



**UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA**

**CAMAS ECOLOGICAS PARA MASCOTAS  
“KAWIPET”**

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

**JENNYFER DAYANA FARFÁN CODARLUPO**  
**Contabilidad**

**IRENE GERALDINE MALDONADO DÁVILA**  
**Contabilidad**

**GLADYS BRENDA NOLASCO YAYA**  
**Contabilidad**

**SUSAN JHUDIT CASTAÑEDA CHANCASANAMPA**  
**Administración de Empresas**

**Asesor:**  
**Alberto Antonio Hidalgo Chávez**

**Lima – Perú**

**2020**

# CAMAS ECOLOGICAS PARA MASCOTAS "KAWIPET"

## INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

1 %

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

Reyes, Fiorella Paola Díaz | Herrera, Gey  
Katerine Valverde | Hernández, Jaime Wilbert  
Fernandez | Carnero, Rita María Sarco.  
"Smart Trash, Contenedores Inteligentes de  
Segregación Para Mejorar los Hábitos de  
Reciclaje", Pontificia Universidad Catolica del  
Peru (Peru), 2022

Publicación

1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

## Índice

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resumen Ejecutivo .....                                                                                   | 1  |
| Capítulo I. Información General .....                                                                     | 3  |
| 1.1. Nombre de la empresa, horizonte de evaluación.....                                                   | 3  |
| 1.1.1. Razón social. ....                                                                                 | 3  |
| 1.1.2. Nombre comercial. ....                                                                             | 3  |
| 1.1.3. Logo.....                                                                                          | 3  |
| 1.1.4. Horizonte de evaluación. ....                                                                      | 4  |
| 1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.....                                           | 5  |
| 1.2.1. Actividad económica. ....                                                                          | 5  |
| 1.2.2. Código CIIU.....                                                                                   | 5  |
| 1.2.3. Partida arancelaria. ....                                                                          | 5  |
| 1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS .....                                                         | 6  |
| 1.3.1. Definición del negocio.....                                                                        | 6  |
| 1.3.2. Modelo Canvas.....                                                                                 | 6  |
| 1.4. Descripción del producto .....                                                                       | 8  |
| 1.5. Oportunidades de negocio.....                                                                        | 9  |
| 1.6. Estrategia genérica de la empresa.....                                                               | 11 |
| Capítulo II. Análisis del Entorno.....                                                                    | 12 |
| 2.1. Análisis del macro entorno.....                                                                      | 12 |
| 2.1.1. Del país (últimos 5 años). ....                                                                    | 12 |
| 2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población<br>económicamente activa..... | 17 |
| 2.1.1.3 <i>Balanza comercial: Importaciones y exportaciones</i> .....                                     | 21 |

|               |                                                                                                     |    |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.1.4       | <i>Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.....</i> | 23 |
| 2.1.1.5       | <i>Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.....</i>                                    | 27 |
| 2.1.2         | <i>Del Sector (últimos 5 años).....</i>                                                             | 27 |
| 2.1.2.3       | <i>Mercado internacional.....</i>                                                                   | 27 |
| 2.1.2.4       | <i>Mercado del consumidor.....</i>                                                                  | 31 |
| 2.1.2.5       | <i>Mercado de proveedores.....</i>                                                                  | 34 |
| 2.1.2.6       | <i>Mercado de Competidor .....</i>                                                                  | 38 |
| 2.1.2.7       | <i>Mercado distribuidor .....</i>                                                                   | 40 |
| 2.1.2.8       | <i>Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....</i>                                   | 42 |
| 2.2           | <i>Análisis del Microentorno.....</i>                                                               | 44 |
| 2.2.1         | <i>Competidores actuales: Nivel de competitividad baja. ....</i>                                    | 44 |
| 2.2.2         | <i>Fuerza negociadora de los clientes: Alta. ....</i>                                               | 45 |
| 2.2.3         | <i>Fuerza negociadora de los proveedores: Bajo .....</i>                                            | 46 |
| 2.2.4         | <i>Amenaza de productos sustitutos: Alta. ....</i>                                                  | 47 |
| 2.2.5         | <i>Competidores potenciales barreras de entrada: Alta. ....</i>                                     | 48 |
| Capítulo III. | <i>Plan estratégico .....</i>                                                                       | 50 |
| 3.1.          | <i>Visión y misión de la empresa. ....</i>                                                          | 50 |
| 3.1.1.        | <i>Visión.....</i>                                                                                  | 50 |
| 3.1.2.        | <i>Misión.....</i>                                                                                  | 50 |
| 3.2.          | <i>Análisis FODA .....</i>                                                                          | 50 |
| 3.3.          | <i>Objetivos .....</i>                                                                              | 52 |
| 3.3.1.        | <i>Objetivo General. ....</i>                                                                       | 52 |
| 3.3.2.        | <i>Objetivos Específicos .....</i>                                                                  | 52 |
| Capítulo IV.  | <i>Estudio de Mercado.....</i>                                                                      | 54 |

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Investigación de mercado.....                       | 54  |
| 4.1.1. Criterios de Segmentación.....                    | 54  |
| 4.1.1.1. <i>Segmentación Geográfica</i> .....            | 54  |
| 4.1.1.2. <i>Segmentación Demográfica</i> .....           | 54  |
| 4.1.1.3. <i>Segmentación Psicográfica</i> .....          | 54  |
| 4.1.2. Marco muestral.....                               | 55  |
| 4.1.2.1. <i>Calculo de tamaño muestral</i> .....         | 55  |
| 4.1.3. Entrevista a profundidad.....                     | 57  |
| 4.1.4. Focus Group.....                                  | 63  |
| 4.1.5. Encuestas. ....                                   | 68  |
| 4.2. Demanda y Oferta.....                               | 92  |
| 4.2.1. Estimación del Mercado Potencial.....             | 92  |
| 4.2.2. Estimación del Mercado Disponible. ....           | 99  |
| 4.2.3. Estimación del Mercado Efectivo .....             | 101 |
| 4.2.4. Estimación del Mercado Objetivo.....              | 110 |
| 4.2.5. Frecuencia de compra.....                         | 112 |
| 4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.....           | 113 |
| 4.2.7. Estacionalidad. ....                              | 114 |
| 4.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado. .... | 117 |
| 4.2.8.1. <i>Programa de ventas en unidades</i> .....     | 117 |
| 4.2.8.2. <i>Programa de ventas valorizadas</i> . ....    | 134 |
| 4.3. Mezcla de marketing.....                            | 147 |
| 4.3.1. Producto.....                                     | 147 |
| 4.3.2. Precio.....                                       | 151 |
| 4.3.3. Plaza. ....                                       | 155 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.4. Promoción.....                                                | 157 |
| 4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.....                                 | 158 |
| 4.3.4.2. Promoción para todos los años.....                          | 161 |
| Capítulo V: Estudio legal y organizacional .....                     | 167 |
| 5.1. Estudio legal.....                                              | 167 |
| 5.1.1. Forma societaria.....                                         | 167 |
| 5.1.2. Registro de marcas y patentes.....                            | 171 |
| 5.1.3. Licencias y autorizaciones.....                               | 173 |
| 5.1.4. Legislación laboral.....                                      | 175 |
| 5.1.5. Legislación tributaria.....                                   | 182 |
| 5.1.6. Otros aspectos legales.....                                   | 184 |
| 5.1.7. Resumen del capítulo .....                                    | 185 |
| 5.2. Estudio organizacional.....                                     | 188 |
| 5.2.1. Organigrama funcional.....                                    | 188 |
| 5.2.2. Servicios tercerizados.....                                   | 189 |
| 5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.....                        | 189 |
| 5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados..... | 201 |
| 5.2.5. Aspectos laborales.....                                       | 203 |
| Capítulo VI: Estudio técnico.....                                    | 223 |
| 6.1. Tamaño del proyecto .....                                       | 223 |
| 6.1.1. Capacidad instalada.....                                      | 223 |
| 6.1.2. Capacidad utilizada .....                                     | 224 |
| 6.1.3. Capacidad máxima .....                                        | 225 |
| 6.2. Procesos .....                                                  | 226 |
| 6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.....               | 226 |

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.2.2. Programa de producción.....                                                                                                                                     | 228 |
| 6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos. ....                                                                                                                    | 241 |
| 6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.....                                                                                                           | 248 |
| 6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.....                                                                                                                      | 250 |
| 6.3. Tecnología para el proceso.....                                                                                                                                   | 253 |
| 6.3.1. Maquinarias.....                                                                                                                                                | 253 |
| 6.3.2. Equipos. ....                                                                                                                                                   | 256 |
| 6.3.3. Herramientas. ....                                                                                                                                              | 258 |
| 6.3.4. Mobiliario. ....                                                                                                                                                | 261 |
| 6.3.5. Útiles de oficina. ....                                                                                                                                         | 263 |
| 6.3.6. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos. ....                                                                                                        | 266 |
| 6.3.7. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....                                                                                                | 268 |
| 6.3.8. Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de<br>maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas. .... | 269 |
| 6.4. Localización .....                                                                                                                                                | 273 |
| 6.4.1. Macro localización. ....                                                                                                                                        | 273 |
| 6.4.2. Micro localización.....                                                                                                                                         | 276 |
| 6.4.3. Gastos de adecuación. ....                                                                                                                                      | 279 |
| 6.4.4. Gastos de servicios. ....                                                                                                                                       | 280 |
| 6.4.5. Plano del centro de operaciones.....                                                                                                                            | 283 |
| 6.4.6. Descripción del centro de operaciones. ....                                                                                                                     | 284 |
| 6.5. Responsabilidad social frente al entorno .....                                                                                                                    | 285 |
| 6.5.1. Impacto ambiental. ....                                                                                                                                         | 285 |
| 6.5.2. Con los trabajadores. ....                                                                                                                                      | 286 |
| 6.5.3. Con la comunidad.....                                                                                                                                           | 286 |

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Capítulo VII: Estudio económico y financiero .....      | 298 |
| 7.1. Inversiones .....                                  | 298 |
| 7.1.1. Inversión en activo fijo depreciable. ....       | 298 |
| 7.1.2. Inversión en activo intangible. ....             | 299 |
| 7.1.3. Inversión en gastos pre-operativos. ....         | 301 |
| 7.1.4. Inversión en inventarios iniciales. ....         | 305 |
| 7.1.5. Inversión en capital de trabajo. ....            | 310 |
| 7.1.6. Liquidación del IGV. ....                        | 319 |
| 7.1.7. Resumen de estructura de inversiones. ....       | 320 |
| 7.2. Financiamiento .....                               | 322 |
| 7.2.1. Estructura de financiamiento. ....               | 322 |
| 7.2.2. Financiamiento del activo fijo. ....             | 324 |
| 7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo. ....      | 330 |
| 7.3. Ingresos anuales. ....                             | 334 |
| 7.3.1. Ingresos por ventas. ....                        | 334 |
| 7.3.2. Recuperación del capital de trabajo. ....        | 336 |
| 7.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo. ....      | 338 |
| 7.4. Costos y gastos anuales. ....                      | 341 |
| 7.4.1. Egresos desembolsables. ....                     | 341 |
| 7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos. .... | 341 |
| 7.4.1.2. Presupuesto de mano de obra directa. ....      | 343 |
| 7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos. ....         | 346 |
| 7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración. ....  | 350 |
| 7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas. ....          | 352 |
| 7.4.2. Egresos no desembolsables. ....                  | 355 |



|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.4.2.1. Depreciación. ....                                                      | 355 |
| 7.4.2.2. Amortización de intangibles. ....                                       | 357 |
| 7.4.2.3. Gasto por activo fijo no depreciable. ....                              | 361 |
| 7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario. ....                 | 363 |
| 7.4.4. Costos fijos y variables unitarios. ....                                  | 367 |
| Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados.....                              | 372 |
| 8.1. Premisas del estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja.....        | 372 |
| 8.2. Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros .....                 | 372 |
| 8.3. Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal ..... | 375 |
| 8.4. Flujo de caja operativo.....                                                | 376 |
| 8.5. Flujo de capital .....                                                      | 379 |
| 8.6. Flujo de caja económico .....                                               | 380 |
| 8.7. Flujo del servicio de la deuda.....                                         | 382 |
| 8.8. Flujo de caja financiero.....                                               | 383 |
| Capítulo IX. Evaluación Económica Financiera .....                               | 385 |
| 9.1. Cálculo de la tasa de descuento .....                                       | 385 |
| 9.1.1. Costos de oportunidad ( $K_e$ ). ....                                     | 385 |
| 9.1.1.1. Cálculo del CAPM.....                                                   | 385 |
| 9.1.1.2. Cálculo del COK propio. ....                                            | 386 |
| 9.1.1.3. Costo de la deuda. ....                                                 | 387 |
| 9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (Wacc).....                           | 387 |
| 9.2. Evaluación económica financiera.....                                        | 388 |
| 9.2.1. Indicadores de rentabilidad.....                                          | 388 |
| 9.2.1.1. VANE y VANF. ....                                                       | 389 |
| 9.2.1.2. TIRE, TIRF, TIRME y TIRMF.....                                          | 389 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 9.2.1.3. <i>Periodo de recuperación descontado.</i> .....                        | 390 |
| 9.2.1.4. <i>Análisis beneficio/Costo (B/C).</i> .....                            | 392 |
| 9.2.2. <i>Análisis del punto de equilibrio.</i> .....                            | 393 |
| 9.2.2.1. <i>Costos variables y fijos.</i> .....                                  | 393 |
| 9.2.2.2. <i>Estado de resultados (costeo directo)</i> .....                      | 395 |
| 9.2.2.3. <i>Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.</i> ..... | 396 |
| 9.2.2.4. <i>Estimación y análisis del punto de equilibrio en soles.</i> .....    | 400 |
| 9.3. <i>Análisis de sensibilidad y riesgo.</i> .....                             | 401 |
| 9.3.1. <i>Variables de entrada.</i> .....                                        | 401 |
| 9.3.2. <i>Variables de salida.</i> .....                                         | 402 |
| 9.3.3. <i>Análisis unidimensional.</i> .....                                     | 402 |
| 9.3.4. <i>Análisis multidimensional.</i> .....                                   | 405 |
| 9.3.5. <i>Variables críticas del proyecto.</i> .....                             | 406 |
| 9.3.6. <i>Perfil de riesgo.</i> .....                                            | 406 |
| Conclusiones .....                                                               | 407 |
| Recomendaciones .....                                                            | 409 |
| Referencia .....                                                                 | 410 |
| Anexos .....                                                                     | 414 |

## Índice de tablas

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Cuadro de depreciación de activos fijos .....       | 4  |
| Tabla 2. Código CIU.....                                     | 5  |
| Tabla 3. Modelo Canvas.....                                  | 7  |
| Tabla 4. <i>Perfiles Zonales Lima Metropolitana</i> .....    | 14 |
| Tabla 5. Ciudades importantes del Perú.....                  | 16 |
| Tabla 6. <i>Cantidad de llantas por cada proveedor</i> ..... | 37 |
| Tabla 7. Análisis Foda.....                                  | 51 |
| Tabla 8. Marco muestral.....                                 | 56 |
| Tabla 9. Primer focus group .....                            | 63 |
| Tabla 10. Segundo <i>focus group</i> .....                   | 66 |
| Tabla 11. Encuestas – Pregunta 1 .....                       | 69 |
| Tabla 12. Encuestas – Pregunta 2 .....                       | 70 |
| Tabla 13. Encuestas – Pregunta 3 .....                       | 71 |
| Tabla 14. Encuestas – Pregunta 4 .....                       | 72 |
| Tabla 15. Encuestas – Pregunta 5 .....                       | 73 |
| Tabla 16. Encuestas – Pregunta 6 .....                       | 74 |
| Tabla 17. Encuestas – Pregunta 5 .....                       | 75 |
| Tabla 18. Encuestas – Pregunta 8 .....                       | 76 |
| Tabla 19. Encuestas – Pregunta 9 .....                       | 77 |
| Tabla 20. Encuestas – Pregunta 10 .....                      | 78 |
| Tabla 21. Encuestas – Pregunta 11 .....                      | 79 |
| Tabla 22. Encuestas – Pregunta 12 .....                      | 80 |
| Tabla 23. Encuestas – Pregunta 13 .....                      | 81 |
| Tabla 24. Encuestas – Pregunta 14 .....                      | 82 |

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 25. Encuestas – Pregunta 27 .....                                                             | 83  |
| Tabla 26. Encuestas – Pregunta 16 .....                                                             | 84  |
| Tabla 27. Encuestas – Pregunta 17 .....                                                             | 85  |
| Tabla 28. Encuestas – Pregunta 15 .....                                                             | 86  |
| Tabla 29. Encuestas – Pregunta 19 .....                                                             | 87  |
| Tabla 30. Encuestas – Pregunta 20 .....                                                             | 88  |
| Tabla 31. Encuestas – Pregunta 21 .....                                                             | 89  |
| Tabla 32. Encuestas – Pregunta 18 .....                                                             | 90  |
| Tabla 33. Encuestas – Pregunta 23 .....                                                             | 91  |
| Tabla 34. Proyección Mercado Potencial año 2021.....                                                | 93  |
| Tabla 35. Proyección Mercado Potencial año 2022.....                                                | 94  |
| Tabla 36. Proyección Mercado Potencial año 2023.....                                                | 95  |
| Tabla 37. Proyección Mercado Potencial año 2024.....                                                | 96  |
| Tabla 38. Proyección Mercado Potencial año 2025.....                                                | 97  |
| Tabla 39. Resumen de la proyección del Mercado Potencial del 2021 al 2025 .....                     | 98  |
| Tabla 40. Pregunta 7 ¿Compras cama para tu mascota? .....                                           | 99  |
| Tabla 41. Resumen de la proyección del Mercado Disponible .....                                     | 100 |
| Tabla 42. Pregunta 14: ¿Compraría nuestra cama para su macota hecha de llantas recicladas?<br>..... | 101 |
| Tabla 43. Resumen de la proyección del Mercado Efectivo .....                                       | 101 |
| Tabla 44. <i>Pregunta 17: ¿Qué tamaño compraría de nuestras camas?</i> .....                        | 103 |
| Tabla 45. Pregunta 18: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama pequeña (55*40 cm)?              | 103 |
| Tabla 46. Pregunta 19: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama mediana (65*50 cm)?              | 104 |
| Tabla 47. Pregunta 20: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama grande (75*60 cm)?..             | 104 |
| Tabla 48. Mercado Efectivo que prefieren cama pequeña (55*40 cm) .....                              | 105 |

|                                                                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 49. Mercado Efectivo que prefieren cama mediana (65*50 cm) .....                                                                                                        | 106 |
| Tabla 50. Mercado Efectivo que prefieren cama grande (75*60 cm).....                                                                                                          | 108 |
| Tabla 51. Resumen del Mercado Efectivo que prefieren camas según los tamaños .....                                                                                            | 109 |
| Tabla 52. Resumen de la proyección del Mercado Efectivo .....                                                                                                                 | 111 |
| Tabla 53. Frecuencia de compra de cama ecológica para la mascota.....                                                                                                         | 112 |
| Tabla 54. Resumen de la proyección de la demanda anual a distribuir. ....                                                                                                     | 113 |
| Tabla 55. Meses del año que comprarían el producto.....                                                                                                                       | 114 |
| Tabla 56. Estacionalidad por anual por trimestres.....                                                                                                                        | 115 |
| Tabla 57. Estacionalidad 2021.....                                                                                                                                            | 115 |
| Tabla 58. Estacionalidad 2022 al 2025 .....                                                                                                                                   | 116 |
| Tabla 59. Resultado de la pregunta 21 .....                                                                                                                                   | 117 |
| Tabla 60. Canales de distribución seleccionados.....                                                                                                                          | 118 |
| Tabla 61. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2021<br>.....                                                                         | 119 |
| Tabla 62. <i>Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2022</i><br>.....                                                                  | 119 |
| Tabla 63. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2023<br>.....                                                                         | 120 |
| Tabla 64. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2024<br>.....                                                                         | 121 |
| Tabla 65. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2025<br>.....                                                                         | 121 |
| Tabla 66. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el<br>Canal de distribución Veterinaria con un porcentaje de restitución de 33.30%. .... | 122 |

|                                                                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 67. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2021 .....                                                                                 | 124 |
| Tabla 68. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2022 .....                                                                                 | 124 |
| Tabla 69. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2023 .....                                                                                 | 125 |
| Tabla 70. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2024 .....                                                                                 | 126 |
| Tabla 71. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2025 .....                                                                                 | 126 |
| Tabla 72. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el Canal de distribución Petshops con un porcentaje de restitución de 16.40% .....         | 127 |
| Tabla 73. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional año 2021 .....                                                                       | 129 |
| Tabla 74. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2022. ....                                                                      | 129 |
| Tabla 75. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2023 .....                                                                      | 130 |
| Tabla 76. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2024. ....                                                                      | 131 |
| Tabla 77. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2025 .....                                                                      | 131 |
| Tabla 78. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el Canal de distribución de Mercado Tradicional con un porcentaje de restitución de 15.50% | 132 |

|                                                                                                                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 79. Resumen anual del año 2021 al 2025 del Total de Programas de ventas en unidades para los Canales de distribución de: Veterinarias, Petshops y Mercado Tradicional. .... | 133 |
| Tabla 80. Precio de venta según tamaño para Veterinarias.....                                                                                                                     | 135 |
| Tabla 81. Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2021 .....                                                                                | 135 |
| Tabla 82. Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2022 .....                                                                                | 136 |
| Tabla 83. Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2023 .....                                                                                | 136 |
| Tabla 84. Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2024 .....                                                                                | 137 |
| Tabla 85. Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2025 .....                                                                                | 137 |
| Tabla 86. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución Veterinaria. ....                                                   | 138 |
| Tabla 87. Precio de venta según tamaño para Petshops.....                                                                                                                         | 139 |
| Tabla 88. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2021 .....                                                                                   | 140 |
| Tabla 89. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2022 .....                                                                                   | 140 |
| Tabla 90. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2023 .....                                                                                   | 141 |
| Tabla 91. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2024 .....                                                                                   | 141 |

|                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 92. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2025 .....                                            | 142 |
| Tabla 93. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución Petshops .....               | 142 |
| Tabla 94. Precio de venta según tamaño para Mercado tradicional .....                                                                      | 143 |
| Tabla 95. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2021 .....                                 | 144 |
| Tabla 96. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2022 .....                                 | 144 |
| Tabla 97. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2023. ....                                 | 145 |
| Tabla 98. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2024. ....                                 | 145 |
| Tabla 99. Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2025. ....                                 | 146 |
| Tabla 100. Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución de Mercado Tradicional..... | 146 |
| Tabla 101. Rango de precios a pagar Camas pequeñas .....                                                                                   | 152 |
| Tabla 102. Rango de precios a pagar Camas medianas .....                                                                                   | 152 |
| Tabla 103. Rango de precios a pagar Camas grande .....                                                                                     | 153 |
| Tabla 104. Precio sugerido para Veterinarias.....                                                                                          | 153 |
| Tabla 105. Precio sugerido para Petshops. ....                                                                                             | 154 |
| Tabla 106. Precio sugerido a Mercado Tradicional .....                                                                                     | 154 |
| Tabla 107. Medios de comunicación de preferencia según encuestados .....                                                                   | 157 |
| Tabla 108. Gasto por campaña de Lanzamiento en año “0” .....                                                                               | 161 |



|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 109. Plan de promoción.....                                          | 162 |
| Tabla 110. Gasto por campaña de Lanzamiento Anual del 2021 al 2025.....    | 162 |
| Tabla 111. Actividades calendarizadas del 2021 al 2025 .....               | 164 |
| Tabla 112. Análisis comparativos de sociedades.....                        | 167 |
| Tabla 113. Aporte de capital por accionista .....                          | 169 |
| Tabla 114. <i>Valorización de la constitución societaria</i> .....         | 170 |
| Tabla 115. <i>Valorización de registros de Marca</i> .....                 | 173 |
| Tabla 116. <i>Valorización de Licencia y autorizaciones</i> .....          | 175 |
| Tabla 117. <i>Análisis comparativo por tamaño de empresa</i> .....         | 176 |
| Tabla 118. Beneficios laborales.....                                       | 179 |
| Tabla 119. <i>Tabla. Legislación Tributaria</i> .....                      | 183 |
| Tabla 120. <i>Resumen de creación de la empresa</i> .....                  | 185 |
| Tabla 121. <i>Puestos de trabajo por año</i> .....                         | 188 |
| Tabla 122. <i>Servicios de tercerización.</i> .....                        | 189 |
| Tabla 123. <i>Puesto de Trabajo Gerente General</i> .....                  | 190 |
| Tabla 124. <i>Puesto de Trabajo Asistente Administrativo</i> .....         | 191 |
| Tabla 125. <i>Puesto de Trabajo Asistente de Ventas</i> .....              | 193 |
| Tabla 126. Porcentaje fijo y variable del sueldo del vendedor por mes..... | 195 |
| Tabla 127. Porcentaje de incentivo sobre las ventas.....                   | 195 |
| Tabla 128. <i>Puesto de Trabajo Jefe de Producción y Operaciones</i> ..... | 196 |
| Tabla 129. <i>Puesto de Trabajo y analista de calidad</i> .....            | 198 |
| Tabla 130. <i>Puesto de Trabajo de Operarios de Producción.</i> .....      | 200 |
| Tabla 131. <i>Información de los aspectos laborales.</i> .....             | 204 |
| Tabla 132. <i>Información de los servicios tercerizados.</i> .....         | 205 |
| Tabla 133. <i>Planilla del área de Administración</i> .....                | 206 |

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Tabla 134. Provisión de Planilla del área de Administración del año 2021 al 2025. ....</i>                | 207 |
| <i>Tabla 135. Planilla del área de ventas.....</i>                                                           | 208 |
| <i>Tabla 136. Provisión de la planilla del área de ventas del año 2021 al 2025. ....</i>                     | 209 |
| <i>Tabla 137. Planilla del área de Operaciones y producción.....</i>                                         | 210 |
| <i>Tabla 138. Provisión de Planilla del área de Operaciones y producción del año 2021 al 2025.<br/>.....</i> | 211 |
| <i>Tabla 139. Planilla del área de operaciones y producción.....</i>                                         | 212 |
| <i>Tabla 140. Provisión de Planilla del área de Operaciones y producción del año 2021 al 2025.<br/>.....</i> | 213 |
| <i>Tabla 141. Resumen de Planillas de los años 2021 al 2025. ....</i>                                        | 214 |
| <i>Tabla 142. Ingresos Anuales y pagos de planillas anuales del año 2021 al 2025. ....</i>                   | 215 |
| <i>Tabla 143. Planilla 2021 valorizados en soles.....</i>                                                    | 215 |
| <i>Tabla 144. Planilla 2022.....</i>                                                                         | 216 |
| <i>Tabla 145. Planilla 2023.....</i>                                                                         | 217 |
| <i>Tabla 146. Planilla 2024.....</i>                                                                         | 218 |
| <i>Tabla 147. Planilla 2025.....</i>                                                                         | 219 |
| <i>Tabla 148. Resumen del costo laboral anual 2021 - 2025.....</i>                                           | 220 |
| <i>Tabla 149. Detalles de los gastos por servicio tercerizados del años 2021 al 2025.....</i>                | 221 |
| <i>Tabla 150. Detalles de los horarios de trabajo .....</i>                                                  | 222 |
| <i>Tabla 151. Capacidad instalada .....</i>                                                                  | 223 |
| <i>Tabla 152. Capacidad de producción por máquina de coser.....</i>                                          | 224 |
| <i>Tabla 153. Producción de camas anuales.....</i>                                                           | 224 |
| <i>Tabla 154. Porcentaje de utilización y capacidad ociosa.....</i>                                          | 225 |
| <i>Tabla 155. Capacidad máxima instalada.....</i>                                                            | 226 |
| <i>Tabla 156. Programa de producción- Cama tamaño pequeño .....</i>                                          | 229 |

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 157. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño pequeña del año 2020 y 2021 ..... | 230 |
| Tabla 158. Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2022 .....       | 230 |
| Tabla 159. Programa de producción Mensual- Cama Tamaño pequeña del año 2023.....         | 231 |
| Tabla 160. Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2024 .....       | 231 |
| Tabla 161. Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2025 .....       | 232 |
| Tabla 162. Resumen de Programa de producción- Cama tamaño pequeña .....                  | 232 |
| Tabla 163. Programa de producción- Cama tamaño Mediana.....                              | 233 |
| Tabla 164. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2020 y 2021 ..... | 233 |
| Tabla 165. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2022.....         | 234 |
| Tabla 166. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2023.....         | 234 |
| Tabla 167. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2024.....         | 235 |
| Tabla 168. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2025 .....        | 235 |
| Tabla 169. Resumen de Programa de producción- Cama tamaño Mediana .....                  | 236 |
| Tabla 170. Programa de producción- Cama tamaño Grande.....                               | 237 |
| Tabla 171. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Grande del año 2020 y 2021. ....  | 237 |
| Tabla 172. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Grande del año 2022.....          | 238 |
| Tabla 173. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2023.....         | 238 |
| Tabla 174. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2024.....         | 239 |
| Tabla 175. Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2025.....         | 239 |
| Tabla 176. Resumen de Programa de producción- Cama tamaño Grande .....                   | 240 |
| Tabla 177. Resumen de Programa de producción de los tres tamaños de camas.....           | 241 |
| Tabla 178. Necesidades de materias primas e insumos. ....                                | 242 |

|                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 179. Consumo de materias primas para la elaboración de la cama pequeña en presentación de medidas 55 x 40 ..... | 243 |
| Tabla 180. Consumo y valorización de material de bolsas.....                                                          | 243 |
| Tabla 181. Necesidad de materias primas .....                                                                         | 243 |
| Tabla 182. Consumo de materias primas para la elaboración de la cama mediana en presentación de medidas 65 x 65 ..... | 244 |
| Tabla 183. Consumo y valorización de material de bolsas.....                                                          | 244 |
| Tabla 184. Necesidad de materias primas para el modelo de cama grande .....                                           | 245 |
| Tabla 185. Consumo de materias primas para la elaboración de la cama grande en presentación de medidas 75 x 60 .....  | 246 |
| Tabla 186. Detalle del Consumo y valorización de material de bolsas para la cama grande .....                         | 246 |
| Tabla 187. Detallamos un cuadro resumen que será considerado en el consumo en materia prima y consumo. ....           | 246 |
| Tabla 188. Detalle de materiales de bolsas a considerar .....                                                         | 247 |
| Tabla 189. Stock de seguridad de las llantas.....                                                                     | 247 |
| Tabla 190. Programa de compras materia prima anuales del año 2020 al 2025. ....                                       | 248 |
| Tabla 191. Programa de compra de materiales anuales .....                                                             | 248 |
| Tabla 192. Presupuesto de compras materia prima anuales .....                                                         | 249 |
| Tabla 193. Presupuesto de compra de materiales anuales .....                                                          | 249 |
| Tabla 194. Tiempo de cada área para producir una cama. ....                                                           | 250 |
| Tabla 195. Capacidad de producir por cada área en un año .....                                                        | 251 |
| Tabla 196. Requerimiento de Mano de Obra Directa de los años 2021 al 2025. ....                                       | 252 |
| Tabla 197. Máquinas para producción depreciables. ....                                                                | 253 |
| Tabla 198. Máquinas para producción sin depreciación. ....                                                            | 254 |

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 199. Maquinarias a utilizar .....                                                                      | 255 |
| Tabla 200. <i>Equipos de Producción depreciables - laptop</i> .....                                          | 256 |
| Tabla 201. <i>Equipos de Producción no depreciables - impresora</i> .....                                    | 256 |
| Tabla 202. <i>Equipos de Administración depreciables</i> .....                                               | 257 |
| Tabla 203. <i>Equipos de Administración no depreciables</i> .....                                            | 257 |
| Tabla 204. <i>Equipos del Área de Ventas depreciables</i> .....                                              | 257 |
| Tabla 205. <i>Equipos del Área de Ventas no depreciables</i> .....                                           | 258 |
| Tabla 206. <i>Herramientas del área de producción</i> .....                                                  | 259 |
| Tabla 207. <i>Útiles de limpieza del área de producción</i> .....                                            | 260 |
| Tabla 208. <i>Mobiliario de producción no depreciable</i> .....                                              | 261 |
| Tabla 209. <i>Mobiliario área administrativa no depreciable</i> .....                                        | 261 |
| Tabla 210. <i>Mobiliario área ventas no depreciable</i> .....                                                | 262 |
| Tabla 211. <i>Útiles de oficina área administrativa</i> .....                                                | 263 |
| Tabla 212. <i>Útiles de oficina área ventas</i> .....                                                        | 264 |
| Tabla 213. <i>Útiles de oficina área producción</i> .....                                                    | 265 |
| Tabla 214. <i>Mantenimiento de maquinarias y equipos de producción depreciables</i> .....                    | 266 |
| Tabla 215. <i>Mantenimiento de equipos y mobiliaria de la área de administración depreciables</i> .<br>..... | 267 |
| Tabla 216. <i>Mantenimiento de equipos y mobiliaria de la área de ventas</i> .....                           | 267 |
| Tabla 217. <i>Reposición de herramientas</i> .....                                                           | 268 |
| Tabla 218. <i>Reposición de útiles de limpieza</i> .....                                                     | 268 |
| Tabla 219. <i>Reposición de útiles de oficina del área administrativa</i> .....                              | 269 |
| Tabla 220. <i>Reposición de útiles de oficina de ventas</i> .....                                            | 270 |
| Tabla 221. <i>Reposición de útiles de oficina de Producción</i> .....                                        | 270 |
| Tabla 222. <i>Reposición equipos del área de producción depreciable</i> .....                                | 271 |

|                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 223. <i>Reposición equipos del área de producción no depreciable</i> .....                                   | 271 |
| Tabla 224. <i>Reposición mobiliario del área de producción no depreciable</i> .....                                | 272 |
| Tabla 225. <i>Reposición mobiliario del área de administrativa no depreciable.</i> .....                           | 272 |
| Tabla 226. <i>Reposición mobiliario del área de ventas no depreciable</i> .....                                    | 273 |
| Tabla 227. <i>Matriz de decisión macro localización.</i> .....                                                     | 275 |
| Tabla 228. <i>Matriz de decisión de Microlocalización</i> .....                                                    | 276 |
| Tabla 229. <i>Detalle del local.</i> .....                                                                         | 277 |
| Tabla 230. <i>Infraestructura del local</i> .....                                                                  | 278 |
| Tabla 231. <i>Gastos de adecuación.</i> .....                                                                      | 279 |
| Tabla 232. <i>Garantía de alquiler por el local.</i> .....                                                         | 280 |
| Tabla 233. <i>Gastos de agua</i> .....                                                                             | 281 |
| Tabla 234. <i>Precio de consumo de agua en un mes.</i> .....                                                       | 281 |
| Tabla 235. <i>Precio de consumo energía eléctrica</i> .....                                                        | 282 |
| Tabla 236. <i>Descripción del centro de operaciones.</i> .....                                                     | 284 |
| Tabla 237. <i>Actividades para el impacto ambiental, con los trabajadores y la comunidad en el año 2021.</i> ..... | 287 |
| Tabla 238. <i>Actividades para el impacto ambiental, con los trabajadores y la comunidad en el año 2022.</i> ..... | 289 |
| Tabla 239. <i>Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2023.</i> .....  | 290 |
| Tabla 240. <i>Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2024.</i> .....  | 292 |
| Tabla 241. <i>Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2025.</i> .....  | 294 |
| Tabla 242. <i>Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad.</i> ..                    | 296 |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 243. <i>Inversión de activos (importe en soles)</i> .....                                                                                        | 298 |
| Tabla 244. <i>La compra de activos fijos intangibles del año “0” del proyecto (importe en soles)</i><br>.....                                          | 299 |
| Tabla 245. <i>Los gastos de puesta en marcha del proyecto comprenden los gastos que se realizan<br/>en el periodo pre-operativo del año 2020</i> ..... | 301 |
| Tabla 246. <i>Resumen de Gastos pre operativos</i> .....                                                                                               | 305 |
| Tabla 247. <i>Costo unitario de unidades producidas (importe en soles)</i> .....                                                                       | 306 |
| Tabla 248. <i>Sampling para la cama pequeña (importe en soles)</i> .....                                                                               | 306 |
| Tabla 249. <i>Sampling para la cama mediana (importe en soles)</i> .....                                                                               | 307 |
| Tabla 250. <i>Sampling para la cama grande (importe en soles)</i> .....                                                                                | 308 |
| Tabla 251. <i>Inventario Inicial de productos terminados para las camas pequeñas (importe en<br/>soles)</i> .....                                      | 308 |
| Tabla 252. <i>Inventario Inicial de productos terminados para las camas medianas (importe en<br/>soles)</i> .....                                      | 309 |
| Tabla 253. <i>Inventario Inicial de productos terminados para las camas grandes</i> . ....                                                             | 309 |
| Tabla 254. <i>Total de inventario inicial de sampling y productos terminados</i> .....                                                                 | 310 |
| Tabla 255. <i>La inversión del capital de trabajo mes1 - 12 (importe en soles)</i> .....                                                               | 311 |
| Tabla 256. <i>La inversión del capital de trabajo mes13 - 24 (importe en soles)</i> .....                                                              | 315 |
| Tabla 257. <i>Liquidación del igv Dic. 2020 - 2021</i> .....                                                                                           | 319 |
| Tabla 258. <i>Liquidación del igv Ene. 2022 – Dic. 2022</i> .....                                                                                      | 320 |
| Tabla 259. <i>Resumen de la estructura de inversión</i> . ....                                                                                         | 321 |
| Tabla 260. <i>Estructura de la inversión</i> .....                                                                                                     | 322 |
| Tabla 261. <i>Aportes de los socios</i> .....                                                                                                          | 323 |
| Tabla 262. <i>Estructura financiera</i> .....                                                                                                          | 323 |
| Tabla 263. <i>Evaluación para el financiamiento del activo fijo</i> .....                                                                              | 324 |

|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 264. <i>Préstamo de activo dijo – Mi Banco</i> .....                              | 326 |
| Tabla 265. <i>Cronograma de pagos de Mi Banco</i> .....                                 | 327 |
| Tabla 266. <i>Resumen del cronograma de pagos anual MIBANCO</i> .....                   | 329 |
| Tabla 267. <i>Evaluación financiera para el capital de trabajo</i> .....                | 330 |
| Tabla 268. <i>Préstamo de Capital de trabajo – Caja Huancayo</i> . ....                 | 332 |
| Tabla 269. <i>Cronograma de pagos – Caja Huancayo</i> .....                             | 332 |
| Tabla 270. <i>Resumen del cronograma de pagos anual Caja Rural Huancayo</i> .....       | 333 |
| Tabla 271. <i>Ingresos por ventas en veterinarias anuales (importe en soles)</i> .....  | 334 |
| Tabla 272. <i>Ingresos por venta en petshops anuales (importe en soles)</i> .....       | 335 |
| Tabla 273. <i>Ingresos por venta en mercado tradicional anuales</i> .....               | 335 |
| Tabla 274. <i>Resumen de ingresos anuales por producto</i> .....                        | 336 |
| Tabla 275. <i>Recuperación del capital de trabajo</i> .....                             | 337 |
| Tabla 276. <i>Valor de desecho neto del activo fijo 2020 (importe en soles)</i> .....   | 339 |
| Tabla 277. <i>Valor de desecho neto del activo fijo 2022 (importe en soles)</i> .....   | 340 |
| Tabla 278. <i>Presupuesto de insumos anuales (importe en soles)</i> .....               | 341 |
| Tabla 279. <i>Presupuesto de Materiales anuales (importe en soles)</i> .....            | 342 |
| Tabla 280. <i>Resumen materia prima anual</i> . ....                                    | 343 |
| Tabla 281. <i>Operarios de Producción anual</i> .....                                   | 344 |
| Tabla 282. <i>Provisiones Mano de Obra Directa Anual</i> .....                          | 344 |
| Tabla 283. <i>Cuadro de pago Mano de Obra Directa Anual Dic. 2020 - Dic. 2021</i> ..... | 345 |
| Tabla 284. <i>Cuadro de pago Mano de Obra Directa Anual Dic. 2020 - Dic. 2021</i> ..... | 346 |
| Tabla 285. <i>Costos Indirectos anuales</i> .....                                       | 347 |
| Tabla 286. <i>Cuadro Resumen para el Estado de Resultados</i> .....                     | 349 |
| Tabla 287. <i>Costos de Administración anuales</i> .....                                | 350 |
| Tabla 288. <i>Cuadro Resumen para los Estados de Resultados</i> .....                   | 352 |



|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 289. <i>Costo de ventas anuales</i> .....                                                               | 353 |
| Tabla 290. <i>Cuadro Resumen para el Estado de Resultados</i> .....                                           | 354 |
| Tabla 291. <i>Depreciación de Activos fijos depreciables año 0</i> .....                                      | 356 |
| Tabla 292. <i>Depreciación de Activos fijos depreciables año 2</i> .....                                      | 357 |
| Tabla 293. <i>Amortización de intangibles</i> .....                                                           | 358 |
| Tabla 294. <i>Amortización de intangibles</i> .....                                                           | 359 |
| Tabla 295. <i>Amortización pre operativos</i> .....                                                           | 360 |
| Tabla 296. <i>Cuadro resumen amortización pre operativo</i> .....                                             | 360 |
| Tabla 297. <i>Gastos por activos fijos no depreciables</i> .....                                              | 361 |
| Tabla 298. <i>Cuadro de gasto por activo por depreciable anual</i> .....                                      | 363 |
| Tabla 299. <i>Costo Unitario por cama pequeña anual</i> .....                                                 | 364 |
| Tabla 300. <i>Precio de venta al canal</i> .....                                                              | 365 |
| Tabla 301. <i>Costo unitario por cama mediana anual</i> .....                                                 | 365 |
| Tabla 302. <i>Precio unitario por cama mediana anual</i> .....                                                | 366 |
| Tabla 303. <i>Costo unitario por cama grande anual</i> .....                                                  | 366 |
| Tabla 304. <i>Precio unitario por cama grande anual</i> .....                                                 | 367 |
| Tabla 305. <i>Costos unitarios variables y fijos de las camas pequeñas anuales</i> .....                      | 368 |
| Tabla 306. <i>Costos unitarios variables y fijos de las camas medianas anuales</i> .....                      | 369 |
| Tabla 307. <i>Costos unitarios variables y fijos de las camas grandes anuales</i> .....                       | 370 |
| Tabla 308. <i>Estado de ganancias y pérdidas proyectado sin gastos financieros (expresado en soles)</i> ..... | 373 |
| Tabla 309. <i>Estado de ganancias y pérdidas proyectado en gastos financieros (expresado en soles)</i> .....  | 375 |
| Tabla 310. <i>Flujo de caja operativo – (expresado en soles)</i> .....                                        | 377 |
| Tabla 311. <i>Liquidación del IGV</i> .....                                                                   | 378 |

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 312. <i>Flujo de Capital (expresado en soles)</i> .....                                               | 379 |
| Tabla 313. <i>Flujo de caja económico (expresado en soles)</i> .....                                        | 380 |
| Tabla 314. <i>Flujo de servicio de deuda.</i> .....                                                         | 382 |
| Tabla 315. <i>Flujo de caja financiero (expresado en soles)</i> .....                                       | 383 |
| Tabla 316. <i>CAPM</i> .....                                                                                | 385 |
| Tabla 317. <i>Cok Propio</i> .....                                                                          | 386 |
| Tabla 318. <i>Costo de la deuda</i> .....                                                                   | 387 |
| Tabla 319. <i>Indicadores de Rentabilidad.</i> .....                                                        | 388 |
| Tabla 320. <i>Indicadores de rentabilidad</i> .....                                                         | 388 |
| Tabla 321. <i>Indicadores VAN y VANF</i> .....                                                              | 389 |
| Tabla 322. <i>Indicadores TIRE y TIRF</i> .....                                                             | 390 |
| Tabla 323. <i>Indicadores TIRME y TIRMF</i> .....                                                           | 390 |
| Tabla 324. <i>Conceptos de flujo económico y periodo de recuperación</i> .....                              | 391 |
| Tabla 325. <i>Conceptos de flujos financieros, acumulado de periodo y recuperación financiera.</i><br>..... | 392 |
| Tabla 326. <i>Análisis de beneficio</i> .....                                                               | 393 |
| Tabla 327. <i>Resumen Costos variables del año 2021 al 2025.</i> .....                                      | 393 |
| Tabla 328. <i>Estado de resultados (costeo directo)</i> .....                                               | 395 |
| Tabla 329. <i>Punto de equilibrio en unidades - cama pequeña</i> .....                                      | 396 |
| Tabla 330. <i>Punto de equilibrio en unidades - cama mediana</i> .....                                      | 397 |
| Tabla 331. <i>Punto de equilibrio en unidades - cama grande</i> .....                                       | 398 |
| Tabla 332. <i>Punto de equilibrio en soles- cama pequeña</i> .....                                          | 400 |
| Tabla 333. <i>Punto de equilibrio en soles- cama mediana.</i> .....                                         | 400 |
| Tabla 334. <i>Punto de equilibrio en soles- cama grande</i> .....                                           | 401 |
| Tabla 335. <i>Variable de salida.</i> .....                                                                 | 402 |

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 336. Variables de la demanda. ....              | 402 |
| Tabla 337. Variables de precio .....                  | 403 |
| Tabla 338. Variables de costo de materia primas ..... | 403 |
| Tabla 339. Variable nivel de sueldos .....            | 404 |
| Tabla 340. Variable de costo de alquiler.....         | 404 |
| Tabla 341. Análisis multidimensional.....             | 405 |
| Tabla 342. Resultados esperados - VANF .....          | 405 |
| Tabla 343. Variables criticas de proyecto. ....       | 406 |

## Índice de figuras

|                                                                                                                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Logo y slogan de Kawipet. Elaboración propia.....                                                                                                                                                   | 3  |
| Figura 2. Telas felpa polar 3D antialérgico. Adaptado de “Mi cama suena perros”, por Camas para perros, 2020.....                                                                                             | 8  |
| Figura 3. Zooarts Camas para mascotas. Adaptado de “Camas para mascotas”, por Amazon, 2020.....                                                                                                               | 9  |
| Figura 4. Cama para perros. Adaptado de “Cama para perros de felpa”, por Tienda Ebay, 2020. ....                                                                                                              | 9  |
| Figura 5. ¿Cómo llegó la mascota al hogar?. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018. ....                 | 10 |
| Figura 6. Tenencia de mascotas en el hogar. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018. ....                 | 10 |
| Figura 7. Cantidad de mascotas en el hogar. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018. ....                 | 11 |
| Figura 8. Distribución de hogares según nivel socioeconómico en Lima Metropolitana. Adaptado de “Niveles socioeconómicos 2019”, por la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados, 2019. .... | 15 |
| Figura 9. Perú: población censada, omitida y total 1940 – 2017. Adaptado de “Conozca los principales resultados del Censo 2017”, por Diario Gestión, 2017. ....                                               | 17 |
| Figura 10. Ingreso real promedio per cápita mensual Perú. Adaptado de “Ingreso mensual per cápita es 962 soles, según cifras del INEI”, por Diario Correo, 2016. ....                                         | 19 |

|                                                                                                                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 11. Ingreso promedio per cápita mensual Lima Metropolitana – INEI. Adaptado de “Ingreso mensual per cápita es 962 soles, según cifras del INEI”, por Diario Correo, 2016.                   | 20 |
| Figura 12. Población en edad de trabajar por actividad y residencia. Adaptado de “Perú: Crecimiento y distribución de la población”, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017. | 21 |
| Figura 13. Tasa de interés de referencia en porcentaje. Adaptado de “Programa monetario extraordinario de marzo 2020”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2020.                                | 25 |
| Figura 14. Reciclaje en el mundo. Adaptado de “Seis países alrededor del mundo reciclan más de 50% de su basura durante el año”, por Diario La República, 2019.                                    | 29 |
| Figura 15. Neumáticos usados. Adaptado de “La importancia del reciclaje de neumáticos”, por Tratamiento Neumáticos Usados, 2018.                                                                   | 31 |
| Figura 16. Llantas usadas en gigantesco y decorativos maceteros. Adaptado de “Perú: están convirtiendo las llantas usadas en gigantesco y decorativos maceteros”, por Diario Tiempo26, 2017.       | 33 |
| Figura 17. Llantas usadas en gigantesco y decorativos maceteros. Adaptado de “Perú: están convirtiendo las llantas usadas en gigantesco y decorativos maceteros”, por Diario Tiempo26, 2017.       | 33 |
| Figura 18. Producción de balerinas, zapatillas y botines sostenibles. Adaptado de “Marca peruana elabora calzado con llantas, plástico y jeans reciclados”, por Blog Mercado Negro, 2020.          | 34 |
| Figura 19. Muebles hecho de llantas. Adaptado de “Llantas recicladas”, por Pinterest, 2020.                                                                                                        | 34 |
| Figura 20. Neumáticos. Adaptado de “Reutilización de neumáticos”, por Grupos de Apoyo Mutuo Solidario, 2019.                                                                                       | 35 |

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 21. Oficinas de la Empresa El Kazmeño E.I.R.L. Adaptado de “Quienes somos”, por Empresa El Kazmeño, 2020. .... | 36 |
| Figura 22. Galería de Smart Pet. Adaptado de “Productos para mascotas”, por Smart Pet, 2020. ....                     | 39 |
| Figura 23. Camas para perros. Adaptado de “Camas para perros” por Acce Can, 2020. ....                                | 39 |
| Figura 24. Cama marca Basa. Adaptado de “Cama para perros”, por Empresa Basa, 2020. .                                 | 40 |
| Figura 25. Cama PVC. Adaptado de “Cama para perros”, por Empresa Pet Plaza, 2020. ....                                | 40 |
| Figura 26. Logo de SuperPet. Adaptado de “Logo”, por Empresa Super Pet, 2020. ....                                    | 41 |
| Figura 27. Logo de Belén Petshop. Adaptado de “Logo”, por Empresa Belén Petshop, 2020. ....                           | 42 |
| Figura 28. Logo de PetPalaza. Adaptado de “Logo”, por Empresa Pet Plaza, 2020. ....                                   | 42 |
| Figura 29. Logo de Happy Pet Perú. Adaptado de “Logo”, por Empresa Happy Pet Perú, 2020. ....                         | 42 |
| Figura 30. Beneficios del reciclaje. Adaptado de “Espacio verde”, por Línea Verde, 2020. .                            | 45 |
| Figura 31. Encuesta – Pregunta 1. Elaboración propia .....                                                            | 69 |
| Figura 32. Encuestas – Pregunta 2. Elaboración propia.....                                                            | 70 |
| Figura 33. Encuestas – Pregunta 3. Elaboración propia.....                                                            | 71 |
| Figura 34. Encuestas – Pregunta 4. Elaboración propia.....                                                            | 72 |
| Figura 35. Encuestas – Pregunta 5. Elaboración propia.....                                                            | 73 |
| Figura 36. Encuestas – Pregunta 6. Elaboración propia.....                                                            | 74 |
| Figura 37. Encuestas – Pregunta 7. Elaboración propia.....                                                            | 75 |
| Figura 38. Encuestas – Pregunta 8. Elaboración propia.....                                                            | 76 |
| Figura 39. Encuestas – Pregunta 9. Elaboración propia.....                                                            | 77 |
| Figura 40. Encuestas – Pregunta 10. Elaboración propia.....                                                           | 78 |
| Figura 41. Encuestas – Pregunta 11. Elaboración propia.....                                                           | 79 |

|                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 42. Encuestas – Pregunta 12. Elaboración propia.....                                                        | 80  |
| Figura 43. Encuestas – Pregunta 13. Elaboración propia.....                                                        | 81  |
| Figura 44. Encuestas – Pregunta 14. Elaboración propia.....                                                        | 82  |
| Figura 45. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia.....                                                        | 83  |
| Figura 46. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia.....                                                        | 84  |
| Figura 47. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia.....                                                        | 85  |
| Figura 48. Encuestas – Pregunta 18. Elaboración propia.....                                                        | 86  |
| Figura 49. Encuestas – Pregunta 19. Elaboración propia.....                                                        | 87  |
| Figura 50. Encuestas – Pregunta 20. Elaboración propia.....                                                        | 88  |
| Figura 51. Encuestas – Pregunta 21. Elaboración propia.....                                                        | 89  |
| Figura 52. Encuestas – Pregunta 22. Elaboración propia.....                                                        | 90  |
| Figura 53. Encuestas – Pregunta 23. Elaboración propia.....                                                        | 91  |
| Figura 54. Telas felpa polar 3D antialérgico. Adaptado de “Mi cama suena perros”, por Camas para perros, 2020..... | 148 |
| Figura 55. Camas ecológicas. Adaptado de “Compra, vende e intercambia”, por Blog Pollito Ingles, 2020. ....        | 148 |
| Figura 56. Zooarts Camas para mascotas. Adaptado de “Camas para mascotas”, por Amazon, 2020.....                   | 149 |
| Figura 57. Cama para mascota. Adaptado de “Tipos de camas para mascotas”, por Revista Wapa, 2020.....              | 150 |
| Figura 58. Cama para perros. Adaptado de “Camas suaves para mascotas”, por Ebay, 2020. ....                        | 150 |
| Figura 59. Logo y slogan antiguo- kawipet. Elaboración propia.....                                                 | 151 |
| Figura 60. Logo y slogan actual- kawipet. Elaboración propia.....                                                  | 151 |
| Figura 61. Canal de distribución. Elaboración propia.....                                                          | 156 |

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 62. Facebook de KAWIPET. Elaboración propia.....                                                                                                                | 158 |
| Figura 63. Polo con logo KAWIPET. Elaboración propia.....                                                                                                              | 160 |
| Figura 64. Logo y slogan – Kawipet. Elaboración propia.....                                                                                                            | 172 |
| Figura 65. Tipos de comprobantes de pago. Adaptado de “Régimen Mype tributario”, por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2018..... | 184 |
| Figura 66. Organigrama de KAWIPET S.A.C. Elaboración Propia.....                                                                                                       | 188 |
| Figura 67. Diagrama de flujo de proceso de producción de KAWIPET S.A.C. Elaboración propio .....                                                                       | 227 |
| Figura 68. Ubicación de las tiendas veterinarias de las zonas 5, 6 y 7.de Lima Metropolitana. Adaptado de “Veterinarias”, por Google Maps, 2020. ....                  | 274 |
| Figura 69. Mapa del distrito de Ate. Adaptado de “Ubicación del distrito de Ate”, por Google Maps, 2020. ....                                                          | 276 |
| Figura 70. Ubicación del local. Adaptado de “Avenida prolongación Mariscal Nieto”, por Google Maps, 2020.....                                                          | 277 |
| Figura 71. Fachada del local. Adaptado de “Alquiler de local industrial en Ate Vitarte”, 2020. ....                                                                    | 278 |
| Figura 72. Parte interna del local. Adaptado de “Alquiler de local industrial en Ate Vitarte”, 2020.....                                                               | 279 |
| Figura 73. Pack trio. Adaptado de Movistar.....                                                                                                                        | 283 |
| Figura 74. Plano del local. Elaboración propia.....                                                                                                                    | 284 |
| Figura 75. Sistema de Gestión Ambiental. Adaptado de “Sistema de gestión medioambiental”, por Ambev Centroamérica, 2020.....                                           | 285 |
| Figura 76. Resumen de inversión. Elaboración propia. ....                                                                                                              | 321 |
| Figura 77. Estructura de financiamiento. Elaboración propia .....                                                                                                      | 324 |



## **Índice de Anexos**

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1. Entrevistas a profundidad.....                  | 414 |
| Anexo 2. Guía de Focus Group .....                       | 419 |
| Anexo 3. Encuesta – Camas ecológicas para mascotas ..... | 423 |

## **Resumen Ejecutivo**

El proyecto consiste en la puesta en marcha de la empresa KAWIPET SAC, negocio de producir y comercializar camas ecológicas para mascotas (perros y gatos) a base de llantas recicladas, para el nivel socio económico A, B y C localizado en la ciudad de Lima, distrito de Ate. Para el efecto, se utilizan canales de distribución en veterinarias, Petshops y mercado tradicional en las zonas 5,6 y 7 de Lima Metropolitana. Teniendo como perfil de clientes a las personas interesadas por preservar el medio ambiente y a brindar comodidad a su mascota.

Un aspecto significativo para el desarrollo del proyecto es que se brindará una respuesta al problema latente que hay en nuestro país de empresas de transportes que desechan llantas y muchas de ellas terminan en ríos o lugares desolados la cual contamina el medio ambiente.

Las camas ecológicas para mascotas permiten contribuir a la mejora del medio ambiente ya que nuestra materia principal es el neumático reciclado que es brindado por empresas de transportes, acompañado de una pieza circular de triplex que va ensamblada como base de la cama, es cubierta de napa y tela felpa antialérgica. La presentación del producto son en 3 tamaños: pequeña, mediana y grande con modelos tipo nido y sillón para brindar el confort a la mascota.

La inversión inicial es de S/ 452,971. El 66.23% es capital propio y el 33.77% es financiado.

Se obtendría un VANE de S/ 211,533.15 y un TIRE de 48.27%, que es mayor al WACC de 31.48%.

En el enfoque financiero, coincide en la rentabilidad positiva, resultando un VANF de S/ 205,479.71 y un TIRF de 54.43%, que es mayor al COK de 33.66%.

Con respecto al ratio Beneficio / Costo (B/C) del proyecto, se tiene 1.47 por cada sol invertido en el nivel económico. Además, 1.68 por cada sol invertido en el nivel financiero.

## Capítulo I. Información General

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

#### 1.1.1. Razón social.

La razón social de nuestra empresa es: “KAWITO PET S.A.C.”, y estará conformado por 4 socios:

- Castañeda Chancasanampa, Susan Jhudit
- Farfán Codarlupo, Jennyfer Dayana
- Maldonado Dávila, Irene Geraldine
- Nolasco Yaya, Gladys Brenda

El rubro de nuestro negocio es fabricar y comercializar CAMAS ECOLOGICAS PARA MASCOTAS (perro y gato), usando con materia prima principal las llantas recicladas.

#### 1.1.2. Nombre comercial.

Nuestro producto se llamara “KAWIPET”. Este nombre significa KAWI = viene de la palabra en quechua kawito que significa cama y PET es una palabra en inglés que significa mascota, la cual se encontrara registrado la marca bajo las normativas del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

#### 1.1.3. Logo.

El logo y eslogan de nuestras camas ecológicas se muestra en la Figura 1, “kawipet” la cual es nuestra marca y el eslogan “lo mejor para tu mascota”.



Figura 1. Logo y slogan de Kawipet. Elaboración propia

#### 1.1.4. Horizonte de evaluación.

Para la producción de las camas ecológicas se necesita un procedimiento de elaboración con maquinarias para poder llegar a nuestro producto final, teniendo en cuenta que las maquinarias y equipos tienen una vida útil de 10 años con una depreciación de 10% anual y el total de inversión, para poder lograr las metas del proyecto, se decidió un periodo de 5 años, a ejecutarse desde el año 2021 hasta el año 2025, utilizando el 2020 como año base y punto de partida.

Tabla 1.

*Cuadro de depreciación de activos fijos*

| Bienes                                                                                                                                         | Porcentaje anual<br>máximo de depreciación |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca                                                                                            | 25%                                        |
| 2. Vehículos de transporte terrestre (excepto ferrocarriles);<br>hornos en general                                                             | 20%                                        |
| 3. Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera,<br>petrolera y de construcción, excepto muebles, enseres y equipos<br>de oficina | 20%                                        |
| 4. Equipos de procesamiento de datos                                                                                                           | 25%                                        |
| 5. Maquinaria y equipo adquirido a partir del 1.1.1991                                                                                         | 10%                                        |
| 6. Otros bienes del activo fijo                                                                                                                | 10%                                        |

*Nota:* Adaptado de “Informe N° 196-2006-SUNAT / 2B0000” por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2006.

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

### 1.2.1. Actividad económica.

La empresa se dedica a la producción y comercialización de camas ecológicas para mascotas, según SUNAT la actividad económica que corresponde es: E, Suministro de agua; evaluación de aguas residuales gestión de desechos y descontaminación.

### 1.2.2. Código CIIU.

El código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme para nuestra empresa es la clase 3830; Recuperación de materiales.

Tabla 2.

*Código CIIU*

| Código CIIU |      |                                                                                           |
|-------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sección     | E    | Suministro de agua; evaluación de aguas residuales gestión de desechos y descontaminación |
| División    | 38   | Recolección, tratamiento y eliminación de desechos, recuperación de materiales.           |
| Clase       | 3830 | Recuperación de materiales.                                                               |

*Nota:* Código CIIU. Adaptado de “Clasificación Industrial Internacional Uniforme” por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020.

### 1.2.3. Partida arancelaria.

La partida arancelaria correspondiente es 4004.00.00.00

La descripción es la siguiente: Desechos, desperdicios y recortes, de caucho sin endurecer, incluso en polvo o gránulos.

### **1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS**

#### **1.3.1. Definición del negocio.**

La empresa KAWIPET S.A.C., elaboración de camas ecológicas hechas de llantas utilizadas, es una alternativa para contribuir con el cuidado del medio ambiente y la comodidad de tu mascota.

Nuestros productos están dirigidos para familias de Lima Metropolitana que tenga mascotas y que tengan la voluntad de contribuir con la mejora del medio ambiente, del NSE A, B y C.

Las zonas de distribución y comercialización son los distritos de (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino de la zona 5, Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel de la zona 6 y Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina de la zona 7.

Nuestras camas ecológicas para perros “KAWIPET” tendrá como presentación tres tamaños (grande, mediano y pequeño), con diseños de hembra y macho, las cuales será comercializado en veterinarias, mercados y entrega a domicilio.

#### **1.3.2. Modelo Canvas**

Tabla 3.

Modelo Canvas

| Socios clave                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Actividades claves                                                                                                                                                            | Oferta de valor:                                                                                                                                                                                       |  | Relación con clientes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Segmento de mercado                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Empresas de transportes: Para la compra de las llantas utilizadas.</li><li>• Empresa de tela: Para la compra de tela e hilos.</li><li>• Empresa de pintura: Adquisición de pintura.</li><li>• Empresa de venta de esponja</li><li>• Proveedor de equipos.</li><li>• Proveedores de desinfectante.</li><li>• Proveedores de herramienta.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Producción.</li><li>• Publicidad.</li><li>• Logística de inventarios en la compra de insumos y en los productos terminados.</li></ul> | CAMAS ECOLOGICAS PARA MASCOTAS (perro y gato), fabricada con llantas utilizadas, ayuda a contribuir con el cuidado del medio ambiente y la comodidad de la mascota (con diferentes diseños y tamaños). |  | <p>Página web donde los clientes podrán tener la facilidad visualizar los catálogos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Promociones.</li><li>• Redes Sociales.</li><li>• Atención al cliente en ferias y activaciones, brindando asistencia personalizada a fin de acercar el producto y así facilitar la decisión de compra.</li></ul> | <p>Familia de Lima Metropolitana NSE A,B y C que vivan en las zonas 5,6 y 7, que tenga mascotas y que tengan la voluntad de contribuir con la mejora del medio ambiente.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <div>Recursos claves</div> <ul style="list-style-type: none"><li>•Materia prima.</li><li>•Mano de obra.</li><li>•Distribución.</li></ul>                                      |                                                                                                                                                                                                        |  | <div>Canales</div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Veterinarias.</li><li>• Mercados Tradicional.</li><li>• Petshops</li></ul>                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                              |
| Estructura de costos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                               | Fuente de ingresos                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Costo de la producción de las camas.</li><li>• Gastos administrativos y operativos.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ingresos de ventas al contado y al crédito.</li><li>• Prestamos.</li><li>• Aportaciones de los socios.</li></ul>                                               |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                              |

Nota: Elaboración propia



#### 1.4. Descripción del producto

Cama ecológica para mascotas fabricada con piezas recicladas. Teniendo como principal pieza un neumático brindado por la "Empresas de transportes" el cual será reutilizado para el proyecto, acompañado de una pieza circular de madera "Triplay" que irá ensamblada como base para la cama, con una cubierta de napa y tela Felpa polar 3D antialérgico para brindar el confort a la mascota.



*Figura 2. Telas felpa polar 3D antialérgico. Adaptado de “Mi cama suena perros”, por Camas para perros, 2020.*

##### **a) Modelo: Tipo Nido**

Sera una cama redonda con forma de un nido, la cual contará con tres tamaños y diseños de telas variadas para las mascotas (gatos y perros) y con la diferenciación de hembras y machos.

- Cama pequeña (55\*40 cm)
- Cama mediana (65\*50 cm)
- Cama grande (75\*60 cm)

La imagen mostrada a continuación es el modelo tipo nido.



Figura 3. Zooarts Camas para mascotas. Adaptado de “Camas para mascotas”, por Amazon, 2020.

### b) Modelo: Tipo Sillón

Es una cama redonda con forma de un sillón, la cual contará con tres tamaños y diseños de telas variadas para las mascotas (gatos y perros) y con la diferenciación de hembras y machos.

- Cama pequeña (55\*40 cm)
- Cama mediana (65\*50 cm)
- Cama grande (75\*60 cm)

La imagen mostrada es el modelo de la cama tipo sillón.



Figura 4. Cama para perros. Adaptado de “Cama para perros de felpa”, por Tienda Ebay, 2020.

## 1.5. Oportunidades de negocio

La idea de negocio se dio inicio con el problema latente que hay en nuestro País de empresas de transportes que desechan sus llantas en ríos o lugares desolados, la cual contamina el medio ambiente.

Por ello decidimos hacer un proyecto en base a llantas para darle un segundo uso y no estén botadas en diferentes partes de nuestro País, que son las camas ecológicas para mascotas.

Nuestro proyecto genera una mejora en el medio ambiente y la comodidad de tu mascota porque ofreceremos tamaños de camas y diseños.

El informe elaborado por CPI en el año 2018 se refleja que el 56.5% de hogares en Metropolitano (2.2 millones) tienen una mascota en casa, de las cuales el 46.1% tienen una mascota, el 25.6% tienen dos mascotas, el 11.7% tienen tres mascotas, el 7.8% tienen 4 mascotas y el 8.8% tiene más de 5 mascotas.

| ¿Cómo llegó la mascota al hogar?                                                    |          |                   |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------|------|------|------|
| SEGÚN NIVELES SOCIOECONÓMICOS                                                       |          |                   |      |      |      |
|                                                                                     |          | Total Perú Urbano | A/B  | C    | D/E  |
|   | REGALO   | 59.0              | 53.1 | 60.2 | 60.7 |
|                                                                                     | COMPRA   | 21.5              | 31.8 | 20.5 | 17.7 |
|                                                                                     | ADOPCIÓN | 14.8              | 12.8 | 14.2 | 16.0 |
|                                                                                     | OTROS    | 4.7               | 2.3  | 5.1  | 5.6  |
|  | REGALO   | 56.0              | 46.5 | 50.7 | 60.4 |
|                                                                                     | COMPRA   | 9.2               | 8.4  | 9.8  | 9.1  |
|                                                                                     | ADOPCIÓN | 28.8              | 39.2 | 33.4 | 24.6 |
|                                                                                     | OTROS    | 6.0               | 5.9  | 6.1  | 5.9  |

Figura 5. ¿Cómo llegó la mascota al hogar?. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018.

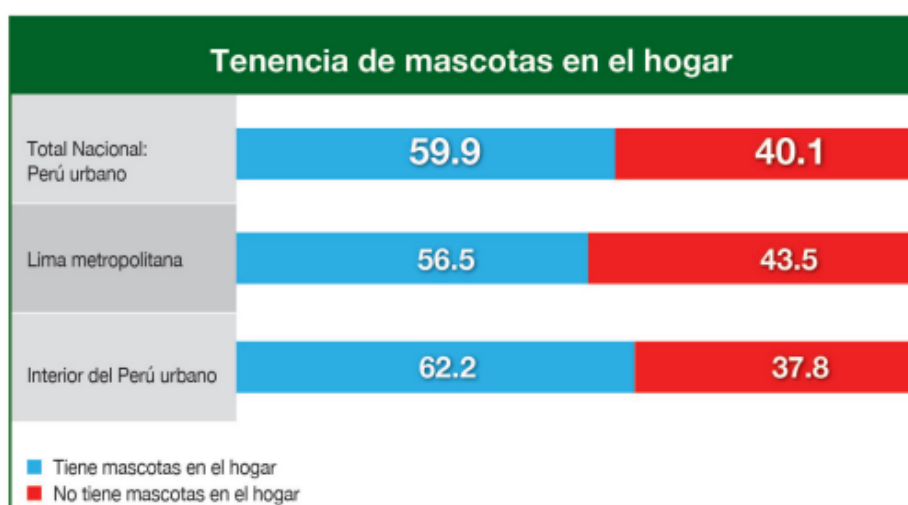


Figura 6. Tenencia de mascotas en el hogar. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018.



Figura 7. Cantidad de mascotas en el hogar. Adaptado de “Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional”, por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2018.

### 1.6. Estrategia genérica de la empresa

Las camas ecológicas para mascotas, en base a la estrategia de la diferenciación pues brindará un producto novedoso, ya que será el único en el mercado a base de llantas.

Nuestro producto se diferencia a los demás porque:

- Ayuda con el medio ambiente
- Realizado con llantas usadas
- Motiva a la humanidad a consumir productos que ayuden con el medio ambiente.

## **Capítulo II. Análisis del Entorno**

### **2.1. Análisis del macro entorno**

#### **2.1.1. Del país (últimos 5 años).**

PROMPERU (2020), rotula que “el Perú es uno países más variados del orbe. Un país multicultural, lleno de tradiciones, una laureada gastronomía y vastas reservas naturales. Posee 12 patrimonios mundiales reconocidos por Unesco y es dueño de 84 de las 117 zonas de vida que existen en nuestro planeta. Perú está ubicado en la parte occidental de América del Sur y comparte sus fronteras con Chile, Bolivia, Brasil, Colombia y Ecuador. En su vasto territorio, de más de 1.2 millones de km<sup>2</sup>, abarca tres regiones: Costa, Sierra y Selva”.

Según INEI (2018), “en el ranking de población en América del Sur, al 2017, el Perú (31 millones 237 mil 385), es el quinto país más poblado de América del Sur después de Brasil, Colombia, Argentina y Venezuela. A nivel de América Latina, el Perú ocupa el sexto lugar”.

El Banco Mundial (2020), señala en su artículo “Perú: Panorama general” que la economía del Perú, durante el presente siglo, ha presentado dos períodos claramente determinadas de crecimiento económico: del año 2002 al 2013, nuestro país, se distinguió como uno de los países de mayor actividad en América Latina, teniendo una tasa de crecimiento medio de PBI de 6.1% al año, gracias a un entorno externo propicio, la adopción de políticas macroeconómicas sensatas y las reformas estructurales de extenso alcance, todas estas condiciones crearon un escenario de alto desarrollo y baja inflación. La segunda fase va del año 2014 al 2019, período en el que nuestra economía, se desaceleró a un promedio de 3.1% anual, como consecuencia de la corrección en el precio internacional de las materias primas, entre ellas el cobre, principal producto de exportación peruana. Esto generó una caída transitoria de la inversión privada, menores ingresos fiscales y una desaceleración del consumo.

Debido al impacto de la pandemia de COVID-19, se espera que la economía del Perú esté en recesión en el presente período, lo que provocará un aumento de la indigencia y la desigualdad. La profundidad de estos impactos dependerá de la permanencia de la crisis y la réplica del gobierno. Un mínimo crecimiento en China y una posible recesión en las economías del G7 inducirán una fuerte disminución de la demanda de commodities, lo que reducirá los volúmenes de exportación y también la inversión privada. Las medidas para aplacar la transmisión del virus: el cierre temporal de las fronteras y una cuarentena en todo el país; conducirán a una baja significativa del consumo privado, especialmente en el rubro de servicios como restaurantes, transporte y comercio. Esto conducirá a una infranqueable caída de los ingresos de los trabajadores; en particular de los independientes e informales. El déficit de gasto privado se remediará parcialmente con un aumento del gasto estatal. El Gobierno del Perú ha realizado un programa de alivio y contención económica para proteger a la población sensible y afirmar a las empresas, las cuales alcanzan medidas de soporte a los ingresos, pago de impuestos prorrogados y garantías de crédito para el sector privado. Dado el ambiente temporal del choque, se proyecta que la economía se recobre fuertemente en 2021, lo que llevaría a una reanudación en la disminución de la indigencia (BANCO MUNDIAL, 2020).

#### ***2.1.1.1 Capital, ciudades importantes, superficie, número de habitantes.***

##### **Capital:**

Lima es la urbe capital y la que cuenta con mayor población en nuestro país. “Se encuentra situada en la costa central del país, a orillas del océano Pacífico, conformando una extensa y populosa área urbana conocida como Lima Metropolitana, flanqueada por el desierto costero y extendida sobre los valles de los ríos Chillón, Rímac y Lurín” (Municipalidad de Lima Metropolitana, 2020).

EL Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) “informó que de acuerdo con las estimaciones y proyecciones de población, la provincia de Lima tiene una población de 9 millones 320 mil habitantes, al año 2018”.

En el año 2019 el Perú tuvo un acontecimiento muy importante, que fue de los XVII Juegos Panamericanos realizados a partir del 26/07/2019 hasta el 11/08/2019 y lo VI Juegos Parapanamericanos realizado a partir del 23/08/2019 hasta el 01/09/2019. Se recibieron a 12,000 participantes representantes de cada país.

Tabla 4.

*Perfiles Zonales Lima Metropolitana*

| Habitantes y Hogares              | Lima<br>Metropolitano | Lima Norte   | Lima Este    | Lima<br>Centro | Lima<br>Moderna | Lima Sur     |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|--------------|
| Total de habitantes               | 8,574,974.00          | 2,444,536.02 | 2,387,242.00 | 697,074.72     | 1,212,719.04    | 1,833,402.01 |
| % respecto al total de habitantes | 1.00%                 | 25.60%       | 25.00%       | 7.30%          | 12.70%          | 19.20%       |
| Total de hogares                  | 2,353,590.00          | 921,310.47   | 591,330.43   | 264,651.38     | 409,382.61      | 467,275.10   |

*Nota:* Adaptado de “Perfiles Zonales: Lima a detalle” por Investigación de Mercados, 2018.

Observamos en el cuadro anterior la mayor cantidad de población en Lima Norte y Lima Este siendo estos representados en el 25.6% y 25.1 % del total de los habitantes en Lima Metropolitana.

Lo mismo se muestra en la cantidad de hogares en las zonas detalladas anteriormente donde se concentra más del 50% del total.



Figura 8. Distribución de hogares según nivel socioeconómico en Lima Metropolitana. Adaptado de “Niveles socioeconómicos 2019”, por la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados, 2019.

Según la figura anterior muestras los distintos NSE de Lima Metropolitana la cual indica que tenemos mayores 3 hogares con NSE C con una representación del 44.3 % , en segundo se encuentra el NSE B con una representación del 22.8 % y seguido por el NSE D con un 22.4%.

De acuerdo al Diario Perú21 (2017), señala que “en la actualidad, el 55% de hogares de Lima Metropolitana (1.37 millones) cuenta con alguna mascota en casa. Los animales domésticos que más destacaron entre las respuestas fueron los perros (74%) y gatos (39%), aunque se hallaron diferencias por el nivel socio económico. Respecto a



los cuidados de nuestras mascotas, el análisis indica que el 70% de los encuestados lleva a sus mascotas al veterinario, mientras que, un 35% lo hace una vez al mes y el 9% realiza esta atención con menor frecuencia”.

Actualmente las mascotas se han vuelto muy importantes en las familias peruanas, lo cual indica mayor aceptación de nuestro productos para este segmento de mercado, decidimos centrar nuestra propuesta en Lima Metropolitana dado que hay un mayor porcentaje de familias que cuentan con mascotas en casa.

### **Ciudades importantes**

El Perú es un país diverso, en la cual encontramos algunas ciudades importantes que son: Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura, Cusco, Chicbote, Huancayo y Tacna.

Tabla 5.

#### *Ciudades importantes del Perú*

| Ciudades principales | Total de habitantes |
|----------------------|---------------------|
| Perú                 | 30475144            |
| Arequipa             | 1008290             |
| Trujillo             | 919899              |
| Chiclayo             | 552508              |
| Iquitos              | 377609              |
| Piura                | 473025              |
| Cusco                | 428450              |
| Chimbote             | 371012              |
| Huancayo             | 456250              |
| Tacna                | 286240              |

*Nota:* Adaptado de “Censos nacionales de la población, vivienda y comunidades indígenas” por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017.

Nuestras ciudades más importantes de nuestro país pertenecen al grupo con mayor desarrollo de población, donde las personas que pertenecen al área rural migran a la capital. Además, cuentan con los mejores lugares turísticos.

### **2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita.**

#### **Población económicamente activa.**

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

Según el último censo del 22 de octubre del 2017 teníamos una población de (31 millones 237 mil 385) habitantes, la cual al pasar de los años fue variando.

Según estimaciones y proyecciones, al 30 de junio del 2019, el Perú tiene una población de (32 millones 131 mil 400 habitantes); así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En comparación con el último censo hay un incremento de aproximadamente 893 mil habitantes más.

Asimismo, se proyecta que para el año 2021, se tendrá una población de 33 millones 35 mil habitantes.

**Cuadro 01**  
**PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL, SEGÚN CENSOS REALIZADOS, 1940 - 2017**

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

*Figura 9. Perú: población censada, omitida y total 1940 – 2017. Adaptado de “Conozca los principales resultados del Censo 2017”, por Diario Gestión, 2017.*

El volumen de la población total ha aumentado en 4,4 veces entre 1940 y 2017. La tasa de crecimiento promedio anual más alta se observó en el periodo 1961-1972 con 2,8%, mientras que en el último periodo intercensal (2007-2017) la tasa de crecimiento promedio anual fue 1,0%, lo cual confirma la tendencia decreciente del ritmo de crecimiento poblacional en los últimos 56 años. En el período de mayor crecimiento de la población, según estudios de fecundidad, la Tasa Global de Fecundidad era 6,0 hijas/os en promedio por mujer, este nivel ha descendido hasta 2,5 para el lapso 2010–2015. Entre los censos 2007 y 2017, la población total del país se incrementó en 3 millones 16 mil 621 habitantes, en términos porcentuales corresponde a un incremento de 10,7% y, en promedio la población peruana ha crecido en 301 mil 662 habitantes por año, en el mencionado período .

### **Ingreso per cápita.**

Para la clase media el ingreso per cápita tuvo una disminución con respecto al año 2017 entre 1,2% y 2,1%, en comparación con el año 2016.

