ancho, 26.7 cm de profunidad, cada repisa resisnte 10kg., peso 21 kg.	Unidad	1	255.00	255.00	45.90	300.90
	Silla giratoria	Para oficina administrativas y almacén	Silla ergonómica con malla transparente en respaldar, con asiento de relleno de espuma inyectada con tapiz de poliester, con brazos ergonómicos de PVC, con garruchas de goma y araña de acero cromado, altura de 102 cm.	Unidad	1	220.00	220.00	39.60	259.60
TOTAL MOBILIARIO - ÁREA DE VENTAS							**712.29**	**128.21**	**840.50**

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN									
	Estante/ archivador	Para oficina administrativas y almacén	Estante de 5 separaciones elaborado en melamine MDF, de 204 cm de alto x 40.6 cm de ancho, 26.7 cm de profunidad, cada repisa resisnte 10kg., peso 21 kg.	Unidad	2	255.00	510.00	91.80	601.80
	Silla giratoria	Para oficina administrativas y almacén	Silla ergonómica con malla transparente en respaldar, con asiento de relleno de espuma inyectada con tapiz de poliester, con brazos ergonómicos de PVC, con garruchas de goma y araña de acero cromado, altura de 102 cm.	Unidad	2	220.00	440.00	79.20	519.20
	Sillas fijas	Sillas fijas para atención de visitas en la oficina del Gerente general	Silla fija con base de acero cromado, de 51.5 cm. De ancho x 55 cm. De largo x 86.5cm de alto, con asiento acolchado de relleno de espuma con tapiz y malla poliester y algodón, soporta una carga de 110 kg.	Unidad	2	130.00	260.00	46.80	306.80
	Banquetas ERGO 616 T3	Sillas de espera en oficina administrativa	Banquetas de 3 asientos de 1.1 mm de espesor, con asiento y respaldar ergonómicos, de material de PVC, resistente al peso y golpes, capacidad máxima de 300kg. Medidas: 153 cm de largo, 53cm. De alto y 53 cm. De fondo	Unidad	1	110.00	110.00	19.80	129.80

	Escritorio Quito gris	Escritorios para la oficina admistrativa y para almacén	Marca: SM, Escritorio con 2 cajones y compartimiento para CPU, elaborado con estructura de meta y tableros de MDF, Medidas: 120 cm. De ancho x 55cm. De profundidad x 85 cm. De alto	Unidad	1	237.29	237.29	42.71	280.00
	Escritorio en L	Escritorio para el Gerente General	Marca: Asenti, escritorio con estructura de metal, con tablero de vidrio, con bandeja para teclado y base para CPU. Medidas. 89 cm. De alto x 170 cm de ancho x 145 cm. De profundidad, peso 21 kg.	Unidad	1	650.00	650.00	117.00	767.00
TOTAL MOBILIARIO- ÁREA DE ADMINISTRACIÓN							**2,207.29**	**397.31**	**2,604.60**
ÁREA COMÚN (COMEDOR)									
	Sillas de plásticos	Sillas para el comedor	Marca: Rey Modelo: Master atena Material: plástico Medidas: 56.7cm de largo x 63.7 cm de ancho x 90 cm de alto	Unidad	15	32.00	480.00	86.40	566.40
	Mesa redonda de plástico	Mesas para el comedor	Marca: Rey Modelo: Caral Material: plástico Medidas: 71.3 cm de alto x 80.4 cm de diámetro	Unidad	3	52.00	156.00	28.08	184.08
TOTAL MOBILIARIO - COMEDOR							**636.00**	**114.48**	**750.48**
TOTAL MOBILIARIO							**5,030.58**	**905.50**	**5,936.08**

* Precio expresado en Soles

Elaboración propia.

6.3.4 Útiles de oficina.

Tabla 124 - *Detalle útiles de oficina*

Detalle	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Bolígrafos (azul y rojo)	18	S/. 0.77	S/. 0.65	S/. 11.69	S/. 2	S/. 14
Plumores resaltadores	8	S/. 3.35	S/. 2.84	S/. 22.71	S/. 4	S/. 27
lápices 2B	10	S/. 1.60	S/. 1.36	S/. 13.56	S/. 2	S/. 16
Portalapiceros	4	S/. 3.40	S/. 2.88	S/. 11.53	S/. 2	S/. 14
Cuadernos (ingresos, mermas, contabilidad, asistente de gcia.)	4	S/. 6.00	S/. 5.08	S/. 20.34	S/. 4	S/. 24
Papel para impresora (pack 500 hojas)	5	S/. 9.10	S/. 7.71	S/. 38.56	S/. 7	S/. 46
Folders manila A4 (pack 50 unid)	1	S/. 12.00	S/. 10.17	S/. 10.17	S/. 2	S/. 12
sobres manila A4 (pack 50 unid)	1	S/. 9.10	S/. 7.71	S/. 7.71	S/. 1	S/. 9
Archivadores de lomo ancho	10	S/. 5.70	S/. 4.83	S/. 48.31	S/. 9	S/. 57
tijera de 8"	3	S/. 4.40	S/. 3.73	S/. 11.19	S/. 2	S/. 13
goma en barra 40 gr. Faber	5	S/. 4.10	S/. 3.47	S/. 17.37	S/. 3	S/. 21
clips (caja de 100 unid)	5	S/. 1.00	S/. 0.85	S/. 4.24	S/. 1	S/. 5
engrapadores (tipo alicate)	4	S/. 21.30	S/. 18.05	S/. 72.20	S/. 13	S/. 85
grapas (caja de 5000 unid)	4	S/. 2.70	S/. 2.29	S/. 9.15	S/. 2	S/. 11
perforador para 20 hojas	2	S/. 9.80	S/. 8.31	S/. 16.61	S/. 3	S/. 20
regla de 30 cm	4	S/. 0.60	S/. 0.51	S/. 2.03	S/. 0	S/. 2
cinta adhesiva	6	S/. 1.60	S/. 1.36	S/. 8.14	S/. 1	S/. 10
dispensador de cinta	3	S/. 6.20	S/. 5.25	S/. 15.76	S/. 3	S/. 19
cutter	3	S/. 1.30	S/. 1.10	S/. 3.31	S/. 1	S/. 4
liquid paper	3	S/. 3.10	S/. 2.63	S/. 7.88	S/. 1	S/. 9
pos-it	5	S/. 3.20	S/. 2.71	S/. 13.56	S/. 2	S/. 16
tinta de impresora	2	S/. 32.90	S/. 27.88	S/. 55.76	S/. 10	S/. 66
TOTAL				**S/. 421.78**	**S/. 76**	**S/. 498**

Elaboración propia

6.3.5 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 125 - *Programa de mantenimiento de máquinas y equipos*

Máquina/ equipo	Detalle de servicio	Cantidad de máquinas/ equipos	Frecuencia x año	Costo de servicio S/.	Costo anual del servicio S/.
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	- Revisión de rodillos y cojinete- lubricación - Revisión de banda - Revisión de bomba de agua - Revisión de toberas de aspersión de agua Limpieza y desinfección de colector de agua Parte eléctrica: - Revisión de convertidor de frecuencia - Revisión de botoneras y ajustes de bornes - Revisión y limpieza de motor y medición de continuidad - Revisión y ajustes de bornes de motor	1	2	180.00	360.00
Licuadora Industrial - LV-I	- Revisión de garfios de seguridad de tapa - Revisión y hermeticidad de empaque de vaso conico - Revisión de cuchillas y cojinetes de apoyo - Revisión de bascula de vaso lubricación Parte eléctrica: - Revisión de bornes y ajustes - Revisión de continuidad de motor, limpieza - Revisión de cables	1	2	100.00	200.00
Marmita con Agitador- MrV	- Revisión de bisagras de tapa y garfios de seguridad - Revisión de válvulas ingreso de agua y salida - Revisión de apoyos de basculante de marmita - lubricación de puntos oscilantes - Revisión de quemadores y reguladores de flama - Limpieza y desinfección de marmita Parte eléctrica: - Revisión de continuidad y limpieza de motor - Revisión de tablero y revisión de ajustes de bornes	1	2	250.00	500.00

Campana extractora	- Revisión y Limpieza de la grasa acumulada en la campana - Revisión de ejes de transmisión - Revisión de chumacera y rodamientos - Revisión de fajas de transmisión - Revisión de filtros y atrapagrasa - Revisión de lona y empaquetaduras de entrada y salida del ducto.	1	2	170.00	340.00
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	- Revisión de rodillos y cojinetes, lubricación - Revisión de bandas - Revisió y limpieza de tobera	1	2	120.00	240.00
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	- Revisión y Limpieza de rodillos - Medición de continuidad - Limpieza en general	1	2	80.00	160.00
Cámara de conservación	- Revisión de motor - Revisión de termostato - Revisión de tablero de control y botoneras	1	1	150.00	150.00
Balanza con plataforma	- Calibración y revisión de circuitos	1	1	65.00	65.00
Computadoras	- Revisión y Limpieza de las máquinas computadoras	4	1	50.00	200.00
COSTO TOTAL POR SERVICIO DE MANTENIMIENTO					**2,215.00**

Elaboración propia

6.3.6 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 126 - *Programa de mantenimiento de máquinas y equipos*

Detalle de Herramientas	Cant.	Precio de Venta x unid. en S/.	Valor de Venta Unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compras	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Termómetro infrarrojo BP25	1	S/. 234	S/. 198	S/. 198	Anual	S/. 198												S/. 198	S/. 198	S/. 198	S/. 198
Balanza con plataforma modelo 2056SS	1	S/. 779	S/. 660	S/. 660		S/. 660															
Balanza Ultra water proof scale, de mes	1	S/. 389	S/. 330	S/. 330		S/. 330															
Camisaco blanco	8	S/. 30	S/. 25	S/. 200	Semestral	S/. 200						S/. 200						S/. 200	S/. 400	S/. 400	S/. 400
Pantalón sanitario blanco	8	S/. 35	S/. 30	S/. 240	Semestral	S/. 240						S/. 240						S/. 240	S/. 480	S/. 480	S/. 480
Gorros de malla descartables	10	S/. 8	S/. 7	S/. 70	Trimestral	S/. 70			S/. 70			S/. 70			S/. 70			S/. 70	S/. 280	S/. 280	S/. 280
Mascarilla tapaboca descartable	10	S/. 9	S/. 8	S/. 80	Trimestral	S/. 80			S/. 80			S/. 80			S/. 80			S/. 80	S/. 320	S/. 320	S/. 320
Guantes de latex	5	S/. 19	S/. 16	S/. 80	Trimestral	S/. 80			S/. 80			S/. 80			S/. 80			S/. 80	S/. 320	S/. 320	S/. 320
Total valor de venta						**S/. 1,858**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 230**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 670**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 230**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 868**	**S/. 1,998**	**S/. 1,998**	**S/. 1,998**
Igv						S/. 334	S/. -	S/. -	S/. 41	S/. -	S/. -	S/. 121	S/. -	S/. -	S/. 41	S/. -	S/. -	S/. 156	S/. 360	S/. 360	S/. 360
Monto						**S/. 2,192**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 271**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 791**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 271**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 1,024**	**S/. 2,358**	**S/. 2,358**	**S/. 2,358**

Elaboración propia

Tabla 127 - *Programación de reposición de utensilios*

Detalle de utensilios	Cantidad	Precio de Venta x Unid. en S/.	Valor de venta Unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compras	Dic.-17	Dic.-18	2018	2019	2020
Cucharones de acero quirúrgico	15	S/. 31	S/. 26	S/. 396	ANUAL	S/. 396.00	S/. 396.00	S/. 396.00	S/. 396.00	S/. 396.00
Bowls de acero quirúrgico	15	S/. 35	S/. 29	S/. 441	ANUAL	S/. 440.55	S/. 440.55	S/. 440.55	S/. 440.55	S/. 440.55
Cuchillos	7	S/. 30	S/. 26	S/. 180	ANUAL	S/. 180.18	S/. 180.18	S/. 180.18	S/. 180.18	S/. 180.18
Piso antideslizable	2	S/. 195	S/. 165	S/. 330	ANUAL	S/. 330.00	S/. 330.00	S/. 330.00	S/. 330.00	S/. 330.00
Jabas de plástico	7	S/. 16	S/. 13	S/. 92	ANUAL	S/. 92.40	S/. 92.40	S/. 92.40	S/. 92.40	S/. 92.40
					Total valor de venta	**S/. 1,439**	**S/. 1,439.13**	**S/. 1,439.13**	**S/. 1,439.13**	**S/. 1,439.13**
					Igv	S/. 259.04	S/. 259.04	S/. 259.04	S/. 259.04	S/. 259.04
					Monto	**S/. 1,698.17**	**S/. 1,698.17**	**S/. 1,698.17**	**S/. 1,698.17**	**S/. 1,698.17**

Elaboración propia

Tabla 128 - *Programación de reposición de útiles de oficina*

Detalle de útiles de oficina	Frecuencia	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020
Bolígrafos (azul y rojo)	Semestral	S/. 12						S/. 12						S/. 12	S/. 23	S/. 23	S/. 23
Plumores resaltadores	Semestral	S/. 23						S/. 23						S/. 23	S/. 45	S/. 45	S/. 45
lápices 2B	Semestral	S/. 14						S/. 14						S/. 14	S/. 27	S/. 27	S/. 27
Portalapiceros	-	S/. 12						S/. 12						S/. 12	S/. 23	S/. 23	S/. 23
Cuadernos (ingresos, mermas, contabilidad, asistente de gcia.)	Semestral	S/. 20						S/. 20						S/. 20	S/. 41	S/. 41	S/. 41
Papel para impresora (pack 500 hojas)	Semestral	S/. 39						S/. 39						S/. 39	S/. 77	S/. 77	S/. 77
Folders manila A4 (pack 50 unid)	Trimestral	S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10	S/. 41	S/. 41	S/. 41
sobres manila A4 (pack 50 unid)	Trimestral	S/. 8			S/. 8			S/. 8			S/. 8			S/. 8	S/. 31	S/. 31	S/. 31
Archivadores de lomo ancho	Semestral	S/. 48						S/. 48						S/. 48	S/. 97	S/. 97	S/. 97
tijera de 8"	-	S/. 11						S/. 11						S/. 11	S/. 22	S/. 22	S/. 22
goma en barra 40 gr. Faber	Trimestral	S/. 17			S/. 17			S/. 17			S/. 17			S/. 17	S/. 69	S/. 69	S/. 69
clips (caja de 100 unid)	Trimestral	S/. 4			S/. 4			S/. 4			S/. 4			S/. 4	S/. 17	S/. 17	S/. 17
engrapadores (tipo alicate)	-	S/. 72						S/. 72						S/. 72	S/. 144	S/. 144	S/. 144
grapas (caja de 5000 unid)	Trimestral	S/. 9			S/. 9			S/. 9			S/. 9			S/. 9	S/. 37	S/. 37	S/. 37
perforador para 20 hojas	-	S/. 17						S/. 17						S/. 17	S/. 33	S/. 33	S/. 33
regla de 30 cm	-	S/. 2						S/. 2						S/. 2	S/. 4	S/. 4	S/. 4
cinta adhesiva	Semestral	S/. 8						S/. 8						S/. 8	S/. 16	S/. 16	S/. 16
dispensador de cinta	-	S/. 16						S/. 16						S/. 16	S/. 32	S/. 32	S/. 32
cutter	Semestral	S/. 3						S/. 3						S/. 3	S/. 7	S/. 7	S/. 7
liquid paper	Semestral	S/. 8						S/. 8						S/. 8	S/. 16	S/. 16	S/. 16
pos-it	Trimestral	S/. 14			S/. 14			S/. 14			S/. 14			S/. 14	S/. 54	S/. 54	S/. 54
tinta de impresora	Semestral	S/. 56						S/. 56						S/. 56	S/. 112	S/. 112	S/. 112
Total valor venta reposición útiles de oficina		**S/. 422**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 62**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 422**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 62**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 422**	**S/. 968**	**S/. 968**	**S/. 968**
Igv		S/. 76	S/. -	S/. -	S/. 11	S/. -	S/. -	S/. 76	S/. -	S/. -	S/. 11	S/. -	S/. -	S/. 76	S/. 174	S/. 174	S/. 174
Monto		**S/. 498**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 73**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 498**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 73**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 498**	**S/. 1,142**	**S/. 1,142**	**S/. 1,142**

Elaboración propia

6.3.7 Programa de compras posteriores de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

Tabla 129 - *Programa de compras por incremento de ventas por áreas*

Reposición de maquinarias	Frecuencia	dic-17	2020
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	Cada 3 años	S/. 24,750	S/. 24,750
Licuadora Industrial - LV-I	-	S/. 4,026	S/. 0
Marmita con Agitador- MrV – I/C	Cada 3 años	S/. 14,685	S/. 14,685
Campana extractora	-	S/. 3,960	S/. 0
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	Cada 3 años	S/. 3,135	S/. 3,135
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	Cada 3 años	S/. 3,300	S/. 3,300
Total valor de venta reposición equipos de producción		**S/. 53,856**	**S/. 45,870**
IGV		S/. 9,694	S/. 8,257
Monto total		**S/. 63,550**	**S/. 54,127**

Reposición de equipos de producción	Frecuencia	dic-17	2020
Cámara de conservación		S/. 11,550	
Lavadero de 3 pozas		S/. 2,472	
Coche Verdulero de 04 Niveles en Acero Inoxidable	Cada 3 años	S/. 2,208	S/. 2,208
Total valor de venta reposición equipos de producción		**S/. 16,229**	**S/. 2,208**
IGV		S/. 2,921	S/. 397
Monto total		**S/. 19,151**	**S/. 2,605**

Reposición de equipos de oficina	Frecuencia	dic-17	2019	2020
Computadoras	2 al 2° año (x incremento)	S/. 9,900	S/. 6,600	
Impresora Epson WorkForce M205	-	S/. 858		
Horno microondas	cada 3 años	S/. 330		S/. 330
Total valor de venta reposición equipos de producción		**S/. 11,088**	**S/. 6,600**	**S/. 330**
IGV		S/. 1,996	S/. 1,188	S/. 59
Monto total		**S/. 13,084**	**S/. 7,788**	**S/. 389**

Reposición Mobiliario de producción	Frecuencia	dic-17	2018	2019	2020
Anaqueles para almacén	cada 3 años	S/. 2,960			S/. 2,960
Total valor de venta reposición mobiliario de producción		**S/. 2,960**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 2,960**
IGV		S/. 533	S/. -	S/. -	S/. 533
Monto total		**S/. 3,493**	**S/. -**	**S/. -**	**S/. 3,493**

Reposición Mobiliario de oficina	Frecuencia	dic-17	2018	2019	2020
Escritorio Quito gris	por incremento de venta al 2° año	S/. 712		S/. 475	
Estante/ archivador	-	S/. 1,020			
Silla giratoria	por incremento de venta al 2° año	S/. 880		S/. 440	
Casillero (Lockers)	-	S/. 763			
Sillas fijas	-	S/. 260			
Banquetas ERGO 616 T3	-	S/. 110			
Escritorio en L	-	S/. 650			
Sillas de plásticos	cada 3 años	S/. 480			S/. 480
Mesa redonda de plástico	cada 3 años	S/. 156			S/. 156
Total valor de venta reposición mobiliario de oficina		**S/. 5,031**	**S/. -**	**S/. 915**	**S/. 636**
IGV		S/. 906	S/. -	S/. 165	S/. 114
Monto total		**S/. 5,936**	**S/. -**	**S/. 1,079**	**S/. 750**

Elaboración propia

6.4 Localización

6.4.1 Macro localización.

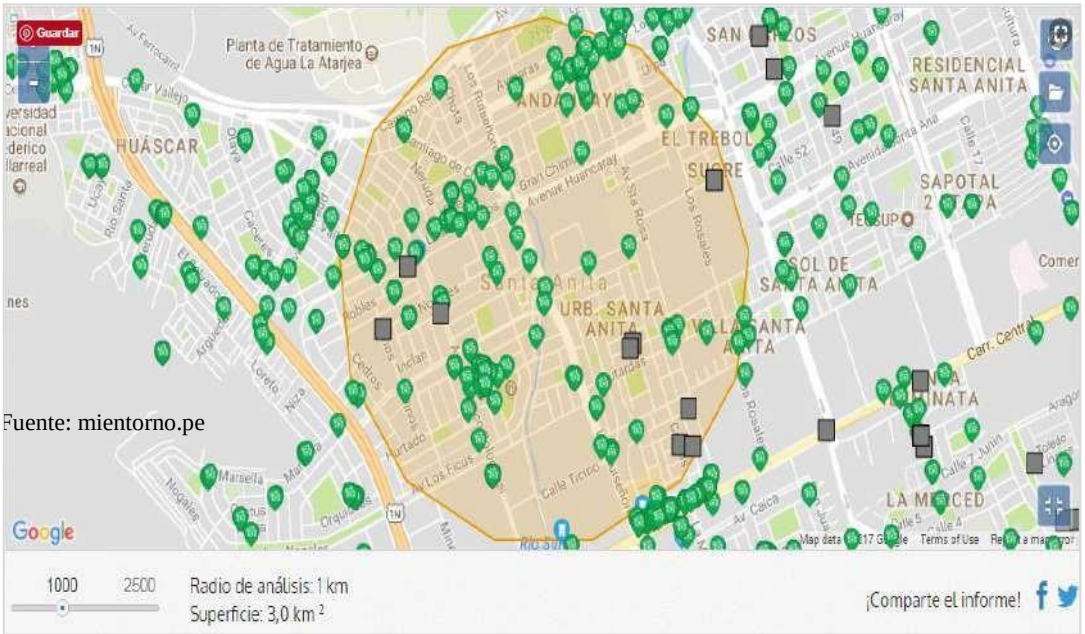
Para determinar la localización de la planta de Novo Fusión S.A.C., hemos optado por la cercanía a nuestros proveedores, el principal es el mercado de productores Santa Anita. Además, hemos considerado a los distritos de zonas industriales.

El local será alquilado para el proyecto, en ese mismo lugar estarán ubicados:

- Oficinas administrativas
- Planta de operación
- Almacén

Los distritos a evaluar serán los siguientes:

ZONA: SANTA ANITA



Fuente: mientorno.pe

Figura 52. Macro localización – Distrito de Santa Anita

Fuente. Mientorno.pe

ZONA: SAN LUIS

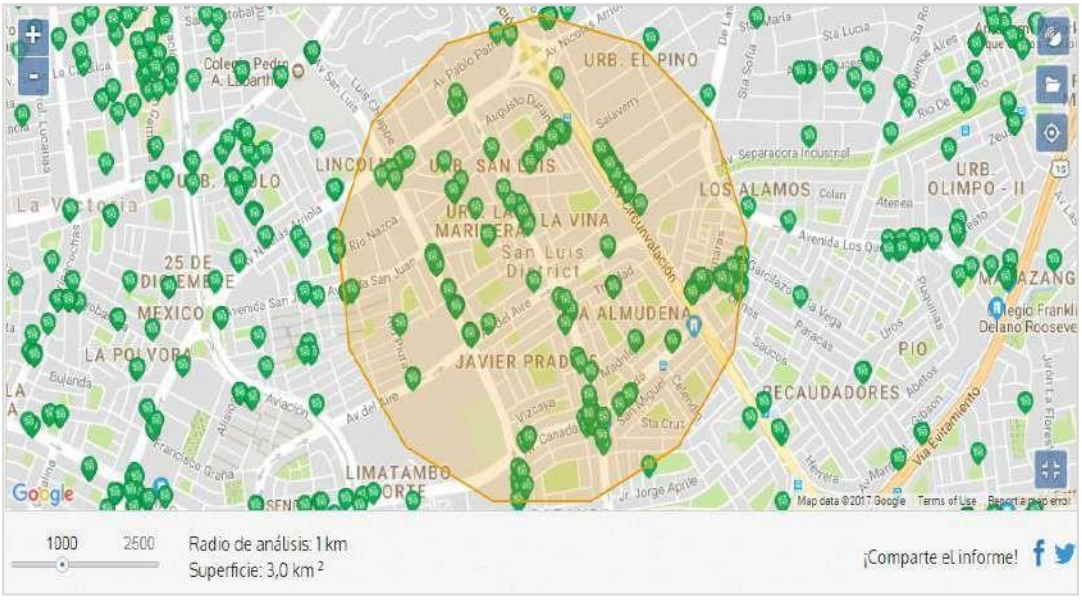


Figura 53. Macro localización - Distrito de San Luis.

Fuente: Mientorno.pe

ZONA: ATE VITARTE

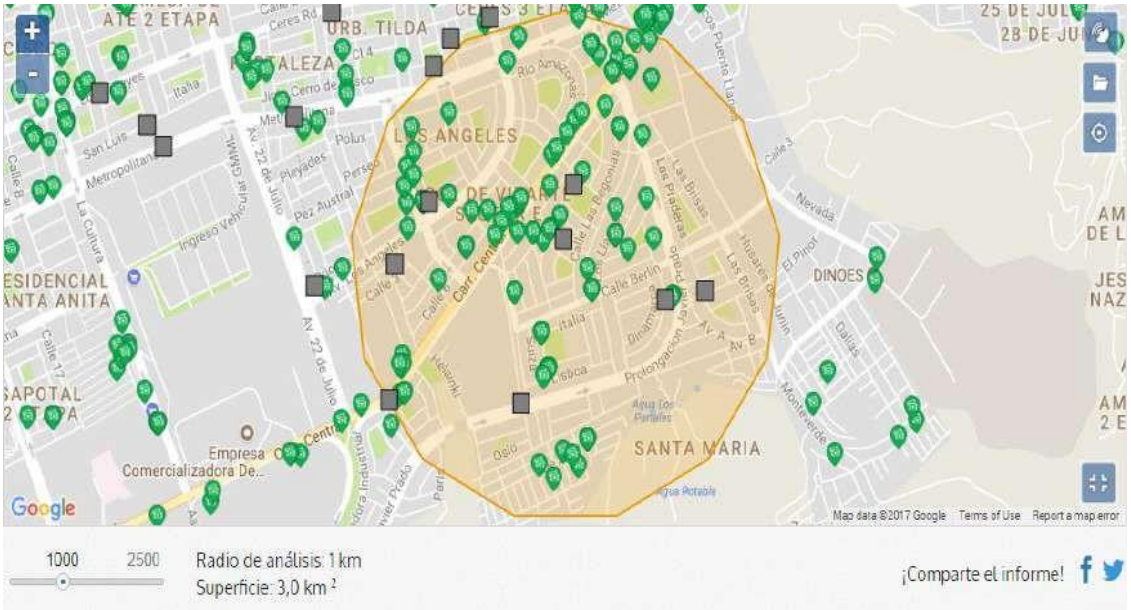


Figura 54. Macro localización - Distrito de Ate Vitarte.

Fuente: Mientorno.pe

Tabla 130- *Método de factores de ponderados - Macro localización*

		SANTA ANITA		SAN LUIS		ATE VITARTE	
Variable	**Peso**	**Calificación**	**Ponderado**	**Calificación**	**Ponderado**	**Calificación**	**Ponderado**
Vías de acceso	0.10	6.00	0.60	7.00	0.70	6.00	0.60
Costo de alquiler y servicios	0.20	7.00	1.40	6.00	1.20	7.00	1.40
Cercanía a los clientes	0.10	4.00	0.40	4.00	0.40	4.00	0.40
Permisos municipales	0.20	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00
Cercanía a los proveedores	0.40	10.00	4.00	5.00	2.00	5.00	2.00
Total	**1.00**	**Total**	**7.40**		**5.30**		**5.40**

Nota. Matriz de decisión Macro. Clasificación del 1 al 10 (Siendo 10 el mayor puntaje).
Elaboración propia.

Luego del análisis, determinamos que la Zona: Santa Anita cuenta con el mayor puntaje, ya que consideramos un valor muy importante el tener a nuestros principales proveedores cercanos pues nos permite obtener insumos frescos y sin peligro a que se dañen en el transporte, además de un ahorro en los costos de los mismos.

6.4.2 Micro localización.

Santa Anita: Av. Evitamiento cuadra 2023, Santa Anita (620 m2)

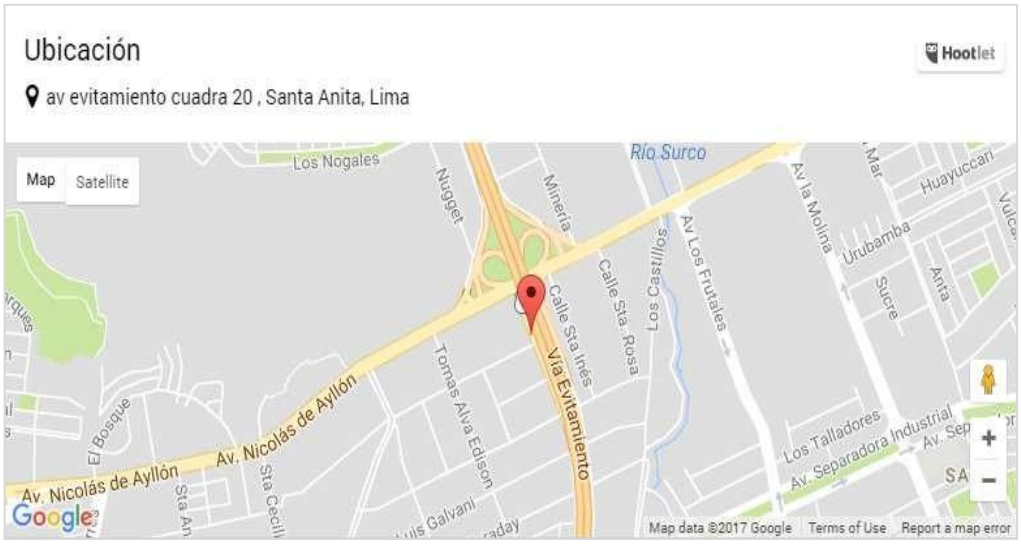


Figura55. Micro localización - Local en Av. Evitamiento, distrito de Santa Anita

Fuente: adondevivir.com

SANTA ANITA: Calle 6 Mz. G Lote 28 Santa Anita, Los Productores (140 m2)

Figura56. Micro localización - Local Calle 6, Los productores, distrito de Santa Anita.