Asimismo, para la población que cuenta con más ingresos (20% de la población) también hubo un descenso de 2,8% en promedio. Por otro lado, las personas consideradas como pobres no tuvieron una variación significativa con respecto al ingreso per cápita

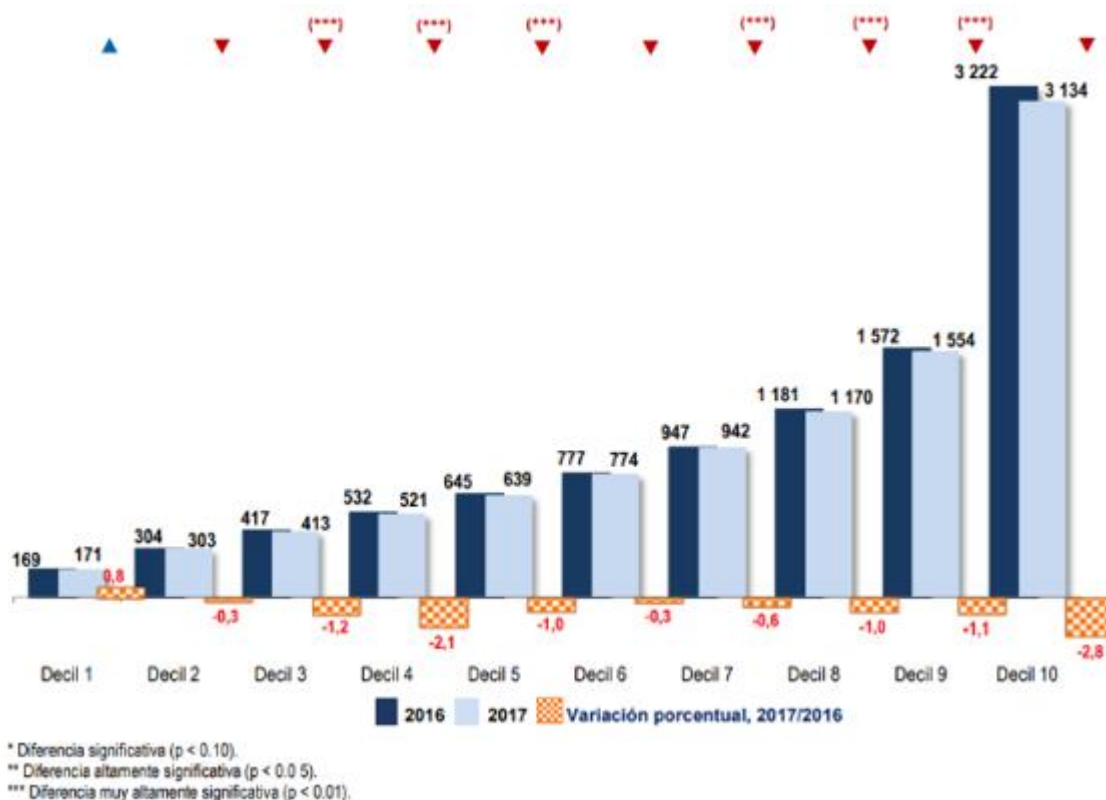


Figura 10. Ingreso real promedio per cápita mensual Perú. Adaptado de “Ingreso mensual per cápita es 962 soles, según cifras del INEI”, por Diario Correo, 2016.

En Lima Metropolitana, el ingreso real por persona decreció, siendo el de la población considerada en la clase media y clase media baja, con una diferencia entre 2,4% y 5,5% respectivamente. Cabe mencionar que para la clase media alta y para el sector con mayores ingresos, este también bajó, siendo estas diferencias altamente significativas.

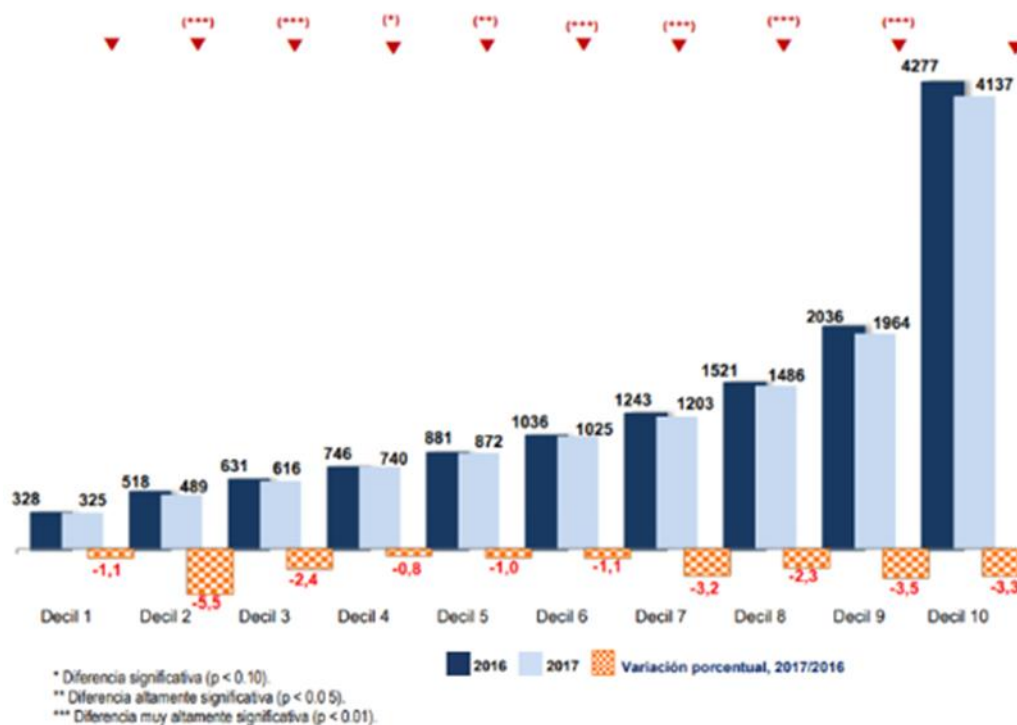


Figura 11. Ingreso promedio per cápita mensual Lima Metropolitana – INEI. Adaptado de “Ingreso mensual per cápita es 962 soles, según cifras del INEI”, por Diario Correo, 2016.

### Población económicamente activa

La población económica activa está conformado por la mano de obra del personal que brinda sus servicios para la realización de un servicio y/o producto , En nuestro país la edad para poder ejercer esta función es partir de 14 año de edad la cual indica que los jóvenes ocupan un campo mayor para la realización de esta actividad .

Según (Angeles, 2018) indica que:

“5 millones 905 mil 700 personas (24,8%) asciende la PET que alcanzó a lo más estudiar educación primaria o no tienen nivel educativo alguno; 10 millones 839 mil 300 personas (45,6%) logró estudiar algún año de educación secundaria, 3 millones 119 mil 500 personas (13,1%) cuentan con nivel superior no universitaria y 3 millones 903 mil 700 (16,4%) cuentan con superior universitaria. A diferencia, en el año 2007 la estructura de la población según

nivel educativo fue diferente, 30,3% contaba con nivel primaria o menor nivel, 44,6% contaba con secundaria, 11,9% tenía nivel superior no universitaria y 13,2% contaba con superior universitaria” (p.32).

| Años                        | Nacional |          |                   | Urbana   |          |                   | Rural   |         |                   |
|-----------------------------|----------|----------|-------------------|----------|----------|-------------------|---------|---------|-------------------|
|                             | PET      | PEA      | Tasa de actividad | PET      | PEA      | Tasa de actividad | PET     | PEA     | Tasa de actividad |
| 2014                        | 22 668,6 | 16 396,4 | 72,3              | 17 735,8 | 12 436,4 | 70,1              | 4 932,9 | 3 960,0 | 80,3              |
| 2015                        | 23 034,2 | 16 498,4 | 71,6              | 18 132,9 | 12 584,1 | 69,4              | 4 901,4 | 3 914,3 | 79,9              |
| 2016                        | 23 401,6 | 16 903,7 | 72,2              | 18 532,9 | 13 066,1 | 70,5              | 4 868,8 | 3 837,6 | 78,8              |
| 2017                        | 23 771,7 | 17 215,7 | 72,4              | 18 936,3 | 13 396,5 | 70,7              | 4 835,4 | 3 819,2 | 79,0              |
| 2018 P/                     | 24 142,3 | 17 462,8 | 72,3              | 19 341,4 | 13 663,7 | 70,6              | 4 800,9 | 3 799,1 | 79,1              |
| Variación anual: 2018/ 2017 |          |          |                   |          |          |                   |         |         |                   |
| Variación porcentual (%)    | 1,6      | 1,4      |                   | 2,1      | 2,0      |                   | -0,7    | -0,5    |                   |
| Variación en miles          | 370,6    | 247,1    |                   | 405,1    | 267,2    |                   | -34,5   | -20,1   |                   |

Figura 12. Población en edad de trabajar por actividad y residencia. Adaptado de “Perú: Crecimiento y distribución de la población”, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017.

Como se observa en el cuadro en el 2018 se tenía a 24 millones 142 mil 300 personas se encontraban en edad para realizar sus funciones (trabajar) , pero solo 17 millones 462 mil 800 pertenecen a la población económicamente activa (PEA) la cual representa en un 72% en la población total .

### 2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones

Según Velarde (2017), señala que “la balanza comercial del Perú continuará en superávit en 2018 y 2019 impulsado en parte por el mayor volumen y mejor precio de los metales”.

Así lo manifestó, en la presentación del último reporte de inflación correspondiente a diciembre de este año, en la que se presentaron las últimas proyecciones económicas del mundo, la región y el país.

El superávit de la balanza comercial de 2016 aumentaría a más del triple hacia el año 2019.

La balanza comercial del Perú registró déficit en los años 2014 (US\$-1,509 millones), 2015 (US\$-2,916 millones) y a partir de 2016 registra superávit (US\$1,888 millones) con tendencia ascendente.

Así, el ente emisor proyecta un superávit de US\$5,609 millones para este año y de US\$7,136 millones para 2018 y US\$7,092 millones para 2019.

Asimismo refirió que el efecto del creciente superávit en la balanza comercial serán las presiones en el dólar hacia la baja.

### **Exportaciones:**

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

### **Importaciones:**

“Las importaciones fueron US\$ 3 152 millones en el mes, 5,3 por ciento menos que en diciembre de 2017. La mayor parte correspondió a insumos (US\$ 1 493 millones), seguido de bienes de capital (US\$ 928 millones) y de bienes de consumo

(US\$ 723 millones). En el año 2018, las importaciones totalizaron US\$ 41 893 millones, monto mayor en 8,2 por ciento respecto al año 2017”. (Banco Central de Reserva del Perú, 2019, pág. 1)

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

##### **Producto Bruto Interno**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), “la actividad económica creció 1,9% en noviembre y acumula 124 meses de crecimiento consecutivo. Con el resultado, el PBI registra un crecimiento de 2,4% en los últimos 12 meses” (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, 2020).

Según el economista Pablo Nano para el primer trimestre del 2020 proyectamos un crecimiento del PBI de 2.7% , tasa mayor al 1.8% registrado durante el cuarto trimestre del 2019. Asimismo explica sobre la recuperación de los sectores primarios, que a diferencia del cuarto trimestre del 2019, cuando hubo malos resultados de la campaña de pesca de anchoveta afectaron los resultados del PBI de noviembre y diciembre , en el primer trimestre de este año dicho impacto negativo solo se registro en enero .

Para el primer trimestre del 2020 (1T20), el Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank proyectó un crecimiento del PBI de 2.7%, tasa mayor al 1.8% registrado durante el 4T19. La aceleración se debería a dos razones principales: la recuperación gradual de los sectores primarios y el incremento de la inversión pública.

En cuanto al primer punto, a diferencia del 4T19, cuando los malos resultados de la



campana de pesca de anchoveta afectaron los resultados del PBI de noviembre y diciembre, durante el 1T20 dicho impacto negativo sólo se registró en enero.

También un factor que podría acotar la aceleración del PBI en nuestro país son los efectos del coronavirus (Covid-19). Debido a la pandemia ya se ven afectados varios sectores de nuestro país, ya que por el cierre de las fronteras hay retrasos en envíos programados y al desvío de embarques hacia otros destinos ante el cierre de las fronteras de los países, de la misma manera también se verán afectados los sectores de minería, agro exportación y la pesca.

### **Tasa de Inflación:**

Perú registró una inflación de 0,14% en febrero, mayor al mes anterior, informó el domingo el Gobierno, en momentos en que el país espera una recuperación productiva tras anotar en el 2019 su peor desempeño económico en una década.

En el primer mes de este año la inflación fue de un 0,05%; mientras que en febrero del año pasado los precios al consumidor en el segundo productor mundial de cobre subieron un 0,13%.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) señaló:

“Entre enero y febrero el Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana (IPC), referencial de la inflación en Perú, fue de un 0,20%; mientras que en los 12 meses a febrero el índice subió ligeramente a un 1,90%”

La tasa anualizada está por debajo del punto medio del rango meta de entre 1 y 3 por ciento del Banco Central de Reserva.

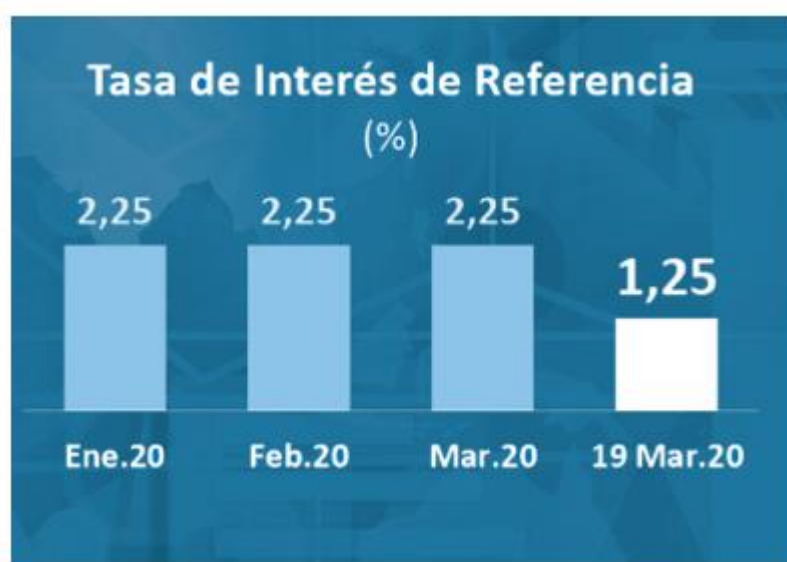
Perú anotó una inflación de 1,90% por ciento en el 2019 - menor al 2,16% de inflación registrado en el 2018- en un año en que su economía creció un 2,16%, afectada por una caída de la industria pesquera y una menor producción minera.

“Para el 2020, el FMI proyectó que la economía peruana se acelerará y registrará un crecimiento de 4%. Dichas proyecciones del FMI, están en línea con las estimaciones del Banco Central de Reserva (BCR), que en su último reporte de inflación señaló que la economía peruana se expandirá en torno a 4% en 2019 y 2020”. (Diario Peru21, 2019)

### **Tasa de interés.**

Respecto a la tasa de interés de referencia se conoce que el BCR reduce la tasa de interés de política monetaria en 100 puntos: de 2,25 % a 1.25%.

Asimismo estos indicadores serán modificados según como responda el mercado internacional.



*Figura 13.* Tasa de interés de referencia en porcentaje. Adaptado de “Programa monetario extraordinario de marzo 2020”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2020.

### **Tipo de cambio**

“El dólar tuvo un débil inicio de año, durante el primer trimestre el dólar se depreció un 1.75% frente al sol peruano llegando a caer hasta los S/ 3.30, sin embargo, un reciente informe Focus Económicos Consensus Forecast LatinFocus prevé una recuperación del dólar hasta los S/ 3.350 soles a finales del 2020, esta previsión del tipo de cambio está cerca de los datos que maneja el Banco Central Reserva (BCR)” (PRECIO DÓLAR PERÚ, 2019).

Asimismo debió a la expansión del coronavirus (COVID -19 ) y los temores de una posible recesión de la economía global fortalecieron al dólar a nivel global, a su vez a medida que los contagios disminuyan de manera gradual el dólar comenzara a bajar .

### **Riesgo país.**

El (DIARIO GESTIÓN, 2020), señala que el riesgo país de Perú cerró la sesión de hoy en 1.95 puntos porcentuales, ajustado después del cierre, bajando trece puntos básicos respecto a la sesión anterior, según el EMBI+ Perú calculado por el banco de inversión JP Morgan.

Perú (2.11 puntos porcentuales) reportó el riesgo país más bajo de la región, seguido de Colombia (4.07 puntos) y México (3.86 puntos).

Indicador: el EMBI+ Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento promedio de los títulos soberanos peruanos frente al rendimiento del bono del Tesoro estadounidense.

Así, se estima el riesgo político y la posibilidad de que un país pueda incumplir con sus obligaciones de pago a los acreedores internacionales.

#### ***2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.***

- Ley General de Sociedades (Ley N°26887).
- Ley del Registro Único de Contribuyentes (Decreto Legislativo N° 943).
- Ley de PYMES (Decreto Legislativo N° 1086).
- Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo. Ley N° 29783.
- Ley de promoción y formalización del micro y pequeña empresa (Ley N° 28015- 2003).
- Ley general del ambiente (sobre la protección y gestión del ambiente) (Ley N° 28611).
- Ley de Protección y Bienestar Animal (Ley N° 30407)
- Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Ley N° 728).

#### **2.1.2 Del Sector (últimos 5 años).**

##### ***2.1.2.3 Mercado internacional.***

Actualmente, cuando hablamos de reciclaje, hablamos de preservar el medio ambiente, en el entorno donde vivimos, de tal manera que las empresas y gran parte de los personas buscan alternativas para reciclar o reutilizar artículos que son difíciles de biodegradar. “El mundo está enfrentando una carrera contra el tiempo en materia ambiental, teniendo en cuenta que el 2030, es el año límite para frenar los efectos del cambio climático, los organismos dedicados a la protección del ecosistema han instado a los gobiernos de todo el mundo para adoptar medidas y en la actualidad, el reciclaje es una alternativa de mayor acogida” (Montes, 2020).

Según reportes de ONU Hábitat (2020), “más de 200 ciudades han aumentado sus tasas de reciclaje de 40% a 80% a través de tácticas como integración de recicladores. No obstante, el mayor progreso se visibiliza en seis países europeos que

ha alcanzado niveles de reciclaje que superan 50% del total de sus desechos anuales, a saber: Suiza, Suecia, Austria, Alemania, Bélgica y los Países bajos”.

Suiza está posicionada como pionera contemporánea del 100% de reciclaje en el mundo, contando con las facilidades y beneficios que cuenta con esta práctica dentro del mismo país. Quien le sigue muy cerca es Suecia, gracias a su moderno sistema de reciclaje que le ha permitido alcanzar 99% de sus residuos desde el 2017. Asimismo, las naciones que superan el 60% en sus tasas de reciclaje es Austria con 63% y Alemania con 62%, En cuanto a Bélgica representa 58% y países bajos 51%. Sin embargo América Latina está en deuda con el mundo, mientras que los países europeos están a la vanguardia en lo que a reciclaje se refiere, Latinoamérica es lo opuesto a dichas prácticas, ya que solo reciclan 4.5% de desechos, cifra muy reducida en comparación con el promedio mundial.

De acuerdo con la ONU, la situación en América Latina no sufrirá muchos cambios positivos en los siguientes 30 años, sino que por el contrario, el problema se agravará mucho más. Para el 2050 la institución estima que el nivel de desechos en la región crecerá a 671.000 toneladas de desechos diarias. A su vez, una tercera parte de los residuos de la región acaba en depósito que no garantizan una protección adecuada del medioambiente o la salud (Montes, 2020).

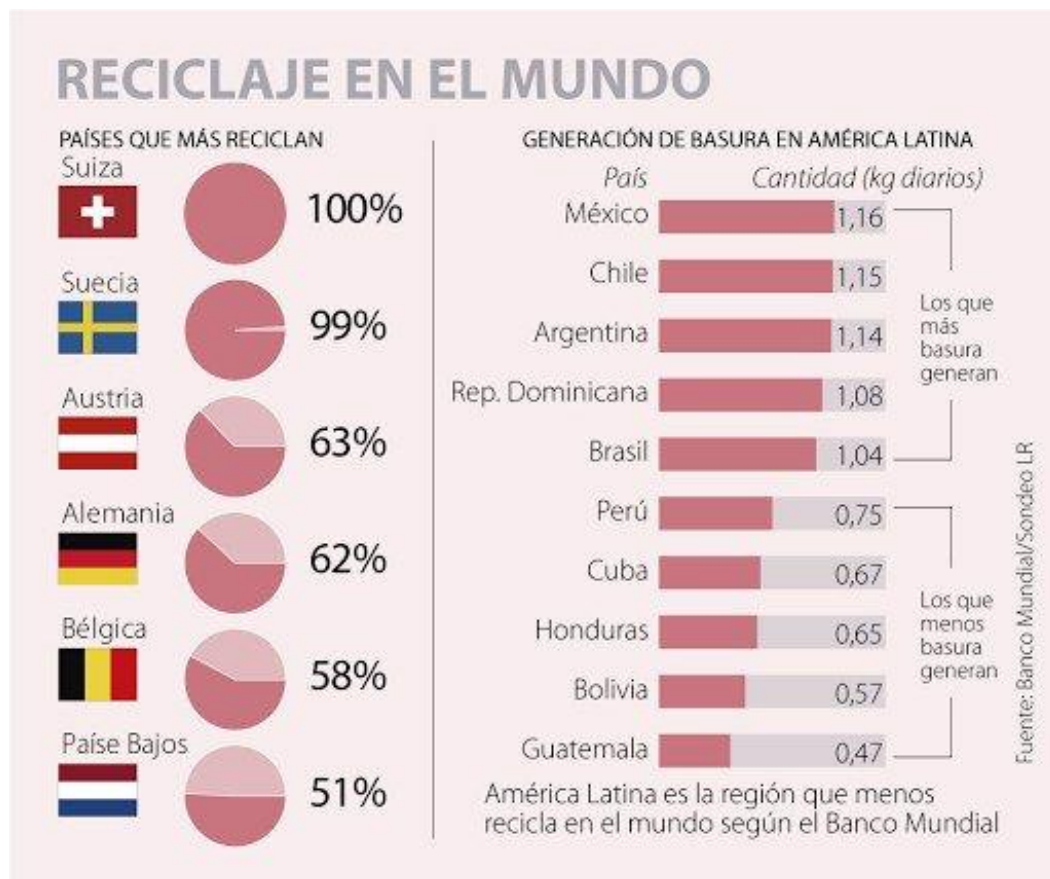


Figura 14. Reciclaje en el mundo. Adaptado de “Seis países alrededor del mundo reciclan más de 50% de su basura durante el año”, por Diario La República, 2019.

Según el sistema integrado de gestión Tratamiento Neumáticos Usados (TNU), empresa española, que nació para darle “respuesta a la responsabilidad de los productores de neumáticos fuera de uso, gestionando de manera eficaz su reciclado” (Negocio fácil, 2015), lleva 14 años recogiendo más de 544,900 toneladas de neumáticos usados, lo que equivale a dejar de emitir al medio ambiente más de 2,382 millones de toneladas de Co<sub>2</sub> permitiendo ahorrar más de 762 millones litros de petróleo. “En España anualmente se consumen aproximadamente 20 millones de neumáticos nuevos, que luego se tendrá que reciclar y la cantidad va en aumento, puesto que cada año desechan más de 220,000 toneladas de este producto petroquímico” (POSVENTA.INFO, 2015).

TNU mediante las 3R del reciclaje de neumáticos, TNU promueve:

Reutilización: Pone en carretera neumáticos alargando su vida útil, es el único operador que cuenta con empresas que renuevan neumáticos.

Reciclaje mediante valorización material: Valor añadido al neumático en desuso, convirtiéndolo en superficies para campos de juegos, césped artificial, acero de primera calidad, aislantes para viviendas, carreteras adherentes, mangueras, suela de zapatos.

Reducir: disminución del consumo de combustibles fósiles, ya que los neumáticos que no se pueden reciclar ni renovar se utilizan como combustible alternativo, principalmente para hornos de cemento lo permite un ahorro energético considerable (POSVENTA.INFO, 2015).

TNU es un ejemplo de un mercado internacional que contribuye al medio ambiente y a la economía circular, además de cumplir con un decreto de su país 1619/2005 que regula el reciclado de neumáticos fuera de uso, aprovechando así sus componentes como caucho, metal, tejidos.



Figura 15. Neumáticos usados. Adaptado de “La importancia del reciclaje de neumáticos”, por Tratamiento Neumáticos Usados, 2018.

#### 2.1.2.4 Mercado del consumidor.

“El mercado de consumo se refiere a todos aquellos compradores que adquieren bienes y servicios para su consumo en vez de revender. A pesar de esto, los consumidores se diferencian unos de otros por sus preferencias, gustos y hábitos de compra” (Pacheco, 2019). Es por ello que nuestro producto está dirigido a las personas sensibles y motivadas por mejorar el medio ambiente en el que vivimos y que además buscan de la comodidad para sus mascotas en la adquisición de camas diseñadas con productos reciclados, uno de ellos son las llantas en desuso. Familias del NSE A, B y C que vivan en las zonas 5,6 y 7.

Según el Ministerio del ambiente “En el Perú hay enormes oportunidades en el reciclaje; sin embargo, sólo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos



reaprovecharles que se generan” (Ministerio del Ambiente, 2018). “En Lima, la ciudad más grande del país donde viven 10 millones de personas, se generan 8.468 toneladas diarias de basura, que corresponde a 47% del total producido. De los cuales, tan solo se recicla el 4%. Lima es quien tiene la huella ecológica más alta superando los parámetros ecológicamente permisibles” (WWF Perú, 2018).

El artículo de “Los expertos en reciclado”, hace referencia a que muchas veces la necesidad, la falta de recursos y la misma pobreza son fuente de inspiración del reciclado y la conservación de los recursos naturales. Hace mucho tiempo no se sabía qué hacer con las llantas usadas y se guardaban en almacenes inmensos, porque son altamente inflamables. En Perú, sin embargo, caracterizado al individuo por ser buenos emprendedores, convertían las llantas en ojotas, o en sandalias para usar en los trabajos de campo, asimismo, han sido usadas en parachoques de camiones y de tírales, topes para botes y puertos, depósitos para las cervezas, hitos para circuitos de karts o motocross, últimamente se usan en los parques infantiles pintadas de colores, calzado, macetas y muebles (Perú21, 2013).

No cabe duda que existe un mercado del consumidor del neumático en desuso, claro aún es bajo, pero, es por ello la necesidad de una actividad inicial educativa y creadora, auto sostenible y motivadora, que despierte en la población el lado útil del reusó de un objeto que dejado a su suerte es fuente de alta contaminación, logrando ahora un doble propósito: bajar los índices de crecimiento de la contaminación ambiental en Perú y generar oportunidades de trabajo digno a más familias, mejorando su calidad de trabajo (GAMS Perú, 2015).

“La municipalidad La Molina: Inicio el programa “Que ruede la vida” que consiste en reciclar llantas en desuso para convertirlas en maceteros con forma de

personajes de cine o televisión y que estarán ubicados en diversas sedes vías públicas del distrito” (Radio Estación Vida, 2016).



*Figura 16.* Llantas usadas en gigantescos y decorativos maceteros. Adaptado de “Perú: están convirtiendo las llantas usadas en gigantescos y decorativos maceteros”, por Diario Tiempo26, 2017.



*Figura 17.* Llantas usadas en gigantescos y decorativos maceteros. Adaptado de “Perú: están convirtiendo las llantas usadas en gigantescos y decorativos maceteros”, por Diario Tiempo26, 2017.

“A fin de contribuir con la economía circular, nace a finales del 2018, EstoyEco, una marca peruana de calzado femenino que hace uso de material reciclado como los neumáticos, el plástico y tela de jeans para la producción de balerinas, zapatillas y botines” (Blog Mercado Negro, 2020).



*Figura 18.* Producción de balerinas, zapatillas y botines sostenibles. Adaptado de “Marca peruana elabora calzado con llantas, plástico y jeans reciclados”, por Blog Mercado Negro, 2020.

#### Otros productos hechos con llantas: Muebles



*Figura 19.* Muebles hecho de llantas. Adaptado de “Llantas recicladas”, por Pinterest, 2020.

#### **2.1.2.5 Mercado de proveedores.**

A nivel internacional, Gestión ambiental es una compañía constituida en el 2001, es pionera en la consecución de soluciones de reciclado para su sector debido a su apuesta por la tecnología en el tratamiento del caucho y pertenece a COMSA Corporación, uno de los principales grupos españoles en el área de infraestructura, ingeniería, medio ambiente y tecnológica. GMN está adherida a SIGNUS, entidad sin ánimo de lucro que regula la recogida y gestión de 80% de los neumáticos usados en España y que vela por las buenas prácticas en el sector (GMN, 2012).

En Perú el mercado de proveedores aún es moderada, existen proyectos de plantas de reciclaje, asimismo, la ONG Plataforma Red Gams Perú, quien ha realizados diagnóstico de la importancia del reciclaje de la conservación del medio ambiente; en especial el reciclaje de llantas, considerando que son pocas las empresas que cuentas con el manejo tecnológico de reutilización, lo que implica tener gran cantidad de llantas acumuladas (GAMS Perú, 2015).



*Figura 20. Neumáticos. Adaptado de “Reutilización de neumáticos”, por Grupos de Apoyo Mutuo Solidario, 2019.*

“EL KAZMEÑO E.I.R.L., es una empresa peruana, que brinda el servicio de transporte de productos terminados por carretera, cubriendo diversas rutas a nivel nacional” (EL KAZMEÑO, 2013); asimismo, la empresa está comprometida con el medio ambiente y está incorporando como parte de su política, el reciclaje de llantas en desuso, por lo que estamos interesados en que se convierta en nuestro proveedor clave.



*Figura 21. Oficinas de la Empresa El Kazmeño E.I.R.L. Adaptado de “Quienes somos”, por Empresa El Kazmeño, 2020.*

“Empresa de Transporte Línea, nació en Trujillo, en el norte del Perú. Cuenta con más de 100 buses en servicio, enfocados en la seguridad, confort y puntualidad” (RedBus, 2017).

“Empresa de transporte Tepsa, es una empresa de buses que ya tiene 57 años en servicio como una de las mejores opciones para los viajeros. Es innovadora a pesar de contar con una tradición que ha pasado de generación en generación, reinventándose y mejorando día a día” (RedBus, 2017).

“Empresa de transporte Perú Bus, existe desde 1980 y al día de hoy cuenta con más de 200 buses activos en su flota. Es una empresa que se dedica básicamente al transporte por los principales destinos del sur del Perú. La empresa tiene salidas diarias y una frecuencia de buses cada 5 minutos” (RedBus, 2017).

Empresa de transporte Civa, tiene 46 años en el mercado y cuenta con 320 buses en la actualidad, las cuales hacen transporte de pasajeros por todo el Perú.

Tabla 6.

*Cantidad de llantas por cada proveedor*

| <b>Proveedores claves</b>       | <b>Tipo<br/>unidad</b> | <b>Total<br/>de<br/>flota</b> | <b>Repuestos<br/>en cada<br/>unidad</b> | <b>Total de<br/>neumático<br/>por vehículo</b> | <b>Total<br/>unidad +<br/>repuesto</b> | <b>Total<br/>neumaticos<br/>flota</b> | <b>Frecuencia<br/>cambio de<br/>llantas</b> | <b>Total unidades<br/>disponible<br/>anuales</b> |
|---------------------------------|------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Empresa kazmeño                 | Camiones               | 60                            | 1                                       | 10                                             | 11                                     | 660                                   | 5 meses                                     | 1,584.00                                         |
|                                 | Furgones               | 30                            | 1                                       | 8                                              | 9                                      | 270                                   | 5 meses                                     | 648.00                                           |
| Transportes linea               | Buses                  | 100                           | 2                                       | 6                                              | 8                                      | 800                                   | 3 meses                                     | 3,200.00                                         |
| Empresa de transportes tepsa    | Buses                  | 400                           | 2                                       | 6                                              | 8                                      | 3200                                  | 3 meses                                     | 12,800.00                                        |
| Empresa de transportes peru bus | Buses                  | 200                           | 2                                       | 6                                              | 8                                      | 1600                                  | 3 meses                                     | 6,400.00                                         |
| Transportes terrestres civa     | Buses                  | 320                           | 2                                       | 6                                              | 8                                      | 2560                                  | 4 meses                                     | 10,240.00                                        |
|                                 |                        |                               |                                         |                                                |                                        |                                       | Total                                       | 34,872.00                                        |

*Nota:* Elaboración propia

Asumiendo que realicen mantenimiento de sus vehículos y tendrán que realizar cambio de neumaticos cada 6 meses.

Otros proveedores certificados que ofrecen productos con estándares de calidad y que necesitamos para la elaboración de nuestro producto:

- Tapiz Perú SAC: Nos proveerá de telas.
- Color Centro: Nos proveerá pinturas.
- Pinturas ANYPSA: Nos proveerá pinturas.
- Hilos Torzal: Nos proveerá hilos.
- Transportes Virgen del Carmen: Nos proveerá del servicio de la distribución del producto.

Concluimos que tenemos variedad de proveedores que podemos trabajar en beneficio a nuestro proyecto.

#### ***2.1.2.6 Mercado de Competidor***

En la actualidad, en el país no encontramos competidores directos que brinden el mismo producto que KAWIPET ofrece; sin embargo, la empresa analiza estrategias que permita tener ventajas antes los posibles competidores más cercanos los cuales representan marcas reconocidas con un mercado ya ganado como son: Smartpet, Accecan, Basa, Cool Pets, otros.

A continuación nuestro mercado competidor:

Smartpet: Cama Meow para gato tipo bolsa, elaborada a base de esponjas - talla única- Precios desde S/.192.00

Es una marcada reconocida en el mercado peruano, las ventas se realizan en las tiendas de SuperPet, los dueños de la marca son de capitales colombianos Topmark Colombia.





*Figura 22. Galería de Smart Pet. Adaptado de “Productos para mascotas”, por Smart Pet, 2020.*

Accecan: Cama para perro tipo nido, elaborado a base de cartón, telas y esponjas  
 –Precios desde S/.50.00

Es una marca con 26 años en el mercado de accesorios para mascotas, sus productos son distribuidos en Petplaza, cuentas con diversos precios económicos.



*Figura 23. Camas para perros. Adaptado de “Camas para perros” por Acce Can, 2020.*

Basa: Cama para perro tipo batea, elaborada a base de plástico- Precio desde  
 S/.85.00



Es una marca reconocida en el mercado nacional con más de 40 años en el mercado, la marca pertenece a la empresa familiar Ychicawa S.A, sus productos son distribuidos en mercados tradicionales, supermercados y tiendas por departamento.



Figura 24. Cama marca Basa. Adaptado de “Cama para perros”, por Empresa Basa, 2020.

Cool Pets: Cama para perro y gato tipo batea, elaborada a base de plástico y tipo sillón elaborada de madera y aluminio - Precio desde S/. 78.00.

Es una marca reconocida en el mercado nacional, a través de su mercado distribuidor como supermercados y tiendas por departamentos.



Figura 25. Cama PVC. Adaptado de “Cama para perros”, por Empresa Pet Plaza, 2020.

#### **2.1.2.7 Mercado distribuidor**

Tenemos como objetivo que nuestro producto sea distribuido en los canales de: tiendas de accesorios para mascotas, mercados y entregas a domicilio.

Los ámbitos de comercialización de las camas ecológicas para mascotas serán en 2 canales de distribución:

Canal Directo o canal 1: En este canal no hay ningún nivel de intermediarios, el fabricante de camas ecológicas para mascotas es el mismo que realiza la venta al consumidor final.

Canal Mayorista / Intermediario: En este canal contiene 2 niveles de intermediarios, es decir el fabricante de camas ecológicas para mascotas le vende a las tiendas de accesorios para mascotas y a las veterinarias, y estas a su vez le venden al consumidor final.

Los siguientes canales de distribución son:

- **PETPLAZA:** Lleva 7 años en el mercado de accesorios para mascotas y sus tiendas están ubicadas en Miraflores.
- **SUPER PET:** Lleva 5 años en el mercado, logro posicionarse en el mercado de tiendas de mascotas en el 2017, tiene portafolio de marcas económicas y Premium, sus tiendas físicas están en La Molina, San Isidro, San Borja.



*Figura 26. Logo de SuperPet. Adaptado de “Logo”, por Empresa Super Pet, 2020.*

- **BELEN PETSHOP:** Tiendas de mascotas que ofrece las mejores marcas y productos para el cuidado, diversión y desarrollo de la mascota.



Figura 27. Logo de Belén Petshop. Adaptado de “Logo”, por Empresa Belén Petshop, 2020.

- **PETPLAZA:** Diversos servicios con derechos reservados del nombre y la marca en Perú, lleva 5 años en el mercado.



Figura 28. Logo de PetPalaza. Adaptado de “Logo”, por Empresa Pet Plaza, 2020.

- **HAPPY PET PERU:** Empresa peruana especializada en comercialización de artículos para mejorar la calidad de sus mascotas en el cercado de Lima.



Figura 29. Logo de Happy Pet Perú. Adaptado de “Logo”, por Empresa Happy Pet Perú, 2020.

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

En Perú existen leyes y ordenanzas que regulan el reciclaje, orientan a la capacitación y protección del desarrollo social y laboral. Tal es el caso de:

La Ley General de Residuos sólidos” N° 27314: establece “los derechos, obligaciones, atribuciones y responsabilidades de la sociedad en su conjunto, para asegurar una gestión y manejo de residuos sólidos, sanitaria y ambientalmente adecuada, prevención de riesgos ambientales y protección de la salud y el bienestar de la persona humana” (Congreso de la República del Perú, 2000, art. 1)

En conclusión sus tres pilares son: Reducir residuos como primera prioridad, la eficiencia en el uso de los materiales, los residuos vistos como recursos y no como amenaza.

La Ley general del ambiente” N° 28611, establece que “toda persona tiene el derecho irrenunciable a vivir en un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, y el deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, asegurando particularmente la salud de las personas en forma individual y colectiva, la conservación de la diversidad biológica, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y el desarrollo sostenible del país” (Congreso de la República del Perú, 2005, art.1)

Finalmente, las Municipalidades también aportan con campañas de la mano con la sociedad en el reciclaje de residuos sólidos, motivando a los vecinos a la sensibilización, tenemos dos claros ejemplos: a través del programa “Que ruede la vida” liderado por la Municipalidad de La Molina se ha propuesto reciclar las llantas en desuso para convertirlas en gigantes maceteros con formas de personajes. La municipalidad de Santiago de Surco está convirtiendo los neumáticos en ingeniosos juegos como columpios, túneles, sube y baja, entre otros promoviendo la reutilización para el beneficio comunitario de una forma creativa e innovadora.

## **2.2 Análisis del Microentorno**

### **2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad baja.**

Identificar quienes son sus competidores, como es su estructura de ingresos, sus ventajas competitivas.

Actualmente en Perú no encontramos empresas que fabriquen y vendan camas hechas con llantas recicladas, sin embargo, la empresa analiza rivalidad entre competidores cercanos que tengan ventajas competitivas con otros productos reciclados, asimismo que tengan marcas reconocidas y posicionadas en el mercado.

En la página web de mercado libre Perú, existe variedad de marcas de camas para mascotas con precios desde S/30.00, sus productos son distribuidos en tiendas de accesorios, veterinarias clínicas y entregas a domicilio.

Una seria ventaja de las marcas como son: Smartpet, Accecan, Basa, Cool Pets, son las más buscadas en el mercado con diversos diseños y precios accesibles, además de que las empresas que fabrican estas marcas llevan años en el mercado y son de empresas consolidadas como por ejemplo “Basa” que pertenece a la familia Ychicawa S.A con 40 años en el mercado y amplia cartera de clientes.

La intensidad entre los competidores es baja, porque contamos con un producto diferenciado, sabemos que ellos no poseen experiencia en reciclaje; además, no hay indicadores que muestre que están contribuyendo con el medio ambiente, está sería una ventaja con mayor a nuestra competencia, ya que estamos aportando beneficios al país como es: Medio ambiente, Económico, Socio cultural.



Figura 30. Beneficios del reciclaje. Adaptado de “Espacio verde”, por Línea Verde, 2020.

### **Estrategias:**

- Nosotros como empresa buscamos estrategias que permitan superar ciertas ventajas de los competidores.
- De acuerdo a nuestro focus group realizado, tomamos las recomendaciones y solicitudes específicas en diseños de detalla el cliente,
- Información y publicidad mediante redes sociales, explicando los motivos y beneficios generales que existe en utilizar productos de material reciclable.
- Realizar encuestas cada 6 meses para conocer su percepción del producto ya adquirido.
- Logística de compra de materiales y entregas en tiempo óptimo.

### **2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes: Alta.**

Análisis específico de sus clientes potenciales, nivel de negociación que poseen. Nos dirigimos a las familias de Lima Metropolitana del NSE A, B y C que vivan en las zonas 5, 6

y 7, que tengan mascotas y que estén interesadas por preservar el medio ambiente comprando productos a base de material reutilizado.

Actualmente hay una tendencia mundial y la sociedad está muy implicada en cuidar el medio ambiente. Las llantas que normalmente llegaban a las quebradas, ríos y rellenos sanitarios, pueden convertirse ahora para materiales de construcción: alfombras, camas, textiles, acondicionamientos de parques para niños. Esta segunda vida al caucho se ha convertido en un esfuerzo local y 1er lugar en el extranjero.

Sabemos que aún falta concientizar a los clientes en temas de reciclaje y cuidado del medio ambiente, sin embargo, podemos decir que el poder de negociación es alto debido que obtienen un producto diferenciado entre los productos sustitutos.

#### **Estrategia:**

- De acuerdo a satisfacer la necesidad del cliente, ofrecemos un producto innovador con una propuesta de valor.
- Durabilidad y calidad del producto, diseños a pedido de los clientes, precios acordes al mercado.
- Concientizar a nuestros clientes en optar por consumir productos reciclados, fomentando el cuidado al medio ambiente entregando sus llantas en desuso para la elaboración de nuestro producto, obteniendo así descuentos favorables.

#### **2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores: Bajo**

Identificación y análisis de los proveedores del negocio, poder de negociación que poseen.

La empresa cuenta con proveedores certificados con productos de calidad que exigen nuestros clientes, nuestros proveedores evaluados son: EL KAZMEÑO EIRL, TRANSPORTE

LINEA, TRANSPORTE TEPESA, PERU BUS y TRANSPORTE CIVA, son empresas que tienen una flota considerable y que en la mayoría de los casos cuentan con un espacio llamado cementerio de llantas, entre otras empresas de transportes que nos pueden proveer las llantas que desechan.

Tapiz Perú Sac nos brinda las telas, Color Centros nos brinda las pinturas, Servicio de transporte el Carmen nos realiza el servicio de transporte.

Analizando a los proveedores, decimos que el poder de negociación es alta porque la oferta es muy reducida por ejemplo nuestro proveedor de llantas, ya que solo contamos con Kazmeño EIRL que es una empresa formal a nivel nacional, existen otros en el mercado, pero son informales.

#### **Estrategias:**

- La empresa desea contar con asociaciones claves, principales aliados para la puesta en marcha de la empresa.
- Nuestro principal asociado clave es el proveedor de las llantas, ya que nos brinda el producto principal para la elaboración de las camas ecológicas para mascotas, los pedidos serán mediante orden de compra para la formalidad de la misma; donde se respete precio, descuentos por volumen, entregas en el tiempo acordado.
- También los asociados claves son los proveedores de telas, hilos, pinturas, servicios de transporte de distribución, ya que al inicio de nuestras operaciones será tercerizado.

#### **2.2.4 Amenaza de productos sustitutos: Alta.**

Identificar y analizar los productos sustitutos.

No existe oferta dedicada con características similares a las que atiende “Kawipet”; sin embargo, existen ofertas más cercanas de camas para mascotas, de marcas reconocidas como:



Smartpet (Precios desde S/.190 a más), Accecan (Precios desde S/.50.00 A más), Basa (Precios desde S/.85.00), Cool Pets (Precios desde S/.78.00), otras marcas locales (S/.25 a S/.100.00). Su fabricación es con material de: madera, melamina, colchonetas, cartón presado, plástico.

Asimismo existen otros productos diseñadas en exposiciones de ferias de ONG y público en general que elaboran camas con tal solo ver videos por YouTube de países del extranjero.

Los productos sustitutos constituyen una fuerte amenaza, ya que cuentan con variedad de productos, precios acorde al mercado, canales de distribución con representación a nivel nacional, Por ende Kawipet, debe gestionar nuevas estrategias con la diferenciación de nuestro producto. El poder de negociación es alta porque que los clientes pueden escoger nuestro producto como también los sustitutos, ya que tienen varias posibilidades para decidir.

#### **Estrategias:**

- Conforme al análisis, la empresa está buscando con la diferenciación del producto, ya que es base de neumático reciclaje y además contribuye al medio ambiente. Para reducir la rivalidad de los competidores necesitamos enfocarnos a las amenazas de sustitución:
- Precios similares a los sustitutos
- Buscar más canales de distribución que permitan la exposición de nuestro producto y así hacer frente a los sustitutos.

#### **2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada: Alta.**

Identificar a los competidores potenciales, nivel de barreras de entrada y salida.

Actualmente existen tiendas por departamento físicas y online ya consolidadas que cuentan con capital propio, cartera amplia de clientes, capacidad de producción, publicidad,

páginas web; sin embargo ofrecen productos sustitutos, por ende aprovecharemos nuestra propuesta de valor, ya que estamos ingresando al mercado de las mascotas con un producto innovador y nuestra marca personalizada.

Existen mercados de distribuidores como profesionales independientes dedicados al reciclaje de todo tipo de materiales y que exponen sus productos en ferias y que practican la filosofía de transformar productos reciclados en diseños innovadores.

La principal barrera de entrada es contar con importes de inversión de los socios para iniciar las operaciones, ya que no contamos con capital prestado de entidades financieras, puesto que somos una nueva empresa, asimismo, otra barrera son los productos sustitutos ya que son marcas reconocidas y son líderes en el mercado de mascotas.

La principal barrera de salida serán los costos laborales, ya que por ser una empresa formal, tendremos que cumplir con todos los beneficios sociales que manda la ley, asimismo, cubrir los demás costos fijos y variables, siempre que la empresa se mantenga en el mercado.

### **Capítulo III. Plan estratégico**

#### **3.1. Visión y misión de la empresa.**

##### **3.1.1. Visión.**

Ser líder en el mercado en producir camas ecológicas para mascotas a nivel nacional y en 5 años lograr un posicionamiento dentro de las líneas de cama, ofreciendo un concepto innovador ecológico con neumáticos reciclados brindando confianza, seguridad, calidad, responsabilidad y transparencia a sus clientes.

##### **3.1.2. Misión.**

KAWIPET S.A.C. es una empresa peruana, nuestro objetivo es contribuir con el cuidado del medio ambiente, brindando alternativas de camas ecológicas utilizando como materia prima principal los neumáticos reciclados mediante procesos adecuados, cuidando el bienestar y salud de sus mascotas.

#### **3.2. Análisis FODA**

Tabla 7.

Análisis Foda

| FORTALEZAS                                                                                        |                                                                                                                                                       | DEBILIDADES                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                   | F1: Camas innovadoras para perros y gatos con diversos diseños con alto nivel de creatividad                                                          | D1: Empresa nueva en el mercado, marca nueva sin posicionamiento                                                                                                |
|                                                                                                   | F2: Ofertas y promociones para clientes continuos                                                                                                     | D2: Cultura de la gente                                                                                                                                         |
|                                                                                                   | F3: Productos ecológicos para cuidar el medio ambiente                                                                                                | D3: Ventas concentradas en un punto geográfico (lima metropolitana)                                                                                             |
|                                                                                                   | F4: Personal con experiencia en el sector                                                                                                             | D4: No contar con alianzas estratégicas, por ser una empresa nueva en el mercado.                                                                               |
|                                                                                                   | F5: Ubicación del producto en lugares estratégicos                                                                                                    | D5: No llevar una contabilidad directa de la situación financiera                                                                                               |
| OPORTUNIDADES                                                                                     | FO                                                                                                                                                    | DO                                                                                                                                                              |
| O1: Baja competencia en la fabricación de camas para mascotas con neumáticos reciclados.          | FO1. (O4-F3): Concientizar a la gente para el cuidado del medio ambiente, aprovechando el crecimiento por el cuidado del medio ambiente.              | DO1. (O2-D4): Nos comprometemos en buscar alianzas estratégicas aprovechando los avances tecnológicos para dar a conocer nuestro producto ecológico e innovador |
| O2: Avances tecnológicos                                                                          |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |
| O4: Crecimiento al cuidado y bienestar de la mascota                                              | FO2. (O2-F2): Brindaremos ofertas, descuentos, información, a través de los canales tecnológicos como redes sociales, email.                          | DO2.(O3-D2): Brindaremos información adecuada acerca del reciclaje de neumáticos y la contribución al medio ambiente                                            |
| O5: Incremento nicho de poder con alto nivel adquisitivo                                          |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |
| O6: Poca competencia en el mercado lima metropolitana, con productos innovadores de buena calidad | FO3. (O6-F5): Ofrecemos nuestros productos en lugares estratégicos donde exista una mínima competencia, de nuestros productos innovadores.            | DO3.(O5-D3):Nos enfocaremos en clientes con alto poder de adquisición, los distritos con mayor concentración                                                    |
| O7: Crecimiento por la compra de productos ecológicos                                             |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |
| AMENZAS                                                                                           | FA                                                                                                                                                    | DA                                                                                                                                                              |
| A1: Desaceleración de la economía mundial en los últimos años                                     | FA1. (F1-A3): Creamos nuestro propio diseño para patentarlo, continuamente estaremos innovando para el atractivo del público a través de las tiendas. | DA1. (D4-A2): Buscaremos alianzas estratégicas con tiendas tradicionales, veterinarias y petshop ofreciendo un producto responsable.                            |
| A2: Gran demanda de productos sustitutitos                                                        |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |
| A3:Falta de información acerca de reciclaje de Neumáticos                                         |                                                                                                                                                       | DA2. (D3-A5): Nuestro objetivo será enfocarnos en clientes del lima metropolitana con mayor concentración.                                                      |
| A4: Cambios en ciclos económicos- pandemias                                                       | FA2. (F2-A2): Promocionaremos nuestros productos indicando las ventajas, calidad y comodidad frente a los competidores.                               |                                                                                                                                                                 |
| A5: Nuevos competidores con la misma materia prima                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |
| A6: Alta rotación de personal                                                                     |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                 |

Nota: Elaboración propia

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1. Objetivo General.**

Ofrecer al mercado nuevos productos ecológicos, reciclables con un modelo diferente, cómodo, resistente de diferentes tamaños, teniendo como principal objetivo contribuir favorablemente al cuidado del medio ambiente, difundir nuestro producto con las activaciones de ferias y así posicionarnos del mercado en los 5 años del proyecto.

#### **3.3.2. Objetivos Específicos**

- Incrementar las ventas en un 10% para el segundo año
- Reducir gastos de producción en 10% buscando proveedores con precios accesibles acorde al mercado
- Hacer crecer nuestro equipo en la eficiencia de la producción al 100%
- Obtener compromiso con el medio ambiente de nuestros clientes al 95%
- Posicionar nuestro producto en el mercado para nuestro primer año, publicar contenidos en redes sociales (Facebook, twitter) cada 3 veces mensuales.
- Reducir gastos de producción en 10% buscando proveedores con precios accesibles acorde al mercado.
- Desarrollar un plan de marketing, hacer crecer nuestro equipo para ser más eficiente en un 100%.

#### **Ambientales:**

- Difundiremos una política ambiental a la población, un compromiso de toda la empresa con el ambiente.
- Diseñar un plan de acción para poder cumplir los requisitos que pide y exige la norma.
- Establecer estrategias de reciclado.

#### **Sociales:**

- Buenas condiciones de trabajo en un 100%.

- Comunicación interna y trato adecuado a los trabajadores en un 100%.
- Seguridad en la empresa al 100% con los implementos adecuados para la producción.
- Celebración de las fechas importantes en cada año.

## **Capítulo IV. Estudio de Mercado**

### **4.1. Investigación de mercado**

#### **4.1.1. Criterios de Segmentación**

En el presente trabajo, se han elegido los siguientes criterios de segmentación:

##### ***4.1.1.1. Segmentación Geográfica***

Se han elegido los distritos de la zona 5,6 y 7 de Lima Metropolitana.

##### ***4.1.1.2. Segmentación Demográfica***

- a) Edad: Personas adultas, comprendidas entre las edades de 20 a 60 años de edad.
- b) Género: Se consideran hombres y mujeres.
- c) Ocupación: Personas que forman parte de la Población Económicamente en las zonas 5, 6 y 7 de Lima Metropolitana.

##### ***4.1.1.3. Segmentación Psicográfica***

Según los estilos de vida en Perú y América Latina de (Arellano 2017), existen 6 públicos objetivos: 2 son exclusivamente conformados por hombres: Los Progresistas y los Formalistas, y 2 son solo mujeres: Las modernas y las conservadoras, y finalmente los 2 son mixtos, Sofisticados y Austeros.

Para estos proyectos tenemos a:

Sofisticados: Contando con los jefes de hogar, estamos incluyendo a hombres y mujeres con niveles de ingreso más alto que el sueldo mínimo, además de ser modernos, educados con la sociedad, liberales y que valoran mucho la comodidad de sus mascotas, son consumidores innovadores, les gusta la moda, en la mayoría son más jóvenes que el promedio de la población, para nuestro caso el rango de edad es a partir de 20 años

Segmentación Socioeconómica: Niveles A B y C.

Segmentación Conductual: Hogares que buscan productos de calidad, innovadores y sobre todo la comodidad para sus mascotas; además, que estén dispuestos a contribuir al desarrollo sostenible: medio ambiente, economía y Social.

#### **4.1.2. Marco muestral.**

##### ***4.1.2.1. Calculo de tamaño muestral.***

Para determinar el marco muestral se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento según INEI (2007-2017) 1.17%, dicha tasa se multiplicó por la población de edades de 20 a 60 años de la zona 5,6 y 7 de Lima Metropolitana, según información de la población estimada de edades simples y grupos de edades de distritos que detalla el Ministerio de Salud del año 2019, obteniendo así una proyección del 2020 al 2025, lo que nos permite tomar como base la población proyectada del año 2020 para hallar el tamaño de la muestra, tomando en cuenta la técnica de muestreo no probabilístico por cuotas y que  $N = 100$  encuestas válidas como mínimo.



Tabla 8.

*Marco muestral*

| Distrito    | Población<br>2020 | Hogare<br>s | Factor<br>Nse | % de familias<br>que poseen<br>mascota | % de familias que<br>posee perros como<br>mascota | Mercado<br>Potencial 2020<br>en hogares | % de<br>cuota | Cuota<br>distribui<br>da |
|-------------|-------------------|-------------|---------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------|--------------------------|
| Ate         | 677,631           | 178324      | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 51,366                                  | 25%           | 25                       |
| Chaclacayo  | 46,706            | 12291       | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 3,540                                   | 2%            | 2                        |
| Lurigancho  | 235,499           | 61973       | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 17,851                                  | 9%            | 9                        |
| Santa Anita | 245,661           | 64648       | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 18,622                                  | 9%            | 9                        |
| El Agustino | 205,806           | 54159       | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 15,601                                  | 8%            | 8                        |
| San Luis    | 61,948            | 16302       | 59%           | 57%                                    | 87%                                               | 4,696                                   | 2%            | 2                        |
| La molina   | 184,604           | 48580       | 93%           | 57%                                    | 87%                                               | 13,993                                  | 7%            | 7                        |
| Surco       | 370,234           | 97430       | 93%           | 57%                                    | 87%                                               | 28,065                                  | 14%           | 14                       |
| San isidro  | 58,297            | 15341       | 93%           | 57%                                    | 87%                                               | 4,419                                   | 2%            | 2                        |
| San Borja   | 120,380           | 31679       | 93%           | 57%                                    | 87%                                               | 9,125                                   | 4%            | 4                        |
| Miraflores  | 88,116            | 23188       | 93%           | 57%                                    | 87%                                               | 6,679                                   | 3%            | 3                        |
| Jesús maría | 76,996            | 20262       | 95%           | 57%                                    | 87%                                               | 5,836                                   | 3%            | 3                        |

|                   |           |       |     |     |     |         |         |     |
|-------------------|-----------|-------|-----|-----|-----|---------|---------|-----|
| Pueblo libre      | 81,861    | 21542 | 95% | 57% | 87% | 6,205   | 3%      | 3   |
| Lince             | 54,021    | 14216 | 95% | 57% | 87% | 4,095   | 2%      | 2   |
| San miguel        | 145,738   | 38352 | 95% | 57% | 87% | 11,047  | 5%      | 5   |
| Magdalena del mar | 58,785    | 15470 | 95% | 57% | 87% | 4,456   | 2%      | 2   |
| Total             | 2,712,283 |       |     |     |     | 205,597 | 100.00% | 100 |

*Nota:* Elaboración propia.

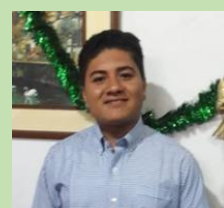
#### **4.1.3. Entrevista a profundidad.**

Se realizaron 4 entrevistas a profundidad para nuestra investigación relacionada con nuestras camas ecológicas hechas a base de llantas recicladas.

- Entrevista a con el supervisor de mantenimiento de flota de la EMPRESA EL KAZMEÑO E.I.R.L.
- Entrevista con el Administrador de la tienda de accesorios para mascotas ANIMALES FRIENDS.
- Entrevista con la Administradora del Hoteles para mascotas PET'S RESORTS
- Entrevista con el personal de asistente logístico de la EMPRESA VIRGEN DEL CARMEN

**Objetivo:** El objetivo de la entrevista a profundidad es obtener la mayor información que sea de utilidad para el desarrollo de nuestro proyecto así también conocer el final que le dan a las llantas que ya no serán utilizadas.

|                            |                                        |
|----------------------------|----------------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | : Oscar Jean Piero Lazoni Oliva        |
| <b>Cargo</b>               | : Supervisor de Mantenimiento de Flota |
| <b>Experiencia</b>         | : 4 años                               |
| <b>Fecha de entrevista</b> | : 14/04/2020                           |



#### **Sobre el negocio:**

La empresa de transportes el Kazmeño es una empresa peruana que brinda servicio de transporte y distribución de diversos requerimientos del mercado cubriendo rutas a nivel nacional.

Sobre el alcance de los protocolos de las llantas no utilizadas

En cuanto al uso de las llantas que se utiliza en la empresa señala que se realiza la compra mensual de 10 neumáticos para unidades vehiculares y 10 neumáticos para furgones de carga. Las unidades vehiculares cuentan con 3 ejes (10 neumáticos) y los furgones de carga cuentan con 2 ejes (8 neumáticos), cada unidad vehicular y furgón de carga cuenta con su neumático de repuesto, en total se utilizan 930 neumáticos.

Asimismo, señala que la frecuencia del cambio de las llantas es por reglamento de seguridad de sus clientes, el cambio lo realizan antes de finalizar el tiempo de vida lo cual resulta en un total de 5 meses por neumático, cabe resaltar que el tiempo de duración es proporcional al desgaste de la cocada del neumático.

Indican que las llantas que no son utilizadas se encuentran almacenadas dentro de la empresa y en ocasiones lo venden. Pero no cuentan con un protocolo de ventas de las llantas.

Actualmente cuentan con 2 medidas de neumáticos 2.35x17.5 para furgones de carga y 2.15x17.5 para unidades vehiculares.

### **Sobre nuestro producto:**

Nuestra idea de proyecto le parece una idea innovadora ya que abarca 2 aspectos fundamentales el de generar conciencia ecológica y animalista. Además que como empresa estarían dispuestos a trabajar con nosotros.

El entrevistado comenta que en el último periodo de trabajo se coordinó realizar un proyecto la cual consistía en concientizar el cuidado del medio ambiente, la cual resaltaba en la venta de residuos metálicos y promover la venta de aceite ya utilizado.

### Entrevistas a profundidad 2

---

#### Entrevista a Experto

**Objetivo:** Conocer la duración de las camas para mascotas.

|                            |                                  |
|----------------------------|----------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | : Shirley Quintana               |
| <b>Cargo</b>               | : Administradora de Pet's Resort |
| <b>Experiencia</b>         | : 3 años                         |
| <b>Fecha de entrevista</b> | : 17/04/2020                     |



### **Sobre el negocio:**

La empresa Pet's Resort es una empresa peruana dedicada al cuidado de las mascotas (alojamiento) que consiste en cuidado, alimentación, paseos. Posicionados 2 años en el mercado.

La experta indica que en el rubro de alojamiento de mascotas lleva 2 años en el mercado.

**Sobre la comodidad de las mascotas:**

Sobre el tamaño y tipo de camas donde descansan las mascotas son de tamaño estándar donde caben razas de tamaño mediano y camas grandes para mascotas de raza grandes, además el modelo más utilizado para este alojamiento son camas tipo sofá las cuales están cubiertas de tela y el otro modelo que utilizan es tipo picares redondo.

Señala que la duración de las camas es de aproximadamente es de 6 meses dependiendo de la cantidad de las mascotas que se tienen así como el uso.

**Sobre las razas de mascotas que reciben en el alojamiento:**

Las razas de mascotas que acuden al alojamiento en su mayoría son razas pequeñas y grandes.

Indica que todo el año reciben a gran cantidad de mascotas, pero en los meses donde tienen más demanda es de diciembre a marzo ya que en esos meses los jefes de hogar se van de vacaciones.

**Sugerencias:**

La recomendación de la experta señala que la compra de camas hechas a base de llatas es una buena opción, pero antes tendría que realizar la prueba de las mismas para ver la acogida que tiene por parte de las mascotas, los tamaños que nos recomienda medianas y grandes tipo picares y redondas. Nos aconseja que fabriquemos modelos novedosos, de buena calidad y bastante duradera.

### Entrevista a Experto

---

**Objetivo:** Conocer el aproximado de ventas de camas para mascotas.

|                            |                                             |
|----------------------------|---------------------------------------------|
| <b>Nombre</b>              | : Daniel Gutiérrez                          |
| <b>Cargo</b>               | : Administrador de la tienda Animal Friends |
| <b>Experiencia</b>         | : 6 años                                    |
| <b>Fecha de entrevista</b> | : 14/04/2020                                |



#### **Sobre su negocio:**

La empresa Animal Friends es una empresa peruana dedicada a la venta de accesorios para mascotas.

#### **Sobre la frecuencia de la compra:**

El administrador de la tienda señala que la frecuencia en la cual sus clientes visitan su tienda en la semana es de 40 -60 personas además señala que el accesorio que se vende con mayor frecuencia son las correas.

#### **Sobre la compra de las camas**

El encargado señala que el tamaño de la cama que se vende con más frecuencia es de 30x50.

Con respecto a las marcas que se venden con más frecuencia no hay una en especial ya que los clientes prefieren las más económicas.

Indica que las camas para mascotas que vende al mes son 12 unidades aproximadamente las camas que más compran son para perros (6 unid) y gatos (4 unid).

El precio de las camas que vende usualmente varían entre los 25 – 70 soles, asimismo indica que el promedio de la duración de las camas que venden son de 6 meses, la venta se realiza en las propias tiendas así como en internet.

## Sobre nuestro producto y sugerencia

La opinión que tiene el experto acerca de nuestras camas hechas a base de llantas recicladas nos ayudara a evitar el costo alto a la vez estaríamos contribuyendo con el cuidado del planeta. Nos recomienda sobre los modelos tienen que ser innovadoras.

Además, estaría dispuesto a comprar nuestras camas revisando el tipo de cama, el material asimismo cumpliendo las normas básicas y sanitarias.

## Entrevistas a profundidad 4

---

### Entrevista a Experto

**Objetivo:** Establecer el nivel de satisfacción del servicio prestado por el sistema de transporte de las camas ecológicas para mascotas.

|                            |                              |
|----------------------------|------------------------------|
| <b>nombre</b>              | : Ilan Chester Tirado Pinedo |
| <b>cargo</b>               | : Asistente de Logística     |
| <b>experiencia</b>         | : 6 años                     |
| <b>fecha de entrevista</b> | : 18/04/2020                 |



### Sobre su negocio:

La empresa “Virgen de Chapi” es una empresa 100% peruana dedicada a la prestación de servicios de transporte rápido de carga vía terrestre a nivel nacional con una trayectoria de más de 12 años, en los que le ha caracterizado la calidad del servicio, la rapidez de las operaciones y el alto compromiso con sus clientes.

Ponemos a servicio, para empresas de mensajería, publicidad y/o servicios en general, transporte de carga liviana, alimentos no perecederos, industrias panificadoras, lácteos, textiles, papelería, cosméticos, misceláneos, etc.

### **Sobre las garantías por el servicio:**

Cuentan con pólizas de seguro de mercancía, ante los daños que sufra la carga transportada en el camión durante su traslado y descarga. Además, estas pólizas pueden incluir la cobertura de responsabilidad civil por los desperfectos que la mercancía pueda ocasionar a terceros durante el trayecto.

### **Sobre las condiciones por el servicio:**

Indican que manejan una tarifa plana por cada punto de entrega dentro de los distritos de Lima Metropolitana esto dependerá del volumen de la carga.

El primer mes el pago sería al contado por ser clientes nuevos, luego de ese periodo se hace un avaluación de su puntualidad de pago y podemos comenzar a trabajar a 30 días de crédito desde la fecha de la factura.

#### **4.1.4. Focus Group.**

##### **Primer focus group:**

Tabla 9.

*Primer focus group*

| DATOS              | FOCUS GROUP 1                                                                                                                       |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fecha              | Lunes 13 de abril del 2020                                                                                                          |
| Rango de edad      | Personas de 22 a 44 años de edad                                                                                                    |
| # de participantes | 6 participantes                                                                                                                     |
|                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Carmen del Rosario Bereche Quinto</li><li>• Jesús Obet Herrera Pariona</li></ul>            |
| Participantes      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jorge Manuel Medina Minaya</li><li>• Lucia Alan</li><li>• Hernan Francia Espinoza</li></ul> |



---

|                                  |                               |
|----------------------------------|-------------------------------|
|                                  | • José Guillermo Nolasco Yaya |
| NSE                              | B y C                         |
| Lugar de Residencia              | Zona 5 Lima Metropolitana     |
| Medio de envío de Guía de Pautas | Correo electrónico            |
| Respuestas Individuales          | 6 respuestas individuales     |

---

*Nota:* Elaboración Propia

### **Perfil del cliente:**

Las personas invitadas a participar en el Focus Group de manera individual mediante guía de pautas, tienen entre 22 a 44 años de edad que pertenecen a la PEA, entre ellos hay 1 persona que es madre de familia y 5 solteros. Todos ellos son dueños de perros y gatos.

La totalidad de ellos les encanta engreír a su mascota, son unos PetLovers, detallan que sus mascotas son un miembro más de su familia y les brinda comodidad necesaria, nos comentan que les llama mucho la atención nuestro producto, ya que a la fecha no habían visto algo parecido, además que están de acuerdo a contribuir con el medio ambiente. Están dispuestos a pagar por nuestro producto desde S/. 40 hasta S/. 120.00, según los modelos y tamaños.

En su mayoría de los participantes nos comentan que ya están aplicando buenas prácticas en contribuir con el cuidado del medio ambiente, debido a que compran otros productos personales (mochilas, pulseras, bolsos y/o carteras) y que les haría muy feliz seguir contribuyendo en comprar un producto con material reciclable para su mascota.

### **Validación del producto:**

El 100% de los participantes entrevistados, asegura que les gusta comprar productos innovadores, asimismo detallan que compran camas entre 6 a 12 meses, ya que sus mascotas son traviesas, y deterioran rápido sus cama, es por ello que les gustaría que nuestro producto les brinde, calidad, duración y variedad de tamaños. Un 50% de los participantes se inclinan

por marcas reconocidas y solo compran en tiendas de mascotas, el otro 50% no les toman mucha importancia a la marca y compran en mercados comunes.

### **Diseño del producto:**

Según las imágenes mostradas de nuestro producto, lograron identificar que estaba elaborado a base de llantas reciclable, telas y pinturas; sin embargo requieren más diseños que les permita elegir y si es personalizado (como colocar nombre de su mascota, color dependiendo el sí es hembra o macho, etc.).

Con respecto al logo del producto, cambiar colores llamativos que pueda influir en su compra.

Con respecto al nombre del producto, muchos no entendían porque “Kawipet”, solicitan explicar porque elegimos ese nombre cual es el significado qué relación tiene Kawi con Pet.

### **Promoción:**

Con respecto a la publicidad del producto, todos detallan que es bueno difundir por redes sociales, si es posible tener un influenciador por YouTube, algo así como Pancho Cavero, también coinciden que el producto debe ser expuesto en centros comerciales , tiendas de mascotas, supermercados ( aquí nos dicen que si bien es cierto los supermercados son para venta de productos de primera necesidad, muchos de ellos tienen implementación de líneas para mascotas como son Tottus, Wong, entre otros-, y que no descartan la idea de que también exponer el producto en estos supermercados), asimismo que el producto debe estar presente en ferias y campañas que existen con relación a las mascotas, para aprovechar al público objetivo.

### **Sugerencias:**

Difundir el producto mediante canales de distribución como supermercados, tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, tener más diseños en catálogos virtuales que les permita elegir y si es posible personalizar, precios accesibles, utilizar 100% las redes sociales para hacer

conocer al público de la existencia de “Kawipet”, explicando por qué debemos contribuir al medio ambiente.

### **Segundo focus group:**

Tabla 10.

Segundo focus group

| DATOS                            | FOCUS GROUP 2                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fecha                            | Lunes 16 de abril del 2020                                                                                                                                                                           |
| Rango de edad                    | Personas de 28 a 50 años de edad                                                                                                                                                                     |
| # de participantes               | 4 participantes                                                                                                                                                                                      |
| Participantes                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Héctor Manuel Coveñas Bernal</li> <li>• José Antonio Clavo Damian</li> <li>• Josselyn Milena Human Sarmiento</li> <li>• Estephani Pinedo Cahuaza</li> </ul> |
| NSE                              | A y B                                                                                                                                                                                                |
| Lugar de Residencia              | Zona 6 y 7- Lima Metropolitana                                                                                                                                                                       |
| Medio de envío de Guía de Pautas | Correo electrónico                                                                                                                                                                                   |
| Respuestas Individuales          | 4 respuestas individuales                                                                                                                                                                            |

*Nota:* Elaboración propia

### **Perfil del cliente:**

Para este focus group participaron personas de 28 a 50 años de edad que pertenecen a la PEA, residen en la Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana, del NSE A y B. Entre ellos 1 casado y los 2 son solteros. Todos ellos cuentan como mínimo 1 perro y máximo 2 en sus hogares.

2 Participantes conocían que se podía hacer uso del neumático reciclado en zapatos y decoraciones para parques, ya que en su distrito (La Molina) han implementado estas

decoraciones; Sin embargo no todos tenían idea que el neumático, también ayudaría para la elaboración de camas ecológicas para mascotas; asimismo se muestran muy interesados en nuestro producto.

Al igual que el anterior grupo de focus group, este grupo son unos PetLovers, pero notamos que son mucho más exigentes en la comodidad y salud de sus mascotas, están pendientes de los productos que compren sean antialérgicos, están acostumbrados a comprar ciertas marcas reconocidas en el mercado. Están dispuestos a pagar por nuestro producto desde S/. 60 hasta S/. 200, según los modelos y tamaños.

En su mayoría de los participantes nos comentan que, no consumen productos reciclables, ya que no han tenido la oportunidad, pero que sí les interesa nuestro producto, además de concientizarse en aportar con el medio ambiente.

### **Validación del producto:**

El 100% de los participantes entrevistados, asegura que los motiva comprar productos innovadores, asimismo detallan que compren camas entre 3 a 6 meses, ya que sus mascotas dañan rápido su cama, por ende están interesados en un producto que les brinde mayor durabilidad, ya son favoritos de marcas, pero nos comentan que no tienen problemas en elegir en otras marcas como las de nosotros, siempre y cuando que les brinden un producto de calidad, además exhibir el producto en tiendas para mascotas, ya que les gusta comprar personalmente y elegir diseños y tamaños.

### **Diseño del producto:**

Según las imágenes mostradas de nuestro producto, no todos lograron identificar que estaban elaboradas a base de llantas reciclables, ya que en el anterior focus group nos recomendaron más modelos y diseños. Tomando dichas recomendaciones para este focus

group, hemos ampliado diseños con mayor material en: telas que cubran el neumático, asimismo adicionamos adornos como peluches.

Con respecto al logo del producto, les gusto los colores vivos, señalan que los motiva a comprar. Con respecto al nombre del producto, les gusta la combinación del idioma quechua e inglés, además de su significado. Tanto en el logo como el nombre del producto, hemos realizado cambios por recomendaciones del anterior focus group y ha sido favorable para los nuevos entrevistado.

### **Promoción:**

Con respecto a la publicidad del producto, todos detallan que es bueno difundir por redes sociales, coinciden que el producto debe ser exhibido solo en tiendas para mascotas como: Superpet, vetplaza, y PetPlaza, ya que ellos compran allí sus accesorios para sus mascotas, finalmente dicen que haber promociones que les llame la atención, más para la fecha del día de la mascota, aprovechar así en promocionar más el producto.

### **Sugerencias:**

Difundir el producto mediante canales de distribución tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, ampliar más diseños y tamaños del producto, detallar cuanto es la durabilidad aproximada de la cama.

#### **4.1.5. Encuestas.**

Encuesta Camas Ecológicas para mascotas (perro y gato).

Presentación:

Recibe un cordial saludo y gracias por participar en nuestra encuesta. Estamos realizando una investigación de mercado para conocer la preferencia de una cama ecológica a base de llantas recicladas.

## Sección I: Filtros generales

### Pregunta 1. ¿En qué distrito de Lima Metropolitana reside?

Tabla 11.

Encuestas – Pregunta 1

| Zona donde vive                                                          | Personas<br>entrevistadas | %       |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------|
| Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino) | 102                       | 49.30%  |
| Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)         | 39                        | 18.80%  |
| Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)             | 62                        | 30.00%  |
| Otros (fin de la encuesta)                                               | 4                         | 1.90%   |
| Total                                                                    | 207                       | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

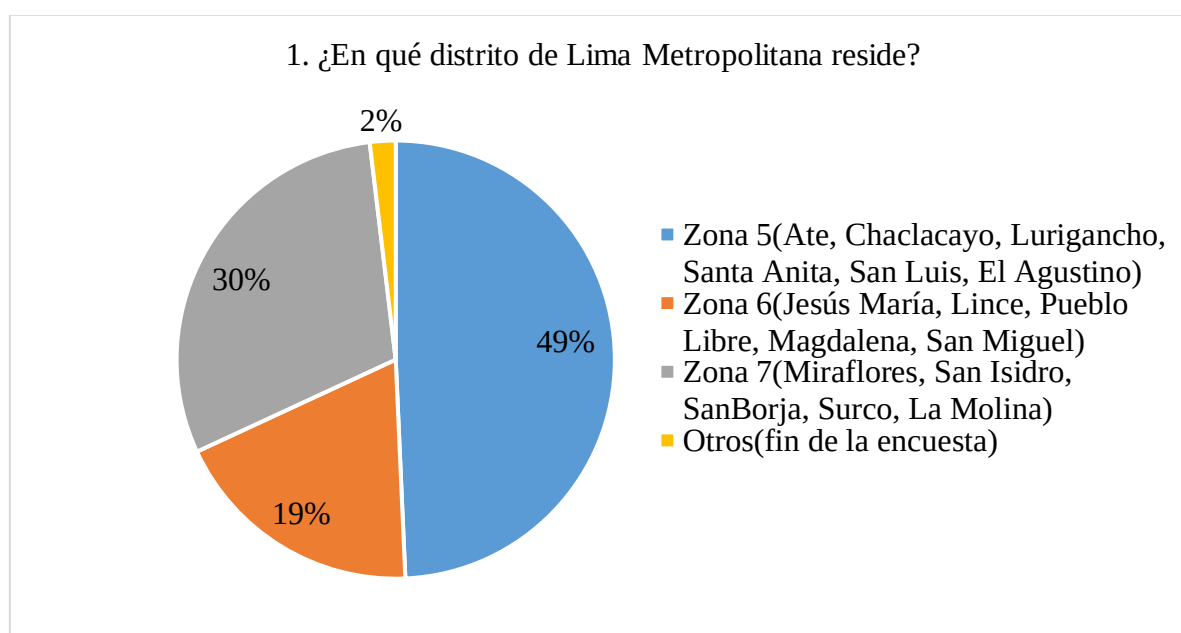


Figura 31. Encuesta – Pregunta 1. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura se puede visualizar, 49.30% viven en la zona 5, 30% personas viven en la zona 7, 18.80% personas viven en la zona 6 y 1.9% personas viven en otros distritos.

## Pregunta 2. ¿Cuál es su rango de edad?

Tabla 12.

### Encuestas – Pregunta 2

| Que rango de edad<br>tiene | Personas<br>entrevistadas | %       |
|----------------------------|---------------------------|---------|
| 20-30 años                 | 110                       | 54.10%  |
| 31-40 años                 | 60                        | 29.50%  |
| 41-50 años                 | 21                        | 10.10%  |
| 51-60 años                 | 6                         | 2.90%   |
| 61 años a mas              | 6                         | 3.40%   |
| Total                      | 203                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.

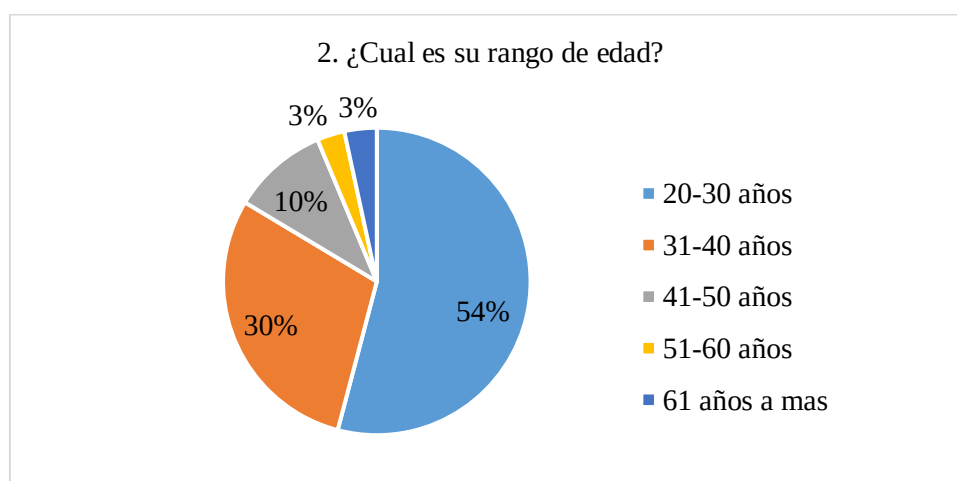


Figura 32. Encuestas – Pregunta 2. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura se puede visualizar que 54.10% de las personas encuestadas tienen entre 20 a 30 años, 29.50% de personas tienen entre 31 a 40 años, 10.10% de personas tienen entre 41 a 50 años, 2.90% personas tienen entre 51 a 60 años y 3.4% de las personas tienen más de 61.

### Pregunta 3. ¿Tienes mascotas en casa?

Tabla 13.

#### Encuestas – Pregunta 3

| Alternativa | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-------------|---------------------------|---------|
| SI          | 195                       | 99.00%  |
| NO          | 2                         | 1.00%   |
| Total       | 197                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.

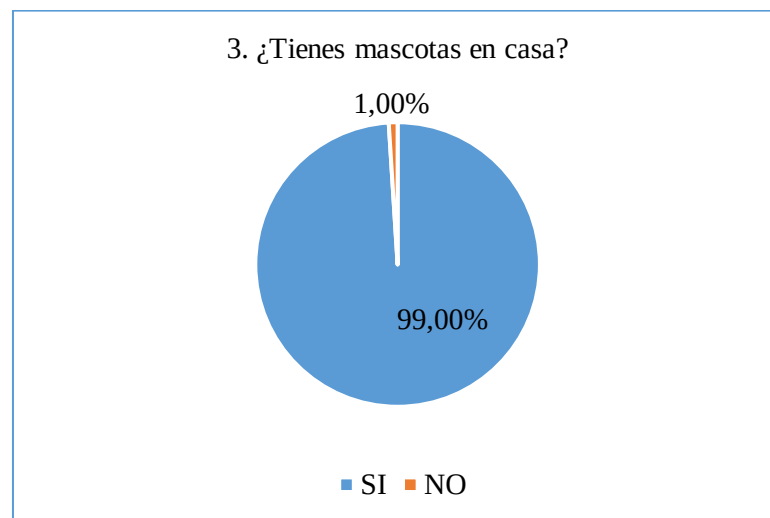


Figura 33. Encuestas – Pregunta 3. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura nos muestra 99% personas tiene mascotas en sus hogares y 1% personas no tienen mascotas.



#### Pregunta 4. ¿Cuántas mascotas tienes en casa?

Tabla 14.

##### Encuestas – Pregunta 4

| Numero de mascotas | Personas entrevistadas | %       |
|--------------------|------------------------|---------|
| 1                  | 102                    | 52.20%  |
| 2                  | 45                     | 23.20%  |
| 3                  | 31                     | 15.90%  |
| MAS DE 3           | 17                     | 8.70%   |
| Total              | 195                    | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

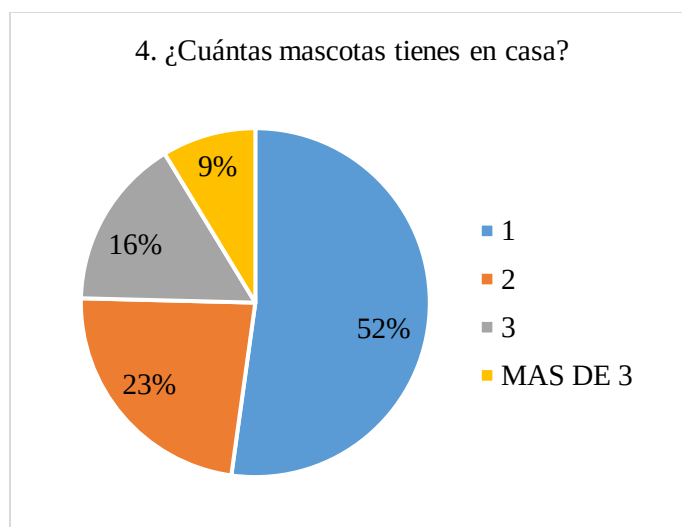


Figura 34. Encuestas – Pregunta 4. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 52.20% de las personas tienen una mascota en su hogar, 23.20% de personas tienen 2 mascotas en su hogar, 15.90% de personas tienen 3 mascotas en su hogar y 8.70% personas tienen más de 3 mascotas en su hogar.

### Pregunta 5. ¿Tienes gato o perro?

Tabla 15.

#### Encuestas – Pregunta 5

| Numero de mascotas | Personas entrevistadas | %       |
|--------------------|------------------------|---------|
| Gato               | 31                     | 15.9%   |
| Perro              | 120                    | 61.4%   |
| Ambos              | 43                     | 22.2%   |
| Otros              | 1                      | 0.5%    |
| Total              | 195                    | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

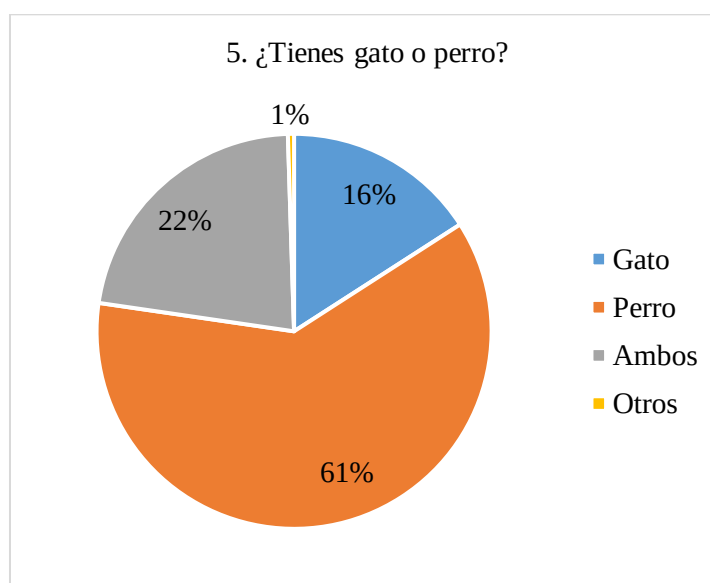


Figura 35. Encuestas – Pregunta 5. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 15.9% de personas tienen un gato en su hogar, 61.4% de personas tienen un perro su hogar, 22.2% tienen como mascota un gato y un perro en su hogar, 0.5% de persona tienen otras mascotas.

### Pregunta 6. ¿Qué sexo es tu mascota?

Tabla 16.

#### Encuestas – Pregunta 6

| Sexo de mascota | Personas entrevistadas | %       |
|-----------------|------------------------|---------|
| Macho           | 89                     | 45.80%  |
| Hembra          | 106                    | 54.20%  |
| Total           | 195                    | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.

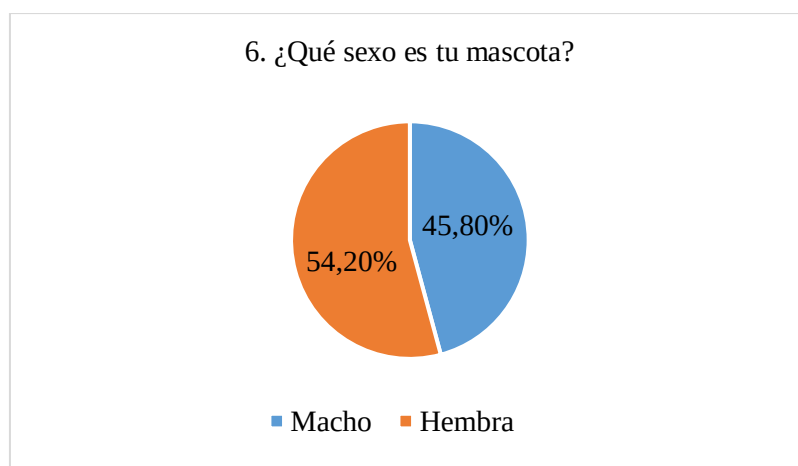


Figura 36. Encuestas – Pregunta 6. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 45.80% de personas prefieren tener de sexo macho su mascota, 54.20% personas tienen mascota hembras.

### Pregunta 7. ¿Compras cama para tu mascota?

Tabla 17.

Encuestas – Pregunta 5

| Alternativa | Personas<br>entrevistadas | %        |
|-------------|---------------------------|----------|
| Si          | 182                       | 93.2%    |
| No          | 13                        | 6.80%    |
| Total       | 195                       | 100.000% |

Nota: Elaboración propia.



Figura 37. Encuestas – Pregunta 7. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 80.20% de personas prefieren comprar camas para su mascota y 19.80% de personas no compran camas para sus mascotas.

### Pregunta 8. ¿Qué tipo de cama utiliza tu mascota?

Tabla 18.

#### Encuestas – Pregunta 8

| Tipo de cama      | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-------------------|---------------------------|---------|
| Camas de plástico | 10                        | 5.3%    |
| Camas de cojines  | 127                       | 65.2%   |
| Camas estilo sofá | 49                        | 25.1%   |
| Otros             | 9                         | 4.4%    |
| Total             | 195                       | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

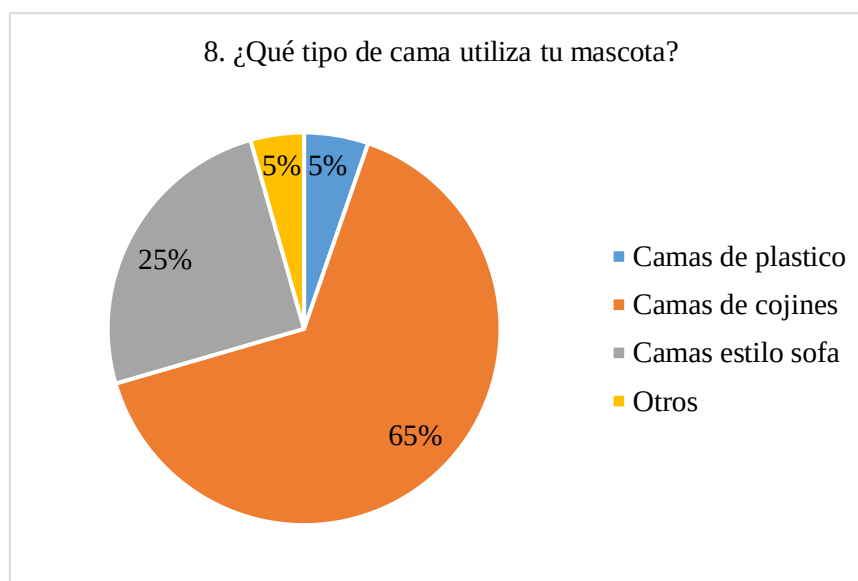


Figura 38. Encuestas – Pregunta 8. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 65.20% de las personas encuestadas compran camas de cojines, 25.1% de personas compran camas estilo sofá, 5.3% de personas compran de plástico y 4.4% otro tipo de material.

### Pregunta 9. ¿Cuál es la marca de su preferencia?

Tabla 19.

#### Encuestas – Pregunta 9

| Marcas    | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------|---------------------------|---------|
| Smartpet  | 36                        | 18.4%   |
| Accecan   | 26                        | 13.5%   |
| Basa      | 39                        | 19.8%   |
| Cool Pets | 52                        | 26.6%   |
| Otros     | 42                        | 21.7%   |
| Total     | 195                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.

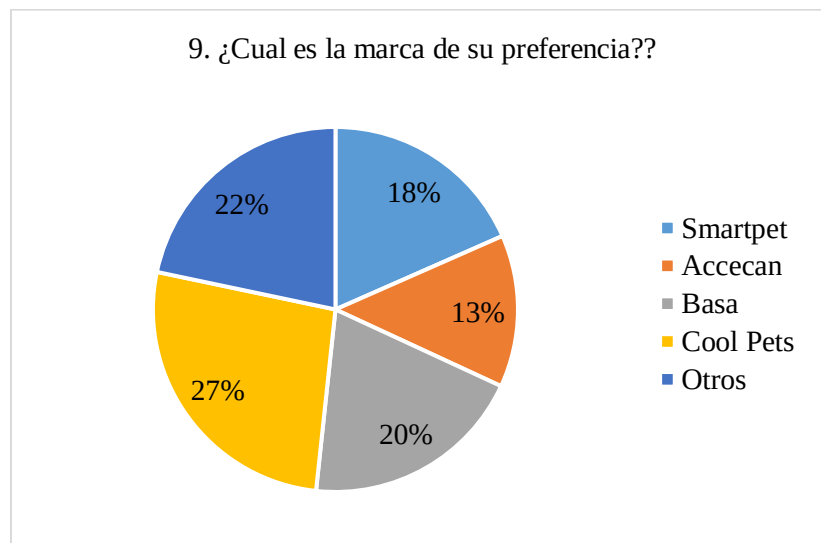


Figura 39. Encuestas – Pregunta 9. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, que las personas encuestadas están divididas, 21.7% de personas prefieren comprar la marca Cool pets, 39 prefieren comprar marca basa, 36 prefieren comprar Smartpet, 26 personas prefieren comprar Accecan, y 42 personas compran otras marcas.

### Pregunta 10. ¿Dónde compra las camas para sus mascotas?

Tabla 20.

Encuestas – Pregunta 10

| Lugar de compra     | Personas<br>entrevistadas | %       |
|---------------------|---------------------------|---------|
| Supermercado        | 43                        | 22.20%  |
| Veterinaria         | 61                        | 31.40%  |
| Bodegas             | 3                         | 1.40%   |
| Petshops            | 35                        | 17.90%  |
| Mercado Tradicional | 38                        | 19.30%  |
| otros               | 15                        | 7.80%   |
| Total               | 195                       | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

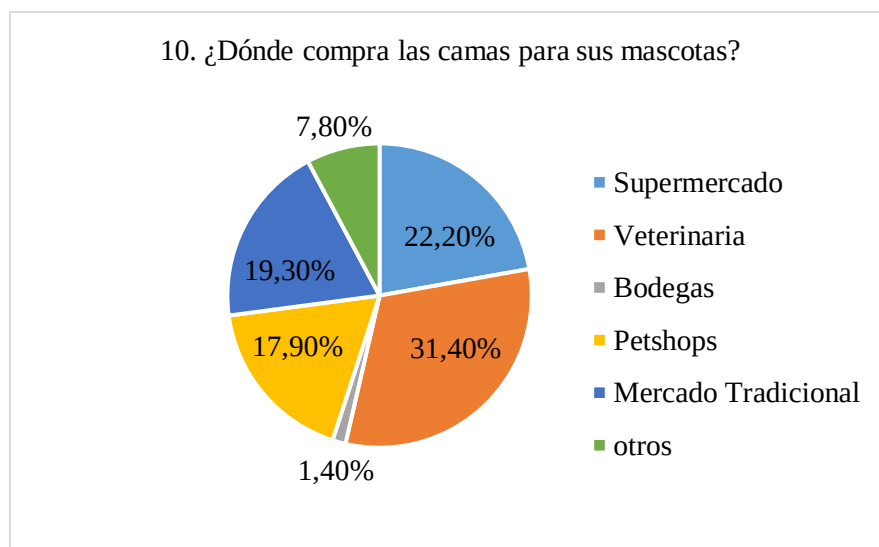


Figura 40. Encuestas – Pregunta 10. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 31.40% personas compran sus camas para sus mascotas en veterinaria, 22.20% compran en supermercados, 19.30% en

mercados tradicional, 17.90% personas en petshops, 1.40% compras en bodegas y 7.8% en otros lugares.

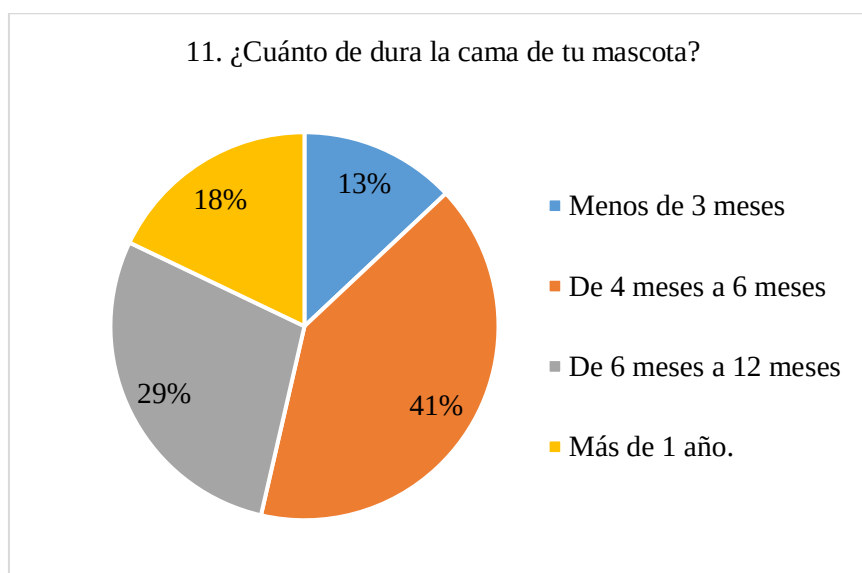
### Pregunta 11. ¿Cuánto de dura la cama de tu mascota?

Tabla 21.

*Encuestas – Pregunta 11*

| Meses                 | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 3 meses      | 25                        | 13.00%  |
| De 4 meses a 6 meses  | 79                        | 40.60%  |
| De 6 meses a 12 meses | 56                        | 28.50%  |
| Más de 1 año.         | 35                        | 17.90%  |
| Total                 | 195                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 41.* Encuestas – Pregunta 11. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 13% de personas le dura menos de 3 meses su mascota, 40.60% de personas le dura su cama de su mascota de 4 meses



a 6 meses, 28.50% de personas le dura su cama para su mascota de 6 meses a 12 meses, 17.9% personas le dura su cama de su mascota más de 1 año.

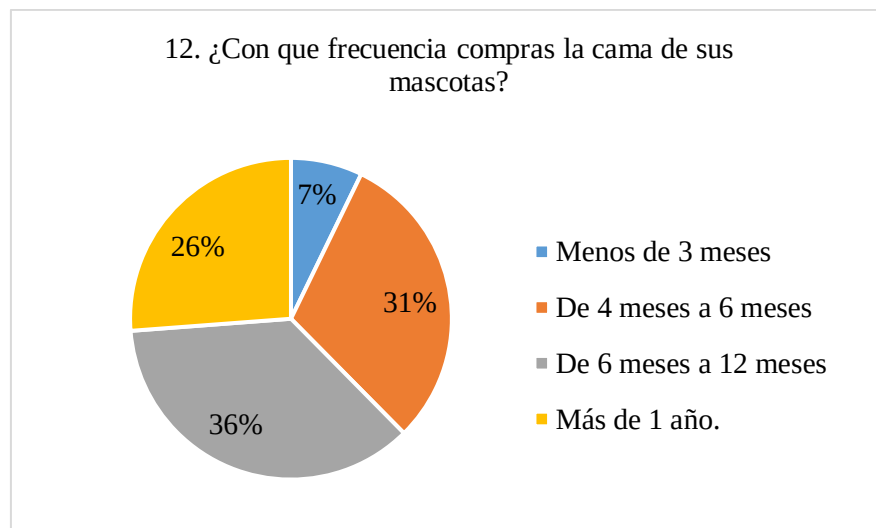
**Pregunta 12. ¿Con que frecuencia compras la cama de sus mascotas?**

Tabla 22.

*Encuestas – Pregunta 12*

| Meses                 | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 3 meses      | 14                        | 7.20%   |
| De 4 meses a 6 meses  | 59                        | 30.40%  |
| De 6 meses a 12 meses | 71                        | 36.20%  |
| Más de 1 año.         | 51                        | 26.20%  |
| Total                 | 195                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 42. Encuestas – Pregunta 12. Elaboración propia*

**Interpretación:** En la tabla y en la figura pueden visualizar, 7.2% de personas compra su camas para su mascota en menos de 3 meses, 30.4% de personas compra su cama de su

mascota de 4 a 6 meses, 36.2% de personas compran su cama de sus mascotas de 6 a 12 meses y 26.20% compran su camas para su mascota más de 1 año.

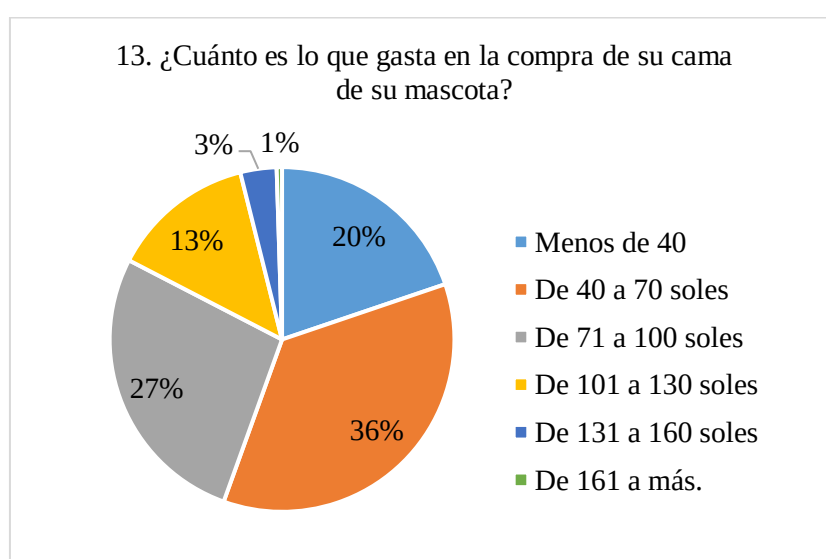
**Pregunta 13. ¿Cuánto es lo que gasta en la compra de su cama de su mascota?**

Tabla 23.

*Encuestas – Pregunta 13*

| Costo de cama      | Personas<br>entrevistadas | %       |
|--------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 40        | 39                        | 19.80%  |
| De 40 a 70 soles   | 70                        | 35.70%  |
| De 71 a 100 soles  | 53                        | 27.10%  |
| De 101 a 130 soles | 26                        | 13.50%  |
| De 131 a 160 soles | 7                         | 3.40%   |
| De 161 a más.      | 1                         | 0.50%   |
| Total              | 195                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 43. Encuestas – Pregunta 13. Elaboración propia*

**Interpretación:** En la tabla y en la figura, la inversión que realizan las personas para la compra de la cama de su mascota, los cuales son los siguientes: el 19.80% gasta menos de 40 soles, el 35.70% gasta de 40 a 70 soles, el 27.10% están entre 71 a 100 soles, el 13.50% de 101 a 130 soles, el 3.40% de 131 a 160 soles, el 0.50% de 161 a más.

**Pregunta 14. ¿Compraría nuestra cama para su mascota hecha de llantas recicladas?**

Tabla 24.

*Encuestas – Pregunta 14*

| Alternativa | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-------------|---------------------------|---------|
| Si          | 185                       | 95.00%  |
| No          | 10                        | 5.00%   |
| Total       | 195                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 44.* Encuestas – Pregunta 14. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura, si la personas comprarían camas para su mascota hechas de llantas recicladas, los cuales el 95% de los encuestados dijo que si y el 5 % dijo que no.

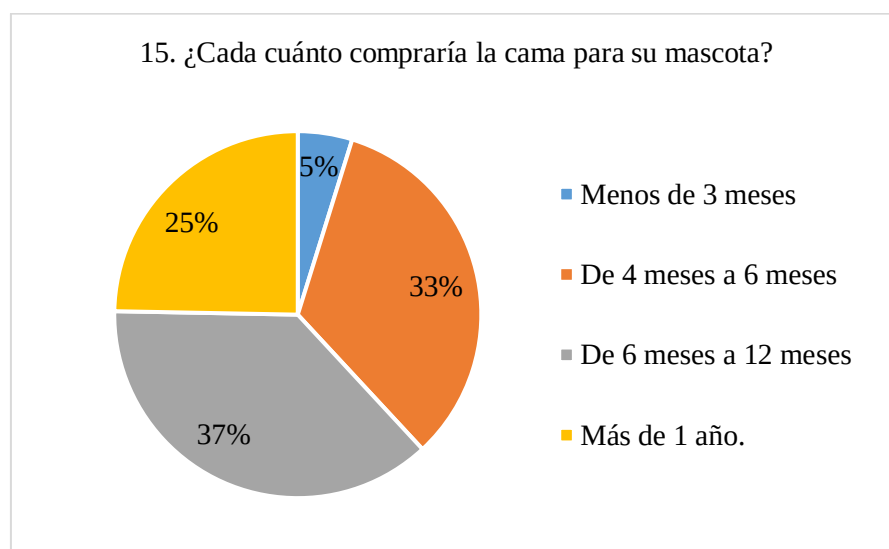
**Pregunta 15. ¿Cada cuánto compraría la cama para su mascota?**

Tabla 25.

*Encuestas – Pregunta 27*

| Meses                 | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 3 meses      | 8                         | 4.80%   |
| De 4 meses a 6 meses  | 58                        | 33.30%  |
| De 6 meses a 12 meses | 65                        | 37.20%  |
| Más de 1 año.         | 43                        | 24.70%  |
| Total                 | 174                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 45. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia*

**Interpretación:** En la tabla y en la figura, el tiempo de compra de camas para su mascota, son los siguientes, 4.80% de los encuestados en menos de 3 meses, el 33.30% entre 4 a 6 meses, el 37.20% de 6 a 12 meses y el 24.60% de los encuestados más de un año.

### Pregunta 16. ¿Qué modelo de cama compraría?

Tabla 26.

Encuestas – Pregunta 16

| Tipo de cama    | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------------|---------------------------|---------|
| Camas tipo sofá | 83                        | 44.90%  |
| Camas tipo nido | 92                        | 49.80%  |
| Otros           | 10                        | 5.30%   |
| Total           | 185                       | 100.00% |

Nota: Elaboración propia.

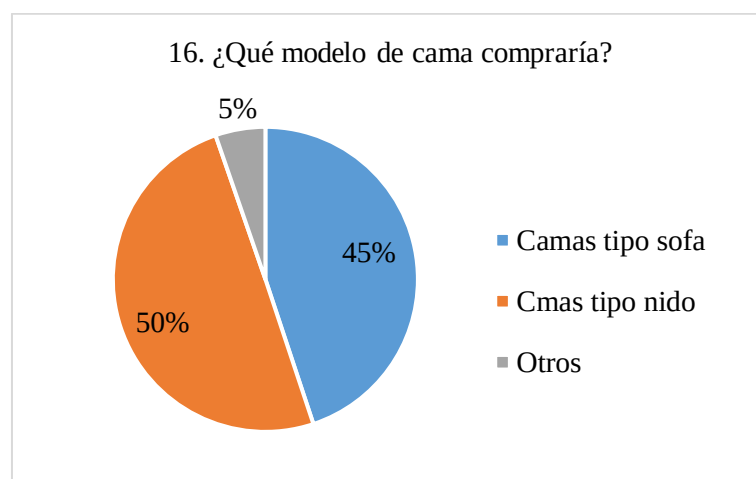


Figura 46. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura, se aprecia los modelos de cama que compraría los encuestados, los cuales son los siguientes, 44.90% camas tipo sofá, 49.80% camas tipo nido, 5.30% eligieron otros modelos.

### Pregunta 17. ¿Qué tamaño compraría de nuestras camas?

Tabla 27.

Encuestas – Pregunta 17

| Tamaño de cama     | Personas<br>entrevistadas | %       |
|--------------------|---------------------------|---------|
| Pequeño (55*40 cm) | 38                        | 20.80%  |
| Mediano (65*50 cm) | 101                       | 54.60%  |
| Grande (75*60 cm)  | 45                        | 24.60%  |
| Total              | 185                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.

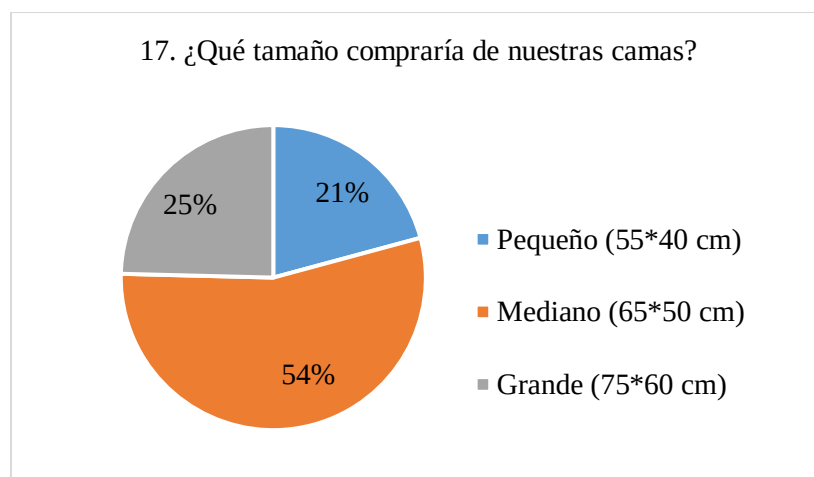


Figura 47. Encuestas – Pregunta 15. Elaboración propia

#### Interpretación:

Se aprecia en la tabla y en la figura, los tamaños de cama de los encuestados que estarían dispuestos a comprar, son los siguientes: 20.80% pequeño (55\*40cm), 54.60% eligen mediano (65\*50cm), 24.60% de los encuestados eligen grande (75\*60cm)

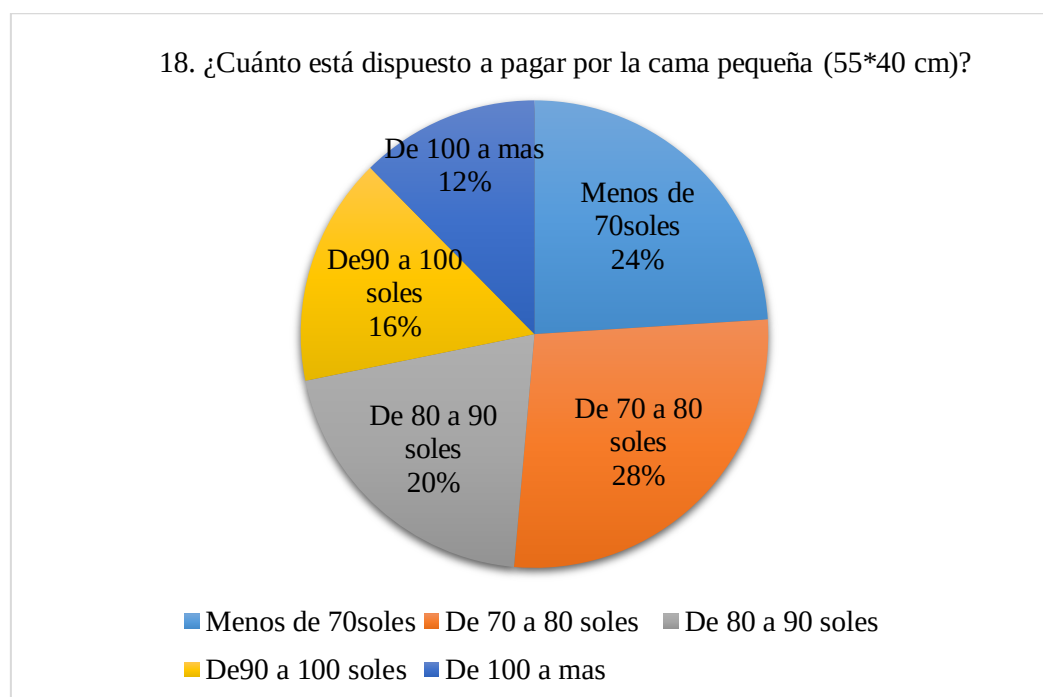
**Pregunta 18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama pequeña (55\*40 cm)?**

Tabla 28.

*Encuestas – Pregunta 15*

| Costo de la cama  | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 70 soles | 9                         | 24.00%  |
| De 70 a 80 soles  | 10                        | 27.40%  |
| De 80 a 90 soles  | 7                         | 20.40%  |
| De 90 a 100 soles | 6                         | 15.80%  |
| De 100 a mas      | 4                         | 12.40%  |
| Total             | 36                        | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 48.* Encuestas – Pregunta 18. Elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla y en la figura. Resultados de la encuesta sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por la cama pequeña, los resultados son los siguientes: 24% de los

encuestados menos de 70 soles, 28% de 70 a 80 soles, 20.% de 80 a 90 soles y 16% de 90 a 100 soles, 12% de 100 a más.

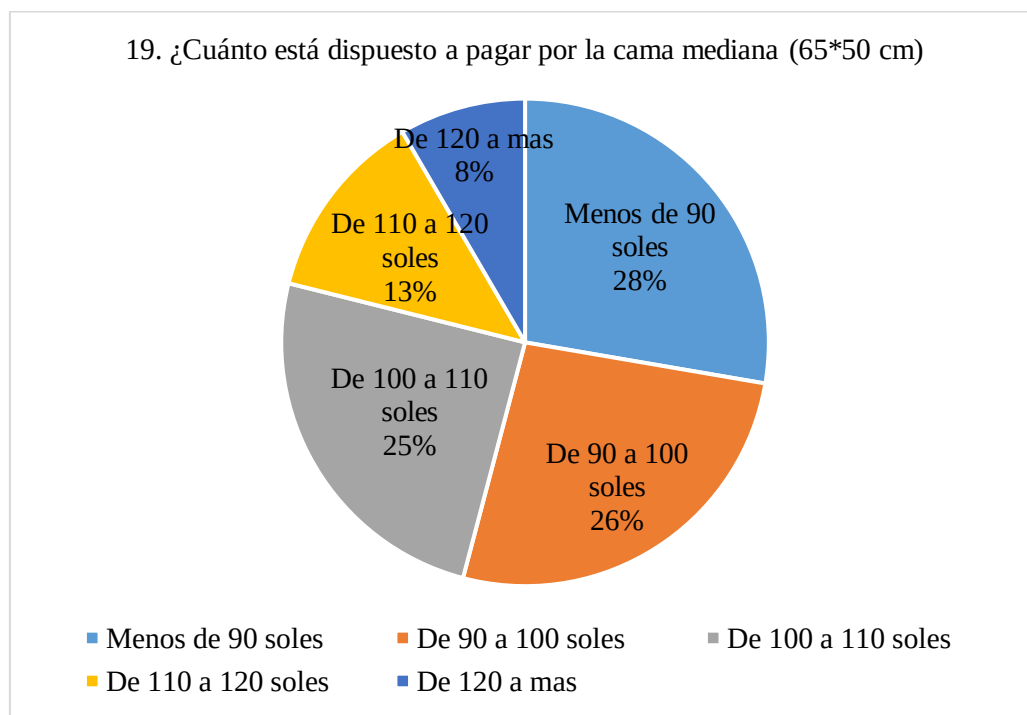
**Pregunta 19. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama mediana (65\*50 cm)?**

Tabla 29.

*Encuestas – Pregunta 19*

| Costo de la cama   | Personas<br>entrevistadas | %       |
|--------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 90 soles  | 28                        | 27.70%  |
| De 90 a 100 soles  | 27                        | 26.40%  |
| De 100 a 110 soles | 25                        | 24.80%  |
| De 110 a 120 soles | 13                        | 12.70%  |
| De 120 a mas       | 8                         | 8.40%   |
| Total              | 101                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 49. Encuestas – Pregunta 19. Elaboración propia*



**Interpretación:** Se aprecia en la tabla y en la figura, los resultados de la encuesta sobre cuanto estaría dispuesto a pagar por la cama mediana, de los cuales 28% menos de 90 soles, 26% de 90 a 100 soles, 25% de 100 a 110 soles y 13% de 110 a 120 soles. 8 de 120 a más.

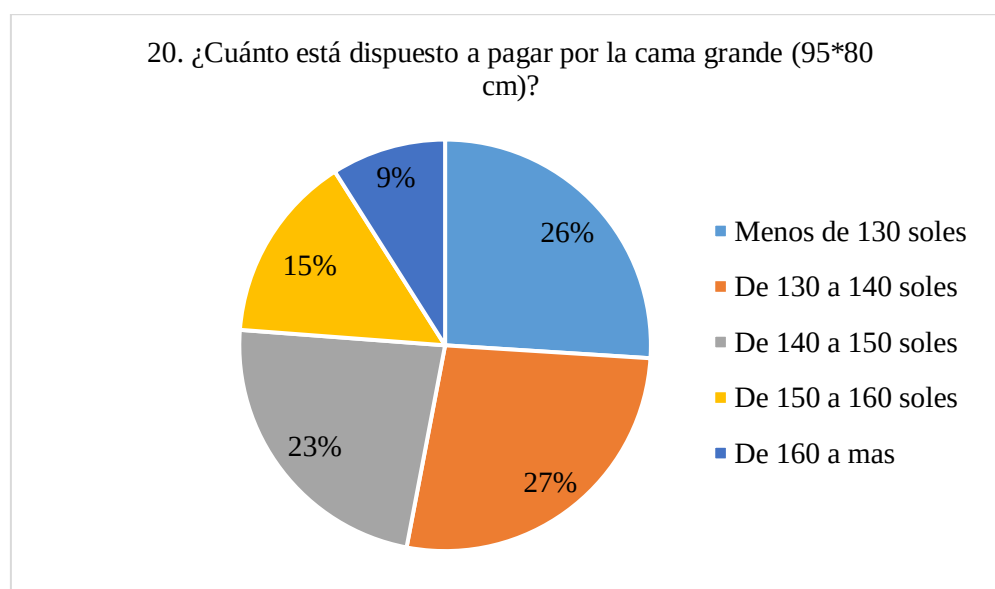
**Pregunta 20. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama grande (75\*60 cm)?**

Tabla 30.

*Encuestas – Pregunta 20*

| Costo de la cama   | Personas<br>entrevistadas | %       |
|--------------------|---------------------------|---------|
| Menos de 130 soles | 29                        | 26.00%  |
| De 130 a 140 soles | 30                        | 27.00%  |
| De 140 a 150 soles | 26                        | 23.20%  |
| De 150 a 160 soles | 16                        | 14.80%  |
| De 160 a mas       | 10                        | 9.00%   |
| Total              | 110                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 50. Encuestas – Pregunta 20. Elaboración propia*

**Interpretación:** Apreciamos En la tabla y en la figura los resultados de la siguiente encuesta, de cuanto estaría dispuesto a pagar por la cama grande, los resultados son los siguientes: 26% pagarían menos de 130 soles, 27% de 130 a 140 soles, 23% de 140 a 150 soles, 15% de 150 a 160 soles y 9 % 160 a más.

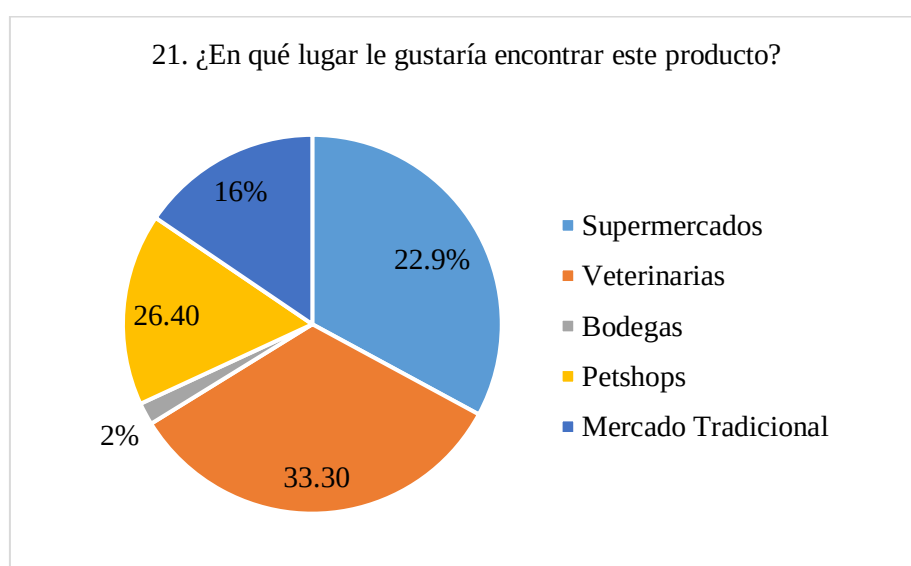
**Pregunta 21. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este producto?**

Tabla 31.

*Encuestas – Pregunta 21*

| Lugar de venta      | Personas<br>entrevistadas | %       |
|---------------------|---------------------------|---------|
| Supermercados       | 42                        | 22.90%  |
| Veterinarias        | 62                        | 33.30%  |
| Bodegas             | 4                         | 1.90%   |
| Petshops            | 49                        | 26.40%  |
| Mercado Tradicional | 29                        | 15.50%  |
| Total               | 185                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 51. Encuestas – Pregunta 21. Elaboración propia*

**Interpretación:** En la tabla y en la figura, resultados de la encuesta lugar donde le gustaría encontrar el producto, los resultados son los siguientes: 22.90% supermercados, 33.30% veterinarias, 1.90% bodegas, 26.40% petshops y 16% en el mercado tradicional.

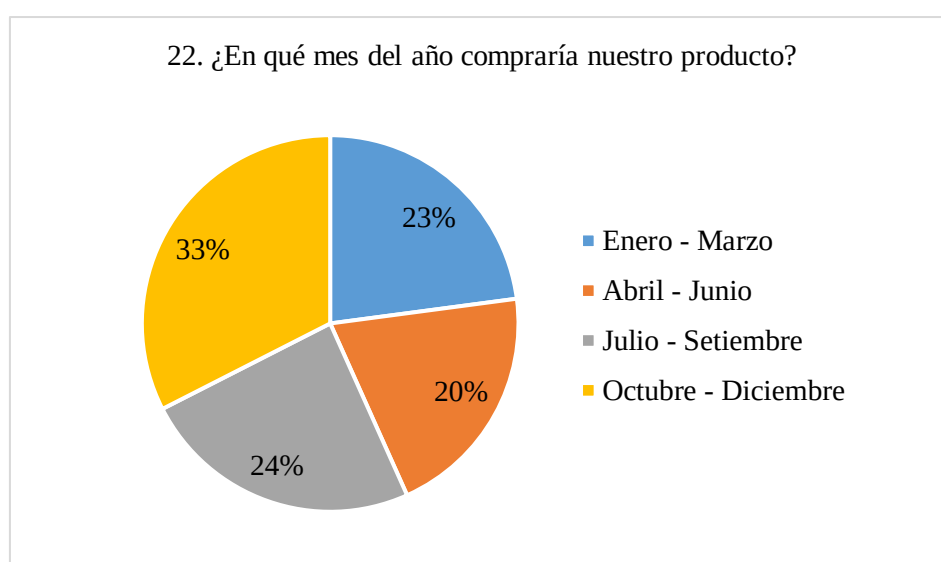
**Pregunta 22. ¿En qué mes del año compraría nuestro producto?**

Tabla 32.

*Encuestas – Pregunta 18*

| Meses del año       | Personas<br>entrevistadas | %       |
|---------------------|---------------------------|---------|
| Enero - Marzo       | 40                        | 22.90%  |
| Abril - Junio       | 38                        | 20.40%  |
| Julio - Setiembre   | 45                        | 24.20%  |
| Octubre - Diciembre | 60                        | 32.50%  |
| Total               | 174                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 52. Encuestas – Pregunta 22. Elaboración propia*

**Interpretación:** Apreciamos en la tabla y en la figura, resultados de la encuesta en mes del año compraría más el producto, los resultados fueron los siguientes: 22.90% de enero y marzo, 20.40% de abril a julio, 24.20% julio a setiembre, 32.50% octubre a diciembre.

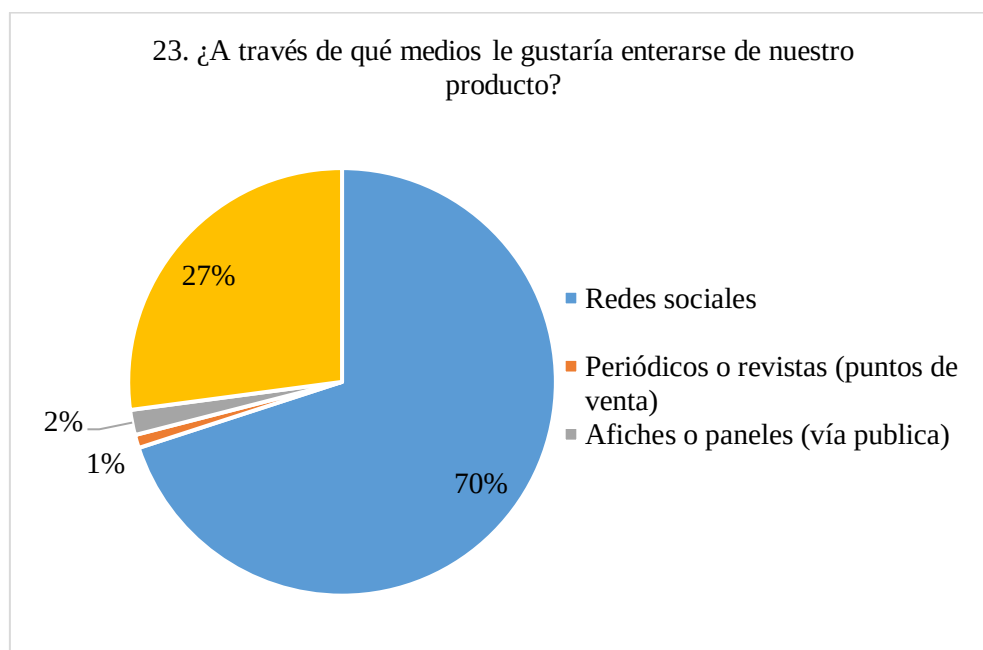
**Pregunta 23. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestro producto?**

Tabla 33.

*Encuestas – Pregunta 23*

| Medios de publicidad                    | Personas<br>entrevistadas | %       |
|-----------------------------------------|---------------------------|---------|
| Redes sociales                          | 130                       | 70.00%  |
| Periódicos o revistas (puntos de venta) | 2                         | 1.00%   |
| Afiches o paneles (vía publica)         | 3                         | 1.90%   |
| página web                              | 50                        | 27.10%  |
| Total                                   | 185                       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia.



*Figura 53. Encuestas – Pregunta 23. Elaboración propia*

**Interpretación:** Apreciamos en la tabla y en la figura, resultados de la encuesta medios donde le gustaría enterarse de nuestro producto, el resultado es el siguiente: 70.00% redes sociales, 1.00% periódicos, revistas. 1.90% afiches o paneles, 27.10% página web.

## **4.2. Demanda y Oferta**

### **4.2.1. Estimación del Mercado Potencial**

El espacio de evaluación de nuestro mercado potencial es de 5 años 2021 al 2024, siendo el año 2020 el año 0. De los criterios de segmentación se están considerando a las familias de los NSE A, B y C de las zonas 5(Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino) ,6(Jesús María Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel) y 7(Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina) que tienen mascotas. La estimación del mercado potencial tiene como fuente datos es del INE (Instituto Nacional de Estadística e Informática) del 2007 al 2017, según la tasa de crecimiento promedio anual poblacional, censada por departamento, donde Lima tiene una tasa de 1.17%, con la finalidad de estimar proyecciones de población total del 2021 al 2025, y 87% de familias que poseen perros y gatos como mascotas según CPI.

Las siguientes tablas muestran el Mercado potencial de las zonas 5,6 y 7: Para hallar el mercado potencial se procede a multiplicar la población proyectada 2021 al 2025 por cada factor demográfico. Para hallar Mercado Potencial se efectúa:

$$\text{Mercado Potencial} = \text{Población Proyectada} * \text{Factores Sociodemográficos}$$

Tabla 34.

*Proyección Mercado Potencial año 2021*

|                      | Población     | Personas     | Nse        | % de<br>familias<br>que<br>poseen<br>mascota | % de familias<br>que posee<br>perros como<br>mascota | Mercado<br>potencial<br>2021 |
|----------------------|---------------|--------------|------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|
|                      | Total<br>2021 | por<br>hogar | A,B y<br>C |                                              |                                                      |                              |
| Ate                  | 685,546       | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 51,966                       |
| Chaclacayo           | 47,252        | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 3,582                        |
| Lurigancho           | 238,250       | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 18,060                       |
| Santa Anita          | 248,530       | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 18,839                       |
| El Agustino          | 208,210       | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 15,783                       |
| San Luis             | 62,672        | 3.8          | 59%        | 57%                                          | 87%                                                  | 4,751                        |
| La molina            | 186,760       | 3.8          | 93%        | 57%                                          | 87%                                                  | 22,419                       |
| Surco                | 374,558       | 3.8          | 93%        | 57%                                          | 87%                                                  | 44,963                       |
| San isidro           | 58,978        | 3.8          | 93%        | 57%                                          | 87%                                                  | 7,080                        |
| San Borja            | 121,786       | 3.8          | 93%        | 57%                                          | 87%                                                  | 14,619                       |
| Miraflores           | 89,145        | 3.8          | 93%        | 57%                                          | 87%                                                  | 10,701                       |
| Jesús maría          | 77,895        | 3.8          | 95%        | 57%                                          | 87%                                                  | 9,552                        |
| Pueblo libre         | 82,817        | 3.8          | 95%        | 57%                                          | 87%                                                  | 10,156                       |
| Lince                | 54,652        | 3.8          | 95%        | 57%                                          | 87%                                                  | 6,702                        |
| San miguel           | 147,440       | 3.8          | 95%        | 57%                                          | 87%                                                  | 18,080                       |
| Magdalena del<br>mar | 59,472        | 3.8          | 95%        | 57%                                          | 87%                                                  | 7,293                        |
| Total                | 2,743,963     |              |            |                                              |                                                      | 264,546                      |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 35.

*Proyección Mercado Potencial año 2022*

|                      | Población<br>Total 2022 | Personas<br>por hogar | Nse<br>A,B y<br>C | % de<br>familias que<br>poseen<br>mascota | % de familias<br>que posee<br>perros como<br>mascota | Mercado<br>potencial<br>2022 |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|
| Ate                  | 693,553                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 52,573                       |
| Chaclacayo           | 47,804                  | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 3,624                        |
| Lurigancho           | 241,033                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,271                       |
| Santa Anita          | 251,433                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 19,059                       |
| El Agustino          | 210,642                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 15,967                       |
| San Luis             | 63,404                  | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 4,806                        |
| La molina            | 188,941                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 22,681                       |
| Surco                | 378,933                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 45,488                       |
| San isidro           | 59,667                  | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,163                        |
| San Borja            | 123,208                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 14,790                       |
| Miraflores           | 90,186                  | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,826                       |
| Jesús maría          | 78,805                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 9,664                        |
| Pueblo libre         | 83,784                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,274                       |
| Lince                | 55,290                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 6,780                        |
| San miguel           | 149,162                 | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,292                       |
| Magdalena<br>del mar | 60,167                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,378                        |
| Total                | 2,776,012               |                       |                   |                                           |                                                      | 267,636                      |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 36.

*Proyección Mercado Potencial año 2023*

|                      | Población<br>Total 2023 | Personas<br>por hogar | Nse<br>A,B<br>y C | % de<br>familias que<br>poseen<br>mascota | % de familias<br>que posee<br>perros como<br>mascota | Mercado<br>potencial<br>2023 |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|
| Ate                  | 701,654                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 53,187                       |
| Chaclacayo           | 48,362                  | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 3,666                        |
| Lurigancho           | 243,848                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,484                       |
| Santa Anita          | 254,370                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 19,282                       |
| El Agustino          | 213,102                 | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 16,154                       |
| San Luis             | 64,145                  | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 4,862                        |
| La molina            | 191,148                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 22,946                       |
| Surco                | 383,359                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 46,019                       |
| San isidro           | 60,364                  | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,246                        |
| San Borja            | 124,647                 | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 14,963                       |
| Miraflores           | 91,239                  | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,952                       |
| Jesús maría          | 79,725                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 9,777                        |
| Pueblo libre         | 84,763                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,394                       |
| Lince                | 55,936                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 6,859                        |
| San miguel           | 150,904                 | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,505                       |
| Magdalena del<br>mar | 60,870                  | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,464                        |
| Total                | 2,808,436               |                       |                   |                                           |                                                      | 270,760                      |

*Nota:* Elaboración propia



Tabla 37.

*Proyección Mercado Potencial año 2024.*

|                      | Población | Personas | Nse   | % de         | % de familias    | Mercado   |
|----------------------|-----------|----------|-------|--------------|------------------|-----------|
|                      | Total     | por      | A,B y | familias que | que posee perros | potencial |
|                      | 2024      | hogar    | C     | poseen       | como mascota     | 2024      |
|                      |           |          |       | mascota      |                  |           |
| Ate                  | 709,849   | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 53,808    |
| Chaclacayo           | 48,927    | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 3,709     |
| Lurigancho           | 246,696   | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 18,700    |
| Santa Anita          | 257,341   | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 19,507    |
| El Agustino          | 215,591   | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 16,342    |
| San Luis             | 64,894    | 3.80     | 59%   | 57%          | 87%              | 4,919     |
| La molina            | 193,381   | 3.80     | 93%   | 57%          | 87%              | 23,214    |
| Surco                | 387,837   | 3.80     | 93%   | 57%          | 87%              | 46,557    |
| San isidro           | 61,069    | 3.80     | 93%   | 57%          | 87%              | 7,331     |
| San Borja            | 126,103   | 3.80     | 93%   | 57%          | 87%              | 15,138    |
| Miraflores           | 92,305    | 3.80     | 93%   | 57%          | 87%              | 11,080    |
| Jesús maría          | 80,656    | 3.80     | 95%   | 57%          | 87%              | 9,891     |
| Pueblo libre         | 85,753    | 3.80     | 95%   | 57%          | 87%              | 10,516    |
| Lince                | 56,589    | 3.80     | 95%   | 57%          | 87%              | 6,939     |
| San miguel           | 152,667   | 3.80     | 95%   | 57%          | 87%              | 18,721    |
| Magdalena<br>del mar | 61,581    | 3.80     | 95%   | 57%          | 87%              | 7,552     |
| Total                | 2,841,239 |          |       |              |                  | 273,924   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 38.

*Proyección Mercado Potencial año 2025*

|                      | Población<br>Total<br>2025 | Personas<br>por hogar | Nse<br>A,B<br>y C | % de<br>familias que<br>poseen<br>mascota | % de familias<br>que posee<br>perros como<br>mascota | Mercado<br>potencial<br>2025 |
|----------------------|----------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|
| Ate                  | 718,140                    | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 54,437                       |
| Chaclacayo           | 49,498                     | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 3,752                        |
| Lurigancho           | 249,577                    | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,918                       |
| Santa Anita          | 260,347                    | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 19,735                       |
| El Agustino          | 218,109                    | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 16,533                       |
| San Luis             | 65,652                     | 3.80                  | 59%               | 57%                                       | 87%                                                  | 4,977                        |
| La molina            | 195,640                    | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 23,485                       |
| Surco                | 392,367                    | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 47,100                       |
| San isidro           | 61,782                     | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,416                        |
| San Borja            | 127,576                    | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 15,314                       |
| Miraflores           | 93,383                     | 3.80                  | 93%               | 57%                                       | 87%                                                  | 11,210                       |
| Jesús maría          | 81,598                     | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,006                       |
| Pueblo libre         | 86,755                     | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 10,639                       |
| Lince                | 57,250                     | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,020                        |
| San miguel           | 154,450                    | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 18,940                       |
| Magdalena<br>del mar | 62,300                     | 3.80                  | 95%               | 57%                                       | 87%                                                  | 7,640                        |
| Total                | 2,874,424                  |                       |                   |                                           |                                                      | 277,122                      |

*Nota:* Elaboración propio

Tabla 39.

*Resumen de la proyección del Mercado Potencial del 2021 al 2025*

| Distrito                            | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ate                                 | 51,966  | 52,573  | 53,187  | 53,808  | 54,437  |
| Chaclacayo                          | 3,582   | 3,624   | 3,666   | 3,709   | 3,752   |
| Lurigancho                          | 18,060  | 18,271  | 18,484  | 18,700  | 18,918  |
| Santa Anita                         | 18,839  | 19,059  | 19,282  | 19,507  | 19,735  |
| El Agustino                         | 15,783  | 15,967  | 16,154  | 16,342  | 16,533  |
| San Luis                            | 4,751   | 4,806   | 4,862   | 4,919   | 4,977   |
| La molina                           | 22,419  | 22,681  | 22,946  | 23,214  | 23,485  |
| Surco                               | 44,963  | 45,488  | 46,019  | 46,557  | 47,100  |
| San isidro                          | 7,080   | 7,163   | 7,246   | 7,331   | 7,416   |
| San Borja                           | 14,619  | 14,790  | 14,963  | 15,138  | 15,314  |
| Miraflores                          | 10,701  | 10,826  | 10,952  | 11,080  | 11,210  |
| Jesús maría                         | 9,552   | 9,664   | 9,777   | 9,891   | 10,006  |
| Pueblo libre                        | 10,156  | 10,274  | 10,394  | 10,516  | 10,639  |
| Lince                               | 6,702   | 6,780   | 6,859   | 6,939   | 7,020   |
| San miguel                          | 18,080  | 18,292  | 18,505  | 18,721  | 18,940  |
| Magdalena del mar                   | 7,293   | 7,378   | 7,464   | 7,552   | 7,640   |
| Mercado potencial en jefes de hogar | 264,546 | 267,636 | 270,760 | 273,924 | 277,122 |

*Nota:* Elaboración propia

- El mercado potencial estimado para el 2021 ascendería a aproximadamente 264,546 hogares.
- El mercado potencial estimado para el año 2022 ascendería a aproximadamente 267,636 hogares.

- El mercado potencial estimado para el año 2023 ascendería a aproximadamente 270,760 hogares.
- El mercado potencial estimado para el año 2024 ascendería a aproximadamente 273,924 hogares.
- El mercado potencial estimado para el año 2025 ascendería a aproximadamente 277,122 hogares.

#### 4.2.2. Estimación del Mercado Disponible.

La estimación de nuestro mercado disponible es considerada por aquellos hogares de las zonas 5.6 y 7, de los NSE A, B y C que tienen perros y gatos y compran camas para sus mascotas. Dicha pregunta realizada en la encuesta es: 7, ubicada en la sección 2 perfil de consumidor.

Tabla 40.

*Pregunta 7 ¿Compras cama para tu mascota?*

| Alternativa       | %       |
|-------------------|---------|
| Si                | 93.20%  |
| NO                | 6.80%   |
| Total             | 100.00% |
| Factor pregunta 7 | 93.2%   |

*Nota:* Elaboración propia

Según los resultados de la encuesta, el 93.2% compran camas para sus mascotas, dicho porcentaje es el factor. Para hallar el mercado disponible de la siguiente manera:

$$\text{Mercado Disponible} = \text{Mercado Potencial} * \text{Factor Mercado}$$

Tabla 41.

*Resumen de la proyección del Mercado Disponible*

| Distrito                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ate                                  | 48,432  | 48,998  | 49,570  | 50,149  | 50,735  |
| Chacaclayo                           | 3,338   | 3,378   | 3,417   | 3,457   | 3,497   |
| Lurigancho                           | 16,832  | 17,029  | 17,227  | 17,428  | 17,632  |
| Santa Anita                          | 17,558  | 17,763  | 17,971  | 18,181  | 18,393  |
| El Agustino                          | 14,710  | 14,881  | 15,056  | 15,231  | 15,409  |
| San Luis                             | 4,428   | 4,479   | 4,531   | 4,585   | 4,639   |
| La molina                            | 20,895  | 21,139  | 21,386  | 21,635  | 21,888  |
| Surco                                | 41,906  | 42,395  | 42,890  | 43,391  | 43,897  |
| San isidro                           | 6,599   | 6,676   | 6,753   | 6,832   | 6,912   |
| San borja                            | 13,625  | 13,784  | 13,946  | 14,109  | 14,273  |
| Miraflores                           | 9,973   | 10,090  | 10,207  | 10,327  | 10,448  |
| Jesus maría                          | 8,902   | 9,007   | 9,112   | 9,218   | 9,326   |
| Pueblo libre                         | 9,465   | 9,575   | 9,687   | 9,801   | 9,916   |
| Lince                                | 6,246   | 6,319   | 6,393   | 6,467   | 6,543   |
| San miguel                           | 16,851  | 17,048  | 17,247  | 17,448  | 17,652  |
| Magdalena del mar                    | 6,797   | 6,876   | 6,956   | 7,038   | 7,120   |
| Mercado disponible en jefes de hogar | 246,557 | 249,437 | 252,348 | 255,297 | 258,278 |

*Nota:* Elaboración propia

- En el año 2021 tenemos un mercado disponible de 246,557 hogares.
- En el año 2022 tenemos un mercado disponible de 249,437 hogares.
- En el año 2023 tenemos un mercado disponible de 252,348 hogares.
- En el año 2024 tenemos un mercado disponible de 255,297 hogares.

- En el año 2025 tenemos un mercado disponible de 258,278 hogares.

#### 4.2.3. Estimación del Mercado Efectivo

La estimación de nuestro mercado efectivo es considerada por aquellos hogares del mercado disponible que están dispuestas a comprar nuestro producto, elegir tamaños y pagar el precio óptimo deseado. La pregunta realizada en las encuestas es 14, 17, 18,19 y 20 ubicadas en la sección 3 Validación del producto,

Tabla 42.

*Pregunta 14: ¿Compraría nuestra cama para su macota hecha de llantas recicladas?*

| Alternativa | %       |
|-------------|---------|
| Si          | 95.00%  |
| No          | 5.00%   |
| Total       | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Según los resultados de la encuesta, el 95% comprarían camas para sus mascotas hechas de llantas reciclado, dicho porcentaje es el factor para hallar el mercado efectivo de la siguiente manera:

$$\text{Mercado Efectivo General} = \text{Mercado Disponible} * \text{Factor Disposición de compra}$$

Tabla 43.

*Resumen de la proyección del Mercado Efectivo*

| Distrito    | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ate         | 46,011 | 46,548 | 47,092 | 47,642 | 48,199 |
| Chacaclayo  | 3,172  | 3,209  | 3,246  | 3,284  | 3,322  |
| Lurigancha  | 15,990 | 16,177 | 16,366 | 16,557 | 16,750 |
| Santa Anita | 16,680 | 16,875 | 17,072 | 17,271 | 17,473 |

|                                     |         |         |         |         |         |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| El Agustino                         | 13,974  | 14,137  | 14,303  | 14,469  | 14,638  |
| San Luis                            | 4,207   | 4,255   | 4,305   | 4,355   | 4,407   |
| La molina                           | 19,850  | 20,082  | 20,316  | 20,554  | 20,794  |
| Surco                               | 39,810  | 40,275  | 40,745  | 41,222  | 41,702  |
| San isidro                          | 6,269   | 6,342   | 6,416   | 6,491   | 6,566   |
| San borja                           | 12,944  | 13,095  | 13,248  | 13,403  | 13,559  |
| Miraflores                          | 9,475   | 9,585   | 9,697   | 9,810   | 9,925   |
| Jesus maría                         | 8,457   | 8,557   | 8,657   | 8,757   | 8,859   |
| Pueblo libre                        | 8,992   | 9,097   | 9,203   | 9,311   | 9,420   |
| Lince                               | 5,934   | 6,003   | 6,073   | 6,144   | 6,216   |
| San miguel                          | 16,008  | 16,196  | 16,384  | 16,576  | 16,769  |
| Magdalena del mar                   | 6,457   | 6,532   | 6,609   | 6,687   | 6,764   |
| Mercado efectivo general en hogares | 234,229 | 236,965 | 239,731 | 242,532 | 245,364 |

*Nota:* Elaboración propia

Las camas ecológicas para mascotas se muestra en 3 presentaciones: pequeña, mediana y grande. Para hallar el mercado efectivo por presentación es de la siguiente manera:

$$\text{Mercado Efectivo Por Presentación} = \text{Mercado Efectivo General} * \% \text{de Preferencia de Línea de Producto} * \text{Factor Precio}$$

Tabla 44.

*Pregunta 17: ¿Qué tamaño compraría de nuestras camas?*

| Tamaño de cama     | %       |
|--------------------|---------|
| Pequeño (55*40 cm) | 20.80%  |
| Mediano (65*50 cm) | 54.60%  |
| Grande (75*60 cm)  | 24.60%  |
| Total              | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Según los resultados de la encuesta, el 20.80% comprarían cama pequeña (55\*40 cm), el 54.60% compraría cama mediana (65\*50 cm), y el 24.60% compraría cama grande (75\*60 cm).

Para saber cuál es el precio por cada tamaño es necesario hallar el factor precio, recurriendo a las siguientes preguntas:

Tabla 45.

*Pregunta 18: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama pequeña (55\*40 cm)?*

| Soles             | %       |
|-------------------|---------|
| Menos de 70soles  | 24.00%  |
| De 70 a 80 soles  | 27.40%  |
| De 80 a 90 soles  | 20.40%  |
| De 90 a 100 soles | 15.80%  |
| De 100 a mas      | 12.40%  |
| Total             | 100.00% |
| Factor precio     | 48.6%   |

*Nota:* Elaboración propia



El factor precio para la cama pequeña (55\* 40 cm), es 48.60%, dicho factor se obtiene de la suma de 20.40%(de 80 a 90 soles), 15.80% de 90 a 100 soles y 12.40%( de 100 soles a más).

Tabla 46.

*Pregunta 19: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama mediana (65\*50 cm)?*

|                    | %       |
|--------------------|---------|
| Menos de 90 soles  | 27.70%  |
| De 90 a 100 soles  | 26.40%  |
| De 100 a 110 soles | 24.80%  |
| De 110 a 120 soles | 12.70%  |
| De 120 a mas       | 8.40%   |
| Total              | 100.00% |
| Factor precio      | 45.9%   |

*Nota:* Elaboración propia

El factor precio para la cama mediana (65\* 50 cm), es 45.90%, dicho factor se obtiene 24.80% de (100 a 110 soles), 12.70% de (110 a 120 soles) y 8.40% de 120 soles a mas.

Tabla 47.

*Pregunta 20: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por la cama grande (75\*60 cm)?*

|                    | %       |
|--------------------|---------|
| Menos de 130 soles | 26.00%  |
| De 130 a 140 soles | 27.00%  |
| De 140 a 150 soles | 23.20%  |
| De 150 a 160 soles | 14.80%  |
| De 160 a mas       | 9.00%   |
| Total              | 100.00% |
| Factor precio      | 47.0%   |

*Nota:* Elaboración propia

El factor precio para la cama grande (75\* 60 cm), es 47.00%, dicho factor se obtiene de la suma de 23.20% (de 140 a 150 soles), 14.80%( 150 a 160 soles) y 9.00%( 160 soles a más).

Habiendo obtenido los factores precios para cada tamaño de cama, a continuación se detalla la proyección de Mercado Efectivo según los 3 tamaños:

Tabla 48.

*Mercado Efectivo que prefieren cama pequeña (55\*40 cm)*

| Distrito    | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ate         | 4,651 | 4,705 | 4,760 | 4,816 | 4,872 |
| Chacaclayo  | 321   | 324   | 328   | 332   | 336   |
| Lurigancho  | 1,616 | 1,635 | 1,654 | 1,674 | 1,693 |
| Santa Anita | 1,686 | 1,706 | 1,726 | 1,746 | 1,766 |
| El Agustino | 1,413 | 1,429 | 1,446 | 1,463 | 1,480 |
| San Luis    | 425   | 430   | 435   | 440   | 445   |
| La molina   | 2,007 | 2,030 | 2,054 | 2,078 | 2,102 |
| Surco       | 4,024 | 4,071 | 4,119 | 4,167 | 4,216 |
| San isidro  | 634   | 641   | 649   | 656   | 664   |

|                                                                     |        |        |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| San borja                                                           | 1,308  | 1,324  | 1,339  | 1,355  | 1,371  |
| Miraflores                                                          | 958    | 969    | 980    | 992    | 1,003  |
| Jesus maría                                                         | 855    | 865    | 875    | 885    | 896    |
| Pueblo libre                                                        | 909    | 920    | 930    | 941    | 952    |
| Lince                                                               | 600    | 607    | 614    | 621    | 628    |
| San miguel                                                          | 1,618  | 1,637  | 1,656  | 1,676  | 1,695  |
| Magdalena del mar                                                   | 653    | 660    | 668    | 676    | 684    |
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama pequeña | 23,678 | 23,953 | 24,233 | 24,518 | 24,803 |

*Nota:* Elaboración propia

*Tabla 49.*

*Mercado Efectivo que prefieren cama mediana (65\*50 cm)*

| Distrito    | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ate         | 11,531 | 11,666 | 11,802 | 11,940 | 12,079 |
| Chacaclayo  | 795    | 804    | 813    | 823    | 833    |
| Lurigancho  | 4,007  | 4,054  | 4,101  | 4,149  | 4,198  |
| Santa Anita | 4,180  | 4,229  | 4,279  | 4,328  | 4,379  |

|                                                                     |        |        |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| El Agustino                                                         | 3,502  | 3,543  | 3,584  | 3,626  | 3,669  |
| San Luis                                                            | 1,054  | 1,066  | 1,079  | 1,091  | 1,104  |
| La molina                                                           | 4,975  | 5,033  | 5,092  | 5,151  | 5,211  |
| Surco                                                               | 9,977  | 10,093 | 10,211 | 10,331 | 10,451 |
| San isidro                                                          | 1,571  | 1,589  | 1,608  | 1,627  | 1,646  |
| San borja                                                           | 3,244  | 3,282  | 3,320  | 3,359  | 3,398  |
| Miraflores                                                          | 2,374  | 2,402  | 2,430  | 2,459  | 2,487  |
| Jesus maría                                                         | 2,120  | 2,144  | 2,169  | 2,195  | 2,220  |
| Pueblo libre                                                        | 2,254  | 2,280  | 2,306  | 2,333  | 2,361  |
| Lince                                                               | 1,487  | 1,504  | 1,522  | 1,540  | 1,558  |
| San miguel                                                          | 4,012  | 4,059  | 4,106  | 4,154  | 4,203  |
| Magdalena del mar                                                   | 1,618  | 1,637  | 1,656  | 1,676  | 1,695  |
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama mediana | 58,701 | 59,387 | 60,080 | 60,782 | 61,492 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 50.

*Mercado Efectivo que prefieren cama grande (75\*60 cm)*

| Distrito     | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ate          | 5,320 | 5,382 | 5,445 | 5,508 | 5,573 |
| Chacaclayo   | 367   | 371   | 375   | 380   | 384   |
| Lurigancho   | 1,849 | 1,870 | 1,892 | 1,914 | 1,937 |
| Santa Anita  | 1,929 | 1,951 | 1,974 | 1,997 | 2,020 |
| El Agustino  | 1,616 | 1,635 | 1,654 | 1,673 | 1,692 |
| San Luis     | 486   | 492   | 498   | 504   | 509   |
| La molina    | 2,295 | 2,322 | 2,349 | 2,376 | 2,404 |
| Surco        | 4,603 | 4,657 | 4,711 | 4,766 | 4,822 |
| San isidro   | 725   | 733   | 742   | 750   | 759   |
| San borja    | 1,497 | 1,514 | 1,532 | 1,550 | 1,568 |
| Miraflores   | 1,095 | 1,108 | 1,121 | 1,134 | 1,148 |
| Jesus maría  | 978   | 989   | 1,001 | 1,013 | 1,024 |
| Pueblo libre | 1,040 | 1,052 | 1,064 | 1,077 | 1,089 |

|                                                                    |        |        |        |        |        |
|--------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Lince                                                              | 686    | 694    | 702    | 710    | 719    |
| San miguel                                                         | 1,851  | 1,873  | 1,894  | 1,916  | 1,939  |
| Magdalena del mar                                                  | 747    | 755    | 764    | 773    | 782    |
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama grande | 27,082 | 27,398 | 27,718 | 28,042 | 28,369 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 51.

*Resumen del Mercado Efectivo que prefieren camas según los tamaños*

| Tamaño de cama para mercado efectivo                                | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|---------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama pequeña | 23,678  | 23,953  | 24,233  | 24,518  | 24,803  |
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama mediana | 58,701  | 59,387  | 60,080  | 60,782  | 61,492  |
| Total mercado efectivo en jefes de hogar que prefieren cama grande  | 27,082  | 27,398  | 27,718  | 28,042  | 28,369  |
| Total mercado efectivo en hogares                                   | 109,461 | 110,738 | 112,031 | 113,342 | 114,664 |

*Nota:* Elaboración propia

- El mercado efectivo que prefieren cama pequeña es 23,678, cama mediana 58,701, cama grande 27,082, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 a aproximadamente 109,461 hogares.
- El mercado efectivo que prefieren cama mediana es 23,953, cama mediana 59,387 cama grande 27,398, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 a aproximadamente 110,738 hogares.
- El mercado efectivo que prefieren cama mediana es 24,233, cama mediana 60,080 cama grande 27,718, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 a aproximadamente 112,031 hogares.
- El mercado efectivo que prefieren cama mediana es 24,518, cama mediana 60,782, cama grande 28,042, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 a aproximadamente 113,342 hogares.
- El mercado efectivo que prefieren cama mediana es 24,803, cama mediana 61,492, cama grande 28,369, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 a aproximadamente 114,664 hogares.

#### **4.2.4. Estimación del Mercado Objetivo.**

Debido a la existencia de competidores directos, podemos asumir que los competidores existentes copan el 80% y que el 20% estaría disponible para el proyecto del cual escogeremos un 60%, es decir 12%, debido a que seremos agresivos en los distritos seleccionados.

Asimismo, se estima una tasa de crecimiento de 10% para cada año, nos estamos basando a dicha tasa, ya que tenemos la fuente de información de Perú Retail (2019) donde señala “que el mercado de mascotas crecerá en un 10% cada año, pues los especialistas detallan que el incremento no es una moda, sino va por la importancia que muchas personas le dan a sus mascotas. Kiser, quien es miembro de la cámara Peruana de Franquicias, sostiene que veterinarias ya consolidadas pueden llegar a crecer más del 10% al año, muchos de los casos

como sucursales o franquicias, debidos a la mayor sensibilidad que los hogares tienen a su mascota. Además, detalla que las familias peruanas gastan hasta S/.300.00 mensuales en el cuidado para sus mascotas y los servicios más demandantes en el rubro son: salud, vacunación, consultas, estética, baños, accesorios, vestimenta y alimentos.

Para halla el mercado objetivo se efectúa:

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

Tasa de mercado objetivo 2021(60% del 20%) = 12%

Tabla 52.

*Resumen de la proyección del Mercado Efectivo*

|                                                                      | 2021   | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|----------------------------------------------------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|
| Tasas de mercado objetivo                                            | 12.00% | 13.200% | 14.520% | 15.972% | 17.569% |
| Distrito                                                             | 2021   | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
| Total mercado objetivo en jefes de hogar que prefieren cama pequeña. | 2,841  | 3,162   | 3,519   | 3,916   | 4,358   |
| Total mercado objetivo en jefes de hogar que prefieren cama mediana. | 7,044  | 7,839   | 8,724   | 9,708   | 10,804  |
| Total mercado objetivo en jefes de hogar que prefieren cama grande.  | 3,250  | 3,617   | 4,025   | 4,479   | 4,984   |
| Total mercado objetivo en jefes de hogar.                            | 13,135 | 14,617  | 16,267  | 18,103  | 20,145  |

*Nota:* Elaboración propia

- El mercado objetivo estimado para el año 2021 ascendería a aproximadamente 13,135 hogares.



- El mercado objetivo estimado para el año 2022 ascendería a aproximadamente 14,617 hogares.
- El mercado objetivo estimado para el año 2023 ascendería a aproximadamente 16,267 hogares.
- El mercado objetivo estimado para el año 2024 ascendería a aproximadamente 18,103 hogares.
- El mercado objetivo estimado para el año 2025 ascendería a aproximadamente 20,145 hogares.

#### 4.2.5. Frecuencia de compra

Determinamos la frecuencia de compra tomando como referencia la pregunta 15 de nuestra encuesta donde se le pregunto al consumidor ¿Cada cuánto compraría la cama para su mascota?

Obteniendo los siguientes resultados:

*Tabla 53.*

*Frecuencia de compra de cama ecológica para la mascota*

| Meses                 |         | veces al año | Ponderado |
|-----------------------|---------|--------------|-----------|
| Menos de 3 meses      | 4.80%   | 4            | 0.19      |
| De 4 meses a 6 meses  | 33.30%  | 2.40         | 0.80      |
| De 6 meses a 12 meses | 37.20%  | 1.33         | 0.50      |
| Más de 1 año.         | 24.70%  | 1            | 0.25      |
| Total                 | 100.00% |              | 1.73      |
|                       |         |              | 2.00      |

*Nota:* Elaboración propia

El resultado de la frecuencia de compra detalla un ponderado de 1.73 veces al año, redondeando la cifra obtenemos 2 veces al año, que el encuestado realizaría en compra de cama ecológica para su mascota.

#### 4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Según la frecuencia de compra, el encuestado compra 2 veces, estamos asumiendo que compra 1UND de cama en cada frecuencia, siendo 1UND el volumen de compra de cama para su mascota, por lo tanto podemos calcular la cuantificación de la demanda proyectada

$$\text{Demanda del producto por año} = \text{Mercado objetivo} * \text{Frecuencia de compra}$$

Tabla 54.  
Resumen de la proyección de la demanda anual a distribuir.

| Distrito                    | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| cama pequeña                | 5,683  | 6,324  | 7,037  | 7,832  | 8,715  |
| cama mediana                | 14,088 | 15,678 | 17,447 | 19,416 | 21,607 |
| cama grande                 | 6,500  | 7,233  | 8,049  | 8,958  | 9,968  |
| Total unidades a distribuir | 26,271 | 29,235 | 32,534 | 36,206 | 40,291 |

Nota: Elaboración propia

- La cantidad demanda anual estima para 2 ventas promedio de camas, para el año 2021 ascendería a 26,271 aproximadamente.
- La cantidad demanda anual estima para 2 ventas promedio de camas, para el año 2022 ascendería a 29,235 aproximadamente.
- La cantidad demanda anual estima para 2 ventas promedio de camas, para el año 2023 ascendería a 32,534 aproximadamente.
- La cantidad demanda anual estima para 2 ventas promedio de camas, para el año 2024 ascendería a 36,206 aproximadamente.

- La cantidad demanda anual estima para 2 ventas promedio de camas, para el año 2025 ascendería a 40,291 aproximadamente.

#### 4.2.7. Estacionalidad.

Según el resultado de la sección 3: Validación del producto, en la pregunta 22 de la encuesta dice ¿En qué mes del año compraría nuestro producto? Tenemos el siguiente resultado:

Tabla 55.

*Meses del año que comprarían el producto*

| Meses               | %       |
|---------------------|---------|
| Enero - Marzo       | 22.90%  |
| Abril - Junio       | 20.40%  |
| Julio - Setiembre   | 24.20%  |
| Octubre - Diciembre | 32.50%  |
| Total               | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Por teoría de estacionalidad se debe ajustar en el año 1 por inicio de operaciones y desconocimiento de la marca. Asimismo es remendable un 30 y 40% de las ventas para el 1er semestre y entre un 70% y 60 % para el segundo semestre. Sin embargo nosotros vamos a castigar un 30 % para el primer trimestre y 15% para el segundo trimestre, para el tercer trimestre no estamos considerando castigo puesto que estimamos que la marca se está posicionando y el último trimestre nos recuperaremos.

Tabla 56.

*Estacionalidad por anual por trimestres*

| Año  | Verano(Enero-marzo) | Otoño(abril-junio) | Invierno(Julio-o-setiembre) | Primavera(octubre-diciembre) | Total |
|------|---------------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|-------|
| 2021 | 16.0%               | 17.34%             | 24.20%                      | 42.430%                      | 100%  |
| 2022 | 22.90%              | 20.40%             | 24.20%                      | 32.50%                       | 100%  |
| 2023 | 22.90%              | 20.40%             | 24.20%                      | 32.50%                       | 100%  |
| 2024 | 22.90%              | 20.40%             | 24.20%                      | 32.50%                       | 100%  |
| 2025 | 22.90%              | 20.40%             | 24.20%                      | 32.50%                       | 100%  |

*Nota:* Elaboración propia

Según la estrategia del marketing mix mostramos la estacionalidad 2021, tomando como puntos medios los meses de febrero, abril, agosto y noviembre para hallar los %

Tabla 57.

*Estacionalidad 2021*

| Estacionalidad 2021 |        |
|---------------------|--------|
| Enero               | 4.00%  |
| Febrero             | 5.00%  |
| Marzo               | 6.00%  |
| Abril               | 6.00%  |
| Mayo                | 7.00%  |
| Junio               | 5.00%  |
| Julio               | 9.00%  |
| Agosto              | 8.00%  |
| Septiembre          | 9.00%  |
| Octubre             | 13.00% |

|           |         |
|-----------|---------|
| Noviembre | 14.00%  |
| Diciembre | 14.00%  |
| Total     | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 58.

*Estacionalidad 2022 al 2025*

| Estacionalidad 2022-2025 |         |
|--------------------------|---------|
| Enero                    | 7.00%   |
| Febrero                  | 8.00%   |
| Marzo                    | 7.00%   |
| Abril                    | 6.00%   |
| Mayo                     | 6.00%   |
| Junio                    | 5.00%   |
| Julio                    | 9.00%   |
| Agosto                   | 8.00%   |
| Septiembre               | 10.00%  |
| Octubre                  | 10.00%  |
| Noviembre                | 11.00%  |
| Diciembre                | 13.00%  |
| Total                    | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Finalmente hemos validado la estacionalidad con la experiencia que tenemos en las entrevistas a profundidad de:

La empresa Pet's Resort, dedicada al alojamiento de mascotas, donde la señorita Shirley Quintana, administradora del hospedaje señalo: que la duración de las camas es de

aproximadamente 6 meses dependiendo de la cantidad de las mascotas que se tienen, así como el uso. Asimismo, detalla que todo el año reciben a gran cantidad de mascotas, pero los meses donde tienen más demanda es de diciembre a marzo ya que en esos meses los jefes de hogar se van de vacaciones. Con esta experiencia podemos contar que los meses de diciembre a marzo podríamos obtener una estacionalidad asegurada.