Fuente. Urbania.pe

SANTA ANITA: Local industrial en Alquiler Calle 23, Santa Anita, Lima

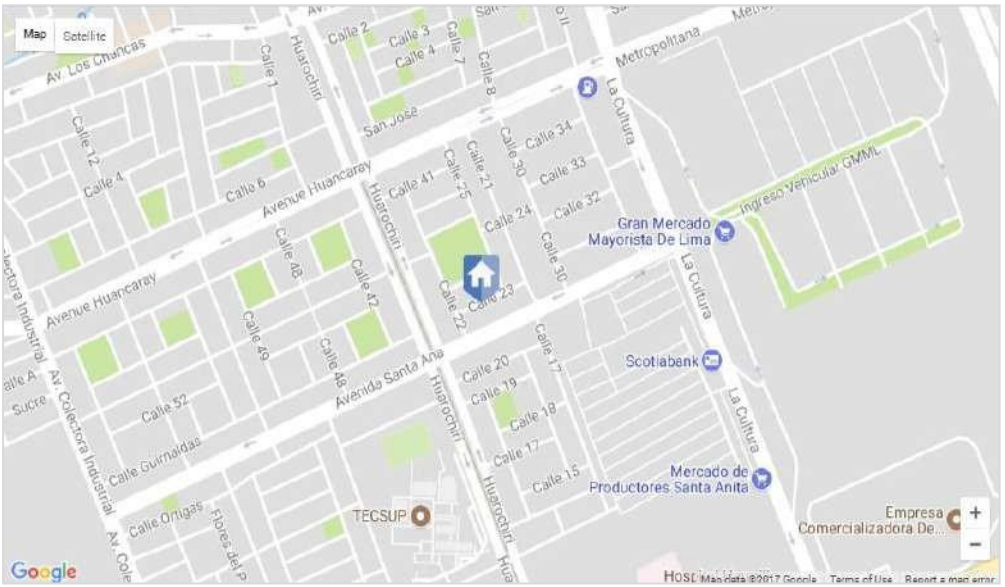


Figura 57.Micro localización - Local Calle 23, distrito de Santa Anita.

Fuente. Laencontre.com.pe

Tabla 131- *Método de factores de ponderados - Micro localización*

		Av. Evitamiento cuadra 2023, Santa Anita (620 m2)		Calle 6 Mz. G Lote 28 Santa Anita, Los Productores (140 m2)		Calle 23 Lote 7, Santa Anita (237 m2)	
Variable	**Peso**	**Calificación**	**Ponderado**	**Calificación**	**Ponderado**	**Calificación**	**Ponderado**
Área del Local	0.25	8.00	2.00	2.00	0.50	6.00	1.50
Accesibilidad	0.20	7.00	1.40	7.00	1.40	7.00	1.40
Seguridad de la zona	0.10	7.00	0.70	5.00	0.50	8.00	0.80
Ubicación del local	0.20	6.00	1.20	8.00	1.60	9.00	1.80
Precio del Local	0.25	2.00	0.50	10.00	2.50	9.00	2.25
Total	**1.00**	**Total**	**5.80**		**6.50**		**7.75**

Nota. Matriz de decisión Macro. Clasificación del 1 al 10 (Siendo 10 el mayor puntaje).
Elaboración propia.

Como resultado de la evaluación de los factores de la Matriz de Decisión, se determinó que la mejor alternativa para la ubicación de la planta, oficina y almacén de Novo Fusión S.A.C., es el distrito de San Anita.

Las instalaciones de la empresa Novo Fusión S.A.C., en donde se elaborará el producto se encuentra ubicado en Calle 23 Lote 7, Santa Anita

Ubicación que estratégicamente nos favorece por lo siguiente:

- En relación a nuestro proveedor (Mercado mayorista Santa Anita), que permite el ahorro de tiempo, costos y mejor manipulación de nuestros insumos.
- Local moderno en perfecta zona con amplio espacio para almacén, oficinas o viviendas a pocos metros de la carretera central, centro comercial entre otros.
- Cuenta con 4 pisos, 8 (oficinas, dormitorios o almacenes), 5 baños, cochera amplia para 7 autos o camionetas.

Alquiler mensual:
Precio: S/. 9,240.00 (No Incluye IGV)

Condiciones del contrato:
Garantía del inmueble: 2 meses de garantía y uno de adelanto.
S/. 9,240.00 + S/. 9,240.00 + S/. 9,240.00 = S/. 27,720.00

Areas:

Figura 58. Fotografía 1 – Ambientes del local

Fuente: adondevivir.com

Figura 59.Fotografía 2 – Ambientes del local.

Fuente: adondevivir.com

Figura 61.Fotografía 3 – Ambientes del local.

Fuente: adondevivir.com

Figura 60. Fotografía 4 - Ambientes del local.

Fuente: adondevivir.com

Figura 62. Fotografía 5 – Ambientes del local.

Fuente: adondevivir.com

6.4.3 Gastos de adecuación.

Si bien en toda esta zona industrial la mayoría de terrenos cuentan con las especificaciones necesarias para la producción, no se tienen en cuenta varias adecuaciones tales como:

Tabla 132- *Detalle de gastos de adecuación de local*

Descripción del trabajo	Medidas	Marca	Cantidades a usar	Costo unitario (S/.)	Total (S/.)
Instalaciones de paredes Drywall.	m²	Volcanita	100 Unidades	30.00	3,000.00
Rieles para Drywall	Mt	Tupemesa	60 Unidades	4.70	282.00
Tornillos y pernos para Drywall	Cm	Mamut	150 Unidades	3.50	525.00
Instalaciones luces LED área producción.	KW	Ledvance	4 Unidades	199.00	796.00
Instalaciones tuberías gas natural.	m²	Durman	30 Metros	48.00	1,440.00
Pintura diferentes áreas.	m²	American colors	5 Baldes	67.00	335.00
Instalación de luces de emergencia	KW	Opalux	18 Unidades	150.00	2,700.00
Carteles de señalización	CM	Fixer	30 Letreros	8.00	240.00
Cerámico blanco 34 X 60	m²	San Lorenzo	85 Cajas	48.48	4,120.80
Extintores 6	KG	PQS ABC	10 Unidades	67.90	679.00
Botiquín primeros auxilios	-	Rimax	3 Unidades	39.90	119.70
Pegamento para cerámico	m²	Celima	40 Unidades	32.90	1,316.00
Cemento para tarrajeo	m²	Andino	10 Unidades	31. 90	319.00
TOTAL					**15,872.50**

Elaboración propia

6.4.4 Gastos de servicios.

- **Alquiler:**

  Esté local está destinado para al uso de oficinas comerciales y planta de producción, está ubicado en al distrito de Santa Anita cuenta con un área de 237.7 metros cuadrados con zonificación I2, esté local cuenta con un área construida total de 182 metros cuadrados y con un total de 4 pisos, así también, cuenta con 2 portones para proveedores y descargas ambos con acceso a camiones medianos. Cuenta con conexión trifásica y oficinas ya terminadas listas para el uso a conveniencia del arrendatario

  Precio de alquiler mensual: Precio: S/. 9,240.00 (No Incluye IGV)

  Condiciones del contrato:

  Garantía del inmueble: 2 meses de garantía y uno de adelanto.

  S/. 9,240.00 + S/. 9,240.00 + S/. 9,240.00 = S/. 27,720.00

- **Servicio de energía eléctrica:**

  Según las especificaciones técnicas de la maquinaria a utilizar, así como al número de computadoras y diversos artefactos eléctricos que se tendrán en los parámetros de la empresa podemos realizar el siguiente cuadro mostrando los kilovatios requeridos de manera mensual para el correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 133 - ***Consumo promedio de KWH mensual***

Maquinaria / equipo	Cantidad de equipos	kW	kWh (diario) 8	kWh (mes) 208
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	1	1.11	8.88	230.88
Licuadora Industrial - LV-I	1	1.20	9.60	249.60
Marmita con Agitador- MrV – I/C	1	1.12	8.96	232.96
Campana extractora	1	1.49	11.92	309.92
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	1	0.75	6.00	156.00
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	1	0.15	1.20	31.20
Cámara de conservación	1	0.37	2.96	76.96
Computadoras	4	0.30	9.60	249.60
Impresora Epson WorkForce M205	1	0.15	1.20	31.20
Horno microondas	1	1.10	8.80	228.80
Balanza con plataforma	1	0.04	0.32	8.32
TOTAL CONSUMO MÁXIMO APROXIMADO MENSUAL EN kWh				**1,805.44**

Elaboración propia

Para los parámetros de nuestra empresa consideramos que, una conexión en la categoría tarifaria MT3, es la mejor opción para los requerimientos KW de nuestras máquinas, al tarifario se muestra a continuación:

Tabla 134 - *Detalle de cargos por consumo de energía eléctrica*

MEDICION DOBLE DE ENERGIA Y UNA POTENCIA CONTRATADA (2E1P)	Unidad	Media Tensión MT3	Baja Tensión BT3
Cargo Fijo mensual	S/./Usuario	3,40	3,40
Cargo por Energía en punta	cent S/./kW.h	18,86	20,64
Cargo por Energía fuera de punta	cent S/./kW.h	16,18	17,71
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Presentes punta"	S/./kW-mes	26,27	26,38
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Fuera punta"	S/./kW-mes	16,17	16,31
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Presentes punta"	S/./kW-mes	11,99	51,77
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Fuera punta"	S/./kW-mes	12,27	48,34
Cargo por energía reactiva que exceda del 30% del total de la energía activa	cent S/./kvarh	3,79	3,79

Fuente: Luz del sur

- **Servicio de agua potable:**

  De acuerdo al tarifario de agua, publicado en la página oficinal de Sedapal, podemos apreciar los siguientes gastos por consumo:

Tabla 135 - *Tarifario de costos por servicio de agua potable y alcantarillado*

Servicio	Rango de m³	Costo en Soles/ m³ unitario
Agua	De 0 a 1000	4.095
	de 1000 a más	4.392
Desagüe	De 0 a 1000	1.789
	de 100 a más	1.919

Fuente: Sedapal

Justificación: Nuestra empresa manufacturera de salsas considera las siguientes razones para creer correcto dicho nivel de consumo en los m³ de agua potable.

- Inocuidad en los procesos, cada colaborador del área productiva tiene que pasar por una correcta desinfección de manos antes de ingresar el área productiva, así también, para lograr una mejor producto, se aplicaran políticas de desinfección con agua y jabón, cada 45 minutos.
- Limpieza antes, durante y después de finalizado el proceso productivo, una vez más, esa política se aplicará para la mejora del producto final.
- Al término de cada turno, se tiene que hacer una limpieza general del área productiva con abundante agua y desinfectante, esto para eliminar la posibilidad de ser invadidos por plagas que, puedan traer enfermedades (ratas, cucarachas, hormigas ETC.)
- Limpieza continúa de los utensilios de cocina, así también, el finalizar cada proceso, se recomienda dejar remojados dichos instrumentos con abundante agua y lejía para asegurar la pulcritud de los mismos.
- Correcto lavado de nuestros insumos, para ello se debe utilizar abundante agua, antes y durante este proceso, también se recomienda, usar lejía, según la dosis recomendada.

- Correcto mantenimiento de las máquinas, al mantenimiento de las máquinas usadas en el proceso productivo se hace con abundante agua, esto para facilitar sus tareas.
- Correcta desinfección de los envases, estos serán lavados con abundante agua para luego ser sumergidos en una solución de agua y lejía, para asegurar la inocuidad de estos, para luego pasar por enjuague y al correcto secado.
- Escaldado de los insumos, para este proceso se necesita abundante agua, de esa manera lograr el mejor de los resultados.
- Uso de este recurso por parte del personal para lavar sus utensilios después de cada almuerzo.
- Uso de este recurso por parte del personal para satisfacer sus necesidades fisiológicas, es por estas razones determinamos que el consumo promedio de este recurso será de 98 m^3.

Tabla 136 - *Simulación de consumo por servicio de agua potable y alcantarillado*

Servicio	Rango de m^3	Costo unitario S/. por m^3	Consumo mensual en m^3	Costo total mensual S/.
Agua	De 0 a 1000	4.095	98 m^3	**401.31**
	De 1000 a más	4.392		
Desagüe	De 0 a 1000	1.789	98m^3	**175.32**
	de 1000 a más	1.919		
Cargo fijo				**4.74**
			SUB-TOTAL	**581.37**
			IGV de 18% del total 581.37	**104.65**
			COSTO TOTAL	**686.02**

Elaboración propia

- **Servicio de telefonía fija e internet:**

Para mantener una fluida comunicación con nuestros proveedores y clientes, contrataremos un servicios dúo: teléfono + internet de la empresa Movistar. El cual nos brinda los siguientes beneficios:

- Internet: De una velocidad hasta 10 mbps mediante un modem wi-fi
- Telefonía fija: Tarifa plana local, llamadas ilimitadas a fijos locales y 200 minutos para poder comunicarnos con otros operadores.

Precio del servicio:

Tarifa fija mensual: S/. 89.90

Costo de equipamiento: S/. 9.90 por los próximos 24 meses.

- **Seguro Multirriesgo:**

Este seguro permitirá asegurar todo nuestros activos contra todo tipo de riesgo tales como:

- Incendio
- Terremotos y/o maremotos
- Huelgas, vandalismo o terrorismo.
- Roturas de máquinas
- Robos e intentos de robos, entre otros, por una cobertura máxima de 1’000,000.00 de dólares.

Pago anual: US$ 2500.00 equivalente en soles a S/. 8,250.00 incluido impuestos.

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

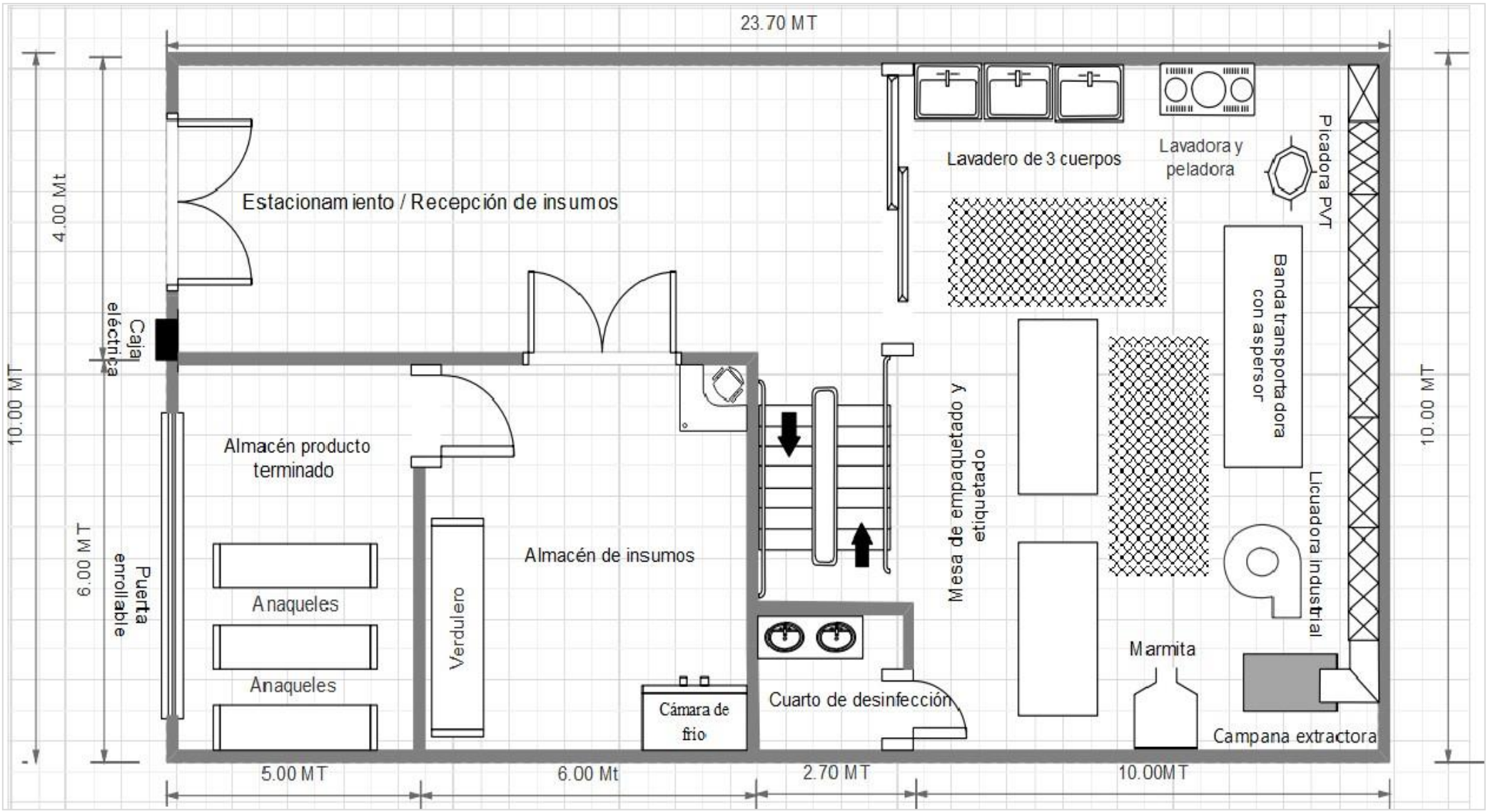


Figura 63. Plano del primer nivel.

Elaboración propia.

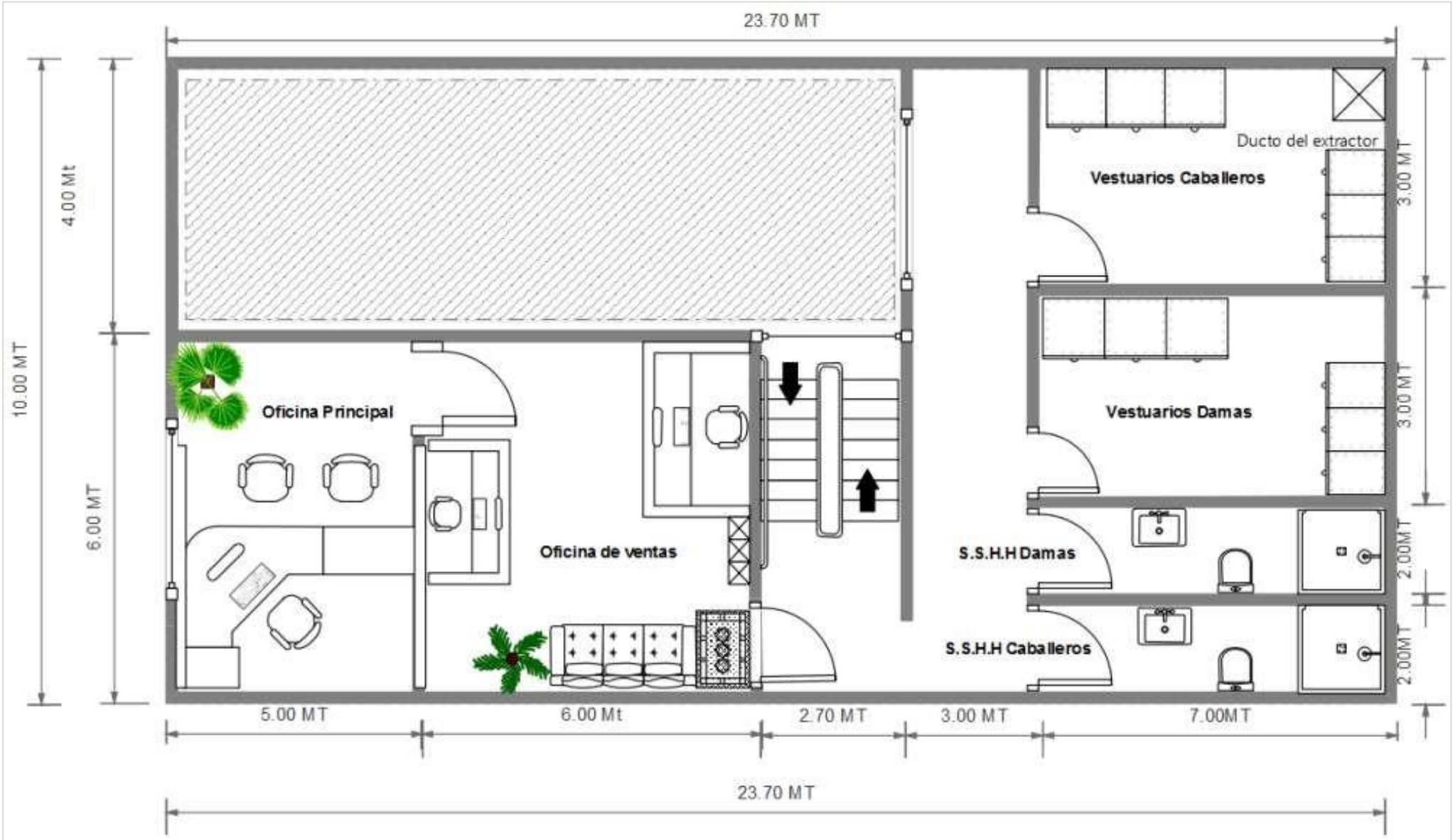


Figura64. Plano del segundo nivel.

Elaboración propia.

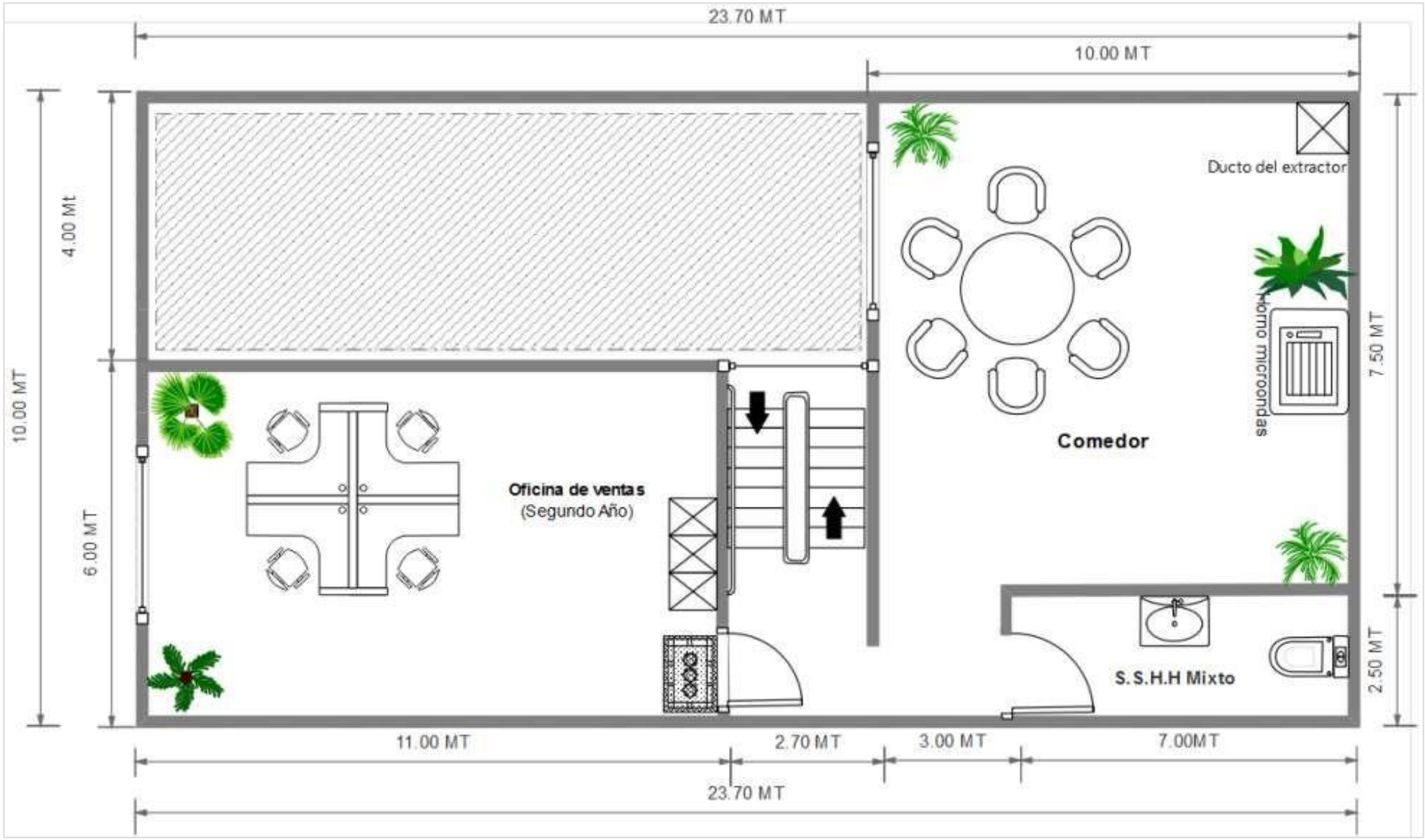


Figura65. Plano del tercer nivel.

Elaboración propia.

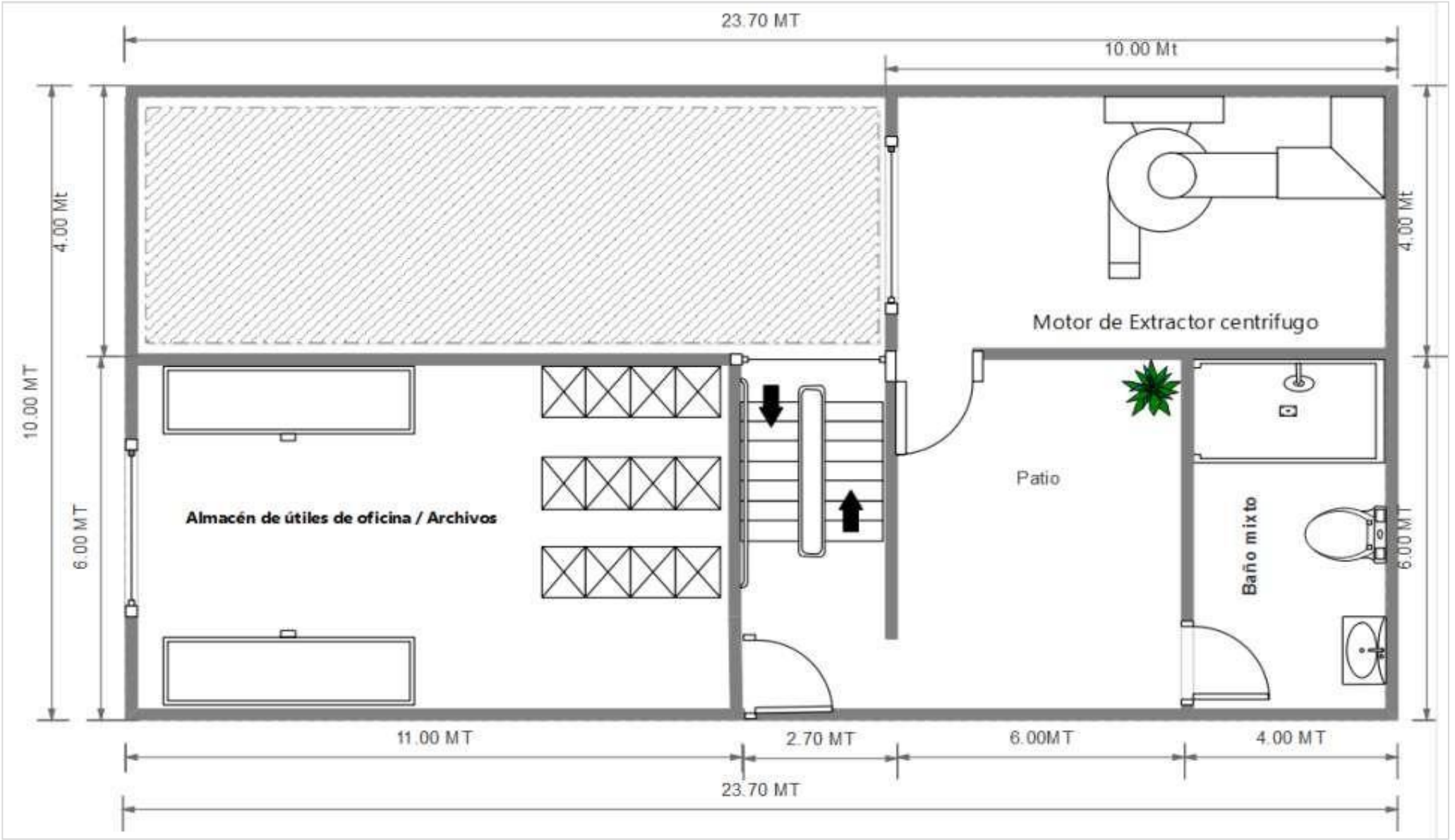


Figura66. Plano del cuarto nivel.

Elaboración propia.

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

- **PRIMER PISO**

  - **<u>Área de producción:</u>**

    Está área está implementada especialmente para mantener un espacio libre de contaminantes qué puedan afectar la carga microbiana de nuestras salsas.