La Animal Friends, dedicada a la venta de accesorios para mascotas, donde el Sr. Daniel Gutiérrez, administrador de la tienda señaló: que las marcas que se venden con más frecuencia no hay una en especial, ya que los clientes prefieren las más económicas, indica que el promedio de la duración de las camas que venden son de 6 meses, la venta se realiza en las propias tiendas así como en internet, todo el año y las camas que más vende son para perros y gatos. Con esta experiencia podemos contar que existe un amplio mercado de perros y gatos que sus familias realizaran compras todo el año, dependiendo de la duración y precios accesibles.

#### **4.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado.**

##### **4.2.8.1. Programa de ventas en unidades.**

El presente punto establecemos las unidades que serán distribuidas de acuerdo a la pregunta 21 de la encuesta y a la estacionalidad anual.

Pregunta 21 ¿En qué lugar le gustaría encontrar este producto?

Tabla 59.

*Resultado de la pregunta 21*

|               | %      |
|---------------|--------|
| Supermercados | 22.90% |
| Veterinarias  | 33.30% |
| Bodegas       | 1.90%  |

|                     |         |
|---------------------|---------|
| Petshops            | 26.40%  |
| Mercado Tradicional | 15.50%  |
| Total               | 100.00% |

*Nota:* Elaboración propia

Según los resultado de la encuesta pregunta 21, tomaremos las ventas en unidades de los canales de distribución de: Veterinarias con 33.30%, PetShops con 26.40% y el mercado tradicional con 15.50%.

Tabla 60.

*Canales de distribución seleccionados*

|                     | %      |
|---------------------|--------|
| Veterinarias        | 33.30% |
| Petshops            | 16.40% |
| Mercado Tradicional | 15.50% |
| Total               | 65.2%  |

*Nota:* Elaboración propia

Con los 3 canales de distribución seleccionados trabajaremos para la proyección de ventas por unidades según los % de la estacionalidad.

### Veterinarias 33.30 % de las ventas

Tabla 61.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2021*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 4.00% | 5.00%   | 6.00% | 6.00% | 7.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 9.00%     | 13.00%  | 14.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 76    | 95      | 114   | 114   | 132   | 95    | 170   | 151    | 170       | 246     | 265       | 265       | 1,892   |
| cama mediana          | 188   | 235     | 281   | 281   | 328   | 235   | 422   | 375    | 422       | 610     | 657       | 657       | 4,691   |
| cama grande           | 87    | 108     | 130   | 130   | 152   | 108   | 195   | 173    | 195       | 281     | 303       | 303       | 2,164   |
| Unidades a distribuir | 350   | 437     | 525   | 525   | 612   | 437   | 787   | 700    | 787       | 1,137   | 1,225     | 1,225     | 8,748   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 62.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2022*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 126   | 168     | 147   | 126   | 126   | 105   | 190   | 168    | 211       | 211     | 232       | 295       | 2,106   |



|                       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |       |       |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-------|
| cama mediana          | 313 | 418 | 365 | 313 | 313 | 261 | 470 | 418 | 522 | 522 | 574   | 731   | 5,221 |
| cama grande           | 145 | 193 | 169 | 145 | 145 | 120 | 217 | 193 | 241 | 241 | 265   | 337   | 2,409 |
| Unidades a distribuir | 584 | 779 | 681 | 584 | 584 | 487 | 876 | 779 | 974 | 974 | 1,071 | 1,363 | 9,735 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 63.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2023*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 141   | 187     | 164   | 141   | 141   | 117   | 211   | 187    | 234       | 234     | 258       | 328       | 2,343   |
| cama mediana          | 349   | 465     | 407   | 349   | 349   | 290   | 523   | 465    | 581       | 581     | 639       | 813       | 5,810   |
| cama grande           | 161   | 214     | 188   | 161   | 161   | 134   | 241   | 214    | 268       | 268     | 295       | 375       | 2,680   |
| Unidades a distribuir | 650   | 867     | 758   | 650   | 650   | 542   | 975   | 867    | 1,083     | 1,083   | 1,192     | 1,517     | 10,834  |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 64.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2024*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 156   | 209     | 183   | 156   | 156   | 130   | 235   | 209    | 261       | 261     | 287       | 365       | 2,608   |
| cama mediana          | 388   | 517     | 453   | 388   | 388   | 323   | 582   | 517    | 647       | 647     | 711       | 905       | 6,466   |
| cama grande           | 179   | 239     | 209   | 179   | 179   | 149   | 268   | 239    | 298       | 298     | 328       | 418       | 2,983   |
| Unidades a distribuir | 723   | 965     | 844   | 723   | 723   | 603   | 1,085 | 965    | 1,206     | 1,206   | 1,326     | 1,688     | 12,057  |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 65.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Veterinaria, año 2025*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 174   | 232     | 203   | 174   | 174   | 145   | 261   | 232    | 290       | 290     | 319       | 406       | 2,902   |

|                       |     |       |     |     |     |     |       |       |       |       |       |       |        |
|-----------------------|-----|-------|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| cama mediana          | 432 | 576   | 504 | 432 | 432 | 360 | 648   | 576   | 720   | 720   | 791   | 1,007 | 7,195  |
| cama grande           | 199 | 266   | 232 | 199 | 199 | 166 | 299   | 266   | 332   | 332   | 365   | 465   | 3,319  |
| Unidades a distribuir | 805 | 1,073 | 939 | 805 | 805 | 671 | 1,208 | 1,073 | 1,342 | 1,342 | 1,476 | 1,878 | 13,417 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 66.

*Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el Canal de distribución Veterinaria con un porcentaje de restitución de 33.30%.*

|                       | 2021  | 2022  | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| cama pequeña          | 1,892 | 2,106 | 2,343  | 2,608  | 2,902  |
| cama mediana          | 4,691 | 5,221 | 5,810  | 6,466  | 7,195  |
| cama grande           | 2,164 | 2,409 | 2,680  | 2,983  | 3,319  |
| Unidades a distribuir | 8,748 | 9,735 | 10,834 | 12,057 | 13,417 |

*Nota:* Elaboración propia

- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1,892, cama mediana es 4,691 y cama grande es 2,164 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 8,748 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2,106, cama mediana es 5,221 y cama grande es 2,164 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 9,735 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2,343, cama mediana es 5,810 y cama grande es 2,680 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 10,834 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2,608, cama mediana es 6,466 y cama grande es 2,983 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 12,057 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2,902, cama mediana es 7,195 y cama grande es 3,319 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 13,417 unidades.

**Petshops 26.4% de las ventas:**

Tabla 67.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2021*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 4.00% | 5.00%   | 6.00% | 6.00% | 7.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 9.00%     | 13.00%  | 14.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 60    | 75      | 90    | 90    | 105   | 75    | 135   | 120    | 135       | 195     | 210       | 210       | 1,500   |
| cama mediana          | 149   | 186     | 223   | 223   | 260   | 186   | 335   | 298    | 335       | 484     | 521       | 521       | 3,719   |
| cama grande           | 69    | 86      | 103   | 103   | 120   | 86    | 154   | 137    | 154       | 223     | 240       | 240       | 1,716   |
| Unidades a distribuir | 277   | 347     | 416   | 416   | 485   | 347   | 624   | 555    | 624       | 902     | 971       | 971       | 6,935   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 68.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2022*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 100   | 134     | 117   | 100   | 100   | 83    | 150   | 134    | 167       | 167     | 184       | 234       | 1,669   |

|                       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |       |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|
| cama mediana          | 248 | 331 | 290 | 248 | 248 | 207 | 373 | 331 | 414 | 414 | 455 | 579   | 4,139 |
| cama grande           | 115 | 153 | 134 | 115 | 115 | 95  | 172 | 153 | 191 | 191 | 210 | 267   | 1,910 |
| Unidades a distribuir | 463 | 617 | 540 | 463 | 463 | 386 | 695 | 617 | 772 | 772 | 849 | 1,081 | 7,718 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 69.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2023*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 111   | 149     | 130   | 111   | 111   | 93    | 167   | 149    | 186       | 186     | 204       | 260       | 1,858   |
| cama mediana          | 276   | 368     | 322   | 276   | 276   | 230   | 415   | 368    | 461       | 461     | 507       | 645       | 4,606   |
| cama grande           | 127   | 170     | 149   | 127   | 127   | 106   | 191   | 170    | 212       | 212     | 234       | 297       | 2,125   |
| Unidades a distribuir | 515   | 687     | 601   | 515   | 515   | 429   | 773   | 687    | 859       | 859     | 945       | 1,202     | 8,589   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 70.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2024*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 124   | 165     | 145   | 124   | 124   | 103   | 186   | 165    | 207       | 207     | 227       | 289       | 2,068   |
| cama mediana          | 308   | 410     | 359   | 308   | 308   | 256   | 461   | 410    | 513       | 513     | 564       | 718       | 5,126   |
| cama grande           | 142   | 189     | 166   | 142   | 142   | 118   | 213   | 189    | 236       | 236     | 260       | 331       | 2,365   |
| Unidades a distribuir | 574   | 765     | 669   | 574   | 574   | 478   | 860   | 765    | 956       | 956     | 1,051     | 1,338     | 9,558   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 71.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2025*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 138   | 184     | 161   | 138   | 138   | 115   | 207   | 184    | 230       | 230     | 253       | 322       | 2,301   |
| cama mediana   | 342   | 456     | 399   | 342   | 342   | 285   | 513   | 456    | 570       | 570     | 627       | 799       | 5,704   |

|                       |     |     |     |     |     |     |     |     |       |       |       |       |        |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-------|-------|--------|
| cama grande           | 158 | 211 | 184 | 158 | 158 | 132 | 237 | 211 | 263   | 263   | 289   | 368   | 2,632  |
| Unidades a distribuir | 638 | 851 | 745 | 638 | 638 | 532 | 957 | 851 | 1,064 | 1,064 | 1,170 | 1,489 | 10,637 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 72.

*Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el Canal de distribución Petshops con un porcentaje de restitución de 16.40%*

|                       | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025   |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| cama pequeña          | 1,500 | 1,669 | 1,858 | 2,068 | 2,301  |
| cama mediana          | 3,719 | 4,139 | 4,606 | 5,126 | 5,704  |
| cama grande           | 1,716 | 1,910 | 2,125 | 2,365 | 2,632  |
| Unidades a distribuir | 6,935 | 7,718 | 8,589 | 9,558 | 10,637 |

*Nota:* Elaboración propia



- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1500, cama mediana es 3718 y cama grande es 1716 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 6,935 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1669, cama mediana es 4139 y cama grande es 1910 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 7718 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1858 cama mediana es 4606 y cama grande es 2125 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 8589 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2068, cama mediana es 5126 y cama grande es 2365 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 9558 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 2301, cama mediana es 5704 y cama grande es 2632 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 10637 unidades.

**Mercado tradicional 15.50% de las ventas.**

Tabla 73.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional año 2021*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 4.00% | 5.00%   | 6.00% | 6.00% | 7.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 9.00%     | 13.00%  | 14.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 35    | 44      | 53    | 53    | 62    | 44    | 79    | 70     | 79        | 115     | 123       | 123       | 881     |
| cama mediana          | 87    | 109     | 131   | 131   | 153   | 109   | 197   | 175    | 197       | 284     | 306       | 306       | 2,184   |
| cama grande           | 40    | 50      | 60    | 60    | 71    | 50    | 91    | 81     | 91        | 131     | 141       | 141       | 1,007   |
| Unidades a distribuir | 163   | 204     | 244   | 244   | 285   | 204   | 366   | 326    | 366       | 529     | 570       | 570       | 4,072   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 74.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2022.*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 59    | 78      | 69    | 59    | 59    | 49    | 88    | 78     | 98        | 98      | 108       | 137       | 980     |

|                       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| cama mediana          | 146 | 194 | 170 | 146 | 146 | 122 | 219 | 194 | 243 | 243 | 267 | 340 | 2,430 |
| cama grande           | 67  | 90  | 78  | 67  | 67  | 56  | 101 | 90  | 112 | 112 | 123 | 157 | 1,121 |
| Unidades a distribuir | 272 | 363 | 317 | 272 | 272 | 227 | 408 | 363 | 453 | 453 | 498 | 634 | 4,531 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 75.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2023*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 65    | 87      | 76    | 65    | 65    | 55    | 98    | 87     | 109       | 109     | 120       | 153       | 1,091   |
| cama mediana          | 162   | 216     | 189   | 162   | 162   | 135   | 243   | 216    | 270       | 270     | 297       | 379       | 2,704   |
| cama grande           | 75    | 100     | 87    | 75    | 75    | 62    | 112   | 100    | 125       | 125     | 137       | 175       | 1,248   |
| Unidades a distribuir | 303   | 403     | 353   | 303   | 303   | 252   | 454   | 403    | 504       | 504     | 555       | 706       | 5,043   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 76.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2024.*

|                       | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad        | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña          | 73    | 97      | 85    | 73    | 73    | 61    | 109   | 97     | 121       | 121     | 134       | 170       | 1,214   |
| cama mediana          | 181   | 241     | 211   | 181   | 181   | 150   | 271   | 241    | 301       | 301     | 331       | 421       | 3,010   |
| cama grande           | 83    | 111     | 97    | 83    | 83    | 69    | 125   | 111    | 139       | 139     | 153       | 194       | 1,388   |
| Unidades a distribuir | 337   | 449     | 393   | 337   | 337   | 281   | 505   | 449    | 561       | 561     | 617       | 786       | 5,612   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 77.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2025*

|                | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|----------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| Estacionalidad | 6.00% | 8.00%   | 7.00% | 6.00% | 6.00% | 5.00% | 9.00% | 8.00%  | 10.00%    | 10.00%  | 11.00%    | 14.00%    | 100.00% |
| cama pequeña   | 81    | 108     | 95    | 81    | 81    | 68    | 122   | 108    | 135       | 135     | 149       | 189       | 1,351   |
| cama mediana   | 201   | 268     | 234   | 201   | 201   | 167   | 301   | 268    | 335       | 335     | 368       | 469       | 3,349   |

|                       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| cama grande           | 93  | 124 | 108 | 93  | 93  | 77  | 139 | 124 | 155 | 155 | 170 | 216 | 1,545 |
| Unidades a distribuir | 375 | 500 | 437 | 375 | 375 | 312 | 562 | 500 | 625 | 625 | 687 | 874 | 6,245 |

*Nota:* Elaboración propia

*Tabla 78.*

Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas en unidades para el Canal de distribución de Mercado Tradicional con un porcentaje de restitución de 15.50%

|                       | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| cama pequeña          | 881   | 980   | 1,091 | 1,214 | 1,351 |
| cama mediana          | 2,184 | 2,430 | 2,704 | 3,010 | 3,349 |
| cama grande           | 1,007 | 1,121 | 1,248 | 1,388 | 1,545 |
| Unidades a distribuir | 4,072 | 4,531 | 5,043 | 5,612 | 6,245 |

*Nota:* Elaboración propia

- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 881, cama mediana es 2184 y cama grande es 1007 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 4072 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 980, cama mediana es 2430 y cama grande es 1121 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 4531 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1091, cama mediana es 2704 y cama grande es 1248 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 5043 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1214, cama mediana es 3010 y cama grande es 1388 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 5612 unidades.
- El programa de ventas en unidades para la cama pequeña es 1351, cama mediana es 3349 y cama grande es 1545 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 6245 unidades.

Tabla 79.

*Resumen anual del año 2021 al 2025 del Total de Programas de ventas en unidades para los Canales de distribución de: Veterinarias, Petshops y Mercado Tradicional.*

|                       | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| cama pequeña          | 4,273  | 4,755  | 5,292  | 5,890  | 6,554  |
| cama mediana          | 10,594 | 11,790 | 13,120 | 14,601 | 16,249 |
| cama grande           | 4,888  | 5,439  | 6,053  | 6,736  | 7,496  |
| Unidades a distribuir | 19,755 | 21,985 | 24,465 | 27,227 | 30,299 |

*Nota:* Elaboración propia

- El programa de ventas en unidades para los 3 canales de distribución de: la cama pequeña es 2,500, cama mediana es 6,199 y cama grande es 2,860 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 11,559 unidades.
- El programa de ventas en unidades para los 3 canales de distribución de: la cama pequeña es 2,782, cama mediana es 6,898 y cama grande es 3,182 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 12,863 unidades.
- El programa de ventas en unidades para los 3 canales de distribución de: la cama pequeña es 3,097, cama mediana es 7,677 y cama grande es 3,542 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 14,315 unidades.
- El programa de ventas en unidades para los 3 canales de distribución de: la cama pequeña es 3,446, cama mediana es 8,543 y cama grande es 3,941 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 15,930 unidades.
- El programa de ventas en unidades para los 3 canales de distribución de: la cama pequeña es 3,835, cama mediana es 9,507 y cama grande es 4,386 unidades, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 17,728 unidades.

#### **4.2.8.2. Programa de ventas valorizadas.**

El presente punto establecemos la valorización de las unidades de ventas que serán distribuidas a las veterinarias, petshops y mercados tradicionales.

**Veterinaria**

Tabla 80.

*Precio de venta según tamaño para Veterinarias*

|                            | cama pequeña | Cama mediana | Cama grande |
|----------------------------|--------------|--------------|-------------|
| Precio de venta al público | S/80         | S/100        | S/140       |
| Valor de venta             | S/68         | S/85         | S/119       |
| comisión                   | 30%          | 30%          | 30%         |
| Valor venta neto           | S/47         | S/59         | S/83        |

*Nota:* Elaboración propia

En la siguiente tabla mostraremos los programas de ventas valorizadas desde el año 2021 al 2025 del canal de distribución de veterinarias en las veterinarias.

Tabla 81.

*Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2021*

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 3,592  | 4,490   | 5,388  | 5,388  | 6,286  | 4,490  | 8,083  | 7,184  | 8,083     | 11,675  | 12,573    | 12,573    | 89,806  |
| cama mediana          | 11,132 | 13,915  | 16,698 | 16,698 | 19,481 | 13,915 | 25,047 | 22,264 | 25,047    | 36,179  | 38,962    | 38,962    | 278,303 |
| cama grande           | 7,190  | 8,988   | 10,785 | 10,785 | 12,583 | 8,988  | 16,178 | 14,380 | 16,178    | 23,368  | 25,165    | 25,165    | 179,752 |
| Valor venta           | 21,914 | 27,393  | 32,872 | 32,872 | 38,350 | 27,393 | 49,307 | 43,829 | 49,307    | 71,222  | 76,701    | 76,701    | 547,861 |
| Total valor de ventas | 21,914 | 27,393  | 32,872 | 32,872 | 38,350 | 27,393 | 49,307 | 43,829 | 49,307    | 71,222  | 76,701    | 76,701    | 547,861 |
| Igv                   | 3945   | 4931    | 5917   | 5917   | 6903   | 4931   | 8875   | 7889   | 8875      | 12820   | 13806     | 13806     | 98615   |
| Ingresos              | 25,859 | 32,324  | 38,789 | 38,789 | 45,253 | 32,324 | 58,183 | 51,718 | 58,183    | 84,042  | 90,507    | 90,507    | 646,476 |

*Nota:* Elaboración propia



Tabla 82.

Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2022

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 5,996  | 7,995   | 6,995  | 5,996  | 5,996  | 4,997  | 8,994  | 7,995  | 9,993     | 9,993   | 10,993    | 13,991    | 99,934  |
| cama mediana          | 18,583 | 24,777  | 21,680 | 18,583 | 18,583 | 15,485 | 27,874 | 24,777 | 30,971    | 30,971  | 34,068    | 43,359    | 309,709 |
| cama grande           | 12,002 | 16,003  | 14,003 | 12,002 | 12,002 | 10,002 | 18,003 | 16,003 | 20,004    | 20,004  | 22,004    | 28,005    | 200,036 |
| Valor venta           | 36,581 | 48,774  | 42,678 | 36,581 | 36,581 | 30,484 | 54,871 | 48,774 | 60,968    | 60,968  | 67,065    | 85,355    | 609,680 |
| Total valor de ventas | 36,581 | 48,774  | 42,678 | 36,581 | 36,581 | 30,484 | 54,871 | 48,774 | 60,968    | 60,968  | 67,065    | 85,355    | 609,680 |
| Igv                   | 6585   | 8779    | 7682   | 6585   | 6585   | 5487   | 9877   | 8779   | 10974     | 10974   | 12072     | 15364     | 109742  |
| Ingresos              | 43,165 | 57,554  | 50,360 | 43,165 | 43,165 | 35,971 | 64,748 | 57,554 | 71,942    | 71,942  | 79,136    | 100,719   | 719,422 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 83.

Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2023

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 6,673  | 8,897   | 7,785  | 6,673  | 6,673  | 5,561  | 10,009 | 8,897  | 11,121    | 11,121  | 12,233    | 15,570    | 111,213 |
| cama mediana          | 20,679 | 27,573  | 24,126 | 20,679 | 20,679 | 17,233 | 31,019 | 27,573 | 34,466    | 34,466  | 37,912    | 48,252    | 344,656 |
| cama grande           | 13,357 | 17,809  | 15,583 | 13,357 | 13,357 | 11,130 | 20,035 | 17,809 | 22,261    | 22,261  | 24,487    | 31,165    | 222,609 |
| Valor venta           | 40,709 | 54,278  | 47,493 | 40,709 | 40,709 | 33,924 | 61,063 | 54,278 | 67,848    | 67,848  | 74,633    | 94,987    | 678,478 |
| Total valor de ventas | 40,709 | 54,278  | 47,493 | 40,709 | 40,709 | 33,924 | 61,063 | 54,278 | 67,848    | 67,848  | 74,633    | 94,987    | 678,478 |
| Igv                   | 7328   | 9770    | 8549   | 7328   | 7328   | 6106   | 10991  | 9770   | 12213     | 12213   | 13434     | 17098     | 122126  |
| Ingresos              | 48,036 | 64,048  | 56,042 | 48,036 | 48,036 | 40,030 | 72,054 | 64,048 | 80,060    | 80,060  | 88,066    | 112,084   | 800,603 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 84.

Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2024

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 7,426  | 9,902   | 8,664  | 7,426  | 7,426  | 6,189  | 11,140 | 9,902  | 12,377    | 12,377  | 13,615    | 17,328    | 123,773 |
| cama mediana          | 23,013 | 30,684  | 26,849 | 23,013 | 23,013 | 19,178 | 34,520 | 30,684 | 38,355    | 38,355  | 42,191    | 53,697    | 383,552 |
| cama grande           | 14,864 | 19,818  | 17,341 | 14,864 | 14,864 | 12,387 | 22,296 | 19,818 | 24,773    | 24,773  | 27,250    | 34,682    | 247,731 |
| Valor venta           | 45,303 | 60,404  | 52,854 | 45,303 | 45,303 | 37,753 | 67,955 | 60,404 | 75,506    | 75,506  | 83,056    | 105,708   | 755,056 |
| Total valor de ventas | 45,303 | 60,404  | 52,854 | 45,303 | 45,303 | 37,753 | 67,955 | 60,404 | 75,506    | 75,506  | 83,056    | 105,708   | 755,056 |
| Igv                   | 8155   | 10873   | 9514   | 8155   | 8155   | 6796   | 12232  | 10873  | 13591     | 13591   | 14950     | 19027     | 135910  |
| Ingresos              | 53,458 | 71,277  | 62,368 | 53,458 | 53,458 | 44,548 | 80,187 | 71,277 | 89,097    | 89,097  | 98,006    | 124,735   | 890,966 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 85.

Programa de ventas valorizadas para el canal de distribución Veterinaria, año 2025

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 8,264  | 11,019  | 9,641  | 8,264  | 8,264  | 6,887  | 12,396 | 11,019 | 13,773    | 13,773  | 15,151    | 19,283    | 137,733 |
| cama mediana          | 25,610 | 34,147  | 29,878 | 25,610 | 25,610 | 21,342 | 38,415 | 34,147 | 42,683    | 42,683  | 46,952    | 59,757    | 426,833 |
| cama grande           | 16,541 | 22,055  | 19,298 | 16,541 | 16,541 | 13,784 | 24,812 | 22,055 | 27,569    | 27,569  | 30,325    | 38,596    | 275,685 |
| Valor venta           | 50,415 | 67,220  | 58,818 | 50,415 | 50,415 | 42,013 | 75,623 | 67,220 | 84,025    | 84,025  | 92,428    | 117,635   | 840,251 |
| Total valor de ventas | 50,415 | 67,220  | 58,818 | 50,415 | 50,415 | 42,013 | 75,623 | 67,220 | 84,025    | 84,025  | 92,428    | 117,635   | 840,251 |
| Igv                   | 9075   | 12100   | 10587  | 9075   | 9075   | 7562   | 13612  | 12100  | 15125     | 15125   | 16637     | 21174     | 151245  |
| Ingresos              | 59,490 | 79,320  | 69,405 | 59,490 | 59,490 | 49,575 | 89,235 | 79,320 | 99,150    | 99,150  | 109,065   | 138,809   | 991,496 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 86.

*Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución Veterinaria.*

|                      | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| cama pequeña         | 89,806  | 99,934  | 111,213 | 123,773 | 137,733 |
| cama mediana         | 278,303 | 309,709 | 344,656 | 383,552 | 426,833 |
| cama grande          | 179,752 | 200,036 | 222,609 | 247,731 | 275,685 |
| Valor venta          | 547,861 | 609,680 | 678,478 | 755,056 | 840,251 |
| Total valor de venta | 547,861 | 609,680 | 678,478 | 755,056 | 840,251 |
| Igv                  | 98615   | 109742  | 122126  | 135910  | 151245  |
| Ingresos             | 646,476 | 719,422 | 800,603 | 890,966 | 991,496 |

*Nota:* Elaboración propia

- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 89,806 soles, cama mediana es 278,303 soles y cama grande es 179,752 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 547,861 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 99,934 soles, cama mediana es 309,709 soles y cama grande es 200,036, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 609,680 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 111,213, cama mediana es 344,656 soles y cama grande es 222,609 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 678,478 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 123,773, cama mediana es 383,552 soles y cama grande es 247,731 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 755,056 soles.

- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 137,733 soles, cama mediana es 426,833 soles y cama grande es 275,685 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 840,251 soles.

**Petshops:**

Tabla 87.

*Precio de venta según tamaño para Petshops*

|                            | cama<br>pequeña | Cama<br>mediana | Cama<br>grande |
|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Precio de venta al público | S/80            | S/100           | S/140          |
| Valor de venta             | S/68            | S/85            | S/119          |
| Margen del canal 35%       | 35%             | 35%             | 35%            |
| Valor venta neto           | S/44            | S/55            | S/77           |

*Nota:* Elaboración propia

En la siguiente tabla mostraremos los programas de ventas valorizadas desde el año 2021 al 2025 del canal de distribución de Petshops.

Tabla 88.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2021*

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 2,644  | 3,306   | 3,967  | 3,967  | 4,628  | 3,306  | 5,950  | 5,289  | 5,950     | 8,595   | 9,256     | 9,256     | 66,112  |
| cama mediana          | 8,195  | 10,244  | 12,293 | 12,293 | 14,341 | 10,244 | 18,439 | 16,390 | 18,439    | 26,634  | 28,683    | 28,683    | 204,877 |
| cama grande           | 5,293  | 6,616   | 7,940  | 7,940  | 9,263  | 6,616  | 11,909 | 10,586 | 11,909    | 17,203  | 18,526    | 18,526    | 132,327 |
| Valor venta           | 16,133 | 20,166  | 24,199 | 24,199 | 28,232 | 20,166 | 36,298 | 32,265 | 36,298    | 52,431  | 56,464    | 56,464    | 403,316 |
| Total valor de ventas | 16,133 | 20,166  | 24,199 | 24,199 | 28,232 | 20,166 | 36,298 | 32,265 | 36,298    | 52,431  | 56,464    | 56,464    | 403,316 |
| Igv                   | 2904   | 3630    | 4356   | 4356   | 5082   | 3630   | 6534   | 5808   | 6534      | 9438    | 10164     | 10164     | 72597   |
| Ingresos              | 19,037 | 23,796  | 28,555 | 28,555 | 33,314 | 23,796 | 42,832 | 38,073 | 42,832    | 61,869  | 66,628    | 66,628    | 475,913 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 89.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2022*

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 4,414  | 5,885   | 5,150  | 4,414  | 4,414  | 3,678  | 6,621  | 5,885  | 7,357     | 7,357   | 8,092     | 10,300    | 73,568  |
| cama mediana          | 13,680 | 18,240  | 15,960 | 13,680 | 13,680 | 11,400 | 20,520 | 18,240 | 22,800    | 22,800  | 25,080    | 31,920    | 227,997 |
| cama grande           | 8,836  | 11,781  | 10,308 | 8,836  | 8,836  | 7,363  | 13,253 | 11,781 | 14,726    | 14,726  | 16,199    | 20,616    | 147,260 |
| Valor venta           | 26,929 | 35,906  | 31,418 | 26,929 | 26,929 | 22,441 | 40,394 | 35,906 | 44,882    | 44,882  | 49,371    | 62,835    | 448,825 |
| Total valor de ventas | 26,929 | 35,906  | 31,418 | 26,929 | 26,929 | 22,441 | 40,394 | 35,906 | 44,882    | 44,882  | 49,371    | 62,835    | 448,825 |
| Igv                   | 4847   | 6463    | 5655   | 4847   | 4847   | 4039   | 7271   | 6463   | 8079      | 8079    | 8887      | 11310     | 80788   |
| Ingresos              | 31,777 | 42,369  | 37,073 | 31,777 | 31,777 | 26,481 | 47,665 | 42,369 | 52,961    | 52,961  | 58,257    | 74,146    | 529,613 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 90.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2023

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 4,912  | 6,550   | 5,731  | 4,912  | 4,912  | 4,094  | 7,368  | 6,550  | 8,187     | 8,187   | 9,006     | 11,462    | 81,871  |
| cama mediana          | 15,223 | 20,298  | 17,761 | 15,223 | 15,223 | 12,686 | 22,835 | 20,298 | 25,372    | 25,372  | 27,910    | 35,521    | 253,724 |
| cama grande           | 9,833  | 13,110  | 11,471 | 9,833  | 9,833  | 8,194  | 14,749 | 13,110 | 16,388    | 16,388  | 18,026    | 22,943    | 163,877 |
| Valor venta           | 29,968 | 39,958  | 34,963 | 29,968 | 29,968 | 24,974 | 44,952 | 39,958 | 49,947    | 49,947  | 54,942    | 69,926    | 499,471 |
| Total valor de ventas | 29,968 | 39,958  | 34,963 | 29,968 | 29,968 | 24,974 | 44,952 | 39,958 | 49,947    | 49,947  | 54,942    | 69,926    | 499,471 |
| Igv                   | 5394   | 7192    | 6293   | 5394   | 5394   | 4495   | 8091   | 7192   | 8990      | 8990    | 9890      | 12587     | 89905   |
| Ingresos              | 35,363 | 47,150  | 41,256 | 35,363 | 35,363 | 29,469 | 53,044 | 47,150 | 58,938    | 58,938  | 64,831    | 82,513    | 589,376 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 91.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2024

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 5,467  | 7,289   | 6,378  | 5,467  | 5,467  | 4,556  | 8,201  | 7,289  | 9,112     | 9,112   | 10,023    | 12,756    | 91,117  |
| cama mediana          | 16,941 | 22,589  | 19,765 | 16,941 | 16,941 | 14,118 | 25,412 | 22,589 | 28,236    | 28,236  | 31,059    | 39,530    | 282,358 |
| cama grande           | 10,942 | 14,590  | 12,766 | 10,942 | 10,942 | 9,119  | 16,413 | 14,590 | 18,237    | 18,237  | 20,061    | 25,532    | 182,371 |
| Valor venta           | 33,351 | 44,468  | 38,909 | 33,351 | 33,351 | 27,792 | 50,026 | 44,468 | 55,585    | 55,585  | 61,143    | 77,818    | 555,845 |
| Total valor de ventas | 33,351 | 44,468  | 38,909 | 33,351 | 33,351 | 27,792 | 50,026 | 44,468 | 55,585    | 55,585  | 61,143    | 77,818    | 555,845 |
| Igv                   | 6003   | 8004    | 7004   | 6003   | 6003   | 5003   | 9005   | 8004   | 10005     | 10005   | 11006     | 14007     | 100052  |
| Ingresos              | 39,354 | 52,472  | 45,913 | 39,354 | 39,354 | 32,795 | 59,031 | 52,472 | 65,590    | 65,590  | 72,149    | 91,826    | 655,898 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 92.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Petshops, año 2025

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 6,084  | 8,112   | 7,098  | 6,084  | 6,084  | 5,070  | 9,125  | 8,112  | 10,139    | 10,139  | 11,153    | 14,195    | 101,394 |
| cama mediana          | 18,853 | 25,138  | 21,995 | 18,853 | 18,853 | 15,711 | 28,280 | 25,138 | 31,422    | 31,422  | 34,564    | 43,991    | 314,219 |
| cama grande           | 12,177 | 16,236  | 14,206 | 12,177 | 12,177 | 10,147 | 18,265 | 16,236 | 20,295    | 20,295  | 22,324    | 28,413    | 202,950 |
| Valor venta           | 37,114 | 49,485  | 43,299 | 37,114 | 37,114 | 30,928 | 55,671 | 49,485 | 61,856    | 61,856  | 68,042    | 86,599    | 618,563 |
| Total valor de ventas | 37,114 | 49,485  | 43,299 | 37,114 | 37,114 | 30,928 | 55,671 | 49,485 | 61,856    | 61,856  | 68,042    | 86,599    | 618,563 |
| Igv                   | 6680   | 8907    | 7794   | 6680   | 6680   | 5567   | 10021  | 8907   | 11134     | 11134   | 12248     | 15588     | 111341  |
| Ingresos              | 43,794 | 58,392  | 51,093 | 43,794 | 43,794 | 36,495 | 65,691 | 58,392 | 72,990    | 72,990  | 80,289    | 102,187   | 729,905 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 93.

Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución Petshops

|                       | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| cama pequeña          | 66,112  | 73,568  | 81,871  | 91,117  | 101,394 |
| cama mediana          | 204,877 | 227,997 | 253,724 | 282,358 | 314,219 |
| cama grande           | 132,327 | 147,260 | 163,877 | 182,371 | 202,950 |
| Valor venta           | 403,316 | 448,825 | 499,471 | 555,845 | 618,563 |
| Total valor de ventas | 403,316 | 448,825 | 499,471 | 555,845 | 618,563 |
| Igv                   | 72597   | 80788   | 89905   | 100052  | 111341  |
| Ingresos              | 475,913 | 529,613 | 589,376 | 655,898 | 729,905 |

Nota: Elaboración propia



- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 66,112 soles, cama mediana es 204,877 soles y cama grande es 132,327 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 403,316 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 73,568 soles, cama mediana es 227,997 soles y cama grande es 147,260, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 448,825 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 81,871, cama mediana es 253,724 soles y cama grande es 163,877 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 499,471 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 91,117, cama mediana es 282,358 soles y cama grande es 182,371 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 555,845 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 101,394 soles, cama mediana es 314,219 soles y cama grande es 202,950 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 618,563 soles.

**Mercado Tradicional:**

Tabla 94.

*Precio de venta según tamaño para Mercado tradicional*

|                            | cama<br>pequeña | Cama<br>mediana | Cama<br>grande |
|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Precio de venta al público | S/80.00         | S/100.00        | S/140.00       |
| Valor de venta             | S/67.80         | S/84.75         | S/118.64       |
| margen del canal           | 25.00%          | 25.00%          | 25.00%         |
| Valor venta neto           | S/50.85         | S/63.56         | S/88.98        |

*Nota:* Elaboración propia



En la siguiente tabla mostraremos los programas de ventas valorizadas desde el año 2021 al 2025 del canal de distribución de Mercado tradicional.

Tabla 95.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2021*

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 1,792  | 2,239   | 2,687  | 2,687  | 3,135  | 2,239  | 4,031  | 3,583  | 4,031     | 5,822   | 6,270     | 6,270     | 44,788  |
| cama mediana          | 5,552  | 6,940   | 8,328  | 8,328  | 9,716  | 6,940  | 12,491 | 11,103 | 12,491    | 18,043  | 19,431    | 19,431    | 138,793 |
| cama grande           | 3,586  | 4,482   | 5,379  | 5,379  | 6,275  | 4,482  | 8,068  | 7,172  | 8,068     | 11,654  | 12,550    | 12,550    | 89,645  |
| Valor venta           | 10,929 | 13,661  | 16,394 | 16,394 | 19,126 | 13,661 | 24,590 | 21,858 | 24,590    | 35,519  | 38,252    | 38,252    | 273,225 |
| Total valor de ventas | 10,929 | 13,661  | 16,394 | 16,394 | 19,126 | 13,661 | 24,590 | 21,858 | 24,590    | 35,519  | 38,252    | 38,252    | 273,225 |
| Igv                   | 1967   | 2459    | 2951   | 2951   | 3443   | 2459   | 4426   | 3934   | 4426      | 6393    | 6885      | 6885      | 49181   |
| Ingresos              | 12,896 | 16,120  | 19,344 | 19,344 | 22,568 | 16,120 | 29,017 | 25,792 | 29,017    | 41,913  | 45,137    | 45,137    | 322,406 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 96.

*Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2022*

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 2,990  | 3,987   | 3,489  | 2,990  | 2,990  | 2,492  | 4,485  | 3,987  | 4,984     | 4,984   | 5,482     | 6,977     | 49,838  |
| cama mediana          | 9,267  | 12,356  | 10,812 | 9,267  | 9,267  | 7,723  | 13,901 | 12,356 | 15,446    | 15,446  | 16,990    | 21,624    | 154,456 |
| cama grande           | 5,986  | 7,981   | 6,983  | 5,986  | 5,986  | 4,988  | 8,978  | 7,981  | 9,976     | 9,976   | 10,974    | 13,967    | 99,761  |
| Valor venta           | 18,243 | 24,324  | 21,284 | 18,243 | 18,243 | 15,203 | 27,365 | 24,324 | 30,406    | 30,406  | 33,446    | 42,568    | 304,055 |
| Total valor de ventas | 18,243 | 24,324  | 21,284 | 18,243 | 18,243 | 15,203 | 27,365 | 24,324 | 30,406    | 30,406  | 33,446    | 42,568    | 304,055 |
| Igv                   | 3284   | 4378    | 3831   | 3284   | 3284   | 2736   | 4926   | 4378   | 5473      | 5473    | 6020      | 7662      | 54730   |
| Ingresos              | 21,527 | 28,703  | 25,115 | 21,527 | 21,527 | 17,939 | 32,291 | 28,703 | 35,879    | 35,879  | 39,466    | 50,230    | 358,785 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 97.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2023.

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 3,328  | 4,437   | 3,882  | 3,328  | 3,328  | 2,773  | 4,992  | 4,437  | 5,546     | 5,546   | 6,101     | 7,765     | 55,463  |
| cama mediana          | 10,313 | 13,751  | 12,032 | 10,313 | 10,313 | 8,594  | 15,470 | 13,751 | 17,188    | 17,188  | 18,907    | 24,064    | 171,885 |
| cama grande           | 6,661  | 8,881   | 7,771  | 6,661  | 6,661  | 5,551  | 9,992  | 8,881  | 11,102    | 11,102  | 12,212    | 15,542    | 111,018 |
| Valor venta           | 13,641 | 18,188  | 15,914 | 13,641 | 13,641 | 11,367 | 20,461 | 18,188 | 22,735    | 22,735  | 25,008    | 31,829    | 338,366 |
| Total valor de ventas | 13,641 | 18,188  | 15,914 | 13,641 | 13,641 | 11,367 | 20,461 | 18,188 | 22,735    | 22,735  | 25,008    | 31,829    | 338,366 |
| Igv                   | 2455   | 3274    | 2865   | 2455   | 2455   | 2046   | 3683   | 3274   | 4092      | 4092    | 4501      | 5729      | 60906   |
| Ingresos              | 16,096 | 21,462  | 18,779 | 16,096 | 16,096 | 13,414 | 24,144 | 21,462 | 26,827    | 26,827  | 29,510    | 37,558    | 399,271 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 98.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2024.

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 3,704  | 4,938   | 4,321  | 3,704  | 3,704  | 3,086  | 5,555  | 4,938  | 6,173     | 6,173   | 6,790     | 8,642     | 61,727  |
| cama mediana          | 11,477 | 15,303  | 13,390 | 11,477 | 11,477 | 9,564  | 17,215 | 15,303 | 19,128    | 19,128  | 21,041    | 26,780    | 191,282 |
| cama grande           | 7,413  | 9,884   | 8,648  | 7,413  | 7,413  | 6,177  | 11,119 | 9,884  | 12,355    | 12,355  | 13,590    | 17,297    | 123,547 |
| Valor venta           | 22,593 | 30,124  | 26,359 | 22,593 | 22,593 | 18,828 | 33,890 | 30,124 | 37,656    | 37,656  | 41,421    | 52,718    | 376,556 |
| Total valor de ventas | 22,593 | 30,124  | 26,359 | 22,593 | 22,593 | 18,828 | 33,890 | 30,124 | 37,656    | 37,656  | 41,421    | 52,718    | 376,556 |
| Igv                   | 4067   | 5422    | 4745   | 4067   | 4067   | 3389   | 6100   | 5422   | 6778      | 6778    | 7456      | 9489      | 67780   |
| Ingresos              | 26,660 | 35,547  | 31,104 | 26,660 | 26,660 | 22,217 | 39,990 | 35,547 | 44,434    | 44,434  | 48,877    | 62,207    | 444,336 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 99.

Programa de ventas en unidades para el canal de distribución Mercado Tradicional, año 2025.

|                       | Enero  | Febrero | Marzo  | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total   |
|-----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| cama pequeña          | 4,121  | 5,495   | 4,808  | 4,121  | 4,121  | 3,434  | 6,182  | 5,495  | 6,869     | 6,869   | 7,556     | 9,616     | 68,689  |
| cama mediana          | 12,772 | 17,029  | 14,901 | 12,772 | 12,772 | 10,643 | 19,158 | 17,029 | 21,287    | 21,287  | 23,415    | 29,801    | 212,867 |
| cama grande           | 8,249  | 10,999  | 9,624  | 8,249  | 8,249  | 6,874  | 12,374 | 10,999 | 13,749    | 13,749  | 15,124    | 19,248    | 137,488 |
| Valor venta           | 25,143 | 33,524  | 29,333 | 25,143 | 25,143 | 20,952 | 37,714 | 33,524 | 41,904    | 41,904  | 46,095    | 58,666    | 419,044 |
| Total valor de ventas | 25,143 | 33,524  | 29,333 | 25,143 | 25,143 | 20,952 | 37,714 | 33,524 | 41,904    | 41,904  | 46,095    | 58,666    | 419,044 |
| Igv                   | 4526   | 6034    | 5280   | 4526   | 4526   | 3771   | 6789   | 6034   | 7543      | 7543    | 8297      | 10560     | 75428   |
| Ingresos              | 29,668 | 39,558  | 34,613 | 29,668 | 29,668 | 24,724 | 44,502 | 39,558 | 49,447    | 49,447  | 54,392    | 69,226    | 494,472 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 100.

Resumen anual del año 2021 al 2025 del programa de ventas valorizadas para el Canal de distribución de Mercado Tradicional.

|                       | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| cama pequeña          | 44,788  | 49,838  | 55,463  | 61,727  | 68,689  |
| cama mediana          | 138,793 | 154,456 | 171,885 | 191,282 | 212,867 |
| cama grande           | 89,645  | 99,761  | 111,018 | 123,547 | 137,488 |
| Valor venta           | 273,225 | 304,055 | 338,366 | 376,556 | 419,044 |
| Total valor de ventas | 273,225 | 304,055 | 338,366 | 376,556 | 419,044 |
| Igv                   | 49181   | 54730   | 60906   | 67780   | 75428   |
| Ingresos              | 322,406 | 358,785 | 399,271 | 444,336 | 494,472 |

Nota: Elaboración propia

- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 44,788 soles, cama mediana es 138,793 soles y cama grande es 89,645 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2021 aproximadamente 273,225 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 49,838 soles, cama mediana es 154,456 soles y cama grande es 99,761, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2022 aproximadamente 304,055 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 55,463 soles, cama mediana es 171,885 soles y cama grande es 111,018 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2023 aproximadamente 338,366 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 61,727 soles, cama mediana es 191,282 soles y cama grande es 123,547 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2024 aproximadamente 376,556 soles.
- El programa de ventas valorizadas para la cama pequeña es 68,689 soles, cama mediana es 212,867 soles y cama grande es 137,488 soles, los resultados ascienden a un total estimado para el año 2025 aproximadamente 419,044 soles.

### **4.3. Mezcla de marketing**

#### **4.3.1. Producto.**

Cama ecológica para mascotas fabricada con piezas recicladas. Teniendo como principal pieza un neumático brindado por la "Empresas de transportes" el cual será reutilizado para el proyecto, acompañado de una pieza circular de madera "Triplay" que irá ensamblada como base para la cama, con una cubierta de napa y tela Felpa polar 3D antialérgico para brindar el confort a la mascota.



Figura 54. Telas felpa polar 3D antialérgico. Adaptado de “Mi cama suena perros”, por Camas para perros, 2020.

### A) Modelo: Tipo Nido

Sera una cama redonda con forma de un nido, la cual contará con tres tamaños y diseños de telas variadas para las mascotas (gatos y perros) y con la diferenciación de hembras y machos.

- cama pequeña (55\*40 cm)
- cama mediana (65\*50 cm)
- cama grande (75\*60 cm)

La imagen mostrada a continuación es el modelo tipo nido.

### Modelo antiguo:

El modelo antiguo estaba expuesto la llanta lo cual no era muy llamativo para los jefes de hogar.



Figura 55. Camas ecológicas. Adaptado de “Compra, vende e intercambia”, por Blog Pollito Ingles, 2020.

### **Modelo Nuevo:**

En el nuevo modelo forraremos todo la llanta y logramos que se vea más atractivos para los jefes de hogar, para una mejor comodidad de la mascota.



*Figura 56. Zooarts Camas para mascotas. Adaptado de “Camas para mascotas”, por Amazon, 2020.*

### **B) Modelo: Tipo Sillón**

Es una cama redonda con forma de un sillón, la cual contará con tres tamaños y diseños de telas variadas para las mascotas (gatos y perros) y con la diferenciación de hembras y machos.

- cama pequeña (55\*40 cm)
- cama mediana (65\*50 cm)
- cama grande (75\*60 cm)

La imagen mostrada es el modelo de la cama tipo sillón.

### **Modelo antiguo:**

El modelo antiguo estaba expuesto la llanta lo cual no era muy llamativo para los jefes de hogar.



*Figura 57. Cama para mascota. Adaptado de “Tipos de camas para mascotas”, por Revista Wapa, 2020.*

### **Modelo nuevo:**

En el nuevo modelo forraremos todo la llanta y logramos que se vuelva más atractivos para los jefes de hogar, para una mejor comodidad de la mascota.



*Figura 58. Cama para perros. Adaptado de “Camas suaves para mascotas”, por Ebay, 2020.*

### **C) Logo:**

Según las sugerencias que recibimos, el primer diseño del logo era muy básico así que se tomó la decisión de modificar nuestro logo par que sea llamativa para nuestro cliente así como el significado KAWIPET que quiere decir kiwi derivado del quechua que significa “cama” y pet derivado del inglés “mascota”. Para el nombre del producto se ha utilizado una tipografía dinámica. Asimismo, el slogan es mucho más serio ya que representa seguridad a nuestro producto y lo que queremos brindar como empresa. Por el otro lado, el isotopo utilizado es un perro y un gato ya que nuestro producto es para la comodidad de ellos.

### Logo antiguo:



Figura 59. Logo y slogan antiguo- kawipet. Elaboración propia

### Logo nuevo:



Figura 60. Logo y slogan actual- kawipet. Elaboración propia

#### 4.3.2. Precio.

En base a nuestras encuestas realizadas en Lima Metropolitana en las zonas 5,6 y 7 del nivel socioeconómico A, B y C, nuestros consumidores finales son los jefes de familias, quienes tienen mascotas en casa y estarían dispuestos adquirir nuestras camas ecológicas.

Dentro de nuestra venta comercial se clasifican en 3 modelos de camas (grandes, medianas y pequeñas) además la distribución de las mismas sería en los 3 grupos: Veterinarias, Petshops y Mercado tradicional.

#### Precio sugerido al público directo:

Según la información obtenida en las encuestas, nuestro público estaría dispuesto a pagar el rango de precios dependiendo del tamaño de las camas (pequeñas, medianas y grandes).



Por lo tanto los precios sugeridos serían los siguientes:

- ✓ Cama pequeña: S/.80.00
- ✓ Cama mediana: S/.100.00
- ✓ Cama grande: S/.140.00

Todos los precios están incluidos I.G.V

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada presentación?

Tabla 101.

*Rango de precios a pagar Camas pequeñas*

| Alternativa      | Personas entrevistadas |
|------------------|------------------------|
| Menos de 70soles | 9                      |
| De 70 a 80 soles | 10                     |
| De 80 a 90 soles | 8                      |
| De90 a 100 soles | 6                      |
| De 100 a mas     | 5                      |
| Total            | 38                     |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 102.

*Rango de precios a pagar Camas medianas*

| Alternativa        | Personas entrevistadas |
|--------------------|------------------------|
| Menos de 90 soles  | 28                     |
| De 90 a 100 soles  | 27                     |
| De 100 a 110 soles | 25                     |
| De 110 a 120 soles | 13                     |
| De 120 a mas       | 8                      |
| Total              | 101                    |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 103.

*Rango de precios a pagar Camas grande*

| Alternativa        | Personas entrevistadas |
|--------------------|------------------------|
| Menos de 130 soles | 29                     |
| De 130 a 140 soles | 30                     |
| De 140 a 150 soles | 26                     |
| De 150 a 160 soles | 16                     |
| De 160 a mas       | 10                     |
| Total              | 110                    |

*Nota:* Elaboración propio

**Precio sugerido a Clínicas Veterinarias y Petshops:**

Tomando en cuenta la percepción de ganancia que tienen las clínicas veterinarias y petshops es entre un 30% y 35% (comisión) por lo cual estamos sugiriendo el precio de venta al público sería la siguiente camas pequeñas S/80.00, camas medianas S/.100.00 y camas pequeñas S/.140.00 todas incluidas I.G.V.

Precio sugerido al mercado tradicional:

Tabla 104.

*Precio sugerido para Veterinarias.*

|                            | cama<br>pequeña | Cama<br>mediana | Cama<br>grande |
|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Precio de venta al público | S/80            | S/100           | S/140          |
| Valor de venta             | S/68            | S/85            | S/119          |
| comision                   | 30%             | 30%             | 30%            |
| Valor venta neto           | S/47            | S/59            | S/83           |

*Nota:* Elaboración propia

Para las veterinarias por lo general se realizan compras por volumen, manteniendo un margen de ganancia aproximadamente del 30%. En el caso de este mercado estamos proponiendo los siguientes precios camas pequeñas S/.80.00, camas medianas S/.100.00 y cama grande S/.140.

Tabla 105.

*Precio sugerido para Petshops.*

|                            | cama<br>pequeña | Cama<br>mediana | Cama<br>grande |
|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Precio de venta al público | S/80            | S/100           | S/140          |
| Valor de venta             | S/68            | S/85            | S/119          |
| Margen del canal 35%       | 35%             | 35%             | 35%            |
| Valor venta neto           | S/44            | S/55            | S/77           |

*Nota:* Elaboración propia

Para las veterinarias por lo general se realizan compras por volumen, manteniendo un margen de ganancia aproximadamente del 35%. En el caso de este mercado estamos proponiendo los siguientes precios camas pequeñas S/.80.00, camas medianas S/.100.00 y cama grande S/.140.

Tabla 106.

*Precio sugerido a Mercado Tradicional*

|                            | cama<br>pequeña | Cama<br>mediana | Cama<br>grande |
|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Precio de venta al público | S/80            | S/100           | S/140          |
| Valor de venta             | S/68            | S/85            | S/119          |
| comision                   | 30%             | 30%             | 30%            |
| Valor venta neto           | S/47            | S/59            | S/83           |

*Nota:* Elaboración propia

Para el mercado tradicional por lo general se realizan compras por volumen, manteniendo un margen de ganancia aproximadamente del 25%. En el caso de este mercado estamos proponiendo los siguientes precios camas pequeñas S/.80.00, camas medianas S/.100.00 y cama grande S/.140.

- Políticas de precios.
- Respetar los precios fijados con los clientes.
- Asegurar margen de ganancia por cada unidad producida.
- Un mejor control de precio, en base a la economía del país.

Los productos sustitutos tienen variedad de precios, según sus diseños y tamaños por ejemplo los siguientes:

- ✓ Smartpet: Cama Meow para gato tipo bolsa, elaborada a base de esponjas - talla única- Precios desde S/.192.00 hasta S/.250.00 aprox
- ✓ Accecan: Cama para perro tipo nido, elaborado a base de cartón, telas y esponjas – Precios desde S/.50.00 hasta S/. 180.00 aprox
- ✓ Basa: Cama para perro tipo batea, elaborada a base de plástico- Precio desde S/. 85.00 hasta S/. 140.00.
- ✓ Cool Pets: Cama para perro y gato tipo batea, elaborada a base de plástico y tipo sillón elaborada de madera y aluminio - Precio desde S/. 78.00 hasta S/.150.00 aprox

Los precios de los productos sustitutos fueron extraídos de las páginas web de mercado libre.

#### **4.3.3. Plaza.**

Nuestra venta comercial se clasifica en 3 grupos: Veterinarias, Petshops y mercado tradicional de Lima Metropolitana de la zona 5, 6 y 7 que pertenecen al NSE A, B y C.

Canal de Distribución:

De acuerdo a los estudios la estrategia de distribución es Indirecto corto, de la empresa KAWIPET por medio de intermediarios es decir el canal de distribución será a, veterinarias, petshop y mercado tradicional en estos puntos serán puestos a la venta para el consumidor final.



*Figura 61. Canal de distribución. Elaboración propia*

El principal medio de comunicación por el cual daremos a conocer nuestros productos será a través de las redes sociales como: Facebook, Instagram, Google; con la cual nuestros clientes tendrán acceso a toda la información acerca de nuestro producto.

Nuestras ventas se realizaran a través de veterinarias, Petshops y Mercado tradicional las cuales se encargaran de ofrecer nuestros productos a base de los precios establecidos y/o pactados.

- Flujo de pedido
- Pedidos con anticipación de 48 horas.
- Pedidos con orden de compra
- Horario de entrega de mercadería de lunes a viernes desde las 09:00 hasta las 17:00.

La distribución de canales se realiza tomando en cuenta la pregunta 21 de la encuesta sección 3 ¿En qué lugar le gustaría encontrar este producto?

Se obtuvo como resultado: supermercados con 22.9%, veterinarias con 33.30%, bodegas con 1.9%, Petshop con 26.40%, Mercado Tradicional con 15.50%. Hemos procedido a trabajar con veterinarias, Petshop y Mercado tradicional ya que cuentan con altos porcentajes para la distribución; sin embargo, no estamos considerando Supermercados, ya que, Según

Perú Paymes señala “que los supermercados están pagando entre 60 a 120 días” (2019). Kawipet, necesita una rotación de caja máximo en 30 días por ende por ahora hemos dejado en espera la opción de vender en cadenas de supermercados.

#### **4.3.4. Promoción.**

Kawipet SAC propone como canal principal el uso de medios digitales (página web y redes sociales), debido a que son de gran practicidad y disponibilidad en nuestros clientes potenciales. Además, son el medio directo para el contacto con nuestra empresa, con lo que se puede personalizar la atención de nuestro producto, atender consultas, presentar propuesta de valor y beneficios, a fin de asegurar la compra; y posterior a ella, realizar encuestas en torno a la satisfacción de nuestras camas Kawipet, y así obtener el feedback para la mejora continua de nuestra empresa, considerando también la fidelización de nuestros clientes.

La estrategia digital que se utilizará será a través de las redes sociales teniendo como referencia los resultados de las encuestas realizadas, para ello tomamos la pregunta 23, sección 3 ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestro producto?

Teniendo como resultado: redes sociales con 70%, periódicos o revistas con 1%, afiches o paneles con 1.9%, página web con 27.10%

Tabla 107.

*Medios de comunicación de preferencia según encuestados*

| Medios de comunicación                  | # de encuestados |
|-----------------------------------------|------------------|
| Redes sociales                          | 130              |
| Periódicos o revistas (puntos de venta) | 2                |
| Afiches o paneles (vía publica)         | 4                |
| página web                              | 50               |
| Total                                   | 185              |

*Nota:* Elaboración Propia

Según resultados obtenidos, se puede visualizar que en su mayoría nuestro público opto por las redes sociales que nos ayudarán a dar a conocer nuestro producto.

Además, nos estará favoreciendo el uso del internet por los usuarios, así que como parte de la publicidad estamos aplicando el uso de Facebook Ads, Instagram Ads y Google Ads, estas herramientas servirán para promocionar en varias plataformas nuestros productos y tener mayor alcance con nuestro público objetivo.



Figura 62. Facebook de KAWIPET. Elaboración propia

#### **4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.**

##### **Objetivos:**

Informar y difundir nuestro producto e impulsar la compra en las zonas 5,6 y 7 de Lima Metropolitana.

Presentar nuestro lanzamiento de nuestra marca de camas para mascotas hechas de neumáticos reciclados.

Afianzar al consumidor final sobre el cuidado del medio ambiente.

##### **Estrategia de Lanzamiento:**

La estrategia de nuestro proyecto está dirigida en captar el mercado objetivo, en personas que reúnan los requisitos siguientes:

- Que vivan en los distritos de Chaclacayo, Ate, Santa Anita, San Luis, El Agustino, Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, donde exista Veterinarias con venta de accesorios para mascotas, mercados y ventas online
- Niveles de NSE A,B y C
- Familias que tengas mascotas en casa
- Que demuestren interés en el cuidado del medio ambiente (no excluyente).

Para ello se realizará un plan de marketing tales como:

- Realizar un evento de lanzamiento
- Publicidad en medios, como revistas, periódicos
- Promocionar de ventas, ferias, eventos, concursos caninos, alojamientos de mascotas, centros comerciales, visita de parques, tiendas tradicionales de venta de accesorios de mascotas, campañas.

Se pretende tener la atención continua, para obtener un nivel creciente del negocio con ello conseguir que sea reconocido por el público.

#### **Publicidad Web:**

Crear página web detallamos lo siguiente:

- Quienes somos, visión, misión, objetivos
- Beneficios de la compra
- Información sobre el proceso
- Información sobre la materia prima, materiales.
- Presentación del producto, tamaños, modelos, precios
- Artículos relacionados con el producto
- Promociones de compra



- Enlace e hipervínculos así los interesados puedan contactarnos por alguna información sobre el producto, dejan sus datos para ser contactados posteriormente
- Uso de redes sociales Facebook, twitter, y similares para afianzar la difusión del producto.

#### **Auspicios:**

- Participara en ferias y eventos de mascotas como desfiles, vacunación, charlas para el cuidado de la mascota, venta de accesorios para mascotas.
- Contar con influencers que atraiga a nuestro público objetivo en las redes sociales y en las ferias.
- Realizar sorteos de camas para sus mascotas en las ferias y eventos, el sorteo es de 1 cama gratis de cada tamaño (pequeña, mediana y grande), para el ganador del concurso.
- Realizar regalo de polos con nuestro logo para motiva a nuestro público objetivo.



*Figura 63. Polo con logo KAWIPET. Elaboración propia*

#### **Duración:**

La campaña de lanzamiento de nuestro producto tendrá un periodo de duración de tres meses: octubre, noviembre y diciembre del 2020, los meses seleccionados son aprovechando la campaña navideña.

Tabla 108.

*Gasto por campaña de Lanzamiento en año “0”*

|                                           | Octubre  | Noviembre | Diciembre | Total     |
|-------------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| WEB                                       | 900.00   | 900.00    | 900.00    | 2,700.00  |
| Hosting & Plantillas de Diseño Web        | 400.00   | 400.00    | 400.00    | 1,200.00  |
| Correo corporativo                        | 200.00   | 200.00    | 200.00    | 600.00    |
| Google Ads - Banners                      | 300.00   | 300.00    | 300.00    | 900.00    |
| REDES SOCIALES                            | 900.00   | 900.00    | 900.00    | 2,700.00  |
| CM                                        | 500.00   | 500.00    | 500.00    | 1,500.00  |
| Instagram Ads                             | 200.00   | 200.00    | 200.00    | 600.00    |
| Facebook Ads                              | 200.00   | 200.00    | 200.00    | 600.00    |
| AUSPICIOS                                 | 5,572.00 | 5,572.00  | 6,272.00  | 19,616.00 |
| Ferias - Activaciones y materiales        | 4,000.00 | 4,000.00  | 4,000.00  | 12,000.00 |
| Generadores de contenido -<br>Influencers | 900.00   | 900.00    | 1,600.00  | 3,400.00  |
| Sorteos camas por cada tamaño             | 672.00   | 672.00    | 672.00    | 2,016.00  |
| Regalo de polos con logo                  | 700.00   | 700.00    | 800.00    | 2,200.00  |
| TOTAL SOLES (AÑO 0)                       | 7,372.00 | 7,372.00  | 8,072.00  | 25,016.00 |

*Nota:* Elaboración Propia

Para los 3 meses de campaña de lanzamiento se obtiene un gasto total en: página web de S/.2, 700.00 redes social 2,700.00 Auspicios S/. 19,616.00, dichos importes asciende a un total de S/.25, 016.00 para el año “0”.

**4.3.4.2. Promoción para todos los años**

**Objetivo:**

Buscar posicionamiento de nuestro producto con nuestro cliente

- Realizar promociones de descuento por cada compra.
- Brindar facilidades de pago.
- Publicidad digital y escrita.

Campañas informativas: Participaremos en campañas que realicen los municipios, concursos caninos.

### **Redes sociales:**

Se difundirá información sobre el producto, promociones y beneficios, a su vez se contará con atención personalizada para las consultas de nuestros clientes.

Tabla 109.

#### *Plan de promoción*

| Segmento objetivo                                             | Objetivo                                                                                                                              | Instrumento                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jefes de familias de las zonas 5,6 y 7 de Lima Metropolitana. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer nuestra marca.</li> <li>• Aumentar el interés por nuestro producto.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer relaciones públicas en nuestros canales de distribución.</li> <li>• Ofertas.</li> <li>• Publicidad en las redes sociales y pagina web.</li> </ul> |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 110.

#### *Gasto por campaña de Lanzamiento Anual del 2021 al 2025*

|                                    | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| WEB                                | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 |
| Hosting & Plantillas de Diseño Web | 1,440 | 1,440 | 1,440 | 1,440 | 1,440 |
| Correo corporativo                 | 360   | 360   | 360   | 360   | 360   |
| Google Ads - Banners               | 1,700 | 1,700 | 1,700 | 1,700 | 1,700 |
| REDES SOCIALES                     | 7,810 | 7,810 | 7,540 | 7,200 | 7,200 |
| CM                                 | 6,000 | 6,000 | 6,000 | 6,000 | 6,000 |
| Instagram Ads                      | 1,230 | 1,230 | 960   | 840   | 840   |
| Facebook Ads                       | 580   | 580   | 580   | 360   | 360   |

|                                        |        |        |        |        |        |
|----------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| AUSPICIOS                              | 18,244 | 16,544 | 13,064 | 11,988 | 11,065 |
| Ferias - Activaciones y materiales     | 12,000 | 11,400 | 10,260 | 9,234  | 8,311  |
| Generadores de contenido - Influencers | 4,100  | 3,600  | 1,800  | 1,950  | 1,750  |
| Sorteos camas por cada tamaño          | 1,344  | 744    | 504    | 504    | 504    |
| Regalo de polos con logo               | 800    | 800    | 500    | 300    | 500    |
| TOTAL SOLES (Del 2021-2025)            | 29,554 | 27,854 | 24,104 | 22,688 | 21,765 |

*Nota:* Elaboración Propia

Los gastos por campaña de lanzamiento anual se obtienen:

- Página web de S/.3, 500, redes social 7,810, Auspicios S/. 18,244, dichos importes asciende a un total de S/.29, 554 para el año 2021, para este año el objetivo es que nuestro producto se conozca en el mercado.
- Página web de S/.3, 500, redes social 7,810, Auspicios S/. 16,544, dichos importes asciende a un total de S/.27, 854 para el año 2022, para este año el objetivo es que nuestro producto siga conociendo en el mercado.
- Página web de S/.3, 500, redes social 7,540, Auspicios S/. 13,064, dichos importes asciende a un total de S/.24, 104, para el año 2023, para este año el objetivo la fidelización de los clientes.
- Página web de S/.3, 500, redes social 7,200, Auspicios S/. 11,988, dichos importes asciende a un total de S/.22, 688, para el año 2024, para este año el objetivo la fidelización de los clientes.
- Página web de S/.3, 500, redes social 7,200, Auspicios S/. 11,065, dichos importes asciende a un total de S/.21, 765, para el año 2025, para este año el objetivo la fidelización de los clientes.

#### **Actividades calendarizadas del 2021 al 2025:**

Las actividades calendarizadas se realizan en base a la estacionalidad y a las estrategias del marketing mix.

Tabla 111.

Actividades calendarizadas del 2021 al 2025

| Conocimiento de marca                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Conocimiento de marca                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Fidelización de clientes                                                                                                                                                                          | Fidelización de clientes                                                                                                                                                                          | Fidelización de clientes                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Enero A Marzo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Enero A Marzo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Enero A Marzo                                                                                                                                                                                     | Enero A Marzo                                                                                                                                                                                     | Enero A Marzo                                                                                                                                                                                     |
| Campaña verano/activaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Campaña verano/activaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Campaña verano/activaciones                                                                                                                                                                       | Campaña verano/activaciones                                                                                                                                                                       | Campaña verano/activaciones                                                                                                                                                                       |
| Ferias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Ferias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Ferias                                                                                                                                                                                            | Ferias                                                                                                                                                                                            | Ferias                                                                                                                                                                                            |
| Feria de mascotas organizado por la municipalidad de Lima de las zonas 5,6 y 7 de Lima Metropolitana, se busca concientizar al público objetivo, se informara de la importancia del reciclaje y el cuidado de las mascotas, se harán exposiciones de las camas de cada tamaño y realizaran pruebas de utilización del producto, finalmente se entregara como regalo 1 cama según el tamaño de la mascota, y su participación | Feria de mascotas organizado por la municipalidad de Lima de las zonas 5,6 y 7 de Lima Metropolitana, se busca concientizar al público objetivo, se informara de la importancia del reciclaje y el cuidado de las mascotas, se harán exposiciones de las camas de cada tamaño y realizaran pruebas de utilización del producto, finalmente se entregara como regalo 1 cama según el tamaño de la mascota, y su participación | Feria de mascotas organizado por la municipalidad de Lima en el campo de marte, se realizara sorteos y entregas de polos con el logo, asimismo se realizaran promociones de tipo paga 1 y lleva 2 | Feria de mascotas organizado por la municipalidad de Lima en el campo de marte, se realizara sorteos y entregas de polos con el logo, asimismo se realizaran promociones de tipo paga 1 y lleva 2 | Feria de mascotas organizado por la municipalidad de Lima en el campo de marte, se realizara sorteos y entregas de polos con el logo, asimismo se realizaran promociones de tipo paga 1 y lleva 2 |
| ABRIL A JUNIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ABRIL A JUNIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ABRIL A JUNIO                                                                                                                                                                                     | ABRIL A JUNIO                                                                                                                                                                                     | ABRIL A JUNIO                                                                                                                                                                                     |
| activaciones en canales de distribución                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | activaciones en canales de distribución                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | activaciones en canales de distribución                                                                                                                                                           | activaciones en canales de distribución                                                                                                                                                           | activaciones en canales de distribución                                                                                                                                                           |
| Se realiza pruebas en los canales de distribución dejando 1 cama por tamaño y modelos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Se realiza pruebas en los canales de distribución dejando 1 cama por tamaño y modelos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Se realiza descuentos por volumen según los pedidos de los canales de distribución                                                                                                                | Se realiza descuentos por volumen según los pedidos de los canales de distribución                                                                                                                | Se realiza descuentos por volumen según los pedidos de los canales de distribución                                                                                                                |
| JULIO A AGOSTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | JULIO A AGOSTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | JULIO A AGOSTO                                                                                                                                                                                    | JULIO A AGOSTO                                                                                                                                                                                    | JULIO A AGOSTO                                                                                                                                                                                    |
| Campaña Fiestas patrias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Campaña Fiestas patrias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Campaña Fiestas patrias                                                                                                                                                                           | Campaña Fiestas patrias                                                                                                                                                                           | Campaña Fiestas patrias                                                                                                                                                                           |
| REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                    | REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                    | REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                    |
| Publicitar anuncios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Publicitar anuncios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Publicitar anuncios.                                                                                                                                                                              | Publicitar anuncios.                                                                                                                                                                              | Publicitar anuncios.                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                 |                                                                                                                      |                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PORTAL WEB                                                                                                                                                                                             | PORTAL WEB                                                                                                                                                                                             | PORTAL WEB                                                                                                      | PORTAL WEB                                                                                                           | PORTAL WEB                                                                                                           |
| Publicación de blogs.                                                                                                                                                                                  | Publicación de blogs.                                                                                                                                                                                  | Publicación de blogs.                                                                                           | Publicación de blogs.                                                                                                | Publicación de blogs.                                                                                                |
| Publicación de diseños del producto para hembra y macho                                                                                                                                                | Publicación de diseños de productos                                                                                                                                                                    | Publicación de diseños de productos                                                                             | Publicación de diseños de productos                                                                                  | Publicación de diseños de productos                                                                                  |
| Promociones                                                                                                                                                                                            | Actualización de información de portal.                                                                                                                                                                | Actualización de información de portal.                                                                         | Actualización de información de portal.                                                                              | Actualización de información de portal.                                                                              |
| SETIEMBRE A OCTUBRE                                                                                                                                                                                    | SETIEMBRE A OCTUBRE                                                                                                                                                                                    | SETIEMBRE A OCTUBRE                                                                                             | SETIEMBRE A OCTUBRE                                                                                                  | SETIEMBRE A OCTUBRE                                                                                                  |
| Día de la mascota                                                                                                                                                                                      | Día de la mascota                                                                                                                                                                                      | Día de la mascota                                                                                               | Día de la mascota                                                                                                    | Día de la mascota                                                                                                    |
| EVENTOS                                                                                                                                                                                                | EVENTOS                                                                                                                                                                                                | EVENTOS                                                                                                         | EVENTOS                                                                                                              | EVENTOS                                                                                                              |
| Celebración por Día de la mascota, en los canales de distribución                                                                                                                                      | Celebración por Día de la mascota, en los canales de distribución                                                                                                                                      | Celebración por Día de la mascota, organizada por la Municipalidad de Lima Metropolitana en la plaza San Martin | Celebración por Día de la mascota, organizada por la Municipalidad de Lima Metropolitana en el circuito de las aguas | Celebración por Día de la mascota, organizada por la Municipalidad de Lima Metropolitana en el circuito de las aguas |
| Concurso de disfraces para elegir a la Reina y Rey de la Primavera organizado por la Municipalidad de Miraflores, los regalos serán 1 cama por cada tamaño y polos con logo a los dueños de la mascota | Concurso de disfraces para elegir a la Reina y Rey de la Primavera organizado por la Municipalidad de Miraflores, los regalos serán 1 cama por cada tamaño y polos con logo a los dueños de la mascota | Concurso de peinados, vestimentas, charlas y programas de vacunación, organizada por la clínicas veterinarias   | Concurso de peinados, vestimentas, charlas y programas de vacunación, organizada por la clínicas veterinarias        | Concurso de peinados, vestimentas, charlas y programas de vacunación, organizada por la clínicas veterinarias        |
| NOVIEMBRE A DICIEMBRE                                                                                                                                                                                  | NOVIEMBRE A DICIEMBRE                                                                                                                                                                                  | NOVIEMBRE A DICIEMBRE                                                                                           | NOVIEMBRE A DICIEMBRE                                                                                                | NOVIEMBRE A DICIEMBRE                                                                                                |
| Campaña navideña                                                                                                                                                                                       | Campaña navideña                                                                                                                                                                                       | Campaña navideña                                                                                                | Campaña navideña                                                                                                     | Campaña navideña                                                                                                     |
| REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                         | REDES SOCIALES                                                                                                                                                                                         | REDES SOCIALES                                                                                                  | REDES SOCIALES                                                                                                       | REDES SOCIALES                                                                                                       |
| Publicitar anuncios de los nuevos diseños navideños                                                                                                                                                    | Publicitar anuncios de los nuevos diseños navideños                                                                                                                                                    | Publicitar anuncios de los nuevos diseños navideños y promoción de lleva 2 y paga 1 para cada tamaño de cama    | Publicitar anuncios de los nuevos diseños navideños y promoción de lleva 2 y paga 1 para cada tamaño de cama         | Publicitar anuncios de los nuevos diseños navideños y promoción de lleva 2 y paga 1 para cada tamaño de cama         |

| PORTAL WEB                                                                                                 | PORTAL WEB                                                                                                 | PORTAL WEB                                                                                                           | PORTAL WEB                                                                                                           | PORTAL WEB                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Publicación de blogs.                                                                                      | Publicación de blogs.                                                                                      | Publicación de blogs.                                                                                                | Publicación de blogs.                                                                                                | Publicación de blogs.                                                                                                |
| Publicación de diseños de productos                                                                        | Publicación de diseños de productos                                                                        | Publicación de diseños de productos                                                                                  | Publicación de diseños de productos                                                                                  | Publicación de diseños de productos                                                                                  |
| EVENTOS NAVIDEÑOS                                                                                          | EVENTOS NAVIDEÑOS                                                                                          | EVENTOS NAVIDEÑOS                                                                                                    | EVENTOS NAVIDEÑOS                                                                                                    | EVENTOS NAVIDEÑOS                                                                                                    |
| Ventas de productos en los canales de distribución, descuentos del 50% por la compra del segundo producto. | Ventas de productos en los canales de distribución, descuentos del 50% por la compra del segundo producto. | Ventas de productos en los canales de distribución, regalo de 1 cama por presentar 1 boleta con una compra anterior. | Ventas de productos en los canales de distribución, regalo de 1 cama por presentar 1 boleta con una compra anterior. | Ventas de productos en los canales de distribución, regalo de 1 cama por presentar 1 boleta con una compra anterior. |
| Nota: Elaboración Propia                                                                                   |                                                                                                            |                                                                                                                      |                                                                                                                      |                                                                                                                      |

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria.

a) Actividades:

En Perú existen diversas tipos de sociedades, se diferencian por sus actividades y cantidades de socios, por lo tanto el tratamiento tributario es distinto. A continuación presentamos un análisis de los tipos de sociedades.

Tabla 112.

Análisis comparativos de sociedades.

| Tipo                                                    | Características                                                                                                 | Ventajas                                                                                                                                                                                                                                                                        | Desventajas                                                                                                                                                                           | Órganos                                             | Capital Social                                                                                   | Duración                    | Base Legal                                                               |  |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--|
| Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L. | Es una persona jurídica con un patrimonio distinto al de su titular, el titular es siempre una persona natural. | Tiene un menor costo de Legislación, brinda una gran libertad de gestión a su propietario, total utilidad para el propietario, presenta un riesgo limitado para el capital de la empresa.                                                                                       | Implica un gran desgaste personal, el propietario asume el riesgo total de la empresa, tiene menor capacidad para conseguir capital que una sociedad                                  | Titular y Gerencia                                  | En dinero, bienes muebles o inmuebles                                                            |                             | Decreto Ley 21621- Ley de Empresa individual de Responsabilidad Limitada |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
| Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.   | De 2 a 20 socios participacioncitas                                                                             | La responsabilidad de los socios está limitada al monto de sus aportaciones, valor relativamente bajo de los bienes básicos mínimos. Los socios participan en la gestión de la sociedad, es menos costosa que otras sociedades, no existe un monto mínimo de capital requerido. | Deposito obligatorio de los aportes en numerativo, Restricciones a la ampliación de capital, el capital es invisible, Negociaciones administrativas más exigentes con las autoridades | Junta General de socios y Gerencia                  | Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25% | Indeterminada               | Decreto Ley: 26887 (Ley General de Sociedades)                           |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
| Sociedad Anónima S.A                                    | De 2 accionistas como mínimo, no existe un máximo                                                               | Los accionistas no tienen responsabilidad por las deudas o daños a terceros.                                                                                                                                                                                                    | Altos impuestos, mayor regulación,                                                                                                                                                    | Junta General de accionistas, Directorio y Gerencia | Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones                                   | Determinado o Indeterminado |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |
|                                                         |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                       |                                                     |                                                                                                  |                             |                                                                          |  |



|                 |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     |                                                                                                |                             |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|                 |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     | tecnológicas                                                                                   |                             |
|                 |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     | intangibles.                                                                                   |                             |
|                 |                                                                                                                                                                                                                       | La gestión empresarial es colectiva y poder de decisión es menos colectiva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Un mal entendimiento de los socios puede traer problemas de                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Junta General de accionistas,                       | Aportes en moneda nacional y/o                                                                 |                             |
| Sociedad        |                                                                                                                                                                                                                       | Los riesgos son compartidos entre los socios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | autoridad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Directorio(                                         | extranjera y en                                                                                | Determinado                 |
| Anónima Cerrada | De 2 a 20 accionistas                                                                                                                                                                                                 | La empresa puede continuar funcionando aún luego del fallecimiento de uno de sus socios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | opcional) y                                         | contribuciones                                                                                 | o                           |
| S.A.C           |                                                                                                                                                                                                                       | Las acciones pueden venderse con facilidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Gerencia                                            | tecnológicas                                                                                   | Indeterminado               |
|                 |                                                                                                                                                                                                                       | Se pueden aportar bienes o derechos valorables económicamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     | intangibles                                                                                    |                             |
|                 | Más de 750 de accionistas, Sus acciones deberán estar inscritas en el Mercado de Valores. Las acciones y su comercialización estarán vigilada por CONASEV. Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. | Al ser una sociedad abierta, los socios pueden vender libremente sus acciones y además, la empresa puede cotizar en bolsa, Permite una gran movilidad del capital, Al estar formalizado te permite tener beneficios en temas financieros (poder tener créditos, leasing, etc.). Permite obtener capital de un gran número de personas sin necesidad de conocer sus características personales. | Las Sociedades Anónimas Abiertas son más rígidas, complejas y estrictas a la hora de gestionar su funcionamiento, lo que impide cierta flexibilidad en su evolución. Cada vez que haya un cambio en la organización, es obligatorio modificar los estatutos. Las decisiones tienen un largo tiempo de aceptación, ya que primero tiene que ser consultado por la junta de accionistas. | Junta General de accionistas, Directorio y Gerencia | Representado por participaciones y o deberá estar pagada cada participación por lo menos en un | Determinado o Indeterminado |
| Sociedad        |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     | 33                                                                                             |                             |
| Anónima Abierta |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     |                                                                                                |                             |
| S.A.A           |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                     |                                                                                                |                             |

Nota: Elaboración propia

El tipo de sociedad que se ha determinado para las camas ecológicas para mascotas es la Sociedad Anónima Cerrada “S.A.C”, la razón social será “KAWITO PET S.A.C.”, según ley general de sociedades (Ley N° 26887), su nombre comercial es “KAWIPET”, el cual presenta las siguientes características:

- Está conformada por 4 socios.
- Los socios poseerán la misma cantidad de acciones, por ende todos participarán en las decisiones que tome la organización.
- Funcionará sin directorio, y el encargado principal será el Gerente General.
- Las acciones no estarán inscritas en registro público de Mercado de Valores.

El capital social está conformado de la siguiente manera:

Tabla 113.