    En esta área se encuentran nuestras máquinas para realizar los diferentes procesos productivos, como al lavadero de 3 cuerpos, especialmente diseñado para la desinfección de nuestros envases de vidrio, lavadora y peladora, está máquina nos ayuda con al lavado de insumos y el pelado de estos; picadora PVT, cuya función es la de picar en diferentes tamaños los insumos, la banda transportadora, qué el mismo tiempo escalda los vegetales directo a la licuadora industrial para qué luego pasen todos estos a la marmita. Esta área cuenta con un ancho de 10.00 metros por largo de 10.00 metros, así también cuenta con un área para qué los operarios puedan desinfectarse las manos.

  - **<u>Almacén:</u>**

    Esta área cuenta con 6 metros de largo por 6 metros de ancho, está equipada con verduleros para al correcto almacenamiento de los vegetales y con una cámara de frio para los productos perecibles, así también, cuenta con un escritorio y computadora para la anotación de la hoja kardex qué se tiene que llevar por cada insumo qué se reciba y salga a producción.

- **Almacén producto terminado:**

  Esta área cuenta con 5 metros de largo por 6 de ancho, está equipado con anaqueles especialmente diseñados para el correcto almacenamiento de nuestros productos terminados.

- **Estacionamiento/recepción de insumos**:

  Nuestro local cuenta con dichas áreas, para la comodidad de los colaboradores qué lleven sus vehículos propios, así también, tener una recepción de insumos más rápida, y eficiente. Cuenta con 11 metros de largo por 4 metros de ancho.

- **SEGUNDO PISO**

  - **Oficina principal:**

  Esta oficina está destinada para al gerente, está amoblada con un escritorio, computadora y sillas para las pequeñas reuniones qué se llevaran a cabo. Cuenta con 5 metros de largo por 6 de ancho.

  - **Oficina de ventas:**

  Esta área está diseñada para albergar a 2 oficinistas cómodamente, con sus respectivos escritorios y computadoras, así también, servirá como área de espera para las personas que tengan reuniones programadas con al gerente, estas personas pueden esperar en al mueble qué estará a su disposición. Cuenta con 6 metros de largo por 6 de ancho.

  - **Vestuarios de damas / vestuarios de caballeros**:

  Esta área de la empresa está diseñada para qué cualquier colaborador pueda guardar sus pertenencias sin ningún peligro de extravío, ya que cuenta con amplios locker con candados para asegurar la integridad de sus pertenencias. Cada área cuenta con 3 metros de largo por 7 de ancho.

- **Servicios higiénicos damas/caballeros:**

Estos baños cuentan con duchas para las personas que deseen usarlas. Cuentan con, 7 metros de largo por 2 metros de ancho.

- **TERCER PISO**

- **Oficina de ventas:**

Esta oficina estará disponible para al segundo año de operaciones de la empresa, contara con 2 escritorios y 2 computadoras y anaqueles para archivar los papeles qué sean necesarios. Cuenta con 11 metros de largo por 6 de ancho.

- **Comedor:**

El amplio comedor cuenta con una mesa redonda para 6 personas, así también, cuenta con un horno microondas para qué los colaboradores puedan calentar sus almuerzos o alimentos de preferencia. Cuenta con, 10 metros de ancho por 7.50 de largo.

- **Servicios higiénicos mixtos:**

Estos servicios higiénicos se consideran medio baño, ya qué no cuenta con ducha, solo lavadero y un inodoro. Cuenta con 7 metros de largo por 2.5 de ancho.

- **CUARTO PISO**

- **Almacén de útiles de oficina / Archivos**:

Cuenta con anaqueles qué permitirán al correcto almacenamiento de útiles de oficinas, así también, será utilizado para almacenar papeles contables y demás útiles qué se consideren necesarios. Está área cuenta con 11 metros de largo por 6 metros de ancho.

- **Cuarto de motor del extractor centrífugo:**

Esta habitación está habilitada para el motor extractor de aire de la campana. Cuenta con 10 metros de ancho por 4 metros de largo.

- **Patio:**

En esta área los colaboradores podrán pasar un pequeño rato de tranquilidad y relación fuera del calor del área de producción. Cuenta con 6 metros de ancho por 6 de largo.

- **Baño Mixto:**

Esté baño cuenta con ducha, lavadero y sanitario completo, para al uso de los colaboradores.

6.5 Responsabilidad social

6.5.1 Responsabilidad con el medio ambiente:

Como es de esperarse la empresa generará impacto en el medio ambiente en donde se encuentre, sabemos la importancia de cuidar y preservar el planeta, es por ello, que brindaremos una selección de los residuos que genere la institución, estos serán recolectados en bolsa de varios colores, para su distinción, al igual que contaremos con tachos contenedores para realizar una separación apropiada, aportando positivamente e incentivando a nuestros colaboradores a que reciclen.

La distinción de los colores nos mostrará el tipo de residuo podemos recolectar estas serán de colores: azul, verde y amarillo.

Además se colocaran pequeños letreros para que puedan diferencia que en los contenedores azules serán destinados para depositar los papeles o cartones que se generen.

Asimismo, en los contenedores amarillos se deberá depositar los materiales o envases de plásticos y finalmente los contenedores verdes se reciclaran los materiales de vidrio.

Consideramos que este aporte será muy significativo para cuidar nuestro medio ambiente según también son estipuladas en las siguientes leyes:

- Ley Nº 28245- Ley del Sistema Nacional de Gestión Ambiental.
- Ley Nº 27446 - Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental.

6.5.2 Responsabilidad con los trabajadores:

Asimismo, consideramos nuestro Capital Humano como un principal recursos para el logro de nuestros objetivos, es por ello, velaremos por respeto a nuestros trabajadores, brindándoles los beneficios que por ley les corresponden.

Adicionalmente, mantendremos los ambientes de trabajo con los implementos necesarios de seguridad e higiene para que cada colaborador se pueda desempeñar con total normalidad. En el área de producción nuestros operarios deberán utilizar guantes, gorros y mandiles para brindar el cuidado adecuado e higiene permitiendo un adecuado proceso.

De igual manera, se clima organizacional de comunicación directa para que la información no se pierda, se darán reuniones con los trabajadores ya que consideramos relevante este aspecto de manera que cruzaremos información de los procesos.

Del mismo modo, realizaremos programas anuales de capacitación al personal:

- Charlas de inducción y conocimiento de las instalaciones.
- Inducción sobre el manejo de los equipos.
- Salud ocupacional y seguridad en el trabajo
- Enseñanza a evitar la contaminación sonora.
- Charlas de capacitación de primeros auxilios y manejo de equipos de seguridad.

6.5.3 Responsabilidad con la comunidad:

Contribuiremos con nuestra comunidad al brindarle un producto natural y de calidad, fomentando el consumo de productos saludables, así como resaltaremos en el consumo de productos regionales de nuestro país.

Novo Fusión desarrollará las siguientes actividades:

- Responsabilidad con el medio ambiente: Realizaremos charlas para los miembros de la comunidad de Santa Anita, a fin de demostrarles cómo deben preservar el medio ambiente.
- Realizaremos visitas a distintos lugares de la ciudad, de bajos recursos en los días festivos, para brindarles alegría en un compartir agradable.
- Asimismo, realizaremos eventos para niños, madres e Institución Educativa de la comunidad, donde se incluyan regalos, juegos y un pequeño compartir. En festividades como: el Día del Niño, Día de la Madre y Navidad.

Tabla 137 - *Gastos de responsabilidad social*

Detalle	Monto sin IGV	2018	2019	2020
Compra de: Tachos de basura con colores de reciclaje / bolsas especiales / contenedores de basura especiales - para plan de reciclaje	139.77	1,677.26	1,677.26	1,677.26
Donación a Trapería Emaús Corazones Unidos, compra de alimentos no perecederos. Agua/ Leche en caja/ sacos de menestra (trimestral)	368.59	1,474.36	1,474.36	1,474.36
Donación de 50 canastas navideñas a Trapería Emaús Corazones Unidos	2,118.22	2,118.22	2,118.22	2,118.22
TOTAL		**5,269.84**	**5,269.84**	**5,269.84**

Elaboración propia

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Consideramos iniciar nuestras operaciones con aquellos activos que formarán parte de la producción y atención a clientes. Según detallamos a continuación:

Tabla 138- *Inversión en Activos Fijos Depreciables*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Operaciones			**S/. 73,045.50**	**S/. 13,148.19**	**S/. 86,193.69**
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	1	S/. 24,750.00	S/. 24,750.00	S/. 4,455.00	S/. 29,205.00
Licuadora Industrial - LV-I	1	S/. 4,026.00	S/. 4,026.00	S/. 724.68	S/. 4,750.68
Marmita con Agitador- MrV – I/C	1	S/. 14,685.00	S/. 14,685.00	S/. 2,643.30	S/. 17,328.30
Campana extractora	1	S/. 3,960.00	S/. 3,960.00	S/. 712.80	S/. 4,672.80
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	1	S/. 3,135.00	S/. 3,135.00	S/. 564.30	S/. 3,699.30
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	1	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 594.00	S/. 3,894.00
Cámara de conservación	1	S/. 11,550.00	S/. 11,550.00	S/. 2,079.00	S/. 13,629.00
Lavadero de 3 pozas	1	S/. 2,471.70	S/. 2,471.70	S/. 444.91	S/. 2,916.61
Coche Verdulero de 04 Niveles en Acero Inoxidable	1	S/. 2,207.70	S/. 2,207.70	S/. 397.39	S/. 2,605.09
Anaqueles para almacén	3	S/. 986.70	S/. 2,960.10	S/. 532.82	S/. 3,492.92
Administración			**S/. 12,214.01**	**S/. 2,198.52**	**S/. 14,412.53**
Computadoras	2	S/. 3,300.00	S/. 6,600.00	S/. 1,188.00	S/. 7,788.00
Impresora Epson WorkForce M205	1	S/. 858.00	S/. 858.00	S/. 154.44	S/. 1,012.44
Horno microondas	1	S/. 330.00	S/. 330.00	S/. 59.40	S/. 389.40
Escritorio Quito gris	1	S/. 237.29	S/. 237.29	S/. 42.71	S/. 280.00
Estante/ archivador	4	S/. 255.00	S/. 1,020.00	S/. 183.60	S/. 1,203.60
Silla giratoria	4	S/. 220.00	S/. 880.00	S/. 158.40	S/. 1,038.40
Casillero (Lockers)	2	S/. 381.36	S/. 762.72	S/. 137.29	S/. 900.01
Sillas fijas	1	S/. 130.00	S/. 130.00	S/. 23.40	S/. 153.40
Banquetas ERGO 616 T3	1	S/. 110.00	S/. 110.00	S/. 19.80	S/. 129.80
Escritorio en L	1	S/. 650.00	S/. 650.00	S/. 117.00	S/. 767.00
Sillas de plásticos	15	S/. 32.00	S/. 480.00	S/. 86.40	S/. 566.40
Mesa redonda de plástico	3	S/. 52.00	S/. 156.00	S/. 28.08	S/. 184.08
Ventas			**S/. 3,667.29**	**S/. 660.11**	**S/. 4,327.40**
Escritorio Quito gris	1	S/. 237.29	S/. 237.29	S/. 42.71	S/. 280.00
Sillas fijas	1	S/. 130.00	S/. 130.00	S/. 23.40	S/. 153.40
Computadoras	1	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 594.00	S/. 3,894.00
TOTAL ACTIVO FIJO DEPRECIABLE			**S/. 88,926.80**	**S/. 16,006.82**	**S/. 104,933.62**

Elaboración propia.

7.1.2 Inversión en Activos Intangibles

Estamos considerando aquellos activos intangibles, que forman parte de la constitución y puesta en marcha de nuestro proyecto.

Tabla 139 *- Inversión en activos intangibles*

Descripción	Cant.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa		**S/. 952.00**	**S/. 171.36**	**S/. 1,123.36**
Búsqueda de Nombre	1	S/. 4.00	S/. 0.72	S/. 4.72
Reserva de nombre	1	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 21.24
Minuta de constitución y escritura pública	1	S/. 750.00	S/. 135.00	S/. 885.00
Inscripción en registros públicos	1	S/. 180.00	S/. 32.40	S/. 212.40
Marcas y patentes		**S/. 605.92**	**S/. 109.07**	**S/. 714.99**
Búsqueda fonética y figurativa	1	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00
Solicitud de registro	1	S/. 453.38	S/. 81.61	S/. 534.99
Publicación en el Diario “El Peruano”	1	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00
Licencias y autorizaciones		**S/. 1,883.31**	**S/. 339.00**	**S/. 2,222.31**
Licencia de funcionamiento	1	S/. 30.68	S/. 5.52	S/. 36.20
Inspección Técnica de Indeci	1	S/. 673.40	S/. 121.21	S/. 794.61
Registro Sanitario de Alimentos y bebidas de consumo humano	1	S/. 330.51	S/. 59.49	S/. 390.00
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	1	S/. 835.00	S/. 150.30	S/. 985.30
Carnet de Sanidad (3 unidades)	1	S/. 13.73	S/. 2.47	S/. 16.20
TOTAL		**S/. 3,441.00**	**S/. 619.00**	**S/. 4,061.00**

Elaboración propia.

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

A continuación detallamos aquellos gastos a los que se incurrirán previos al inicio de nuestras operaciones, como es el caso de utensilio, enseres, el acondicionamiento de nuestro local, campaña de lanzamiento, pago de planillas, entre otros servicios.

Tabla 140 *- Inversión en gastos pre operativos*

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Utensilios, Enseres y Equipos			**S/. 4,812.03**	**S/. 866.17**	**S/. 5,678.20**
Útiles de producción			**S/. 4,314.33**	**S/. 776.58**	**S/. 5,090.91**
Termómetro infrarrojo BP25	1	S/. 198.00	S/. 198.00	S/. 36.00	S/. 234.00
Balanza con plataforma modelo 2056SS	1	S/. 660.00	S/. 660.00	S/. 119.00	S/. 779.00
Balanza Ultra water proof scale, de mes	1	S/. 330.00	S/. 330.00	S/. 59.00	S/. 389.00
Camisaco blanco	8	S/. 25.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
Pantalón sanitario blanco	8	S/. 30.00	S/. 240.00	S/. 43.00	S/. 283.00
Gorros de malla descartables	10	S/. 7.00	S/. 70.00	S/. 13.00	S/. 83.00
Mascarilla tapaboca descartable	10	S/. 8.00	S/. 80.00	S/. 14.00	S/. 94.00
Guantes de látex	5	S/. 16.00	S/. 80.00	S/. 14.00	S/. 94.00
Total herramientas			**S/. 1,858.00**	**S/. 334.00**	**S/. 2,192.00**
Cucharones de acero quirúrgico	15	S/. 26.40	S/. 396.00	S/. 71.00	S/. 467.00
Bowls de acero quirúrgico	15	S/. 29.37	S/. 441.00	S/. 79.00	S/. 520.00
Cuchillos	7	S/. 25.74	S/. 180.00	S/. 32.00	S/. 213.00
Piso antideslizable	2	S/. 165.00	S/. 330.00	S/. 59.00	S/. 389.00
Jabas de plástico	7	S/. 13.20	S/. 92.00	S/. 17.00	S/. 109.00
Utensilios			**S/. 1,439.00**	**S/. 259.00**	**S/. 1,698.00**
Escobas	2	S/. 8.00	S/. 15.00	S/. 3.00	S/. 18.00
Plumero	1	S/. 3.00	S/. 3.00	S/. 0.00	S/. 3.00
Recogedores	2	S/. 8.00	S/. 17.00	S/. 3.00	S/. 20.00
Contenedor	1	S/. 762.00	S/. 762.00	S/. 137.00	S/. 899.00
Desinfectante	2	S/. 8.00	S/. 17.00	S/. 3.00	S/. 20.00
Desatorador	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.00	S/. 7.00
Bolsa para la basura grande x 100	1	S/. 13.00	S/. 13.00	S/. 2.00	S/. 15.00
Bolsa para la basura Pequeña x 100	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.00	S/. 7.00
Papel Higiénico x 20	1	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 2.00	S/. 10.00
Jabón Liquido	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 1.00	S/. 6.00
Perfumador	3	S/. 5.00	S/. 14.00	S/. 3.00	S/. 17.00
Desinfectador de Botellas 5 Lt	1	S/. 81.00	S/. 81.00	S/. 14.00	S/. 95.00
Alcohol 1Lt	1	S/. 13.00	S/. 13.00	S/. 2.00	S/. 15.00
Ácido Paracetico	1	S/. 21.00	S/. 21.00	S/. 4.00	S/. 25.00
Detergente Alcalino	1	S/. 34.00	S/. 34.00	S/. 6.00	S/. 40.00
Trapos (Waipe)	1	S/. 3.00	S/. 3.00	S/. 1.00	S/. 4.00
Útiles de limpieza			**S/. 1,017.00**	**S/. 183.00**	**S/. 1,200.00**
Bolígrafos (azul y rojo)	18	S/. 0.77	S/. 14.00	S/. 2.00	S/. 16.00
Plumones resaltadores	8	S/. 3.35	S/. 27.00	S/. 5.00	S/. 32.00
lápices 2B	10	S/. 1.60	S/. 16.00	S/. 3.00	S/. 19.00
Porta lapiceros	4	S/. 3.40	S/. 14.00	S/. 2.00	S/. 16.00
Cuadernos (ingresos, mermas, contabilidad, asistente de gcia.)	4	S/. 6.00	S/. 24.00	S/. 4.00	S/. 28.00
Papel para impresora (pack 500 hojas)	5	S/. 9.10	S/. 46.00	S/. 8.00	S/. 54.00
Folders manila A4 (pack 50 unid)	1	S/. 12.00	S/. 12.00	S/. 2.00	S/. 14.00
sobres manila A4 (pack 50 unid)	1	S/. 9.10	S/. 9.00	S/. 2.00	S/. 11.00
Archivadores de lomo ancho	10	S/. 5.70	S/. 57.00	S/. 10.00	S/. 67.00
tijera de 8"	3	S/. 4.40	S/. 13.00	S/. 2.00	S/. 16.00

goma en barra 40 gr. Faber	5	S/. 4.10	S/. 21.00	S/. 4.00	S/. 24.00
clips (caja de 100 unid)	5	S/. 1.00	S/. 5.00	S/. 1.00	S/. 6.00
engrapadores (tipo alicate)	4	S/. 21.30	S/. 85.00	S/. 15.00	S/. 101.00
grapas (caja de 5000 unid)	4	S/. 2.70	S/. 11.00	S/. 2.00	S/. 13.00
perforador para 20 hojas	2	S/. 9.80	S/. 20.00	S/. 4.00	S/. 23.00
regla de 30 cm	4	S/. 0.60	S/. 2.00	S/. 0.00	S/. 3.00
cinta adhesiva	6	S/. 1.60	S/. 10.00	S/. 2.00	S/. 11.00
dispensador de cinta	3	S/. 6.20	S/. 19.00	S/. 3.00	S/. 22.00
cutter	3	S/. 1.30	S/. 4.00	S/. 1.00	S/. 5.00
liquid paper	3	S/. 3.10	S/. 9.00	S/. 2.00	S/. 11.00
pos-it	5	S/. 3.20	S/. 16.00	S/. 3.00	S/. 19.00
tinta de impresora	2	S/. 32.90	S/. 66.00	S/. 12.00	S/. 78.00
Útiles de Administración			**S/. 497.70**	**S/. 89.59**	**S/. 587.29**

Elaboración propia.

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.

A continuación detallamos nuestros inventarios iniciales que representan el importe de las materias primas del sampling.

Tabla 141 *- Inventario inicial de materias primas Salsa Cajamarqueza*

Descripción	**Cant.**					
Salsa Cajamarquez a producir	58					
Detalle de mat. prima y materiales	**Unid.**	**Cant.**	**Costos por Kg/ ciento**	**Costo Total**	**IGV**	**Importe Total**
Mantequilla	Kg	1.44	S/. 15.00	S/. 21.63	S/. 3.89	S/. 25.53
Queso paria	Kg	2.88	S/. 12.00	S/. 34.61	S/. 6.23	S/. 40.84
Harina	Kg	0.58	S/. 1.40	S/. 0.81	S/. 0.15	S/. 0.95
Queso crema	Kg	0.12	S/. 21.19	S/. 2.44	S/. 0.44	S/. 2.88
Espinaca	Kg	0.29	S/. 0.93	S/. 0.27	S/. 0.00	S/. 0.27
Crema de leche	Lt	3.46	S/. 6.36	S/. 22.00	S/. 3.96	S/. 25.96
	unidad	**cantidad**	**Costo Kg/ ciento**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	5	S/. 1.50	S/. 7.21	S/. 1.30	S/. 8.51
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	9	S/. 2.47	S/. 21.39	S/. 3.85	S/. 25.24
Stickers de la marca y sabor	unidad	5	S/. 0.20	S/. 0.96	S/. 0.17	S/. 1.13
Envase de vidrio estéril	unidad	58	S/. 0.85	S/. 48.89	S/. 8.80	S/. 57.69
				S/. 160.22	**S/. 28.79**	**S/. 189.01**

Elaboración propia

Tabla 142 - *Inventario inicial de material primas Salcina*

Descripción	Cant.
Salsa Salcina a producir	58

Detalle de mat. prima y materiales	Unid.	Cant.	Costos por Kg/ ciento	Costo Total	IGV	Importe Total
Yuca	Kg	1.44	S/. 1.30	S/. 1.87	S/. 0.00	S/. 1.87
Cúrcuma	Kg	2.88	S/. 10.00	S/. 28.79	S/. 0.00	S/. 28.79
Sacha tomate	Lt	0.58	S/. 20.00	S/. 11.52	S/. 2.07	S/. 13.59
Salchicha selvática	Un.	0.12	S/. 42.37	S/. 4.88	S/. 0.88	S/. 5.76
Cecina	Un.	0.29	S/. 38.14	S/. 10.98	S/. 1.98	S/. 12.96
Plátano bellaco	Un.	3.45	S/. 1.61	S/. 5.56	S/. 0.00	S/. 5.56
	unidad	**cantidad**	**Costo Kg/ ciento**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	Unidad	4.798	S/. 1.50	S/. 7.20	S/. 1.30	S/. 8.49
Cinta de Embalaje (100 mt)	Unidad	8.637	S/. 2.47	S/. 21.35	S/. 3.84	S/. 25.20
Stickers de la marca y sabor	Unidad	4.798	S/. 0.20	S/. 0.96	S/. 0.17	S/. 1.13
Envase de vidrio estéril	Unidad	57.581	S/. 0.85	S/. 48.80	S/. 8.78	S/. 57.58
				S/. 141.91	**S/. 19.02**	**S/. 160.93**

Elaboración propia

Tabla 143 - *Inventario inicial de materias primas Salsa Campechana*

Descripción	Cant.
Salsa Campechana a producir	16

Detalle de mat. prima y materiales	Unid.	Cant.	Costos por Kg/ ciento	Costo Total	IGV	Importe Total
Queso paria	Kg	0.41128962	S/. 14.16	S/. 5.82	S/. 1.05	S/. 6.87
Cebolla	Kg	0.82257924	S/. 0.70	S/. 0.58	S/. 0.10	S/. 0.68
Tocino	Kg	0.16451585	S/. 16.95	S/. 2.79	S/. 0.50	S/. 3.29
Crema de leche	Lt	0.03290317	S/. 6.36	S/. 0.21	S/. 0.04	S/. 0.25
Alcachofa	Kg	0.08225792	S/. 4.00	S/. 0.33	S/. 0.06	S/. 0.39
	unidad	**cantidad**	**Costo Kg/ ciento**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	1	S/. 1.50	S/. 2.06	S/. 0.37	S/. 2.43
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	2	S/. 2.47	S/. 6.10	S/. 1.10	S/. 7.20
Stickers de la marca y sabor	unidad	1	S/. 0.20	S/. 0.27	S/. 0.05	S/. 0.32
Envase de vidrio estéril	unidad	16	S/. 0.85	S/. 13.94	S/. 2.51	S/. 16.45
				S/. 32.10	**S/. 5.78**	**S/. 37.88**

Elaboración propia

Tabla 144 - *Inventario inicial de materias primas Salsa Fungies*

Descripción	Cant.
Salsa Fungies a producir	6

Detalle de mat. prima y materiales	Unid.	Cant.	Costos por Kg/ ciento	Costo Total	IGV	Importe Total
Mantequilla	kg	0.154	S/. 15.00	S/. 2.31	S/. 0.42	S/. 2.73
Cebolla	kg	0.308	S/. 0.70	S/. 0.22	S/. 0.04	S/. 0.25
Crema de leche	kg	0.062	S/. 6.36	S/. 0.39	S/. 0.07	S/. 0.46
Hongo de marayhuaca	kg	0.012	S/. 42.37	S/. 0.52	S/. 0.09	S/. 0.62
Hongo porcini	kg	0.031	S/. 33.90	S/. 1.05	S/. 0.19	S/. 1.23
Hongo shitake	kg	0.37	S/. 33.90	S/. 12.55	S/. 2.26	S/. 14.81
	unidad	**cantidad**	**Costo Kg/ ciento**	**Costo total**	**IGV**	**Monto**
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	unidad	1	S/. 1.50	S/. 0.77	S/. 0.14	S/. 0.91
Cinta de Embalaje (100 mt)	unidad	1	S/. 2.47	S/. 2.29	S/. 0.41	S/. 2.70
Stickers de la marca y sabor	unidad	1	S/. 0.20	S/. 0.10	S/. 0.02	S/. 0.12
Envase de vidrio estéril	unidad	6	S/. 0.85	S/. 5.23	S/. 0.94	S/. 6.17
				S/. 17.81	**S/. 3.21**	**S/. 21.01**

Elaboración propia

Tabla 145 - *Resumen de inventarios por tipos de salsa*

Resumen de inventarios	valor	IGV	Monto
Salsa Cajamarquez	S/. 160.22	S/. 28.79	S/. 189.01
Salsa Campechana	S/. 32.10	S/. 5.78	S/. 37.88
Salsa Fungies	S/. 17.81	S/. 3.21	S/. 21.01
Salsa Salcina	S/. 141.91	S/. 19.02	S/. 160.93
Total	**S/. 352.03**	**S/. 56.80**	**S/. 408.83**

Elaboración propia

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

Para determinar el importe de nuestro capital de trabajo, hemos empleado el método de Déficit acumulado, ya que nos permite tener una mejor visión sobre los ingresos y gastos del proyecto.

Tabla 146 *- Inversión en capital de trabajo*

Concepto	1º Mes	2º Mes	3º Mes	4º Mes	5º Mes	6º Mes	7º Mes	8º Mes	9º Mes	10º Mes	11º Mes	12º Mes
Saldo Inicial de Caja	**0**	**-57,463**	**-62,043**	**-4,912**	**-8,945**	**-13,623**	**8,862**	**-15,908**	**-11,730**	**25,725**	**21,905**	**14,883**
Ventas mensuales	**49,640**	**49,640**	**49,640**	**66,187**	**66,187**	**66,187**	**99,280**	**99,280**	**99,280**	**115,827**	**115,827**	**115,827**
Ventas100% crédito	49,640	49,640	49,640	66,187	66,187	66,187	99,280	99,280	99,280	115,827	115,827	115,827
IGV Ventas	8,935	8,935	8,935	11,914	11,914	11,914	17,870	17,870	17,870	20,849	20,849	20,849
Total Ingresos supermercado	**58,575**	**58,575**	**58,575**	**78,100**	**78,100**	**78,100**	**117,150**	**117,150**	**117,150**	**136,675**	**136,675**	**136,675**
Cobranza a 90 días			**58,575**	**58,575**	**58,575**	**78,100**	**78,100**	**78,100**	**117,150**	**117,150**	**117,150**	**136,675**
Total cobranzas	**0**	**0**	**58,575**	**58,575**	**58,575**	**78,100**	**78,100**	**78,100**	**117,150**	**117,150**	**117,150**	**136,675**
Total Egresos en Efectivo	**57,463**	**62,043**	**63,487**	**67,520**	**72,198**	**69,238**	**94,008**	**89,830**	**91,426**	**95,246**	**102,268**	**121,185**
Materiales												
Insumos (Incl. IGV)	S/. 8,433	S/. 8,433	S/. 8,433	S/. 11,244	S/. 11,244	S/. 11,244	S/. 16,865	S/. 16,865	S/. 16,865	S/. 19,676	S/. 19,676	S/. 19,676
Materiales(Incl IGV)	S/. 105	S/. 5,408	S/. 5,408	S/. 7,211	S/. 7,211	S/. 7,211	S/. 10,817	S/. 10,817	S/. 10,817	S/. 12,620	S/. 12,620	S/. 12,620
Sueldo bruto personal administrativo	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900
sueldo bruto personal MOI	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700
Sueldo bruto personal ventas	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900
Sueldo bruto personal MOD	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
Gratificación	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 7,750	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 7,750
Pago de CTS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,198	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,198	S/. 0
Essalud	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 698	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 698
Asignación familiar(85 por trabajador)	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680
Servicios												
Energía eléctrica	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 1,067	S/. 1,067	S/. 1,067	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,867	S/. 1,867	S/. 1,867
Agua	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 915	S/. 915	S/. 915	S/. 1,372	S/. 1,372	S/. 1,372	S/. 1,601	S/. 1,601	S/. 1,601
Teléfono e Internet	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100
Alquiler del local	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903
Suministros Diversos (reposición de herramientas, útiles, etc.)	S/. 0	S/. 0	S/. 345	S/. 0	S/. 0	S/. 1,288	S/. 0	S/. 0	S/. 345	S/. 0	S/. 0	S/. 3,220
Seguros (antirobo, incendios, etc.)												S/. 8,250
Servicios tercerizados	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955
Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,300	S/. 1,250	S/. 1,700	S/. 750	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,200	S/. 2,300
Activ. de Responsabilidad Social												
Actividades sociales y eventos de beneficencia	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 2,258

Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta	S/. 0	S/. 745	S/. 745	S/. 745	S/. 993	S/. 993	S/. 993	S/. 1,489	S/. 1,489	S/. 1,489	S/. 1,737	S/. 1,737
Pagos de IGV al Estado							S/. 6,574	S/. 11,665	S/. 11,867	S/. 11,654	S/. 14,098	S/. 14,078
Préstamo e Imprevistos												
Cuotas del préstamo activo fijo	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641
Cuotas del préstamo capital de trabajo	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957
Ingresos menos Egresos del mes	**-S/. 57,463**	**-S/. 62,043**	**-S/. 4,912**	**-S/. 8,945**	**-S/. 13,623**	**S/. 8,862**	**-S/. 15,908**	**-S/. 11,730**	**S/. 25,725**	**S/. 21,905**	**S/. 14,883**	**S/. 15,490**
Saldo Acumulado	**-S/. 57,463**	**-S/. 119,506**	**-S/. 124,418**	**-S/. 133,363**	**-S/. 146,986**	**-S/. 138,124**	**-S/. 154,032**	**-S/. 165,761**	**-S/. 140,037**	**-S/. 118,132**	**-S/. 103,250**	**-S/. 87,760**
Máximo Déficit Mensual Acumul.	-S/. 165,761											

Concepto	13º Mes	14º Mes	15º Mes	16º Mes	17º Mes	18º Mes	19º Mes	20º Mes	21º Mes	22º Mes	23º Mes	24º Mes
Saldo Inicial de Caja	**15,490**	**46,691**	**51,827**	**18,918**	**20,215**	**15,621**	**18,616**	**10,827**	**20,522**	**18,926**	**20,215**	**15,721**
Ventas mensuales	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**	**89,352**
Ventas100% crédito	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352	89,352
IGV Ventas	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083	16,083
Total Ingresos supermercado	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**
Cobranza a 90 días	**136,675**	**136,675**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**
Total cobranzas	**136,675**	**136,675**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**	**105,435**
Total Egresos en Efectivo	**89,985**	**84,849**	**86,517**	**85,221**	**89,814**	**86,819**	**94,608**	**84,914**	**86,510**	**85,221**	**89,714**	**90,409**
Materiales												
Insumos (Incl. IGV)	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031	S/. 15,031
Materiales(Incl IGV)	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204	S/. 10,204
Sueldo bruto personal administrativo	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900	S/. 4,900
sueldo bruto personal MOI	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700	S/. 2,700
Sueldo bruto personal ventas	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900	S/. 3,900
Sueldo bruto personal MOD	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
Gratificación	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 7,750	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 7,750
Pago de CTS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,198	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,198	S/. 0
Essalud	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 1,395
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 698	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 698
Asignación familiar(85 por trabajador)	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680	S/. 680
Servicios												
Energía eléctrica	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333	S/. 1,333
Agua	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143	S/. 1,143
Teléfono e Internet	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100
Alquiler del local	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903	S/. 10,903
Suministros Diversos (reposición de herramientas, útiles, etc.)	S/. 0	S/. 0	S/. 345	S/. 0	S/. 0	S/. 1,288	S/. 0	S/. 0	S/. 345	S/. 0	S/. 0	S/. 3,220
Seguros (antirobo, incendios, etc.)												
Servicios tercerizados	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955	S/. 7,955
Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,300	S/. 1,250	S/. 1,700	S/. 750	S/. 1,800	S/. 700	S/. 1,200	S/. 2,300
Activ. de Responsabilidad Social												
Actividades sociales y eventos de beneficencia	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 140	S/. 508	S/. 140	S/. 2,258
Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta	S/. 1,737	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340	S/. 1,340
Pagos de IGV al Estado	S/. 13,096	S/. 9,826	S/. 10,050	S/. 9,829	S/. 9,993	S/. 9,958	S/. 9,769	S/. 9,841	S/. 10,042	S/. 9,829	S/. 9,993	S/. 0

Préstamo e Imprevistos												
Cuotas del préstamo activo fijo	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641	S/. 3,641
Cuotas del préstamo capital de trabajo	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957	S/. 4,957
Ingresos menos Egresos del mes	**S/. 46,691**	**S/. 51,827**	**S/. 18,918**	**S/. 20,215**	**S/. 15,621**	**S/. 18,616**	**S/. 10,827**	**S/. 20,522**	**S/. 18,926**	**S/. 20,215**	**S/. 15,721**	**S/. 15,027**
Saldo Acumulado	**-S/. 41,069**	**S/. 10,758**	**S/. 29,676**	**S/. 49,891**	**S/. 65,512**	**S/. 84,128**	**S/. 94,955**	**S/. 115,476**	**S/. 134,402**	**S/. 154,617**	**S/. 170,338**	**S/. 185,364**

Elaboración propia.

La inversión de nuestro Capital de trabajo será de S/. 166, 973. Según se muestra en nuestro siguiente cálculo:

Máximo Déficit Mensual Acumul.	-S/. 165,761
Caja Mínima Requerida 1 % del egreso mas alto	-S/. 1,212
Inversión en Capital de Trabajo	-S/. 166,973

7.1.6 Liquidación del IGV.

Tabla 147 *- Liquidación de IGV*

	Ene.-18	Feb.-18	Mar,-18	Abr,-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct.-18	Nov.-18
IGV ventas	**S/. 8,935**	**S/. 8,935**	**S/. 8,935**	**S/. 11,914**	**S/. 11,914**	**S/. 11,914**	**S/. 17,870**	**S/. 17,870**	**S/. 17,870**	**S/. 20,849**	**S/. 20,849**
IGV egresos	**S/. 3,316**	**S/. 3,901**	**S/. 4,122**	**S/. 4,656**	**S/. 4,691**	**S/. 4,880**	**S/. 6,205**	**S/. 6,004**	**S/. 6,217**	**S/. 6,751**	**S/. 6,771**
IGV compras m prima	S/. 1,059	S/. 1,868	S/. 1,868	S/. 2,491	S/. 2,491	S/. 2,491	S/. 3,736	S/. 3,736	S/. 3,736	S/. 4,359	S/. 4,359
IGV servicios	S/. 1,905	S/. 1,905	S/. 1,958	S/. 1,981	S/. 1,981	S/. 2,177	S/. 2,132	S/. 2,132	S/. 2,184	S/. 2,207	S/. 2,207
IGV publicidad	S/. 275	S/. 107	S/. 275	S/. 107	S/. 198	S/. 191	S/. 259	S/. 114	S/. 275	S/. 107	S/. 183
IGV responsabilidad social	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78	S/. 21
IGV inversiones											
IGV neto	**S/. 5,619**	**S/. 5,034**	**S/. 4,813**	**S/. 7,258**	**S/. 7,222**	**S/. 7,034**	**S/. 11,665**	**S/. 11,867**	**S/. 11,654**	**S/. 14,098**	**S/. 14,078**
crédito fiscal	-S/. 30,406	-S/. 24,787	-S/. 19,753	-S/. 14,939	-S/. 7,682	-S/. 459					
Neto a pagar	**-S/. 24,787**	**-S/. 19,753**	**-S/. 14,939**	**-S/. 7,682**	**-S/. 459**	**S/. 6,574**	**S/. 11,665**	**S/. 11,867**	**S/. 11,654**	**S/. 14,098**	**S/. 14,078**

	Ene.-19	Feb.-19	Marz.-19	Abr.-19	May.-19	Jun.-19	Jul.-19	Agos.-19	Sep.-19	Oct.-19
IGV ventas	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**	**S/. 16,083**
IGV egresos	**S/. 6,258**	**S/. 6,034**	**S/. 6,254**	**S/. 6,090**	**S/. 6,125**	**S/. 6,314**	**S/. 6,242**	**S/. 6,041**	**S/. 6,254**	**S/. 6,090**
IGV compras m prima	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849	S/. 3,849
IGV servicios	S/. 2,056	S/. 2,056	S/. 2,109	S/. 2,056	S/. 2,056	S/. 2,253	S/. 2,056	S/. 2,056	S/. 2,109	S/. 2,056
IGV publicidad	S/. 275	S/. 107	S/. 275	S/. 107	S/. 198	S/. 191	S/. 259	S/. 114	S/. 275	S/. 107
IGV responsabilidad social	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78	S/. 21	S/. 21	S/. 78
IGV inversiones										
IGV neto	**S/. 9,826**	**S/. 10,050**	**S/. 9,829**	**S/. 9,993**	**S/. 9,958**	**S/. 9,769**	**S/. 9,841**	**S/. 10,042**	**S/. 9,829**	**S/. 9,993**
crédito fiscal										
Neto a pagar	**S/. 9,826**	**S/. 10,050**	**S/. 9,829**	**S/. 9,993**	**S/. 9,958**	**S/. 9,769**	**S/. 9,841**	**S/. 10,042**	**S/. 9,829**	**S/. 9,993**

Elaboración propia

7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.

El importe total de la inversión de nuestro proyecto asciendo a la suma de S/. 394,189.96 soles, según se detalla a continuación:

Tabla 148 *- Estructura de inversiones*

	Valor	IGV	Monto total	%
Activo fijo depreciable	S/. 88,926.80	S/. 16,006.82	S/. 104,933.62	26.62%
Activo Intangible	S/. 3,441.24	S/. 619.42	S/. 4,060.66	1.03%
Gastos pre-operativos	S/. 104,090.97	S/. 13,722.55	S/. 117,813.52	29.89%
Inventarios	S/. 352.03	S/. 56.80	S/. 408.83	0.10%
Capital de trabajo	S/. 166,973.33	S/. 0.00	S/. 166,973.33	42.36%
	363,784.37	**30,405.59**	**394,189.96**	**100.00%**

Elaboración propia.

Asimismo, la estructura de la inversión se encuentra divido de la siguiente manera:

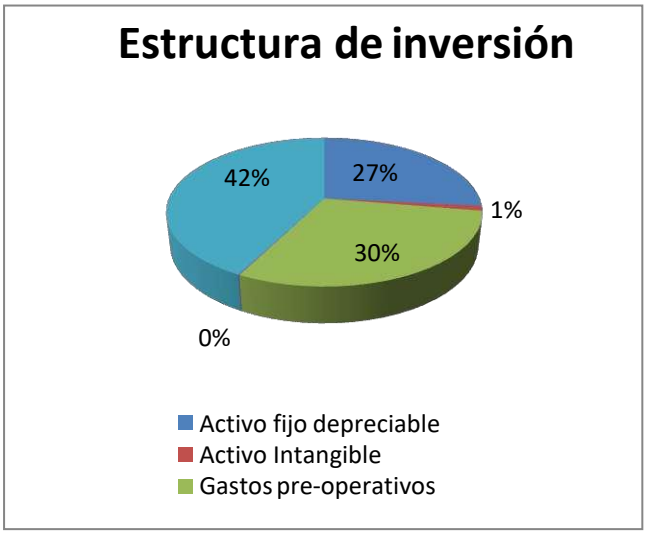


Figura 67 - Estructura de inversiones.

7.2 Financiamiento

7.2.1 Estructura de financiamiento.

Para nuestro proyecto estaremos financiando el activo fijo y el capital de trabajo, según detallamos:

Tabla 149 *- Estructura de financiamiento*

	Monto de inversión	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	S/. 104,933.62	S/. 83,946.90	S/. 20,986.72
Activo Intangible	S/. 4,060.66		S/. 4,060.66
Gastos pre-operativos	S/. 117,813.52		S/. 117,813.52
Inventarios	S/. 408.83		S/. 408.83
Capital de trabajo	S/. 166,973.33	S/. 85,243.06	S/. 81,730.27
	S/. 394,190.00	**S/. 169,190.00**	**S/. 225,000.00**
		42.92%	57.08%

Elaboración propia.

En efecto, cubriremos el 57% de la inversión con de capital social, y la diferencia (43%) será mediante préstamo bancario.

Tabla 150 *- Aporte de socios inversionistas*

Tipo	Monto	%
Deuda	169,190	43%
Capital Propio	225,000	57%
TOTAL	**394,190**	**100%**

Número de Socios =>	**4**

APORTE DE CADA SOCIO	
socio 1	S/. 56,250.00
socio 2	S/. 56,250.00
socio 3	S/. 56,250.00
socio 4	S/. 56,250.00
TOTAL	**S/. 225,000.00**

Elaboración propia.

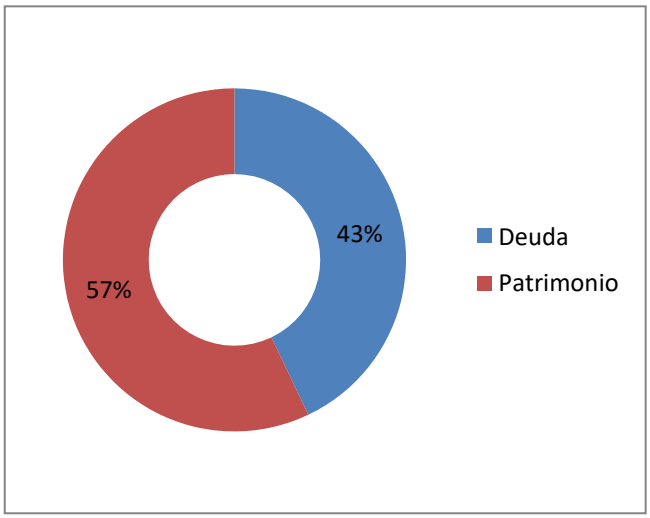


Figura68. Estructura financiamiento.

Elaboración propia.

Para incurrir a un préstamo bancario hemos realizado una comparación de las tasas de interés con los que trabajan algunos bancos y cajas rurales, considerando que este último brinda mayor facilidad de financiamiento para el sector MYPE.

Finalmente, optaremos por la adquisición de ambos préstamos (activo fijo y capital de trabajo) a través de Mi Banco, quienes nos ofrece una TCEA de 36.7% y 40.25% correspondientemente.

A continuación comparamos algunas tasas de interés de los bancos:

.

Tabla 151 - *Comparativo tasas de interés*

Entidad financiera	Tasa de Interés vigente
Mi Banco	36.70% Activo Fijo y 40.25% WC
Caja Metropolitana de Lima	27.00%

Elaboración propia.

7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo.

A continuación detallamos los datos del préstamo para el capital de trabajo y el cronograma de pagos, el cual se está en base al método francés.

Tabla 152 *- Cronograma de pagos Mi Banco*

Préstamo Capital de trabajo	S/. 85,243.06
TCEA (MI BANCO)	40.25%
TEM	2.86%
Plazo	2 años
Plazo	24 meses
Cuota Mensual	**S/. 4,957.00**

Cronograma de Pagos					
Mes	**Saldo Inicial**	**Interés**	**Capital**	**Cuota**	**Saldo Final**
1	85,243	2,437	2,520	4,957	82,723
2	82,723	2,365	2,592	4,957	80,131
3	80,131	2,291	2,666	4,957	77,464
4	77,464	2,215	2,743	4,957	74,722
5	74,722	2,136	2,821	4,957	71,901
6	71,901	2,056	2,902	4,957	68,999
7	68,999	1,973	2,985	4,957	66,015
8	66,015	1,887	3,070	4,957	62,945
9	62,945	1,800	3,158	4,957	59,787
10	59,787	1,709	3,248	4,957	56,539
11	56,539	1,616	3,341	4,957	53,198
12	53,198	1,521	3,436	4,957	49,762
13	49,762	1,423	3,535	4,957	46,228
14	46,228	1,322	3,636	4,957	42,592
15	42,592	1,218	3,740	4,957	38,852
16	38,852	1,111	3,846	4,957	35,006
17	35,006	1,001	3,956	4,957	31,050
18	31,050	888	4,070	4,957	26,980
19	26,980	771	4,186	4,957	22,794
20	22,794	652	4,306	4,957	18,489
21	18,489	529	4,429	4,957	14,060
22	14,060	402	4,555	4,957	9,505
23	9,505	272	4,685	4,957	4,819
24	4,819	138	4,819	4,957	0

Tabla 153 - *Resumen de las cuotas pagadas*

	2017	2018	2019	2020
Préstamo	85,243			
Amortización		-35,481	-49,762	
Interés		-24,005	-9,724	
Flujo de la deuda neto	**85,243**	**-59,486**	**-59,486**	**0**

Elaboración propia.

7.2.4 Financiamiento del activo fijo.

A continuación detallamos los datos del préstamo para cubrir el importe del Activo fijo y el cronograma de pagos, el cual se está en base al método francés.

Tabla 154 *- Financiamiento de Activo Fijo*

Préstamo Activo fijo	**S/. 83,947.00**
TCEA (MI BANCO)	36.70%
TEM	2.64%
Plazo	3 años
Plazo	36 meses
Cuota Mensual	**S/. 3,641.00**

Cronograma de Pagos					
Mes	**Saldo Inicial**	**Interés**	**Capital**	**Cuota**	**Saldo Final**
1	83,947	2,216	1,425	3,641	82,522
2	82,522	2,178	1,463	3,641	81,059
3	81,059	2,139	1,502	3,641	79,557
4	79,557	2,100	1,541	3,641	78,016
5	78,016	2,059	1,582	3,641	76,434
6	76,434	2,017	1,624	3,641	74,810
7	74,810	1,975	1,666	3,641	73,144
8	73,144	1,931	1,710	3,641	71,433
9	71,433	1,885	1,756	3,641	69,678
10	69,678	1,839	1,802	3,641	67,876
11	67,876	1,792	1,850	3,641	66,026
12	66,026	1,743	1,898	3,641	64,128
13	64,128	1,693	1,948	3,641	62,179
14	62,179	1,641	2,000	3,641	60,180
15	60,180	1,588	2,053	3,641	58,127
16	58,127	1,534	2,107	3,641	56,020

17	56,020	1,479	2,162	3,641	53,858
18	53,858	1,422	2,220	3,641	51,638
19	51,638	1,363	2,278	3,641	49,360
20	49,360	1,303	2,338	3,641	47,022
21	47,022	1,241	2,400	3,641	44,622
22	44,622	1,178	2,463	3,641	42,159
23	42,159	1,113	2,528	3,641	39,630
24	39,630	1,046	2,595	3,641	37,035
25	37,035	978	2,664	3,641	34,372
26	34,372	907	2,734	3,641	31,638
27	31,638	835	2,806	3,641	28,832
28	28,832	761	2,880	3,641	25,952
29	25,952	685	2,956	3,641	22,996
30	22,996	607	3,034	3,641	19,962
31	19,962	527	3,114	3,641	16,848
32	16,848	445	3,196	3,641	13,651
33	13,651	360	3,281	3,641	10,371
34	10,371	274	3,367	3,641	7,003
35	7,003	185	3,456	3,641	3,547
36	3,547	94	3,547	3,641	0

Elaboración propia.

Tabla 155 - *Resumen por año de las cuotas pagadas AF*

	2017	2018	2019	2020
Préstamo	83,947			
Amortización		-19,819	-27,093	-37,035
Interés		-23,873	-16,600	-6,657
Flujo de la deuda neto	**83,947**	**-43,692**	**-43,692**	**-43,692**

Elaboración propia.

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas.

En el siguiente cuadro estamos contemplando las ventas proyectadas de cada uno de nuestros productos de forma mensual, así como para los años del proyecto.

Tabla 156 *- Ingresos anuales*

RUBRO	PRECIO S/.	2018														
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	2018	2019	2020
Salsa Cajamarquez	7	20,767.00	20,767.00	20,767.00	27,690.00	27,690.00	27,690.00	41,535.00	41,535.00	41,535.00	48,457.00	48,457.00	48,457.00	415,349.00	448,577.00	484,463.00
Salsa Campechana	7	5,923.00	5,923.00	5,923.00	7,897.00	7,897.00	7,897.00	11,845.00	11,845.00	11,845.00	13,819.00	13,819.00	13,819.00	118,451.00	127,928.00	138,162.00
Salsa Fungies	7	2,221.00	2,221.00	2,221.00	2,961.00	2,961.00	2,961.00	4,442.00	4,442.00	4,442.00	5,182.00	5,182.00	5,182.00	44,419.00	47,973.00	51,811.00
Salsa Salcina	7	20,729.00	20,729.00	20,729.00	27,639.00	27,639.00	27,639.00	41,458.00	41,458.00	41,458.00	48,368.00	48,368.00	48,368.00	414,580.00	447,746.00	483,566.00
Total valor venta supermercado	**100%**	**49,640.00**	**49,640.00**	**49,640.00**	**66,187.00**	**66,187.00**	**66,187.00**	**99,280.00**	**99,280.00**	**99,280.00**	**115,827.00**	**115,827.00**	**115,827.00**	**992,800.00**	**1,072,224.00**	**1,158,002.00**
IGV		8,935.20	8,935.20	8,935.20	11,913.60	11,913.60	11,913.60	17,870.40	17,870.40	17,870.40	20,848.79	20,848.79	20,848.79	178,703.95	193,000.27	208,440.29
Facturación		**58,575.18**	**58,575.18**	**58,575.18**	**78,100.25**	**78,100.25**	**78,100.25**	**117,150.37**	**117,150.37**	**117,150.37**	**136,675.43**	**136,675.43**	**136,675.43**	**1,171,503.68**	**1,265,223.97**	**1,366,441.89**
Cobranza 90 días				**58,575.18**	**58,575.18**	**58,575.18**	**78,100.25**	**78,100.25**	**78,100.25**	**117,150.37**	**117,150.37**	**117,150.37**	**136,675.43**			

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

Tabla 157 - *Resumen de ingresos anuales*

Resumen Ingresos anuales	2018	2019	2020
Salsa Cajamarquez	S/. 415,349.00	S/. 448,577.00	S/. 484,463.00
Salsa Campechana	S/. 118,451.00	S/. 127,928.00	S/. 138,162.00
Salsa Fungies	S/. 44,419.00	S/. 47,973.00	S/. 51,811.00
Salsa Salcina	S/. 414,580.00	S/. 447,746.00	S/. 483,566.00
Total valor venta	**S/. 992,800.00**	**S/. 1,072,224.00**	**S/. 1,158,002.00**
IGV	S/. 178,703.95	S/. 193,000.27	S/. 208,440.29
Monto	**S/. 1,171,503.68**	**S/. 1,265,223.97**	**S/. 1,366,441.89**

Elaboración propia.

7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.

Tabla 158 - Recuperación de CTN

	Año 0	2018	2019	2020
Total Ventas		992,800	1,072,224	1,158,002
Capital de trabajo necesario		166,973	180,331	194,758
Inversión capital de trabajo	-166,973	-13,358	-14,426	
Recuperación de capital de trabajo				**194,758**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

Ventas / Capital de trabajo necesario

Ratio = 16.82%

7.3.3 Valor de desecho neto de nuestros Activos Fijos:

Para elaborar el cuadro que detalla el Valor Desecho Neto de los Activos Fijos, hemos considerado la siguiente fórmula:

Valor de Desecho (VD) = VL + [(VM - VL) * (1 - tIR)]

Donde: El **VM** es el Valor de Mercado Estimado (30%)

VL es el Valor Libros(se está considerando la depreciación acelerada de 3 años) , y

tIR es la Tasa del Impuesto a la Renta (29.5 %)

Concluyendo que el Valor total de Desecho de los activos es de S/. 23,610.07

Tabla 159 *- Valor de Desecho Neto del activo fijo*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Útil (años)	Deprec. (3 años)	V.Libros (3º año)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Utilidad/Pérdida)	Ir 29.5%	Valor de Desecho
Operaciones			**73,045.50**	**13,148.19**	**86,193.69**		**47,421.00**	**0**		**21,913.65**	**21,913.65**	**6,464.53**	**15,449.12**
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	1	24,750.00	24,750.00	4,455.00	29,205.00	3	24,750.00	0	30%	7,425.00	7,425.00	2,190.38	5,234.63
Licuadora Industrial - LV-I	1	4,026.00	4,026.00	724.68	4,750.68	3	4,026.00	0	30%	1,207.80	1,207.80	356.30	851.50
Marmita con Agitador- MrV – I/C	1	14,685.00	14,685.00	2,643.30	17,328.30	3	14,685.00	0	30%	4,405.50	4,405.50	1,299.62	3,105.88
Campana extractora	1	3,960.00	3,960.00	712.80	4,672.80	3	3,960.00	0	30%	1,188.00	1,188.00	350.46	837.54
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	1	3,135.00	3,135.00	564.30	3,699.30	3	3,135.00	0	30%	940.50	940.50	277.45	663.05
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	1	3,300.00	3,300.00	594.00	3,894.00	3	3,300.00	0	30%	990.00	990.00	292.05	697.95
Cámara de conservación	1	11,550.00	11,550.00	2,079.00	13,629.00	3	11,550.00	0	30%	3,465.00	3,465.00	1,022.18	2,442.83

Lavadero de 3 pozas	1	2,471.70	2,471.70	444.91	2,916.61	3	2,471.70	0	30%	741.51	741.51	218.75	522.76
Coche Verdulero de 04 Niveles en Acero Inoxidable	1	2,207.70	2,207.70	397.39	2,605.09	3	2,207.70	0	30%	662.31	662.31	195.38	466.93
Anaqueles para almacén	3	986.70	2,960.10	532.82	3,492.92	3	2,960.10	0	30%	888.03	888.03	261.97	626.06
Administración			**12,214.01**	**2,198.52**	**14,412.53**		**7,788.00**	**0**		**3,664.20**	**3,664.20**	**1,080.94**	**2,583.26**
Computadoras	2	3,300.00	6,600.00	1,188.00	7,788.00	3	6,600.00	0	30%	1,980.00	1,980.00	584.10	1,395.90
Impresora Epson WorkForce M205	1	858.00	858.00	154.44	1,012.44	3	858.00	0	30%	257.40	257.40	75.93	181.47
Horno microondas	1	330.00	330.00	59.40	389.40	3	330.00	0	30%	99.00	99.00	29.21	69.80
Escritorio Quito gris	1	237.29	237.29	42.71	280.00	3	237.29	0	30%	71.19	71.19	21.00	50.19
Estante/ archivador	4	255.00	1,020.00	183.60	1,203.60	3	1,020.00	0	30%	306.00	306.00	90.27	215.73
Silla giratoria	4	220.00	880.00	158.40	1,038.40	3	880.00	0	30%	264.00	264.00	77.88	186.12
Casillero (Lockers)	2	381.36	762.72	137.29	900.01	3	762.72	0	30%	228.82	228.82	67.50	161.32
Sillas fijas	1	130.00	130.00	23.40	153.40	3	130.00	0	30%	39.00	39.00	11.51	27.50
Banquetas ERGO 616 T3	1	110.00	110.00	19.80	129.80	3	110.00	0	30%	33.00	33.00	9.74	23.27
Escritorio en L	1	650.00	650.00	117.00	767.00	3	650.00	0	30%	195.00	195.00	57.53	137.48
Sillas de plásticos	15	32.00	480.00	86.40	566.40	3	480.00	0	30%	144.00	144.00	42.48	101.52
Mesa redonda de plástico	3	52.00	156.00	28.08	184.08	3	156.00	0	30%	46.80	46.80	13.81	32.99
Ventas			**3,667.29**	**660.11**	**4,327.40**		**3,667.29**	**0**		**1,100.19**	**1,100.19**	**324.56**	**775.63**
Escritorio Quito gris	1	237.29	237.29	42.71	280.00	3	237.29	0	30%	71.19	71.19	21.00	50.19
Sillas fijas	1	130.00	130.00	23.40	153.40	3	130.00	0	30%	39.00	39.00	12.00	27.50

Computadoras	1	3,300.00	3,300.00	594.00	3,894.00	3	3,300.00	0	30%	990.00	990.00	292.00	697.95
TOTAL ACTIVO FIJO			**88,926.80**	**16,006.82**	**104,933.62**		**58,876.29**	**0**		**26,678.04**	**26,678.04**	**7,870.02**	**18,808.02**
												IGV (Valor mercado)	**4,802.05**
												Valor de Desecho con IGV	**23,610.07**

Elaboración propia.

7.4 Costos y gastos anuales del proyecto

7.4.1 Egresos desembolsables del proyecto

7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.

En el siguiente cuadro estamos valorizando las compras de las materias primas e insumos, considerando que muchos de nuestros productos no están afectos al IGV por ser productos de primera necesidad, tales como: la espinaca, yuca, cebolla, cúrcuma, etc.