*Aporte de capital por accionista*

| <b>Accionistas</b>                    | <b>Porcentaje (%)</b> | <b>Capital expresado en soles</b> |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Castañeda Chancasanampa, Susan Jhudit | 25%                   | 75,000                            |
| Farfán Codarlupo, Jennyfer Dayana     | 25%                   | 75,000                            |
| Maldonado Dávila, Irene Geraldine     | 25%                   | 75,000                            |
| Nolasco yaya, Gladys Brenda           | 25%                   | 75,000                            |
| Total                                 | 100%                  | 300,000                           |

*Nota:* Elaboración Propia

El patrimonio total de Kawito SAC está formado por S/.260,000 , siendo el capital de cada accionista con 25% de aporte lo que corresponde en soles de S/65,000 c/u.

Los pasos para registrar o constituir una empresa son los siguientes:

- Realizar búsqueda y reserva de nombre en SUNARP
- Realizar la minuta
- Realizar el abono de capital en entidades financieras
- Elevar la minuta a escritura pública
- Inscripción en Registros Públicos

- Inscripción de Ruc para personas jurídicas en SUNAT

## b) Valorización.

Las actividades por realizar asociadas a la legalización de la empresa KAWIPET tienen los siguientes costos:

Tabla 114.

### Valorización de la constitución societaria

| Actividad                                                                                                            | Entidad | Tiempo de duración | Valor de venta | Igv 18% | Precio venta |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------|----------------|---------|--------------|
| Búsqueda de nombre SUNART                                                                                            |         |                    |                |         |              |
| Se realiza en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los registros públicos).                                       |         | 1 día hábil        | S/5.00         | S/0.90  | S/5.90       |
| Reserva del nombre por 30 días en SUNARP.                                                                            | SUNART  | 30 días hábiles    | S/17.80        | S/3.20  | S/21.00      |
| Minuta de constitución y escritura pública.                                                                          | NOTARIA |                    |                |         |              |
| Elaboración de la minuta de constitución Elaboración de escritura pública ante notario y accionistas de la sociedad. |         | 3 días hábiles     | S/305.08       | S/54.92 | S/360.00     |
| Inscripción en SUNARP y entrega de testimonios de la empresa                                                         | SUNART  | 30 días hábiles    | S/76.27        | S/13.73 | S/90.00      |

|                                             |       |             |          |          |          |
|---------------------------------------------|-------|-------------|----------|----------|----------|
| Inscripción como persona jurídica en SUNAT. | SUNAT | 1 día hábil | Gratuito | Gratuito | Gratuito |
| MONTO TOTAL                                 |       |             | S/404.16 | S/72.75  | S/476.90 |

*Nota:* Adaptado de “Constitución de empresas” por Superintendencia Nacional de Registros Públicos, 2020.

### 5.1.2. Registro de marcas y patentes

En Perú, la autoridad competente en el registro de marcas es el Instituto Nacional de Defensa de la competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDICOPI).

INDECOPI, Señala que: Una patente es un título que otorga el Estado a un titular para ejercer el derecho exclusivo de comercializar un invento o invención durante un periodo de vigencia determinado y un territorio específico, y la Marca es un signo empleado para distinguir y diferenciar productos o servicios en el mercado, una marca puede estar constituidas por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, etc. Para el registro de la marca, el trámite dura en promedio cuatro meses y el registro es por 10 años, pasado el periodo se debe tramitar una renovación.

#### a) Actividades:

- Requisitos para realizar el registro de la marca:
- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).
- Indicar los datos de identificación del solicitante.
- Para el caso de personas jurídicas: consignar el número de registro único de contribuyente (RUC), de ser el caso.
- En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú(Incluyendo referencias, de ser el caso)

- Indicar cuál es el signo que pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se debe adjuntar tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores.
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (clasificación de Niza).
- Firmar la solicitud por el solicitante o representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.9% de la UIT por una clase solicitada, esto es S/.583.80 .Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en Indecopi sede Sur, calle La Prosa N° 104 San Borja, o bien el pago a través de una modalidades que se ofrecen.
- Registro de Logo.
- Se procederá a registrar el logo y el eslogan, el cual se muestra en la siguiente figura:



Figura 64. Logo y slogan – Kawipet. Elaboración propia

## b) Valorización:

Tabla 115.

### Valorización de registros de Marca

| Actividades                              | Detalles de la actividad                                                                                                                        | Tiempo de duración         | Valor de venta | Igv 18%  | Precio venta |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|----------|--------------|
| Búsqueda de antecedentes figurativos     | Se realiza el registro de marca y otros signos( Marcas de productos, servicios, colectiva y de certificación, nombre comercial y lema comercial | 3 días                     | S/32.59        | S/5.87   | S/38.46      |
| Solicitud de registro                    | Solicitud a Indecopi registro de marca.                                                                                                         | 90 a 120 días              | S/494.75       | S/89.05  | S/583.80     |
| Publicación en diario oficial El Peruano | Solicitud de publicación en el diario El Peruano. Se realiza por única vez                                                                      | No mayor a 30 días hábiles | S/186.44       | S/33.56  | S/220.00     |
| MONTO TOTAL                              |                                                                                                                                                 |                            | S/713.78       | S/128.48 | S/842.26     |

Nota: Adaptado de “Registro de marca” por Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2020.

### 5.1.3. Licencias y autorizaciones

Para que la empresas puedan desarrollar sus actividades económicas en un determinado local, se necesita de la Licencia de Funcionamiento de la las municipalidades de Lima

Metropolitana. La autorización está amparada por la Ley N° 28976 “Ley Marco de Licencia de funcionamiento”. Nuestro local estará ubicado en el distrito de Ate.

**a) Actividades:**

- Licencia de Funcionamiento para nuestro local:
- La solicitud de la Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada debe incluir: Numero de Ruc y DNI o carnet de extranjería del solicitante, para personas naturales o jurídicas, según corresponda.
- Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad o inspección técnica se seguridad de Defensa Civil de detalle o multidisciplinaria, según corresponda.
- Vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.
- De los requisitos mencionados y según la verificación de la Municipalidad de Ate, se procede al pago de la tasa que hace referencia el artículo 15° de la ley en mención.
- Estamos ubicándonos en la clasificación del grupo 2, que son los establecimientos con un área mayor a cien metros cuadrados (100 m<sup>2</sup>) hasta quinientos metros cuadrados (500 m<sup>2</sup>). La inspección la realiza la municipalidad, asimismo inspección técnica de seguridad defensa civil Básica, pero previa al otorgamiento de licencia de funcionamiento.
- Certificado de sanitaria Seguridad de defensa civil:
- Adjuntar copia de Licencia de Funcionamiento.
- Adjuntar declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad
- Ficha de registro de Sunat vigente.
- Plano de seguridad (Indicaciones de las acciones a tomar en caso de emergencia, organización de evacuación en caso de sismos, incendios, etc)

- Recibo de pago en caja de la municipalidad según el área de inspección.

**b) Valorización:**

Tabla 116.

*Valorización de Licencia y autorizaciones*

| Actividades                                                                           | Entidad              | Tiempo de duración | Valor de venta | Igv 18%  | Precio venta |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------|----------------|----------|--------------|
| Licencia de funcionamiento                                                            | Municipalidad de ate | 15 días hábiles    | S/339.20       | S/61.06  | S/400.26     |
| Inscripción de seguridad en defensa civil                                             | Defensa civil        | 15 días hábiles    | S/76.00        | S/13.68  | S/89.68      |
| tener habilitadas las condiciones de seguridad exigidas y estar aprobadas por indeci. |                      |                    |                |          |              |
| Defensa civil                                                                         | Defensa civil        | 7 días hábiles     | S/224.24       | S/40.36  | S/264.60     |
| costo de la inspección                                                                |                      |                    |                |          |              |
| Monto total                                                                           |                      |                    | S/843.68       | S/151.86 | S/995.54     |

*Nota:* Adaptado de “Licencias y autorizaciones” por Municipalidad de Ate, 2020.

**5.1.4. Legislación laboral.**

- Los regímenes laborales se adecuan de acuerdo al tamaño de la empresa. KAWITO PET SAC, se encontrará dentro de la Ley MYPE, basada en el Régimen laboral especial.
- La Ley MYPE detalla 2 categorías empresariales, establecidas en función a sus niveles de ventas anuales:



- Microempresa: Trabajadores promedio de 1 a 10, las ventas anuales es hasta un máximo de 150 UIT.
- Pequeña Empresa Trabajadores de 1 hasta 100, las ventas anuales es hasta 1700 UIT.
- A continuación se muestra el análisis de los beneficios laborales de cada categoría de la Mype.

Tabla 117.

*Análisis comparativo por tamaño de empresa*

|                                                                       | Microempresa                                                                              | Pequeña empresa                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Remuneración                                                          | RMV S/.930                                                                                | RMV S/.930                                                                                |
| Jornada, horario, descansos semanales y feriados , sobretasa nocturna | 8 horas diarias o 48 horas semanales, sobretasa no aplica en la jornada nocturna habitual | 8 horas diarias o 48 horas semanales, sobretasa no aplica en la jornada nocturna habitual |
| Asignación familiar                                                   | NO                                                                                        | NO                                                                                        |
| Descanso familiar                                                     | 15 días al año, se puede reducir a 7 días                                                 | 15 días al año, se puede reducir a 7 días                                                 |
| CTS                                                                   | NO                                                                                        | 15 remuneraciones diarias por año, tope: 90 remuneraciones diarias                        |
| Gratificaciones                                                       | NO                                                                                        | 1/2 remuneración mensual en julio y diciembre                                             |
| Indemnizaciones por despido injustificado                             | 10 remuneraciones diarias por año, tope 90 remuneraciones diarias,                        | 20 remuneraciones diarias por año, tope 120 remuneraciones diarias                        |
| Seguro de vida                                                        | NO                                                                                        | Si, cuando corresponde                                                                    |

|            |                                                                                                                     |                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Utilidades | NO                                                                                                                  | Si, cuando corresponde                          |
| Salud      | Conductor, trabajador, ESSALUD<br>derechohabiente acceden: ES<br>SALUD, SIS Familiar<br>subsidiado                  |                                                 |
| SCTR       | NO                                                                                                                  | Si, cuando corresponde                          |
| Pensiones  | Conductor, trabajador:<br>No afiliado: afiliación y aporte<br>opcional al SNP o SPS<br>Afiliado: Aporte obligatorio | Afiliación y aporte<br>obligatorio al SNP o SPP |

*Nota:* Elaboración Propia

Otras leyes que forman parte del proyecto en la legislación laboral

- Ley N° 27711 Ley del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Pequeña y Mediana Empresa.
- Ley N° 28972 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- Ley N° 29351 Gratificaciones por fiestas Patrias y Navidad.
- Ley N° 28806 Ley General de Inspección del Trabajo.
- DL N° 1086 Ley de Promoción de la Competitividad, formalización y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa y del Acceso al Empleo Decente.
- DL N° 728 - Productividad y Competitividad Laboral.
- DS N° 001-97-TR Ley de Compensación por Tiempo de Servicio.
- DL N°650 (TUO - CTS).
- D.S N° 013-2013-PRODUCE: Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.

**a) Actividades.**

KAWITO PET SAC, se acogerá a la categoría de la pequeña empresa debido que nuestras ventas no superan las 1700 UIT

Por lo tanto las actividades que cumpliremos con los trabajadores son:

- Planillas
- Jornada laboral
- Gratificación
- Vacaciones
- CTS
- ESSALUD
- SNP o SPP
- Recibos por honorarios

**Tipo de contratos que utilizaremos:**

Contrato fijo o determinado: También llamado sujeto a modalidad. Es aquel donde la presentación de servicios se da por un tiempo determinado y celebra por una necesidad específica. El plazo de duración máximo no podrá superar los 5 años, caso contrario la condición sería indeterminado. Este tipo de contrato debe celebrarse por escrito y obligatoriamente, registrarse ante el Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración. El contrato debe detallar la causa concreta de la contratación y fijar una fecha de inicio y de terminación.

Existen 3 tipos de contratos sujetos a modalidad:

- Temporal: Inicio de actividad, necesidad mercado, reconvención empresarial.
- Ocasional: Ocasional, Suplencia y emergencia
- Accidental: Especifico, temporada e intermitente.

Los trabajadores bajo esta modalidad le corresponden los mismos beneficios que poseen los trabajadores con un contrato a plazo indeterminado, como también derecho a la estabilidad laboral mientras dure el contrato una vez superado el periodo de prueba.

**b) Valorización:**

Tabla 118.

*Beneficios laborales*

| Actividades | Detalles                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Valorización<br>(%)                        |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|             | Alta trabajador-. Los trabajadores deben ser registrados en la planilla de la empresa, dentro del día que se produce el ingreso a prestar el servicio, independientemente de la modalidad de contratación y de los días laborados                                                                                | 23.83% del sobre costo laboral (empleador) |
|             | La alta se da a tra ves del T-Registro Sunat                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                            |
|             | Sunat detalla que la planilla electrónica tiene 2 componentes que son:                                                                                                                                                                                                                                           |                                            |
| Planillas   | Registro de Información Laboral(T-registro): Registro de información laboral de los empleadores, trabajadores,, pensionistas, prestadores de servicios, modalidad formativa laboral, otros (practicantes), terceros y derechohabientes , se registran a través de la clave sol , opción mi Ruc y otros registros |                                            |
|             | Planilla mensual de pagos (PLAME): Comprende información laboral de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados,                                                                                                                                                         |                                            |

---

|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | trabajadores y derechohabiente, se elabora el archivo y se envía en línea a Sunat.                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                 | El Sueldo total bruto de los trabajadores es S/ 190,560 más sus beneficios sociales, entonces el costo total de la planilla fija anual es de S/235,965                                                                                                                                                                                    |
|                 | Obteniendo un sobre costo laboral de 23.83%.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Jornada Laboral | La jornada laboral es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si es menor de edad podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio del Trabajo y Promoción del empleo.                                                                                                                       |
|                 | Puede ser pagado de dos formas independientemente de la necesidad del empleador: se pagará un 25% adicional por las dos primeras horas y por las siguientes horas un 35% adicional por el equivalente del costo hora. También puede ser pagado con días de descanso, que deberán efectuarse dentro de los siguientes 30 días calendarios. |
| Sobretiempo     | Las horas de sobretiempo deberán ser por propia voluntad del empleado. Bajo ninguna circunstancia el empleador podrá obligar a sus trabajadores a cumplir con jornadas laborales adicionales ya que queda a potestad del empleado.                                                                                                        |
| Gratificación   | Los trabajadores tendrán derecho a percibir 2 gratificaciones en el año con ocasión de fiestas patrias y la Navidad, siempre que cumplan con lo dispuesto en la normativa correspondiente, en lo que se aplicable.                                                                                                                        |
|                 | 25% adicional por las dos primeras horas y 35% por las siguientes                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                 | 50% de la remuneración mensual (Julio – Diciembre)                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

---

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                            |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vacaciones                                  | Se otorga 15 días de vacaciones pagadas, equivalente a medio mes de sueldo y deberá efectuarse dentro de los siguientes 360 días de haber adquirido el derecho y goce del mismo. Se pagará vacaciones trucas en forma proporcional al tiempo laborado en caso el trabajador se retire anticipadamente de la empresas. | El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. |
| Compensación por Tiempo de servicio (C.T.S) | Beneficio social de previsión de las contingencias que origina el cese de trabajo. Se devenga desde el primer mes de iniciado el vínculo laboral, cumplido este requisito toda fracción se computa por treintavos.                                                                                                    | 15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).                 |
| Essalud                                     | La empresa se hace cargo del pago a ESSALUD de sus trabajadores, es un 9% del sueldo del trabajador.                                                                                                                                                                                                                  | 9% remuneración mensual (Empleador)                                                                        |
| Sistema Nacional de Pensiones               | Parte del sueldo del empleado se le retendrá para depositarlo en un fondo común al cual accederá cuando se genere su jubilación.                                                                                                                                                                                      | 13% remuneración                                                                                           |

---

mensual

(Trabajador)

---

*Nota:* Elaboración Propia

La tabla muestra las actividades laborales que Kawito SAC, asumirá acorde con la legislación laboral y el régimen tributario que se encuentra.

#### **5.1.5. Legislación tributaria**

##### **a) Actividades:**

Nuestra empresa Kawipet SAC se encuentra dentro del régimen tributario de tercera categoría MYPE, busca que las empresas tributen según su capacidad, el mismo que entro en vigencia desde el 01 de enero del 2017, nos encontramos dentro del rubro el régimen tributario se da para personas naturales o jurídicas que obtengan rentas de tercera categoría, a este régimen se acoge todo tipo de empresa de cualquier volumen y tamaño.

Este régimen es aplicable para los contribuyentes que cumplan lo siguiente:

- Sus ingresos no superen a los 1700 UIT en el ejercicio gravable, si supera tiene que cambiarse al siguiente régimen.
- Los montos serán pagados según sus ventas obtenidas.
- Puede emitir diferentes tipos de comprobante autorizados de pago (facturas, boletas, tickets, notas de crédito y débito, guías de remisión).
- Lleva control de libros, de compra, venta y libro diario.
- Las tasas aplicables son mínimas.

**b) Valorización.**

Tabla 119.

*Tabla. Legislación Tributaria*

| Actividades                                    | Detalles                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Valorizacion<br>% |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Impuesto General a las ventas                  | Este impuesto grava a las ventas mensuales sea al por mayor y menor con derecho a deducir al crédito fiscal, grava cada fase de producción y distribución de las ventas que se realicen del producto vendido.                                                                                                                                                                                                                                                           | 18%               |
| Impuesto a la Renta                            | Kawipet SAC, realizará actividad comercial, le correspondería el impuesto a la renta de tercera categoría, este monto se obtiene al tener las ganancias deducidas de todo gasto, cuyo pago es anual, los plazos para la declaración son 31 de marzo de cada año posterior al ejercicio declarado, para el régimen Mype si las ventas no superan los 15UIT se pagara solo el 10%, si la renta excede los 15 UIT se pagara los 29.5%. Como es el caso de nuestra empresa. | 29.5 %            |
| Impuesto a las transacciones financieras (ITF) | Se genera cada vez que se realiza una transacción en la cuenta bancaria mayores a 1000 soles, por depósito o retiro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0.005%            |

*Nota:* Elaboración propia





Figura 65. Tipos de comprobantes de pago. Adaptado de “Régimen Mype tributario”, por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2018.

#### 5.1.6. Otros aspectos legales

##### a) Actividades.

Debemos tener presente otros aspectos legales como:

- Ley N° 28405 Es la ley de rotulado de productos industriales manufacturados, donde establece de manera obligatoria el rotulado de los productos manufacturados que se comercializan, donde debe detallar las características de los productos con ello proteger la salud humana, la seguridad de la población y el medio ambiente.
- Ley general de la Industria N° 23407 Nos indica normas legales para la empresa, donde se debe cumplir como aspectos de seguridad e higiene industrial, con el fin de proteger a los trabajadores
- Ley 29245 que regula los servicios de tercerización, esta ley permite regula los casos que procede la tercerización así como sanciones que aplican a las empresas que desnaturalizan.

- Ley 29783 Ley de seguridad y salud en el trabajo, esta ley como objetivo principal es promover una cultura para prevenir riesgos laborales, donde permitan al trabajador laborar en un ambiente con las condiciones necesarias.

### 5.1.7. Resumen del capítulo

Cuadro valorizado de todos los puntos previos.

Tabla 120.

*Resumen de creación de la empresa.*

| Actividad                                  | Detalles                                                                                                             | Tiempo de duración | Valor de venta | Igv 18%  | Precio    |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|----------|-----------|
|                                            |                                                                                                                      |                    |                |          | Venta     |
| Búsqueda de nombre                         | Se realiza en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los registros públicos).                                       | 1 día hábil        | S/ 5.00        | S/ 0.90  | S/ 5.90   |
| Reserva de nombre                          | Reserva del nombre por 30 días hábiles en SUNARP.                                                                    |                    | S/ 17.80       | S/ 3.20  | S/ 21.00  |
| Minuta de constitución y escritura pública | Elaboración de la minuta de constitución Elaboración de escritura pública ante notario y accionistas de la sociedad. | 3 días hábiles     | S/ 305.08      | S/ 54.92 | S/ 360.00 |

|                                                                       |                                                                                     |                 |           |          |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----------|
| Inscripción registros públicos y entrega de testimonios de la empresa | Inscripción en SUNARP.                                                              | 30 días hábiles | S/ 76.27  | S/ 13.73 | S/ 90.00  |
| Obtención del RUC                                                     | Inscripción como persona jurídica en SUNAT.                                         | 1 día hábil     | Gratuito  | Gratuito | Gratuito  |
| Búsqueda de antecedentes figurativos                                  | Búsqueda en Indecopi. Verificar que no exista algo similar.                         |                 | S/ 32.59  | S/ 5.87  | S/ 38.46  |
| Solicitud de registro                                                 | Solicitud a Indecopi registro de marca. a 120 días                                  | 90              | S/ 494.75 | S/ 89.05 | S/ 583.80 |
| Publicación en diario oficial / obtención del                         | Solicitud de publicación en el diario El Peruano.                                   | 3 días          | S/ 186.44 | S/ 33.56 | S/ 220.00 |
|                                                                       | Será obtenida en la municipalidad de Ate se presentará lo siguiente:                |                 |           |          |           |
| Licencia de funcionamiento                                            | 1. Solicitud simple o formulario firmado por titular de Licencia de funcionamiento. | 15 días hábiles | S/ 339.20 | S/ 61.06 | S/ 400.26 |
|                                                                       | 2. Número de RUC.                                                                   |                 |           |          |           |
|                                                                       | 3. DNI representante legal.                                                         |                 |           |          |           |

|                                  |                                                |         |           |           |          |
|----------------------------------|------------------------------------------------|---------|-----------|-----------|----------|
| 4. Copia de vigencia de poderes. |                                                |         |           |           |          |
| Inscripción de seguridad en      | Tener habilitadas las condiciones de seguridad | 15 días |           |           |          |
| Defensa Civil                    | exigidas y estar aprobadas por INDECI.         | hábiles | S/ 76.00  | S/ 13.68  | S/ 89.68 |
| Costo de Inspección              | Defensa Civil                                  | 7 días  |           |           |          |
|                                  |                                                | hábiles | S/ 224.24 | S/ 40.36  | S/264.60 |
|                                  |                                                | 75 Dias | S/        |           | S/       |
|                                  | MONTO TOTAL                                    | habiles | 1,757.37  | S/ 316.33 | 2,073.70 |

*Nota:* Elaboración Propia

En la tabla 120 podemos apreciar cuadro resumen de valorizaciones de Constitución Societaria 476.90, registro de marca 842.26, licencias y autorizaciones 754.54 con un monto total de 2,073.70, cuyo trámite es de 75 días hábiles del año 0 (2020), los gastos estarán incluidos en el centro de costo de Administración.

## 5.2. Estudio organizacional

### 5.2.1. Organigrama funcional.

La estructura organizacional para nuestro proyecto será un organigrama vertical, el cual contará con un Gerente General quién tomará las decisiones en la empresa será el encargado de las coordinaciones con las áreas para así lograr los objetivos y las metas de la empresa.



Figura 66. Organigrama de KAWIPET S.A.C. Elaboración Propia

En la siguiente tabla se determina la cantidad necesaria requerida para operar la empresa en condiciones de normalidad.

Tabla 121.

#### *Puestos de trabajo por año*

| Puestos                          | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Gerente General                  | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Asistente Administrativo         | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Asesor de ventas                 | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| Jefe de producción y operaciones | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Almacenero y analista de calidad | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |

|                         |    |    |    |    |    |
|-------------------------|----|----|----|----|----|
| Operarios de produccion | 10 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| Total de Trabajadores   | 16 | 18 | 19 | 20 | 21 |

*Nota:* Elaboración Propia

Como se puede visualizar en el cuadro la área de operación es el que tiene más trabajadores y va aumentando según los años por la demanda de la ventas.

### 5.2.2. Servicios tercerizados.

De acuerdo al análisis técnico elaborado, se determina la cantidad de personal requerido para la tercerización de servicios y/o operaciones a lo largo del periodo del proyecto (duración 5 años). En la siguiente tabla se determina la cantidad necesaria de personas que realizaran el servicio de tercerización para operar la empresa en condiciones óptimas.

Tabla 122.

*Servicios de tercerización.*

| Puesto               | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------|------|------|------|------|------|
| Contador             | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Servicio de Limpieza | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Abogado              | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Transportistas       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Seguridad            | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Empresa de Estampado | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Total                | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    |

*Nota:* Elaboración Propia

### 5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Se detalla a continuación los cargos para las funciones del personal que iniciara sus labores para la empresa KAWIPET SAC.

**Gerente General:** Planificar, proponer, organizar, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas operativas, financieras y comerciales de la empresa KAWIPET SAC.

Tabla 123.

*Puesto de Trabajo Gerente General*

| Gerente general        |                                                                                                        |          |                           |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------|
| Nombre del puesto      | Gerente general                                                                                        |          |                           |
|                        | Competencias                                                                                           |          |                           |
|                        | Grado de Instrucción                                                                                   | Titulo   | Profesión                 |
| Educación              | Universidad completa                                                                                   | Titulado | Ingeniería<br>Empresarial |
| Experiencia            | 3 años en empresas del sector                                                                          |          |                           |
| Otros                  | Conocimiento del mercado de mascotas                                                                   |          |                           |
| Habilidades            | Liderazgo                                                                                              |          |                           |
|                        | Comunicación efectiva                                                                                  |          |                           |
|                        | Tomas de decisiones y resolución de problemas                                                          |          |                           |
| descripción del Puesto | Administrar, coordinar y dirigir las actividades que sean necesarias para el crecimiento de la empresa |          |                           |
|                        | Decidir en base al cumplimiento de los objetivos estratégicos y tácticos organizacionales.             |          |                           |
|                        | Debe demostrar liderazgo                                                                               |          |                           |
|                        | Evaluar el rendimiento, desempeño y crecimiento de la empresa                                          |          |                           |
|                        | Condiciones del puesto                                                                                 |          |                           |

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Tipo de Contrato    | Contrato a plazo indeterminado        |
| Remuneración        | 4,000.00                              |
| Ubicación           | Administrativa                        |
| Beneficios sociales | Si                                    |
| Jornada             | Diurna                                |
| Horario             | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm |
| Tipo de Sueldo      | Pago Fijo                             |

*Nota:* Elaboración Propia

**Asistente Administrativo:** Asegurar el buen funcionamiento de la empresa realizando labores administrativas, tales como archivar, planificar y coordinar las actividades generales de la obra, además de redactar los reportes correspondientes.

Tabla 124.

*Puesto de Trabajo Asistente Administrativo*

| Asistente administrativo |                                                                              |           |                |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|
| Nombre del puesto        | Asistente administrativo                                                     |           |                |
|                          | Competencias                                                                 |           |                |
|                          | Grado de Instrucción                                                         | Titulo    | Profesión      |
| Educacion                | Técnico o universitario                                                      | Cursando  | Administración |
|                          |                                                                              | o         | de empresas    |
|                          |                                                                              | Bachiller |                |
| Experiencia              | 1 año en puestos administrativos o similares                                 |           |                |
| Otros                    | Trabajo en Equipo                                                            |           |                |
|                          | Conocimientos básicos en contabilidad y finanzas (esenciales para el puesto) |           |                |
| Habilidades              | Conocimientos básicos en Office                                              |           |                |



|                                          |                                                                                                                      |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Descripción del Puesto                   | Trabajo bajo presión                                                                                                 |
|                                          | Responsabilidad y organización                                                                                       |
|                                          | •Realizar labores de apoyo a la gestión de la Gerencia y otras áreas, efectuando el trámite administrativo asociada. |
|                                          | •Recibir, analizar y sistematizar la documentación que ingrese o se procese.                                         |
|                                          | •Redactar y digitar documentos, según se le asigne.                                                                  |
|                                          | •Atender y realizar coordinaciones a través de telefonía y correo electrónico.                                       |
|                                          | •Elaborar diversos tipos de documentos administrativos y presentarlos a Gerencia para su revisión y/o firma.         |
|                                          | •Realizar las actividades de trámite, archivo y registro documentario.                                               |
|                                          | Establecer indicadores de gestión de rendimiento                                                                     |
|                                          | Ejecución de planes estratégicos de operaciones                                                                      |
| Evaluación de riesgos en la organización |                                                                                                                      |
| Condiciones del puesto                   |                                                                                                                      |
| Tipo de Contrato                         | Contrato a plazo fijo temporal                                                                                       |
| Remuneración                             | 1,100.00                                                                                                             |
| Ubicación                                | Administración                                                                                                       |
| Beneficios sociales                      | Si                                                                                                                   |
| Jornada                                  | Diurna                                                                                                               |
| Horario                                  | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm                                                                                |
| Tipo de Sueldo                           | Pago Fijo                                                                                                            |

*Nota:* Elaboración Propia

**Asesor de ventas:** Sera la persona encargada de la coordinación de las distintas actividades de ventas de la empresa, por tanto, debe ser muy organizada con el fin de ser eficaces en el trabajo, a su vez generar la cartera de clientes.

Tabla 125.

*Puesto de Trabajo Asistente de Ventas*

| Asesor de Ventas       |                                                                                                                                                                                                                                                              |           |                |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|
| Nombre del puesto      | ASESOR DE VENTAS                                                                                                                                                                                                                                             |           |                |
|                        | Competencias                                                                                                                                                                                                                                                 |           |                |
|                        | Grado de Instrucción                                                                                                                                                                                                                                         | Titulo    | Profesión      |
| Educación              | Técnico o universitario                                                                                                                                                                                                                                      | Cursando  | Marketing /    |
|                        |                                                                                                                                                                                                                                                              | o         | Administración |
|                        |                                                                                                                                                                                                                                                              | Bachiller | de empresas    |
| Experiencia            | 2 años experiencia de ventas                                                                                                                                                                                                                                 |           |                |
|                        | Alto nivel de negociación                                                                                                                                                                                                                                    |           |                |
|                        | Liderazgo                                                                                                                                                                                                                                                    |           |                |
| Habilidades            | Definir y dirigir la estrategia comercial                                                                                                                                                                                                                    |           |                |
|                        | Elaboración y manejo de presupuesto de ventas                                                                                                                                                                                                                |           |                |
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Generar y desarrollar cartera de clientes nuevos individuales.</li> <li>•Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas y programando visitas a la empresa, con el objetivo de</li> </ul> |           |                |
| Descripcion del puesto | cumplir la cuota asignada.                                                                                                                                                                                                                                   |           |                |
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el registro de comisiones.</li> <li>•Colaborar con el desarrollo de nuevos modelos de nuestro producto.</li> </ul>                                            |           |                |

- 
- Implementación de las políticas comerciales de la empresa.
  - Investigar, sugerir, elaborar y evaluar planes promocionales: regalos, ofertas, canjes, descuentos, bonificaciones, etc.
  - Elaborar y programar campañas promocionales, eligiendo premios y concursos, según la programación de activaciones. Además, participar activamente en las mismas.
  - Redactar informes de ventas semanales y mensuales sobre las diversas actividades realizadas.

Definir y dirigir la estrategia comercial

Elaboración y manejo de presupuesto de ventas

Ejecución de planes estratégicos de operaciones

Negociación con los clientes

Incrementar la participación de la empresa en el mercado

#### CONDICIONES DEL PUESTO

|                     |                                            |
|---------------------|--------------------------------------------|
| Tipo de Contrato    | Contrato a plazo fijo temporal             |
| Remuneración        | 1,200.00 + incentivos del 2% de las ventas |
| Ubicación           | Ventas                                     |
| Beneficios sociales | Si                                         |
| Jornada             | Diurna                                     |
| Horario             | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm      |
| Tipo de Sueldo      | Pago Fijo y Variable                       |

---

*Nota:* Elaboración Propia

Se estimó S/ 980.00 como incentivo y se realizó el cuadro con los porcentajes de sueldo fijo y variable.

Tabla 126.

*Porcentaje fijo y variable del sueldo del vendedor por mes.*

|            | sueldo   | Incentivos | Total    | Fijo | Variable |
|------------|----------|------------|----------|------|----------|
| Vendedor 1 | 1,200.00 | 980.00     | 2,180.00 | 55%  | 45%      |
| Vendedor 2 | 1,200.00 | 980.00     | 2,180.00 | 55%  | 45%      |
| Total      | 2,400.00 | 1,960.00   | 4,360.00 | 1    | 1        |

*Nota:* Elaboración Propia

Al saber el monto de incentivos que se le dará a cada trabajador se realizó el cálculo de cuanto es % de los incentivos sobre las ventas.

$$\% \text{ de ventas} = \text{incentivo total} / \text{venta del mes total}$$

Tabla 127.

*Porcentaje de incentivo sobre las ventas.*

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| ventas por mes                     | 102,033.50 |
| Porcentaje de incentivos de ventas | 2%         |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro podemos visualizar que el porcentaje de los incentivos es el 2% de las ventas mensuales, la cual se tomara en cuenta para poder calcular los incentivos en los siguientes meses según incremento de las ventas.

**Jefe de Producción y Operaciones:** Es el responsable de que las operaciones diarias de la compañía se cumplan en su totalidad, cumpliendo los plazos establecidos, asimismo evalúa la reducción de costos y conseguir resultados más eficientes día a día, responder a tiempo ante las necesidades de los clientes. Se encargará de supervisar la distribución a las veterinarias, pet shop y mercado tradicional, para poder cumplir con los tiempos en los lotes de producción y entregas. Se encargará de los análisis previos y del uso adecuado de la materia prima con la aplicación de los estándares y las pruebas necesarias del producto terminado, se

encargará de supervisar el mantenimiento del taller, la maquinaria y del correcto almacenaje del producto.

Tabla 128.

*Puesto de Trabajo Jefe de Producción y Operaciones*

| Jefe de Producción y Operaciones |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                      |                       |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Nombre del puesto                | JEFE DE OPERACIONES                                                                                                                                                                                                                                               |                      |                       |
|                                  | Competencias                                                                                                                                                                                                                                                      |                      |                       |
|                                  | Grado de Instrucción                                                                                                                                                                                                                                              | Titulo               | Profesión             |
| Educación                        | Técnico o Universitario                                                                                                                                                                                                                                           | Cursando o Bachiller | Ingeniería Industrial |
| Experiencia                      | 2 años de experiencia como jefe de producción y/o operaciones                                                                                                                                                                                                     |                      |                       |
| Descripción del Puesto           | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asegurar el correcto funcionamiento del área productiva de la organización y el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el Gerente General.</li> </ul>                                                 |                      |                       |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Optimizar, planificar y puesta en marcha de los recursos productivos, a fin de obtener un crecimiento progresivo y constante de la productividad, respetando los procedimientos y especificaciones de calidad.</li> </ul> |                      |                       |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Organizar, dirigir y hacer seguimiento de todo el ciclo productivo, de modo que, garantice el cumplimiento de calidad.</li> </ul>                                                                                         |                      |                       |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Coordinar con gerencia sobre los objetivos y planes a corto, mediano y largo plazo.</li> </ul>                                                                                                                            |                      |                       |

- 
- Redactar informes de producción diarios, semanales y mensuales sobre las unidades producidas, rendimientos, horas hombre, recursos empleados y otros.
  - Velar por el cumplimiento de los reglamentos y políticas de la empresa. Además, corregir en caso se presente alguna desviación. Asegurar el cumplimiento de los objetivos en los indicadores de gestión del área.
- Control de costos, logística interna
- Otras funciones relacionadas al cargo

#### Condiciones del Puesto

|                     |                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Tipo de Contrato    | Contrato por plazo indeterminado                                    |
| Remuneración        | 2000.00                                                             |
| Ubicación           | Operaciones                                                         |
| Beneficios sociales | Si                                                                  |
| Jornada             | Diurna                                                              |
| Horario             | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm y sábados 08:00 am - 13:00 pm |
| Tipo de Sueldo      | Pago Fijo                                                           |

---

*Nota:* Elaboración Propia

**Almacenero y analista de calidad:** será responsable del correcto funcionamiento de todas las actividades que se desarrollan en él, la gestión del almacén y también de la **optimización** del espacio. Una buena labor llevará a la empresa a unos resultados óptimos con el consiguiente aumento de la calidad del servicio y de la satisfacción del cliente.

Tabla 129.

*Puesto de Trabajo y analista de calidad.*

| Almacenero y Analista de Calidad |                                                                                                                                                                                                                   |           |                |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|
| Nombre del puesto                | Almacenero                                                                                                                                                                                                        |           |                |
|                                  | Competencias                                                                                                                                                                                                      |           |                |
|                                  | Grado de Instrucción                                                                                                                                                                                              | Titulo    | Profesión      |
| Educacion                        | Técnico o universitario                                                                                                                                                                                           | Cursando  | Administració  |
|                                  |                                                                                                                                                                                                                   | o         | n o Carreras a |
|                                  |                                                                                                                                                                                                                   | Bachiller | fines          |
| Experiencia                      | 1 años de experiencia en producción                                                                                                                                                                               |           |                |
|                                  | Organizar                                                                                                                                                                                                         |           |                |
| Habilidades                      | Coordinar los procesos técnicos de recepción.                                                                                                                                                                     |           |                |
|                                  | Verificación y Control                                                                                                                                                                                            |           |                |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Programar, dirigir, monitorear, supervisar y evaluar procesos de control y mejoramiento de calidad en nuestro ciclo productivo, así como en el producto final.</li> </ul> |           |                |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Implementar metodologías, procedimientos, instructivos y estándares de trabajo.</li> </ul>                                                                                |           |                |
| Descripción del                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la verificación y control de calidad en la materia prima desde la compra.</li> </ul>                                                                            |           |                |
| Puesto                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asegurar y supervisar el correcto proceso en todo el ciclo, a fin de evitar mermas y devoluciones.</li> </ul>                                                             |           |                |
|                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Controlar y hacer seguimiento al cumplimiento de los procedimientos, instructivos y manuales, según lo establecido.</li> </ul>                                            |           |                |

- 
- Garantizar la realización de las pruebas necesarias para verificar la conformidad de los productos.
  - Formar y entrenar al personal operativo y corregir en caso se presente alguna desviación con la calidad esperada del producto.
  - Coordinar y controlar la correcta programación de la adquisición de bienes que permita un abastecimiento fluido y oportuno.
  - Elaborar y hacer seguimiento a la evaluación de proveedores, a fin de no depender de cierta materia prima (evitar exclusividad) y tener puntos críticos que puedan afectar la producción
- Verificar que los productos que ingresan al almacén vengan acompañados de los documentos.
- Planear, dirigir, coordinar y controlar el proceso de control de inventarios (stocks)
- Administrar el proceso de almacenamiento de los productos

#### Condiciones del puesto

|                     |                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Tipo de Contrato    | Contrato a plazo fijo temporal                                      |
| Remuneración        | 1,200.00                                                            |
| Ubicación           | Operaciones                                                         |
| Beneficios sociales | Si                                                                  |
| Jornada             | Diurna                                                              |
| Horario             | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm y sábados 08:00 am - 13:00 pm |
| Tipo de Sueldo      | Pago Fijo                                                           |

---

*Nota:* Elaboración Propia



**Operarios de Producción:** El operario se encargará de realizar las labores específicas de acuerdo a su puesto dentro del proceso productivo. Son los responsables directos del manejo y operación de las máquinas a su cargo y del cumplimiento de los parámetros de producción previamente fijados y de mantener las condiciones de trabajo adecuadas dentro de su zona.

Tabla 130.

*Puesto de Trabajo de Operarios de Producción.*

| Operarios de Producción |                                                                                                                              |         |           |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------|
| Nombre del puesto       | Operarios de Producción                                                                                                      |         |           |
|                         | Competencias                                                                                                                 |         |           |
| Educacion               | Grado de Instrucción                                                                                                         | Titulo  | Profesión |
|                         | Secundaria Completa                                                                                                          | Ninguno | Ninguno   |
| Experiencia             | 1 años de experiencia en producción                                                                                          |         |           |
| Descripción del Puesto  | Asegurarse de la buena desinsectación y limpieza de las llantas                                                              |         |           |
|                         | •Recepcionar y verificar los materiales para el proceso.                                                                     |         |           |
|                         | •Utilizar los materiales y equipos con moderación, responsabilidad y moderación.                                             |         |           |
|                         | •Mantener y velar por el orden y limpieza del área de trabajo.                                                               |         |           |
|                         | •Verificar las medidas realizadas en el proceso de corte y costura (antes y después), para optimizar el armado del producto. |         |           |
|                         | •Verificar las condiciones operativas de las máquinas, equipos y herramientas.                                               |         |           |
|                         | •Cumplimiento de metodologías, procedimientos, instructivos y estándares de trabajo.                                         |         |           |
|                         | •Reportar incidencias y ocurrencias que se presenten en el cumplimiento de sus funciones.                                    |         |           |

---

|                     |                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|
|                     | Corte y planchado de la tela para el forrado de la misma            |
|                     | Decoración de cada producto                                         |
|                     | Armado de las camas con las medidas asignadas                       |
|                     | Condiciones del puesto                                              |
| Tipo de Contrato    | Contrato a plazo fijo temporal                                      |
| Remuneración        | S/ 930.00                                                           |
| Ubicación           | Operaciones                                                         |
| Beneficios sociales | Si                                                                  |
| Jornada             | Diurna                                                              |
| Horario             | Lunes a viernes de 8:00 am - 18:00 pm y sábados 08:00 am - 13:00 pm |
| Tipo de Sueldo      | Pago Fijo                                                           |

---

*Nota:* Elaboración Propia

**Para poder definir el sueldo hemos tomado en cuenta los siguientes criterios:**

**Funciones del puesto:** Descripción de las actividades a realizar.

**Equilibrio empresarial:** establecer sueldos según el ingreso de la empresa.

Competencia y habilidades del personal: El desempeño que tuvo en otras empresas.

**Pagos complementarios:** En caso del vendedor se le pagara un incentivo por las ventas realizadas en base de eso debe ser su sueldo.

**Puesto a emplear:** Jerarquía, se toma en cuenta por que los operarios no podrían ganar con un gerente.

#### 5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

**Contador:** Se contará con los servicios de un Contador quién será el encargado de realizar las siguientes actividades:

- Elaboración de la Planilla Plame PDT-621

- Elaboración de la declaración del AFPNET (5 primeros días hábiles del mes) .
- Elaboración del PDT 621, registro de compras y ventas.
- Calculo de impuestos (igv, renta 3ra categoría, onp , es salud, renta de 5ta categoría, renta de 4ta categoría.
- Elaboración de las liquidaciones de beneficios sociales.
- Ingresar al personal en el T-REGISTRO Sunat.
- Elaboración de los reportes mensuales de Ganancias y pérdidas y el Balance General.

Realizara seguimiento y cumplimiento del presupuesto mensual de gastos en la compra de la materia prima y gastos anuales necesarios en la empresa, también hará el seguimiento de los ingresos generados por las ventas y que estén en línea con las proyecciones financieras.

El contador visitará la empresa 2 veces al mes (Inicio de mes y fin de mes) y cobrará por sus servicios S/.500 soles.

El medio de pago será vía recibo por honorario (persona natural)

**Servicio de Limpieza:** Se contratará una persona que brinde los servicios de limpieza, la cual será la encargada de realizar las siguientes funciones:

- Limpieza de suelos, muebles, consta en barrer, trapear, quitar el polvo, entre otros.
- Vaciado de papelería y/o eliminación de residuos.
- Reposición de materiales (papel higiénico).

La limpieza es esencial para la salud de los trabajadores como para el desarrollo del proceso productivo. El pago mensual será de S/. 930.00 soles.

El horario de trabajo será 3 veces por semana de 06:00 am – 10:00 am.

El método de pago será vía recibo por honorario (persona natural).

**Abogado o Asesoría Legal:** Contaremos con un abogado o asesoría legal la cual brindará el servicio de absolvernos dudas de las normas legales asimismo realizará la

verificación de que todo lo aplica para empresa tendrá que ser sustentando con una normativa o base Legal. El pago y/o el servicio se requerirán trimestralmente la cual su pago mensual será de S/.500.00.

El horario será los primeros días de cada mes trimestralmente.

El método de pago será vía recibo por honorario (persona natural)

**Transportista:** Contaremos con una empresa de transportes la cual no brindara el servicio de la distribución de nuestras camas en los distintos puntos de venta. El servicio se realizará de forma semanal el pago será de S/.770.00 (factura).

La empresa que nos brindará este servicio será una empresa de transportes peruana “Virgen del Chapi”.

Horario de trabajo, según requerimiento del producto.

**Seguridad:** Se contará con un personal que brinde servicios de seguridad, su función será realizar la tarea de guardianía y seguridad de la empresa. Controlar la entrada y salida de personas. El horario será de 12 horas y el pago mensual será de S/.1, 000 soles.

El método de pago será via recibo por honorario (persona natural).

**Empresa de Estampado:** Se contará con una empresa de estampado que se encargará del bordado de nuestro logo en la tela que ira forrado en la cama. El precio S/.2.00 por cada cama.

La empresa que nos brindara este servicio será SILVER FABRIC una empresa peruana con experiencia en el trabajo de diseño gráfico textil (estampado).

#### **5.2.5. Aspectos laborales.**

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

Los trabajadores estarán en planilla registrados en el T-Registro Sunat con todos los beneficios sociales según ley en caso de los tercerizados contarán con un contrato de

locación. Además, contaremos con el personal que cumpla con el perfil establecido para la elaboración de sus funciones.

Tabla 131.

*Información de los aspectos laborales.*

| Cargo                            | Tipo de contrato                                        | Beneficios Sociales                |                                   |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Gerente General                  | Contrato a plazo indeterminado                          | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |
| Asistente Administrativo         | Contrato a plazo fijo temporal (Renovable anual)        | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |
| Asesor de ventas                 | Contrato a plazo fijo temporal (Renovable cada 6 meses) | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |
| Jefe de producción y operaciones | Contrato a plazo fijo temporal (Renovable cada 6 meses) | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |
| Almacenero y analista de calidad | Contrato a plazo fijo temporal (Renovable cada 6 meses) | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |
| Operarios de producción          | Contrato a plazo fijo temporal (Renovable cada 6 meses) | CTS,<br>Bonificación<br>Vacaciones | Gratificación,<br>extraordinaria, |

*Nota:* Elaboración Propia

Se realiza 2 tipos de contrato:

El gerente es un personal de confianza por lo tanto se hace un contrato a plazo indeterminado.

Los asistente administrativo, jefe de producción, almacenero y operarios tienen en un contrato de plazo fijo temporal porque son trabajadores que tienen que estar a prueba durante el trabajo que está realizando.

Tabla 132.

*Información de los servicios tercerizados.*

| Servicio de<br>Tercerización | Modalidad            |
|------------------------------|----------------------|
| Contador                     | Contrato de Locación |
| Servicio de limpieza         | Contrato de Locación |
| Abogado                      | Contrato de Locación |
| Transportista                | Contrato de Locación |
| Estampado                    | Contrato de Locación |
| Seguridad                    | Contrato de Locación |

*Nota:* Elaboración Propia

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

- La Remuneración no deberá ser menor a la remuneración mínima vital S/930.00
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal y en días feriados
- Descanso vacacional 15 días calendarios
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios ( con un tope de 120 días de remuneración)
- Cobertura de seguridad a través del ESSALUD.

- Cobertura de seguro vida y seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR)
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año ½ sueldo (Fiestas Patrias y Navidad)
- Derecho a participar en las utilidades.
- Derecho de compensación por tiempo de servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

**c) Planilla para todos los años del proyecto.**

Tabla 133.

*Planilla del área de Administración.*

| Área           | Puestos                  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  |
|----------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                |                          | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ |
|                |                          | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Administrativa | Gerente General          | 4,000.00      | 4,000.00      | 4,000.00      | 4,000.00      | 4,000.00      |
| Administrativa | Asistente Administrativo | 1,100.00      | 1,100.00      | 1,100.00      | 1,100.00      | 1,100.00      |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 134.

*Provisión de Planilla del área de Administración del año 2021 al 2025.*

| Cuadro de provisiones                | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Gerente General                      | 48,000.00 | 48,000.00 | 48,000.00 | 48,000.00 | 48,000.00 |
| Asistente Administrativo             | 13,200    | 13,200    | 13,200    | 13,200    | 13,200    |
| Total, Sueldo Bruto                  | 61,200    | 61,200    | 61,200    | 61,200    | 61,200    |
| Gratificación (1/12)                 | 5,100     | 5,100     | 5,100     | 5,100     | 5,100     |
| Total, Sueldo                        | 66,300    | 66,300    | 66,300    | 66,300    | 66,300    |
| CTS (1/24)                           | 2,763     | 2,763     | 2,763     | 2,763     | 2,763     |
| Essalud (9%)                         | 5,508     | 5,508     | 5,508     | 5,508     | 5,508     |
| Bono ley (9% de las gratificaciones) | 459       | 459       | 459       | 459       | 459       |
| SCTR 1.23% del sueldo                | 753       | 753       | 753       | 753       | 753       |
| Gasto total Administrativo           | 75,782    | 75,782    | 75,782    | 75,782    | 75,782    |
| Cuadro de pagos                      | 2,021     | 2,022     | 2,023     | 2,024     | 2,025     |
| Sueldo Bruto                         | 61,200    | 61,200    | 61,200    | 61,200    | 61,200    |
| Gratificación                        | 5,100     | 5,100     | 5,100     | 5,100     | 5,100     |
| Pago de CTS                          | 2,532     | 2,763     | 2,763     | 2,763     | 2,763     |
| Essalud                              | 5,508     | 5,508     | 5,508     | 5,508     | 5,508     |
| Bono ley (9% de las gratificaciones) | 459       | 459       | 459       | 459       | 459       |
| SCTR 1.23% del sueldo                | 753       | 753       | 753       | 753       | 753       |
| Pago Total planilla administrativa   | 75,552    | 75,782    | 75,782    | 75,782    | 75,782    |

*Nota:* Elaboración Propia



En la planilla del Área de Administración tuvimos como resultado.

- En el año 2021 pago total de planilla administrativa es 75,552 soles.
- En el año 2022 pago total de planilla administrativa es 75,782 soles.
- En el año 2023 pago total de planilla administrativa es 75,782 soles.
- En el año 2024 pago total de planilla administrativa es 75,782 soles.
- En el año 2025 pago total de planilla administrativa es 75,782 soles.

Tabla 135.

*Planilla del área de ventas.*

| Área   | Puestos          | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  |
|--------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|        |                  | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ |
|        |                  | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Ventas | Asesor de ventas | 1200          | 1200          | 1200          | 1200          | 1200          |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 136.

*Provisión de la planilla del área de ventas del año 2021 al 2025.*

| Cuadro de provisiones               | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Asesor de ventas                    | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 |
| Total Sueldo Bruto                  | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 |
| Gratificación(1/12)                 | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  |
| Total Sueldo                        | 31,200.00 | 31,200.00 | 31,200.00 | 31,200.00 | 31,200.00 |
| CTS(1/24)                           | 1,300.00  | 1,300.00  | 1,300.00  | 1,300.00  | 1,300.00  |
| Essalud (9%)                        | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 216.00    | 216.00    | 216.00    | 216.00    | 216.00    |
| SCTR 1.23% del sueldo               | 354.24    | 354.24    | 354.24    | 354.24    | 354.24    |
| Gasto planilla fija de ventas       | 35,662.24 | 35,662.24 | 35,662.24 | 35,662.24 | 35,662.24 |
| Comisión ventas 2%                  | 24,488.04 | 27,251.18 | 30,326.29 | 33,749.14 | 37,557.17 |
| Total gasto planilla ventas         | 60,150.28 | 62,913.42 | 65,988.53 | 69,411.38 | 73,219.41 |
| Cuadro de pagos                     | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
| Sueldo Bruto                        | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 | 28,800.00 |
| Gratificación                       | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  | 2,400.00  |
| Pago de CTS                         | 1,083.33  | 1,300.00  | 1,300.00  | 1,300.00  | 1,300.00  |
| Essalud                             | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  | 2,592.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 216.00    | 216.00    | 216.00    | 216.00    | 216.00    |
| SCTR 1.23% del sueldo               | 354.24    | 354.24    | 354.24    | 354.24    | 354.24    |
| Comisión ventas 2%                  | 24,488.04 | 27,251.18 | 30,326.29 | 33,749.14 | 37,557.17 |
| Pago total de ventas                | 59,933.61 | 62,913.42 | 65,988.53 | 69,411.38 | 73,219.41 |

*Nota:* Elaboración Propia

En la planilla del Área de ventas tuvimos como resultado.

- En el año 2021 pago total de Operaciones y producción es 59,933.61 soles.
- En el año 2022 pago total de Operaciones y producción es 62,913.42 soles.
- En el año 2023 pago total de Operaciones y producción es 65,988.53 soles.
- En el año 2024 pago total de Operaciones y producción es 69,411.38 soles.
- En el año 2025 pago total de Operaciones y producción es 73,219.41 soles.

Tabla 137.

*Planilla del área de Operaciones y producción.*

| Área                     | Puestos                 | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  |
|--------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                          |                         | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ |
|                          |                         | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Operaciones y producción | Operarios de producción | 930           | 930           | 930           | 930           | 930           |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 138.

*Provisión de Planilla del área de Operaciones y producción del año 2021 al 2025.*

| Cuadro de provisiones               | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Operarios de produccion             | 111,600.00 | 133,920.00 | 145,080.00 | 156,240.00 | 167,400.00 |
| Total Sueldo Bruto                  | 111,600.00 | 133,920.00 | 145,080.00 | 156,240.00 | 167,400.00 |
| Gratificación(1/12)                 | 9,300.00   | 11,160.00  | 12,090.00  | 13,020.00  | 13,950.00  |
| Total Sueldo                        | 120,900.00 | 145,080.00 | 157,170.00 | 169,260.00 | 181,350.00 |
| CTS(1/24)                           | 5,037.50   | 6,045.00   | 6,548.75   | 7,052.50   | 7,556.25   |
| Essalud (9%)                        | 10,044.00  | 12,052.80  | 13,057.20  | 14,061.60  | 15,066.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 837.00     | 1,004.40   | 1,088.10   | 1,171.80   | 1,255.50   |
| Sctr(1.23%)                         | 1,372.68   | 1,647.22   | 1,784.48   | 1,921.75   | 2,059.02   |
| Costo MOD                           | 138,191.18 | 165,829.42 | 179,648.53 | 193,467.65 | 207,286.77 |
| Cuadro de pagos                     | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       |
| Sueldo Bruto                        | 111,600.00 | 133,920.00 | 145,080.00 | 156,240.00 | 167,400.00 |
| Gratificación                       | 9,300.00   | 11,160.00  | 12,090.00  | 13,020.00  | 13,950.00  |
| Pago de CTS                         | 4,407.81   | 6,045.00   | 6,548.75   | 7,052.50   | 7,556.25   |
| Essalud                             | 9,625.50   | 12,052.80  | 13,057.20  | 14,061.60  | 15,066.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 837.00     | 1,004.40   | 1,088.10   | 1,171.80   | 1,255.50   |
| Sctr(1.23%)                         | 1,372.68   | 1,647.22   | 1,784.48   | 1,921.75   | 2,059.02   |
| Pago planilla MOD                   | 137,142.99 | 165,829.42 | 179,648.53 | 193,467.65 | 207,286.77 |

*Nota:* Elaboración Propia

En la planilla del Área de Operaciones y producción tuvimos como resultado.

- En el año 2021 pago total de Operaciones y producción es 137,142.99 soles.
- En el año 2022 pago total de Operaciones y producción es 165,829.42 soles.
- En el año 2023 pago total de Operaciones y producción es 179,648.43 soles.
- En el año 2024 pago total de Operaciones y producción es 193,467.65 soles.
- En el año 2025 pago total de Operaciones y producción es 207,286.77 soles.

Tabla 139.

*Planilla del área de operaciones y producción.*

| Área                     | Puestos                          | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  |
|--------------------------|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                          |                                  | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ |
|                          |                                  | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Operaciones y producción | Jefe de producción y operaciones | 2000          | 2000          | 2000          | 2000          | 2000          |
| Operaciones y producción | Almacenero y analista de calidad | 1200          | 1200          | 1200          | 1200          | 1200          |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 140.

*Provisión de Planilla del área de Operaciones y producción del año 2021 al 2025.*

| Cuadro de provisiones               | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Jefe de producción y operaciones    | 24,000.00 | 24,000.00 | 24,000.00 | 24,000.00 | 24,000.00 |
| Almacenero y analista de calidad    | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,400.00 |
| Total Sueldo Bruto                  | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 |
| Gratificación(1/12)                 | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  |
| Total Sueldo                        | 41,600    | 41,600    | 41,600    | 41,600    | 41,600    |
| CTS(1/24)                           | 1,733.33  | 1,733.33  | 1,733.33  | 1,733.33  | 1,733.33  |
| Essalud (9%)                        | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 288.00    | 288.00    | 288.00    | 288.00    | 288.00    |
| Sctr(1.23%)                         | 472.32    | 472.32    | 472.32    | 472.32    | 472.32    |
| Costo MOI                           | 47,549.65 | 47,549.65 | 47,549.65 | 47,549.65 | 47,549.65 |
| Cuadro de pagos                     | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
| Sueldo Bruto                        | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 | 38,400.00 |
| Gratificación                       | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  | 3,200.00  |
| Pago de CTS                         | 1,588.89  | 1,733.33  | 1,733.33  | 1,733.33  | 1,733.33  |
| Essalud                             | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  | 3,456.00  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 288.00    | 288.00    | 288.00    | 288.00    | 288.00    |
| Sctr(1.23%)                         | 472.32    | 472.32    | 472.32    | 472.32    | 472.32    |
| Pago planilla MOI                   | 47,405.21 | 47,549.65 | 47,549.65 | 47,549.65 | 47,549.65 |

*Nota:* Elaboración Propia

En la planilla del Área de Operaciones y producción tuvimos como resultado.

- En el año 2021 pago total de Operaciones y producción es 47,405.21 soles.
- En el año 2022 pago total de Operaciones y producción es 47,549.65 soles.
- En el año 2023 pago total de Operaciones y producción es 47,549.65 soles.
- En el año 2024 pago total de Operaciones y producción es 47,549.65 soles.
- En el año 2025 pago total de Operaciones y producción es 47,549.65 soles.

Tabla 141.

*Resumen de Planillas de los años 2021 al 2025.*

| Cuadro resumen                     | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Pago Total planilla administrativa | 75,552  | 75,782  | 75,782  | 75,782  | 75,782  |
| Pago total de ventas               | 50,288  | 52,179  | 54,043  | 56,117  | 58,425  |
| Pago planilla MOD                  | 82,286  | 96,734  | 96,734  | 96,734  | 110,553 |
| Pago planilla MOI                  | 41,480  | 41,606  | 41,606  | 41,606  | 41,606  |
| Total, pago de planillas           | 249,605 | 266,301 | 268,165 | 270,239 | 286,367 |

*Nota:* Elaboración Propia

En la planilla del resumen de todos los años tuvimos como resultado.

- En el año 2021 pago total de planilla 249,605 soles.
- En el año 2022 pago total de planilla 266,301 soles.
- En el año 2023 pago total de planilla 268,165 soles.
- En el año 2024 pago total de planilla 270,239 soles.
- En el año 2025 pago total de planilla 286,367 soles.

Tabla 142.

Ingresos Anuales y pagos de planillas anuales del año 2021 al 2025.

|                          | 2021       | 2022       | 2023       | 2024         | 2025         |
|--------------------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|
| Valor de ventas en S/    | 742,096.19 | 825,834.62 | 919,032.49 | 1,022,739.16 | 1,138,157.43 |
| Total, pago de planillas | 249,604.90 | 266,300.97 | 268,164.92 | 270,239.06   | 286,366.54   |
| % de las ventas          | 34%        | 32%        | 29%        | 26%          | 25%          |

Nota: Elaboración Propia

Planilla por trabajador:

Tabla 143.

Planilla 2021 valorizados en soles.

| Área                        | Puestos                             | Cantidad de<br>trabajadores<br>año 1 | Sueldo<br>bruto<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>total<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>anual | Gratificación<br>(1/12 ) | Total<br>sueldo | CTS(1/24<br>sueldo) | Essalud (9%<br>del sueldo<br>bruto) | Bono ley( 9%<br>de las<br>gratificaciones) | SCTR (1.23% del<br>sueldo bruto) | Total costo<br>planilla fija<br>anual |
|-----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Administrativa              | Gerente General                     | 1                                    | 4000                       | 4000                                | 48000                    | 4000                     | 52000           | 2167                | 4320                                | 360                                        | 590                              | 59437                                 |
| Administrativa              | Asistente Administrativo            | 1                                    | 1100                       | 1100                                | 13200                    | 1100                     | 14300           | 596                 | 1188                                | 99                                         | 162                              | 16345                                 |
| Ventas                      | Asesor de ventas                    | 2                                    | 1200                       | 2400                                | 28800                    | 2400                     | 31200           | 1300                | 2592                                | 216                                        | 354                              | 35662                                 |
| Operaciones y<br>producción | Jefe de producción y<br>operaciones | 1                                    | 2000                       | 2000                                | 24000                    | 2000                     | 26000           | 1083                | 2160                                | 180                                        | 295                              | 29719                                 |
| Operaciones y<br>producción | Almacenero y analista de<br>calidad | 1                                    | 1200                       | 1200                                | 14400                    | 1200                     | 15600           | 650                 | 1296                                | 108                                        | 177                              | 17831                                 |
| Operaciones y<br>producción | Operarios de producción             | 10                                   | 930                        | 9300                                | 111600                   | 9300                     | 120900          | 5038                | 10044                               | 837                                        | 1373                             | 138191                                |
|                             | Total de Trabajadores               | 16                                   |                            |                                     | 240000                   |                          |                 |                     |                                     |                                            |                                  | 297185                                |



|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| Total costo planilla fija anual | 297,185.33 |
| comisión de ventas              | 24,488.04  |
| Total costo laboral anual       | 321,673.37 |

Nota: Elaboración Propia

En el año 2021 tendremos un total de costo de planilla fija de 297,185.33, una comisión de 24.488.04 y el total de costo laboral son 321,673.37.

Tabla 144.

Planilla 2022

| Área                            | Puestos                             | Cantidad de<br>trabajadores<br>año 2 | Sueldo<br>bruto<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>total<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>anual | Gratificación<br>(1/12 ) | Total<br>sueldo | CTS(1/24<br>sueldo) | Essalud<br>(9% del<br>sueldo<br>bruto) | Bono ley( 9%<br>de las<br>gratificacione) | SCTR (1.23% del sueldo<br>bruto) | Total costo<br>planilla fija<br>anual |
|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Administrativa                  | Gerente General                     | 1                                    | 4,000.00                   | 4000                                | 48000                    | 4000                     | 52000           | 2167                | 4320                                   | 360                                       | 590                              | 59437                                 |
| Administrativa                  | Asistente Administrativo            | 1                                    | 1,100.00                   | 1100                                | 13200                    | 1100                     | 14300           | 596                 | 1188                                   | 99                                        | 162                              | 16345                                 |
| Ventas                          | Asesor de ventas                    | 2                                    | 1,200.00                   | 2400                                | 28800                    | 2400                     | 31200           | 1300                | 2592                                   | 216                                       | 354                              | 35662                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Jefe de producción y<br>operaciones | 1                                    | 2,000.00                   | 2000                                | 24000                    | 2000                     | 26000           | 1083                | 2160                                   | 180                                       | 295                              | 29719                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Almacenero y analista de<br>calidad | 1                                    | 1,200.00                   | 1200                                | 14400                    | 1200                     | 15600           | 650                 | 1296                                   | 108                                       | 177                              | 17831                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Operarios de produccion             | 12                                   | 930.00                     | 11160                               | 133920                   | 11160                    | 145080          | 6045                | 12053                                  | 1004                                      | 1647                             | 165829                                |
|                                 | Total de Trabajadores               | 18                                   |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                           |                                  | 324824                                |
| Total costo planilla fija anual |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                           |                                  | 324,823.57                            |
| comisión de ventas              |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                           |                                  | 27,251.18                             |
| Total costo laboral anual       |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                           |                                  | 352,074.75                            |

Nota: Elaboración Propia

En el año 2022 tendremos un total de costo de planilla fija de 324,823.57, una comisión de 27,251.18 y el total de costo laboral son 352,074.75.

Tabla 145.  
Planilla 2023

| Área                            | Puestos                             | Cantidad de<br>trabajadores<br>año 3 | Sueldo<br>bruto<br>mensual | Sueldo<br>bruto total<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>anual | Gratificación<br>(1/12 ) | Total<br>sueldo | CTS(1/24<br>sueldo) | Essalud (9%<br>del sueldo<br>bruto) | Bono ley( 9%<br>de las<br>gratificaciones) | SCTR (1.23% del<br>sueldo bruto) | Total costo<br>planilla fija<br>anual |
|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Administrativa                  | Gerente General                     | 1                                    | 4,000.00                   | 4000                             | 48000                    | 4000                     | 52000           | 2167                | 4320                                | 360                                        | 590                              | 59437                                 |
| Administrativa                  | Asistente Administrativo            | 1                                    | 1,100.00                   | 1100                             | 13200                    | 1100                     | 14300           | 596                 | 1188                                | 99                                         | 162                              | 16345                                 |
| Ventas                          | Asesor de ventas                    | 2                                    | 1,200.00                   | 2400                             | 28800                    | 2400                     | 31200           | 1300                | 2592                                | 216                                        | 354                              | 35662                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Jefe de producción y<br>operaciones | 1                                    | 2,000.00                   | 2000                             | 24000                    | 2000                     | 26000           | 1083                | 2160                                | 180                                        | 295                              | 29719                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Almacenero y analista de<br>calidad | 1                                    | 1,200.00                   | 1200                             | 14400                    | 1200                     | 15600           | 650                 | 1296                                | 108                                        | 177                              | 17831                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Operarios de producción             | 13                                   | 930.00                     | 12090                            | 145080                   | 12090                    | 157170          | 6549                | 13057                               | 1088                                       | 1784                             | 179649                                |
|                                 | Total de Trabajadores               | 19                                   |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                     |                                            |                                  | 338643                                |
| Total costo planilla fija anual |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                     |                                            |                                  | 338,642.69                            |
| comisión de ventas              |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                     |                                            |                                  | 30,326.29                             |
| Total costo laboral anual       |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                     |                                            |                                  | 368,968.97                            |

Nota: Elaboración Propia

En el año 2023 tendremos un total de costo de planilla fija de 338,642.69, una comisión de 30,326.29 y el total de costo laboral son 368,968.97.

Tabla 146.  
Planilla 2024

| Área                            | Puestos                             | Cantidad de<br>trabajadores<br>año 4 | Sueldo<br>bruto<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>total<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>anual | Gratificación<br>(1/12 ) | Total<br>sueldo | CTS(1/24<br>sueldo) | Essalud<br>(9% del<br>sueldo<br>bruto) | Bono ley( 9%<br>de las<br>gratificaciones) | SCTR (1.23% del<br>sueldo bruto) | Total costo<br>planilla fija<br>anual |
|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Administrativa                  | Gerente General                     | 1                                    | 4,000                      | 4,000                               | 48,000                   | 4,000                    | 52000           | 2167                | 4320                                   | 360                                        | 590                              | 59437                                 |
| Administrativa                  | Asistente Administrativo            | 1                                    | 1,100                      | 1,100                               | 13,200                   | 1,100                    | 14300           | 596                 | 1188                                   | 99                                         | 162                              | 16345                                 |
| Ventas                          | Asesor de ventas                    | 2                                    | 1,200                      | 2,400                               | 28,800                   | 2,400                    | 31200           | 1300                | 2592                                   | 216                                        | 354                              | 35662                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Jefe de producción y<br>operaciones | 1                                    | 2,000                      | 2,000                               | 24,000                   | 2,000                    | 26000           | 1083                | 2160                                   | 180                                        | 295                              | 29719                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Almacenero y analista de<br>calidad | 1                                    | 1,200                      | 1,200                               | 14,400                   | 1,200                    | 15600           | 650                 | 1296                                   | 108                                        | 177                              | 17831                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Operarios de producción             | 14                                   | 930                        | 13,020                              | 156,240                  | 13,020                   | 169260          | 7053                | 14062                                  | 1172                                       | 1922                             | 193468                                |
|                                 | Total de Trabajadores               | 20                                   |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 352462                                |
| Total costo planilla fija anual |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 352,461.81                            |
| comisión de ventas              |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 33,749.14                             |
| Total costo laboral anual       |                                     |                                      |                            |                                     |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 386,210.95                            |

Nota: Elaboración Propia

En el año 2024 tendremos un total de costo de planilla fija de 352,461.81, una comisión de 33,749.14 y el total de costo laboral son 386,210.95.

Tabla 147.  
Planilla 2025

| Área                            | Puestos                             | Cantidad de<br>trabajadores<br>año 5 | Sueldo<br>bruto<br>mensual | Sueldo<br>bruto total<br>mensual | Sueldo<br>bruto<br>anual | Gratificación<br>(1/12 ) | Total<br>sueldo | CTS(1/24<br>sueldo) | Essalud<br>(9% del<br>sueldo<br>bruto) | Bono ley( 9%<br>de las<br>gratificaciones) | SCTR (1.23% del<br>sueldo bruto) | Total costo<br>planilla fija<br>anual |
|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Administrativa                  | Gerente General                     | 1                                    | 4,000                      | 4,000                            | 48,000                   | 4,000                    | 52,000          | 2167                | 4320                                   | 360                                        | 590                              | 59437                                 |
| Administrativa                  | Asistente Administrativo            | 1                                    | 1,100                      | 1,100                            | 13,200                   | 1,100                    | 14,300          | 596                 | 1188                                   | 99                                         | 162                              | 16345                                 |
| Ventas                          | Asesor de ventas                    | 2                                    | 1,200                      | 2,400                            | 28,800                   | 2,400                    | 31,200          | 1300                | 2592                                   | 216                                        | 354                              | 35662                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Jefe de producción y<br>operaciones | 1                                    | 2,000                      | 2,000                            | 24,000                   | 2,000                    | 26,000          | 1083                | 2160                                   | 180                                        | 295                              | 29719                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Almacenero y analista de<br>calidad | 1                                    | 1,200                      | 1,200                            | 14,400                   | 1,200                    | 15,600          | 650                 | 1296                                   | 108                                        | 177                              | 17831                                 |
| Operaciones y<br>producción     | Operarios de producción             | 15                                   | 930                        | 13,950                           | 167,400                  | 13,950                   | 181,350         | 7556                | 15066                                  | 1256                                       | 2059                             | 207287                                |
|                                 | Total de Trabajadores               | 21                                   |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 366281                                |
| Total costo planilla fija anual |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 366,280.92                            |
| comisión de ventas              |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 37,557.17                             |
| Total costo laboral anual       |                                     |                                      |                            |                                  |                          |                          |                 |                     |                                        |                                            |                                  | 403,838.09                            |

Nota: Elaboración Propia

En el año 2025 tendremos un total de costo de planilla fija de 366,280.92, una comisión de 37,557.17 y el total de costo laboral son 403,838.09.

Tabla 148.

*Resumen del costo laboral anual 2021 - 2025*

|                                  | 2021       | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       |
|----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Gerente General                  | 59,437.07  | 59,437.07  | 59,437.07  | 59,437.07  | 59,437.07  |
| Asistente Administrativo         | 16,345.19  | 16,345.19  | 16,345.19  | 16,345.19  | 16,345.19  |
| Asesor de ventas                 | 35,662.24  | 35,662.24  | 35,662.24  | 35,662.24  | 35,662.24  |
| Jefe de producción y operaciones | 29,718.53  | 29,718.53  | 29,718.53  | 29,718.53  | 29,718.53  |
| Almacenero y analista de calidad | 17,831.12  | 17,831.12  | 17,831.12  | 17,831.12  | 17,831.12  |
| Operarios de producción          | 138,191.18 | 165,829.42 | 179,648.53 | 193,467.65 | 207,286.77 |
| Total costo fijo planillas       | 297,185    | 324,824    | 338,643    | 352,462    | 366,281    |
| Comisión de ventas               | 24,488     | 27,251     | 30,326     | 33,749     | 37,557     |
| Total costo planillas            | 321,673    | 352,075    | 368,969    | 386,211    | 403,838    |

*Nota:* Elaboración Propia

En el año 2021 tendremos un total de costo de planilla fija de 297,185.33, una comisión de 24.488.04 y el total de costo laboral son 321,673.37.

En el año 2022 tendremos un total de costo de planilla fija de 324,823.57, una comisión de 27,251.18 y el total de costo laboral son 352,074.75.

En el año 2023 tendremos un total de costo de planilla fija de 338,642.69, una comisión de 30,326.29 y el total de costo laboral son 368,968.97.

En el año 2024 tendremos un total de costo de planilla fija de 352,461.81, una comisión de 33,749.14 y el total de costo laboral son 386,210.95.

En el año 2025 tendremos un total de costo de planilla fija de 366,280.92, una comisión de 37,557.17 y el total de costo laboral son 403,838.09.

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

Tabla 149.

*Detalles de los gastos por servicio tercerizados del años 2021 al 2025.*

| Servicios<br>tercerizados        | Área           | Monto en S/ | 2021  | 2022  | 2023   | 2024   | 2025   |
|----------------------------------|----------------|-------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Contador                         | Administrativa | 500         | 6000  | 6000  | 6000   | 6000   | 6000   |
| Servicio de<br>limpieza          | Producción     | 930         | 11160 | 11160 | 11160  | 11160  | 11160  |
| Abogado                          | Administrativa | 500         | 2000  | 2000  | 2000   | 2000   | 2000   |
| Transportista                    | Ventas         | 770         | 36960 | 36960 | 36960  | 36960  | 36960  |
| Estampado                        | Producción     | 2 SOLES *   | 28174 | 31149 | 34664  | 38576  | 42929  |
|                                  |                | CAMA        |       |       |        |        |        |
| Seguridad                        | Producción     | 1,000.00    | 12000 | 12000 | 12000  | 12000  | 12000  |
| Total, servicios<br>tercerizados |                |             | 96294 | 99269 | 102784 | 106696 | 111049 |

*Nota:* Elaboración Propia

Los resultados que obtuvimos en los gastos de servicios tercerizados en todos los años fueron 81,910 soles.

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

En la siguiente tabla detallamos los horarios de trabajamos según puesto.

Tabla 150.

*Detalles de los horarios de trabajo*

| Personal                         | Horario de Lunes – viernes                                |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Gerente General                  | 08:00 am – 06:00 pm                                       |
| Asistente Administrativo         | 08:00 am – 06:00 pm                                       |
| Asistente de Ventas              | 08:00 am – 06:00 pm                                       |
| Personal                         | Horario de Lunes - sábado                                 |
| Jefe de producción y operaciones | Lunes -Viernes 08:00 am -06:00 pm Sab 08:00 am – 01:00 pm |
| Almacenero y analista de calidad | Lunes -Viernes 08:00 am -06:00 pm Sab 08:00 am – 01:00 pm |
| Operarios de producción          | Lunes -Viernes 08:00 am -06:00 pm Sab 08:00 am – 01:00 pm |

*Nota:* Elaboración Propia

## Capítulo VI: Estudio técnico

### 6.1. Tamaño del proyecto

#### 6.1.1. Capacidad instalada

##### a. Criterios.

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

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

##### b. Cálculos.

Tabla 151.

*Capacidad instalada*

|                  | Capacidad de  | Paradas   | Capacidad         | Paradas no  | Capacidad         | En un turno | capacidad |
|------------------|---------------|-----------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-----------|
| Maquinarias      | diseño        | programad | efectiva          | programadas | real              | diario de 8 | anual en  |
|                  | (Camas/Horas) | as 13%    | (Camas/<br>Horas) | 7%          | (Camas/<br>Horas) | horas       | 288 días  |
| Máquina de coser | 8             | 1         | 7                 | 1           | 6                 | 51          | 14,746    |

*Nota:* Elaboración propia

Tenemos que al año por máquina de coser se puede realizar 14,746 camas KAWIPET.



Tabla 152.

*Capacidad de producción por máquina de coser*

|                                                     | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Máquina de coser                                    | 2     | 2     | 3     | 3     | 3     |
| Capacidad instalada de máquina de coser en unidades | 29491 | 29491 | 44237 | 44237 | 44237 |

*Nota:* Elaboración propia

### 6.1.2. Capacidad utilizada

#### a. Criterios.

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

#### b) Cálculos.

Tabla 153.

*Producción de camas anuales*

| Resumen de producción total | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| camas pequeñas a producir   | 4672   | 5063   | 5635   | 6271   | 6978   |
| cama mediana a producir     | 11583  | 12553  | 13970  | 15546  | 17300  |
| cama grande a producir      | 5344   | 6060   | 6740   | 7501   | 8347   |
| Total unidades a producir   | 21,599 | 23,676 | 26,344 | 29,318 | 32,626 |

*Nota:* Elaboración propia

#### c) Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

La capacidad total instalada no se usa en su totalidad, se calcula en base al total de producción que se puede generar en cada año del proyecto y se calcula también el porcentaje de la capacidad ociosa que no será utilizada durante cada año del proyecto.

Tabla 154.

*Porcentaje de utilización y capacidad ociosa*

|                                                        | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|--------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Total de unidades a producir.                          | 21599 | 23676 | 26344 | 29318 | 32626 |
| Capacidad instalada en unidades de la máquina de coser | 29491 | 29491 | 44237 | 44237 | 44237 |
| % de utilización                                       | 73%   | 80%   | 60%   | 66%   | 74%   |
| capacidad ociosa                                       | 27%   | 20%   | 40%   | 34%   | 26%   |

*Nota:* Elaboración propia

Tenemos porcentaje de utilización de:

73 % en el año 2021, 80% en el año 2022, 60% en el año 2023 baja porque se adquiere una maquina más para poder llegar a las unidades a producir estimadas,66% en el año 2024 y 74% en el año 2025.

Tenemos los siguientes porcentajes de capacidad ociosa:

En el año 2021 un porcentaje de 27%, en el año 2022 un porcentaje de 20%, en el año 2023 un porcentaje del 40%, en el año 2024 un porcentaje del 34%, en el año 2025 un porcentaje de 26%.

### **6.1.3. Capacidad máxima**

#### **a. Criterios.**

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

#### **b. Cálculos.**

Capacidad máxima asumiendo 3 turnos de 8 horas.

Tabla 155.