Tabla 160 *- Presupuesto de materias primas e insumos.*

Concepto	Costo por Kg o unidad en soles	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Alcachofa (inafecto al IGV)	S/. 3.39	S/. 0	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 24	S/. 24	S/. 24	S/. 28	S/. 28	S/. 28	S/. 242	S/. 259	S/. 278
Cebolla (inafecto al IGV)	S/. 0.70	S/. 1	S/. 34	S/. 34	S/. 34	S/. 46	S/. 46	S/. 46	S/. 69	S/. 69	S/. 69	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 687	S/. 734	S/. 789
Cecina	S/. 38.14	S/. 9	S/. 476	S/. 476	S/. 476	S/. 635	S/. 635	S/. 635	S/. 952	S/. 952	S/. 952	S/. 1,111	S/. 1,111	S/. 1,111	S/. 9,523	S/. 10,185	S/. 10,946
Crema de leche	S/. 6.36	S/. 19	S/. 980	S/. 980	S/. 980	S/. 1,307	S/. 1,307	S/. 1,307	S/. 1,960	S/. 1,960	S/. 1,960	S/. 2,287	S/. 2,287	S/. 2,287	S/. 19,603	S/. 20,966	S/. 22,532
Cúrcuma(inafecto al IGV)	S/. 10.00	S/. 24	S/. 1,249	S/. 1,249	S/. 1,249	S/. 1,665	S/. 1,665	S/. 1,665	S/. 2,497	S/. 2,497	S/. 2,497	S/. 2,913	S/. 2,913	S/. 2,913	S/. 24,972	S/. 26,708	S/. 28,703
Espinaca(inafecto al IGV)	S/. 1.10	S/. 0	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 18	S/. 18	S/. 18	S/. 28	S/. 28	S/. 28	S/. 32	S/. 32	S/. 32	S/. 275	S/. 294	S/. 316
Harina	S/. 1.40	S/. 1	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 70	S/. 70	S/. 70	S/. 82	S/. 82	S/. 82	S/. 700	S/. 748	S/. 804
Hongo de marayhuaca	S/. 42.37	S/. 0	S/. 23	S/. 23	S/. 23	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 45	S/. 45	S/. 45	S/. 53	S/. 53	S/. 53	S/. 453	S/. 485	S/. 521
Hongo porcini	S/. 33.90	S/. 1	S/. 45	S/. 45	S/. 45	S/. 60	S/. 60	S/. 60	S/. 91	S/. 91	S/. 91	S/. 106	S/. 106	S/. 106	S/. 907	S/. 970	S/. 1,042
Hongo shitake	S/. 33.90	S/. 11	S/. 544	S/. 544	S/. 544	S/. 726	S/. 726	S/. 726	S/. 1,088	S/. 1,088	S/. 1,088	S/. 1,270	S/. 1,270	S/. 1,270	S/. 10,884	S/. 11,640	S/. 12,510
Mantequilla	S/. 15.00	S/. 20	S/. 1,039	S/. 1,039	S/. 1,039	S/. 1,385	S/. 1,385	S/. 1,385	S/. 2,077	S/. 2,077	S/. 2,077	S/. 2,423	S/. 2,423	S/. 2,423	S/. 20,770	S/. 22,214	S/. 23,874
Plátano bellaco(inafecto al IGV)	S/. 1.36	S/. 4	S/. 204	S/. 204	S/. 204	S/. 273	S/. 273	S/. 273	S/. 409	S/. 409	S/. 409	S/. 477	S/. 477	S/. 477	S/. 4,089	S/. 4,373	S/. 4,699
Queso crema	S/. 21.19	S/. 2	S/. 106	S/. 106	S/. 106	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 247	S/. 247	S/. 247	S/. 2,120	S/. 2,268	S/. 2,437
Queso paria	S/. 12.00	S/. 33	S/. 1,715	S/. 1,715	S/. 1,715	S/. 2,287	S/. 2,287	S/. 2,287	S/. 3,430	S/. 3,430	S/. 3,430	S/. 4,002	S/. 4,002	S/. 4,002	S/. 34,303	S/. 36,687	S/. 39,428

Sacha tomate	S/. 20.00	S/. 10	S/. 499	S/. 499	S/. 499	S/. 666	S/. 666	S/. 666	S/. 999	S/. 999	S/. 999	S/. 1,165	S/. 1,165	S/. 1,165	S/. 9,989	S/. 10,683	S/. 11,481
Salchicha selvática	S/. 42.37	S/. 4	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 282	S/. 282	S/. 282	S/. 423	S/. 423	S/. 423	S/. 494	S/. 494	S/. 494	S/. 4,233	S/. 4,527	S/. 4,865
Tocino	S/. 16.95	S/. 2	S/. 121	S/. 121	S/. 121	S/. 161	S/. 161	S/. 161	S/. 242	S/. 242	S/. 242	S/. 282	S/. 282	S/. 282	S/. 2,419	S/. 2,587	S/. 2,780
Yuca(inafecto al IGV)	S/. 1.30	S/. 2	S/. 81	S/. 81	S/. 81	S/. 108	S/. 108	S/. 108	S/. 162	S/. 162	S/. 162	S/. 189	S/. 189	S/. 189	S/. 1,623	S/. 1,736	S/. 1,866
Total sin IGV		**S/. 143**	**S/. 7,390**	**S/. 7,390**	**S/. 7,390**	**S/. 9,853**	**S/. 9,853**	**S/. 9,853**	**S/. 14,779**	**S/. 14,779**	**S/. 14,779**	**S/. 17,242**	**S/. 17,242**	**S/. 17,242**	**S/. 147,790**	**S/. 158,064**	**S/. 169,872**
IGV		S/. 20	S/. 1,043	S/. 1,043	S/. 1,043	S/. 1,391	S/. 1,391	S/. 1,391	S/. 2,086	S/. 2,086	S/. 2,086	S/. 2,434	S/. 2,434	S/. 2,434	S/. 20,862	S/. 22,313	S/. 23,980
Total con IGV		**S/. 164**	**S/. 8,433**	**S/. 8,433**	**S/. 8,433**	**S/. 11,244**	**S/. 11,244**	**S/. 11,244**	**S/. 16,865**	**S/. 16,865**	**S/. 16,865**	**S/. 19,676**	**S/. 19,676**	**S/. 19,676**	**S/. 168,653**	**S/. 180,376**	**S/. 193,852**

Elaboración propia.

Tabla 161 - *Presupuesto de materiales*

Concepto	Costo por millar	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Caja corrugada (Pack de 12 salsas)	S/. 1,500.00	S/. 762	S/. 15	S/. 748	S/. 748	S/. 997	S/. 997	S/. 997	S/. 1,495	S/. 1,495	S/. 1,495	S/. 1,744	S/. 1,744	S/. 1,744	S/. 14,950	S/. 15,989	S/. 17,184
Cinta de Embalaje (100 mt)	S/. 2,472.22	S/. 2,261	S/. 43	S/. 2,218	S/. 2,218	S/. 2,957	S/. 2,957	S/. 2,957	S/. 4,435	S/. 4,435	S/. 4,435	S/. 5,174	S/. 5,174	S/. 5,174	S/. 44,352	S/. 47,435	S/. 50,979
Envase de vidrio estéril	S/. 200.00	S/. 1,219	S/. 23	S/. 1,196	S/. 1,196	S/. 1,595	S/. 1,595	S/. 1,595	S/. 2,392	S/. 2,392	S/. 2,392	S/. 2,791	S/. 2,791	S/. 2,791	S/. 23,920	S/. 25,583	S/. 27,494
Stickers de la marca y sabor	S/. 847.46	S/. 431	S/. 8	S/. 422	S/. 422	S/. 563	S/. 563	S/. 563	S/. 845	S/. 845	S/. 845	S/. 985	S/. 985	S/. 985	S/. 13,799	S/. 14,758	S/. 15,861
Total sin IGV		**S/. 4,672**	**S/. 89**	**S/. 4,583**	**S/. 4,583**	**S/. 6,111**	**S/. 6,111**	**S/. 6,111**	**S/. 9,167**	**S/. 9,167**	**S/. 9,167**	**S/. 10,695**	**S/. 10,695**	**S/. 10,695**	**S/. 97,021**	**S/. 103,766**	**S/. 111,517**
IGV		S/. 841	S/. 16	S/. 825	S/. 825	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,650	S/. 1,650	S/. 1,650	S/. 1,925	S/. 1,925	S/. 1,925	S/. 17,464	S/. 18,678	S/. 20,073
Total con IGV		**S/. 5,513**	**S/. 105**	**S/. 5,408**	**S/. 5,408**	**S/. 7,211**	**S/. 7,211**	**S/. 7,211**	**S/. 10,817**	**S/. 10,817**	**S/. 10,817**	**S/. 12,620**	**S/. 12,620**	**S/. 12,620**	**S/. 114,485**	**S/. 122,443**	**S/. 131,591**

Elaboración propia.

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 162 *- Presupuesto de Mano de Obra directa*

Área	Puestos	Cant. de trabajadores Año 1	Cant. de trabajadores Año 2	Cant. de trabajadores Año 3	Remuneración Mensual en S/. 2018	Remuneración Mensual en S/. 2019	Remuneración Mensual en S/. 2020
Operaciones	OPERARIO DE PLANTA	3	3	4	S/. 900.00	S/. 900.00	S/. 900.00

Cuadro de provisiones	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
OPERARIO DE PLANTA	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 32,400.00	S/. 32,400.00	S/. 43,200.00
Total Sueldo Bruto	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 2,700.00**	**S/. 32,400.00**	**S/. 32,400.00**	**S/. 43,200.00**
Gratificación(1/12)	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 3,600.00
Total Sueldo	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 2,925.00**	**S/. 35,100.00**	**S/. 35,100.00**	**S/. 46,800.00**
CTS(1/24)	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 121.88	S/. 1,462.50	S/. 1,462.50	S/. 1,950.00
Essalud (9%)	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 2,916.00	S/. 2,916.00	S/. 3,888.00
Bono según Ley(9% de las gratificaciones)	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 20.25	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 324.00
Asignación familiar(85 por trabajador)	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 4,080.00
Costo MOD	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 3,565.13**	**S/. 42,781.50**	**S/. 42,781.50**	**S/. 57,042.00**

Cuadro de pagos	Dic.-17	Ene.-18	Feb.-18	Mar.-18	Abr.-18	May.-18	Jun.-18	Jul.-18	Ago.-18	Sep.-18	Oct-18	Nov.-18	Dic.-18	2018	2019	2020
Sueldo Bruto	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 32,400.00	S/. 32,400.00	S/. 43,200.00
Gratificación	S/. 225.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,350.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,350.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 3,600.00
Pago de CTS	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 731.25	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 731.25	S/. 0.00	S/. 1,462.50	S/. 1,462.50	S/. 1,950.00
Essalud	S/. 0.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 2,916.00	S/. 2,916.00	S/. 3,888.00
Bono según Ley(9% de las gratificaciones)	S/. 20.25	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 121.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 121.50	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 324.00
Asignación familiar(85 por trabajador)	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 255.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 4,080.00
Pago planilla MOD	**S/. 3,200.25**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,929.25**	**S/. 3,198.00**	**S/. 4,669.50**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,198.00**	**S/. 3,929.25**	**S/. 4,669.50**	**S/. 42,781.50**	**S/. 42,781.50**	**S/. 57,042.00**

Elaboración propia.

7.4.1 Presupuesto de costos indirectos.

Para la elaboración del siguiente cuadro estamos considerando el pago de planilla de MOI (anualizada), las recompras de utensilios, así como los servicios básicos.

Tabla 163 *- Presupuesto de costos indirectos*

Concepto	2018	2019	2020
Mano de Obra Indirecta			
JEFE DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES			
ASISTENTE DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES			
Básicos	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Gratificación	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Sub Total	**52,000.00**	**52,000.00**	**52,000.00**
Pago de CTS	2,166.67	2,166.67	2,166.67
Essalud	4,320.00	4,320.00	4,320.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	360	360	360
Asignación familiar(85 por trabajador)	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Total Gasto	**60,886.67**	**60,886.67**	**60,886.67**
Material de Limpieza, equipos y herramientas	**6,424.08**	**6,424.08**	**6,424.08**
Termómetro infrarrojo BP25	198	198	198
Balanza con plataforma modelo 2056SS	0	0	0
Balanza Ultra water proof scale, de mes	0	0	0
Camisaco blanco	400	400	400
Pantalón sanitario blanco	480	480	480
Gorros de malla descartables	280	280	280
Mascarilla tapaboca descartable	320	320	320
Guantes de látex	320	320	320
Total herramientas	**1,998.00**	**1,998.00**	**1,998.00**
Cucharones de acero quirúrgico	396	396	396
Bowls de acero quirúrgico	440.55	440.55	440.55
Cuchillos	180.18	180.18	180.18
Piso antideslizable	330	330	330
Jabas de plástico	92.4	92.4	92.4
Escobas	183.05	183.05	183.05
Plumero	30.51	30.51	30.51
Recogedores	67.8	67.8	67.8
Contenedor	761.86	761.86	761.86
Desinfectante	203.39	203.39	203.39
Desatorador	11.86	11.86	11.86
Bolsa de Basura Grande x 100	152.54	152.54	152.54

Bolsa de Basura Pequeña x 100	71.19	71.19	71.19
Papel Higiénico x 20	101.69	101.69	101.69
Jabón Liquido	61.02	61.02	61.02
Perfumador	170.85	170.85	170.85
Desinfectador de Botellas 5 Lt	322.03	322.03	322.03
Alcohol 1Lt	152.54	152.54	152.54
Ácido Paracetico	254.24	254.24	254.24
Detergente Alcalino	406.78	406.78	406.78
Trapos (Waipe)	35.59	35.59	35.59
Total Utensilios y útiles de limpieza	**4,426.00**	**4,426.00**	**4,426.00**
IGV Material de Limpieza, equipos herramientas	**1,156.33**	**1,156.33**	**1,156.33**
Servicios	**70,335.25**	**72,460.85**	**73,869.53**
Energía Eléctrica 70%	9,491.53	10,151.32	10,909.69
Agua 70%	8,139.22	8,705.01	9,355.33
Teléfono e Internet 70%	710.44	710.44	710.44
mantenimiento maquinaria y equipos	900	1,800.00	1,800.00
Personal de limpieza	21,600.00	21,600.00	21,600.00
Personal de vigilancia	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Ing. Agroindustrial	6,600.00	6,600.00	6,600.00
Seguros(antirobo, incendios ,etc. 70%	4,894.07	4,894.07	4,894.07
I.G.V. Servicios.	4,344.35	4,726.95	4,980.51
Alquiler de Local 70%	**77,616.00**	**77,616.00**	**77,616.00**
IGV alquiler	**13,970.88**	**13,970.88**	**13,970.88**

Total Gasto sin IGV	**215,262.00**	**217,387.59**	**218,796.27**
Total Gasto con IGV	**234,733.56**	**237,241.76**	**238,904.00**
IGV de CIF	**19,471.56**	**19,854.17**	**20,107.73**

Elaboración propia.

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración

Para el presupuesto de gastos administrativos consideramos el pago de planilla administrativa (anualizada), las recompras de útiles y servicios básicos en proporción.

Tabla 164 *-Presupuesto de gastos de administración*

Concepto	%	2018	2019	2020
ASISTENTE ADMINISTRATIVO				
GERENTE GENERAL				
Básicos		58,800.00	58,800.00	58,800.00
Gratificación		4,900.00	4,900.00	4,900.00
Sub Total		**63,700.00**	**63,700.00**	**63,700.00**
Pago de CTS		2,654.17	2,654.17	2,654.17
Essalud		5,292.00	5,292.00	5,292.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		441.00	441.00	441.00
Asignación familiar(85 por trabajador)		2,040.00	2,040.00	2,040.00
Total Gasto		**74,127.17**	**74,127.17**	**74,127.17**
Servicios		**13,838.64**	**14,188.81**	**14,591.29**
Energía Eléctrica	20%	2,711.86	2,900.38	3,117.05
Agua	20%	2,325.49	2,487.15	2,672.95
Teléfono e Internet	20%	202.98	202.98	202.98
Contador		7,200.00	7,200.00	7,200.00
Seguros(antirobo, incendios ,etc	20%	1,398.31	1,398.31	1,398.31
IGV Servicios		**1,194.96**	**1,257.99**	**1,330.43**
Alquiler de Local	**20%**	**22,176.00**	**22,176.00**	**22,176.00**
Igv local		**3,991.68**	**3,991.68**	**3,991.68**
Utiles de Oficina		**967.97**	**967.97**	**967.97**
Bolígrafos (azul y rojo)		23.39	23.39	23.39
Plumores resaltadores		45.42	45.42	45.42
lápices 2B		27.12	27.12	27.12
Portalapiceros		23.05	23.05	23.05
Cuadernos (ingresos, mermas, contabilidad, asistente de gcia.)		40.68	40.68	40.68
Papel para impresora (pack 500 hojas)		77.12	77.12	77.12
Folders manila A4 (pack 50 unid)		40.68	40.68	40.68
sobres manila A4 (pack 50 unid)		30.85	30.85	30.85
Archivadores de lomo ancho		96.61	96.61	96.61
tijera de 8"		22.37	22.37	22.37
goma en barra 40 gr. Faber		69.49	69.49	69.49
clips (caja de 100 unid)		16.95	16.95	16.95
engrapadores (tipo alicate)		144.41	144.41	144.41
grapas (caja de 5000 unid)		36.61	36.61	36.61
perforador para 20 hojas		33.22	33.22	33.22
regla de 30 cm		4.07	4.07	4.07
cinta adhesiva		16.27	16.27	16.27
dispensador de cinta		31.53	31.53	31.53
Cutter		6.61	6.61	6.61
liquid paper		15.76	15.76	15.76
pos-it		54.24	54.24	54.24
tinta de impresora		111.53	111.53	111.53
IGV Utiles de Oficina		**174.23**	**174.23**	**174.23**
Actividades Respons. Social		**4,465.97**	**4,465.97**	**4,465.97**
Actividades sociales y eventos de benficiencia		4,465.97	4,465.97	4,465.97
I.G.V. Activ. Respons. Social		**803.87**	**803.87**	**803.87**
Total Gasto sin IGV		**115,575.74**	**115,925.91**	**116,328.39**
Total Gasto con IGV		**121,740.49**	**122,153.69**	**122,628.61**
IGV Gastos administrativos		**6,164.74**	**6,227.77**	**6,300.22**

Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Para el presupuesto de los gastos de ventas, se está considerando la planilla de ventas (anualizada) tomando en cuenta las comisiones, los gastos de servicios en proporción al área, y el presupuesto de promoción y publicidad.

Tabla 165 *- Presupuesto de gastos de ventas*

Concepto		2018	2019	2020
JEFE COMERCIAL Y VENTA				
EJECUTIVOS DE VENTAS				
Básicos		46,800.00	68,400.00	68,400.00
Gratificación		3,900.00	5,700.00	5,700.00
Sub Total		**50,700.00**	**74,100.00**	**74,100.00**
CTS		2,112.50	3,087.50	3,087.50
ESSALUD		4,212.00	6,156.00	6,156.00
Bono ley		351	513	513
SCTR		1,020.00	1,020.00	1,020.00
Total Gasto		**58,395.50**	**84,876.50**	**84,876.50**
Comisión vendedores 1%		**9,928.00**	**10,722.24**	**11,580.02**
Servicios		**44,680.17**	**44,855.25**	**45,056.49**
Energía Eléctrica	10%	1,355.93	1,450.19	1,558.53
Agua	10%	1,162.75	1,243.57	1,336.48
Teléfono e Internet	10%	101.49	101.49	101.49
Servicio de reparto		18,000.00	18,000.00	18,000.00
1 degustadora(S/.235.00)		5,640.00	5,640.00	5,640.00
1 supervisor (S/.100.00)		2,400.00	2,400.00	2,400.00
1 impulsadora(S/235.00)		2,820.00	2,820.00	2,820.00
1 supervisor de activación (S/.100.00)		1,200.00	1,200.00	1,200.00
community manager (Free lance)		12,000.00	12,000.00	12,000.00
IGV Servicio		3,711.63	3,743.15	3,779.37
Alquiler de Local	**10%**	**11,088.00**	**11,088.00**	**11,088.00**
IGV alquiler		**1,995.84**	**1,995.84**	**1,995.84**
Publicidad y Marketing		**20,585.50**	**14,260.24**	**8,913.24**
Sampling		7,026.18	3,794.14	2,048.83
Web y marketing digital		6,101.69	4,406.78	2,584.75
Eventos		1,525.42	2,076.27	1,737.29
Otros Gastos de campaña		5,932.20	3,983.05	2,542.37

IGV Publicidad y Marketing		**2,440.68**	**1,883.90**	**1,235.59**
Total Gasto sin IGV		**144,677.17**	**165,802.23**	**161,514.25**
IGV gastos de ventas		**8,148.15**	**7,622.88**	**7,010.80**
Pago área de ventas sin sampling		**145,799.14**	**169,630.98**	**166,476.22**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

7.4.2 Egresos no desembolsables del proyecto.

7.4.2.1 Depreciación de maquinaria.

Para la deducción de la depreciación se está contemplando la depreciación acelerada (3 años), por lo que anualmente sería un 33%.

Tabla 166 *– Depreciación*

Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según Sunat	2018	2019	2020
Operaciones					**S/. 24,348.50**	**S/. 24,348.50**	**S/. 24,348.50**
Lavador Con banda Por Aspersión LVA-I	1	24750	24750	33%	8250	8250	8250
Licuadora Industrial - LV-I	1	4026	4026	33%	1342	1342	1342
Marmita con Agitador- MrV – I/C	1	14685	14685	33%	4895	4895	4895
Campana extractora	1	3960	3960	33%	1320	1320	1320
Llenadora semiautomática de crema SP-GT500	1	3135	3135	33%	1045	1045	1045
Etiquetadora adhesiva semiautomática SPC200	1	3300	3300	33%	1100	1100	1100
Cámara de conservación	1	11550	11550	33%	3850	3850	3850
Lavadero de 3 pozas	1	2471.7	2471.7	33%	823.9	823.9	823.9
Coche Verdulero de 04 Niveles en Acero Inoxidable	1	2207.7	2207.7	33%	735.9	735.9	735.9
Anaqueles para almacén	3	986.7	2960.1	33%	986.7	986.7	986.7
Administración					**S/. 4,071.34**	**S/. 4,071.34**	**S/. 4,071.34**
Computadoras	2	3300	6600	33%	2200	2200	2200
Impresora Epson WorkForce M205	1	858	858	33%	286	286	286
Horno microondas	1	330	330	33%	110	110	110
Escritorio Quito gris	1	237.29	237.29	33%	79	79	79
Estante/ archivador	4	255	1020	33%	340	340	340
Silla giratoria	4	220	880	33%	293	293	293
Casillero (Lockers)	2	381.36	762.72	33%	254	254	254
Sillas fijas	1	130	130	33%	43	43	43
Banquetas ERGO 616 T3	1	110	110	33%	37	37	37
Escritorio en L	1	650	650	33%	217	217	217
Sillas de plásticos	15	32	480	33%	160	160	160
Mesa redonda de plástico	3	52	156	33%	52	52	52
Ventas					**S/. 1,222.43**	**S/. 1,222.43**	**S/. 1,222.43**
Escritorio Quito gris	1	237.29	237.29	33%	79	79	79

Sillas fijas	1	130	130	33%	43	43	43
Computadoras	1	3300	3300	33%	1100	1100	1100
Total Depreciación					**29,642.27**	**29,642.27**	**29,642.27**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

7.4.2.2 Amortización de intangibles.

A continuación detallaremos la amortización de los activos intangibles como aquellos gastos pre-operativos, los cuales serán amortizados dentro del primero año de operación.

Tabla 167 *- Amortización de Intangibles*

Descripción	Cant.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa		952	171.36	1,123.36
Búsqueda de Nombre	1	4	0.72	4.72
Reserva de nombre	1	18	3.24	21.24
Minuta de constitución y escritura pública	1	750	135	885
Inscripción en registros públicos	1	180	32.4	212.4
Marcas y patentes		605.92	109.07	714.99
Búsqueda fonética y figurativa	1	25.42	4.58	30
Solicitud de registro	1	453.38	81.61	534.99
Publicación en el Diario El Peruano	1	127.12	22.88	150
Licencias y autorizaciones		**1,883.31**	**339**	**2,222.31**
Licencia de funcionamiento	1	30.68	5.52	36.2
Inspección Técnica de Indeci	1	673.4	121.21	794.61
Registro Sanitario de Alimentos y bebidas de consumo humano	1	330.51	59.49	390
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	1	835	150.3	985.3
Carnet de Sanidad (3 unidades)	1	13.73	2.47	16.2
TOTAL		**S/. 3,441**	**S/. 619**	**S/. 4,061**

Nota: Montos expresados en nuevos soles. Elaboración propia.

Tabla 168 - *Resumen amortización*

Descripción	2018	2019	2020
Amortización de Intangibles	3,441.24		
Amortización administrativa 100%	**3,441.24**		

Elaboración propia.

Tabla 169 - *Gastos pre operativos amortizables*

Descripción	Valor	I.G.V.	Importe Total
Utensilios, equipos y otros enseres	4,812.03	866.17	5,678.20
Acondicionamiento de Local	13,451.27	2,421.23	15,872.50
Marketing de Lanzamiento	21,779.66	3,920.34	25,700.00
Remuneraciones diciembre	17,587.92	0	17,587.92
Servicios diciembre	18,740.09	1,525.22	20,265.30
Alquiler Adelantado (diciembre)	9,240.00	1,663.20	10,903.20
Total gasto pre-operativo amortizables	**85,610.97**	**10,396.15**	**96,007.12**

Descripción	2018	2019	2020
Amortización de Gasto pre-operativos	**85,610.97**		
amortización operaciones 70%	59,927.68		
amortización administrativa 20%	17,122.19		
amortización ventas 10%	8,561.10		

7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables.

Todos los activos fijos de nuestro proyecto se deprecian

7.4.2.4 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 170 - *Costo de producción unitario y costo total unitario*

Concepto	2018	2019	2020
Venta en Unidades	**137,889**	**148,920**	**160,834**
Materia Prima	244,811.18	261,829.12	281,389.30
Mano de Obra Directa	42,781.50	42,781.50	57,042.00
Costos Indirectos	215,262.00	217,387.59	218,796.27
Total Costo de Producción	**502,854.68**	**521,998.21**	**557,227.57**
Costo Unitario de Producción	**3.65**	**3.51**	**3.46**
Gastos Administrativos	115,575.74	115,925.91	116,328.39
Gastos de Venta	144,677.17	165,802.23	161,514.25
Depreciación Activo Fijo	29,642.27	29,642.27	29,642.27
Amortización de Intangibles	3,441.24	0	0
Amortización de gastos pre-operativos	85,610.97	0	0
Gastos por Activos Fijos no depreciables	0		
Costo Total	**881,802.06**	**833,368.62**	**864,712.48**
Costo Unitario Total	**6.40**	**5.60**	**5.38**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

Tabla 171 - *Margen del proyecto*

Margen del proyecto	2018	2019	2020
Valor venta	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00
Costo unitario	6.4	5.6	5.38
Margen del producto	**S/. 0.60**	**S/. 1.40**	**S/. 1.62**
Margen en % con respecto al valor de venta	**8.64%**	**20.06%**	**23.19%**

Elaboración propia.

7.4.2.5 Costos fijos y variables

Tabla 172 - *Costos fijos y variables del proyecto*

Concepto	2018	2019	2020
Venta en Unidades	137,889	148,920	160,834
Valor de Venta Promedio	7	7	7
Materia Prima	**244,811.18**	**261,829.12**	**281,389.30**
Luz	13,559	14,502	15,585
Agua	11,627	12,436	13,365
Comisión vendedores 1%	9,928	10,722	11,580
Sampling(% decreciente)	7,026	3,794	2,049
Costos Variables	286,952	303,283	323,968
Costo Variable Unitario Promedio	**2.08**	**2.04**	**2.01**
Mano de Obra Directa	**42,781.50**	**42,781.50**	**57,042.00**
Costos Indirectos Fijo	197,631	198,531	198,531
Gastos Administrativos Fijo	110,538	110,538	110,538
Gastos de Venta Fijo	125,204	148,592	144,990
Depreciación Activo Fijo	29,642	29,642	29,642
Amortización de Intangibles	3,441	0	0
Amortización de Pre Operativos	85,611	0	0
Gasto de activos fijos no depreciables	0	0	0
Costos Fijos	**594,850**	**530,086**	**540,744**

Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

- El horizonte de evaluación es de 3 años
- Las compras se efectuarán al contado
- El IR bajo el Régimen MYPE contempla lo siguiente:

  Si la utilidad antes de impuestos es menor a 15 UIT la tasa de IR es 10%, sin embargo, si la utilidad sobrepasa al valor antes mencionado el IR asciende a 29.5%
- Los importes se encuentran expresados en Soles.

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 173 *- Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos Financieros*

Rubro	2018	2019	2020	Liquidación
Ventas	**992,800**	**1,072,224**	**1,158,002**	
(-) Costo de Ventas	**502,855**	**521,998**	**557,228**	
(-) Materia Prima	244,811	261,829	281,389	
(-) Mano de Obra	42,782	42,782	57,042	
(-) Costos Indirectos	215,262	217,388	218,796	
Utilidad Bruta	**489,945**	**550,225**	**600,774**	
(-) Gastos Operativos	**378,947**	**311,370**	**307,485**	
(-)Gastos Administrativos	115,576	115,926	116,328	
(-)Gastos de Venta	144,677	165,802	161,514	
(-)Depreciación Activo Fijo	29,642	29,642	29,642	
(-)Amortización de intangibles	3,441	0	0	
(-) Amortización de gastos pre-operativos	85,611	0	0	
(-) Gastos por Activos Fijos no depreciables	0	0	0	
EBIT – Resultado Operativo	**110,998**	**238,855**	**293,289**	
(+) Ingresos financieros				
(-) Gastos financieros				
(-) Pérdida por Venta de Activo Fijo				0
(+) Otros ingresos				26,678
Resultado antes de I. Renta	**110,998**	**238,855**	**293,289**	**26,678**
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	32,744	70,462	86,520	7,870
Resultado Neto	**78,253**	**168,393**	**206,769**	**18,808**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

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

Tabla 174 *- Estados de GG y PP con gastos financieros y escudo fiscal*

Rubro	2018	2019	2020	Liquidación	Análisis vertical		
					2018	2019	2020
Ventas	**992,800**	**1,072,224**	**1,158,002**		**100%**	**100%**	**100%**
(-) Costo de Ventas	**502,855**	**521,998**	**557,228**		**51%**	**49%**	**48%**
(-) Materia Prima	244,811	261,829	281,389		25%	24%	24%
(-) Mano de Obra	42,782	42,782	57,042		4%	4%	5%
(-) Costos Indirectos	215,262	217,388	218,796		22%	20%	19%
Utilidad Bruta	**489,945**	**550,225**	**600,774**		**49%**	**51%**	**52%**
(-) Gastos Operativos	**378,947**	**311,370**	**307,485**		38%	29%	27%
(-) Administrativos	115,576	115,926	116,328		12%	11%	10%
(-) De Ventas	144,677	165,802	161,514		15%	15%	14%
(-) Depreciación	29,642	29,642	29,642		3%	3%	3%
(-) Amortización de gastos pre-operativos	3,441	0	0		0%	0%	0%
(-) Amortización de Intangibles	85,611	0	0		9%	0%	0%
(-) Activos Fijos no depreciables	0	0	0		0%	0%	0%
EBIT o Resultado Operativo	**110,998**	**238,855**	**293,289**		**11%**	**22%**	**25%**
(+) Ingresos financieros					0.00%	0%	0%
(-) Gastos financieros	47,879	26,324	6,657		4.82%	2%	1%
(-) Pérdida por Venta de Activos Fijos				0	0.00%	0%	0%
(+) Otros ingresos				26,678	0.00%	0%	0%
Resultado antes de I. Renta	**63,119**	**212,531**	**286,632**	**26,678**	**6.36%**	**20%**	**25%**
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	18,620	62,697	84,557	7,870	1.88%	6%	7%
Resultado Neto	**44,499**	**149,834**	**202,076**	**18,808**	**4.48%**	**14%**	**17%**
Escudo Fiscal	**14,124**	**7,766**	**1,964**	**0**			

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

En el Estado de Ganancia y Pérdidas presentado se observa que los resultados para todos los ejercicios son positivos. Asimismo, el índice de Utilidad Bruta para el primer año representa un 49% respecto a las ventas de ese mismo periodo, mientras que el índice de Utilidad Operacional representa un 11% y el índice de la Utilidad Neta es de 4.48%. Cabe señalar, que los tres ratios de rendimiento se van incrementando en los siguientes periodos.

8.4 Flujo de Caja Operativo.

En el siguiente cuadro se ha consignado los ingresos y egresos concernientes de las actividades operativas del proyecto:

Tabla 175 *- Flujo de Caja Operativo*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
Ingresos por Ventas		**1,171,504**	**1,265,224**	**1,366,442**	
(-) Costos operativos		**937,124**	**1,063,395**	**1,127,982**	
(-) Materia Prima		283,137	302,820	325,442	
(-) Mano de Obra Directa		42,782	42,782	57,042	
(-) Costos Indirectos		234,734	237,242	238,904	
(-) Gastos Administrativos		121,740	122,154	122,629	
(-) Gastos de Venta		145,799	169,631	166,476	
(-) Impuesto a la Renta		32,744	70,462	86,520	7,870
(-) Pago de IGV		76,188	118,305	130,969	4,802
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**234,380**	**201,829**	**238,460**	**0**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

8.5 Flujo de capital

A continuación detallaremos los desembolsos realizados por cada periodo, así como se detallará la recuperación del capital de trabajo, garantía por alquiler y el valor de salvamento de los activos fijos:

Tabla 176 *- Flujo de Capital*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
Activo fijo depreciable	-104,934				
Activo Intangible	-4,061				
Gastos pre-operativos	-117,814				
Inventarios	-409				
Capital de trabajo	-166,973	-13,358	-14,426		194,758
Recuperación de garantía					21,806
Valor salvamento activo fijo + IGV					31,480
FLUJO DE CAPITAL	**-394,190**	**-13,358**	**-14,426**	**0**	**248,044**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

8.6 Flujo de caja económico

Para el Flujo de Caja Económico consideramos la sumatoria del Flujo de Caja Operativo con el Flujo de Capital:

Tabla 177 *- Flujo de Caja Económico*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**234,380**	**201,829**	**238,460**	**0**
FLUJO DE CAPITAL	**-394,190**	**-13,358**	**-14,426**	**0**	**248,044**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**-394,190**	**221,022**	**187,403**	**238,460**	**248,044**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

8.7 Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 178 *- Flujo del servicio de la deuda*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
Préstamo	169,190				
Reembolsos del préstamo		-103,179	-103,179	-43,692	
Escudo fiscal		14,124	7,766	1,964	
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	**169,190**	**-89,054**	**-95,413**	**-41,728**	**0**

Nota: Montos expresados en nuevos soles.
Elaboración propia.

8.8 Flujo de Caja Financiero.

En el siguiente cuadro se determinará el importe que será destinado para los accionistas, después de haberse deducido todos los pagos de las obligaciones:

Tabla 179 *- Flujo de Caja Financiero*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
Flujo de Caja Económico	**-394,190**	**221,022**	**187,403**	**238,460**	**248,044**
Flujo del Serv. de la Deuda	**169,190**	**-89,054**	**-95,413**	**-41,728**	**0**
Flujo de Caja financiero	**-225,000**	**131,967**	**91,990**	**196,731**	**248,044**

Nota: Montos expresados en nuevos soles. Elaboración propia.

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1 Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1 Costo de oportunidad.

A continuación analizaremos el CAPM de nuestro proyecto, tomando en cuenta que debe de cumplir con la condición básica:

COK > 0= TCEA (1- IR) más alta

9.1.1.1 CAPM.

Tabla 180 *- Modelo CAPM*

Concepto	Base	Dato
Porcentaje del rendimiento de Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) Según fuente:Damodaran 2007-2016	8.64%
Porcentaje de Tasa libre de Riesgo	Tasa de USA –Fuente: Damodaran 2007-2016	5.03%
Porcentaje de Capital Propio	Estructura de capital del proyecto	57.08%
Porcentaje de financiamiento del proyecto	Estructura de financiamiento	42.92%
Tasa vigente de Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	29.50%
Beta des apalancada	Según fuente: Food Processing	0.61
Riesgo país	Según fuente: Banco Central de la Reserva del Perú	1.14%
Beta apalancado	Aplicando la fórmula: BA = BD*1+ (D/ E) * (1-I)	0.94
Costo Capital Propio a/	**KP = TLR +[BA* (RM-TLR)] + RP**	**9.56%**
Riesgo - tamaño del Negocio	40%: RTN = KP * 0.40	3.82%
Riesgo Know How del proyecto	30%: RN = KP * 0.30	2.87%
Costo del Capital propio	**KP1 = KP + RTN + RN**	**16.26%**

a/ Aplicando el método CAPM (valuación de activos de capital)

Fuente: Damodaran, BCR, Dow Jones.
Elaboración propia.

9.1.1.2 COK propio.

Para el siguiente cálculo estamos considerando que cada socio invertirá en depósitos a plazo fijo y en un fondo mutuo. Posteriormente se promediaran los coks de los socios y se multiplicará con un factor riesgo (TCEA neta superior + COK promedio / COK promedio).

Tabla 181 *- COK Propio*

Socio1 (Depósito a plazo fijo scotiabank)	2.40%
Socio2 (Depósito a plazo fijo Banco Azteca)	4.35%
Socio3 (Fondo mutuo BBVA, renta variable)	3.90%
Socio4 (Depósito a plazo fijo BCP)	5.51%
Cok promedio	**3.94%**
Factor de riesgo	8.2
Cok neto	**32.30%**

Elaboración propia.

Tabla 182 *- Costo de la deuda*

	TCEA	TCEA neta
Deuda activo fijo	36.70%	25.87%
Deuda capital de trabajo	40.25%	28.38%

Elaboración propia

Asimismo, se evaluó si cumple con la condición básica (COK > 0= TCEA (1- IR) más alta); para ello reemplazamos con los siguientes datos:

32.5% > 26.76%, si cumple con la condición estipulada, entonces el cok para la evaluación económica financiera será de 32.3%

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Para el cálculo del WACC detallaremos los costos de las fuentes de financiamiento, y los pesos de ponderación de cada uno de ellos, estos últimos se multiplicarán con el costo neto para obtener nuestro resultado deseado.

Tabla 183 *- Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)*

Concepto	Monto	%	Costo neto	WACC
Deuda activo fijo	S/. 83,946.90	21.30%	25.87%	5.51%
Deuda capital de trabajo	S/. 85,243.06	21.62%	28.38%	6.14%
Patrimonio	S/. 225,000.00	57.08%	32.32%	18.45%
TOTAL	**S/. 394,190.00**	**100.00%**		**30.09%**

Elaboración propia.

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.

Tabla 184 *- Flujo económico. y financiero y WACC*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	Liquidación
FLUJO ECONOMICO	-394,190	221,022	187,403	238,460	248,044
FLUJO FINANCIERO	-225,000	131,967	91,990	196,731	248,044

30.09%	WACC
32.32%	COK propio

Elaboración propia.

9.2.1.1 VANE y VANF.

Tabla 185 *- VANE y VANF*

VANE	81,348.00
VANF	93,127.68

Elaboración propia

De acuerdo a lo expresado en el cuadro anterior, el VAN de nuestro proyecto es positivo, por lo que indica que el proyecto es viable.

9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado.

Para determinar nuestra TIRE se igualó el VAN a 0, y el resultado debe ser mayor que el WACC; para el cálculo de la TIRF se iguala a 0 la VANF y en este caso el resultado debe ser superior al que el COK propio.

Tabla 186*- TIRE y TIRF*

TIRE	41.78%	> 30.09% WACC
TIRF	53.22%	> 32.32% COK propio

Elaboración propia

El TIR modificado se emplea para determinar los flujos de cada año de manera independiente, debido a que podrían ser reinvertidos en otro proyecto y se generaría una pérdida de la rentabilidad.

TIRME	36.30%
TIRMF	43.32%

9.2.1.3 Período de recuperación descontado.

Tabla 187 *– Período de Recuperación descontado.*

Flujo Económico Descontado	-394,190	169,896	110,732	108,308	86,601
Acumulado	-394,190	-224,294	-113,562	-5,253	81,348
Período de Recupero Económico	3.06	años			
Equivalente a:	3	años	**1 meses**		

Flujo Financiero Descontado	-225,000	99,736	52,543	84,925	80,924
Acumulado	-225,000	-125,264	-72,721	12,204	93,128
Período de Recupero Financiero	2.86	años			
Equivalente a:	2	año	**10 meses**		

Elaboración propia.

Para la recuperación del flujo económico es de 3 años y un mes, mientras que la recuperación del flujo financiero es de 2 años y 10 meses.

9.2.1.4 Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Relación B/C Económico:	1.21
Relación B/C Financiero:	1.41

Como se aprecia en el cuadro anterior, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto se recibe 1.21, es decir que gana 0.21 soles.

Asimismo, por cada unidad monetaria invertida los accionistas reciben 1.41, es decir ganan 0.41 soles.

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

En los siguiente cuadros se realizará el detalle del punto de equilibrio, partiendo que es la cantidad de productos que debemos vender para cubrir con nuestros costos totales (costos fijos + costos variables)

9.2.2.1 Costos fijos y variables del proyecto

Tabla 188 *– Costos fijos y variables del proyecto*

Concepto	2018	2019	2020
Ventas en Soles	992,800	1,072,224	1,158,002
Venta en Unidades	137,889	148,920	160,834
Valor de Venta Promedio	**7.2**	**7.2**	**7.2**
Materia Prima	244,811	261,829	281,389
Luz	13,559	14,502	15,585
Agua	11,627	12,436	13,365
Comisión vendedores 1%	9,928	10,722	11,580
Sampling(% decreciente)	7,026	3,794	2,049
Total Costos Variables	**286,952**	**303,283**	**323,968**
Costo Variable Unitario Promedio	**2.08**	**2.04**	**2.01**
Mano de Obra Directa	42,782	42,782	57,042
Costos Indirectos Fijo	197,631	198,531	198,531
Gastos Administrativos Fijo	110,538	110,538	110,538
Gastos de Venta Fijo	125,204	148,592	144,990
Depreciación Activo Fijo	29,642	29,642	29,642
Amortización de intangibles	3,441	0	0
Amortización pre-operativa	85,611	0	0
Gastos de Activos Fijos no depreciables	0	0	0
Total Costos Fijos	**594,850**	**530,086**	**540,744**

Elaboración propia.

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 189 *- EGP costeo directo*

Resultados (Costeo Directo)	2018	2019	2020	Liquidación
Ventas	992,800	1,072,224		
(-) Costos Variables	286,952	303,283	1,158,002	
Margen de Contribución	**705,848**	**768,941**	**323,968**	
(-) Costos Fijos	594,850	530,086	834,033	
Utilidad Operativa	**110,998**	**238,855**	**540,744**	
(+) Ingresos Financieros	0	0	293,289	
(-) Gastos Financieros	47,879	26,324	0	0
(-) Pérdida por venta de Activos Fijos	0	0	6,657	0
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0
Resultado antes de I. Renta	**63,119**	**212,531**	**0**	**26,678**
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	18,620	62,697	286,632	26,678
Resultado Neto	**44,499**	**149,834**	**84,557**	**7,870**

Elaboración propia.

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Tabla 190 *- Punto de equilibrio en unidades producidas*

	Punto de Equilibrio en unidades producidas	116,205	102,661	104,276
42%	Salsa Cajamarquez	48616	42949	43625
42%	Salsa Salcina	48526	42870	43544
12%	Salsa Campechana	13865	12249	12441
4%	Salsa Fungies	5199	4593	4665

Elaboración propia.

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

Tabla 191 *- Punto de equilibrio en nuevos soles*

	Punto de Equilibrio (En Soles)	836,678	739,160	750,789
42%	Salsa Cajamarquez	350034	309236	314101
42%	Salsa Salcina	349385	308663	313519
12%	Salsa Campechana	99824	88190	89577
4%	Salsa Fungies	37434	33071	33591

Elaboración propia.

Tabla 192 - *Costeo directo punto de equilibrio*

Resultados (Costeo Directo Comprobación Punto equilibrio)	2018	2019	2020
Ventas	836,678	739,160	750,789
(-) Costos Variables	-241,828	-209,075	-210,044
Margen de Contribución	**594,850**	**530,086**	**540,744**
(-) Costos Fijos	-594,850	-530,086	-540,744
Total Utilidad operativa	**0**	**0**	**0**

Elaboración propia.

9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1 Variables de entrada.

Nuestras variables de entrada son las siguientes:

- Cantidad de demanda
- Costo de MP
- Precio de venta al público

9.3.2 Variables de salida.

Tabla 193 - *Variables de salida*

VANE	81,348
VANF	93,128
TIRE	41.78%
TIRF	53.22%
COK	32.32%
WACC	30.09%

Elaboración propia.

9.3.3 Análisis unidimensional.

Tabla 194 - *Análisis unidimensional variable demanda*

Variable demanda	Base	VANF=0
		Escenario: Reducción max. de la demanda
Cantidad	0.00%	-5.88%
VANE del proyecto	81348	-12493
VANF del proyecto	93128	0
TIRE del proyecto	41.78%	28.41%
TIRF del proyecto	53.22%	32.32%
COK	32.32%	32.32%
WACC	30.09%	30.02%

Elaboración propia.

Tabla 195 - ***Análisis unidimensial variable precio***

Variable Precio	Base	VANF=0
		Escenario: Reducción de PVP
Precio de venta al público	0.00%	-3.41%
VANE del proyecto	81348	-13807
VANF del proyecto	93128	0
TIRE del proyecto	41.78%	28.15%
TIRF del proyecto	53.22%	32.32%
COK	32.32%	32.32%
WACC	30.09%	30.05%

Elaboración propia.

Tabla 196 - *Análisis unidimensional variable materias primas*

Variable Costo de materias primas	Base	VANF=0
		Escenario: Incremento de costo de MP
Costo de las materias primas	0.00%	11.42%
VANE del proyecto	81348	-13417
VANF del proyecto	93128	0
TIRE del proyecto	41.78%	28.21%
TIRF del proyecto	53.22%	32.32%
COK	32.32%	32.32%
WACC	30.09%	30.03%

Elaboración propia.

Si reducimos la demanda en un 5.88%, o si reducimos el precio a un 3.41%, o el costo de materia prima se ve incrementada en un 11.42% nuestro proyecto sería indiferente para nuestros socios.

9.3.4 Análisis multidimensional.

A continuación mostramos que tan resistente resultaría nuestro proyecto si es que se llegara a afectar las 3 variables de entrada:

Tabla 197 - *Análisis de escenarios*

	Pesimista	Base	optimista
Demanda	-10%	0%	5%
Precio	-5%	0%	5%
Costo de materia prima	10%	0%	0%
VANE	-222,486	81,348	179,999
VANF	-205,825	93,128	191,143
TIRE	5%	41.80%	59%
TIRF	1%	53.20%	83%
Probabilidades de ocurrencia	25%	50%	25%
VANE esperado	30,052		
VANF esperado	42,893		

Aún considerando escenarios el proyecto sigue siendo viable

Elaboración propia

9.3.5 Variables criticas del proyecto.

- Nuestra demanda es una variable crítica ya que no puede disminuir en más de un 6% porque nuestro VAN sería negativo, para ello podríamos implementar estrategias que nos permitan tener mayor participación en mercado ya sea ingresando a nuevos canales de atención o expandiéndonos a nuevos mercados.
- Nuestro precio es otra variable crítica ya que no podríamos disminuirlo un 3.41%, porque no nos permitiría cubrir nuestros costos totales.
- El incremento de los costos de las materias primas e insumos no podría ser superior a un 11.42%, a pesar de que esta variable no es crítica, puede ser sensible para nuestro proyecto.

9.3.6 Perfil de riesgo.

- El riesgo del proyecto es medio alto, debido a que se encuentra expuesto a variables críticas como la del precio y demanda, las mismas que reflejarían un resultado negativo en la rentabilidad del proyecto. A pesar de ello, aplicaremos estrategias defensivas haciendo prevalecer nuestra ventaja de diferenciación que nos permita mantenernos en nuestro mercado con resultados favorables, así como llegar a nuevos clientes.

CONCLUSIONES

Para el proyecto:

- Nuestro proyecto será financiado con capital propio de 57%, que equivale a S/. 225,000.00; así como se recurrirá un apalancamiento financiero con Mi Banco, por la diferencia (43%) que corresponde a la suma de S/. 169,190.00 el cual cubrirá los el desembolso por la adquisición de los Activos fijos y capital de trabajo a una TCEA de 36.70% y 40.25% respectivamente.
- De igual manera, se determinó que el proyecto es viable ya que se logra obtener un VANE de S/. 81,348.00 y una TIRE de 41.78%, siendo este último mayor al WACC (30.09%), lo cual es favorable.
- Por otro lado, el proyecto resultaría rentable para los socios, puesto que se llegaría a obtener un VANF de S/. 93,127.68 y una TIRF de 43.32%.
- Asimismo, el costo beneficio para el proyecto es por 1 UM invertida se recibe S/. 1.21, es decir se obtendría una ganancia de S/. 0.21. De igual manera, el costo beneficio para el inversionista es de 1 UM invertida se recibe S/. 1.41, que corresponde a S/. 0.41 de ganancia.

Para el producto:

- Actualmente, el consumo de productos naturales es una tendencia el cual ha generado el incremento de la elaboración de nuevas alternativas. Sin embargo, en el mercado existe un sinfín de productos que se pueden considerar como sustitutos, ya que llegan

a cubrir una necesidad básicas; al igual que existen cada día nuevos competidores directos, cabe resaltar que muchos de ellos no se alejan de la idea tradicional de una salsa (bolognesa, bechamel o al pesto), debido a ello, Doña Salsa es una opción completamente innovadora enfocada a incentivar el consumo de productos oriundos.

- Asimismo, se caracteriza por ser un producto que busca preservar la salud al utilizar en envases de vidrios, evitando la utilización de latas o plástico lo cuales contienen partículas de bisfenol A, el mismo que está comprobado que llegaría a originar enfermedades cancerígenas.
- De igual manera, se emplea la técnica del sellado al vacío, con el fin de no utilizar preservantes ni otros químicos para la conservación del producto.

RECOMENDACIONES

Para el proyecto:

- Al inicio del proyecto, los costos por servicios de terceros es elevado, debido a la carga de ingreso al mercado. Sin embargo en el tiempo, es importante reducir los costos del personal tercerizado, por lo que recomendamos evaluar empresas que brinden servicios que integren mayores beneficios.
- Buscar ampliar el mercado dentro del territorio nacional, ya que estamos enfocados en las zonas A y B de Lima capital, sin embargo en provincia, estos segmentos vienen en crecimiento, así como el incremento y la llegada de supermercados.

- Buscar el ingreso del producto en el territorio internacional. En la investigación inicial del macro entorno, pudimos detectar que nuestros productos son muy valorados y la gastronomía está en auge, por lo que considerar expandir e ingresar a otros países sería una opción que podría resultar beneficiosa.

Para el producto:

- Diversificar e innovar en sabores, ya que en el mercado encontramos sabores tradicionales.
- Verificar la viabilidad de ingreso a tiendas por conveniencia y ampliar en nuevos canales de distribución.
- Incrementar la presentación del tamaño de la salsa, por una presentación de tamaño familiar, previamente evaluando lo que los consumidores estarían dispuestos a adquirir.
- Investigar la posibilidad de poder obtener una presentación de envase más económica.
- Reforzar la difusión de los valores nutricionales de cada salsa, así como sus ingredientes oriundos del Perú.

BIBLIOGRAFÍA

Andina. (2017). Productos procesados de carne de alpaca destacan en Mistura. [En línea] Disponible en: http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-productos-procesados-carne-alpaca-destacan-mistura-2010-316312.aspx [Recuperado el 19 de Agosto de 2017].

Banco Central de la Reserva del Perú (2017).Reporte de inflación, panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017 - 2018. [En línea] Disponible en: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/junio/reporte-de-inflacion-junio-2017.pdf [Recuperado el 25 de Agosto de 2017].

Banco Mundial (2017). Perú Panorama general. [En línea] Disponible en: http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview [Recuperado el 27 de Agosto de 2017].

CPI. (2017). Perú: poblacion2016. [En línea] Disponible en: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_201608_01.pdf [Recuperado el 22 de Agosto de 2017].

Danper Agroindustria. (2017). Quinua Lunch. . [En línea] Disponible en: http://www.danper.com/es/productos-detalle/quinua-lunch/ [Recuperado el 19 de Agosto de 2017].

Diario Gestión (2017). BCR estima que balanza comercial alcanzará los US$ 5,024 millones el 2017. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/economia/bcr-estima-que-balanza-comercial-alcanzara-us-5024-millones-2017-2191772 [Recuperado el 30 de Agosto de 2017].

Diario Gestión. (2017). Riesgo país de Perú bajó dos puntos básicos a 1.41 puntos porcentuales. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/mercados/riesgo-pais-peru-bajo-dos-puntos-basicos-141-puntos-porcentuales-2193584 [Recuperado el 25 de Agosto de 2017].

Diario Gestión. (2017). Conoce las 10 principales tendencias globales de consumo para 2017. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/tendencias/conoce-10-principales-tendencias-globales-consumo-2017-2179815 [Recuperado el 26 de Agosto de 2017].

Diario Gestión. (2017). Economía peruana crecerá 5.7% anual hasta 2022. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/economia/economia-peruana-crecera-57-anual-hasta-2022-estima-ey-2092594 [Recuperado el 25 de Agosto de 2017].

Diario Gestión. (2017). Riesgo país de Perú subió dos puntos básicos a 1.37 puntos porcentuales. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/mercados/riesgo-pais-peru-subio-dos-puntos-basicos-137-puntos-porcentuales-2198439 [Recuperado el 21 de Agosto de 2017].

Diario Gestión. (2017).Riesgo país de Perú subió dos puntos básicos a 1.37 puntos porcentuales. (2017). [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/mercados/riesgo-pais-peru-subio-dos-puntos-basicos-137-puntos-porcentuales-2198439. [Recuperado el 19 de Agosto de 2017].

El Comercio. (2017). El 2017 será un año más saludable. [En línea] Disponible en: http://elcomercio.pe/gastronomia/nutricion/2017-sera-ano-saludable-155909 [Recuperado el 26 de Agosto de 2017].

El comercio. (2017). El 'boom gastronómico' en Perú podría estancarse por esta razón. [En línea] Disponible en: http://elcomercio.pe/gastronomia/noticias/boom-gastronomico-peru-estancarse-razon-402562 [Recuperado el 26 de Agosto de 2017].

ICrowdNewswire. (2017). Pasta de Salsa Informe de Mercado 2017 | Fabricantes, Países, Tipo y Aplicación, Previsión a 2022. [En línea] Disponible en: http://icrowdnewswire.com/2017/07/03/pasta-de-salsa-informe-de-mercado-2017-fabricantes-paises-tipo-y-aplicacion-prevision-a-2022/ [Recuperado el 27 de Agosto de 2017].

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016).Perú: Evolución de los indicadores de empleo e ingresos por departamento, 2007 - 2016. [En línea] Disponible en: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1441/libro.pdf [Recuperado el 22 de Agosto de 2017].

La Campera. (2017). Productos La Campera. [En línea] Disponible en: http://www.lacampera.pe/index.php/es/gourmet [Recuperado el 29 de Agosto de 2017].

Ley N° 1290. Decreto Legislativo que fortalece la Inocuidad de los Alimentos Industrializados y Productos Pesqueros y Acuícolas. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 12 de enero de 2017.

Ley N° 23407. Ley General de las Industrias. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 29 de Enero de 2008

Ley N° 29196. Ley de la Promoción de la Producción Orgánica o ecológica. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 24 de Julio 2012.

Naciones Unidas (2006). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. [En línea] Disponible en https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_4rev4s.pdf, [Recuperado el 23 de Agosto de 2017].

Plaza Vea (2017). Comidas instantáneas- Knorr. [En línea] Disponible en: http://www.plazavea.com.pe/pure-knorr-papas-bolsa-125gr/p [Recuperado el 26 de Agosto de 2017].

San Fernando. (2017). San Fernando. [En línea] Disponible en: http://www.san-fernando.com.pe/donde-comprar [Recuperado el 24 de Agosto de 2017].

SUNAT - Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional (2017).Partida Arancelaria. [En línea] Disponible en http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias [Recuperado el 30 de Agosto de 2017].

Unilever Food Solutions. (2017). Knorr Puré de Papa. [En línea] Disponible en: https://www.unileverfoodsolutions.com.mx/producto/knorr-pure-de-papa-800-g-70-ES-112494.html [Recuperado el 26 de Agosto de 2017].

Veritrade. (2017). Veritrade.info. . [En línea] Disponible en: http://www.veritrade.info/en/index.aspx [Recuperado el 28 de Agosto de 2017].

Alicorp (2017). Crema de Ají Tarí impulsa crecimiento de salsas envasadas. [En línea]. Recuperado el 05 de Setiembre de 2017. Disponible en: http://www.saladeprensaalicorp.com.pe/salaprensa/?q=noticias/crema-de-aji-tari-impulsa-crecimiento-de-salsas-envasadas

APEIM (2017). Niveles Socioeconómicos 2017. [En línea]. Recuperado el 03 de Setiembre de 2017. Disponible en: http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf

Bolsa de Valores de Lima (2017). Memoria Anual 2016. Recuperado el 03 de Setiembre de 2017. Disponible en:http://www.bvl.com.pe/hhii/B30006/20170224132201/MEMORIA32ANUAL.PDF

CPI(2016). Perú: Población 2016. [En línea]. Recuperado el 04 de Setiembre de 2017. Disponible en: http://cpi.com.pe/filestore/mr_201608_01.pdf

INEI (2015). Población total al 30 de junio 2015 por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito. [En línea]. Recuperado el 05 de Setiembre de 2017. Disponible en: https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-estimates-and-projections/

INEI (2017). Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana. [En línea]. Recuperado el 03 de Setiembre de 2017. Disponible en: http://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/07-informe-tecnico-n07_mercado-laboral-abr-may-jun2017.pdf

Ministerio de Salud (2016). Población estimada por edades simples y grupos de edad según provincia y distrito. Departamento de Lima- Año 2016. [En línea]. Recuperado el 03 de Setiembre de 2017. Disponible en: http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionMarcos.asp?15

Perú Retail (2017). Tambo+ es la que mejor desarrolla el formato de tiendas de conveniencia en Perú. [En línea]. Recuperado el 06 de Setiembre de 2017. Disponible en:http://www.peru-retail.com/tambo-mejor-desarrolla-formato-tiendas-de-conveniencia-peru/

Adondevivir.com. (2017). *ALQUILER LOCAL INDUSTRIAL EN AV EVITAMIENTO STA ANITA -ATE*. [En línea] Disponible en: http://www.adondevivir.com/propiedades/alquiler-local-industrial-en-av-evitamiento-sta-anita-52504961.html [Recuperado el 2 Oct. 2017].

Digesa.minsa.gob.pe. (2017). *Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPAS) | DIGESA*. [En línea] Disponible en: http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=34 [Recuperado el 27 Sep. 2017].

Emmsa.com.pe. (2017). Vol. y Precios Diarios. [En línea] Disponible en: http://www.emmsa.com.pe/index.php/estadisticas/volumen-y-precios-diarios [Recuperado el 4 Oct. 2017].

Emprendedor Sunat. (2017). *Régimen MYPE Tributario - RMT | Emprendedor Sunat*. [En línea] Disponible en: http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype [Recuperado el 25 Sep. 2017].

Gestión. (2017). *Ministerio de Trabajo advierte que barrera burocrática recién eliminada amenaza con reaparecer*. [En línea] Disponible en: http://gestion.pe/economia/ministerio-trabajo-advierte-que-barrera-burocratica-recien-eliminada-amenaza-reaparecer-2197423 [Recuperado el 30 Sep. 2017].

http://urbania.pe. (2017). *Alquiler de Locales Industriales en SANTA ANITA - LIMA 0 Dormitorio y - 3820444 | Urbania Perú*. [En línea] Disponible en: http://urbania.pe/ficha-web/alquiler-de-local-industrial-en-santa-anita-lima-3820444 [Recuperado el 2 Oct. 2017].

Indecopi.(2016). *Indecopi a su servicio. Gastronomía y propiedad intelectual*. [En línea] Disponible en: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/438150/Revista+IV/d2124fca-4696-4b2a-aa69-a4a8bba3513a [Recuperado el 5 Oct. 2017].