*Capacidad máxima instalada*

|                                                                     | 2021  | 2022  | 2023   | 2024   | 2025   |
|---------------------------------------------------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Máquina de coser                                                    | 2     | 2     | 3      | 3      | 3      |
| Capacidad instalada de máquina de coser en unidades(camás)          | 29491 | 29491 | 44237  | 44237  | 44237  |
| Capacidad instalada máxima considerando 3 turnos en unidades(camás) | 88474 | 88474 | 132710 | 132710 | 132710 |

*Nota:* Elaboración propia

## 6.2. Procesos

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

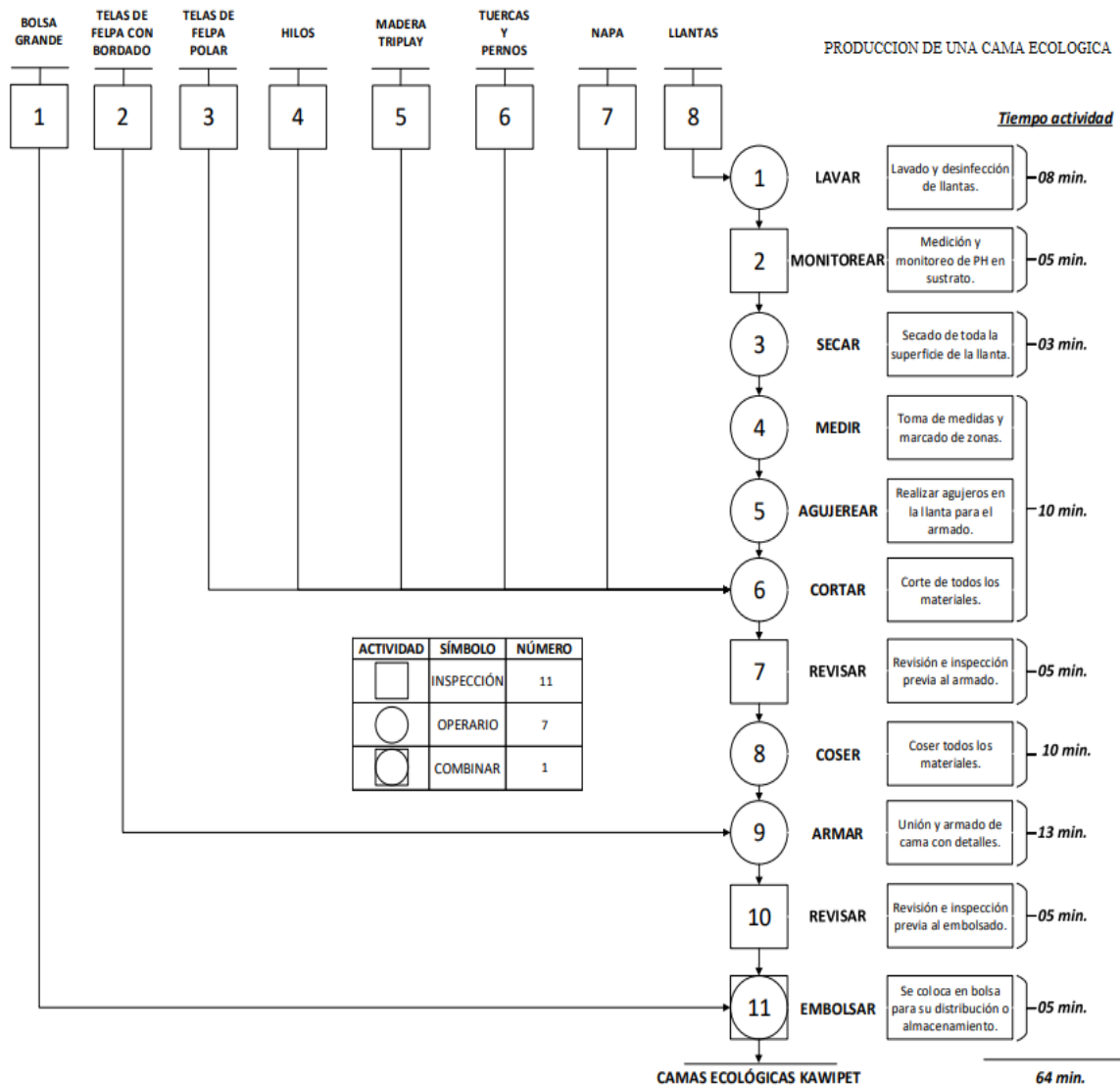


Figura 67. Diagrama de flujo de proceso de producción de KAWIPET S.A.C. Elaboración propio

El proceso de elaboración de una cama en material reciclable tiene las siguientes etapas:

- Nuestro proceso productivo inicia en la adquisición de materiales: llantas, telas importadas de felpa polar (estampada y lisa), hilos, madera triplay, tuercas y napa.
- Para realizar una compra adecuada a los estándares establecidos, el personal de calidad es parte importante de esta fase, ya que se encarga de revisar e inspeccionar la materia prima, y determina la calidad acorde a lo requerido, y si encontrara defectos separa la mercadería para su devolución al proveedor.
- La mercadería seleccionada para su transformación es trasladada a las instalaciones

- Cuando se va a iniciar la manufactura de nuestras camas, el material es retirado del almacén por el jefe de operaciones, como encargado de la producción.
- Luego se traslada y dispone en el área de trabajo, a fin de contar con todos los recursos necesarios de la línea.
- Se inicia el proceso de lavado y desinfección de las llantas a procesar, en esta fase el personal de calidad supervisa y vigila que el personal operativo cumpla con el procedimiento. Posteriormente, realiza pruebas en el sustrato como medición de PH y sales en la superficie, entre otras; a fin de tener superficies totalmente asépticas.
- Después, se procede con la toma de medidas y corte de los materiales según las dimensiones y moldes establecidos, a fin de evitar tamaños diferentes y retrasos en el ciclo. Al término de esta actividad, se realizan los orificios para la colocación de las tuercas y tornillos.
- Posteriormente, se cose y forra todas las superficies a tratar, la llanta y tapas de triplay con las telas y napa, actividad que es supervisada por el personal de calidad, quien luego revisa e inspecciona todos los componentes, a fin de detectar impurezas o defectos, en caso detectara alguno, se depura por el personal operativo, de lo contrario, estos componentes se unen y fijan.
- Al tener una sola pieza, se llevan a cabo los últimos detalles en las camas.
- Este producto final es revisado e inspeccionado previamente a su empaque en bolsa.
- Finalmente, es embolsado y almacenado para su posterior distribución.

### **6.2.2. Programa de producción.**

En esta parte procederemos a ver la programación de producción. Vamos a tener en cuenta el número de unidades obtenidas en la demanda por cada tamaño (pequeña, mediana y grande) del producto, también el porcentaje para el sampling a usar será de 2% para el año 2020

y aumentará en 5% en el año 2021 y bajara 4% y del 2023 al 2025 se mantendrá en 3%, la merma por año será de 1% y el inventario final será de 33.33%.

Tabla 156.

*Programa de producción- Cama tamaño pequeño*

|                             | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| cama pequeña                |      | 4,273 | 4,755 | 5,292 | 5,890 | 6,554 |
| Sampling                    | 2%   | 5%    | 4%    | 3%    | 3%    | 3%    |
| Inventario final            | 33%  | 33%   | 33%   | 33%   | 33%   | 33%   |
| Merma de producto terminado | 1%   | 1%    | 1%    | 1%    | 1%    | 1%    |

*Nota:* Elaboración propia.

El sampling se realizara bimestral, el inventario será 10 días del mes que es un porcentaje del 33% la cual es apropiado para nuestro proyecto, se tiene una merma de 1% de cada producto ya que 1 de 100 productos sale con falla.

Tabla 157.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño pequeña del año 2020 y 2021

| 2020-2021                 |        |          | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | Total |
|---------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|
| cama pequeña              |        |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |       |
| Unidades vendidas         |        | Unidades |            | 171        | 214        | 256        | 256        | 299        | 214        | 385        | 342        | 385        | 556        | 598        | 598        | 4273  |
| Sampling                  | 5.00%  | Unidades | 85         | 19         |            | 26         |            | 26         |            | 36         |            | 47         |            | 60         |            | 214   |
| Merma                     | 1.00%  | Unidades | 1          | 2          | 2          | 3          | 3          | 3          | 2          | 4          | 3          | 4          | 6          | 6          | 6          | 43    |
| Inventario final          | 33.33% | Unidades | 57         | 57         | 71         | 85         | 85         | 100        | 71         | 128        | 114        | 128        | 185        | 199        | 199        | 1424  |
| Inventario inicial        |        | Unidades |            | 57         | 57         | 71         | 85         | 85         | 100        | 71         | 128        | 114        | 128        | 185        | 199        | 1282  |
| camas pequeñas a producir |        |          | 143        | 192        | 230        | 299        | 259        | 342        | 187        | 482        | 331        | 450        | 618        | 678        | 604        | 4672  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 158.

Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2022

| 2022                      |        |          | Ene-<br>22 | Feb-<br>22 | Mar-<br>22 | Abr-<br>22 | May-<br>22 | Jun-<br>22 | Jul-<br>22 | Ago-<br>22 | Set-<br>22 | Oct-<br>22 | Nov-<br>22 | Dic-<br>22 | Total  |
|---------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama pequeña              | %      |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas         |        | Unidades | 285        | 380        | 333        | 285        | 285        | 238        | 428        | 380        | 476        | 476        | 523        | 666        | 4,755  |
| Sampling                  | 4.00%  | Unidades | 33         |            | 31         |            | 26         |            | 40         |            | 48         |            | 59         |            | 238    |
| Merma                     | 1.00%  | Unidades | 3          | 4          | 3          | 3          | 3          | 2          | 4          | 4          | 5          | 5          | 5          | 7          | 48     |
| Inventario final          | 33.33% | Unidades | 95         | 127        | 111        | 95         | 95         | 79         | 143        | 127        | 159        | 159        | 174        | 222        | 1,585  |
| Inventario inicial        |        | Unidades | 199        | 95         | 127        | 111        | 95         | 95         | 79         | 143        | 127        | 159        | 159        | 174        | -1,563 |
| camas pequeñas a producir |        |          | 217        | 416        | 351        | 272        | 314        | 224        | 536        | 368        | 560        | 480        | 604        | 720        | 5,063  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 159.

Programa de producción Mensual- Cama Tamaño pequeña del año 2023

| 2023                      |                 | Ene-<br>23 | Feb-<br>23 | Mar-<br>23 | Abr-<br>23 | May-<br>23 | Jun-<br>23 | Jul-<br>23 | Ago-<br>23 | Set-<br>23 | Oct-<br>23 | Nov-<br>23 | Dic-<br>23 | Total  |
|---------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama pequeña              | %               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas         | Unidades        | 318        | 423        | 370        | 318        | 318        | 265        | 476        | 423        | 529        | 529        | 582        | 741        | 5,292  |
| Sampling                  | 3.00% Unidades  | 37         |            | 34         |            | 29         |            | 45         |            | 53         |            | 66         |            | 265    |
| Merma                     | 1.00% Unidades  | 3          | 4          | 4          | 3          | 3          | 3          | 5          | 4          | 5          | 5          | 6          | 7          | 53     |
| Inventario final          | 33.33% Unidades | 106        | 141        | 123        | 106        | 106        | 88         | 159        | 141        | 176        | 176        | 194        | 247        | 1,764  |
| Inventario inicial        | Unidades        | 222        | 106        | 141        | 123        | 106        | 106        | 88         | 159        | 141        | 176        | 176        | 194        | -1,739 |
| camas pequeñas a producir |                 | 242        | 463        | 391        | 303        | 350        | 250        | 597        | 410        | 623        | 534        | 672        | 801        | 5,635  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 160.

Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2024

| 2024                      |                 | Ene-<br>24 | Feb-<br>24 | Mar-<br>24 | Abr-<br>24 | May-<br>24 | Jun-<br>24 | Jul-<br>24 | Ago-<br>24 | Set-<br>24 | Oct-<br>24 | Nov-<br>24 | Dic-<br>24 | Total  |
|---------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama pequeña              | %               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas         | Unidades        | 353        | 471        | 412        | 353        | 353        | 294        | 530        | 471        | 589        | 589        | 648        | 825        | 5,890  |
| Sampling                  | 3.00% Unidades  | 41         |            | 38         |            | 32         |            | 50         |            | 59         |            | 74         |            | 294    |
| Merma                     | 1.00% Unidades  | 4          | 5          | 4          | 4          | 4          | 3          | 5          | 5          | 6          | 6          | 6          | 8          | 59     |
| Inventario final          | 33.33% Unidades | 118        | 157        | 137        | 118        | 118        | 98         | 177        | 157        | 196        | 196        | 216        | 275        | 1,963  |
| Inventario inicial        | Unidades        | 247        | 118        | 157        | 137        | 118        | 118        | 98         | 177        | 157        | 196        | 196        | 216        | -1,935 |
| camas pequeñas a producir |                 | 269        | 515        | 435        | 337        | 389        | 278        | 664        | 456        | 693        | 595        | 748        | 892        | 6,271  |

Nota: Elaboración propia



Tabla 161.

Programa de producción Mensual - Cama Tamaño pequeña del año 2025

| 2025                      |                 | Ene-<br>25 | Feb-<br>25 | Mar-<br>25 | Abr-<br>25 | May-<br>25 | Jun-<br>25 | Jul-<br>25 | Ago-<br>25 | Set-<br>25 | Oct-<br>25 | Nov-<br>25 | Dic-<br>25 | Total  |
|---------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama pequeña              | %               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas         | Unidades        | 393        | 524        | 459        | 393        | 393        | 328        | 590        | 524        | 655        | 655        | 721        | 918        | 6,554  |
| Sampling                  | 3.00% Unidades  | 46         |            | 43         |            | 36         |            | 56         |            | 66         |            | 82         |            | 328    |
| Merma                     | 1.00% Unidades  | 4          | 5          | 5          | 4          | 4          | 3          | 6          | 5          | 7          | 7          | 7          | 9          | 66     |
| Inventario final          | 33.33% Unidades | 131        | 175        | 153        | 131        | 131        | 109        | 197        | 175        | 218        | 218        | 240        | 306        | 2,185  |
| Inventario inicial        | Unidades        | 275        | 131        | 175        | 153        | 131        | 131        | 109        | 197        | 175        | 218        | 218        | 240        | -2,154 |
| camas pequeñas a producir |                 | 299        | 573        | 484        | 375        | 433        | 309        | 739        | 508        | 771        | 662        | 832        | 992        | 6,978  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 162.

Resumen de Programa de producción- Cama tamaño pequeña

|                             | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| camas pequeñas a producir   | 143  | 4,672 | 5,063 | 5,635 | 6,271 | 6,978 |
| resumen de sampling y stock | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
| Sampling                    | 85   | 214   | 238   | 265   | 294   | 328   |
| Stock inicial               | 0    | 57    | 199   | 222   | 247   | 275   |
| Stock final                 | 57   | 199   | 222   | 247   | 275   | 306   |

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra el resumen de la producción de la cama tamaño pequeña del año 2020 al 2025, asimismo el resumen de sampling, stock inicial y stock final de la producción.

- Sampling en el año 2020 tenemos 85 unidades., en el año 2021 tenemos 214 unidades, en el año 2022 tenemos 238 unidades, en el año 2023 tenemos 265 unidades, en el año 2024 tenemos 294 unidades y en el año 2025 tenemos 328 unidades.
- Stock inicial en el año 2021 tenemos 57 unidades, en el año 2022 tenemos 199 unidades, en el año 2023 tenemos 222 unidades, en el año 2024 tenemos 247 unidades y en el año 2025 tenemos 275 unidades.

- Stock final en el año 2020 tenemos 57 unidades, en el año 2021 tenemos 199 unidades, en el año 2022 tenemos 222 unidades, en el año 2023 tenemos 247 unidades, en el año 2024 tenemos 275 unidades y en el año 2025 tenemos 306 unidades.

Tabla 163.

Programa de producción- Cama tamaño Mediana

|                             | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| cama mediana                |        | 10,594 | 11,790 | 13,120 | 14,601 | 16,249 |
| Sampling                    | 2.00%  | 5.00%  | 4.00%  | 3.00%  | 3.00%  | 3.00%  |
| Inventario final            | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% |
| Merma de producto terminado | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 164.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2020 y 2021

| 2020-2021               |                 | Dic- | Ene- | Feb- | Mar- | Abr- | May- | Jun- | Jul- | Ago- | Set- | Oct- | Nov- | Dic- | Total |
|-------------------------|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
|                         |                 | 20   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   |       |
| cama mediana            |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |
| Unidades vendidas       | Unidades        |      | 424  | 530  | 636  | 636  | 742  | 530  | 953  | 848  | 953  | 1377 | 1483 | 1483 | 10594 |
| Sampling                | 5.00% Unidades  | 212  | 48   |      | 64   |      | 64   |      | 90   |      | 117  |      | 148  |      | 530   |
| Merma                   | 1.00% Unidades  | 2    | 4    | 5    | 6    | 6    | 7    | 5    | 10   | 8    | 10   | 14   | 15   | 15   | 106   |
| Inventario final        | 33.33% Unidades | 141  | 141  | 177  | 212  | 212  | 247  | 177  | 318  | 283  | 318  | 459  | 494  | 494  | 3531  |
| Inventario inicial      | Unidades        |      | 141  | 141  | 177  | 212  | 212  | 247  | 177  | 318  | 283  | 318  | 459  | 494  | 3178  |
| cama mediana a producir |                 | 355  | 476  | 570  | 741  | 642  | 848  | 464  | 1194 | 821  | 1115 | 1532 | 1682 | 1498 | 11583 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 165.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2022

| 2022                    |                 | Ene-<br>22 | Feb-<br>22 | Mar-<br>22 | Abr-<br>22 | May-<br>22 | Jun-<br>22 | Jul-<br>22 | Ago-<br>22 | Set-<br>22 | Oct-<br>22 | Nov-<br>22 | Dic-<br>22 | Total  |
|-------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama mediana            | %               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas       | Unidades        | 707        | 943        | 825        | 707        | 707        | 589        | 1061       | 943        | 1179       | 1179       | 1297       | 1651       | 11,790 |
| Sampling                | 4.00% Unidades  | 83         |            | 77         |            | 65         |            | 100        |            | 118        |            | 147        |            | 589    |
| Merma                   | 1.00% Unidades  | 7          | 9          | 8          | 7          | 7          | 6          | 11         | 9          | 12         | 12         | 13         | 17         | 118    |
| Inventario final        | 33.33% Unidades | 236        | 314        | 275        | 236        | 236        | 196        | 354        | 314        | 393        | 393        | 432        | 550        | 3,930  |
| Inventario inicial      | Unidades        | 494        | 236        | 314        | 275        | 236        | 236        | 196        | 354        | 314        | 393        | 393        | 432        | -3,874 |
| cama mediana a producir |                 | 538        | 1,031      | 871        | 675        | 779        | 556        | 1,329      | 913        | 1,387      | 1,191      | 1,497      | 1,785      | 12,553 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 166.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2023

| 2023                    |                 | Ene-<br>23 | Feb-<br>23 | Mar-<br>23 | Abr-<br>23 | May-<br>23 | Jun-<br>23 | Jul-<br>23 | Ago-<br>23 | Set-<br>23 | Oct-<br>23 | Nov-<br>23 | Dic-<br>23 | Total  |
|-------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama mediana            | %               |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas       | Unidades        | 787        | 1050       | 918        | 787        | 787        | 656        | 1181       | 1050       | 1312       | 1312       | 1443       | 1837       | 13,120 |
| Sampling                | 3.00% Unidades  | 92         |            | 85         |            | 72         |            | 112        |            | 131        |            | 164        |            | 656    |
| Merma                   | 1.00% Unidades  | 8          | 10         | 9          | 8          | 8          | 7          | 12         | 10         | 13         | 13         | 14         | 18         | 131    |
| Inventario final        | 33.33% Unidades | 262        | 350        | 306        | 262        | 262        | 219        | 394        | 350        | 437        | 437        | 481        | 612        | 4,373  |
| Inventario inicial      | Unidades        | 550        | 262        | 350        | 306        | 262        | 262        | 219        | 394        | 350        | 437        | 437        | 481        | -4,311 |
| cama mediana a producir |                 | 599        | 1,148      | 969        | 751        | 867        | 619        | 1,479      | 1,016      | 1,544      | 1,325      | 1,665      | 1,986      | 13,970 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 167.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2024

| 2024                    |        |          | Ene-<br>24 | Feb-<br>24 | Mar-<br>24 | Abr-<br>24 | May-<br>24 | Jun-<br>24 | Jul-<br>24 | Ago-<br>24 | Set-<br>24 | Oct-<br>24 | Nov-<br>24 | Dic-<br>24 | Total  |
|-------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama mediana            | %      |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas       |        | Unidades | 876        | 1168       | 1022       | 876        | 876        | 730        | 1314       | 1168       | 1460       | 1460       | 1606       | 2044       | 14,601 |
| Sampling                | 3.00%  | Unidades | 102        |            | 95         |            | 80         |            | 124        |            | 146        |            | 183        |            | 730    |
| Merma                   | 1.00%  | Unidades | 9          | 12         | 10         | 9          | 9          | 7          | 13         | 12         | 15         | 15         | 16         | 20         | 146    |
| Inventario final        | 33.33% | Unidades | 292        | 389        | 341        | 292        | 292        | 243        | 438        | 389        | 487        | 487        | 535        | 681        | 4,867  |
| Inventario inicial      |        | Unidades | 612        | 292        | 389        | 341        | 292        | 292        | 243        | 438        | 389        | 487        | 487        | 535        | -4,798 |
| cama mediana a producir |        |          | 667        | 1,277      | 1,079      | 836        | 965        | 689        | 1,646      | 1,131      | 1,718      | 1,475      | 1,853      | 2,211      | 15,546 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 168.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2025

| 2025                    |        |          | Ene-<br>25 | Feb-<br>25 | Mar-<br>25 | Abr-<br>25 | May-<br>25 | Jun-<br>25 | Jul-<br>25 | Ago-<br>25 | Set-<br>25 | Oct-<br>25 | Nov-<br>25 | Dic-<br>25 | Total  |
|-------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama mediana            | %      |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas       |        | Unidades | 975        | 1300       | 1137       | 975        | 975        | 812        | 1462       | 1300       | 1625       | 1625       | 1787       | 2275       | 16,249 |
| Sampling                | 3.00%  | Unidades | 114        |            | 106        |            | 89         |            | 138        |            | 162        |            | 203        |            | 812    |
| Merma                   | 1.00%  | Unidades | 10         | 13         | 11         | 10         | 10         | 8          | 15         | 13         | 16         | 16         | 18         | 23         | 162    |
| Inventario final        | 33.33% | Unidades | 325        | 433        | 379        | 325        | 325        | 271        | 487        | 433        | 542        | 542        | 596        | 758        | 5,416  |
| Inventario inicial      |        | Unidades | 681        | 325        | 433        | 379        | 325        | 325        | 271        | 487        | 433        | 542        | 542        | 596        | -5,339 |
| cama mediana a producir |        |          | 742        | 1,421      | 1,200      | 931        | 1,074      | 766        | 1,832      | 1,259      | 1,912      | 1,641      | 2,062      | 2,460      | 17,300 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 169.

*Resumen de Programa de producción- Cama tamaño Mediana*

|                             | 2020 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| cama mediana a producir     | 355  | 11,583 | 12,553 | 13,970 | 15,546 | 17,300 |
| resumen de sampling y stock | 2020 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
| Sampling                    | 212  | 530    | 589    | 656    | 730    | 812    |
| Stock inicial               | 0    | 141    | 494    | 550    | 612    | 681    |
| Stock final                 | 141  | 494    | 550    | 612    | 681    | 758    |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla muestra el resumen de la producción de la cama Mediana del año 2020 al año 2025, asimismo el resumen de sampling, stock inicial y stock final de la producción.

- Sampling en el año 2020 tenemos 212 unidades., en el año 2021 tenemos 530 unidades, en el año 2022 tenemos 589 unidades, en el año 2023 tenemos 656 unidades, en el año 2024 tenemos 730 unidades y en el año 2025 tenemos 812 unidades.
- Stock inicial en el año 2021 tenemos 141 unidades, en el año 2022 tenemos 494 unidades, en el año 2023 tenemos 550 unidades, en el año 2024 tenemos 612 unidades y en el año 2025 tenemos 681 unidades.
- Stock final en el año 2020 tenemos 141 unidades, en el año 2021 tenemos 494 unidades, en el año 2022 tenemos 550 unidades, en el año 2023 tenemos 612 unidades, en el año 2024 tenemos 681 unidades y en el año 2025 tenemos 758 unidades.

Tabla 170.

Programa de producción- Cama tamaño Grande

|                             | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| cama grande                 |        | 4,888  | 5,439  | 6,053  | 6,736  | 7,496  |
| Sampling                    | 2.00%  | 5.00%  | 4.00%  | 3.00%  | 3.00%  | 3.00%  |
| Inventario final            | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% | 33.33% |
| Merma de producto terminado | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  | 1.00%  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 171.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Grande del año 2020 y 2021.

| 2020-2021              |          |          | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | Total |
|------------------------|----------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|
| cama grande            |          |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |       |
| Unidades vendidas      | Unidades |          |            | 196        | 244        | 293        | 293        | 342        | 244        | 440        | 391        | 440        | 635        | 684        | 684        | 4888  |
| Sampling               | 5.00%    | Unidades | 98         | 22         |            | 29         |            | 29         |            | 42         |            | 54         |            | 68         |            | 244   |
| Merma                  | 1.00%    | Unidades | 1          | 2          | 2          | 3          | 3          | 3          | 2          | 4          | 4          | 4          | 6          | 7          | 7          | 49    |
| Inventario final       | 33.33%   | Unidades | 65         | 65         | 81         | 98         | 98         | 114        | 81         | 147        | 130        | 147        | 212        | 228        | 228        | 1629  |
| Inventario inicial     |          | Unidades |            | 65         | 65         | 81         | 98         | 98         | 114        | 81         | 147        | 130        | 147        | 212        | 228        | 1466  |
| cama grande a producir |          |          | 164        | 219        | 263        | 342        | 296        | 391        | 214        | 551        | 379        | 514        | 707        | 776        | 691        | 5344  |

Nota: Elaboración propia



Tabla 172.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Grande del año 2022.

|                        |        |          | Ene- | Feb- | Mar- | Abr- | May- | Jun- | Jul- | Ago- | Set- | Oct- | Nov- | Dic-  | Total  |
|------------------------|--------|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|--------|
| 2022                   |        |          | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22   | 22    |        |
| cama grande            | %      |          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |        |
| Unidades vendidas      |        | Unidades | 326  | 435  | 381  | 326  | 326  | 272  | 490  | 435  | 544  | 544  | 598  | 761   | 5,439  |
| Sampling               | 4.00%  | Unidades | 13   | 41   |      | 33   |      | 38   |      | 49   |      | 57   |      | 310   | 541    |
| Merma                  | 1.00%  | Unidades | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 6    | 8     | 54     |
| Inventario final       | 33.33% | Unidades | 109  | 145  | 127  | 109  | 109  | 91   | 163  | 145  | 181  | 181  | 199  | 254   | 1,813  |
| Inventario inicial     |        | Unidades | 228  | 109  | 145  | 127  | 109  | 109  | 91   | 163  | 145  | 181  | 181  | 199   | -1,787 |
| cama grande a producir |        |          | 223  | 517  | 366  | 344  | 330  | 295  | 567  | 470  | 586  | 606  | 622  | 1,134 | 6,060  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 173.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2023.

| 2023                   |        |          | Ene- | Feb- | Mar- | Abr- | May- | Jun- | Jul- | Ago- | Set- | Oct- | Nov- | Dic-  | Total  |
|------------------------|--------|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|--------|
|                        |        |          | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23    | 23     |
| cama grande            | %      |          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |        |
| Unidades vendidas      |        | Unidades | 363  | 484  | 424  | 363  | 363  | 303  | 545  | 484  | 605  | 605  | 666  | 847   | 6,053  |
| Sampling               | 3.00%  | Unidades | 11   | 45   |      | 36   |      | 42   |      | 54   |      | 64   |      | 345   | 598    |
| Merma                  | 1.00%  | Unidades | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 6    | 6    | 7    | 8     | 61     |
| Inventario final       | 33.33% | Unidades | 121  | 161  | 141  | 121  | 121  | 101  | 182  | 161  | 202  | 202  | 222  | 282   | 2,018  |
| Inventario inicial     |        | Unidades | 254  | 121  | 161  | 141  | 121  | 121  | 101  | 182  | 161  | 202  | 202  | 222   | -1,989 |
| cama grande a producir |        |          | 245  | 575  | 408  | 383  | 367  | 328  | 631  | 523  | 652  | 675  | 693  | 1,261 | 6,740  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 174.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2024.

| 2024                   |        |          | Ene-<br>24 | Feb-<br>24 | Mar-<br>24 | Abr-<br>24 | May-<br>24 | Jun-<br>24 | Jul-<br>24 | Ago-<br>24 | Set-<br>24 | Oct-<br>24 | Nov-<br>24 | Dic-<br>24 | Total  |
|------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama grande            | %      |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas      |        | Unidades | 404        | 539        | 472        | 404        | 404        | 337        | 606        | 539        | 674        | 674        | 741        | 943        | 6,736  |
| Sampling               | 3.00%  | Unidades | 12         | 51         |            | 40         |            | 47         |            | 61         |            | 71         |            | 384        | 666    |
| Merma                  | 1.00%  | Unidades | 4          | 5          | 5          | 4          | 4          | 3          | 6          | 5          | 7          | 7          | 7          | 9          | 67     |
| Inventario final       | 33.33% | Unidades | 135        | 180        | 157        | 135        | 135        | 112        | 202        | 180        | 225        | 225        | 247        | 314        | 2,245  |
| Inventario inicial     |        | Unidades | 282        | 135        | 180        | 157        | 135        | 135        | 112        | 202        | 180        | 225        | 225        | 247        | -2,213 |
| cama grande a producir |        |          | 273        | 640        | 454        | 426        | 408        | 365        | 702        | 582        | 725        | 751        | 771        | 1,404      | 7,501  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 175.

Programa de producción Mensual –Cama Tamaño Mediana del año 2025

| 2025                   |        |          | Ene-<br>25 | Feb-<br>25 | Mar-<br>25 | Abr-<br>25 | May-<br>25 | Jun-<br>25 | Jul-<br>25 | Ago-<br>25 | Set-<br>25 | Oct-<br>25 | Nov-<br>25 | Dic-<br>25 | Total  |
|------------------------|--------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| cama grande            | %      |          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |        |
| Unidades vendidas      |        | Unidades | 450        | 600        | 525        | 450        | 450        | 375        | 675        | 600        | 750        | 750        | 825        | 1049       | 7,496  |
| Sampling               | 3.00%  | Unidades | 13         | 56         |            | 45         |            | 52         |            | 67         |            | 79         |            | 427        | 741    |
| Merma                  | 1.00%  | Unidades | 4          | 6          | 5          | 4          | 4          | 4          | 7          | 6          | 7          | 7          | 8          | 10         | 75     |
| Inventario final       | 33.33% | Unidades | 150        | 200        | 175        | 150        | 150        | 125        | 225        | 200        | 250        | 250        | 275        | 350        | 2,499  |
| Inventario inicial     |        | Unidades | 314        | 150        | 200        | 175        | 150        | 150        | 125        | 225        | 200        | 250        | 250        | 275        | -2,463 |
| cama grande a producir |        |          | 303        | 712        | 505        | 474        | 454        | 406        | 781        | 648        | 807        | 836        | 858        | 1,562      | 8,347  |

Nota: Elaboración propia



Tabla 176.

*Resumen de Programa de producción- Cama tamaño Grande*

|                             | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| cama grande a producir      | 164  | 5,344 | 6,060 | 6,740 | 7,501 | 8,347 |
| resumen de sampling y stock | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
| Sampling                    | 98   | 244   | 541   | 598   | 666   | 741   |
| Stock inicial               | 0    | 65    | 228   | 254   | 282   | 314   |
| Stock final                 | 65   | 228   | 254   | 282   | 314   | 350   |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla muestra el resumen de la producción de la cama tamaño grande del año 2020 al 2025, asimismo el resumen de sampling, stock inicial y stock final de la producción.

- Sampling en el año 2020 tenemos 98 unidades., en el año 2021 tenemos 244 unidades, en el año 2022 tenemos 541 unidades, en el año 2023 tenemos 598 unidades, en el año 2024 tenemos 666 unidades y en el año 2025 tenemos 741 unidades.
- Stock inicial en el año 2021 tenemos 65 unidades, en el año 2022 tenemos 228 unidades, en el año 2023 tenemos 254 unidades, en el año 2024 tenemos 282 unidades y en el año 2025 tenemos 314 unidades.
- Stock final en el año 2020 tenemos 65 unidades, en el año 2021 tenemos 228 unidades, en el año 2022 tenemos 254 unidades, en el año 2023 tenemos 282 unidades, en el año 2024 tenemos 314 unidades y en el año 2025 tenemos 350 unidades.

Tabla 177.

*Resumen de Programa de producción de los tres tamaños de camas*

| Resumen de producción total | Dic-20 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| camas pequeñas a producir   | 143    | 4672   | 5063   | 5635   | 6271   | 6978   |
| cama mediana a producir     | 355    | 11583  | 12553  | 13970  | 15546  | 17300  |
| cama grande a producir      | 164    | 5344   | 6060   | 6740   | 7501   | 8347   |
| Total unidades a producir   | 662    | 21,599 | 23,676 | 26,344 | 29,318 | 32,626 |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla muestra el resumen de la producción total de los 3 tamaños del producto, obteniendo las siguientes unidades: 662 UND a producir para el año 2020, 21,599 UND a producir para el año 2021, 23,676 UND a producir para el año 2022, 26,344 UND a producir para el año 2023, 29,318 UND a producir para el año 2024 y 32,626 UND a producir para el año 2025.

### **6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.**

Para desarrollar el plan de necesidad de materias primas e insumos, vamos a utilizar como guía el programa de producción y la receta de materia prima.

**a) Cama Pequeña 55 x 40**

Tabla 178.

*Necesidades de materias primas e insumos.*

| CAMA PEQUEÑO 55X40         | Cantidad en<br>gramos o unidad | Unidad de<br>medida | Precio Kg/litro o<br>unidad | %<br>merma | Costo por<br>kilo/unidad | Costo<br>unitario | Frecuencia<br>de compra |
|----------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|--------------------------|-------------------|-------------------------|
|                            |                                |                     |                             |            |                          | 15.52             |                         |
| Llanta                     | 1                              | unidad              | 5                           | 1.00%      | 4.24                     | 4.28              | Trimestral              |
| Tela importada felpa polar | 1.8                            | metro               | 4                           | 1.00%      | 3.39                     | 6.16              | Trimestral              |
| Hilo                       | 1.8                            | metro               | 0.08                        | 1.00%      | 0.07                     | 0.12              | Trimestral              |
| Tripley                    | 0.44                           | metro               | 1.91                        | 1.00%      | 1.62                     | 0.72              | Trimestral              |
| Tuerca                     | 7                              | unidades            | 0.2                         | 0.00%      | 0.17                     | 1.19              | Trimestral              |
| Napa                       | 1.2                            | Kg                  | 3                           | 0.00%      | 2.54                     | 3.05              | Trimestral              |
| Materiales                 |                                |                     |                             |            |                          | 0.17              |                         |
| Bolsa                      | 1                              | unidad              | 0.2                         | 0.00%      | 0.17                     | 0.17              | Trimestral              |
|                            |                                |                     |                             |            |                          | 15.69             |                         |

*Nota:* Elaboración propia

El costo de la materia prima por unidad de la cama pequeña es 15.69 soles.

Tabla 179.

Consumo de materias primas para la elaboración de la cama pequeña en presentación de medidas 55 x 40

| Insumos                    | unidad   | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|----------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Llanta                     | unidad   | 145    | 194    | 232    | 302    | 262    | 345    | 189    | 487    | 334    | 454    | 624    | 685    | 610    | 4719  | 5114  | 5691  | 6334  | 7048  |
| Tela importada felpa polar | metro    | 261    | 349    | 418    | 543    | 471    | 622    | 341    | 876    | 602    | 818    | 1124   | 1233   | 1099   | 8494  | 9205  | 10244 | 11401 | 12686 |
| Hilo                       | metro    | 261    | 349    | 418    | 543    | 471    | 622    | 341    | 876    | 602    | 818    | 1124   | 1233   | 1099   | 8494  | 9205  | 10244 | 11401 | 12686 |
| Tripley                    | metro    | 64     | 85     | 102    | 133    | 115    | 152    | 83     | 214    | 147    | 200    | 275    | 301    | 269    | 2076  | 2250  | 2504  | 2787  | 3101  |
| Tuerca                     | unidades | 1003   | 1343   | 1610   | 2092   | 1813   | 2394   | 1311   | 3372   | 2317   | 3148   | 4327   | 4748   | 4230   | 32706 | 35442 | 39442 | 43897 | 48847 |
| Napa                       | Kg       | 172    | 230    | 276    | 359    | 311    | 410    | 225    | 578    | 397    | 540    | 742    | 814    | 725    | 5607  | 6076  | 6762  | 7525  | 8374  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 180.

Consumo y valorización de material de bolsas

| Materiales | unidad | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|
| Bolsa      | unidad | 143    | 192    | 230    | 299    | 259    | 342    | 187    | 482    | 331    | 450    | 618    | 678    | 604    | 4672 | 5063 | 5635 | 6271 | 6978 |

Nota: Elaboración propia

b) Cama mediana 65 x 50

Tabla 181.

Necesidad de materias primas

| CAMA MEDIANA 65X50         | Cantidad en<br>gramos o unidad | Unidad de<br>medida | Precio Kg/litro o<br>unidad | % merma | Costo por<br>kilo/unidad | Costo<br>unitario | Frecuencia<br>de compra |
|----------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------------|---------|--------------------------|-------------------|-------------------------|
|                            |                                |                     |                             |         |                          | 18.44             |                         |
| Llanta                     | 1                              | unidad              | 5                           | 0.01    | 4.24                     | 4.28              | Trimestral              |
| Tela importada felpa polar | 2                              | metro               | 4                           | 0.01    | 3.39                     | 7.53              | Trimestral              |

|            |      |          |      |      |       |       |            |
|------------|------|----------|------|------|-------|-------|------------|
| Hilo       | 2    | metro    | 0.08 | 0.01 | 0.07  | 0.15  | Trimestral |
| Tripley    | 0.44 | metro    | 1.91 | 0.01 | 1.62  | 0.72  | Trimestral |
| Tuerca     | 7    | unidades | 0.2  | 0    | 0.17  | 1.19  | Trimestral |
| Napa       | 2    | kilo     | 3    | 0    | 2.54  | 4.58  | Trimestral |
| Materiales |      |          |      |      |       | 0.17  |            |
| Bolsa      | 1    | unidad   | 0.2  | 0%   | 0.169 | 0.169 | Mensual    |
|            |      |          |      |      |       | 18.61 |            |

Nota: Elaboración propia

El costo de la materia prima por unidad de la cama mediana es 18.61 soles.

Tabla 182.

Consumo de materias primas para la elaboración de la cama mediana en presentación de medidas 65 x 65

| Insumos                    | unidad   | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024   | 2025   |
|----------------------------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|-------|-------|--------|--------|
| Llanta                     | unidad   | 359        | 480        | 576        | 748        | 648        | 856        | 469        | 1206       | 829        | 1126       | 1548       | 1698       | 1513       | 11699 | 12679 | 14109 | 15702  | 17473  |
| Tela importada felpa polar | metro    | 789        | 1057       | 1267       | 1646       | 1427       | 1884       | 1032       | 2654       | 1824       | 2477       | 3405       | 3737       | 3329       | 25738 | 27893 | 31040 | 34544  | 38441  |
| Hilo                       | metro    | 789        | 1057       | 1267       | 1646       | 1427       | 1884       | 1032       | 2654       | 1824       | 2477       | 3405       | 3737       | 3329       | 25738 | 27893 | 31040 | 34544  | 38441  |
| Tripley                    | metro    | 158        | 211        | 253        | 329        | 285        | 377        | 206        | 531        | 365        | 495        | 681        | 747        | 666        | 5148  | 5579  | 6208  | 6909   | 7688   |
| Tuerca                     | unidades | 2487       | 3330       | 3992       | 5186       | 4494       | 5935       | 3251       | 8360       | 5745       | 7804       | 10726      | 11772      | 10486      | 81082 | 87872 | 97787 | 108823 | 121103 |
| Napa                       | kilo     | 639        | 856        | 1027       | 1334       | 1156       | 1526       | 836        | 2150       | 1477       | 2007       | 2758       | 3027       | 2696       | 20850 | 22596 | 25145 | 27983  | 31141  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 183.

Consumo y valorización de material de bolsas

|            |        | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|------------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Materiales | unidad |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |       |       |       |       |       |
| BOLSA      | unidad | 355        | 476        | 570        | 741        | 642        | 848        | 464        | 1194       | 821        | 1115       | 1532       | 1682       | 1498       | 11583 | 12553 | 13970 | 15546 | 17300 |

Nota: Elaboración propia

**c) Cama grande 75x 60**

Tabla 184.

*Necesidad de materias primas para el modelo de cama grande*

| Cama grande 75x60          | Cantidad en<br>gramos o unidad | Unidad de<br>medida | Precio kg/litro<br>o unidad | %<br>merma | Costo por<br>kilo/unidad | Costo<br>unitario | Frecuencia<br>de compra |
|----------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|--------------------------|-------------------|-------------------------|
|                            |                                |                     |                             |            |                          | 21.37             |                         |
| Llanta                     | 1                              | Unidad              | 5                           | 1.00%      | 4.24                     | 4.28              | Trimestral              |
| Tela importada felpa polar | 3                              | Metro               | 4                           | 1.00%      | 3.39                     | 8.90              | Trimestral              |
| Hilo                       | 3                              | Metro               | 0.08                        | 1.00%      | 0.07                     | 0.18              | Trimestral              |
| Tripley                    | 0                              | Metro               | 1.91                        | 1.00%      | 1.62                     | 0.72              | Trimestral              |
| Tuerca                     | 7                              | Unidades            | 0.2                         | 0.00%      | 0.17                     | 1.19              | Trimestral              |
| Napa                       | 2                              | Napa                | 3                           | 0.00%      | 2.54                     | 6.10              | Trimestral              |
| Materiales                 |                                |                     |                             |            |                          | 0.17              |                         |
| Bolsa                      | 1                              | Unidad              | 0.2                         | 0          | 0.169                    | 0.169             | Trimestral              |
|                            |                                |                     |                             |            |                          | 21.54             |                         |

*Nota:* Elaboración propia

El costo de la materia prima por unidad de la cama grande es 21.54 soles.

Tabla 185.

Consumo de materias primas para la elaboración de la cama grande en presentación de medidas 75 x 60

| Insumos                    | Unidad   | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|----------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Llanta                     | Unidad   | 166    | 222    | 266    | 345    | 299    | 395    | 216    | 557    | 382    | 519    | 714    | 784    | 698    | 5397  | 6121  | 6808  | 7576  | 8431  |
| Tela importada felpa polar | Metro    | 430    | 576    | 691    | 898    | 778    | 1027   | 563    | 1447   | 994    | 1351   | 1856   | 2037   | 1815   | 14033 | 15914 | 17700 | 19697 | 21920 |
| Hilo                       | Metro    | 430    | 576    | 691    | 898    | 778    | 1027   | 563    | 1447   | 994    | 1351   | 1856   | 2037   | 1815   | 14033 | 15914 | 17700 | 19697 | 21920 |
| Tripley                    | Metro    | 73     | 98     | 117    | 152    | 132    | 174    | 95     | 245    | 168    | 229    | 314    | 345    | 307    | 2375  | 2693  | 2995  | 3333  | 3710  |
| Tuerca                     | Unidades | 1147   | 1536   | 1842   | 2393   | 2073   | 2738   | 1500   | 3857   | 2650   | 3600   | 4948   | 5431   | 4838   | 37407 | 42420 | 47182 | 52506 | 58431 |
| Napa                       | Napa     | 393    | 527    | 631    | 820    | 711    | 939    | 514    | 1322   | 909    | 1234   | 1697   | 1862   | 1659   | 12825 | 14544 | 16177 | 18002 | 20034 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 186.

Detalle del Consumo y valorización de material de bolsas para la cama grande

| Materiales | unidad | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|
| BOLSA      | 1      | 164    | 219    | 263    | 342    | 296    | 391    | 214    | 551    | 379    | 514    | 707    | 776    | 691    | 5344 | 6060 | 6740 | 7501 | 8347 |

Nota: Elaboración propia

Resumen total de necesidad de materias primas y materiales:

Tabla 187.

Detallamos un cuadro resumen que será considerado en el consumo en materia prima y consumo.

| Resumen total de materias primas | Unidad | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Llanta                           | Unidad | 669    | 896    | 1074   | 1395   | 1209   | 1597   | 875    | 2249   | 1546   | 2100   | 2886   | 3167   | 2821   | 21815 | 23913 | 26608 | 29611 | 32952 |
| Tela importada felpa polar       | Metro  | 1480   | 1982   | 2376   | 3087   | 2675   | 3533   | 1935   | 4977   | 3420   | 4646   | 6385   | 7007   | 6242   | 48265 | 53012 | 58984 | 65641 | 73048 |
| Hilo                             | Metro  | 1480   | 1982   | 2376   | 3087   | 2675   | 3533   | 1935   | 4977   | 3420   | 4646   | 6385   | 7007   | 6242   | 48265 | 53012 | 58984 | 65641 | 73048 |

|         |          |      |      |      |      |      |       |      |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |
|---------|----------|------|------|------|------|------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Tripley | Metro    | 294  | 394  | 473  | 614  | 532  | 703   | 385  | 990   | 680   | 924   | 1270  | 1394  | 1241  | 9599   | 10522  | 11707  | 13029  | 14499  |
| Tuerca  | Unidades | 4637 | 6209 | 7445 | 9671 | 8380 | 11068 | 6062 | 15590 | 10713 | 14553 | 20001 | 21951 | 19554 | 151195 | 165734 | 184411 | 205226 | 228381 |
| Napa    | Kg       | 1205 | 1613 | 1934 | 2513 | 2177 | 2875  | 1575 | 4050  | 2783  | 3781  | 5196  | 5703  | 5080  | 39282  | 43215  | 48083  | 53510  | 59548  |

Nota: Elaboración propia

Se realizó el cuadro de resumen por la cada materia prima que se usara en la cama pequeña, mediana y grande.

Tabla 188.

Detalle de materiales de bolsas a considerar

| Materiales | Unidad | Dic- | Ene- | Feb- | Mar- | Abr- | May- | Jun- | Jul- | Ago- | Set- | Oct- | Nov- | Dic- | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|------------|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|            |        | 20   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   |       |       |       |       |       |
| BOLSA      | Unidad | 662  | 887  | 1064 | 1382 | 1197 | 1581 | 866  | 2227 | 1530 | 2079 | 2857 | 3136 | 2793 | 21599 | 23676 | 26344 | 29318 | 32626 |

Nota: Elaboración propia

Se realizó el cuadro de resumen por las bolsas que se usara en la cama pequeña, mediana y grande.

Tabla 189.

Stock de seguridad de las llantas

| Stock de seguridad llanta          |         | 33.333% |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |        |       |       |       |       |       |
|------------------------------------|---------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                    | Unidad  | Dic-    | Ene- | Feb- | Mar- | Abr- | May- | Jun- | Jul- | Ago- | Set- | Oct- | Nov- | Dic-21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|                                    |         | 20      | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   |        |       |       |       |       |       |
| Necesidad de llanta incluido merma | UNIDAD  | 669     | 896  | 1074 | 1395 | 1209 | 1597 | 875  | 2249 | 1546 | 2100 | 2886 | 3167 | 2821   | 21815 | 23913 | 26608 | 29611 | 32952 |
| Inventario final                   | 33.333% | 223     | 299  | 358  | 465  | 403  | 532  | 292  | 750  | 515  | 700  | 962  | 1056 | 940    | 7495  | 7971  | 8869  | 9870  | 10984 |
| Inventario inicial                 |         | 0       | -223 | -299 | -358 | -465 | -403 | -532 | -292 | -750 | -515 | -700 | -962 | -1056  | -6554 | -7495 | -7971 | -8869 | -9870 |
| Llantas a comprar                  |         | 892     | 971  | 1134 | 1502 | 1147 | 1726 | 634  | 2708 | 1311 | 2284 | 3148 | 3261 | 2706   | 22756 | 24389 | 27506 | 30612 | 34066 |

Nota: Elaboración propia

Se realizó un stock de seguridad de las llantas 10 días que viene hacer 33%, es stock se realizó para poder cumplir con nuestra ventas y no tener problemas de con nuestro stock de nuestra principal materia prima que son las llantas.



6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 190.

Programa de compras materia prima anuales del año 2020 al 2025.

| Programa de compras materia<br>prima | Unidad de pedido     | Costo por unidad<br>de pedido | Frecuencia<br>de compra | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Abr-<br>21 | Jul-<br>21 | Oct-<br>21 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|--------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llanta                               | Unidades             | 4.2                           | Trimestral              | 892        | 3608       | 3507       | 6303       | 9115       | 22533  | 23913  | 26608  | 29611  | 32952  |
| Tela importada felpa polar           | Botellas de 1 Lt     | 3.4                           | Trimestral              | 1480       | 7446       | 8143       | 13042      | 19634      | 48265  | 53012  | 58984  | 65641  | 73048  |
| Hilo                                 | rollo de 3000 metros | 203.4                         | Trimestral              | 1          | 2          | 3          | 4          | 7          | 16     | 18     | 20     | 22     | 24     |
| Tripley                              | Metros               | 1.6                           | Trimestral              | 294        | 1481       | 1619       | 2594       | 3905       | 9599   | 10522  | 11707  | 13029  | 14499  |
| Tuerca                               | Unidad               | 0.2                           | Trimestral              | 4637       | 23325      | 25510      | 40855      | 61506      | 151196 | 165734 | 184411 | 205226 | 228381 |
| Napa                                 | Kg                   | 2.5                           | Trimestral              | 1205       | 6060       | 6628       | 10614      | 15980      | 39282  | 43215  | 48083  | 53510  | 59548  |

Nota: Elaboración propia

El cuadro que se realizado se hace la programación de las compras que se realizara trimestral incluyendo la merma y el stock de la llanta con 33%.

Tabla 191.

Programa de compra de materiales anuales

| Programa de<br>compra de<br>materiales | Unidad<br>de<br>pedido | Costo por<br>unidad de<br>pedido | Frecuencia<br>de compra | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------------|------------------------|----------------------------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------|------|------|------|------|
| BOLSA                                  | Millar                 | 169                              | Trimestral              | 1          | 3          |            |            | 4          |            |            | 6          |            |            | 9          |            |            | 22   | 24   | 26   | 29   | 33   |

Nota: Elaboración propia

El cuadro nos muestra la compra de las bolsas que se realizara trimestral.

Tabla 192.

Presupuesto de compras materia prima anuales

| Presupuesto de compras<br>materia prima | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-----------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llanta                                  | 3780       | 15288      | 0          | 0          | 14860      | 0          | 0          | 26708      | 0          | 0          | 38623      | 0          | 0          | 95479  | 101326 | 112746 | 125470 | 139627 |
| Tela importada felpa polar              | 5017       | 25241      | 0          | 0          | 27603      | 0          | 0          | 44210      | 0          | 0          | 66556      | 0          | 0          | 163610 | 179702 | 199946 | 222512 | 247620 |
| Hilo                                    | 203        | 407        | 0          | 0          | 610        | 0          | 0          | 814        | 0          | 0          | 1424       | 0          | 0          | 3254   | 3661   | 4068   | 4475   | 4881   |
| Tripley                                 | 476        | 2397       | 0          | 0          | 2621       | 0          | 0          | 4199       | 0          | 0          | 6321       | 0          | 0          | 15537  | 17031  | 18949  | 21089  | 23469  |
| Tuerca                                  | 786        | 3953       | 0          | 0          | 4324       | 0          | 0          | 6925       | 0          | 0          | 10425      | 0          | 0          | 25626  | 28091  | 31256  | 34784  | 38709  |
| Napa                                    | 3064       | 15407      | 0          | 0          | 16851      | 0          | 0          | 26985      | 0          | 0          | 40627      | 0          | 0          | 99869  | 109869 | 122245 | 136042 | 151393 |
| Valor de compras                        | 13325      | 62693      | 0          | 0          | 66869      | 0          | 0          | 109839     | 0          | 0          | 163975     | 0          | 0          | 403377 | 439680 | 489210 | 544373 | 605699 |
| Igv                                     | 2399       | 11285      | 0          | 0          | 12036      | 0          | 0          | 19771      | 0          | 0          | 29516      | 0          | 0          | 72608  | 79142  | 88058  | 97987  | 109026 |
| Precio                                  | 15724      | 73978      | 0          | 0          | 78905      | 0          | 0          | 129611     | 0          | 0          | 193491     | 0          | 0          | 475984 | 518822 | 577268 | 642360 | 714725 |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra el presupuesto de cada materia prima del año 2020 al 2025.

Tabla 193.

Presupuesto de compra de materiales anuales

| Presupuesto de compra de<br>materiales | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------|------|------|------|------|
| Bolsa                                  | 169        | 508        | 0          | 0          | 678        | 0          | 0          | 1017       | 0          | 0          | 1525       | 0          | 0          | 3729 | 4068 | 4407 | 4915 | 5593 |
| Valor de compras                       | 169        | 508        | 0          | 0          | 678        | 0          | 0          | 1017       | 0          | 0          | 1525       | 0          | 0          | 3729 | 4068 | 4407 | 4915 | 5593 |
| Igv                                    | 31         | 92         | 0          | 0          | 122        | 0          | 0          | 183        | 0          | 0          | 275        | 0          | 0          | 671  | 732  | 793  | 885  | 1007 |
| Precio                                 | 200        | 600        | 0          | 0          | 800        | 0          | 0          | 1200       | 0          | 0          | 1800       | 0          | 0          | 4400 | 4800 | 5200 | 5800 | 6600 |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra el presupuesto de las bolsas del año 2020 al 2025.

#### 6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

Para poder definir cuantos trabajadores se necesita, se realizó un cuadro con tiempos por cada área para poder saber cuánto es la capacidad de cada área y cuantos trabajadores necesitamos para cubrir la venta.

Tabla 194.

*Tiempo de cada área para producir una cama.*

| Tiempos                        | Minutos | Horas | Total de horas<br>efectivas al día | total de camas<br>por trabajador |
|--------------------------------|---------|-------|------------------------------------|----------------------------------|
| Tiempo de lavado               | 8       | 0.13  | 6.4                                | 6                                |
| Tiempo de corte                | 10      | 0.17  | 6.4                                | 5                                |
| Tiempo de costura              | 10      | 0.17  | 6.4                                | 5                                |
| Tiempo de armado y empaquetado | 18      | 0.30  | 6.4                                | 3                                |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 195.

*Capacidad de producir por cada área en un año*

| Áreas                | Capacidad de und (Camas por Hora) | Paradas programadas 13% | Capacidad efectiva de und (Camas por Hora) | Paradas no programadas 7% | Capacidad real de und (Camas por Horas) | En un turno diario de 8 horas | Considerando 288 días laborados al año |
|----------------------|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------|
| Lavado               | 8                                 | 1                       | 7                                          | 1                         | 6                                       | 48                            | 13824                                  |
| Corte                | 6                                 | 1                       | 5                                          | 0                         | 5                                       | 38                            | 11059                                  |
| Costura              | 6                                 | 1                       | 5                                          | 0                         | 5                                       | 38                            | 11059                                  |
| Armado y empaquetado | 3                                 | 0                       | 3                                          | 0                         | 3                                       | 21                            | 6144                                   |

*Nota:* Elaboración propia

El cuadro nos muestra que un obrero del área de lavado en un año hace 13,824 unidades, la área de corte 11,059 unidades, costura 11,059 unidades y armado y empaquetado 6,144 unidades.

Tabla 196.

*Requerimiento de Mano de Obra Directa de los años 2021 al 2025.*

| Clasificación                                             | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ventas en unidades                                        | 21599 | 23676 | 26344 | 29318 | 32626 |
| Número de trabajadores en el área de lavado               | 2     | 2     | 2     | 3     | 3     |
| Número de trabajadores en el área de corte                | 2     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| Número de trabajadores en el área de costura              | 2     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| Número de trabajadores en el área de armado y empaquetado | 4     | 4     | 5     | 5     | 6     |
| total de trabajadores requeridos                          | 10    | 12    | 13    | 14    | 15    |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la mano de obra directa que necesitamos para poder producir las unidades estimadas.

- Para el año 2021 de las cuales se distribuirá de las siguiente manera el trabajo, 2 personas para lavado, 2 para corte de la llanta y triple, 2 personas para coser y 4 personas para armado y empaque.
- Para el año 2022 de las cuales se distribuirá de las siguiente manera el trabajo, 2 personas para lavado, 3 para corte de la llanta y triple, 3 personas para coser y 4 personas para armado y empaque.
- Para el año 2023 de las cuales se distribuirá de las siguiente manera el trabajo, 2 personas para lavado, 3 para corte de la llanta y triple, 3 personas para coser y 5 personas para armado y empaque.
- Para el año 2024 de las cuales se distribuirá de las siguiente manera el trabajo, 3 personas para lavado, 3 para corte de la llanta y triple, 3 personas para coser y 5 personas para armado y empaque.

- Para el año 2025 de las cuales se distribuirá de la siguiente manera el trabajo, 3 personas para lavado, 3 para corte de la llanta y triple, 3 personas para coser y 6 personas para armado y empaque.

### 6.3. Tecnología para el proceso

#### 6.3.1. Maquinarias.

El proceso de fabricación de camas ecológicas para mascotas requiere de la implementación de las siguientes maquinarias depreciables y no depreciables como se puede visualizar en los siguientes cuadros

Tabla 197.

*Máquinas para producción depreciables.*

| Maquinarias para<br>Producción depreciable | Cant | Precio de<br>venta<br>unitario en<br>S/ | valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta<br>total | IGV | Monto<br>total | Reposición | Costo de<br>mantenimiento | Frecuencia de<br>mantenimiento |
|--------------------------------------------|------|-----------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-----|----------------|------------|---------------------------|--------------------------------|
| Maquinaria de corte de<br>banda            | 2    | 1700                                    | 1,441                         | 2,881                      | 519 | 3,400          | 4 años     | 100                       | Anual                          |
| Máquina de coser                           | 2    | 1350                                    | 1,144                         | 2,288                      | 412 | 2,700          | 4 años     | 80                        | Anual                          |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra las maquinarias depreciables requeridas para producir las camas ecológicas.

Tabla 198.

Máquinas para producción sin depreciación.

| Maquinarias para Producción               | Cant. | Precio de<br>venta<br>unitario en<br>S/ | valor de<br>venta unitario | Valor de<br>venta total | IGV | Monto<br>total | Reposición | Referencia                                   |
|-------------------------------------------|-------|-----------------------------------------|----------------------------|-------------------------|-----|----------------|------------|----------------------------------------------|
| Sierra caladora 570w                      | 2     | 129.9                                   | 110                        | 220                     | 40  | 260            | 3 años     | Sierra Caladora Bauker                       |
| Maquina lijadora pulidora de<br>neumático | 2     | 429.5                                   | 364                        | 728                     | 131 | 859            | 3 años     | Lijadora pulidora Neumático<br>Igersoll Rand |
| Maquina taladro                           | 2     | 84.9                                    | 72                         | 144                     | 26  | 170            | 3 años     | Taladora Pertucutor                          |
| Total                                     |       |                                         |                            | 1,092                   | 197 | 1,289          |            |                                              |

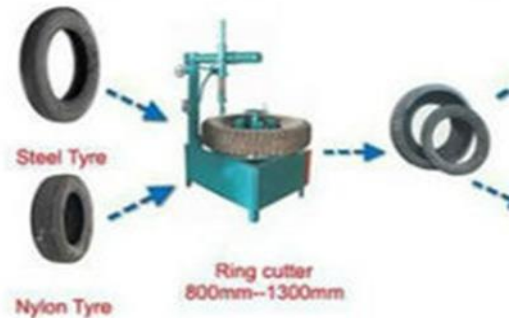
Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra las maquinarias no depreciables requeridas para producir las camas ecológicas.

Imágenes de todas las maquinarias que utilizaremos para realizar las camas ecológicas con llantas para mascotas.

Tabla 199.

*Maquinarias a utilizar*

| Maquinarias                                                |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Cortadora de bloque de banda para el reciclaje de llantas. |    |
| Máquina De Coser Recta Juki Industrial<br>Modelo Ddl 8100  |   |
| Sierra caladora                                            |  |
| Lijadora Pulidora de Neumático 5<br>18000rpm               |  |

*Nota:* Elaboración propia



6.3.2. Equipos.

La empresa Kawipet contará con equipos especializados para uso en las áreas de producción, así como en actividades de oficinas administrativas. Estos equipos cuentan con solvencia tecnológica y se cuenta con garantía de los proveedores.

Tabla 200.

Equipos de Producción depreciables - laptop

| Equipos de producción depreciable | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento | Referencia                                                                 | Imagen                                                                              |
|-----------------------------------|----------|--------------------------------|-------------------------|----------------------|-----|-------------|------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Computadora                       | 2        | 1800.00                        | 1,525                   | 3,051                | 449 | 3,600       | 5 años     | 50                     | anual                       | PC Portátil Dell Laptop Dell Latitude 5490 14 Fhd Intel Core I7 8650u 1 90 |  |
|                                   |          |                                |                         | 3,051                | 49  | 3,600       |            |                        |                             |                                                                            |                                                                                     |

Nota: Elaboración propia

Tabla 201.

Equipos de Producción no depreciables - impresora

| Equipos de producción no depreciable | Cantidad | Precio de venta unitario en S/ | valor de venta unitario | Valor de venta total | IGV | Monto total | Reposición | Costo de mantenimiento | Frecuencia de mantenimiento | Referencia                                          | Imagen                                                                                |
|--------------------------------------|----------|--------------------------------|-------------------------|----------------------|-----|-------------|------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Impresora                            | 2        | 500.00                         | 424                     | 847                  | 153 | 1,000       | 3 años     | 50.00                  | anual                       | Impresora HP Laser Jet Multifuncional PRO MPF M180w |  |
|                                      |          |                                |                         | 847                  | 153 | 1,000       |            |                        |                             |                                                     |                                                                                       |

Nota: Elaboración propia

Tabla 202.

Equipos de Administración depreciables.

| Equipos área   | Cantidad | Precio de      | valor de | Valor de | IGV | Monto | Reposición | Costo de      | Frecuencia de | Referencia                                                                 | Imagen                                                                              |
|----------------|----------|----------------|----------|----------|-----|-------|------------|---------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| administrativa |          | venta          | venta    | venta    |     | total |            | mantenimiento | mantenimiento |                                                                            |                                                                                     |
| depreciable    |          | unitario en S/ | unitario | total    |     |       |            |               |               |                                                                            |                                                                                     |
| Computadora    | 2        | 1800.00        | 1,525    | 3,051    | 549 | 3,600 | 5 años     | 50.00         | anual         | PC Portátil Dell Laptop Dell Latitude 5490 14 Fhd Intel Core I7 8650u 1 90 |  |
| Proyector      | 1        | 1299.00        | 1,101    | 1,101    | 198 | 1,299 | 5 años     | 100.00        | anual         | Proyector inalámbrico portátil Edson                                       |  |

Nota: Elaboración propia

Tabla 203.

Equipos de Administración no depreciables.

| Equipos de área administrativa | Cantidad | Precio de      | Reposición | Costo de      | Frecuencia de | Monto | Reposición | Costo de      | Frecuencia de |
|--------------------------------|----------|----------------|------------|---------------|---------------|-------|------------|---------------|---------------|
| no depreciables                |          | venta          |            | mantenimiento | mantenimiento | total |            | mantenimiento | mantenimiento |
|                                |          | unitario en S/ |            |               |               |       |            |               |               |
| Impresora y escáner            | 1        | 1200.00        | 1,017      | 1,017         | 183           | 1,200 | 3 años     | 50.00         | anual         |
| ventilador                     | 2        | 100.00         | 85         | 169           | 31            | 200   | 3 años     | 0.00          | anual         |
|                                |          |                |            | 1,186         | 214           | 1,400 |            |               |               |

Nota: Elaboración propia

Tabla 204.

Equipos del Área de Ventas depreciables.

| Equipos área       | Cantidad | Precio de      | valor de | Valor de | IGV | Monto | Reposición | Costo de      | Frecuencia de |
|--------------------|----------|----------------|----------|----------|-----|-------|------------|---------------|---------------|
| ventas depreciable |          | venta          | venta    | venta    |     | total |            | mantenimiento | mantenimiento |
|                    |          | unitario en S/ | unitario | total    |     |       |            |               |               |
| Computadora        | 2        | 1800.00        | 1,525    | 3,051    | 549 | 3,600 | 5 años     | 50.00         | anual         |

Nota: Elaboración propia

Tabla 205.

*Equipos del Área de Ventas no depreciables.*

| Equipos área<br>ventas<br>no depreciables | Cantidad | Precio de<br>venta<br>unitario en S/ | valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta total | IGV | Monto<br>total | Reposición | Costo de<br>mantenimiento | Frecuencia<br>de<br>mantenimie<br>nto |
|-------------------------------------------|----------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-----|----------------|------------|---------------------------|---------------------------------------|
| Impresora y escáner                       | 1        | 1200.00                              | 1,017                         | 1,017                   | 183 | 1,200          | 3 años     | 50.00                     | anual                                 |
| ventilador                                | 2        | 100.00                               | 85                            | 169                     | 31  | 200            | 3 años     | 0.00                      | anual                                 |
|                                           |          |                                      |                               | 1,186                   | 214 | 1,400          |            |                           |                                       |

*Nota:* Elaboración propia

### 6.3.3. Herramientas.

Las herramientas que se utilizaran en la producción para las camas ecológicas para mascotas de la empresa KAWIPET cumplen con los estándares técnicos requeridos para nuestras actividades. En el mercado local podemos encontrar este tipo de herramientas de forma accesible, distintos proveedores y tiendas comerciales ofrecen precios muy competitivos, calidad y garantía.

Tabla 206.

*Herramientas del área de producción.*

| Herramientas        | Cantidad | Precio de<br>venta unitario<br>en S/ | Valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta total | IGV  | Monto<br>total | Frecuencia de<br>compra |
|---------------------|----------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|------|----------------|-------------------------|
| Uniforme            | 16       | 60.00                                | 51                            | 814                     | 146  | 960            | Cada año                |
| Equipo de seguridad | 16       | 90.00                                | 76                            | 1,220                   | 220  | 1,440          | Cada año                |
| Manguera            | 2        | 20.00                                | 17                            | 34                      | 6    | 40             | Cada 2 años             |
| Llave inglesa       | 2        | 34.00                                | 29                            | 58                      | 10   | 68             | Cada 2 años             |
| Escobilla           | 0.50     | 5.00                                 | 4                             | 2                       | 0.38 | 3              | Cada 6 meses            |
| Tijera              | 3        | 8.50                                 | 7                             | 22                      | 3.89 | 26             | Cada 6 meses            |
| Total               |          |                                      |                               | 2,149                   | 387  | 2,536          |                         |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 207.

*Útiles de limpieza del área de producción.*

| Útiles de limpieza                             | Cantidad | Precio de<br>venta unitario<br>en S/ | valor de venta<br>unitario | Valor de<br>venta total | IGV | Monto<br>total | Frecuencia<br>de compra |
|------------------------------------------------|----------|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------|-----|----------------|-------------------------|
| Papel Toalla                                   | 30       | 39.90                                | 33.81                      | 1,014                   | 183 | 1,197          | Mensual                 |
| Papel Higiénico                                | 24       | 24.00                                | 20.34                      | 488                     | 88  | 576            | Mensual                 |
| Lejía                                          | 2        | 8.00                                 | 6.78                       | 14                      | 2   | 16             | Mensual                 |
| Trapeador                                      | 1        | 25.00                                | 21.19                      | 21                      | 4   | 25             | Semestral               |
| Escoba                                         | 1        | 25.00                                | 21.19                      | 21                      | 4   | 25             | Semestral               |
| Lavavajillas de 500gr                          | 2        | 6.00                                 | 5.08                       | 10                      | 2   | 12             | Mensual                 |
| Bolsas de basura                               | 800      | 0.25                                 | 0.21                       | 169                     | 31  | 200            | Mensual                 |
| Tachos de basura Plásticos, papeles, orgánicos | 3        | 15.00                                | 12.71                      | 38                      | 7   | 45             | Anual                   |
| Desinfectante para las llantas                 | 5        | 10.00                                | 8.47                       | 42                      | 8   | 50             | Mensual                 |
| Total                                          |          |                                      |                            | 1,819                   | 327 | 2,146          |                         |

*Nota:* Elaboración propia

### 6.3.4. Mobiliario.

Tabla 208.

#### *Mobiliario de producción no depreciable*

| Mobiliario de<br>producción no<br>depreciable | Cantidad | Precio de<br>venta unitario<br>en S/ | Valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta<br>total | IGV    | Monto<br>total |
|-----------------------------------------------|----------|--------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------|----------------|
| Escritorio                                    | 2        | 299.00                               | 253.39                        | 506.78                     | 91.22  | 598.00         |
| Sillas                                        | 1        | 59.00                                | 50.00                         | 100.00                     | 18.00  | 118.00         |
| Repisas                                       | 1        | 700.00                               | 593.22                        | 593.22                     | 106.78 | 700.00         |
| Mesas de<br>trabajo                           | 4        | 450.00                               | 381.36                        | 1,525.42                   | 274.58 | 1,800.00       |
|                                               |          |                                      |                               | 2,725                      | 491    | 3,216          |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que requerimos escritorio, sillas, repisas, mesas no depreciables para el área de producción con un costo de 3,216 soles.

Tabla 209.

#### *Mobiliario área administrativa no depreciable*

|            | Cant. | Precio de venta<br>unitario en S/ | Valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta total | IGV    | Monto<br>total | Reposición<br>en años |
|------------|-------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--------|----------------|-----------------------|
| Escritorio | 2     | 299                               | 253.39                        | 506.78                  | 91.22  | 598            | 4                     |
| Sillas     | 2     | 59                                | 50                            | 100                     | 18     | 118            | 4                     |
| Repisas    | 1     | 700                               | 593.22                        | 593.22                  | 106.78 | 700            | 4                     |
|            |       |                                   |                               | 1,200.00                | 216    | 1,416.00       |                       |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que requerimos escritorio, sillas y repisas no depreciables para el área de Administración con un costo de 1416. Soles.

Tabla 210.

*Mobiliario área ventas no depreciable*

|            | Cant. | Precio de venta<br>unitario en S/ | Valor de<br>venta unitario | Valor de<br>venta total | IGV    | Monto<br>total | Reposición<br>en años |
|------------|-------|-----------------------------------|----------------------------|-------------------------|--------|----------------|-----------------------|
| Escritorio | 2     | 299.00                            | 253.39                     | 506.78                  | 91.22  | 598.00         | 4                     |
| Sillas     | 2     | 59.00                             | 50.00                      | 100.00                  | 18.00  | 118.00         | 4                     |
| Repisas    | 1     | 700.00                            | 593.22                     | 593.22                  | 106.78 | 700.00         | 4                     |
|            |       |                                   |                            | 1,200.00                | 216.00 | 1,416.00       |                       |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que requerimos escritorio, sillas y repisas no depreciables para el área de Administración con un costo de 1416. Soles.

### 6.3.5. Útiles de oficina.

Tabla 211.

*Útiles de oficina área administrativa*

|                          | Cant. | Precio de venta<br>unitario en S/ | Valor de<br>venta unitario | Valor de<br>venta total | IGV   | Monto<br>total | Frecuencia<br>de Compra |
|--------------------------|-------|-----------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------|----------------|-------------------------|
| Lapiceros                | 8     | 1.00                              | 0.85                       | 6.78                    | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Porta Lapiceros          | 2     | 4.00                              | 3.39                       | 6.78                    | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Cuadernos de Ingresos    | 2     | 6.00                              | 5.08                       | 10.17                   | 1.83  | 12.00          | Trimestral              |
| Folders                  | 3     | 3.50                              | 2.97                       | 8.90                    | 1.60  | 10.50          | Trimestral              |
| Calculadora              | 2     | 30.00                             | 25.42                      | 50.85                   | 9.15  | 60.00          | anual                   |
| Papel de Impresión Laser | 2     | 10.90                             | 9.24                       | 18.47                   | 3.33  | 21.80          | Trimestral              |
|                          |       |                                   |                            | 101.95                  | 18.35 | 120.30         |                         |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que para la área de administración se realizar una compra de S/ 120.30 soles de útiles de oficina.



Tabla 212.

*Útiles de oficina área ventas*

|                          | Cant. | Precio de venta<br>unitario en S/ | Valor de<br>venta unitario | Valor de<br>venta total | IGV   | Monto<br>total | Frecuencia<br>de Compra |
|--------------------------|-------|-----------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------|----------------|-------------------------|
| Lapiceros                | 8     | 1.00                              | 0.85                       | 6.78                    | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Porta Lapiceros          | 2     | 4.00                              | 3.39                       | 6.78                    | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Folders                  | 3     | 3.50                              | 2.97                       | 8.90                    | 1.60  | 10.50          | Trimestral              |
| Calculadora              | 2     | 30.00                             | 25.42                      | 50.85                   | 9.15  | 60.00          | anual                   |
| Papel de Impresión Laser | 1     | 10.90                             | 9.24                       | 9.24                    | 1.66  | 10.90          | Trimestral              |
|                          |       |                                   |                            | 82.54                   | 14.86 | 97.40          |                         |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que para la área de administración se realizar una compra de S/ 97.40 soles de útiles de oficina.

Tabla 213.

*Útiles de oficina área producción*

|                          | Cantidad | Precio de venta<br>unitario en S/ | Valor de<br>venta<br>unitario | Valor de<br>venta<br>total | IGV   | Monto<br>total | Frecuencia de<br>Compra |
|--------------------------|----------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------|----------------|-------------------------|
| Lapiceros                | 8        | 1.00                              | 0.85                          | 6.78                       | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Porta Lapiceros          | 2        | 4.00                              | 3.39                          | 6.78                       | 1.22  | 8.00           | Trimestral              |
| Folders                  | 3        | 3.50                              | 2.97                          | 8.90                       | 1.60  | 10.50          | Trimestral              |
| Calculadora              | 4        | 30.00                             | 25.42                         | 101.69                     | 18.31 | 120.00         | anual                   |
| Papel de Impresión Laser | 1        | 10.90                             | 9.24                          | 9.24                       | 1.66  | 10.90          | Trimestral              |
|                          |          |                                   |                               | 133.39                     | 24.01 | 157.40         |                         |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que para la área de administración se realizar una compra de S/ 157.40 soles de útiles de oficina.

6.3.6. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Los precios mostrados en los siguientes cuadros de mantenimiento son expresados en soles.

Tabla 214.

Mantenimiento de maquinarias y equipos de producción depreciables.

| Mantenimiento Maquinarias y<br>equipos de producción | Cantidad | Costo<br>mantenimiento | Frecuencia | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|------------------------------------------------------|----------|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Maquinaria de corte de banda                         | 2        | 100                    | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 200        | 200   | 200   | 200   | 200   | 200   |
| Máquina de coser                                     | 2        | 80                     | ANUAL      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 160        | 160   | 160   | 160   | 160   | 160   |
| Computadora                                          | 2        | 50                     | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 100        | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Impresora                                            | 2        | 50                     | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 100        | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Computadora                                          | 2        | 50                     | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 100        | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Proyector                                            | 1        | 100                    | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 100        | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Impresora                                            | 2        | 50                     | Anual      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 100        | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
|                                                      |          | Costo                  |            | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 860        | 860   | 860   | 860   | 860   | 860   |
|                                                      |          | mantenimiento          |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |       |       |       |       |       |
|                                                      |          | IGV                    |            | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 155        | 155   | 155   | 155   | 155   | 155   |
|                                                      |          | Monto                  |            | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 1,015      | 1,015 | 1,015 | 1,015 | 1,015 | 1,015 |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro podemos visualizar el programa de mantenimientos de la maquinaria y el equipo del área de producción del año 2021 al 2025.

Tabla 215.

Mantenimiento de equipos y mobiliaria de la área de administración depreciables.

| Mantenimiento equipos y mobiliario área administración | Cantidad | Costo mantenimiento | Frecuencia | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------------------------------------|----------|---------------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|
| Computadora                                            | 2        | 50                  | anual      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 100    | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Proyector                                              | 1        | 100                 | anual      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 100    | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Impresora y escáner                                    | 1        | 50                  | anual      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 50     | 50   | 50   | 50   | 50   | 50   |
|                                                        |          | Costo               |            | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 250    | 250  | 250  | 250  | 250  | 250  |
|                                                        |          | mantenimiento       |            |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |      |
|                                                        |          | IGV                 |            | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 45     | 45   | 45   | 45   | 45   | 45   |
|                                                        |          | Monto               |            | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 295    | 295  | 295  | 295  | 295  | 295  |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro podemos visualizar el programa de mantenimientos de equipo y mobiliaria del área de administración del año 2021 al 2025.

Tabla 216.

Mantenimiento de equipos y mobiliaria de la área de ventas

| Mantenimiento equipos y mobiliario área ventas | Cantidad | Costo mantenimiento | Frecuencia | Dic-21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------------------------------------------|----------|---------------------|------------|--------|------|------|------|------|------|
| Computadora                                    | 2.00     | 50.00               | anual      | 100    | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Impresora y escaner                            | 1.00     | 50.00               | anual      | 50     | 50   | 50   | 50   | 50   | 50   |
| ventilador                                     | 2.00     | 0.00                | anual      | 0      | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
|                                                |          | Costo mantenimiento |            | 150    | 150  | 150  | 150  | 150  | 150  |
|                                                |          | IGV                 |            | 27     | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
|                                                |          | Monto               |            | 177    | 177  | 177  | 177  | 177  | 177  |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro podemos visualizar el programa de mantenimientos de equipo y mobiliaria del área de ventas del año 2021 al 2025.

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

Los precios mostrados en los siguientes cuadros de herramientas y utensilios son expresados en soles.

Tabla 217.

Reposición de herramientas

| Reposición de herramientas | Cant. | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Dic-20 | Jun-21 | Dic-21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------|-------|---------------------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|
| Uniforme                   | 16    | 60                              | 51                      | 814                  | cada año             | 814    |        |        | 814  | 814  | 814  | 814  | 814  |
| Equipo de seguridad        | 16    | 90                              | 76                      | 1220                 | cada año             | 1220   |        |        | 1220 | 1220 | 1220 | 1220 | 1220 |
| Manguera                   | 2     | 20                              | 17                      | 34                   | cada 2 años          | 34     |        |        |      | 34   |      | 34   |      |
| Llave inglesa              | 2     | 34                              | 29                      | 58                   | cada 2 años          | 58     |        |        |      | 58   |      | 58   |      |
| Escobilla                  | 1     | 5                               | 4                       | 2                    | cada 6 meses         | 2      | 2      | 2      | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| Tijera                     | 3     | 9                               | 7                       | 22                   | cada 6 meses         | 22     | 22     | 22     | 43   | 43   | 43   | 43   | 43   |
| Total valor de venta       |       |                                 |                         |                      |                      | 2149   | 24     | 24     | 2081 | 2173 | 2081 | 2173 | 2081 |
| IGV                        |       |                                 |                         |                      |                      | 387    | 4      | 4      | 375  | 391  | 375  | 391  | 375  |
| Monto                      |       |                                 |                         |                      |                      | 2536   | 28     | 28     | 2456 | 2564 | 2456 | 2564 | 2456 |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra el programa de reposición de herramientas del año 2020 al 2025 la frecuencia de compra se realiza según herramienta.

Tabla 218.

Reposición de útiles de limpieza

| Reposición de útiles de limpieza | Cant | Precio de venta unitario en S/. | Valor de venta unitario | Valor de venta total | Frecuencia de compra | Dic-20 | Ene-21 | Feb-21 | Mar-21 | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|----------------------------------|------|---------------------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Papel Toalla                     | 30   | 40                              | 34                      | 1014                 | Mensual              | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 1,014  | 12,173 | 12,173 | 12,173 | 12,173 | 12,173 |
| Papel Higiénico                  | 24   | 24                              | 20                      | 488                  | Mensual              | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 488    | 5,858  | 5,858  | 5,858  | 5,858  | 5,858  |
| Lejía                            | 2    | 8                               | 7                       | 14                   | Mensual              | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 14     | 163    | 163    | 163    | 163    | 163    |
| Trapeador                        | 1    | 25                              | 21                      | 21                   | Semestral            | 21     |        |        |        |        |        | 21     |        |        |        |        |        | 21     | 42     | 42     | 42     | 42     | 42     |
| Escoba                           | 1    | 25                              | 21                      | 21                   | Semestral            | 21     |        |        |        |        |        | 21     |        |        |        |        |        | 21     | 42     | 42     | 42     | 42     | 42     |
| Lavavajillas de 500gr            | 2    | 6                               | 5                       | 10                   | Mensual              | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 122    | 122    | 122    | 122    | 122    |
| Bolsas de basura                 | 800  | 0                               | 0                       | 169                  | Mensual              | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 169    | 2,034  | 2,034  | 2,034  | 2,034  | 2,034  |

|                                                   |   |    |    |    |         |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |
|---------------------------------------------------|---|----|----|----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Tachos de basura Plásticos,<br>papeles, orgánicos | 3 | 15 | 13 | 38 | Anual   | 38    |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 38    | 38     | 38     | 38     | 38     | 38     |
| Desinfectante para las<br>llantas                 | 5 | 10 | 8  | 42 | Mensual | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 508    | 508    | 508    | 508    | 508    |
| Total valor de venta                              |   |    |    |    |         | 1,819 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,781 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,819 | 20,981 | 20,981 | 20,981 | 20,981 | 20,981 |
| IGV                                               |   |    |    |    |         | 327   | 313   | 313   | 313   | 313   | 313   | 320   | 313   | 313   | 313   | 313   | 327   | 3,776  | 3,776  | 3,776  | 3,776  | 3,776  |
| Monto                                             |   |    |    |    |         | 2,146 | 2,051 | 2,051 | 2,051 | 2,051 | 2,051 | 2,101 | 2,051 | 2,051 | 2,051 | 2,051 | 2,146 | 24,757 | 24,757 | 24,757 | 24,757 | 24,757 |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra el programa de reposición de útiles de limpieza del año 2020 al 2025 la frecuencia de compra se realiza según cada útil de limpieza.