Industrial, L., Anita, S., Lima, R. and Lima, R. (2017). *Alquiler Local industrial en Santa Anita, Lima (190988)- LaEncontre.com.pe*. [En línea] Disponible en: https://www.laencontre.com.pe/inmueble/190988 [Recuperado el 2 Oct. 2017].

Insumos & Soluciones SAC. (2017). *Asesoría para obtener el Registro Sanitario Perú, Trámites VUCE*. [En línea] Disponible en: http://www.insumosysoluciones.pe/tramites-registro-sanitario.html [Recuperado el 28 Sep. 2017].

Luz del Sur. (2017). *Medidas-faq-tarifas*. [En línea] Disponible en: https://www.luzdelsur.com.pe/media/pdf/faq/tarifas_tabla.pdf [Recuperado el 6 Oct. 2017].

MiEmpresaPropia. (2017). *Gastos de Constitución de Empresas con 70% de Descuento para Alumnos MiEmpresaPropia - MiEmpresaPropia*. [En línea] Disponible en: https://mep.pe/gastos-de-constitucion-de-empresas-con-70-de-descuento-para-alumnos-miempresapropia/ [Recuperado el 3 Oct. 2017].

Ministerio de Economía Finanzas. (2017). *Guía técnica para la elaboración de organigramas*. [En línea] Disponible en: http://www.mef.gob.pa/es/servicios/Documents/Guia%20Tecnica%20para%20la%20Elaboracion%20de%20Organigramas%20en%20el%20Sector%20Publico%20Panameno.pdf [Recuperado el 1 Oct. 2017].

Munisantanita.gob.pe. (2017). *Municipalidad de Santa Anita*. [En línea] Disponible en: http://www.munisantanita.gob.pe/scomercial.php [Recuperado el 23 Sep. 2017].

RPP Noticias. (2017). *¿Cuál es el trámite para registrar el nombre de tu empresa?*. [En línea] Disponible en: http://rpp.pe/economia/negocios/cual-es-el-tramite-para-registrar-el-nombre-de-tu-empresa-noticia-962821 [Recuperado el 24 Sep. 2017].

Sedapal. (2017). *Ejemplos de aplicaciones de la tarifa diferenciada por uso de la red de agua y red de desagüe.* [En línea] Disponible en: http://www.sedapal.com.pe/c/document_library/get_file?uuid=c0c0fcfe-125c-4553-afa8-ccd10068ecd1&groupId=29544 [Recuperado el 7 Oct. 2017].

Tailoy.com.pe. (2017). *Libro - Formatos Administrativos y Contables - Formatos - Oficina*. [En línea] Disponible en: http://www.tailoy.com.pe/oficina/formatos/formatos-administrativos-y-contables/libro-registro-compras.html [Recuperado el 3 Oct. 2017].

ANEXOS

Anexo 1: Análisis del macro entorno

Factor	Elemento Relevante	Análisis
Demográfico	Tamaño del público objetivo Género de los clientes Distribución geográfica del público objetivo	El público objetivo 31, 826, 018 habitantes de gente joven de las modernas y los progresistas van en aumento. En el caso peruano hay más habitantes de sexo femenino. La población económicamente activa de Lima y provincias 16,142.1 miles
Económico	Marco económico general Instituciones financieras existentes Centralización de economía Evolución del tipo de cambio	El marco económico general en el país no es el óptimo, hay una desaceleración de la economía debido a problemas internos y a la débil inversión privada. Pero el estado peruano espera que el 2017-2019 aumentar gastos en la reconstrucción y aumentar los gastos lo que dinamizará la economía. Existe mayor cantidad de instituciones financieras que brindan facilidades para financiamiento. En el país hay dinamismo tanto en el sur como en el norte. Por lo que es favorable la expansión a provincias. El tipo de cambio se mantiene ligeramente estable en 3.24 (S/ por US$)
Político/Legal	Estabilidad política del país Normas contables y leyes específicas	La estabilidad política del país se mantiene en el democrático. Pero existe inestabilidad en lo social. El gobierno promulgó la ley N° 29196- Ley de la promoción de la producción orgánica o ecológica que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de la producción orgánica en el Perú.

Sociocultural	Valores preponderantes en el sector	Se está creando una cultura de alimentación sana con lo cual podemos obtener una oportunidad de negocio con estos nuevos clientes que adoptan una cultura que está de moda.
Tecnológico	Adelantos tecnológicos relevantes Avances físicos Nuevos medios para promoción Nuevos métodos de contactos postventa	El avance tecnológico nos permite contar con ambientes adecuados para la preservación de los insumos, asimismo, nos brinda la posibilidad de adquirir maquinaria que aporten en la optimización del tiempo y reduciendo el margen de errores en el proceso productivo. De igual manera, es favorable contar con diversas redes sociales que permiten llegar miles de usuarios en tiempo real, y darles a conocer las diversas promociones
Ambiental	Control de impacto de medio ambiente Disponibilidad de recursos naturales.	Consideramos a este factor muy importante, ya que la tendencia hoy es reducir el impacto ambiental y contribuir con nuestro planeta.

Anexo 2: Análisis del micro entorno

Fuerza de Porter	Aspecto por analizar	análisis	puntuación de (0 o 1)	conclusión (Alto o bajo)
rivalidad entre competidores actuales	A. número de competidores directos B. crecimiento de la industria en los últimos años C. características diferenciadoras del producto respecto a la competencia D. diversidad de competidores E. barreras de salidas	A. El número de competidores es bajo, pero todos cuentan con altos niveles de maquinaria y una gran gama de producto, así como gran experiencia en el mercado B. La industria experimenta un crecimiento desde años atrás, y al parecer, el crecimiento continuará. C. Doña salsa entrará al mercado con una presentación novedosa y diferente, con envases e insumos eco amigables. así como un producto con sabores nuevos al paladar de los clientes. D. en este mercado se puede ver una gran diversidad de competidores y de posibilidades de combinaciones. E. existen pocas.	A. 1 B. 1 C. 1 D. 1 E. 0	ALTO
		total =	4/5	

fuerza de Porter	aspecto por analizar	análisis	puntuación (de 0 a 1)	conclusión (alto o bajo)
poder de negociación de los clientes	A. Número de clientes y/o tamaño de mercado meta B. disponibilidad de sustitutos en la industria C. costos de cambio del cliente D. Amenaza de cliente de integrarse hacia atrás E. Rentabilidad de los clientes.	A. Actualmente la tasa de crecimiento de la población es de 1.32%. El PBI per cápita es 17,852, también tenemos una población económicamente activa de 16, 142 mil personas 3 indicadores favorables. B. Existen un gran variedad de productos sustitutos desde restaurantes y fast food que están al alcance del consumidor C. Resulta casi nula dependiente del tipo de cliente D. Existe la posibilidad que nuestros clientes potenciales, tales como supermercados, se integren hacia atrás, y elaboren productos que se asemejan al nuestro por tener mayor acceso a los productos locales y a menores precios, por emplear economías de escala. E. Los clientes de las diversas cadenas de supermercados mantienen una alta rentabilidad porque abarcan gran parte del mercado nacional, lo cual les permite tener un alto poder negociación si es que existiera mayor concentración en nuestra cartera de clientes.	A. 1 B. 1 C. 0.5 D. 1 E. 1	ALTO
		TOTAL =	4.5/5	

Fuerza de Porter	aspecto por analizar	análisis	puntuación (de 0 a 1)	conclusión (alto o bajo)
poder de negociación de los proveedores	F. Número de proveedores importantes G. disponibilidad de sustitutos del proveedor H. costos de cambio de proveedor I. Amenaza de proveedores de integrarse hacia adelante J. contribución de los proveedores a la calidad o servicio	F. la cantidad de proveedores que existen en el mercado es variado, por lo cual, podemos buscar un buen proveedor para minimizar costos. G. Existen un gran variedad de proveedores que pueden abastecer los insumos necesarios para la elaboración de nuestro producto, así como existe gran variedad de proveedores de productos sustitutos H. En la industria alimenticia el costo por cambio de proveedor puede ser alto, ya que no pueden llegar al mismo acuerdo que tenían con los proveedores anteriores. I. en muchos casos es posible, pero poco probable, por ejemplo, uno de nuestros principales competidores (dámper) tiene ese tipo de integración. J. Es sumamente importante, ya que de la alta calidad y frescura de los insumos, depende la calidad del producto final	F. 0.25 G. 0.25 H. 1 I. 0.25 J. 1	ALTO
		TOTAL =	2.75/5	

Fuerza de Porter	aspecto por analizar	análisis	puntuación (de 0 a 1)	conclusión (alto o bajo)
Amenaza de productos sustitutos	K. Disponibilidad de sustitutos al alcance del cliente L. Costos de cambio de los clientes M. precio de productos sustitutos N. Grado en que satisface la necesidad/cumple la misma función O. Innovación del producto sustituto respecto al propio.	K. Existe una gran variedad de tiendas cerca a los clientes potenciales. L. Actualmente, existe una gran variedad de productos que pueden satisfacer la necesidad de consumir alimentos saludables, pero también se ha incrementado el mercado que exige nuevas variedades de estos productos. M. Existen diferentes tiendas donde los precios pueden variar, pero en la mayoría de los casos, los precios son accesibles para los clientes. N. En la mayoría de casos el producto sustituto satisface la necesidad del cliente, aunque estas comidas, no aporten mucho a la nutrición de las personas. O. Producto tradicional, con pocos o ningún cambio, desde hace mucho tiempo.	K. 1 L. 0.5 M. 1 N. 0.75 O. 0.25	ALTO
		TOTAL =	3.5/5	

Anexo 3: Pautas focus group

CUESTIONARIO FOCUS GROUP
CPEL – SALSAS REGIONALES

La Molina, 09 de septiembre de 2017
Dirección:.....
N° Participantes:…….
Características de los participantes.

- Hombres y Mujeres entre 24 y 55 años de edad.
- Personas que buscan de practicidad y comer saludable.
- Personas de los NSE A2 y B de las zonas 2,7 y 8 de Lima Metropolitana.

INDICACIONES PARA EL CONSULTOR

1. **Objetivos principales:**

Objetivo 1: Identificar el perfil del cliente consumidor de salsas.
Objetivo 2: Conocer el grado de aceptación del producto.
Objetivo 3: Conocer cuánto está dispuesto a pagar el consumidor.
Secciones de la guía, relevancia y su duración:
Presentación y calentamiento: (5 minutos)
Tema 01: Hábitos de consumo y compra (7 minutos)
Tema 02: Importancia de la categoría para el consumidor (7 minutos)
Tema 03: Creencias sobre el producto (5 minutos)
Tema 04: Reacciones al concepto del producto (18 minutos)
Tema 05: Agentes que influyen en la imagen (7 minutos)
Tema 06: Conclusiones finales (7 minutos)
Cierre: (3 minutos)

2. **Participantes: Nombres / Apellidos; DNI; Firma de consentimiento.**

- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------
- ---------- ---------- ----------

GUÍA DE DISCUSIÓN

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Indagación sobre hábitos, creencias, atributos relevantes y posicionamiento de los usuarios en el consumo de salsas envasadas.

- **PRESENTACIÓN DEL MODERADOR (5 minutos)**

✓ Buenos días, quiero empezar agradeciendo por haber aceptado nuestra invitación al focus group, mi nombre es ……...
✓ Nosotros somos estudiantes de la carrera de la Universidad San Ignacio de Loyola y nos encontramos realizando una investigación de mercados cualitativa en la que trataremos el tema del **consumo de salsas envasadas.**
✓ Breve descripción de por qué fueron seleccionados: cada uno de ustedes recibió una invitación verbal a través de mis compañeros porque pertenecen al segmento de nuestro público objetivo.

Descripción de la dinámica de la sesión (Reglas del juego)

✓ Solicitaremos tener los celulares apagados o en modo vibrador.
✓ La reunión tendrá una duración aproximada de 45 a 60 minutos y será grabada con fines de recopilación de información.
✓ Hay libre interpretación de todos los participantes.
✓ No interrumpir a los demás participantes.
✓ Cordialidad y respeto.

Breve descripción de los objetivos del encuentro

✓ Todo lo que Uds. Digan es importante. Díganlo cuando quieran, Las opiniones más sencillas, que quizá consideren demasiado simples o poco interesantes, a veces suelen ser las más importantes.
✓ Siéntanse en la libertad de discutir y defender sus ideas con confianza. No hay respuestas buenas, ni respuestas malas, sólo hay respuestas francas.

Fase de Calentamiento:

Presentación de los participantes:

✓ Antes de comenzar me gustaría saber un poco sobre cada uno.
✓ ¿Podrían presentarse, indicando su nombre, profesión, ocupación, edad y estado civil?

Preámbulo: Describimos el perfil del producto:

- ✓ ***En este grupo de enfoque trataremos de salsas envasadas listas para verter sobre sus alimentos de preferencia, tales como carnes, pasta entre otros. (Usar imágenes de Salsas)***.

- **TEMA 01: POSICIONAMIENTO DE LAS MARCAS Y HÁBITOS DE CONSUMO Y COMPRA**
  (Tiempo estimado: 7 minutos)

OBJETIVO: Conocer la importancia de la categoría y cuál es el nivel de recordación de las marcas de salsas.

Preguntas:
- ✓ ¿Qué salsas envasadas recuerdan?
- ✓ ¿Por qué consumen salsas envasadas?
- ✓ ¿En qué ocasiones consume salsas envasadas?
- ✓ ¿Cuál es la característica más importante a la hora de elegir una salsa?
- ✓ ¿Qué marcas de salsas envasadas son importantes para usted? (PRIORIZAR)
- ✓ ¿Por qué son importantes? (EXPLICAR EN BASE A LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS)

Ahora quisiera que hablemos de las principales marcas de salsas que ustedes conocen…

OBJETIVO: Conocer los hábitos de consumo de salsas envasadas.

Para empezar, me gustaría que me cuenten…

Preguntas:
- ✓ ¿Qué marcas consume su familia o prefiere usted?
- ✓ ¿Por qué razones prefiere esa marca y no otra? Motivos: Sabor, presentación, practicidad, aportes nutricionales, recomendaciones de otras personas.
- ✓ ¿Dónde compra las salsas envasadas?
- ✓ ¿Con qué frecuencia compra salsas envasadas? Mensual
- ✓ ¿Qué opina de las marcas actuales de salsas? Ventajas y Desventajas.
- ✓ ¿En qué se diferencian? ¿Cómo las conociste?
- ✓ Ofrecen ofertas y promociones.
- ✓ ¿Aumenta la cantidad adquirida al mes por estas ofertas y/o promociones?
- ✓ ¿Cuál es la marca que jamás comprarían? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuál es el precio que están dispuestos a pagar por una presentación personal?

- **TEMA 02: IMPORTANCIA DE LA CATEGORÍA PARA EL CONSUMIDOR**
(Tiempo estimado: 7 minutos)

OBJETIVO: Identificar las características relevantes de las salsas envasadas.

Ahora deseo que me digan:

- ✓ ¿Cuál sería tu salsa envasada ideal, qué tendría que contener?
- ✓ ¿Qué atributos y características te gustaría que tenga una salsa envasada?
- ✓ Para usted, ¿Cuáles son las ventajas de consumir salsas envasadas? ¿Les ve alguna desventaja?

NECESIDADES NO SATISFECHAS

Ahora, pensando en todas las marcas y presentaciones de salsas envasadas que hay en el mercado hoy en día:

- ✓ ¿Sienten ustedes que algo les falta a estas salsas envasadas?
- ✓ ¿Qué más les gustaría que hubiera y qué no hay?
- ✓ ¿Qué cambiarían? ¿Qué les gustaría que fuera de otra forma?

- **TEMA 03: CREENCIAS SOBRE LAS CREENCIAS**
(Tiempo estimado: 5 minutos)

OBJETIVO: Identificar y evaluar las creencias sobre las salsas envasadas.

Ahora bien, se dice que la comida fresca es mejor que la envasada, aunque no siempre es así. Por ejemplo, algunas verduras envasadas pueden ser más nutritivas que las frescas, si las últimas (las frescas) se han mantenido "guardadas" durante algún tiempo después de su cosecha. En muchos casos, el valor nutritivo de los alimentos envasados es óptimo porque no se alteran las proteínas, carbohidratos ni lípidos.

- ✓ *En ese sentido, quisiera que me digan sobre la base de lo que han escuchado, comentado, leído o visto en algún medio de comunicación*
- ✓ ¿Qué ideas o creencias conocen con respecto al consumo de salsas envasadas? Pueden ser ideas que no necesariamente ustedes compartan; pero sí ideas que hayan escuchado.

- **TEMA 04: REACCIONES AL CONCEPTO DEL PRODUCTO**
(Tiempo estimado: 18 minutos)

Explicación sobre el concepto del producto:

- ✓ Pensamos ingresar al mercado unas novedosas salsas envasadas, listas para verter sobre sus alimentos de preferencia, tales como carnes, pastas, entre otros.

- ✓ Tiene la intención de destacar de la larga lista de salsas tradicionales de la comida peruana y un efecto práctico que reduce el tiempo de su estancia en la cocina.
- ✓ Esta salsa se ha elaborado con ingredientes finamente seleccionados que son regionales y autóctonos del Perú, con un delicioso sabor y aporte de diferentes nutrientes.
- ✓ No contiene preservantes ya que se envasa con diferentes técnicas gastronómicas que evitan el deterioro de los alimentos y el crecimiento de bacterias.

Registrar la actitud de los participantes:

- ✓ ¿Qué es lo que más le gusta de esta idea de negocio?
- ✓ ¿Hay algo que no les agrade sobre esta idea de negocio?
- ✓ ¿Qué características les llama más la atención?

Con respecto al nombre:

- ✓ El nombre que le pondremos a la marca es **"Esencias Peruanas"**
- ✓ ¿Qué opina del nombre? ¿Lo cambiaría? ¿Qué nombre sugiere?

Degustación:

- ✓ A continuación daremos a degustar cada uno de los sabores en orden:

- ✓ El primer sabor que están probando es la **Salsa Andina** que contiene olluco, oca, quinua, charqui, un poco de cebolla, queso paria, crema de leche, un toque de perejil.
    - ¿Les gustó esta combinación?
    - ¿Con que comida podría combinarla?
    - ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
    - ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
    - Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

- ✓ El segundo sabor que está probando es la **Salsa Costera** que contiene pollo, espinaca, crema de leche.
    - ¿Les gustó esta combinación?
    - ¿Con que comida podría combinarla?
    - ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
    - ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
    - Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

- ✓ El tercer sabor que está probando es la **Salsa Selvática** que contiene curcuma, chorizo selvático, cecina, sachatomate, crema de leche, cushuro.
    - ¿Les gustó esta combinación?
    - ¿Con que comida podría combinarla?
    - ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
    - ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
    - Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

- ✓ El cuarto sabor que está probando es la **Salsa Vegetariana** que contiene carne de soya, alcachofa, espárrago, brócoli, crema de lecheo.

- ¿Les gustó esta combinación?
- ¿Con que comida podría combinarla?
- ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
- ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
- Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

✓ El quinto sabor que está probando es la **Salsa fungis** que contiene hongos shitake, hongos porcini, hongos de marayhuaca, crema de leche.

- ¿Les gustó esta combinación?
- ¿Con que comida podría combinarla?
- ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
- ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
- Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

✓ El sexto sabor que está probando es la **Salsa de alcachofa y tocino** que contiene alcachofa, tocino, crema de leche, queso paria.

- ¿Les gustó esta combinación?
- ¿Con que comida podría combinarla?
- ¿Qué le agregarían o quitarían a este sabor?
- ¿Qué nombre le pondría a esta salsa?
- Del 1 al 5 cuántos puntos le pondría.

✓ ¿Cuál fue su favorita?
✓ ¿Cuál fue la que no le gusto?

- **TEMA 05: AGENTES QUE INFLUYEN EN LA IMAGEN**
  (Tiempo estimado: 5 minutos)

CON RESPECTO AL DISEÑO
Presentar los logos a cada uno de los participantes:

✓ ¿Cuál diseño le gustó más?
✓ ¿Qué aumentarían o quitarían en el diseño?
✓ ¿Qué recomendaciones nos daría?

✓ ¿Qué envase prefiere? ¿Por qué?
✓ ¿Qué presentación recomendaría?

CON RESPECTO A LOS PRECIOS:

✓ ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por esta presentación de 200 gramos?

CON RESPECTO A LA DIFUSIÓN:

- ✓ ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría enterarse de esta nueva salsa envasada?, ¿Por qué? Priorizar.

- **TEMA 06: CONCLUSIONES FINALES**

(Tiempo estimado: 7 minutos)

El objetivo de estas preguntas es descubrir que piensan de nuestra salsa, qué les gusta, qué no les gusta y si prefieren nuestra salsa o a las de la competencia.

- ✓ ¿Qué es lo que más les gusto de esta nueva salsa?
- ✓ ¿Qué cambios mejorarían más nuestra nueva salsa?
- ✓ ¿Consumirías nuestra salsa?
- ✓ Si nuestra salsa estuviera disponible hoy ¿Cuál es la probabilidad de que lo recomiende a otros?
- ✓ Si nuestra salsa estuviera disponible hoy ¿Cuál es la probabilidad de consumir nuestra salsa en lugar de otras salsas competidoras disponibles actualmente?
- ✓ Si nuestra salsa estuviera disponible hoy ¿Dónde le gustaría adquirirla?

¡Muchas gracias!

Anexo 4: Focus Group 1

CUESTIONARIO FOCUS GROUP
CPEL – SALSAS REGIONALES

La Molina, 09 de septiembre de 2017
Dirección: avenida La Molina
N° Participantes: 8
Características de los participantes.

- Hombres y Mujeres entre 24 y 55 años de edad.
- Personas que buscan de practicidad y comer saludable.
- Personas de los NSE A2 y B de las zonas 2,7 y 8 de Lima Metropolitana.

INDICACIONES PARA EL CONSULTOR

1. **Objetivos principales:**
   Objetivo 1: Identificar el perfil del cliente consumidor de salsas.
   Objetivo 2: Conocer el grado de aceptación del producto.
   Objetivo 3: Conocer cuánto está dispuesto a pagar el consumidor.

2. **Secciones de la guía, relevancia y su duración:**
   Presentación y calentamiento: (5 minutos)
   Tema 01: Hábitos de consumo y compra (7 minutos)
   Tema 02: Importancia de la categoría para el consumidor (7 minutos)
   Tema 03: Creencias sobre el producto (5 minutos)
   Tema 04: Reacciones al concepto del producto (18 minutos)
   Tema 05: Agentes que influyen en la imagen (7 minutos)
   Tema 06: Conclusiones finales (7 minutos)
   Cierre: (3 minutos)

3. **Participantes: Nombres / Apellidos; DNI; Firma de consentimiento.**

Nancy Rodriguez	41690385	[signature]
Jacqueline Porras	44526742	[signature]
Ronald Carlamendi Colos	41143905	[signature]
Elsa Paredes Pinzás	43244434	[signature]
Sandra Rossetto Puellas	41064238	[signature]
José Solis Cock	25857092	[signature]
Guillermo Cigna Ricaldi	43933141	[signature]
Yasmine Ahrens Zavala	41305430	[signature]

Anexo 5: Focus Group 2

CUESTIONARIO FOCUS GROUP
CPEL – SALSAS REGIONALES

La Molina, 09 de septiembre de 2017
Dirección:.....
N° Participantes:.....
Características de los participantes.

- Hombres y Mujeres entre 24 y 55 años de edad.
- Personas que buscan de practicidad y comer saludable.
- Personas de los NSE A2 y B de las zonas 2,7 y 8 de Lima Metropolitana.

INDICACIONES PARA EL CONSULTOR

1. **Objetivos principales:**
   Objetivo 1: Identificar el perfil del cliente consumidor de salsas.
   Objetivo 2: Conocer el grado de aceptación del producto.
   Objetivo 3: Conocer cuánto está dispuesto a pagar el consumidor.

2. **Secciones de la guía, relevancia y su duración:**
   Presentación y calentamiento: (5 minutos)
   Tema 01: Hábitos de consumo y compra (7 minutos)
   Tema 02: Importancia de la categoría para el consumidor (7 minutos)
   Tema 03: Creencias sobre el producto (5 minutos)
   Tema 04: Reacciones al concepto del producto (18 minutos)
   Tema 05: Agentes que influyen en la imagen (7 minutos)
   Tema 06: Conclusiones finales (7 minutos)
   Cierre: (3 minutos)

3. **Participantes: Nombres / Apellidos; DNI; Firma de consentimiento.**

Karina Pacora Alcalde	N° 42787597	
Elizabeth Farfán Rodríguez	N° 44347920	
Nori Valencia Torres	N° 44917737	
José Díaz Yovera	07529833	
Claudia Silva Correa	47413682	
Vladimir Fernandez	42886721	
Alexandra Prado Costilla	48222657	
Jolanie Gallar pérez	04284	

Anexo 6: Cuestionario

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

Estimado participante, lanzaremos una novedosa salsa envasada lista para verter sobre sus alimentos de preferencia tales como carnes, pasta, entre otros; tiene la intención de ampliar la larga lista de salsas tradicionales de la comida peruana. Está elaborada con ingredientes regionales y autóctonos del Perú, con delicioso sabor y aporte de diferentes nutrientes, no contiene preservantes ya que se envasa con diferentes técnicas gastronómicas que evitan el deterioro de los alimentos y el crecimiento de bacterias. Con la finalidad de conocer lo que piensa el público consumidor, nos sería muy útil su opinión con la siguiente encuesta.

*Obligatorio

1. **Nombre del encuestador** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Victor Minaya
- ◯ Silvia Berrocal
- ◯ Annie Troncosss
- ◯ Marcos Cotera
- ◯ Julio Torres

2. **Fecha en que realiza la encuesta**

Ejemplo: 15 de diciembre de 2012

3. **Nombres y apellidos del encuestado** *

4. **Género** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Mujer
- ◯ Hombre

5. **Número de DNI o Pasaporte:** *

6. **Estado Civil** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Soltero
- ◯ Casado
- ◯ Viudo
- ◯ Conviviente
- ◯ Divorciado

7. **Lugar donde reside** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Jesús María
- ◯ Lince
- ◯ Pueblo Libre
- ◯ Magdalena
- ◯ San Miguel
- ◯ Miraflores
- ◯ San Insidro
- ◯ San Borja
- ◯ Santiago de Surco
- ◯ La Molina
- ◯ Otro: _____

8. **¿Cuál es su rango de edad?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ De 24 a 35 años
- ◯ De 36 a 45 años
- ◯ De 46 a 54 años
- ◯ De 55 a más años

9. **¿Cuál es su promedio de ingresos familiares mensuales?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ De S/1,000 a S/2,000 soles
- ◯ De S/2,000 a S/3,000 soles
- ◯ De S/3,000 a S/5,000 soles
- ◯ De S/5,000 a más

10. **¿Cuántas personas conforman su hogar?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Entre 2 y 3 personas
- ◯ Entre 4 y 5 Personas
- ◯ Más de 6 personas
- ◯ Vivo solo(a)

11. **¿Ha consumido salsas envasadas listas para servir (ejemplo: Salsa al Pesto, Tuco, Bolognesa? Si conoce la marca, especificarla** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

12. **¿Cuáles serían los atributos que usted más valoraría en una marca de salsas?** *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada importante	Poco importante	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
Presentación del envase	◯	◯	◯	◯	◯
Nombre del producto	◯	◯	◯	◯	◯
Sabor casero	◯	◯	◯	◯	◯
Precio	◯	◯	◯	◯	◯
Calidad	◯	◯	◯	◯	◯
Ingredientes naturales	◯	◯	◯	◯	◯
Uso de preservantes químicos	◯	◯	◯	◯	◯
Textura	◯	◯	◯	◯	◯
Practicidad	◯	◯	◯	◯	◯

13. **¿Qué cantidad de salsas compra al mes?** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ 1 unidad
- ◯ 2 unidades
- ◯ 3 unidades
- ◯ 4 unidades
- ◯ 5 a más unidades
- ◯ No compro salsas envasadas

14. **¿Donde prefiere comprar estos productos?** *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Supermercado
- ☐ Mercado
- ☐ Tiendas por conveniencia (Tambo, Listo, Mimarket, Mass, otros)
- ☐ Minimarket
- ☐ Bodega

15. **¿Consumiría salsas envasadas elaboradas con ingredientes poco conocidos de las diferentes regiones del Perú? (Si la respuesta es NO, fin de la encuesta)** *

Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Tal vez

16. **¿Qué nombre te parece más adecuado para una salsa a base de ingredientes peruanos?**

Marca solo un óvalo.

- ◯ Sabores Perú
- ◯ Esencias Perú
- ◯ Salsa-ta
- ◯ Fusión regional
- ◯ Doña Salsa
- ◯ Miski Mikuy (manjar delicioso)

17. **¿Cómo le gustaría enterarse de la existencia de estas salsas?**
Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Redes sociales
- [ ] Radio
- [ ] Volantes
- [ ] Televisión
- [ ] Periódico
- [ ] Otro: _____

18. **¿En que tamaño de presentación consideras que sería la más apropiada?**
Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] 200 gramos (02 personas aprox.)
- [ ] 400 gramos (04 personas aprox.)
- [ ] 500 gramos (05 personas aprox.)
- [ ] Más de 500 gramos
- [ ] Otro: _____

19. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 200 gr. (presentación para 2 personas aprox.)**
Marca solo un óvalo.

- ◯ De S/8 a S/10
- ◯ De S/10 a S/12
- ◯ De S/12 a S/14

20. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500 gr. (presentación para más de 4 personas aprox.)**
Marca solo un óvalo.

- ◯ De S/16 a S/18
- ◯ De S/18 a S/20
- ◯ De S/20 a más

21. **Pregunta 21 ¿Cuales de estas salsas cree usted que puedan ser de su preferencia?**
Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Salsa Andina (olluco, Oca, Queso, Quinoa negra)
- [ ] Salsa Selvatica (chorizo selvatico, cecina, curcuma, platano, yuca y sacha tomate)
- [ ] Salsa Costera (Pollo, Espinaca, Crema de leche)
- [ ] Salsa vegetariana (Carne de soya, Alcachofa, Esparrago, Crema de leche)
- [ ] Salsa Fungies (Hongos Shitake, Hongos Porcini, Hongos de marayhuaca, crema de leche)
- [ ] Salsa de alcachofa y tocino (Alcachofa, Tocino, Crema de leche, Cebolla, queso)

22. **Respecto a la pregunta anterior ¿El nombre "Salsa Andina" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

23. **Respecto a la pregunta 21 ¿El nombre "Salsa Selvática" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

24. **Respecto a la pregunta 21 ¿El nombre "Salsa costera" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

25. **Respecto a la pregunta 21 ¿El nombre "Salsa vegetariana" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

26. **Respecto a la pregunta 21 ¿El nombre "Salsa fungies" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

27. **Respecto a la pregunta 21 ¿El nombre "Salsa de alcachofa y tocino" le parece el adecuado?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Otro: _____

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Anexo 7: Formulario de solicitud de inspección técnica de seguridad en edificaciones

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ANITA

SOLICITUD DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES

Santa Anita ¡Rumbo al cambio!

D.S. N° 058-2014-PCM
ANEXO 05

I. DATOS DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES

PRIMERA INSPECCIÓN TÉCNICA SI ☐ NO ☐

N° DE BOLETA DE PAGO EN EL BANCO DE LA NACIÓN: ..... MONTO ABONADO: .....

TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES SOLICITADA:

- BÁSICA EXANTE ☐
- BÁSICA EXPOST ☐
- DE DETALLE ☐
- MULTIDISCIPLINARIA ☐
- ☐ ASISTENCIA PREVISTA: .....

PREVIA A EVENTO O ESPECTÁCULO PÚBLICO CON ASISTENCIA:

- MENOR O IGUAL A 3000 PERSONAS ☐
- MAYOR A 3000 PERSONAS ☐

FECHA Y HORA PROGRAMADA PARA LA INSPECCIÓN: .....

EL RECINTO PARA EL ESPECTÁCULO PÚBLICO CUENTA CON INSPECCIÓN TÉCNICA:

SI ☐ NO ☐ EN PROCESO ☐

TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA EJECUTADA:

CERTIFICADO EMITIDO N° : ..... AFORO: .....

II. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL SOLICITANTE

NOMBRES Y APELLIDOS DEL PROPIETARIO/REPRESENTANTE LEGAL, CONDUCTOR/ADMINISTRADOR:

DOCUMENTO DE IDENTIDAD N°: TELÉFONO FIJO/CELULAR: CORREO ELECTRÓNICO:

DOMICILIO:

NOMBRES Y APELLIDOS DEL SOLICITANTE:

DOC. DE IDENTIDAD o CARNET EXTRANJERÍA N°:

III. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL OBJETO DE INSPECCIÓN

NOMBRE COMERCIAL:

GIRO O ACTIVIDADES QUE REALIZA:

(VIVIENDA, HOSPEDAJE, EDUCACIÓN, SALUD, INDUSTRIA, COMERCIO, OFICINAS, SERVICIOS COMUNALES, RECREACIÓN Y DEPORTES, TRANSPORTES Y COMUNICACIONES , OTROS)

RAZÓN SOCIAL:

RUC N°:

ÁREA OCUPADA EN M² :

N° DE PISOS:

DIRECCIÓN / UBICACIÓN:

DISTRITO: PROVINCIA: DEPARTAMENTO:

REGIÓN: TELÉFONO(S): CORREO ELECTRÓNICO:

IV. ANTECEDENTES DE LA EDIFICACIÓN O INSTALACIÓN (PARA SER LLENADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE)

AMPLIACIÓN / MODIFICACIÓN ☐ OTROS ☐

N° DEL ÚLTIMO CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES: N° INFORME TÉCNICO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN:

LA INSTALACIÓN CUENTA CON LICENCIA DE EDIFICACIÓN : SI ☐ NO ☐ NO APLICABLE ☐

N° DE EXPEDIENTE MUNICIPAL DE DELEGACIÓN AD HOC : N° DE EXPEDIENTE DE VERIFICACIÓN AD HOC :

CARGO DE RECEPCIÓN
(FIRMA Y SELLO / FECHA Y HORA)
(PARA EL SOLICITANTE LUEGO DE ENTREGAR TODA LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA)

..... , .../...../..... (CIUDAD) (FECHA)

SOLICITANTE
(FIRMA, NOMBRE Y APELLIDOS Y DOC. DE IDENTIDAD)

IMPORTANTE:

- *LLENAR CON LETRA DE IMPRENTA Y MARCAR "X" LO QUE CORRESPONDA.*
- *ADJUNTAR A LA SOLICITUD EL RECIBO ORIGINAL DEL BANCO DE LA NACIÓN DEL PAGO POR CONCEPTO DE INSPECCIÓN.*
- *EN CASO QUE EL PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR NO SE ENCONTRASE EN LA FECHA FIJADA PARA LA INSPECCIÓN SE DEBE ACERAR AL ÓRGANO EJECUTANTE PARA FIJAR NUEVA FECHA (ART. 33 DEL D.S. N° 058-2014-PCM).*
- *QUEJAS Y/O DENUNCIAS RELACIONADAS DEBERÁN PRESENTARSE AL ÓRGANO EJECUTANTE.*
- *TODO INSPECTOR DEBE ACREDITARSE PARA EL EJERCICIO DE SUS FUNCIONES MEDIANTE UN CARNÉ EXPEDIDO POR EL CENEPRED, EL CUAL DEBE ESTAR VIGENTE Y CORRESPONDER AL PORTADOR.*

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ANITA

SOLICITUD DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES

Santa Anita ¡Rumbo al cambio!

D.S. N° 058-2014-PCM

V. ANEXOS

1. PLAN DE SEGURIDAD	☐	6. PLANO DE SEÑALIZACIÓN/RUTAS DE EVALUACIÓN	☐
2. PLANO DE UBICACIÓN	☐	7. PROTOCOLO PRUEBAS DE OPERATIVIDAD Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD	☐
3. PLANO DE ARQUITECTURA (DISTRIBUCIÓN)	☐	8. CERTIFICADO VIGENTE DE MEDICIÓN DE RESISTENCIA DEL POZO A TIERRA	☐
4. PLANO DE DIAGRAMAS UNIFILARES, TABLEROS ELÉCTRICOS Y CUADRO DE CARGAS	☐	9. CONSTANCIA DE MANTENIMIENTO DE CALDERAS	☐
5. CALCULO DE AFORO POR ÁREAS	☐	10. CERTIFICADOS DE CONFORMIDAD EMITIDOS POR OSINERGMIN	☐

VI. COMPETENCIA DEL ÓRGANO EJECUTANTE - TRASLADO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES
(PARA SER LLENADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE)

(EN CASO QUE LA MUNICIPALIDAD NO CUENTE CON PERSONAL IDÓNEO PARA EJECUTAR LA INSPECCIÓN BÁSICA O DETALLE, ESTÁ OBLIGADA A DEJAR CONSTANCIA DE ESTE HECHO CON SELLO Y FIRMA DEL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD EN EL ESPACIO SIGUIENTE. ESTE REQUISITO ES OBLIGATORIO PARA QUE EL SOLICITANTE PUEDA CONTINUAR EL TRAMITE DE LA INSPECCIÓN EN LA OFICINA CORRESPONDIENTE / EN EL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD CORRESPONDIENTE)

VII. RECLASIFICACIÓN DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES (PARA SER LLENADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE)

(EL ÓRGANO EJECUTANTE O EL INSPECTOR, AL MOMENTO DE LA PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD O AL REALIZAR LA INSPECCIÓN LUEGO DE VERIFICAR QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EN ESTA O A LO OBSERVADO POR SU COMPLEJIDAD DETERMINE QUE DEBE RECLASIFICARSE COMO UNA INSPECCIÓN TÉCNICA DE DETALLE O MULTIDISCIPLINARIA, ESTÁ OBLIGADO A DEJAR CONSTANCIA DE ESTE HECHO CON SELLO Y FIRMA DEL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD EN EL ESPACIO SIGUIENTE, A FIN DE SE PROCEDA CON LA RECLASIFICACIÓN RESPECTIVA)

VIII. PARA SER LLENADO AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN

INSPECTOR A CARGO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES:

NOMBRES Y APELLIDOS: DOC. DE IDENTIDAD N°:

FECHA Y HORA: FIRMA

LA INSPECCIÓN SE REALIZA CON LA PRESENCIA DEL CONDUCTOR Y/O PROPIETARIO DEL RECINTO O INSTALACIÓN CUYOS DATOS SON:

NOMBRES Y APELLIDOS: DOC. DE IDENTIDAD N°:
FIRMA:

IX. OBSERVACIONES DURANTE LA INSPECCIÓN

(CONSIDERAR EN CASO SE SUSPENDA LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES POR AUSENCIA DEL CONDUCTOR Y/O PROPIETARIO O PORQUE SE REQUIERE MAYOR TIEMPO PARA EJECUTAR LA DILIGENCIA INDICANDO TESTIGOS, FECHA, HORA Y FIRMAS)

VIII. PARA SER LLENADO AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN

EL INFORME DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES EMITIDO ES EL N°

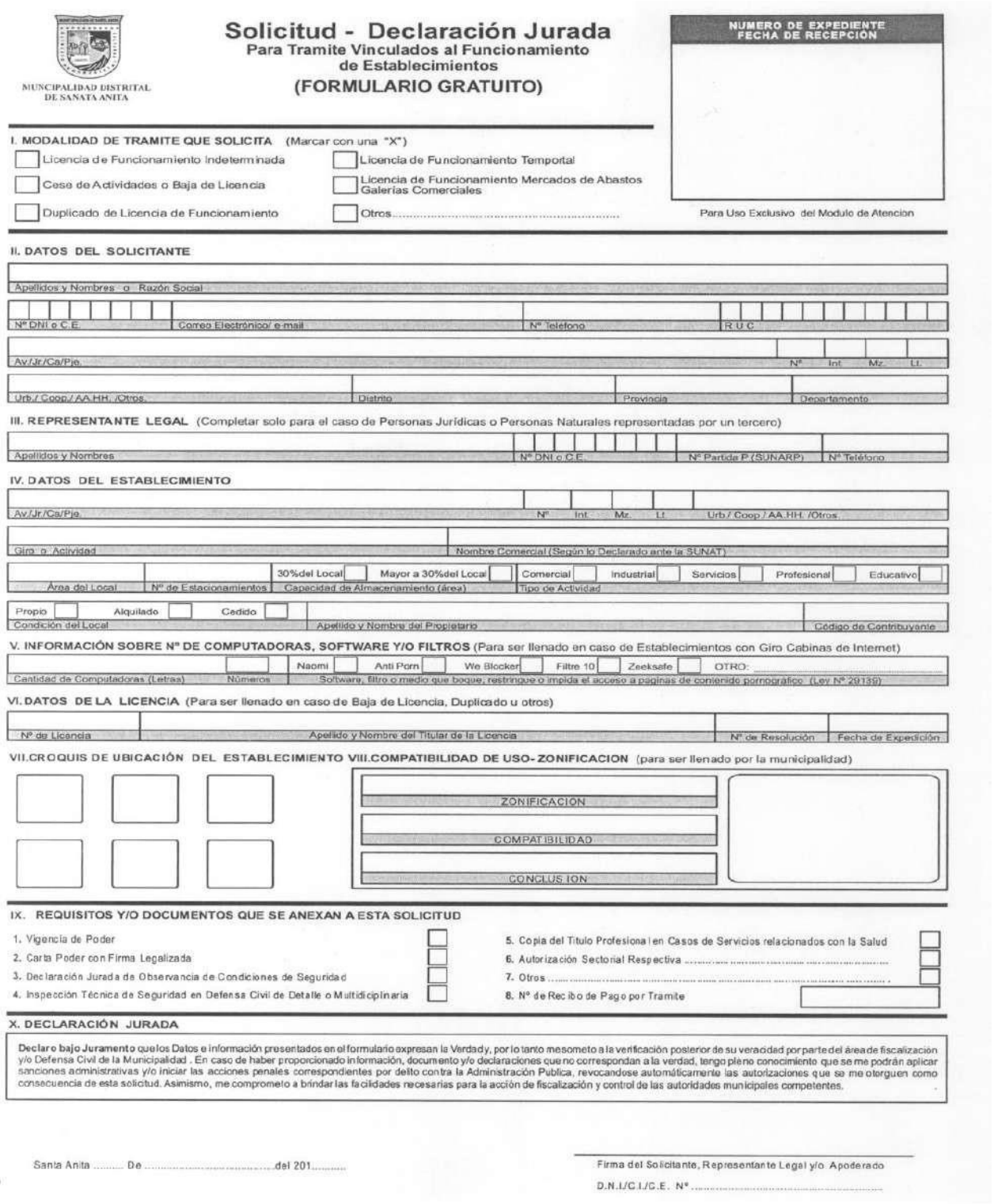
EL CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES EMITIDO ES EL N°

IMPORTANTE:

- *ESTE FORMATO ES PROPORCIONADO EXCLUSIVAMENTE Y EN FORMA GRATUITA POR EL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA INSPECCIÓN*

Fuente: Municipalidad de Santa Anita

Anexo 8: Formulario para la solicitud de licencia de funcionamiento



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANATA ANITA

Solicitud - Declaración Jurada
Para Tramite Vinculados al Funcionamiento de Establecimientos
(FORMULARIO GRATUITO)

NUMERO DE EXPEDIENTE
FECHA DE RECEPCIÓN

Para Uso Exclusivo del Modulo de Atencion

I. MODALIDAD DE TRAMITE QUE SOLICITA (Marcar con una "X")

- Licencia de Funcionamiento Indeterminada
- Licencia de Funcionamiento Temporal
- Cese de Actividades o Baja de Licencia
- Licencia de Funcionamiento Mercados de Abastos Galerías Comerciales
- Duplicado de Licencia de Funcionamiento
- Otros.....

II. DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres o Razón Social

Nº DNI o C.E. | Correo Electrónico/ e-mail | Nº Teléfono | R.U.C

Av./Jr./Ca/Pje. | Nº | Int. | Mz. | Lt.

Urb./ Coop./ AA.HH. /Otros. | Distrito | Provincia | Departamento

III. REPRESENTANTE LEGAL (Completar solo para el caso de Personas Jurídicas o Personas Naturales representadas por un tercero)

Apellidos y Nombres | Nº DNI o C.E. | Nº Partida P.(SUNARP) | Nº Teléfono

IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Av./Jr./Ca/Pje. | Nº | Int. | Mz. | Lt. | Urb / Coop / AA.HH. /Otros

Giro o Actividad | Nombre Comercial (Según lo Declarado ante la SUNAT)

Área del Local | Nº de Estacionamientos | 30%del Local ☐ Mayor a 30%del Local ☐ Capacidad de Almacenamiento (área) | Comercial ☐ Industrial ☐ Servicios ☐ Profesional ☐ Educativo ☐ Tipo de Actividad

Propio ☐ Alquilado ☐ Cedido ☐ Condición del Local | Apellido y Nombre del Propietario | Código de Contribuyente

V. INFORMACIÓN SOBRE Nº DE COMPUTADORAS, SOFTWARE Y/O FILTROS (Para ser llenado en caso de Establecimientos con Giro Cabinas de Internet)

Cantidad de Computadoras (Letras) | Números | Naomi ☐ Anti Porn ☐ We Blocker ☐ Filtre 10 ☐ Zeeksafe ☐ OTRO: ..... Software, filtro o medio que bogue, restringue o impida el acceso a paginas de contenido pornografico (Ley Nº 29139)

VI. DATOS DE LA LICENCIA (Para ser llenado en caso de Baja de Licencia, Duplicado u otros)

Nº de Licencia | Apellido y Nombre del Titular de la Licencia | Nº de Resolución | Fecha de Expedición

VII. CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO VIII. COMPATIBILIDAD DE USO- ZONIFICACION (para ser llenado por la municipalidad)

ZONIFICACION

COMPATIBILIDAD

CONCLUSION

IX. REQUISITOS Y/O DOCUMENTOS QUE SE ANEXAN A ESTA SOLICITUD

1. Vigencia de Poder ☐
2. Carta Poder con Firma Legalizada ☐
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad ☐
4. Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidiciplinaria ☐
5. Copia del Titulo Profesional en Casos de Servicios relacionados con la Salud ☐
6. Autorización Sectorial Respectiva ..... ☐
7. Otros ..... ☐
8. Nº de Recibo de Pago por Tramite

X. DECLARACIÓN JURADA

Declaro bajo Juramento que los Datos e información presentados en el formulario expresan la Verdad y, por lo tanto me someto a la verificación posterior de su veracidad por parte del área de fiscalización y/o Defensa Civil de la Municipalidad . En caso de haber proporcionado información, documento y/o declaraciones que no correspondan a la verdad, tengo pleno conocimiento que se me podrán aplicar sanciones administrativas y/o iniciar las acciones penales correspondientes por delito contra la Administración Publica, revocandose automáticamente las autorizaciones que se me otorguen como consecuencia de esta solicitud. Asimismo, me comprometo a brindar las facilidades necesarias para la acción de fiscalización y control de las autoridades municipales competentes.

Santa Anita ..... De .....del 201.....

Firma del Solicitante, Representante Legal y/o Apoderado

D.N.I/C.I./C.E. Nº .....

Fuente: Municipalidad de Santa Anita

Anexo 9: Cotización de Licuadora industrial

VULCANO
FABRICANTE DE MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Vulcano Tecnología Aplicada E.I.R.L.

Desde 1987

28 de Setiembre del 2017
Ctz. 581-17

Señor.
SILVIA BERROCAL ESPEJO
Tlf. 987309681
e-mail: sberrocalespejo@gmail.com
Santa Anita -Lima

Por medio del presente le hacemos llegar la siguiente cotización.

Licuadora Industrial - LV-I

Aplicación

- Máquina diseñada para la reducción de tamaño de diversos productos para la elaboración de pastas, jugos, condimentos, etc. a partir de frutas, hortalizas, hierbas aromáticas ajíes, especias.

Link de referencia: http://www.youtube.com/watch?v=0Ax9KHAvV34

Descripción	Especificaciones
• **Tapa** con garfios de seguridad y visor , orificio central para la adición de productos durante el proceso Y borde angular sanitario para descarga del producto. • **Vaso** de cono truncado y base circular con empaque hermético que evita fuga del producto • **Cuchilla** especialmente diseñada para evitar el salpicado del producto • **Sistema basculante** mediante palanca para volcado del vaso. • **Estructura** de soporte rígida que fija todo el vaso y el motor • **Trasportable** sobre ruedas	• **Capacidad** nominal 28 lt/batch De trabajo hasta 20 L • **Motor** de 1.5HP (1.2KW), 110/220v| 50/60Hz, monofásico • **Medidas** exteriores referenciales: a: 460, l: 500,h: 1300mm • **Peso** aproximado del equipo: 40kg • **Cuchilla** especialmente diseñada para evitar el salpicado del producto • **Diseño del vaso** que reduce el tiempo de licuado . • Acabado sanitario • Fabricado en acero inoxidable calidad AISI 304 • **Fácil** operación, mantenimiento y limpieza.

Inversión: US$ 1, 220.00 Dólares + I.G.V.

SEDE CENTRAL:
Av. Brígida Silva de Ochoa 384
San Miguel - Lima
+51 1 5661001

info@vulcanotec.com
www.vulcanotec.com

PLANTA:
Av. Coronel Parra 107
Pilcomayo - Huancayo
+51 64 261224

Anexo 10: Cotización de lavador con banda por aspersión

VULCANO
FABRICANTE DE MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Vulcano Tecnología Aplicada E.I.R.L.

Desde 1987

Lavador Con banda Por Aspersión
LVA-I

Imagen referencial

Aplicación

- Equipo diseñado para el lavado de diversos productos (hiervas , frutas tubérculos) etc.
- Sistema de transporte del producto a velocidades controladas que ordena el operador

Descripción	Especificaciones
• **Tolva** tipo fuente • **Faja sanitaria** deslizable a velocidad variable con sistema de filtración • **Protector** interno de faja • **Electro Bomba** que impulsa agua a las tuberías y aspersores • **Sistema de aspersión** que fluye el agua hacia el producto • **Colector** para evacuación del agua • **Estructura** que fija maquina motor, y protector de seguridad.	• **Capacidad** 300 Kg • **Motor** de 1.5 HP(1.11 kw)-220-380v-60HZ trifásico • **Variador** de frecuencia • Bomba de 1.0 hp • **Tablero** de control de mando • **Peso aprox.** 140Kg • **Medidas exterior** Gral. Aprox. A: 900 l: 2500 x 1200 m m • **Material** construida en acero inoxidable calidad AISI 304 / • **Banda sanitaria Perforada** Características de trabajo Temperatura -10°C / 70°C. • Coeficiente de fricción: 0.15/0.35 •
Inversión : $. 7,500.00 Dólares + I.G.V.	

SEDE CENTRAL:
Av. Brígida Silva de Ochoa 384
San Miguel - Lima

info@vulcanotec.com
www.vulcanotec.com

PLANTA:
Av. Coronel Parra 107
Pilcomayo - Huancayo

Anexo 11: Cotización de Marmita con agitador

VULCANO
FABRICANTE DE MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Vulcano Tecnología Aplicada E.I.R.L.

Desde 1987

Marmita con Agitador- MrV – I/C

Aplicación

- Máquina diseñada para la estandarización, pasteurización, calentamiento y formulación de productos líquidos y semilíquidos en la industria alimentaria y agroindustria, como néctares, yogurt, turrones, mermeladas, chocolates, cremas, guisados, jarabes, etc. Su sistema de calentamiento interno ayuda a reducir los tiempos, aumentando su eficiencia.

Link de referencia: http://www.youtube.com/watch?v=zQybZ7m2ojs

Descripción

- Construida con doble chaqueta (para aceite térmico o agua)
- **Cámara** interna con base semi bombeada
- **Tapa** abisagrada desglosable con garfios de seguridad
- **Sistema de agitación** con paletas abatibles desmontables.
- **Válvulas** esféricas de paso para control de ingreso de agua y desfogue de chaqueta y para evacuación del producto
- **Sistema basculante** para mayor facilidad en la evacuación del producto
- **Estructura** que consolida sistema de agitación y marmita.
- Fácil manejo y mantenimiento

Especificaciones

- **Capacidad**: 100 L/batch
- **Motor** de 1.5HP (1.12KW), , trifásico.
- **Opciones** de voltaje y hertz: 220/380/440v, 50/60Hz
- **Reductor** de velocidad
- **Tablero** de control de mando eléctrico
- **Sistema de calentamiento** hornillas a gas con regulación de flama y acondicionamiento de gas
- **Medidas exteriores** referenciales:
- a:1050, l: 950, h:2100mm
- **Peso** aproximado del equipo: 185 kg
- **Material** acero inoxidable calidad AISI 304 en contacto con el producto/ y acero al carbono en estructura
- Disponibilidad de repuestos

Inversión US$ 4, 450.00 Dólares + I.G.V.

SEDE CENTRAL:
Av. Brígida Silva de Ochoa 384
San Miguel - Lima
+51.1.5661001

info@vulcanotec.com
www.vulcanotec.com

PLANTA:
Av. Coronel Parra 107
Pilcomayo - Huancayo
+51.64.261224

Anexo 12: Cotización mobiliario

cocinas & equipos — tecnogas

EQUIPAMIENTO GASTRONOMICO PARA RESTAURANTES, HOTELES, INSTITUCIONES, COMEDORES, CONCESIONARIOS, RESIDENCIAS Y AFINES

DISEÑO-FABRICACION-VENTA-POSTVENTA-SERVICIO TECNICO

SOMOS FABRICANTES CON EXPERIENCIA Y CALIDAD
DISEÑOS ESPECIALES EN ACERO INOXIDABLE

Tfs: 4593373 - RPM # 968968484 – # 968968487 - # 968968483

Catalogo en linea: www.cocinasyequipos.pe
Sólo parrillas a carbón, a gas y wok en: www.parrilleras.com

ventas@tecnogasperu.com
ventas@cocinasyequipos.pe

COTIZACION Nº	6747B	FECHA	29/09/2017
CLIENTE	Sra. Silvia Berrocal Espejo		
CONTACTO			
DIRECCION	Lima		
TLF Y CELULAR			
EMAIL	sberrocalespejo@gmail.com		
OTROS			

ITEM	CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT US $	VALOR TOTAL US $
01	01	ESTANTE PLANO DE 03 NIVELES EN ACERO INOXIDABLE • Medidas: 1.10 x 0.40 x 1.40 m. • Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cuberteria, menaje, médica y otros. • De Excelente acabado y pulido. • 03 niveles planos con bordes encajonados: dobladas en "U" hacia abajo, que le da mayor resistencia y capacidad de carga, a cada tablero (nivel). • Cada tablero (nivel) de acero inoxidable de 1.20 mm de espesor • Patas en perfiles angulares de acero inoxidable de 1.50 mm de espesor. • Sujeción con pernos de acero inoxidable en cada nivel, de fácil armado. • Estante practico y resistente, ideal para almacenamiento de ollas, sarteneS y utensilios de cocina, entre otros; lo que le permite ahorrar espacio y organizar su área de almacenamiento.		299.00
02	01	COCHE VERDULERO DE 04 NIVELES EN ACERO INOXIDABLE • Medidas: 0.70 x 0.40 x 1.40 m. • Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cuberteria, menaje, médica y otros. • De Excelente acabado y pulido. • Diseño funcional, que facilita su limpieza y mantención. • Laterales y atrás cerrado. • 04 Niveles: • 03 niveles con rejillas en la parte delantera. • 01 nivel en la parte superior del coche como repisa. • Compartimiento de los niveles: • 02 niveles: lleva 03 compartimientos cada uno. • 1er nivel: sin compartimientos. • 04 ruedas giratorias (garruchas) importadas, 02 con freno y 02 sin freno, que facilita su movilidad a diferentes áreas de su cocina. • Coche muy resistente a trabajo duro, que garantiza su alta durabilidad y resistencia por años, para continuas horas de trabajo diario en su cocina. Ideal para almacenamiento de verduras.		669.00
03	01	LAVADERO INDUSTRIAL DE 03 POZAS EN ACERO INOXIDABLE • Medidas: 1.70 x 0.60 x 0.90 m. • Fabricado en acero inoxidable AISI 304, de uso para la industria alimentaria, cuberteria, menaje, médica y otros.		749.00

cocinas & equipos

tecnogas

EQUIPAMIENTO GASTRONOMICO PARA RESTAURANTES, HOTELES, INSTITUCIONES, COMEDORES, CONCESIONARIOS, RESIDENCIAS Y AFINES

DISEÑO-FABRICACION-VENTA-POSTVENTA-SERVICIO TECNICO

SOMOS FABRICANTES CON EXPERIENCIA Y CALIDAD
DISEÑOS ESPECIALES EN ACERO INOXIDABLE

Tfs: 4593373 - RPM # 968968464 –
968968487 - # 968968483

Catalogo en linea: www.cocinasyequipos.pe
Sólo parrillas a carbón, a gas y wok en: www.parrilleras.com

ventas@tecnogasperu.com
ventas@cocinasyequipos.pe

ITEM	CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT US $	VALOR TOTAL US $
		• De Excelente acabado y pulido. • Tablero fabricado en plancha de acero inoxidable de calidad 304-2B (mate) de 1.50mm de espesor. • 03 pozas sanitarias (esquinas redondeadas, curvas) para una fácil limpieza en esquinas evitando la acumulación de desperdicios y suciedad. Poza fabricada en acero inoxidable de calidad 304-2B (mate) de 1.50 mm de espesor. Medidas de cada poza: 0.50 x 0.50 x 0.35 m. • Acabado: sanitario, con espaldar de 0.10 m de alto. • 01 Descanso o mesa escurridor a un lado de las pozas, según elección del cliente (izquierda o derecha). • 06 patas tubulares de 2" de diámetro en acero inoxidable. • Lavadero durable, resistente para trabajo pesado. Además: • Toda la estructura del lavadero esta soldada por proceso TIG (NO REMACHADA, NO ATORNILLADA), la soldadura no se rompe ni fractura en los años. Utilizamos planchas y materiales de espesores gruesos adecuados para soportar el uso. El lavadero no se deforma ni se deteriora a poco tiempo de uso. Nuestros lavaderos tienen años de duración con mínimo mantenimiento. Nota: No incluye: grifo, accesorios sanitarios, instalación sanitaria.		
			SUB-TOTAL IGV (18%) TOTAL	1717.00 309.06 2026.06

Nota: Entrega a domicilio e instalación tienen costos adicionales.

CONDICIONES DE VENTA (1)
En caso de ser aprobada la cotización, emitir una **Orden de compra o enviar la aceptación de la cotización**, debidamente firmada y sellada, **luego abonar el monto indicado**. Una vez depositado, enviar su voucher al email o whatsapp (968 968464) para confirmar, y proceder con su pedido

- FORMA DE PAGO : 70% adelanto, saldo antes del despacho.
- I.G.V. (18%) : **Incluido**
- VALIDEZ DE LA OFERTA: 07 días (Sujeto a Variación sin previo aviso)
- TIEMPO DE DESPACHO : 10 días útiles. Contados a partir del día útil siguiente de la confirmación del depósito.
- GARANTÍA : 01 año, cubre por defecto de fabricación, no incluye mal uso o por falta de mantenimiento (2)

PAOLA FLORES
EJECUTIVA DE VENTAS