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

Tabla 219.

Reposición de útiles de oficina del área administrativa

| Reposición de útiles de<br>oficina área<br>administrativa | Frecuencia de<br>recompra | Dic-20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------|------|------|------|------|
| Lapiceros                                                 | Trimestral                | 6.78   |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Porta Lapiceros                                           | Trimestral                | 6.78   |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Cuadernos de Ingresos                                     | Trimestral                | 10.17  |            |            | 10         |            |            | 10         |            |            | 10         |            |            | 10         | 41   | 41   | 41   | 41   | 41   |
| Folders                                                   | Trimestral                | 8.9    |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          | 36   | 36   | 36   | 36   | 36   |
| Calculadora                                               | anual                     | 50.85  |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 51         | 51   | 51   | 51   | 51   | 51   |
| Papel de Impresión Laser                                  | Trimestral                | 18.47  |            |            | 18         |            |            | 18         |            |            | 18         |            |            | 18         | 74   | 74   | 74   | 74   | 74   |
| Total valor venta                                         |                           | 101.95 | 0          | 0          | 51         | 0          | 0          | 51         | 0          | 0          | 51         | 0          | 0          | 102        | 255  | 255  | 255  | 255  | 255  |
| IGV                                                       |                           | 18.35  | 0          | 0          | 9          | 0          | 0          | 9          | 0          | 0          | 9          | 0          | 0          | 18         | 46   | 46   | 46   | 46   | 46   |
| Monto                                                     |                           | 120    | 0          | 0          | 60         | 0          | 0          | 60         | 0          | 0          | 60         | 0          | 0          | 120        | 301  | 301  | 301  | 301  | 301  |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra el programa de reposición de útiles de oficina del año 2020 al 2025 la frecuencia de compra se realiza según cada útiles de oficina.

Tabla 220.

Reposición de útiles de oficina de ventas

| Reposición de útiles de<br>oficina área ventas | Frecuencia de<br>recompra | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------------------------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------|------|------|------|------|
| Lapiceros                                      | Trimestral                | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Porta Lapiceros                                | Trimestral                | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Folders                                        | Trimestral                | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          | 36   | 36   | 36   | 36   | 36   |
| Calculadora                                    | anual                     | 51         |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 51         | 51   | 51   | 51   | 51   | 51   |
| Papel de Impresión Laser                       | Trimestral                | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          | 37   | 37   | 37   | 37   | 37   |
|                                                | Total valor venta         | 83         | 0          | 0          | 32         | 0          | 0          | 32         | 0          | 0          | 32         | 0          | 0          | 83         | 178  | 178  | 178  | 178  | 178  |
|                                                | IGV                       | 15         | 0          | 0          | 6          | 0          | 0          | 6          | 0          | 0          | 6          | 0          | 0          | 15         | 32   | 32   | 32   | 32   | 32   |
|                                                | Monto                     | 97         | 0          | 0          | 37         | 0          | 0          | 37         | 0          | 0          | 37         | 0          | 0          | 97         | 210  | 210  | 210  | 210  | 210  |

Nota: Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la reposición de útiles de oficina del área de ventas del año 2020 al 2025.

Tabla 221.

Reposición de útiles de oficina de Producción

| Reposición de útiles de<br>oficina área producción | Frecuencia de<br>recompra | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------|------|------|------|------|
| Lapiceros                                          | Trimestral                | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Porta Lapiceros                                    | Trimestral                | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          |            |            | 7          | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Folders                                            | Trimestral                | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          |            |            | 9          | 36   | 36   | 36   | 36   | 36   |
| Calculadora                                        | anual                     | 102        |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 102        | 102  | 102  | 102  | 102  | 102  |
| Papel de Impresión Laser                           | Trimestral                | 9          |            |            | 9          |            |            |            |            |            |            |            |            | 9          | 18   | 18   | 18   | 18   | 18   |
|                                                    | Total valor venta         | 133        | 0          | 0          | 32         | 0          | 0          | 22         | 0          | 0          | 22         | 0          | 0          | 133        | 210  | 210  | 210  | 210  | 210  |
|                                                    | IGV                       | 24         | 0          | 0          | 6          | 0          | 0          | 4          | 0          | 0          | 4          | 0          | 0          | 24         | 38   | 38   | 38   | 38   | 38   |
|                                                    | Monto                     | 157        | 0          | 0          | 37         | 0          | 0          | 27         | 0          | 0          | 27         | 0          | 0          | 157        | 248  | 248  | 248  | 248  | 248  |

Nota: Elaboración propia



En el cuadro nos muestra la reposición de útiles de oficina del área de producción del año 2020 al 2025.

Tabla 222.

*Reposición equipos del área de producción depreciable*

| Aumento de de maquinarias por<br>capacidad de planta | Frecuencia de<br>recompra | 2021 | 2022 | 2023  | 2024 | 2025 |
|------------------------------------------------------|---------------------------|------|------|-------|------|------|
| Maquinaria de corte de banda                         | 5 años                    |      |      | 1441  |      |      |
| Maquina de coser                                     | 5 años                    |      |      | 1144  |      |      |
|                                                      | Total valor venta         |      |      | 2585  |      |      |
|                                                      | IGV                       |      |      | 465.3 |      |      |
|                                                      | Monto total               |      |      | 3050  |      |      |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la reposición que se realizara a las principales maquinas, en este caso se realizar en el año 2023 la compra de una maquinaria más para poder cubrí con la producción.

Tabla 223.

*Reposición equipos del área de producción no depreciable*

| Reposición de equipos área<br>producción no depreciable | Frecuencia de<br>recompra | 2021 | 2022 | 2023  | 2024 | 2025 |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|------|------|-------|------|------|
| Sierra caladora 570w                                    | 3 años                    |      |      | 220   |      |      |
| Maquina lijadora pulidora de<br>neumático               | 3 años                    |      |      | 728   |      |      |
| Maquina taladro                                         | 3 años                    |      |      | 144   |      |      |
|                                                         | Total valor venta         | 0    | 0    | 1092  | 0    | 0    |
|                                                         | IGV                       | 0    | 0    | 196.6 | 0    | 0    |
|                                                         | Monto total               | 0    | 0    | 1289  | 0    | 0    |

*Nota:* Elaboración propia



En el cuadro nos muestra la reposición de la los equipos de la área de producción del año 2021 al 2025.

Tabla 224.

*Reposición mobiliario del área de producción no depreciable*

| Reposición mobiliario de<br>producción no depreciable | Frecuencia de<br>recompra | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------------------------------------|---------------------------|------|------|------|------|------|
| Escritorio                                            | 4                         |      |      |      | 507  |      |
| Sillas                                                | 4                         |      |      |      | 100  |      |
| Repisas                                               | 4                         |      |      |      | 593  |      |
|                                                       | Total valor venta         | 0    | 0    | 0    | 1200 | 0    |
|                                                       | IGV                       | 0    | 0    | 0    | 216  | 0    |
|                                                       | Monto total               | 0    | 0    | 0    | 1416 | 0    |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la reposición de los equipos del área de producción del año 2021 al 2025.

Tabla 225.

*Reposición mobiliario del área de administrativa no depreciable.*

| Reposición mobiliario área<br>administrativa no depreciable | Frecuencia de<br>recompra | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------|------|------|------|------|------|
| Escritorio                                                  | 4                         |      |      |      | 507  |      |
| Sillas                                                      | 4                         |      |      |      | 100  |      |
| Repisas                                                     | 4                         |      |      |      | 593  |      |
|                                                             | Total valor venta         | 0    | 0    | 0    | 1200 | 0    |
|                                                             | IGV                       | 0    | 0    | 0    | 216  | 0    |
|                                                             | Monto total               | 0    | 0    | 0    | 1416 | 0    |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la reposición de la mobiliaria del área de administración no depreciable del año 2021 al 2025.

Tabla 226.

*Reposición mobiliario del área de ventas no depreciable*

| Reposición mobiliario área<br>ventas no depreciable | Frecuencia de<br>recompra | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------------------------------------------|---------------------------|------|------|------|------|------|
| Escritorio                                          | 4                         |      |      |      | 507  |      |
| Sillas                                              | 4                         |      |      |      | 100  |      |
| Repisas                                             | 4                         |      |      |      | 593  |      |
|                                                     | Total valor venta         | 0    | 0    | 0    | 1200 | 0    |
|                                                     | IGV                       | 0    | 0    | 0    | 216  | 0    |
|                                                     | Monto total               | 0    | 0    | 0    | 1416 | 0    |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra la reposición de la mobiliaria del área de venta no depreciable del año 2021 al 2025.

#### 6.4. Localización

La localización de “KAWIPET S.A.C” será en relación al ámbito geográfico que estará ubicado en Lima Metropolitana.

##### 6.4.1. Macro localización.

Para la localización de “KAWIPET S.A.C”, hemos tomado en cuenta la ubicación de las tiendas veterinarias de los distritos (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino de la zona 5, Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel de la zona 6 y Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina de la zona 7) de Lima Metropolitana.

El local alquilado tendrá tres divisiones para producción, almacén y oficinas administrativas.



Figura 68. Ubicación de las tiendas veterinarias de las zonas 5, 6 y 7 de Lima Metropolitana. Adaptado de “Veterinarias”, por Google Maps, 2020.

La localización se basará a los siguientes factores:

- Las ubicaciones de nuestros canales.
- Las ubicaciones de nuestros proveedores.
- Una zona adecuada para la producción.
- Precio de alquiler y servicios.
- Vía de acceso para una adecuada distribución.
- Local con un área de 500 m<sup>2</sup>.

Las ubicaciones que tomamos en cuenta para la evaluación fueron Ate, Santa Anita y Surco.

Para determinar el distrito adecuado para la localización de nuestra empresa utilizamos una tabla de puntuación por cada factor y distrito.

Tabla 227.

*Matriz de decisión macro localización.*

| Distritos Evaluados                   |      |             |       |        |       |        |       |
|---------------------------------------|------|-------------|-------|--------|-------|--------|-------|
|                                       |      | Santa Anita |       | Ate    |       | Surco  |       |
| Factores                              | Peso | Calif.      | Pond. | Calif. | Pond. | Calif. | Pond. |
| Ubicación de canales                  | 15%  | 7           | 1.05  | 7      | 1.05  | 6      | 0.9   |
| Ubicación de proveedores              | 15%  | 5           | 0.75  | 8      | 1.2   | 5      | 0.75  |
| Una zona adecuada para la fabricación | 10%  | 8           | 0.8   | 9      | 0.9   | 3      | 0.3   |
| Precio del alquiler                   | 20%  | 4           | 0.8   | 8      | 1.6   | 3      | 0.6   |
| Vía de acceso para la distribución    | 10%  | 9           | 0.9   | 9      | 0.9   | 5      | 0.5   |
| Seguridad                             | 15%  | 6           | 0.9   | 6      | 0.9   | 7      | 1.05  |
| Locales con la área de 500m2          | 15%  | 5           | 0.75  | 6      | 0.9   | 2      | 0.3   |
| total                                 | 100% | 44          | 5.95  | 53     | 7.45  | 31     | 4.4   |

*Nota:* Elaboración propia

En el resultado de la tabla 120, podemos visualizar que el distrito con el puntaje mayor fue ATE, lo cual nos muestra que es el distrito más apropiado para la localización de la empresa, ya que nuestro objetivo se encuentra en la zona 5, 6 y 7 y los precios de alquileres son adecuados al mercado.



Figura 69. Mapa del distrito de Ate. Adaptado de “Ubicación del distrito de Ate”, por Google Maps, 2020.

#### 6.4.2. Micro localización.

Según lo analizado el distrito más adecuado para nuestro local es en Ate, encontramos variedad de precios y tamaños de local, para lo cual hicimos un cuadro comparativos con los factores importantes para el funcionamiento de nuestra empresa.

La cual elegimos 3 locales, el local 1 en la Av. Nicolás Ayllon de 640 mt<sup>2</sup> con un costo de S/ 8,821.00, el local 2 en la Avenida prolongación mariscal de 430 mt<sup>2</sup> con un costo de S/5,800.00 soles y el local 3 Alt. 25 separadora industrial de 335mt<sup>2</sup> 6,978.00 soles.

Tabla 228.

*Matriz de decisión de Microlocalización*

| Factores               | Locales evaluados |        |       |         |       |         |       |
|------------------------|-------------------|--------|-------|---------|-------|---------|-------|
|                        | Local 1           |        |       | Local 2 |       | Local 3 |       |
|                        | Peso              | Calif. | Pond. | Calif.  | Pond. | Calif.  | Pond. |
| Ubicación del local    | 20%               | 8      | 1.6   | 8       | 1.6   | 8       | 1.6   |
| Precio del alquiler    | 25%               | 3      | 0.8   | 9       | 2.3   | 4       | 1.0   |
| Gastos de remodelación | 15%               | 8      | 1.2   | 9       | 1.4   | 8       | 1.2   |
| Seguridad              | 20%               | 6      | 1.2   | 8       | 1.6   | 7       | 1.4   |
| Área del local         | 20%               | 4      | 0.8   | 9       | 1.8   | 3       | 0.6   |
| total                  | 100%              | 29     | 5.6   | 43      | 8.6   | 30      | 5.8   |

*Nota:* Elaboración propia

En el resultado de la tabla, podemos visualizar que el local con el puntaje mayor fue el local 2 que se encuentra ubicado en Avenida prolongación mariscal en Ate, nos muestra que es el distrito más apropiado para la localización la empresa, ya que nuestro objetivo se encuentra en la zona 5, 6 y 7 y los precios de alquileres son adecuados al mercado.

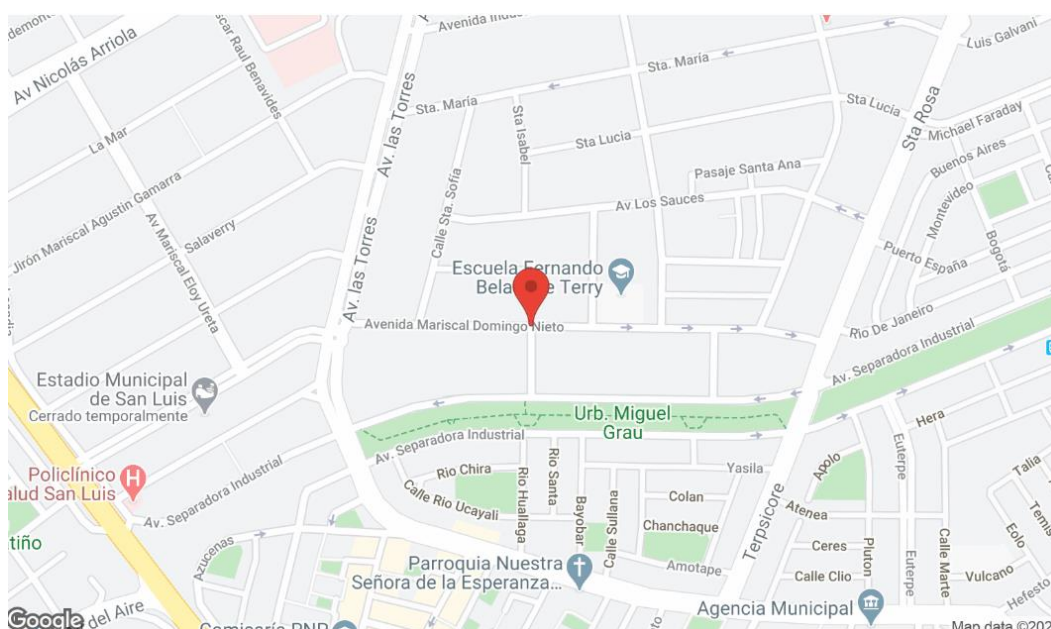


Figura 70. Ubicación del local. Adaptado de “Avenida prolongación Mariscal Nieto”, por Google Maps, 2020.

El siguiente cuadro mostraremos el precio y el detalle de la infraestructura del local.

Tabla 229.

*Detalle del local.*

| N°      | Dirección                                | Metros  | Precio del alquiler |
|---------|------------------------------------------|---------|---------------------|
| Local 1 | Avenida prolongación mariscal nieto- Ate | 430 mt2 | S/. 5,800.00        |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 230.

*Infraestructura del local*

| Detalle                                  |
|------------------------------------------|
| Vista a la avenida                       |
| Área de local 430 mt <sup>2</sup>        |
| altura 5mt <sup>2</sup>                  |
| ancho 11mt <sup>2</sup>                  |
| largo 44 mt <sup>2</sup>                 |
| local con buen iluminación y ventilación |
| 3 tiene baños                            |
| luz trifásica                            |

*Nota:* Adaptado de “Alquiler de local industrial en Ate Vitarte” por Urbania, 2020.



*Figura 71.* Fachada del local. Adaptado de “Alquiler de local industrial en Ate Vitarte”, 2020.



Figura 72. Parte interna del local. Adaptado de “Alquiler de local industrial en Ate Vitarte”, 2020.

### 6.4.3. Gastos de adecuación.

En la siguiente tabla se muestra todo los gastos de adecuación y la mano de obra que se realizara en el local.

Tabla 231.

*Gastos de adecuación.*

| Descripción                                     | Cant<br>. | Costo<br>unitario S/. | Total Valor<br>Venta S/. | IGV S/.  | Precio<br>Total S/. |
|-------------------------------------------------|-----------|-----------------------|--------------------------|----------|---------------------|
| Extintores + Instalación                        | 4         | 120.00                | 480.00                   | 86.40    | 566.40              |
| Botiquín                                        | 6         | 46.60                 | 279.60                   | 50.33    | 329.93              |
| Cableado y mano de obra                         | 1         | 1,100.00              | 1,100.00                 | 198.00   | 1,298.00            |
| Instalación del sistema<br>eléctrico producción | 1         | 2,370.00              | 2,370.00                 | 426.60   | 2,796.60            |
| Alarma, cámaras +<br>Instalación                | 4         | 1,400.00              | 5,600.00                 | 1,008.00 | 6,608.00            |
| Enchufes Industriales                           | 8         | 10.50                 | 84.00                    | 15.12    | 99.12               |
| Toma corrientes                                 | 4         | 15.00                 | 60.00                    | 10.80    | 70.80               |



|                                           |   |              |              |             |              |
|-------------------------------------------|---|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Luces de iluminación + mano obra          | 4 | 60.00        | 240.00       | 43.20       | 283.20       |
| Reforzamiento en la puerta + mano de obra | 1 | 110.00       | 110.00       | 19.80       | 129.80       |
| Divisiones                                | 1 | 11,000.00    | 11,000.00    | 1,980.00    | 12,980.00    |
| Total                                     |   | S/.16,232.10 | S/.21,323.60 | S/.3,838.25 | S/.25,161.85 |

*Nota:* Elaboración Propia

#### **6.4.4. Gastos de servicios.**

Para que funcione nuestra área de operaciones y administrativa, tenemos servicios básicos como agua, luz. Teléfono, internet y pagos de garantía del local.

Tabla 232.

*Garantía de alquiler por el local.*

|                      | Costo    | Igv      | Precio    |
|----------------------|----------|----------|-----------|
| Garantía de Alquiler | 9,830.51 | 1,769.49 | 11,600.00 |

*Nota:* Elaboración Propia

#### **Servicio de agua:**

De acuerdo a los precios de SEDAPAL y el consumo de agua para un año se realizó el cálculo que una persona consume 100 litros de agua al día según la OMS y se sacara m<sup>3</sup> consumidos y multiplicados por desagüe y agua.

Tabla 233.

*Gastos de agua*

| litros por<br>persona por un<br>día | número<br>de<br>personal | total de<br>litros | días<br>laborados | adicional<br>por el<br>local | total<br>litros | total m <sup>3</sup> |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|
| 100                                 | 16                       | 1600               | 26                | 2940                         | 44540           | 44.54                |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro se muestra que se consumirá 44.54 m<sup>3</sup>.

Tabla 234.

*Precio de consumo de agua en un mes.*

| servicio<br>básico | soles x m <sup>3</sup> | m <sup>3</sup><br>consumidos | total con<br>igv |
|--------------------|------------------------|------------------------------|------------------|
| agua               | 4858                   | 44.54                        | 216.38           |
| desagüe            | 2193                   | 44.54                        | 97.68            |
|                    |                        | total                        | 314.05           |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro se muestra que en un mes se pagara por agua 314.05 soles.

**Luz Eléctrica**

De acuerdo a los precios de Luz del sur y el consumo de luz de cada maquinaria se realiza el aproximado de consumo mensual.

Tabla 235.

*Precio de consumo energía eléctrica*

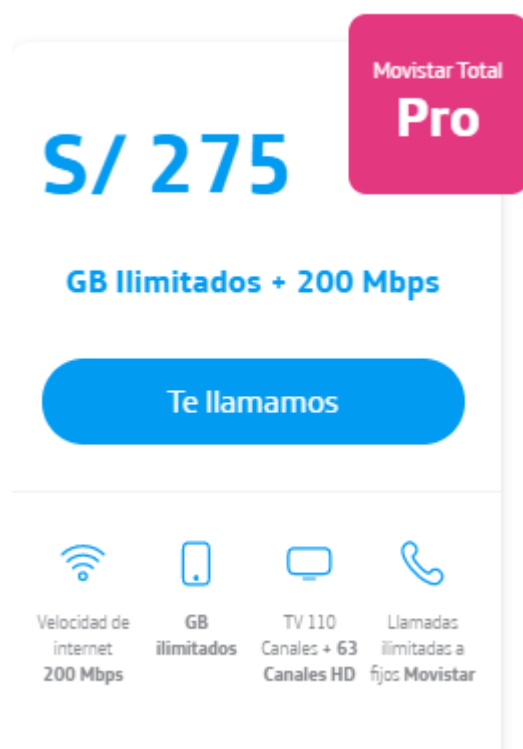
| Equipos                             | numero de<br>maquina | kw/hr | kw/hr por la<br>cantidad de maqu | horas<br>diarias | dias del mes<br>trabajados | tarifa de<br>luz del sur | total  |
|-------------------------------------|----------------------|-------|----------------------------------|------------------|----------------------------|--------------------------|--------|
| Maquina de corte de banda de llanta | 2.00                 | 2.20  | 4.40                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 228.53 |
| maquina de coser                    | 2.00                 | 0.40  | 0.80                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 41.55  |
| Sierra caladora 570w                | 2.00                 | 0.37  | 0.74                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 38.43  |
| Lijadora pulidora de neumatico      | 2.00                 | 0.60  | 1.20                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 62.33  |
| Maquina taladro                     | 2.00                 | 0.30  | 0.60                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 31.16  |
| laptop                              | 6.00                 | 0.20  | 1.20                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 62.33  |
| luz                                 | 20.00                | 0.12  | 2.40                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 124.65 |
| ventilador                          | 4.00                 | 0.10  | 0.40                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 20.78  |
| camara de vigilancia                | 4.00                 | 0.08  | 0.32                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 16.62  |
| impresora                           | 4.00                 | 0.20  | 0.80                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 41.55  |
| model de internet                   | 1.00                 | 0.10  | 0.10                             | 8.00             | 26.00                      | 0.25                     | 5.18   |
|                                     |                      |       |                                  |                  |                            | total                    | 673.10 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que el precio de consumo de luz en un mes es S/673.10.

### **Gasto de Internet y teléfono**

El precio del trio que vamos adquirir será el de 275.00 soles.



*Figura 73. Pack trio. Adaptado de Movistar*

### **6.4.5. Plano del centro de operaciones.**

El plano tiene una Área 430 mt<sup>2</sup> en la cual está dividida de la siguiente manera, área de operaciones mide 200 mt<sup>2</sup>, área administrativa mide 30 mt<sup>2</sup>, área de ventas y marketing mide 15mt<sup>2</sup>, la oficina de operarios mide 15mts<sup>2</sup>, oficina del gerente general mide 15 mt<sup>2</sup>, almacén de llantas mide 22 mts<sup>2</sup>, almacén de productos terminados mide 20 mt<sup>2</sup> y la área de despacho 20 mt<sup>2</sup>.



Figura 74. Plano del local. Elaboración propia

#### 6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

Tabla 236.

*Descripción del centro de operaciones.*

| Área Funcional                | Descripción                                                            | m <sup>2</sup> |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Operaciones                   | Área encarga del proceso de lavado, corte, costura armado y embolsado. | 200 mt2        |
| Oficina de Jefe de producción | Encargará de supervisar la correcta producción.                        | 15mts2         |
| Administración                | Área encargada de todos los papeleos contables y administrativos.      | 30 mt2         |
| Marketing y Ventas            | Área se encargan de la gestión de ventas a los canales.                | 15mt2          |
| Gerencia                      | El encargado de supervisar el trabajo de todas las área                | 15 mt2         |

*Nota:* Elaboración Propia

## 6.5. Responsabilidad social frente al entorno

Nuestro objetivo es poder lograr un cambio social con el apoyo y participación ciudadana quien se interese en el reciclaje, en donde todos nuestros procesos de nuestra empresa están dirigidas a lograr este objetivo, donde también involucraremos a nuestros proveedores y clientes a sumarse para alcanzar este impacto positivo.

### 6.5.1. Impacto ambiental.

Kawipet SAC, se está comprometido con el medio ambiente ya que nuestra materia prima principal son llantas recicladas y estamos contribuyendo favorablemente con la naturaleza, por lo cual tenemos un programa donde vamos a solicitar nuestra certificación ambiental, según ley N° 27446 del sistema de Evaluación de impacto ambiental, esta ley indica que no se puede realizar ningún proyecto público sin antes haber obtenido la licencia o certificación ambiental.

Así mismo nos comprometemos en darle el uso correcto a los materiales y recursos, también colaborar con reciclar y campañas voluntarias para mejorar el medio ambiente y combatir la contaminación, empezaremos en realizar acciones de limpieza de basura por la zona donde estamos ubicados, impactara en las personas que viven alrededor de la empresa.

Contaremos:

- 4 Voluntarios.
- 96 horas al año.
- Actividades realizadas por año.



Figura 75. Sistema de Gestión Ambiental. Adaptado de “Sistema de gestión medioambiental”, por Ambev Centroamérica, 2020.

### **6.5.2. Con los trabajadores.**

Kawipet, ofrece un grato ambiente de trabajo, brindando implementos necesarios para realizar sus labores sin ningún problema

- Capacitaciones gratuitas para un mejor desempeño laboral.
- Reconocimientos a nuestros colaboradores por su buena conducta y desempeño.
- Celebración de cumpleaños mensuales de nuestros colaboradores.
- Actividades de confraternidad con nuestros colaboradores en fechas festivos.
- Aniversario de la empresa.
- Día del trabajo.
- Día de la madre.
- Fiestas navideñas.

### **6.5.3. Con la comunidad.**

Kawipet, se compromete con las costumbres y tradiciones del distrito, nos comprometemos en respetar las reglas y normas de la Municipalidad del distrito de Ate por ello los residuos de las llantas donaremos a las municipalidad para que realicen el asaltado en los parques, las personas de la zona serán nuestra prioridad para ser contratadas para los puestos requeridos por la empresa, con ello contribuir con el empleo y estima con nuestros residentes.

En los siguientes cuadros detallamos las actividades que se realizarán cada mes y cuál será el costo de cada una de ellas.

Tabla 237.

*Actividades para el impacto ambiental, con los trabajadores y la comunidad en el año 2021.*

| Año 2021                                         | ene | feb | mar | abr | may  | jun | jul | ago | sep  | oct | nov | dic | Total |
|--------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente     |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     |       |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente    |     |     |     |     |      | 800 |     |     |      |     |     | 800 | 1600  |
| Tachos para reciclaje                            | 200 |     |     | 200 |      |     | 200 |     |      | 200 |     |     | 800   |
| Señales para etiquetar los tachos                | 50  |     |     | 50  |      |     | 50  |     |      | 50  |     |     | 200   |
| Campaña de reciclar llantas en todas las empresa | 400 |     |     | 400 |      |     | 400 |     |      | 400 |     |     | 1600  |
| de transporte de ate                             |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     |       |
| Responsabilidad social con los trabajadores      |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     | 0     |
| Capacitaciones para el personal                  | 800 |     |     | 800 |      |     | 800 |     |      | 800 |     |     | 3200  |
| Insentivo                                        |     | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 2200  |
| celebración de cumpleaños                        | 100 | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 1200  |
| Aniversario de la empresa                        |     |     |     |     |      |     |     |     | 2600 |     |     |     | 2600  |
| Celebración día del trabajador                   |     |     |     |     | 1000 |     |     |     |      |     |     |     | 1000  |



|                                         |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |
|-----------------------------------------|--|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|-------|
| Celebración del día de la madre         |  |      |     |     |      | 600  |      |      |     |      |      |     |      | 600   |
| Celebración del día del padre           |  |      |     |     |      |      | 700  |      |     |      |      |     |      | 700   |
| Celebración Navideña                    |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 1200 | 1200  |
| Celebración de fin de año               |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 900  | 900   |
| Responsabilidad social con la comunidad |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      | 0     |
| Celebración navideña                    |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 2000 | 2000  |
| Campaña de vacunación de mascotas       |  |      | 400 |     |      |      | 400  |      |     | 400  |      |     | 400  | 1600  |
| celebración del día del perro           |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      | 1300  |
| celebración del día del gato            |  |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      | 1300  |
| TOTAL                                   |  | 1550 | 300 | 700 | 1750 | 1900 | 2200 | 1750 | 300 | 5900 | 1750 | 300 | 5600 | 24000 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tendremos unos costos de 24,000 soles por las actividades realizadas.

Tabla 238.

*Actividades para el impacto ambiental, con los trabajadores y la comunidad en el año 2022.*

| AÑO 2022                                                              | ene | feb | mar | abr | may  | jun | jul | ago | sep  | oct | nov | dic | Total |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente                          |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     |       |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente                         |     |     |     |     |      | 800 |     |     |      |     |     | 800 | 1600  |
| Tachos para reciclaje                                                 | 300 |     |     | 300 |      |     | 300 |     |      | 300 |     |     | 1200  |
| Señales para etiquetar los tachos                                     | 100 |     |     | 100 |      |     | 100 |     |      | 100 |     |     | 400   |
| Campaña de reciclar llantas en todas las empresa de transporte de ate | 400 |     |     | 400 |      |     | 400 |     |      | 400 |     |     | 1600  |
| Responsabilidad social con los trabajadores                           |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     | 0     |
| Capacitaciones para el personal                                       | 800 |     |     | 800 |      |     | 800 |     |      | 800 |     |     | 3200  |
| Insentivo                                                             | 200 | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 2400  |
| celebración de cumpleaños                                             | 100 | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 1200  |
| Aniversario de la empresa                                             |     |     |     |     |      |     |     |     | 2600 |     |     |     | 2600  |
| Celebración día del trabajador                                        |     |     |     |     | 1200 |     |     |     |      |     |     |     | 1200  |
| Celebración del dia de la madre                                       |     |     |     |     | 600  |     |     |     |      |     |     |     | 600   |

|                                         |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |  |       |
|-----------------------------------------|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|--|-------|
| Celebración del día del padre           |      |     |     |      |      | 800  |      |     |      |      |     |      |  | 800   |
| Celebracion Navideña                    |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 1200 |  | 1200  |
| Celebracion de fin de año               |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 900  |  | 900   |
| Responsabilidad social con la comunidad |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |  | 0     |
| Celebracion davideña                    |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 2000 |  | 2000  |
| Campaña de vacunacion de mascotas       |      |     | 400 |      |      | 400  |      |     | 400  |      |     | 400  |  | 1600  |
| celebracion del dia del perro           |      |     |     |      |      |      |      |     | 1300 |      |     |      |  | 1300  |
| celebracion del dia del gato            |      |     |     |      |      |      |      |     | 1300 |      |     |      |  | 1300  |
| TOTAL                                   | 1900 | 300 | 700 | 1900 | 2100 | 2300 | 1900 | 300 | 5900 | 1900 | 300 | 5600 |  | 25100 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tendremos unos costos de 25,100 soles por las actividades realizadas.

Tabla 239.

*Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2023.*

| AÑO 2023                                      | ene | feb | mar | abr | may | jun | jul | ago | sep | oct | nov | dic | Total |
|-----------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente |     |     |     |     |     | 800 |     |     |     |     |     | 800 | 1600  |

|                                                                       |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|------|------|
| Tachos para reciclaje                                                 | 300 |     |     | 300 |      |     | 300 |     |      | 300 |     |      | 1200 |
| Señales para etiquetar los tachos                                     | 100 |     |     | 100 |      |     | 100 |     |      | 100 |     |      | 400  |
| Campaña de reciclar llantas en todas las empresa de transporte de ate | 400 |     |     | 400 |      |     | 400 |     |      | 400 |     |      | 1600 |
| Responsabilidad social con los trabajadores                           |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |      | 0    |
| Capacitaciones para el personal                                       | 800 |     |     | 800 |      |     | 800 |     |      | 800 |     |      | 3200 |
| Insentivo                                                             | 200 | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200  | 2400 |
| celebración de cumpleaños                                             | 100 | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100  | 1200 |
| Aniversario de la empresa                                             |     |     |     |     |      |     |     |     | 2600 |     |     |      | 2600 |
| Celebración día del trabajador                                        |     |     |     |     | 1200 |     |     |     |      |     |     |      | 1200 |
| Celebración del dia de la madre                                       |     |     |     |     | 600  |     |     |     |      |     |     |      | 600  |
| Celebración del dia del padre                                         |     |     |     |     |      | 800 |     |     |      |     |     |      | 800  |
| Celebracion Navideña                                                  |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     | 1200 | 1200 |
| Celebracion de fin de año                                             |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     | 900  | 900  |
| Responsabilidad social con la comunidad                               |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |      | 0    |
| Celebracion davideña                                                  |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     | 2000 | 2000 |

|                                   |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |      |
|-----------------------------------|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|-------|------|
| Campaña de vacunacion de mascotas |      |     |     | 400  |      |      | 400  |     |      | 400  |     |      | 400   | 1600 |
| celebracion del dia del perro     |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      |       | 1300 |
| celebracion del dia del gato      |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      |       | 1300 |
| TOTAL                             | 1900 | 300 | 700 | 1900 | 2100 | 2300 | 1900 | 300 | 5900 | 1900 | 300 | 5600 | 25100 |      |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tendremos unos costos de 25,100 soles por las actividades realizadas.

Tabla 240.

Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2024.

| AÑO 2024                                      | ene | feb | mar | abr | may | jun | jul | ago | sep | oct | nov | dic | Total |
|-----------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente |     |     |     |     |     | 800 |     |     |     |     |     | 800 | 1600  |
| Tachos para reciclaje                         | 400 |     |     | 400 |     |     | 400 |     |     | 400 |     |     | 1600  |
| Señales para etiquetar los tachos             | 150 |     |     | 150 |     |     | 150 |     |     | 150 |     |     | 600   |
| Campaña de reciclar llantas en todas las      | 400 |     |     | 400 |     |     | 400 |     |     | 400 |     |     | 1600  |
| empresa de transporte de ate                  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |

|                                             |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |
|---------------------------------------------|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|-------|
| Responsabilidad social con los trabajadores | 0    |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |
| Capacitaciones para el personal             | 800  |     |     | 800  |      |      | 800  |     |      | 800  |     |      | 3200  |
| Insentivo                                   | 200  | 200 | 200 | 200  | 200  | 200  | 200  | 200 | 200  | 200  | 200 | 200  | 2400  |
| celebración de cumpleaños                   | 100  | 100 | 100 | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 | 100  | 100  | 100 | 100  | 1200  |
| Aniversario de la empresa                   |      |     |     |      |      |      |      |     | 2600 |      |     |      | 2600  |
| Celebración día del trabajador              |      |     |     |      | 1200 |      |      |     |      |      |     |      | 1200  |
| Celebración del día de la madre             |      |     |     |      | 600  |      |      |     |      |      |     |      | 600   |
| Celebración del día del padre               |      |     |     |      |      | 800  |      |     |      |      |     |      | 800   |
| Celebracion Navideña                        |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 1200 | 1200  |
| Celebracion de fin de año                   |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 900  | 900   |
| Responsabilidad social con la comunidad     | 0    |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |
| Celebracion davideña                        |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     | 2000 | 2000  |
| Campaña de vacunacion de mascotas           |      |     | 400 |      |      | 400  |      |     | 400  |      |     | 400  | 1600  |
| celebracion del día del perro               |      |     |     |      |      |      |      |     | 1300 |      |     |      | 1300  |
| celebracion del día del gato                |      |     |     |      |      |      |      |     | 1300 |      |     |      | 1300  |
| TOTAL                                       | 2050 | 300 | 700 | 2050 | 2100 | 2300 | 2050 | 300 | 5900 | 2050 | 300 | 5600 | 25700 |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tendremos unos costos de 25,700 soles por las actividades realizadas.

Tabla 241.

Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad en el año 2025.

| AÑO 2025                                                              | ene | feb | mar | abr | may  | jun | jul | ago | sep  | oct | nov | dic | Total |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente                          |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     |       |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente                         |     |     |     |     |      | 800 |     |     |      |     |     | 800 | 1600  |
| Tachos para reciclaje                                                 | 450 |     |     | 450 |      |     | 450 |     |      | 450 |     |     | 1800  |
| Señales para etiquetar los tachos                                     | 200 |     |     | 200 |      |     | 200 |     |      | 200 |     |     | 800   |
| Campaña de reciclar llantas en todas las empresa de transporte de ate | 400 |     |     | 400 |      |     | 400 |     |      | 400 |     |     | 1600  |
| Responsabilidad social con los trabajadores                           |     |     |     |     |      |     |     |     |      |     |     |     | 0     |
| Capacitaciones para el personal                                       | 800 |     |     | 800 |      |     | 800 |     |      | 800 |     |     | 3200  |
| Insentivo                                                             | 200 | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 200  | 200 | 200 | 200 | 2400  |
| celebración de cumpleaños                                             | 100 | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 100  | 100 | 100 | 100 | 1200  |
| Aniversario de la empresa                                             |     |     |     |     |      |     |     |     | 2600 |     |     |     | 2600  |
| Celebración día del trabajador                                        |     |     |     |     | 1500 |     |     |     |      |     |     |     | 1500  |

|                                         |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       |      |
|-----------------------------------------|------|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|-------|------|
| Celebración del día de la madre         |      |     |     |      |      | 600  |      |     |      |      |     |      |       | 600  |
| Celebración del día del padre           |      |     |     |      |      |      | 900  |     |      |      |     |      |       | 900  |
| Celebración Navideña                    |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      | 1200  | 1200 |
| Celebración de fin de año               |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      | 900   | 900  |
| Responsabilidad social con la comunidad |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      |       | 0    |
| Celebración navideña                    |      |     |     |      |      |      |      |     |      |      |     |      | 2000  | 2000 |
| Campaña de vacunación de mascotas       |      |     | 400 |      |      | 400  |      |     | 400  |      |     |      | 400   | 1600 |
| celebración del día del perro           |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      |       | 1300 |
| celebración del día del gato            |      |     |     |      |      |      |      |     |      | 1300 |     |      |       | 1300 |
| TOTAL                                   | 2150 | 300 | 700 | 2150 | 2400 | 2400 | 2150 | 300 | 5900 | 2150 | 300 | 5600 | 26500 |      |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tendremos unos costos de 26,700 soles por las actividades realizadas.



Tabla 242.

*Actividades para el impacto ambiental con los trabajadores y la comunidad.*

|                                                                       | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Responsabilidad social con el medio ambiente                          | 4200  | 4800  | 4800  | 5400  | 5800  |
| Charlas para contribuir con el medio ambiente                         | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  |
| Tachos para reciclaje                                                 | 800   | 1200  | 1200  | 1600  | 1800  |
| Señales para etiquetar los tachos                                     | 200   | 400   | 400   | 600   | 800   |
| Campaña de reciclar llantas en todas las empresa de transporte de ate | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  |
| Responsabilidad social con los trabajadores                           | 13600 | 14100 | 14100 | 14100 | 14500 |
| Capacitaciones para el personal                                       | 3200  | 3200  | 3200  | 3200  | 3200  |
| Insentivo                                                             | 2200  | 2400  | 2400  | 2400  | 2400  |
| celebración de cumpleaños                                             | 1200  | 1200  | 1200  | 1200  | 1200  |
| Aniversario de la empresa                                             | 2600  | 2600  | 2600  | 2600  | 2600  |
| Celebración día del trabajador                                        | 1000  | 1200  | 1200  | 1200  | 1500  |
| Celebración del dia de la madre                                       | 600   | 600   | 600   | 600   | 600   |
| Celebración del dia del padre                                         | 700   | 800   | 800   | 800   | 900   |
| Celebracion Navideña                                                  | 1200  | 1200  | 1200  | 1200  | 1200  |
| Celebracion de fin de año                                             | 900   | 900   | 900   | 900   | 900   |
| Responsabilidad social con la comunidad                               | 6200  | 6200  | 6200  | 6200  | 6200  |
| Celebracion davideña                                                  | 2000  | 2000  | 2000  | 2000  | 2000  |
| Campaña de vacunacion de mascotas                                     | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  |
| celebracion del dia de la mascota                                     | 1000  | 1000  | 1000  | 1000  | 1000  |
| Donaciones a los albergues de mascotas                                | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  | 1600  |
| TOTAL                                                                 | 24000 | 25100 | 25100 | 25700 | 26500 |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que tendremos actividades de responsabilidad social con el medio ambiente con un costo de 4,200 soles, responsabilidad social del trabajador con un costo de 13,600 soles, responsabilidad social con un costo de 6,200 soles, en el 2021 con un costo total de 24,000 soles.

Responsabilidad social con el medio ambiente con un costo de 4,800 soles, responsabilidad social del trabajador con un costo de 14,100 soles, responsabilidad social con un costo de 6,200 soles, en el 2022 con un costo total de 25,100 soles

Responsabilidad social con el medio ambiente con un costo de 4,800 soles, responsabilidad social del trabajador con un costo de 14,100 soles, responsabilidad social con un costo de 6,200 soles, en el 2023 con un costo total de 25,100 soles

Responsabilidad social con el medio ambiente con un costo de 5,400 soles, responsabilidad social del trabajador con un costo de 14,100 soles, responsabilidad social con un costo de 6,200 soles, en el 2024 con un costo total de 24,000 soles.

Responsabilidad social con el medio ambiente con un costo de 5,800, responsabilidad social del trabajador con un costo de 14,500 soles, responsabilidad social con un costo de 6,200 soles, en el 2021 con un costo total de 24,000 soles.

## Capítulo VII: Estudio económico y financiero

### 7.1. Inversiones

#### 7.1.1. Inversión en activo fijo depreciable.

Para determinar el activo fijo depreciable nos basamos en la norma contable y tributaria.

Según la NIC 16, “la propiedad Planta Y Equipo (Norma Internacional de contabilidad) detalla que: un elemento de propiedad, planta y equipo se reconocerla como activo fijo si, y solo si sea probable que la entidad obtenga beneficios económico futuro derivados del mismo y el costo del activo pueda medirse con fiabilidad”. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

Según el Art 23° de “la Ley del impuesto a la Renta detalla que: La inversión en bienes de uso cuyo costo por unidad no sobrepase el  $\frac{1}{4}$  de Unidad Impositiva tributaria (UIT) a opción del contribuyente, podrá considerarse como gasto del ejercicio en que se efectuó”. (Organización de los Estados Americanos, 2019)

Para la inversión de Kawito SAC se está considerando activos fijos mayores a  $\frac{1}{4}$  de UIT (S/.1, 075), cabe resaltar que la UIT para el año 2020 es de S/.4,300.00. Asimismo dichos activos son comprados en el año “0” del proyecto.

Tabla 243.

*Inversión de activos (importe en soles)*

| Descripción                     | Cantidad | Costo<br>Unitario | Valor<br>Total | I.G.V. | Total<br>Precio |
|---------------------------------|----------|-------------------|----------------|--------|-----------------|
| Operaciones                     |          |                   | 8,220          | 1,480  | 9,700           |
| Maquinaria de corte de<br>banda | 2        | 1,441             | 3,400          | 519    | 3400            |
| Maquina de coser                | 2        | 1,144             | 2,700          | 412    | 2700            |
| Computadora                     | 2        | 1,525             | 3,600          | 549    | 3600            |

|                   |   |       |        |        |          |
|-------------------|---|-------|--------|--------|----------|
| Administración    |   |       | 4,152  | 747    | 4,899    |
| Computadora       | 2 | 1,525 | 3,600  | 549    | 3600     |
| Proyector         | 1 | 1,101 | 1,299  | 198    | 1299     |
| Ventas            |   |       | 3,051  | 549    | 3,600    |
| Computadora       | 2 | 1,525 | 3,600  | 549.15 | 3,600.00 |
| Total activo fijo |   |       | 15,423 | 2,776  | 18,199   |

*Nota:* Elaboración propia

La inversión en activos fijos depreciables para el área de Operaciones asciende a S/.9,700, para el área de administración asciende a S/. 4,899, y para el área de ventas asciende a S/.3,600, haciendo un total de S/. 18,199 para las 3 áreas de la empresa.

#### **7.1.2. Inversión en activo intangible.**

Tabla 244.

*La compra de activos fijos intangibles del año “0” del proyecto (importe en soles)*

| Concepto                                                                                                     | Cant. | Costo<br>unitario<br>S/.sin IGV | Total<br>Valor | I.G.V | Importe |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------|----------------|-------|---------|
| Gastos de Constitución                                                                                       |       |                                 | 404            | 0     | 404     |
| Busqueda de nombre                                                                                           | 1     | 5                               | 5              | 0     | 5       |
| Reserva de nombre (valido 30 dias)                                                                           | 1     | 18                              | 18             | 0     | 18      |
| Elaboracion de la minuta de<br>constitución, escritura pública ante<br>notario y accionistas de la sociedad. | 1     | 305                             | 305            | 0     | 305     |
| Inscripcion en el registro de personas<br>juridicas                                                          | 1     | 76                              | 76             | 0     | 76      |

|                                      |   |     |       |     |      |
|--------------------------------------|---|-----|-------|-----|------|
| obtener el numero de ruc             | 1 | 0   | 0     | 0   | 0    |
| Marcas y patentes                    |   |     | 714   | 128 | 842  |
| Búsqueda Figurativa                  | 1 | 33  | 33    | 6   | 38   |
| Registro de marca                    | 1 | 495 | 495   | 89  | 584  |
| Publicación en el diario peruano     | 1 | 186 | 186   | 34  | 220  |
| Licencias, Autorizaciones y Software |   |     | 639   | 115 | 755  |
| Licencia de funcionamiento           | 1 | 339 | 339   | 61  | 400  |
| Inspeccion defensa civil             | 1 | 300 | 300   | 54  | 354  |
| carnet de sanidad                    | 1 | 0   | 0     | 0   | 0    |
| Total Gastos Intangibles             |   |     | 1,757 | 244 | 2201 |

*Nota:* Elaboración propia

La inversión en activos intangibles comprende los gastos de constitución, marcas y patentes, licencias, autorizaciones y Software los cuales ascienden a un total de S/. 2,001 y se considera para el centro de costo de administración.

### 7.1.3. Inversión en gastos pre-operativos.

Tabla 245.

*Los gastos de puesta en marcha del proyecto comprenden los gastos que se realizan en el periodo pre-operativo del año 2020*

| Concepto                               | Cant. | Costo<br>Unitario | Valor<br>Total | I.G.V. | Importe<br>Total | Operaciones | Administración | Ventas |
|----------------------------------------|-------|-------------------|----------------|--------|------------------|-------------|----------------|--------|
| Activos fijos no depreciables          |       |                   | 10,453         | 1,882  | 12,335           | 3,139       | 4,927          | 2,386  |
| Operaciones y producción               |       |                   | 3,139          | 565    | 3,705            | 3,139       | 0              | 0      |
| Sierra caladora 570w                   | 2     | 110               | 220            | 40     | 260              | 220         | 0              | 0      |
| Maquina lijadora pulidora de neumatico | 2     | 364               | 728            | 131    | 859              | 728         | 0              | 0      |
| Maquina taladro                        | 2     | 72                | 144            | 26     | 170              | 144         | 0              | 0      |
| Impresora                              | 2     | 424               | 847            | 153    | 1,000            | 847         | 0              | 0      |
| Escritorio                             | 2     | 253               | 507            | 91     | 598              | 507         | 0              | 0      |
| Sillas                                 | 2     | 50                | 100            | 18     | 118              | 100         | 0              | 0      |
| Repisas                                | 1     | 593               | 593            | 107    | 700              | 593         | 0              | 0      |
| Administración                         |       |                   | 4,927          | 887    | 5,814            | 0           | 4,927          | 0      |
| Impresora y escaner                    | 1     | 1,525             | 1,525          | 275    | 1,800            | 0           | 1,525          | 0      |

|                                   |   |       |       |     |       |       |       |       |
|-----------------------------------|---|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|
| Ventilador                        | 2 | 1,101 | 2,202 | 396 | 2,598 | 0     | 2,202 | 0     |
| Escritorio                        | 2 | 253   | 507   | 91  | 598   | 0     | 507   | 0     |
| Sillas                            | 2 | 50    | 100   | 18  | 118   | 0     | 100   | 0     |
| Repisas                           | 1 | 593   | 593   | 107 | 700   | 0     | 593   | 0     |
| Ventas                            |   |       | 2,386 | 430 | 2,816 | 0     | 0     | 2,386 |
| Impresora y escaner               | 1 | 1,017 | 1,017 | 183 | 1,200 | 0     | 0     | 1,017 |
| ventilador                        | 2 | 85    | 169   | 31  | 200   | 0     | 0     | 169   |
| Escritorio                        | 2 | 253   | 507   | 91  | 598   | 0     | 0     | 507   |
| Sillas                            | 2 | 50    | 100   | 18  | 118   | 0     | 0     | 100   |
| Repisas                           | 1 | 593   | 593   | 107 | 700   | 0     | 0     | 593   |
| Utensilios, Enseres y Equipo      |   |       | 4,286 | 771 | 5,057 | 4,101 | 102   | 83    |
| Utiles de produccion              |   |       | 4,101 | 738 | 4,839 | 4,101 | 0     | 0     |
| Herramientas                      |   |       | 2,149 | 387 | 2,536 | 2,149 | 0     | 0     |
| Utiles de limpieza                |   |       | 1,819 | 327 | 2,146 | 1,819 | 0     | 0     |
| Utiles de oficina area producción |   |       | 133   | 24  | 157   | 133   | 0     | 0     |
| Utiles de Administración          |   |       | 102   | 18  | 120   | 0     | 102   | 0     |

|                                        |        |       |        |        |       |        |
|----------------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
| Utiles de oficina área administrativa  | 102    | 18    | 120    | 0      | 102   | 0      |
| Utiles de Ventas                       | 83     | 15    | 97     | 0      | 0     | 83     |
| Utiles de oficina área ventas          | 83     | 15    | 97     | 0      | 0     | 83     |
| Acondicionamiento de Local             | 21,324 | 3,838 | 25,162 | 14,927 | 4,265 | 2,132  |
| Marketing de Lanzamiento               | 25,016 | 4,503 | 29,519 | 0      | 0     | 25,016 |
| Web                                    | 2,700  | 486   | 3,186  | 0      | 0     | 2,700  |
| Instagram y Facebook                   | 2,700  | 486   | 3,186  | 0      | 0     | 2,700  |
| Auspicios                              | 19,616 | 3,531 | 23,147 | 0      | 0     | 19,616 |
| Remuneraciones diciembre               | 17,133 | 0     | 17,133 | 8,660  | 5,626 | 2,848  |
| Pago Total planilla administrativa     | 5,626  | 0     | 5,626  | 0      | 5,626 | 0      |
| Pago total de ventas                   | 2,848  | 0     | 2,848  |        |       | 2,848  |
| Pago planilla MOD                      | 5,130  | 0     | 5,130  | 5,130  | 0     | 0      |
| Pago planilla MOI                      | 3,530  | 0     | 3,530  | 3,530  | 0     | 0      |
| Servicios básicos y diversos diciembre | 2,500  | 360   | 2,860  | 1,750  | 500   | 250    |
| Luz                                    | 570    | 103   | 673    | 399    | 114   | 57     |
| Agua                                   | 266    | 48    | 314    | 186    | 53    | 27     |



|                                 |   |       |        |        |         |        |        |        |
|---------------------------------|---|-------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| Teléfono+ internet              |   |       | 233    | 42     | 275     | 163    | 47     | 23     |
| Contador                        |   |       | 500    | 0      | 500     | 350    | 100    | 50     |
| Servicio de limpieza            |   |       | 930    | 167    | 1,097   | 651    | 186    | 93     |
| Alquiler Adelantado (diciembre) | 1 |       | 5,800  | 0      | 5,800   | 4,060  | 1,160  | 580    |
| SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS  |   |       | 86,511 | 11,354 | 97,865  | 36,637 | 16,580 | 33,295 |
| Garantía(2 meses)               | 2 | 5,800 | 11,600 | 0      | 11,600  |        |        |        |
| TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS     |   |       | 98,111 | 11,354 | 109,465 |        |        |        |

---

*Nota:* Elaboración propia

La inversión en Gastos Pre-operativos comprende Activos fijos no depreciables, equipos no depreciables, utensilios enseres y quipos, acondicionamiento de local, marketing de lanzamiento, remuneraciones, servicios básicos, servicios de terceros y el alquiler adelantado de 1 mes. En cuanto a la garantía de alquiler se considera como desembolso , pero no exactamente es un gasto pre-operativo, ya que se va a recuperar al final del proyecto, por ende la garantía es un gasto pre-operativo no amortizable, dicha inversión ascienden a un total de S/. 109,465 y son distribuidos en 3 centros de costos como es: operaciones, administración y ventas.

A Continuación se muestra el detalle de cada centro de costo, es necesario resaltar que para este cuadro resumen no se está considerando la garantía por lo explicado en el párrafo anterior.

A Continuación se muestra el detalle de cada centro de costo, es necesario resaltar que para este cuadro resumen no se está considerando la garantía por lo explicado en el párrafo anterior.

Tabla 246.

*Resumen de Gastos pre operativos.*

|                                        | Operaciones | Administración | Ventas | Total  |
|----------------------------------------|-------------|----------------|--------|--------|
| Activos fijos no depreciables          | 3,139       | 4,927          | 2,386  | 10,453 |
| Utensilios, Enseres y Equipo           | 4,101       | 102            | 83     | 4,286  |
| Acondicionamiento de Local             | 14,927      | 4,265          | 2,132  | 21,324 |
| Marketing de Lanzamiento               | 0           | 0              | 25,016 | 25,016 |
| Remuneraciones diciembre               | 8,660       | 5,626          | 2,848  | 17,133 |
| Servicios básicos y diversos diciembre | 1,750       | 500            | 250    | 2,500  |
| Alquiler Adelantado (diciembre)        | 4,060       | 1,160          | 580    | 5,800  |
| Total Valor Gastos Pre Operativos      | 36,637      | 16,580         | 33,295 | 86,511 |

*Nota:* Elaboración propia

La inversión de Gastos pre-operativos para el área de Operaciones asciende a S/.36, 637, para el área de administración asciende a S/. 16,580 y para el área de ventas asciende a S/.33, 295, haciendo un total de S/. 86,511 para las 3 áreas de la empresa.

#### **7.1.4. Inversión en inventarios iniciales.**

Para determinar la inversión de Inventarios Iniciales trabajamos con los datos” Programa de Producción” de costo de producción del año “0” los Gastos Pre Operativos de Mano de obra directa (MOD), mano de obra indirecta (MOI), energía eléctrica y agua .

Es necesario resaltar que los inventarios es netamente el costo de la materia prima del Sampling de diciembre del año 2020.

Costo de producción del año 0 (diciembre 2020)

Producción del año 0: 662 unidades

Tabla 247.

*Costo unitario de unidades producidas (importe en soles)*

|                   | Costos mes 0 | Unidades mes 0 | Costo unitario |
|-------------------|--------------|----------------|----------------|
| MOD               | 5,130        | 662            | 8              |
| MOI               | 3,530        | 662            | 5              |
| Energía eléctrica | 399          | 662            | 1              |
| Agua              | 186          | 662            | 0              |

*Nota:* Elaboración propia

La producción de año “0” es de 662 unidades y se halló de la suma del total de cada cama (pequeña, mediana y grande).

Para hallar el costo unitario se divide los costos del año “0” entre las unidades producidas.

#### **Unidades de Sampling Dic-2020**

Para hallar el Costo Total de las unidades producidas de sampling, se multiplica el costo unitario por las unidades producidas, obteniendo un costo total, luego se halla el IGV por el 18%, la suma de ambos se obtiene el monto total de Sampling del año “0”

**Cama pequeña: 85 unidades.**

Tabla 248.

*Sampling para la cama pequeña (importe en soles)*

|                    | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|--------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima (MP) | 16             | 1,341       | 241    | 1,583 |
| MOD                | 8              | 662         | 0      | 662   |
| MOI                | 5              | 455         | 0      | 455   |

|                   |   |       |     |       |
|-------------------|---|-------|-----|-------|
| Energía eléctrica | 1 | 52    | 9   | 61    |
| Agua              | 0 | 24    | 4   | 28    |
|                   |   | 2,534 | 255 | 2,789 |

*Nota:* Elaboración propia

La producción de unidades de sampling es de 85 UND para la cama pequeña y esta valorizado en S/.2,788.92.

**Cama mediana: 212 unidades.**

Tabla 249.

*Sampling para la cama mediana (importe en soles)*

|                   | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|-------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima     | 19             | 3,944       | 710    | 4,654 |
| MOD               | 8              | 1,641       | 0      | 1,641 |
| MOI               | 5              | 1,129       | 0      | 1,129 |
| Energía eléctrica | 1              | 128         | 23     | 151   |
| Agua              | 0              | 60          | 11     | 70    |
|                   |                | 6,901       | 744    | 7,645 |

*Nota:* Elaboración propia

La producción de unidades de sampling es de 212 UND para la cama mediana y esta valorizado en S/.7,644.77.

**Cama grande: 98 unidades.**

Tabla 250.

*Sampling para la cama grande (importe en soles)*

|                   | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|-------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima     | 22             | 2,105       | 379    | 2,484 |
| MOD               | 8              | 757         | 0      | 757   |
| MOI               | 5              | 521         | 0      | 521   |
| Energía eléctrica | 1              | 59          | 11     | 70    |
| Agua              | 0              | 27          | 5      | 32    |
|                   |                | 3,469       | 394    | 3,864 |

*Nota:* Elaboración propia

La producción de unidades de sampling es de 98 UND para la cama grande y esta valorizado en S/.3,863.98.

**Unidades inventario inicial producto terminado****Cama pequeña: 58 unidades**

Tabla 251.

*Inventario Inicial de productos terminados para las camas pequeñas (importe en soles)*

|                   | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|-------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima     | 16             | 908         | 163    | 1,071 |
| MOD               | 8              | 448         | 0      | 448   |
| MOI               | 5              | 308         | 0      | 308   |
| Energía eléctrica | 1              | 35          | 6      | 41    |
| Agua              | 0              | 16          | 3      | 19    |
|                   |                | 1,715       | 173    | 1,887 |

*Nota:* Elaboración propia

El inventario inicial de producto terminado es de 58 UND para la cama pequeña y esta valorizado en S/.1,887.17

**Cama mediana: 143 unidades**

Tabla 252.

*Inventario Inicial de productos terminados para las camas medianas (importe en soles)*

|                   | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|-------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima     | 19             | 2,669       | 480    | 3,149 |
| MOD               | 8              | 1,110       | 0      | 1,110 |
| MOI               | 5              | 764         | 0      | 764   |
| Energía eléctrica | 1              | 86          | 16     | 102   |
| Agua              | 0              | 40          | 7      | 48    |
|                   |                | 4,670       | 503    | 5,173 |

*Nota:* Elaboración propia

El inventario inicial de producto terminado es de 143 UND para la cama mediana y esta valorizado en S/.5,173.

**Cama grande: 66 unidades**

Tabla 253.

*Inventario Inicial de productos terminados para las camas grandes.*

|                   | Costo Unitario | Costo Total | I.G.V. | Monto |
|-------------------|----------------|-------------|--------|-------|
| Materia prima     | 22             | 1,425       | 256    | 1,681 |
| MOD               | 8              | 448         | 0      | 448   |
| MOI               | 5              | 308         | 0      | 308   |
| Energía eléctrica | 1              | 35          | 6      | 41    |
| Agua              | 0              | 16          | 3      | 19    |
|                   |                | 2,232       | 266    | 2,497 |

*Nota:* Elaboración propia

El inventario inicial de producto terminado es de 66 UND para la cama mediana y esta valorizado en S/.2,497 Continuación se muestra el detalle del total inventario inicial:

Tabla 254.

*Total de inventario inicial de sampling y productos terminados*

|                                       | Costo Total | I.G.V. | Monto  |
|---------------------------------------|-------------|--------|--------|
| Inventario inicial sampling           | 12,905      | 1,393  | 14,298 |
| Inventario inicial producto terminado | 8,616       | 941    | 9,557  |
| Total inventario                      | 21,521      | 2,335  | 23,855 |

*Nota:* Elaboración Propia

El total inventario comprende el inventario inicial del sampling, valorizado en un total de S/. 14,298 y el inventario inicial de producto terminado, valorizado en un total de S/. 9,557, obteniendo un total inventario, valorizado en S/. 23,855.

#### **7.1.5. Inversión en capital de trabajo.**

Kawipet SAC trabajará con el Método de Déficit Acumulado de Caja, ya que es el más real, ya permite realizar cálculos mensuales del primer año de los ingresos y egresos con la finalidad de saber en qué mes tendría el mayor faltante de efectivo, de tal manera que se obtiene el capital de trabajo del primer año.

El cuadro de flujo mensual comprende: los Ingresos por cada canal de distribución: (veterinarias, Petshops y mercado tradicional), se detalla por ventas netas, IGV y total efectivo. Las veterinarias y Petshops se le brinda condición de pago de 30 días el 50% y 60 días el 50% y el mercado tradicional la condición de pago es al contado. Asimismo; los Egresos comprenden: la compra de insumos, materiales con y sin IGV, los sueldos brutos por áreas y los beneficios sociales, servicios básicos con y sin IGV, servicios de terceros con y sin IGV, gastos de promoción y publicidad con y sin IGV, actividad de responsabilidad con y sin IGV, pago de impuestos y pago de préstamos.

Tabla 255.

*La inversión del capital de trabajo mes1 - 12 (importe en soles)*

| Concepto                    | Mes 1  | Mes 2     | Mes 3    | Mes 4  | Mes 5    | Mes 6  | Mes 7  | Mes 8     | Mes 9  | Mes 10 | Mes 11    | Mes 12  |
|-----------------------------|--------|-----------|----------|--------|----------|--------|--------|-----------|--------|--------|-----------|---------|
| Saldo Inicial de Caja       | 0      | (120,335) | (15,290) | 14,769 | (56,767) | 27,021 | 22,651 | (116,775) | 48,053 | 44,697 | (136,476) | 100,765 |
| Veterinarias                | 21,914 | 27,393    | 32,872   | 32,872 | 38,350   | 27,393 | 49,307 | 43,829    | 49,307 | 71,222 | 76,701    | 76,701  |
| Ventas al crédito           | 21,914 | 27,393    | 32,872   | 32,872 | 38,350   | 27,393 | 49,307 | 43,829    | 49,307 | 71,222 | 76,701    | 76,701  |
| Ventas Netas                | 21,914 | 27,393    | 32,872   | 32,872 | 38,350   | 27,393 | 49,307 | 43,829    | 49,307 | 71,222 | 76,701    | 76,701  |
| I.G.V.                      | 3,945  | 4,931     | 5,917    | 5,917  | 6,903    | 4,931  | 8,875  | 7,889     | 8,875  | 12,820 | 13,806    | 13,806  |
| Total Ingresos en Efectivo  | 25,859 | 32,324    | 38,789   | 38,789 | 45,253   | 32,324 | 58,183 | 51,718    | 58,183 | 84,042 | 90,507    | 90,507  |
| Credito a 30 dias 50%       |        | 12,930    | 16,162   | 19,394 | 19,394   | 22,627 | 16,162 | 29,091    | 25,859 | 29,091 | 42,021    | 45,253  |
| Credito a 60 dias 50%       |        |           | 12,930   | 16,162 | 19,394   | 19,394 | 22,627 | 16,162    | 29,091 | 25,859 | 29,091    | 42,021  |
| Total cobranza veterinarias | 0      | 12,930    | 29,091   | 35,556 | 38,789   | 42,021 | 38,789 | 45,253    | 54,950 | 54,950 | 71,112    | 87,274  |
| Petshops                    | 16,133 | 20,166    | 24,199   | 24,199 | 28,232   | 20,166 | 36,298 | 32,265    | 36,298 | 52,431 | 56,464    | 56,464  |
| Venta al crédito            | 16,133 | 20,166    | 24,199   | 24,199 | 28,232   | 20,166 | 36,298 | 32,265    | 36,298 | 52,431 | 56,464    | 56,464  |
| Ventas netas                | 16,133 | 20,166    | 24,199   | 24,199 | 28,232   | 20,166 | 36,298 | 32,265    | 36,298 | 52,431 | 56,464    | 56,464  |
| I.G.V.                      | 2,904  | 3,630     | 4,356    | 4,356  | 5,082    | 3,630  | 6,534  | 5,808     | 6,534  | 9,438  | 10,164    | 10,164  |
| Total Ingresos en Efectivo  | 19,037 | 23,796    | 28,555   | 28,555 | 33,314   | 23,796 | 42,832 | 38,073    | 42,832 | 61,869 | 66,628    | 66,628  |
| Credito a 30 dias 50%       |        | 9,518     | 11,898   | 14,277 | 14,277   | 16,657 | 11,898 | 21,416    | 19,037 | 21,416 | 30,934    | 33,314  |
| Credito a 60 dias 50%       |        |           | 9,518    | 11,898 | 14,277   | 14,277 | 16,657 | 11,898    | 21,416 | 19,037 | 21,416    | 30,934  |
| Total cobranza Petshops     | 0      | 9,518     | 21,416   | 26,175 | 28,555   | 30,934 | 28,555 | 33,314    | 40,453 | 40,453 | 52,350    | 64,248  |
| Mercado tradicional         | 10,929 | 13,661    | 16,394   | 16,394 | 19,126   | 13,661 | 24,590 | 21,858    | 24,590 | 35,519 | 38,252    | 38,252  |
| Venta al credito            | 10,929 | 13,661    | 16,394   | 16,394 | 19,126   | 13,661 | 24,590 | 21,858    | 24,590 | 35,519 | 38,252    | 38,252  |



|                                     |         |        |        |         |        |        |         |         |         |         |         |         |
|-------------------------------------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ventas Netas                        | 10,929  | 13,661 | 16,394 | 16,394  | 19,126 | 13,661 | 24,590  | 21,858  | 24,590  | 35,519  | 38,252  | 38,252  |
| I.G.V.                              | 1,967   | 2,459  | 2,951  | 2,951   | 3,443  | 2,459  | 4,426   | 3,934   | 4,426   | 6,393   | 6,885   | 6,885   |
| Total Ingresos en Efectivo          | 12,896  | 16,120 | 19,344 | 19,344  | 22,568 | 16,120 | 29,017  | 25,792  | 29,017  | 41,913  | 45,137  | 45,137  |
| Cobranza dentro del mismo mes       | 12,896  | 16,120 | 19,344 | 19,344  | 22,568 | 16,120 | 29,017  | 25,792  | 29,017  | 41,913  | 45,137  | 45,137  |
|                                     |         |        |        |         |        |        |         |         |         |         |         |         |
| Total Ingresos en Efectivo          | 12,896  | 38,568 | 69,852 | 81,076  | 89,912 | 89,076 | 96,360  | 104,360 | 124,420 | 137,316 | 168,600 | 196,659 |
|                                     |         |        |        |         |        |        |         |         |         |         |         |         |
| Total Egresos en Efectivo           | 133,231 | 53,858 | 55,083 | 137,842 | 62,891 | 66,425 | 213,134 | 56,306  | 79,723  | 273,792 | 67,835  | 109,278 |
| Insumos (Inc. IGV)                  | 74,578  | 0      | 0      | 79,705  | 0      | 0      | 130,811 | 0       | 0       | 195,291 | 0       | 0       |
| Insumos totales sin IGV             | 62,693  | 0      | 0      | 66,869  | 0      | 0      | 109,839 | 0       | 0       | 163,975 | 0       | 0       |
| IGV Insumos                         | 11,285  | 0      | 0      | 12,036  | 0      | 0      | 19,771  | 0       | 0       | 29,516  | 0       | 0       |
| Materiales                          | 508     | 0      | 0      | 678     | 0      | 0      | 1,017   | 0       | 0       | 1,525   | 0       | 0       |
| IGV materiales                      | 92      | 0      | 0      | 122     | 0      | 0      | 183     | 0       | 0       | 275     | 0       | 0       |
| Sueldos                             | 22,607  | 23,270 | 23,515 | 23,515  | 28,064 | 23,270 | 35,150  | 24,005  | 24,250  | 25,229  | 30,783  | 36,374  |
| Sueldo Bruto Área Administrativa    | 5,100   | 5,100  | 5,100  | 5,100   | 5,100  | 5,100  | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   |
| Sueldo Bruto Área Ventas            | 2,400   | 2,400  | 2,400  | 2,400   | 2,400  | 2,400  | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   |
| Sueldo Bruto Área MOD               | 9,300   | 9,300  | 9,300  | 9,300   | 9,300  | 9,300  | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   |
| Sueldo Bruto Área MOI               | 3,200   | 3,200  | 3,200  | 3,200   | 3,200  | 3,200  | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   |
| Gratificación                       | 0       | 0      | 0      | 0       | 0      | 0      | 10,000  | 0       | 0       | 0       | 0       | 10,000  |
| Pago de CTS                         | 0       | 0      | 0      | 0       | 4,304  | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 5,308   | 0       |
| Essalud                             | 1,382   | 1,800  | 1,800  | 1,800   | 1,800  | 1,800  | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 0       | 0      | 0      | 0       | 0      | 0      | 900     | 0       | 0       | 0       | 0       | 900     |
| Sctr(1.23%)                         | 246     | 246    | 246    | 246     | 246    | 246    | 246     | 246     | 246     | 246     | 246     | 246     |
| Comisión ventas 2%                  | 980     | 1,224  | 1,469  | 1,469   | 1,714  | 1,224  | 2,204   | 1,959   | 2,204   | 3,183   | 3,428   | 3,428   |
| Servicios y Suministros sin IGV     | 8,608   | 8,608  | 8,722  | 8,608   | 8,608  | 8,779  | 8,608   | 8,608   | 8,713   | 8,608   | 8,608   | 10,417  |

|                                                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |
|------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Luz                                                  | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570    | 570    | 570    |
| IGV Luz                                              | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103    | 103    | 103    |
| Agua                                                 | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266    | 266    | 266    |
| IGV Agua                                             | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48     | 48     | 48     |
| Teléfono+ internet                                   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233    | 233    | 233    |
| IGV teléfono + Internet                              | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42     | 42     | 42     |
| Recarga de extintores                                |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        | 127    |
| IGV seguros                                          | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 23     |
| Alquiler                                             | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800  | 5,800  | 5,800  |
| IGV alquiler                                         | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 0      |
| Mantenimiento de equipos de produccion               | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 860    |
| IGV mantenimiento equipos de producción              | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 155    |
| Mantenimiento de equipos de administración           | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 250    |
| IGV mantenimiento equipos de administración          | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 45     |
| Mantenimiento de equipos de ventas                   | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 150    |
| IGV mantenimiento equipos de ventas                  | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 27     |
| Reposicion de herramientas                           | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 24    | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 24     |
| IGV herramientas                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 4     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 4      |
| Reposicion de utensilios y utiles de limpieza        | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,781 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738  | 1,738  | 1,819  |
| IGV de reposicion de utensilios y utiles de limpieza | 313   | 313   | 313   | 313   | 313   | 320   | 313   | 313   | 313   | 313    | 313    | 327    |
| Reposicion de utiles de oficina                      | 0     | 0     | 114   | 0     | 0     | 105   | 0     | 0     | 105   | 0      | 0      | 318    |
| IGV de reposicion de utiles de oficina               | 0     | 0     | 21    | 0     | 0     | 19    | 0     | 0     | 19    | 0      | 0      | 57     |
| IGV servicios y suministros                          | 505   | 505   | 526   | 505   | 505   | 536   | 505   | 505   | 524   | 505    | 505    | 831    |
| Servicios Tercerizados sin IGV                       | 7,284 | 8,137 | 8,273 | 7,904 | 9,172 | 7,242 | 9,964 | 9,071 | 9,668 | 11,225 | 12,282 | 11,097 |
| Contador                                             | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500    | 500    | 500    |

[illegible]

Tabla 256.

*La inversión del capital de trabajo mes13 - 24 (importe en soles)*

| Concepto                    | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15  | Mes 16 | Mes 17   | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20    | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23    | Mes 24  |
|-----------------------------|--------|--------|---------|--------|----------|--------|--------|-----------|--------|--------|-----------|---------|
| Saldo Inicial de Caja       | 87,381 | 10,631 | (7,160) | 39,704 | (45,157) | 39,741 | 25,088 | (115,302) | 72,401 | 69,713 | (138,098) | 117,464 |
| Veterinarias                | 36,581 | 48,774 | 42,678  | 36,581 | 36,581   | 30,484 | 54,871 | 48,774    | 60,968 | 60,968 | 67,065    | 85,355  |
| Ventas al crédito           | 36,581 | 48,774 | 42,678  | 36,581 | 36,581   | 30,484 | 54,871 | 48,774    | 60,968 | 60,968 | 67,065    | 85,355  |
| Ventas Netas                | 36,581 | 48,774 | 42,678  | 36,581 | 36,581   | 30,484 | 54,871 | 48,774    | 60,968 | 60,968 | 67,065    | 85,355  |
| I.G.V.                      | 6,585  | 8,779  | 7,682   | 6,585  | 6,585    | 5,487  | 9,877  | 8,779     | 10,974 | 10,974 | 12,072    | 15,364  |
| Total Ingresos en Efectivo  | 43,165 | 57,554 | 50,360  | 43,165 | 43,165   | 35,971 | 64,748 | 57,554    | 71,942 | 71,942 | 79,136    | 100,719 |
| Credito a 30 dias 50%       | 45,253 | 21,583 | 28,777  | 25,180 | 21,583   | 21,583 | 17,986 | 32,374    | 28,777 | 35,971 | 35,971    | 39,568  |
| Credito a 60 dias 50%       | 45,253 | 45,253 | 21,583  | 28,777 | 25,180   | 21,583 | 21,583 | 17,986    | 32,374 | 28,777 | 35,971    | 35,971  |
| Total cobranza veterinarias | 90,507 | 66,836 | 50,360  | 53,957 | 46,762   | 43,165 | 39,568 | 50,360    | 61,151 | 64,748 | 71,942    | 75,539  |
| Petshops                    | 26,929 | 35,906 | 31,418  | 26,929 | 26,929   | 22,441 | 40,394 | 35,906    | 44,882 | 44,882 | 49,371    | 62,835  |
| Venta al crédito            | 26,929 | 35,906 | 31,418  | 26,929 | 26,929   | 22,441 | 40,394 | 35,906    | 44,882 | 44,882 | 49,371    | 62,835  |
| Ventas netas                | 26,929 | 35,906 | 31,418  | 26,929 | 26,929   | 22,441 | 40,394 | 35,906    | 44,882 | 44,882 | 49,371    | 62,835  |
| I.G.V.                      | 4,847  | 6,463  | 5,655   | 4,847  | 4,847    | 4,039  | 7,271  | 6,463     | 8,079  | 8,079  | 8,887     | 11,310  |
| Total Ingresos en Efectivo  | 31,777 | 42,369 | 37,073  | 31,777 | 31,777   | 26,481 | 47,665 | 42,369    | 52,961 | 52,961 | 58,257    | 74,146  |
| Credito a 30 dias 50%       | 33,314 | 15,888 | 21,185  | 18,536 | 15,888   | 15,888 | 13,240 | 23,833    | 21,185 | 26,481 | 26,481    | 29,129  |
| Credito a 60 dias 50%       | 33,314 | 33,314 | 15,888  | 21,185 | 18,536   | 15,888 | 15,888 | 13,240    | 23,833 | 21,185 | 26,481    | 26,481  |
| Total cobranza Petshops     | 66,628 | 49,202 | 37,073  | 39,721 | 34,425   | 31,777 | 29,129 | 37,073    | 45,017 | 47,665 | 52,961    | 55,609  |
| Mercado tradicional         | 18,243 | 24,324 | 21,284  | 18,243 | 18,243   | 15,203 | 27,365 | 24,324    | 30,406 | 30,406 | 33,446    | 42,568  |
| Venta al credito            | 18,243 | 24,324 | 21,284  | 18,243 | 18,243   | 15,203 | 27,365 | 24,324    | 30,406 | 30,406 | 33,446    | 42,568  |

|                                     |         |         |         |         |         |        |         |         |         |         |         |         |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ventas Netas                        | 18,243  | 24,324  | 21,284  | 18,243  | 18,243  | 15,203 | 27,365  | 24,324  | 30,406  | 30,406  | 33,446  | 42,568  |
| I.G.V.                              | 3,284   | 4,378   | 3,831   | 3,284   | 3,284   | 2,736  | 4,926   | 4,378   | 5,473   | 5,473   | 6,020   | 7,662   |
| Total Ingresos en Efectivo          | 21,527  | 28,703  | 25,115  | 21,527  | 21,527  | 17,939 | 32,291  | 28,703  | 35,879  | 35,879  | 39,466  | 50,230  |
| Cobranza dentro del mismo mes       | 21,527  | 28,703  | 25,115  | 21,527  | 21,527  | 17,939 | 32,291  | 28,703  | 35,879  | 35,879  | 39,466  | 50,230  |
|                                     |         |         |         |         |         |        |         |         |         |         |         |         |
| Total Ingresos en Efectivo          | 178,661 | 144,741 | 112,547 | 115,205 | 102,714 | 92,881 | 100,988 | 116,135 | 142,046 | 148,292 | 164,370 | 181,379 |
|                                     |         |         |         |         |         |        |         |         |         |         |         |         |
| Total Egresos en Efectivo           | 168,030 | 151,901 | 72,843  | 160,362 | 62,974  | 67,793 | 216,290 | 43,734  | 72,334  | 286,390 | 46,906  | 88,449  |
| Insumos (Inc. IGV)                  | 81,290  | 0       | 0       | 86,879  | 0       | 0      | 142,584 | 0       | 0       | 212,868 | 0       | 0       |
| Insumos totales sin IGV             | 68,335  | 0       | 0       | 72,887  | 0       | 0      | 119,725 | 0       | 0       | 178,733 | 0       | 0       |
| IGV Insumos                         | 12,300  | 0       | 0       | 13,120  | 0       | 0      | 21,550  | 0       | 0       | 32,172  | 0       | 0       |
| Materiales                          | 555     | 0       | 0       | 740     | 0       | 0      | 1,109   | 0       | 0       | 1,664   | 0       | 0       |
| IGV materiales                      | 100     | 0       | 0       | 133     | 0       | 0      | 200     | 0       | 0       | 300     | 0       | 0       |
| Sueldos                             | 22,607  | 23,270  | 23,515  | 23,515  | 28,064  | 23,270 | 35,150  | 24,005  | 24,250  | 25,229  | 30,783  | 36,374  |
| Sueldo Bruto Área Administrativa    | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100  | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   | 5,100   |
| Sueldo Bruto Área Ventas            | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400  | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   | 2,400   |
| Sueldo Bruto Área MOD               | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300  | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   | 9,300   |
| Sueldo Bruto Área MOI               | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200  | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   | 3,200   |
| Gratificación                       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0      | 10,000  | 0       | 0       | 0       | 0       | 10,000  |
| Pago de CTS                         | 0       | 0       | 0       | 0       | 4,304   | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 5,308   | 0       |
| Essalud                             | 1,382   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800  | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   | 1,800   |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0      | 900     | 0       | 0       | 0       | 0       | 900     |
| Sctr(1.23%)                         | 246     | 246     | 246     | 246     | 246     | 246    | 246     | 246     | 246     | 246     | 246     | 246     |
| Comisión ventas 2%                  | 980     | 1,224   | 1,469   | 1,469   | 1,714   | 1,224  | 2,204   | 1,959   | 2,204   | 3,183   | 3,428   | 3,428   |
| Servicios y Suministros sin IGV     | 8,608   | 8,608   | 8,722   | 8,608   | 8,608   | 8,779  | 8,608   | 8,608   | 8,713   | 8,608   | 8,608   | 10,417  |

|                                                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |
|------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Luz                                                  | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570   | 570    | 570    | 570    |
| IGV Luz                                              | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103   | 103    | 103    | 103    |
| Agua                                                 | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266   | 266    | 266    | 266    |
| IGV Agua                                             | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48    | 48     | 48     | 48     |
| Teléfono+ internet                                   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233   | 233    | 233    | 233    |
| IGV teléfono + Internet                              | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42    | 42     | 42     | 42     |
| Recarga de extintores                                | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 127    |
| IGV seguros                                          | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 23     |
| Alquiler                                             | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800 | 5,800  | 5,800  | 5,800  |
| IGV alquiler                                         | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 0      |
| Mantenimiento de equipos de produccion               | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 860    |
| IGV mantenimiento equipos de producción              | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 155    |
| Mantenimiento de equipos de administración           | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 250    |
| IGV mantenimiento equipos de administración          | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 45     |
| Mantenimiento de equipos de ventas                   | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 150    |
| IGV mantenimiento equipos de ventas                  | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 27     |
| Reposicion de herramientas                           | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 24    | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 24     |
| IGV herramientas                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 4     | 0     | 0     | 0     | 0      | 0      | 4      |
| Reposicion de utensilios y utiles de limpieza        | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,781 | 1,738 | 1,738 | 1,738 | 1,738  | 1,738  | 1,819  |
| IGV de reposicion de utensilios y utiles de limpieza | 313   | 313   | 313   | 313   | 313   | 320   | 313   | 313   | 313   | 313    | 313    | 327    |
| Reposicion de utiles de oficina                      | 0     | 0     | 114   | 0     | 0     | 105   | 0     | 0     | 105   | 0      | 0      | 318    |
| IGV de reposicion de utiles de oficina               | 0     | 0     | 21    | 0     | 0     | 19    | 0     | 0     | 19    | 0      | 0      | 57     |
| IGV servicios y suministros                          | 505   | 505   | 526   | 505   | 505   | 536   | 505   | 505   | 524   | 505    | 505    | 831    |
| Servicios Tercerizados sin IGV                       | 7,284 | 8,137 | 8,273 | 7,904 | 9,172 | 7,242 | 9,964 | 9,071 | 9,668 | 11,225 | 12,282 | 11,097 |
| Contador                                             | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500   | 500    | 500    | 500    |



|                                                 |          |          |          |           |          |          |           |          |          |           |          |        |
|-------------------------------------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|--------|
| Servicio de limpieza                            | 930      | 930      | 930      | 930       | 930      | 930      | 930       | 930      | 930      | 930       | 930      | 930    |
| Abogado                                         | 0        | 500      | 0        | 0         | 500      | 0        | 0         | 500      | 0        | 0         | 500      | 0      |
| Transportista                                   | 3,080    | 3,080    | 3,080    | 3,080     | 3,080    | 3,080    | 3,080     | 3,080    | 3,080    | 3,080     | 3,080    | 3,080  |
| Estampado                                       | 1,774    | 2,127    | 2,763    | 2,394     | 3,162    | 1,732    | 4,454     | 3,061    | 4,158    | 5,715     | 6,272    | 5,587  |
| Seguridad                                       | 1,000    | 1,000    | 1,000    | 1,000     | 1,000    | 1,000    | 1,000     | 1,000    | 1,000    | 1,000     | 1,000    | 1,000  |
| IGV Servicios Tercerizados                      | 1,054    | 1,117    | 1,232    | 1,165     | 1,304    | 1,046    | 1,536     | 1,285    | 1,483    | 1,763     | 1,863    | 1,740  |
| Gastos de Prom. y Publicidad sin IGV            | 5,448    | 880      | 880      | 2,798     | 1,630    | 1,630    | 4,066     | 880      | 3,716    | 1,330     | 1,280    | 5,016  |
| IGV Publicidad                                  | 981      | 158      | 158      | 504       | 293      | 293      | 732       | 158      | 669      | 239       | 230      | 903    |
| Activ. de Responsabilidad Social                |          |          |          |           |          |          |           |          |          |           |          |        |
| Gasto responsabilidad social sin IGV            | 1,550    | 300      | 700      | 1,750     | 1,900    | 2,200    | 1,750     | 300      | 5,900    | 1,750     | 300      | 5,600  |
| IGV Responsabilidad Social                      | 279      | 54       | 126      | 315       | 342      | 396      | 315       | 54       | 1,062    | 315       | 54       | 1,008  |
| Pago a Cuenta Imp. Renta                        | 1,714    | 818      | 1,090    | 954       | 818      | 818      | 681       | 1,226    | 1,090    | 1,363     | 1,363    | 1,499  |
| Pagos de IGV al Estado                          | 26,373   | 97,716   | 17,282   | 15,126    |          | 11,245   | 9,991     | (2,765)  | 14,853   | 20,788    | (10,768) | 13,557 |
| Cuotas del Préstamo activo fijo                 | 406      | 406      | 406      | 406       | 406      | 406      | 406       | 406      | 406      | 406       | 406      | 406    |
| Cuotas del prestamo capital de trabajo          | 9,931    | 9,931    | 9,931    | 9,931     | 9,931    | 9,931    | 0         | 0        | 0        | 0         | 0        | 0      |
| Ingresos menos Egresos del mes                  | 10,631   | (7,160)  | 39,704   | (45,157)  | 39,741   | 25,088   | (115,302) | 72,401   | 69,713   | (138,098) | 117,464  | 92,930 |
| Saldo Acumulado                                 | (89,673) | (96,834) | (57,129) | (102,286) | (62,545) | (37,457) | (152,759) | (80,358) | (10,646) | (148,744) | (31,280) | 61,650 |
| Máximo Déficit Mensual Acumul.                  |          |          |          |           |          |          |           |          |          |           |          |        |
| Caja Mínima Requerida 1 día del egreso mas alto |          |          |          |           |          |          |           |          |          |           |          |        |
| Inversión en Capital de Trabajo                 |          |          |          |           |          |          |           |          |          |           |          |        |

Nota: Elaboración propia

La inversión del capital de trabajo asciende a - S/. 299,451 y está compuesto por: El flujo neto por mes, que se halla del total ingreso menos total egresos, dicho resultado son necesarios para el flujo acumulado, donde nos detalla qué el mes de octubre del año 1 tiene mayor necesidad de efectivo por el importe de -S/.288,451, finalmente se halla la caja mínima requerida por el importe de - S/.11,000 (el cálculo se realiza de la suma de los egresos más altos entre los 24 días laborados en múltiplo de mil).

**7.1.6. Liquidación del IGV.**

El cuadro liquidación de IGV comprende: IGV ventas e IGV de compras de materia prima, materiales, servicios y suministros, servicios tercerizados, publicidad, responsabilidad social e inversiones

Tabla 257.

*Liquidación del igv Dic. 2020 - 2021*

|                             | Dic-20  | Ene-21  | Feb-21  | Mar-21  | Abr-21 | May-21 | Jun-21 | Jul-21 | Ago-21 | Set-21 | Oct-21 | Nov-21 | Dic-21 | 2021    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| IGV Ventas                  |         | 8,816   | 11,020  | 13,224  | 13,224 | 15,427 | 11,020 | 19,835 | 17,631 | 19,835 | 28,651 | 30,855 | 30,855 | 220,392 |
| IGV Egresos                 | 16,708  | 14,195  | 1,835   | 2,042   | 14,648 | 2,444  | 2,272  | 23,043 | 2,003  | 3,738  | 32,613 | 2,653  | 4,482  | 105,968 |
| IGV Compras Materia Prima   |         | 11,285  | 0       | 0       | 12,036 | 0      | 0      | 19,771 | 0      | 0      | 29,516 | 0      | 0      | 72,608  |
| IGV Materiales              |         | 92      | 0       | 0       | 122    | 0      | 0      | 183    | 0      | 0      | 275    | 0      | 0      | 671     |
| IGV Servicios y Suministros |         | 505     | 505     | 526     | 505    | 505    | 536    | 505    | 505    | 524    | 505    | 505    | 831    | 6,461   |
| IGV Servicios Tercerizados  |         | 1,054   | 1,117   | 1,232   | 1,165  | 1,304  | 1,046  | 1,536  | 1,285  | 1,483  | 1,763  | 1,863  | 1,740  | 16,589  |
| IGV Publicidad              |         | 981     | 158     | 158     | 504    | 293    | 293    | 732    | 158    | 669    | 239    | 230    | 903    | 5,320   |
| IGV Responsabilidad Social  |         | 279     | 54      | 126     | 315    | 342    | 396    | 315    | 54     | 1,062  | 315    | 54     | 1,008  | 4,320   |
| IGV Inversiones             | 16,708  |         |         |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 0       |
| IGV Neto                    | -16,708 | -5,379  | 9,185   | 11,181  | -1,424 | 12,983 | 8,748  | -3,207 | 15,628 | 16,097 | -3,962 | 28,202 | 26,373 | 114,424 |
| Crédito fiscal              | -16,708 | -16,708 | -22,088 | -12,903 | -1,722 | -3,146 |        |        | -3,207 |        |        | -3,962 |        | -16,708 |
| Neto a pagar                |         | -22,088 | -12,903 | -1,722  | -3,146 | 9,837  | 8,748  | -3,207 | 12,421 | 16,097 | -3,962 | 24,240 | 26,373 | 97,716  |

*Nota:* Elaboración propia



Tabla 258.

Liquidación del igr Ene. 2022 – Dic. 2022

|                             | Ene-22 | Feb-22 | Mar-22 | Abr-22 | May-22 | Jun-22 | Jul-22 | Ago-22 | Set-22 | Oct-22  | Nov-22  | Dic-22 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| IGV Ventas                  | 14,716 | 19,621 | 17,168 | 14,716 | 14,716 | 12,263 | 22,073 | 19,621 | 24,526 | 24,526  | 26,979  | 34,336 |
| IGV Egresos                 | 15,219 | 1,835  | 2,042  | 15,742 | 2,444  | 2,272  | 24,839 | 2,003  | 3,738  | 35,294  | 2,653   | 4,482  |
| IGV Compras Materia Prima   | 12,300 | 0      | 0      | 13,120 | 0      | 0      | 21,550 | 0      | 0      | 32,172  | 0       | 0      |
| IGV Materiales              | 100    | 0      | 0      | 133    | 0      | 0      | 200    | 0      | 0      | 300     | 0       | 0      |
| IGV Servicios y Suministros | 505    | 505    | 526    | 505    | 505    | 536    | 505    | 505    | 524    | 505     | 505     | 831    |
| IGV Servicios Tercerizados  | 1,054  | 1,117  | 1,232  | 1,165  | 1,304  | 1,046  | 1,536  | 1,285  | 1,483  | 1,763   | 1,863   | 1,740  |
| IGV Publicidad              | 981    | 158    | 158    | 504    | 293    | 293    | 732    | 158    | 669    | 239     | 230     | 903    |
| IGV Responsabilidad Social  | 279    | 54     | 126    | 315    | 342    | 396    | 315    | 54     | 1,062  | 315     | 54      | 1,008  |
| IGV Inversiones             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |        |
| IGV Neto                    | -503   | 17,786 | 15,126 | -1,027 | 12,271 | 9,991  | -2,765 | 17,618 | 20,788 | -10,768 | 24,326  | 29,855 |
| Crédito fiscal              |        | -503   |        |        | -1,027 |        |        | -2,765 |        |         | -10,768 |        |
| Neto a pagar                | -503   | 17,282 | 15,126 | -1,027 | 11,245 | 9,991  | -2,765 | 14,853 | 20,788 | -10,768 | 13,557  | 29,855 |

Nota: Elaboración propia

El IGV neto se obtiene del IGV ventas menos el IGV compras, para el año “1” empezamos con crédito fiscal (saldo a favor) de S/.16, 708, ya que se obtuvo del año “0”, el año “1” se obtiene débito fiscal (por pagar) IGV de S/.26, 373 y finalizando en el “2” se obtiene débito fiscal (por pagar) IGV de S/.29, 855.

#### 7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

La estructura de Inversión comprende 5 pilares que son los recursos con los que KAWIPET SAC desembolsara para obtener beneficios futuros (rentabilidad), es necesario resaltar que el desembolso se realiza en la etapa pre operativo del año “0”. Los pilares son: activo fijo depreciable, activo intangible, gastos pre operativos, inventarios y capital de trabajo.

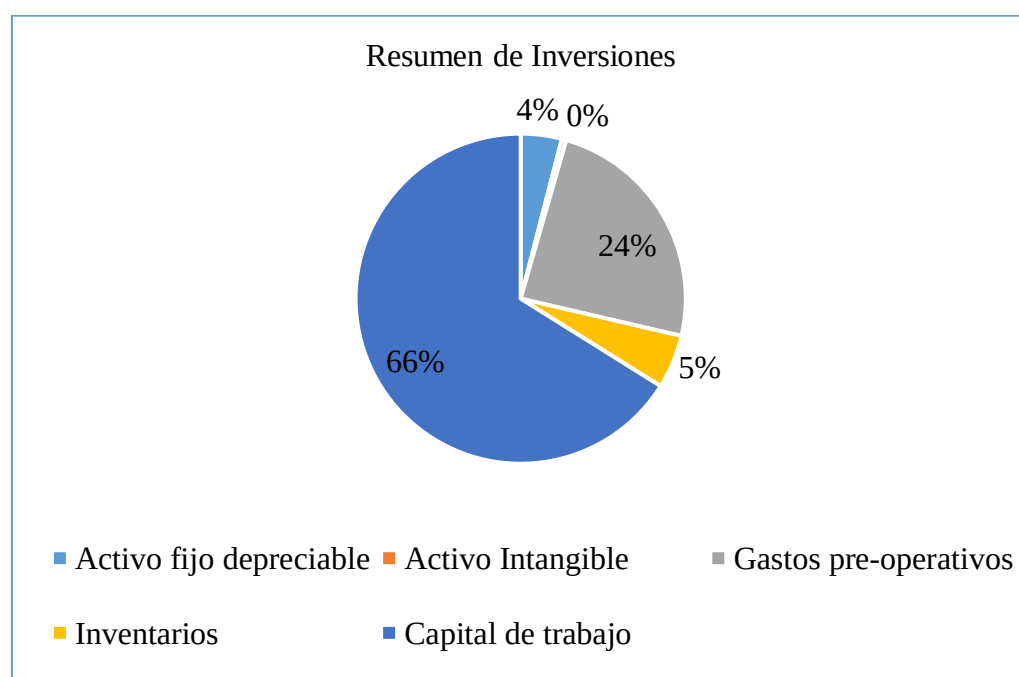
Tabla 259.

*Resumen de la estructura de inversión.*

| Rubro                   | Valor   | IGV    | Inversión | %    |
|-------------------------|---------|--------|-----------|------|
| Activo fijo depreciable | 15,423  | 2,776  | 18,199    | 4%   |
| Activo Intangible       | 1,757   | 244    | 2,001     | 0%   |
| Gastos pre-operativos   | 98,111  | 11,354 | 109,465   | 24%  |
| Inventarios             | 21,521  | 2,335  | 23,855    | 5%   |
| Capital de trabajo      | 299,451 | 0      | 299,451   | 66%  |
| Total                   | 436,263 | 16,708 | 452,971   | 100% |

*Nota:* Elaboración Propia

El resumen de Estructura de Inversión asciende a S/. 436,263



*Figura 76.* Resumen de inversión. Elaboración propia.

En la imagen nos muestra activo fijo depreciable con un porcentaje de 4%, activo intangible con un porcentaje de 1%, gastos operativos de 24%, inventarios un 5% y el capital de trabajo es un 66 %.

## 7.2. Financiamiento

### 7.2.1. Estructura de financiamiento.

Para que KAWIPET SAC ponga en marcha la inversión, se requiere de la estructura de financiamiento el cual se obtiene de 2 fuentes: que son Deuda (Préstamo bancario) y patrimonio (capital social).

Tabla 260.

#### *Estructura de la inversión*

| Rubro                   | Monto de inversión | Deuda   | Patrimonio |
|-------------------------|--------------------|---------|------------|
| Activo fijo depreciable | 18,199             | 14,559  | 3,640      |
| Activo Intangible       | 2,001              | 0       | 2,001      |
| Gastos pre-operativos   | 109,465            | 0       | 109,465    |
| Inventarios             | 23,855             | 0       | 23,855     |
| Capital de trabajo      | 299,451            | 138,412 | 161,039    |
| Total                   | 452,971            | 152,971 | 300,000    |
|                         |                    | 33.77%  | 66.23%     |

*Nota:* Elaboración propia

La estructura de Financiamiento Deuda asciende a S/. 152,971 y el Patrimonio asciende a S/.300, 000

El aporte de patrimonio está formado por 4 socios:

Tabla 261.

*Aportes de los socios*

| Aporte de cada socio | Monto   |
|----------------------|---------|
| Socio 1              | 75,000  |
| Socio 2              | 75,000  |
| Socio 3              | 75,000  |
| Socio 4              | 75,000  |
| Total                | 300,000 |

*Nota:* Elaboración propia

El aporte de patrimonio de cada socio es de S/.75, 000 y equivale a un 25% y el aporte total asciende a S/.300, 000 y equivale al 100% del aporte total de los socios.

**Se realizara un préstamo de la caja**

Tabla 262.

*Estructura financiera*

| Tipo de fuente | Monto   | %       |
|----------------|---------|---------|
| Deuda          | 152,971 | 33.77%  |
| Capital Propio | 300,000 | 66.23%  |
| Total          | 452,971 | 100.00% |

*Nota:* Elaboración Propia

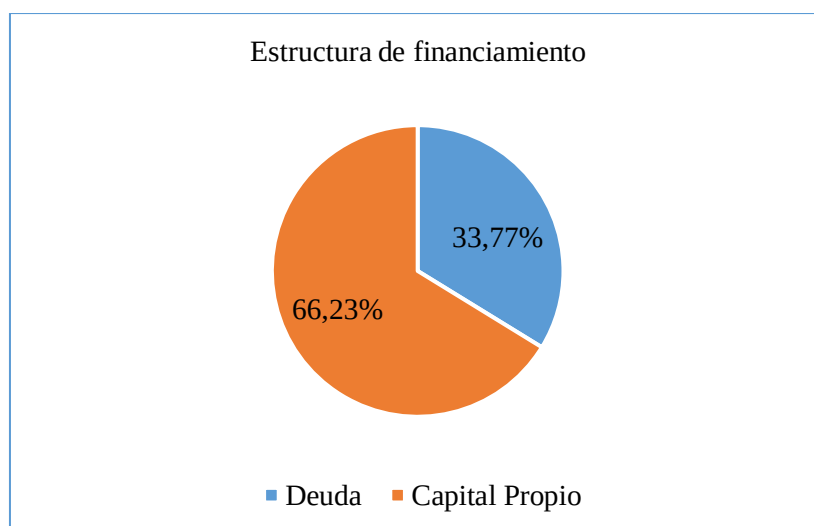


Figura 77. Estructura de financiamiento. Elaboración propia

En la figura se puede visualizar que la estructura financiamiento está distribuida en: 33.77% de Deuda y 66.23% de capital propio.

### 7.2.2. Financiamiento del activo fijo.

Se procedió a la evaluación del financiamiento del activo fijo, del cual hemos elegido a MIBANCO, ya que nos ofrece una TECA del 25% que es baja a comparación del BBVA que tiene una TECA de 28.46% , además los requisitos que solicita el BBVA son documentos de un negocio ya puesto en marcha y MIBANCO, ya que es una institución financiera destinada a realizar préstamos a MYPES.

Tabla 263.

*Evaluación para el financiamiento del activo fijo*

|                                                                                                                          |                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       |  |
| Créditos para microempresas                                                                                              | Créditos para microempresas                                                          |
| Créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o necesita para capital de trabajo, fondos a | BBVA te otorga la liquidez que tu empresa                                            |

---

prestación de servicios, otorgados a mediano y largo plazo, inversiones, personas naturales o jurídicas, cuyo adquisición de maquinaria, locales endeudamiento en SF (sin incluir créditos comerciales, entre otros. La línea de crédito es hipotecarios para vivienda) es no mayor a S/ hasta S/.20,000 20,000 en los últimos seis meses.

| Requisitos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Requisitos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser un negocio MYPE</li> <li>• Solicitud de Préstamo Comercial debidamente llenada y firmada (formato del banco).</li> <li>• Fotocopia de DNI de los socios</li> <li>• Recibo de Luz, agua y teléfono</li> <li>• Documentos del Negocio</li> <li>• Documentos de residencia del representante legal apoderado y avales.</li> <li>• Acta de constitución de la empresa.</li> <li>• Vigencia de poderes actualizada con antigüedad no mayor a 8 días.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocio Comercial</li> <li>• Solicitud de Préstamo Comercial debidamente llenada y firmada (formato del banco).</li> <li>• Documento de identidad del/los apoderado/s y avalistas (copia).</li> <li>• Certificado de vigencia de poderes (no mayor a 3 meses).</li> <li>• Balance de situación y estado de ganancias y pérdidas (no mayor a 3 meses).</li> <li>• Balance general y estado de ganancias y pérdidas (últimos 2 años).</li> <li>• Declaración Jurada de Impuesto a la Renta - 3.a Categoría (últimos 2 años).</li> <li>• 6 últimos pagos de IGV a Sunat (Régimen General).</li> </ul> |
| PERIODO DE PAGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | PERIODO DE PAGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

---

|                                                                                                                                         |                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| El período de pago es el ciclo escogido por el cliente para la programación de sus cuotas, puede ser mensual, bimestral, anual.         | Solo hasta 24 cuotas mensuales                                      |
| CUOTA                                                                                                                                   | CUOTA                                                               |
| Esta cuota incluye las amortizaciones y los intereses de cada periodo. Las cuotas se originan bajo el concepto de cálculo de intereses. | Esta cuota incluye las amortizaciones ,intereses, comisión y seguro |
| TASA DE COSTO EFECTIVO ANUAL (TCEA)                                                                                                     | TASA DE COSTO EFECTIVO ANUAL (TCEA)                                 |
| 25%                                                                                                                                     | 28.46%                                                              |

*Nota:* Elaboración Propia

Para el financiamiento del activo fijo se procede a cotizar MIBANCO, ya que es la que más financia a la MYPES.

Tabla 264.

*Préstamo de activo fijo – Mi Banco*

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Préstamo Activo Fijo | 14,559.20 |
| TCEA (Mi Banco)      | 25.00%    |
| TCEM                 | 1.88%     |
| Plazo (años)         | 5         |
| Plazo (meses)        | 60        |
| Cuota Mensual        | 406.45    |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 265.

*Cronograma de pagos de Mi Banco.*

| Mes | Saldo Inicial | Interés | Capital | Cuota | Saldo Final | Escudo fiscal |
|-----|---------------|---------|---------|-------|-------------|---------------|
| 1   | 14,559        | 273     | 133     | 406   | 14,426      | 81            |
| 2   | 14,426        | 271     | 136     | 406   | 14,290      | 80            |
| 3   | 14,290        | 268     | 138     | 406   | 14,152      | 79            |
| 4   | 14,152        | 266     | 141     | 406   | 14,011      | 78            |
| 5   | 14,011        | 263     | 143     | 406   | 13,868      | 78            |
| 6   | 13,868        | 260     | 146     | 406   | 13,722      | 77            |
| 7   | 13,722        | 258     | 149     | 406   | 13,573      | 76            |
| 8   | 13,573        | 255     | 152     | 406   | 13,421      | 75            |
| 9   | 13,421        | 252     | 155     | 406   | 13,267      | 74            |
| 10  | 13,267        | 249     | 157     | 406   | 13,109      | 73            |
| 11  | 13,109        | 246     | 160     | 406   | 12,949      | 73            |
| 12  | 12,949        | 243     | 163     | 406   | 12,785      | 72            |
| 13  | 12,785        | 240     | 166     | 406   | 12,619      | 71            |
| 14  | 12,619        | 237     | 170     | 406   | 12,449      | 70            |
| 15  | 12,449        | 234     | 173     | 406   | 12,276      | 69            |
| 16  | 12,276        | 230     | 176     | 406   | 12,100      | 68            |
| 17  | 12,100        | 227     | 179     | 406   | 11,921      | 67            |
| 18  | 11,921        | 224     | 183     | 406   | 11,738      | 66            |
| 19  | 11,738        | 220     | 186     | 406   | 11,552      | 65            |
| 20  | 11,552        | 217     | 190     | 406   | 11,363      | 64            |
| 21  | 11,363        | 213     | 193     | 406   | 11,169      | 63            |
| 22  | 11,169        | 210     | 197     | 406   | 10,973      | 62            |



|    |        |     |     |     |        |    |
|----|--------|-----|-----|-----|--------|----|
| 23 | 10,973 | 206 | 201 | 406 | 10,772 | 61 |
| 24 | 10,772 | 202 | 204 | 406 | 10,568 | 60 |
| 25 | 10,568 | 198 | 208 | 406 | 10,360 | 59 |
| 26 | 10,360 | 194 | 212 | 406 | 10,148 | 57 |
| 27 | 10,148 | 190 | 216 | 406 | 9,932  | 56 |
| 28 | 9,932  | 186 | 220 | 406 | 9,712  | 55 |
| 29 | 9,712  | 182 | 224 | 406 | 9,487  | 54 |
| 30 | 9,487  | 178 | 228 | 406 | 9,259  | 53 |
| 31 | 9,259  | 174 | 233 | 406 | 9,026  | 51 |
| 32 | 9,026  | 169 | 237 | 406 | 8,789  | 50 |
| 33 | 8,789  | 165 | 241 | 406 | 8,548  | 49 |
| 34 | 8,548  | 160 | 246 | 406 | 8,302  | 47 |
| 35 | 8,302  | 156 | 251 | 406 | 8,051  | 46 |
| 36 | 8,051  | 151 | 255 | 406 | 7,796  | 45 |
| 37 | 7,796  | 146 | 260 | 406 | 7,536  | 43 |
| 38 | 7,536  | 141 | 265 | 406 | 7,271  | 42 |
| 39 | 7,271  | 136 | 270 | 406 | 7,001  | 40 |
| 40 | 7,001  | 131 | 275 | 406 | 6,726  | 39 |
| 41 | 6,726  | 126 | 280 | 406 | 6,446  | 37 |
| 42 | 6,446  | 121 | 285 | 406 | 6,160  | 36 |
| 43 | 6,160  | 116 | 291 | 406 | 5,869  | 34 |
| 44 | 5,869  | 110 | 296 | 406 | 5,573  | 32 |
| 45 | 5,573  | 105 | 302 | 406 | 5,271  | 31 |
| 46 | 5,271  | 99  | 308 | 406 | 4,964  | 29 |
| 47 | 4,964  | 93  | 313 | 406 | 4,650  | 27 |

---

|       |       |        |        |        |       |    |
|-------|-------|--------|--------|--------|-------|----|
| 48    | 4,650 | 87     | 319    | 406    | 4,331 | 26 |
| 49    | 4,331 | 81     | 325    | 406    | 4,006 | 24 |
| 50    | 4,006 | 75     | 331    | 406    | 3,675 | 22 |
| 51    | 3,675 | 69     | 337    | 406    | 3,337 | 20 |
| 52    | 3,337 | 63     | 344    | 406    | 2,993 | 18 |
| 53    | 2,993 | 56     | 350    | 406    | 2,643 | 17 |
| 54    | 2,643 | 50     | 357    | 406    | 2,286 | 15 |
| 55    | 2,286 | 43     | 364    | 406    | 1,923 | 13 |
| 56    | 1,923 | 36     | 370    | 406    | 1,552 | 11 |
| 57    | 1,552 | 29     | 377    | 406    | 1,175 | 9  |
| 58    | 1,175 | 22     | 384    | 406    | 791   | 7  |
| 59    | 791   | 15     | 392    | 406    | 399   | 4  |
| 60    | 399   | 7      | 399    | 406    | 0     | 2  |
| Total |       | 9,828. | 14,559 | 24,387 |       |    |

*Nota:* Elaboración Propia

El cronograma de pagos comprende el préstamo de financiamiento de Activo Fijo de S/.14,559.20, los intereses son calculados con la TCEM de 1.88%, el plazo es 5 años (60 meses) y la cuota fija mensual es de S/. 406.45.

Tabla 266.

*Resumen del cronograma de pagos anual MIBANCO*

|              | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Préstamo     | 14,559 |        |        |        |        |        |
| Amortización |        | -1,774 | -2,217 | -2,772 | -3,465 | -4,331 |
| Interés      |        | -3,103 | -2,660 | -2,106 | -1,413 | -546   |
| Total        | 14,559 | -4,877 | -4,877 | -4,877 | -4,877 | -4,877 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro resumen del cronograma de pagos a MIBANCO, detalla el total de amortización del préstamo del año 1 al año 5, el cual asciende a S/.14,559 y S/. 9,828 de intereses, lo que hace un pago total a MIBANCO de S/.24, 387.

### 7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

Se procedió a la evaluación del financiamiento del Capital de trabajo, el cual del cual hemos elegido a La Caja Rural de Huancayo, ya que nos ofrece una TECA del 40% que es baja a comparación del BCP que tiene una TECA de 48.5%. Además La Caja Rural Huancayo, se encuentra comprometido con la inclusión financiera, tal es así que brinda atención especial a los sectores marginados por la banca tradicional, mediante la penetración de mercados nuevos.

Tabla 267.

*Evaluación financiera para el capital de trabajo.*

|                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Creditos para microempresas                                                                                                                                                                                                                                                | Creditos para microempresas                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Los rubros más importantes son los créditos a la micro y pequeña empresa, orientado a la adquisición de bienes de capital, con la finalidad de impulsar el emprendimiento en las zonas del país donde vienen operando, fortaleciendo la economía de los pobladores.</p> | <p>El préstamo comercial de Corto y Mediano Plazo te permite financiar inversiones para la compra de activos tangibles e intangibles, refinanciar deudas de corto y largo plazo, capital de trabajo, permitiendo el desarrollo de su negocio.</p> |
| REQUISITOS                                                                                                                                                                                                                                                                 | REQUISITOS                                                                                                                                                                                                                                        |
| Copia del DNI de los representantes legales.                                                                                                                                                                                                                               | Presentacion de Estados Financieros                                                                                                                                                                                                               |
| Escritura Pública de Constitución.                                                                                                                                                                                                                                         | Flujo de Caja Histórico-Proyectado                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                                                                         |                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Certificado de Vigencia de Poderes.                                                                                     | Certificado de Vigencia de Poderes.                                 |
| Copia de la Ficha de RUC.                                                                                               | Copia de la Ficha de RUC.                                           |
| Acreditar domicilio estable, caso contrario debe ser garantizado por una persona que acredite estabilidad domiciliaria. |                                                                     |
| Aprobación en 24 horas.(*)                                                                                              |                                                                     |
| Crédito en soles o dólares                                                                                              |                                                                     |
| Si tienes capacidad de pago puedes solicitar un segundo crédito principal                                               |                                                                     |
| Sujeto a evaluación crediticia                                                                                          |                                                                     |
| PERIODO DE PAGO                                                                                                         | PERIODO DE PAGO                                                     |
| El cliente elige la forma y frecuencia de pago                                                                          | El periodo de plazo es en 3 años                                    |
| CUOTA                                                                                                                   | CUOTA                                                               |
| Esta cuota incluye el monto desembolsado y se multiplica por el FRCT                                                    | Esta cuota incluye las amortizaciones ,intererese,comision y seguro |
| TASA DE COSTO EFECTIVO ANUAL (TCEA)                                                                                     | TASA DE COSTO EFECTIVO ANUAL (TCEA)                                 |
| 40%                                                                                                                     | 48.5%                                                               |

---

*Nota:* Elaboración Propia

Para el financiamiento de capital de trabajo se procede a cotizar a la Caja Rural Huancayo, ya que cuenta con unos de los mejores sistemas micro financiero.

Tabla 268.

*Préstamo de Capital de trabajo – Caja Huancayo.*

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| Préstamo Capital de Trabajo | 138412 |
| TCEA (Caja Rural Huancayo)  | 40.00% |
| TCEM                        | 2.84%  |
| Plazo (años)                | 1.50   |
| Plazo (meses)               | 18.00  |
| Cuota Mensual               | 9,931  |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 269.

*Cronograma de pagos – Caja Huancayo*

| Mes | Saldo Inicial | Interés | Capital | Cuota | Saldo Final | Escudo fiscal |
|-----|---------------|---------|---------|-------|-------------|---------------|
| 1   | 138,412       | 3,936   | 5,995   | 9,931 | 132,416     | 1,161         |
| 2   | 132,416       | 3,765   | 6,166   | 9,931 | 126,251     | 1,111         |
| 3   | 126,251       | 3,590   | 6,341   | 9,931 | 119,910     | 1,059         |
| 4   | 119,910       | 3,410   | 6,521   | 9,931 | 113,388     | 1,006         |
| 5   | 113,388       | 3,224   | 6,707   | 9,931 | 106,681     | 951           |
| 6   | 106,681       | 3,034   | 6,898   | 9,931 | 99,784      | 895           |
| 7   | 99,784        | 2,837   | 7,094   | 9,931 | 92,690      | 837           |
| 8   | 92,690        | 2,636   | 7,295   | 9,931 | 85,395      | 778           |
| 9   | 85,395        | 2,428   | 7,503   | 9,931 | 77,892      | 716           |
| 10  | 77,892        | 2,215   | 7,716   | 9,931 | 70,176      | 653           |
| 11  | 70,176        | 1,996   | 7,936   | 9,931 | 62,240      | 589           |
| 12  | 62,240        | 1,770   | 8,161   | 9,931 | 54,079      | 522           |

|       |        |        |         |         |        |     |
|-------|--------|--------|---------|---------|--------|-----|
| 13    | 54,079 | 1,538  | 8,393   | 9,931   | 45,686 | 454 |
| 14    | 45,686 | 1,299  | 8,632   | 9,931   | 37,054 | 383 |
| 15    | 37,054 | 1,054  | 8,877   | 9,931   | 28,176 | 311 |
| 16    | 28,176 | 801    | 9,130   | 9,931   | 19,046 | 236 |
| 17    | 19,046 | 542    | 9,390   | 9,931   | 9,657  | 160 |
| 18    | 9,657  | 275    | 9,657   | 9,931   | 0      | 81  |
| Total |        | 40,349 | 138,412 | 178,761 |        |     |

*Nota:* Elaboración Propia

El cronograma de pagos comprende el préstamo de financiamiento de Capital de Trabajo de S/.101, 215, los intereses son calculados con la TCEM de 2.84 %, el plazo es 1 año y 6 meses (18 meses) y la cuota fija mensual es de S/. 9,931.

Tabla 270.

*Resumen del cronograma de pagos anual Caja Rural Huancayo*

|              | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Prestamo     | 14,559 |        |        |        |        |        |
| Amortización |        | -1,774 | -2,217 | -2,772 | -3,465 | -4,331 |
| Interés      |        | -3,103 | -2,660 | -2,106 | -1,413 | -546   |
| Total        | 14,559 | -4,877 | -4,877 | -4,877 | -4,877 | -4,877 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro resumen del cronograma de pagos a Caja Rural Huancayo, detalla el total de amortización del préstamo del año 1 al año 2, el cual asciende a S/.138,412 y S/. 40,349 de intereses, lo que hace un pago total a la Caja Rural Huancayo de S/.178, 761.

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

Para realizar la distribución de nuestras camas, estamos tomando nuestros canales las cuales fueron seleccionadas por nuestro público mediante las encuestas.

La cual serán 3 canales de distribución como las veterinarias, petshops y mercado internacional, para cada canal se le cobra de manera distinta, contamos con tres tipos de camas: pequeñas, medianas y grandes.

Tabla 271.

Ingresos por ventas en veterinarias anuales (importe en soles)

| Veterinarias          | 2021   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                       | Ene    | Feb    | Mar    | Abr    | May    | Jun    | Jul    | Ago    | Set    | Oct    | Nov    | Dic    |         |         |         |         |         |
| cama pequeña          | 3,592  | 4,490  | 5,388  | 5,388  | 6,286  | 4,490  | 8,083  | 7,184  | 8,083  | 11,675 | 12,573 | 12,573 | 89,806  | 99,934  | 111,213 | 123,773 | 137,733 |
| cama mediana          | 11,132 | 13,915 | 16,698 | 16,698 | 19,481 | 13,915 | 25,047 | 22,264 | 25,047 | 36,179 | 38,962 | 38,962 | 278,303 | 309,709 | 344,656 | 383,552 | 426,833 |
| cama grande           | 7,190  | 8,988  | 10,785 | 10,785 | 12,583 | 8,988  | 16,178 | 14,380 | 16,178 | 23,368 | 25,165 | 25,165 | 179,752 | 200,036 | 222,609 | 247,731 | 275,685 |
| Valor venta           | 21,914 | 27,393 | 32,872 | 32,872 | 38,350 | 27,393 | 49,307 | 43,829 | 49,307 | 71,222 | 76,701 | 76,701 | 547,861 | 609,680 | 678,478 | 755,056 | 840,251 |
|                       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |
| Total Valor de Ventas | 21,914 | 27,393 | 32,872 | 32,872 | 38,350 | 27,393 | 49,307 | 43,829 | 49,307 | 71,222 | 76,701 | 76,701 | 547,861 | 609,680 | 678,478 | 755,056 | 840,251 |
| IGV                   | 3,945  | 4,931  | 5,917  | 5,917  | 6,903  | 4,931  | 8,875  | 7,889  | 8,875  | 12,820 | 13,806 | 13,806 | 98,615  | 109,742 | 122,126 | 135,910 | 151,245 |
| Facturación           | 25,859 | 32,324 | 38,789 | 38,789 | 45,253 | 32,324 | 58,183 | 51,718 | 58,183 | 84,042 | 90,507 | 90,507 | 646,476 | 719,422 | 800,603 | 890,966 | 991,496 |
| Credito a 30 dias 50% |        | 12,930 | 16,162 | 19,394 | 19,394 | 22,627 | 16,162 | 29,091 | 25,859 | 29,091 | 42,021 | 45,253 |         |         |         |         |         |
| Credito a 60 dias 50% |        |        | 12,930 | 16,162 | 19,394 | 19,394 | 22,627 | 16,162 | 29,091 | 25,859 | 29,091 | 42,021 |         |         |         |         |         |
| Total cobranza        | 0      | 12,930 | 29,091 | 35,556 | 38,789 | 42,021 | 38,789 | 45,253 | 54,950 | 54,950 | 71,112 | 87,274 |         |         |         |         |         |

Nota: Elaboración Propia

Tabla 272.

Ingresos por venta en petshops anuales (importe en soles)

| Petshops              | 2021   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                       | Ene    | Feb    | Mar    | Abr    | May    | Jun    | Jul    | Ago    | Set    | Oct    | Nov    | Dic    |         |         |         |         |         |
| cama pequeña          | 2,644  | 3,306  | 3,967  | 3,967  | 4,628  | 3,306  | 5,950  | 5,289  | 5,950  | 8,595  | 9,256  | 9,256  | 66,112  | 73,568  | 81,871  | 91,117  | 101,394 |
| cama mediana          | 8,195  | 10,244 | 12,293 | 12,293 | 14,341 | 10,244 | 18,439 | 16,390 | 18,439 | 26,634 | 28,683 | 28,683 | 204,877 | 227,997 | 253,724 | 282,358 | 314,219 |
| cama grande           | 5,293  | 6,616  | 7,940  | 7,940  | 9,263  | 6,616  | 11,909 | 10,586 | 11,909 | 17,203 | 18,526 | 18,526 | 132,327 | 147,260 | 163,877 | 182,371 | 202,950 |
| Valor venta           | 16,133 | 20,166 | 24,199 | 24,199 | 28,232 | 20,166 | 36,298 | 32,265 | 36,298 | 52,431 | 56,464 | 56,464 | 403,316 | 448,825 | 499,471 | 555,845 | 618,563 |
|                       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |
| Total Valor de Ventas | 16,133 | 20,166 | 24,199 | 24,199 | 28,232 | 20,166 | 36,298 | 32,265 | 36,298 | 52,431 | 56,464 | 56,464 | 403,316 | 448,825 | 499,471 | 555,845 | 618,563 |
| IGV                   | 2,904  | 3,630  | 4,356  | 4,356  | 5,082  | 3,630  | 6,534  | 5,808  | 6,534  | 9,438  | 10,164 | 10,164 | 72,597  | 80,788  | 89,905  | 100,052 | 111,341 |
| Facturación           | 19,037 | 23,796 | 28,555 | 28,555 | 33,314 | 23,796 | 42,832 | 38,073 | 42,832 | 61,869 | 66,628 | 66,628 | 475,913 | 529,613 | 589,376 | 655,898 | 729,905 |
| Credito a 30 dias 50% |        | 9,518  | 11,898 | 14,277 | 14,277 | 16,657 | 11,898 | 21,416 | 19,037 | 21,416 | 30,934 | 33,314 |         |         |         |         |         |
| Credito a 60 dias 50% |        |        | 9,518  | 11,898 | 14,277 | 14,277 | 16,657 | 11,898 | 21,416 | 19,037 | 21,416 | 30,934 |         |         |         |         |         |
| Total cobranza        | 0      | 9,518  | 21,416 | 26,175 | 28,555 | 30,934 | 28,555 | 33,314 | 40,453 | 40,453 | 52,350 | 64,248 |         |         |         |         |         |

Nota: Elaboración Propia

Tabla 273.

Ingresos por venta en mercado tradicional anuales

| Mercado tradicional | 2021   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                     | Ene    | Feb    | Mar    | Abr    | May    | Jun    | Jul    | Ago    | Set    | Oct    | Nov    | Dic    |         |         |         |         |         |
| cama pequeña        | 1,792  | 2,239  | 2,687  | 2,687  | 3,135  | 2,239  | 4,031  | 3,583  | 4,031  | 5,822  | 6,270  | 6,270  | 44,788  | 49,838  | 55,463  | 61,727  | 68,689  |
| cama mediana        | 5,552  | 6,940  | 8,328  | 8,328  | 9,716  | 6,940  | 12,491 | 11,103 | 12,491 | 18,043 | 19,431 | 19,431 | 138,793 | 154,456 | 171,885 | 191,282 | 212,867 |
| cama grande         | 3,586  | 4,482  | 5,379  | 5,379  | 6,275  | 4,482  | 8,068  | 7,172  | 8,068  | 11,654 | 12,550 | 12,550 | 89,645  | 99,761  | 111,018 | 123,547 | 137,488 |
| Valor venta         | 10,929 | 13,661 | 16,394 | 16,394 | 19,126 | 13,661 | 24,590 | 21,858 | 24,590 | 35,519 | 38,252 | 38,252 | 273,225 | 304,055 | 338,366 | 376,556 | 419,044 |



|                               |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total Valor Venta             | 10,929 | 13,661 | 16,394 | 16,394 | 19,126 | 13,661 | 24,590 | 21,858 | 24,590 | 35,519 | 38,252 | 38,252 | 273,225 | 304,055 | 338,366 | 376,556 | 419,044 |
| IGV                           | 1,967  | 2,459  | 2,951  | 2,951  | 3,443  | 2,459  | 4,426  | 3,934  | 4,426  | 6,393  | 6,885  | 6,885  | 49,181  | 54,730  | 60,906  | 67,780  | 75,428  |
| Facturación                   | 12,896 | 16,120 | 19,344 | 19,344 | 22,568 | 16,120 | 29,017 | 25,792 | 29,017 | 41,913 | 45,137 | 45,137 | 322,406 | 358,785 | 399,271 | 444,336 | 494,472 |
| Cobranza dentro del mismo mes | 12,896 | 16,120 | 19,344 | 19,344 | 22,568 | 16,120 | 29,017 | 25,792 | 29,017 | 41,913 | 45,137 | 45,137 |         |         |         |         |         |

Nota: Elaboración Propia

Tabla 274.

Resumen de ingresos anuales por producto

|                      | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| cama pequeña         | 200,706   | 223,341   | 248,547   | 276,617   | 307,815   |
| cama mediana         | 621,973   | 692,161   | 770,265   | 857,192   | 953,920   |
| cama grande          | 401,723   | 447,057   | 497,503   | 553,648   | 616,123   |
| Valor de venta       | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |
| Total valor de venta | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |
| Igv                  | 220,392   | 245,261   | 272,937   | 303,742   | 338,014   |
| Ingresos             | 1,444,794 | 1,607,820 | 1,789,251 | 1,991,200 | 2,215,873 |

Nota: Elaboración Propia

En la tabla nos muestra que en el año 2021 tendremos 1, 224,402 soles de ingresos, en el 2022 tenemos 1, 362,559 soles de ingreso, en el año 2023 tendremos 1, 516,314 soles de ingreso, en el año 2024 tendremos 1, 687,457 soles de ingreso, en el año 2025 tendremos 1, 877,858 soles de ingreso.

### 7.3.2. Recuperación del capital de trabajo.

- Recuperación de capital de trabajo. Para la recuperación del capital de trabajo tenemos:
- Valor de ventas anuales por todos los años de proyecto.
- Ratio de necesidad de capital de trabajo= Capital de trabajo año 1/ Ventas sin igv año 1.
- El capital de trabajo es lo necesario para cubrir las necesidades sin golpear la producción.
- Para hallar los demás capitales de trabajos del año 2,3 y 4 se procede a multiplicar las ventas de cada año por la ratio.

**Ratio de necesidad de capital de trabajo = 18.15% (1, 224,401.94/ 222,254.95)**

Con eso hallaremos los capitales de trabajo necesario de cada año.

Se procede a hallar la Inversión de capital de trabajo, es decir el capital de trabajo del año 1 debe ser desembolsado en el año 0 y para los años posteriores se deben hallar las variaciones de un año a otro es decir si deseamos hallar la inversión de capital de trabajo del año 2 (25,078.47) debemos restar 299,451.03-333,240.03=-33,789 y así sucesivamente ya que solo invertiremos los diferenciales en cada año.

En el año 5 recuperaremos el capital de trabajo, sumaremos todas las inversiones de capital de trabajo y la pondremos en positivo ya que tendremos de vuelta ese dinero al final del proyecto.

Tabla 275.

*Recuperación del capital de trabajo*

|                                    | Año 0    | 2,021     | 2,022     | 2,023     | 2,024     | 2,025     |
|------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ingresos                           |          | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |
| Capital de trabajo necesario       |          | 299,451   | 333,240   | 370,844   | 412,700   | 459,266   |
| Inversión capital de trabajo       | -299,451 | -33,789   | -37,604   | -41,856   | -46,566   |           |
| Recuperación de capital de trabajo |          |           |           |           |           | 459,266   |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos como recuperación de capital de trabajo 459,266 soles.

### 7.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo.

Es el ingreso neto después de impuestos proveniente de liquidar los activos al final del proyecto. En este caso al valor de mercado se le resta el impuesto a la renta generado por la utilidad de la venta del activo.

Primero se resta el valor de mercado menos el valor en libros, eso genera una utilidad a la cual se le saca el impuesto a la renta que para nuestro régimen MYPE es de 29.5%. Una vez hallado el resultado del impuesto a la renta procedemos a resta el valor del mercado antes mencionado menos el impuesto a la renta, dando como resultado el valor de desecho neto.

$$\text{Valor de Desecho (VD)} = \text{VL} + [ (\text{VM} - \text{VL}) * (1 - \text{tIR}) ]$$

En donde:

- VM = Valor de Mercado
- VL = Valor en Libros
- TIR = Tasa de Impuesto a la Renta (29.5%)

Tabla 276.

*Valor de desecho neto del activo fijo 2020 (importe en soles)*

| Descripción                  | Cant. | Costo Unitario | Valor Total | I.G.V. | Total Precio | Vida Util (años) | Deprec. (5años) | V.Libros (5° año) | V. Mercado (Soles) | Utilidad/ Pérdida | Ir 29.5% | Valor de Desecho |
|------------------------------|-------|----------------|-------------|--------|--------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------------|-------------------|----------|------------------|
| Operaciones                  |       |                | 8,220       | 1,480  | 9,700        |                  | 5,636           | 2,585             | 3,500              | 915               | 270      | 3,230            |
| Maquinaria de corte de banda | 2     | 1,441          | 2,881       | 519    | 3,400        | 10               | 1,441           | 1,441             | 1,441              | 0                 | 0        | 1,441            |
| Maquina de coser             | 2     | 1,144          | 2,288       | 412    | 2,700        | 10               | 1,144           | 1,144             | 1,144              | 0                 | 0        | 1,144            |
| Computadora                  | 2     | 1,525          | 3,051       | 549    | 3,600        | 4                | 3,051           | 0                 | 915                | 915               | 270      | 645              |
| Administración               |       |                | 4,152       | 747    | 4,899        |                  | 4,152           | 0                 | 1,246              | 1,246             | 367      | 878              |
| Computadora                  | 2     | 1,525          | 3,051       | 549    | 3,600        | 4                | 3,051           | 0                 | 915                | 915               | 270      | 645              |
| Proyector                    | 1     | 1,101          | 1,101       | 198    | 1,299        | 4                | 1,101           | 0                 | 330                | 330               | 97       | 233              |
| Ventas                       |       |                | 3,051       | 549    | 3,600        |                  | 3,051           | 0                 | 915                | 915               | 270      | 645              |
| Computadora                  | 2     | 1,525          | 3,051       | 549    | 3,600        | 4                | 3,051           | 0                 | 915                | 915               | 270      | 645              |
| Total Activo fijo            |       |                | 15,423      | 2,776  | 18,199       |                  | 12,838          | 2,585             | 5,661              | 3,076             | 907      | 4,753            |

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| IGV (Valor mercado)      | 1,019 |
| Valor de desecho con IGV | 5,772 |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra valor de desechos por un valor con igv de 5,772 soles por los activos adquiridos en el año 0.

Tabla 277.

Valor de desecho neto del activo fijo 2022 (importe en soles)

| Descripción                  | Cant. | Costo Unitario | Valor Total | I.G.V. | Total Precio | Vida Util (años) | Deprec. (3años) | V.Libros (5° año) | V. Mercado (Soles)       | Utilidad/ Pérdida) | Ir 29.5% | Valor de Desecho |
|------------------------------|-------|----------------|-------------|--------|--------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------------------|--------------------|----------|------------------|
| Operaciones                  |       |                | 2,585       | 465    | 3,050        |                  | 775             | 1,809             | 1,809                    | 0                  | 0        | 1,809            |
| Maquinaria de corte de banda | 1     | 1,441          | 1,441       | 259    | 1,700        | 10               | 432             | 1,008             | 1,008                    | 0                  | 0        | 1,008            |
| Maquina de coser             | 1     | 1,144          | 1,144       | 206    | 1,350        | 10               | 343             | 801               | 801                      | 0                  | 0        | 801              |
|                              |       |                |             |        |              |                  |                 |                   | 1,809                    | 0                  | 0        | 1,809            |
|                              |       |                |             |        |              |                  |                 |                   | IGV (Valor mercado)      |                    |          | 326              |
|                              |       |                |             |        |              |                  |                 |                   | Valor de desecho con IGV |                    |          | 2,135            |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra valor de desechos por un valor con igv de 2,135 soles por los activos adquiridos en el año 2.

Realizamos dos cuadros de valor de desecho para poder detallar el tiempo de depreciación por las maquinarias que se adquirieron en el año 2020 para iniciar la empresa y en el año 2022 adquirimos 2 maquinarias para poder cubrir con nuestra demanda proyectada.

#### 7.4. Costos y gastos anuales

##### 7.4.1. Egresos desembolsables.

###### 7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Se procede a valorizar las compras de materia prima, teniendo en cuenta que algunos insumos no están afectos al igv.

Tabla 278.

*Presupuesto de insumos anuales (importe en soles)*

| Insumos                    | Ene-21 | Abr-21 | Jul-21 | Oct-21 | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Llanta                     | 15,288 | 14,860 | 26,708 | 38,623 | 95,479  | 101,326 | 112,746 | 125,470 | 139,627 |
| Tela importada felpa polar | 25,241 | 27,603 | 44,210 | 66,556 | 163,610 | 179,702 | 199,946 | 222,512 | 247,620 |
| Hilo                       | 407    | 610    | 814    | 1,424  | 3,254   | 3,661   | 4,068   | 4,475   | 4,881   |
| Tripley                    | 2,397  | 2,621  | 4,199  | 6,321  | 15,537  | 17,031  | 18,949  | 21,089  | 23,469  |
| Tuerca                     | 3,953  | 4,324  | 6,925  | 10,425 | 25,626  | 28,091  | 31,256  | 34,784  | 38,709  |
| Napa                       | 15,407 | 16,851 | 26,985 | 40,627 | 99,869  | 109,869 | 122,245 | 136,042 | 151,393 |

|               |        |        |         |         |         |         |         |         |         |
|---------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total sin IGV | 62,693 | 66,869 | 109,839 | 163,975 | 403,377 | 439,680 | 489,210 | 544,373 | 605,699 |
| IGV           | 11,285 | 12,036 | 19,771  | 29,516  | 72,608  | 79,142  | 88,058  | 97,987  | 109,026 |
| Total con IGV | 73,978 | 78,905 | 129,611 | 193,491 | 475,984 | 518,822 | 577,268 | 642,360 | 714,725 |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que el presupuesto de insumos en el año 2021 es de 475,984 soles, 2022 es de 518,822 soles, 2023 es de 577,268 soles, 2024 es de 642,360 y en el 2025 es de 714,725 soles.

El insumo principal en nuestro proyecto son las llantas por cual tenemos un costo por cada llanta de 5 soles, el cual está incluido el transporte.

Tabla 279.

*Presupuesto de Materiales anuales (importe en soles)*

| Materiales    | Ene-21 | Abr-21 | Jul-21 | Oct-21 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|---------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| BOLSA         | 508    | 678    | 1,017  | 1,525  | 3,729 | 4,068 | 4,407 | 4,915 | 5,593 |
| Total sin IGV | 508    | 678    | 1,017  | 1,525  | 3,729 | 4,068 | 4,407 | 4,915 | 5,593 |
| IGV           | 92     | 122    | 183    | 275    | 671   | 732   | 793   | 885   | 1,007 |
| Total con IGV | 600    | 800    | 1,200  | 1,800  | 4,400 | 4,800 | 5,200 | 5,800 | 6,600 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que el presupuesto de materiales en el año 2021 es de 4,400 soles, 2022 es de 4,800 soles, 2023 es de 5,200 soles, 2024 es de 5,800 y en el 2025 es de 6,600 soles.

Tabla 280.

*Resumen materia prima anual.*

| Total resumen materia prima | Ene-21 | Abr-21 | Jul-21  | Oct-21  | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Insumos                     | 62,693 | 66,869 | 109,839 | 163,975 | 403,377 | 439,680 | 489,210 | 544,373 | 605,699 |
| Materiales                  | 508    | 678    | 1,017   | 1,525   | 3,729   | 4,068   | 4,407   | 4,915   | 5,593   |
| Total sin IGV               | 63,201 | 67,547 | 110,856 | 165,501 | 407,105 | 443,747 | 493,617 | 549,288 | 611,293 |
| IGV                         | 11,376 | 12,158 | 19,954  | 29,790  | 73,279  | 79,875  | 88,851  | 98,872  | 110,033 |
| Total con IGV               | 74,578 | 79,705 | 130,811 | 195,291 | 480,384 | 523,622 | 582,468 | 648,160 | 721,325 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que el presupuesto de materia prima en el año 2021 es de 480,384 soles, 2022 es de 523,622 soles, 2023 es de 582,468 soles, 2024 es de 648,160 y en el 2025 es de 721,325 soles.

**7.4.1.2. Presupuesto de mano de obra directa.**

Se detalla la planilla de la mano de obra directa, mensualizado el primer año así también considerando todos sus beneficios según ley nos rige para este caso régimen MYPE pequeña empresa.



Tabla 281.

Operarios de Producción anual

| Área                     | Puestos                 | Cantidad de  | Cantidad de  | Cantidad de  | Cantidad de  | Cantidad de  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  | Remuneración  |
|--------------------------|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                          |                         | trabajadores | trabajadores | trabajadores | trabajadores | trabajadores | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ | Mensual en S/ |
|                          |                         | año 1        | año 2        | año 3        | año 4        | año 5        | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Operaciones y produccion | Operarios de produccion | 10           | 12           | 13           | 14           | 15           | 930           | 930           | 930           | 930           | 930           |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra la cantidad de trabajadores se necesita para la producción de las camas ecológicas, con una remuneración mensual de 930 soles.

Tabla 282.

Provisiones Mano de Obra Directa Anual

| Cuadro de provisiones               | Dic-  | Ene-   | Feb-   | Mar-   | Abr-   | May-   | Jun-   | Jul-   | Ago-   | Set-   | Oct-   | Nov-   | Dic-   | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-------------------------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                                     | 20    | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     | 21     |         |         |         |         |         |
| Operarios de produccion             | 4,650 | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 111,600 | 133,920 | 145,080 | 156,240 | 167,400 |
| Total Sueldo Bruto                  | 4,650 | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 9,300  | 111,600 | 133,920 | 145,080 | 156,240 | 167,400 |
| Gratificación(1/12)                 | 388   | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 775    | 9,300   | 11,160  | 12,090  | 13,020  | 13,950  |
| Total Sueldo                        | 5,038 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 10,075 | 120,900 | 145,080 | 157,170 | 169,260 | 181,350 |
| CTS(1/24)                           | 210   | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 420    | 5,038   | 6,045   | 6,549   | 7,053   | 7,556   |
| Essalud (9%)                        | 419   | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 837    | 10,044  | 12,053  | 13,057  | 14,062  | 15,066  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 35    | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 70     | 837     | 1,004   | 1,088   | 1,172   | 1,256   |
| Sctr(1.23%)                         | 57    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 114    | 1,373   | 1,647   | 1,784   | 1,922   | 2,059   |
| Costo MOD                           | 5,758 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 11,516 | 138,191 | 165,829 | 179,649 | 193,468 | 207,287 |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro se muestra que el costo de mano de obra directa es 138,191 soles en el año 2021, 165,829 soles en el año 2022, 179,649 soles en el año 2023, 193,468 soles en el año 2024 y 207,287 soles en el año 2025.

Tabla 283.

*Cuadro de pago Mano de Obra Directa Anual Dic. 2020 - Dic. 2021*

| Cuadro de pagos                     | Dic-<br>20 | Ene-<br>21 | Feb-<br>21 | Mar-<br>21 | Abr-<br>21 | May-<br>21 | Jun-<br>21 | Jul-<br>21 | Ago-<br>21 | Set-<br>21 | Oct-<br>21 | Nov-<br>21 | Dic-<br>21 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Sueldo Bruto                        | 4,650      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      | 9,300      |
| Gratificación                       | 388        | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 4,650      | 0          | 0          | 0          | 0          | 4,650      |
| Pago de CTS                         | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 1,889      | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 2,519      | 0          |
| Essalud                             | 0          | 419        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        | 837        |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 35         | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          | 419        | 0          | 0          | 0          | 0          | 419        |
| Sctr(1.23%)                         | 57         | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        | 114        |
| Pago planilla MOD                   | 5,130      | 9,833      | 10,251     | 10,251     | 10,251     | 12,140     | 10,251     | 15,320     | 10,251     | 10,251     | 10,251     | 12,770     | 15,320     |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 284.

*Cuadro de pago Mano de Obra Directa Anual Dic. 2020 - Dic. 2021*

| Cuadro de pagos                     | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Sueldo Bruto                        | 111,600 | 133,920 | 145,080 | 156,240 | 167,400 |
| Gratificación                       | 9,300   | 11,160  | 12,090  | 13,020  | 13,950  |
| Pago de CTS                         | 4,408   | 6,045   | 6,549   | 7,053   | 7,556   |
| Essalud                             | 9,626   | 12,053  | 13,057  | 14,062  | 15,066  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 837     | 1,004   | 1,088   | 1,172   | 1,256   |
| Sctr(1.23%)                         | 1,373   | 1,647   | 1,784   | 1,922   | 2,059   |
| Pago planilla MOD                   | 137,143 | 165,829 | 179,649 | 193,468 | 207,287 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro se muestra que el pago de mano de obra directa es 137,143 soles en el año 2021, 165,829 soles en el año 2022, 179,649 soles en el año 2023, 193,468 soles en el año 2024 y 207,287 soles en el año 2025.

**7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.**

Se considera la planilla de Mano de obra indirecta de manera anualizada y con los beneficios según ley.

También se considera las recompras de herramientas, utensilios de manera anualizada sin y con igv, asimismo los servicios básicos y tercerizados en proporción al centro de costo, así como alquiler del local en dicha proporción.

Tabla 285.

*Costos Indirectos anuales*

| Concepto                            | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Jefe de producción y operaciones    |        |        |        |        |        |
| Almacenero y analista de calidad    |        |        |        |        |        |
| Operarios de produccion             |        |        |        |        |        |
| Básicos                             | 38,400 | 38,400 | 38,400 | 38,400 | 38,400 |
| Gratificación                       | 3,200  | 3,200  | 3,200  | 3,200  | 3,200  |
| Sub Total                           | 41,600 | 41,600 | 41,600 | 41,600 | 41,600 |
| Pago de CTS                         | 1,589  | 1,733  | 1,733  | 1,733  | 1,733  |
| Essalud                             | 3,456  | 3,456  | 3,456  | 3,456  | 3,456  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 288    | 288    | 288    | 288    | 288    |
| Sctr(1.23%)                         | 472    | 472    | 472    | 472    | 472    |
| Total Gasto                         | 47,405 | 47,550 | 47,550 | 47,550 | 47,550 |
| Total Utensilios, herramientas y    | 23,062 | 23,153 | 23,062 | 23,153 | 23,062 |
| Utiles de Limpieza                  |        |        |        |        |        |
| UNIFORME                            | 814    | 814    | 814    | 814    | 814    |
| EQUIPO DE SEGURIDAD                 | 1,220  | 1,220  | 1,220  | 1,220  | 1,220  |
| MANGUERA                            | 0      | 34     | 0      | 34     | 0      |
| LLAVE INGLESA                       | 0      | 58     | 0      | 58     | 0      |
| ESCOBILLA                           | 4      | 4      | 4      | 4      | 4      |
| TIJERA                              | 43     | 43     | 43     | 43     | 43     |
| Total Utensilios y Herramientas     | 2,081  | 2,173  | 2,081  | 2,173  | 2,081  |
| Papel Toalla                        | 12,173 | 12,173 | 12,173 | 12,173 | 12,173 |
| Papel Higienico                     | 5,858  | 5,858  | 5,858  | 5,858  | 5,858  |

|                                                                          |        |        |        |        |         |
|--------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Lejia                                                                    | 163    | 163    | 163    | 163    | 163     |
| Trapeador                                                                | 42     | 42     | 42     | 42     | 42      |
| Escoba                                                                   | 42     | 42     | 42     | 42     | 42      |
| Lavavajillas de 500gr                                                    | 122    | 122    | 122    | 122    | 122     |
| Bolsas de basura                                                         | 2,034  | 2,034  | 2,034  | 2,034  | 2,034   |
| Tachos de basura Plasticos, papeles,<br>organicos                        | 38     | 38     | 38     | 38     | 38      |
| DESINFECTANTE PARA LAS<br>LLANTAS                                        | 508    | 508    | 508    | 508    | 508     |
| Total Utiles de Limpieza                                                 | 20,981 | 20,981 | 20,981 | 20,981 | 20,981  |
| IGV Utensilios y herramientas                                            | 4,151  | 4,168  | 4,151  | 4,168  | 4,151   |
| Servicios                                                                | 76,413 | 81,108 | 88,138 | 96,388 | 101,024 |
| Luz 70%                                                                  | 4,792  | 5,332  | 5,934  | 6,604  | 7,349   |
| Agua 70%                                                                 | 2,236  | 2,236  | 2,236  | 2,236  | 2,236   |
| Teléfono 70%                                                             | 1,958  | 1,958  | 1,958  | 1,958  | 1,958   |
| Mantenimiento de maquinaria y<br>equipos de producción                   | 860    | 860    | 860    | 860    | 860     |
| Reposicion de útiles de oficina                                          | 210    | 210    | 210    | 210    | 210     |
| Servicio de limpieza                                                     | 11,160 | 11,160 | 11,160 | 11,160 | 11,160  |
| EMPRESA DE ESTAMPADO                                                     | 43,199 | 47,353 | 52,689 | 58,636 | 65,252  |
| Seguridad                                                                | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000 | 12,000  |
| Reposición de equipos área<br>operaciones y producción no<br>depreciable | 0      | 0      | 1,092  | 2,725  | 0       |
| IGV. Serv.                                                               | 13,754 | 14,599 | 15,865 | 17,350 | 18,184  |

|                                               |         |         |         |         |         |
|-----------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Alquiler local 70%                            | 48,720  | 48,720  | 48,720  | 48,720  | 48,720  |
| IGV Alquiler                                  | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Total Gasto sin IGV                           | 195,600 | 200,531 | 207,470 | 215,811 | 220,355 |
| Total Gasto con IGV                           | 213,506 | 219,298 | 227,486 | 237,329 | 242,691 |
| IGV de Costos indirectos de fabricacion - CIF | 17,906  | 18,767  | 20,016  | 21,518  | 22,335  |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra los costos indirectos anuales con Igv que es 17,906 soles en el año 2021, 18,767 soles en el año 2022, 20,016 soles en el año 2023, 21,518 soles en el año 2024 y 22,335 soles en el 2025.

Tabla 286.

*Cuadro Resumen para el Estado de Resultados*

|                                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|---------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total Gasto sin IGV                         | 195,600 | 200,531 | 207,470 | 215,811 | 220,355 |
| Depreciación CIF                            | 1,280   | 1,280   | 1,538   | 1,538   | 1,538   |
| Amortización de intangibles CIF             |         |         |         |         |         |
| Amortización de gastos preoperativos CIF    | 7,113   | 7,113   | 7,113   | 7,113   | 7,113   |
| Gasto por activos fijos no depreciables CIF | 4,746   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Total CIF para el Estado de resultados      | 208,738 | 208,923 | 216,120 | 224,462 | 229,006 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro nos muestra el total de CIF que ira en el estado de resultados, en el año 2021 de 208,738 soles, en el año 2022 de 208,923 soles, en el año 2023 de 216,120 soles, en el año 2024 de 224,462 soles y en el año 2025 de 229,006 soles.

**7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.**

Se considera la planilla de Administrativa de manera anualizada con los beneficios ley que le corresponden.

También se considera las recompras de útiles de oficina sin y con igv, adicional los servicios básicos y tercerizados en proporción al centro de costo, así como alquiler del local y el presupuesto de responsabilidad social en dicha proporción.

Tabla 287.

*Costos de Administración anuales*

| Concepto                            | 2,021  | 2,022  | 2,023  | 2,024  | 2,025  |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Gerente General                     |        |        |        |        |        |
| Asistente Administrativo            |        |        |        |        |        |
| Básicos                             | 61,200 | 61,200 | 61,200 | 61,200 | 61,200 |
| Gratificación                       | 5,100  | 5,100  | 5,100  | 5,100  | 5,100  |
| Sub Total                           | 66,300 | 66,300 | 66,300 | 66,300 | 66,300 |
| Pago de CTS                         | 2,532  | 2,763  | 2,763  | 2,763  | 2,763  |
| Essalud                             | 5,508  | 5,508  | 5,508  | 5,508  | 5,508  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones) | 459    | 459    | 459    | 459    | 459    |
| SCTR 1.23% del sueldo               | 753    | 753    | 753    | 753    | 753    |
| Total Gasto                         | 75,552 | 75,782 | 75,782 | 75,782 | 75,782 |
| Servicios                           | 11,072 | 11,227 | 11,399 | 12,790 | 11,803 |
| Luz 20%                             | 1,369  | 1,523  | 1,695  | 1,887  | 2,100  |

|                                                          |         |         |         |         |         |
|----------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Agua 20%                                                 | 639     | 639     | 639     | 639     | 639     |
| Teléfono 20%                                             | 559     | 559     | 559     | 559     | 559     |
| Mantenimiento de equipos de administración               | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |
| Reposicion de útiles de oficina                          | 255     | 255     | 255     | 255     | 255     |
| Contador                                                 | 6,000   | 6,000   | 6,000   | 6,000   | 6,000   |
| Abogado                                                  | 2,000   | 2,000   | 2,000   | 2,000   | 2,000   |
| Reposición mobiliario área administrativa no depreciable | -       | -       | -       | 1,200   | -       |
| IGV Servicios                                            | 553     | 581     | 612     | 862     | 685     |
| Alquiler local 20%                                       | 13,920  | 13,920  | 13,920  | 13,920  | 13,920  |
| IGV alquiler                                             | -       | -       | -       | -       | -       |
| Actividades Respons. Social                              | 24,000  | 25,100  | 25,100  | 25,700  | 26,500  |
| IGV Activ. Respons. Social                               | 4,320   | 4,518   | 4,518   | 4,626   | 4,770   |
| Total Gasto sin IGV                                      | 124,544 | 126,029 | 126,201 | 128,192 | 128,005 |
| Total Gasto con IGV                                      | 129,417 | 131,128 | 131,331 | 133,681 | 133,460 |
| IGV Gastos Administrativos                               | 4,873   | 5,099   | 5,130   | 5,488   | 5,455   |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que total de gastos con igv en el 2021 es de 129,417soles, en el 2022 es de 131,128 soles, en el 2023 es de 131,331 soles, en el 2024 es de 133,681 soles, en el 2025 es de 133,460 soles.



Tabla 288.

*Cuadro Resumen para los Estados de Resultados*

|                                                              | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|--------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total Gasto sin IGV                                          | 124,544 | 126,029 | 126,201 | 128,192 | 128,005 |
| Depreciación administrativa                                  | 1,038   | 1,038   | 1,038   | 1,038   | 0       |
| Amortización de intangibles<br>administrativa                | 351     | 351     | 351     | 351     | 351     |
| Amortización de gastos preoperativos<br>administrativa       | 4,790   | 4,790   | 4,790   | 4,790   | 4,790   |
| Gasto por activos fijos no depreciables                      | 3,246   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Total Gastos administrativos para el<br>Estado de resultados | 133,969 | 132,208 | 132,380 | 134,371 | 133,146 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que los gastos administrativos para el estado financiero en el 2021 es de 134,969 soles, en el 2022 es de 132,208 soles, en el 2023 es de 132,380 soles, en el 2024 es de 134,371 soles, en el 2025 es de 133,146 soles.

**7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.**

Se considera la planilla del área de ventas de manera anualizada y con los beneficios correspondientes según ley.

También se considera las comisiones de ventas (infectas al igt), los servicios básicos y tercerizados en proporción al centro de costo, así como alquiler del local y el presupuesto de presupuesto de publicidad incluyendo el sampling.

Tabla 289.

*Costo de ventas anuales*

| Concepto                             | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Asesor de ventas                     |        |        |        |        |        |
| Básicos                              | 28,800 | 28,800 | 28,800 | 28,800 | 28,800 |
| Gratificación                        | 2,400  | 2,400  | 2,400  | 2,400  | 2,400  |
| Sub Total                            | 31,200 | 31,200 | 31,200 | 31,200 | 31,200 |
| Pago de CTS                          | 1,083  | 1,300  | 1,300  | 1,300  | 1,300  |
| Essalud                              | 2,592  | 2,592  | 2,592  | 2,592  | 2,592  |
| Bono ley(9% de las gratificaciones)  | 216    | 216    | 216    | 216    | 216    |
| SCTR 1.23% del sueldo                | 354    | 354    | 354    | 354    | 354    |
| Comisión ventas 2%                   | 24,488 | 27,251 | 30,326 | 33,749 | 37,557 |
| Total Gasto                          | 59,934 | 62,913 | 65,989 | 69,411 | 73,219 |
| Servicios                            | 38,571 | 38,648 | 38,734 | 40,030 | 1,976  |
| Luz 10%                              | 685    | 762    | 848    | 943    | 1,050  |
| Agua 10%                             | 319    | 319    | 319    | 319    | 319    |
| Teléfono 10%                         | 280    | 280    | 280    | 280    | 280    |
| Mantenimiento de equipos de área     | 150    | 150    | 150    | 150    | 150    |
| de ventas                            |        |        |        |        |        |
| Reposicion de útiles de oficina      | 178    | 178    | 178    | 178    | 178    |
| Transportista                        | 36,960 | 36,960 | 36,960 | 36,960 | 0      |
| Reposición mobiliario área ventas no | 0      | 0      | 0      | 1,200  | 0      |
| depreciable                          |        |        |        |        |        |
| IGV Serv.                            | 6,943  | 6,957  | 6,972  | 7,205  | 356    |
| Alquiler local 10%                   | 6,960  | 6,960  | 6,960  | 6,960  | 6,960  |

|                                                            |         |         |         |         |         |
|------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| IGV Alquiler                                               | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Publicidad y Marketing                                     | 48,030  | 54,202  | 53,347  | 55,231  | 57,980  |
| Promoción                                                  | 29,554  | 27,854  | 24,104  | 22,688  | 21,765  |
| Sampling                                                   | 18,476  | 26,348  | 29,243  | 32,543  | 36,215  |
| IGV Publicidad y Marketing                                 | 5,320   | 5,014   | 4,339   | 4,084   | 3,918   |
| Total Gasto sin IGV                                        | 153,495 | 162,724 | 165,030 | 171,633 | 140,136 |
| IGV gastos de ventas                                       | 12,263  | 11,970  | 11,311  | 11,289  | 4,273   |
| Pago area de ventas sin<br>sampling(para el flujo de caja) | 147,281 | 148,346 | 147,098 | 150,379 | 108,194 |

*Nota:* Elaboración propia

En el cuadro nos muestra que es el costo de ventas anuales que es de 147,281 soles en el 2021, 148,346 soles en el 2022, 147,098 soles en el 2023, 150,379 soles en el 2024 y 108,194 soles en el 2025.

Tabla 290.

*Cuadro Resumen para el Estado de Resultados*

|                                                        | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|--------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total Gasto sin IGV                                    | 153,495 | 162,724 | 165,030 | 171,633 | 140,136 |
| Depreciación área ventas                               | 763     | 763     | 763     | 763     | 0       |
| Amortización de intangibles área<br>ventas             |         |         |         |         |         |
| Amortización de gastos<br>preoperativos área ventas    | 12,500  | 12,500  | 12,500  | 12,500  | 12,500  |
| Gasto por activos fijos no<br>depreciables área ventas | 3,710   | 0       | 0       | 0       | 0       |

---

|                                    |         |         |         |         |         |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total Gastos ventas para el Estado | 170,468 | 175,986 | 178,292 | 184,895 | 152,635 |
| de resultados                      |         |         |         |         |         |

---

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que es el costo de ventas anuales para el estado de resultados que es de 170,468 soles en el 2021, 175,986 soles en el 2022, 178,292 soles en el 2023, 184,895 soles en el 2024 y 152,635 soles en el 2025.

#### **7.4.2. Egresos no desembolsables.**

##### **7.4.2.1. Depreciación.**

La depreciación se realizará por la máquina de corte de banda y de coser, adicional los equipos de cómputos. Asimismo, se procede a depreciar los activos cuyo costo es mayor a  $\frac{1}{4}$  de UIT (unidad impositiva tributaria), valor para el 2020 es de S/.4,300.00

Se necesita los siguientes datos para la depreciación de nuestros activos:

- Valor total de activo fijo
- Vida Útil de activo fijo

Cabe resaltar que el método de depreciación será lineal.

Tabla 291.

*Depreciación de Activos fijos depreciables año 0*

| Concepto                     | Cant. | Valor de compra<br>unitario | Valor de<br>compra total | Tasa de depreciación<br>según SUNAT | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  |
|------------------------------|-------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Operaciones                  |       |                             | 8,220                    |                                     | 1,280 | 1,280 | 1,280 | 1,280 | 1,280 |
| Maquinaria de corte de banda | 2     | 1,441                       | 2,881                    | 10.00%                              | 288   | 288   | 288   | 288   | 288   |
| Máquina de coser             | 2     | 1,144                       | 2,288                    | 10.00%                              | 229   | 229   | 229   | 229   | 229   |
| Computadora                  | 2     | 1,525                       | 3,051                    | 25.00%                              | 763   | 763   | 763   | 763   | 763   |
| Administración               |       |                             | 4,152                    |                                     | 1,038 | 1,038 | 1,038 | 1,038 | 0     |
| Computadora                  | 2     | 1,525                       | 3,051                    | 25.00%                              | 763   | 763   | 763   | 763   |       |
| Proyector                    | 1     | 1,101                       | 1,101                    | 25.00%                              | 275   | 275   | 275   | 275   |       |
| Ventas                       |       |                             | 3,051                    |                                     | 763   | 763   | 763   | 763   | 0     |
| Computadora                  | 2     | 1,525                       | 3,051                    | 25.00%                              | 763   | 763   | 763   | 763   |       |
| Total                        |       |                             | 15,423                   |                                     | 3,080 | 3,080 | 3,080 | 3,080 | 1,280 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que el año 2021 al 2024 tenemos una depreciación total de 3,080 soles y en el año 2025 un total de 1,280 de los activos adquiridos en el año 0.

Tabla 292.

Depreciación de Activos fijos depreciables año 2

| Concepto                     | Cant. | Valor de compra unitario | Valor de compra total | Tasa de depreciación según SUNAT | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------------------------|-------|--------------------------|-----------------------|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Operaciones                  |       |                          | 2,585                 |                                  | 0    | 0    | 258  | 258  | 258  |
| Maquinaria de corte de banda | 1     | 1,441                    | 1,140                 | 10.00%                           |      |      | 144  | 144  | 144  |
| Máquina de coser             | 1     | 1,144                    | 1,144                 | 10.00%                           |      |      | 114  | 114  | 114  |
|                              |       | Total                    |                       |                                  |      |      | 258  | 258  | 258  |

Nota: Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que el año 2023 al 20254 tenemos una depreciación total de 258 soles de los activos adquiridos en el año 2.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

La amortización de los intangibles está determinada por todos los gastos que realizo la empresa Kawipet SAC para realizar los trámites legales que realiza toda empresa para que pueda iniciar sus actividades.

Tabla 293.

*Amortización de intangibles*

| Concepto                                                                                               | Cant. | Costo unitario<br>S/.sin IGV | Total<br>Valor | I.G.V | Importe |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------|----------------|-------|---------|
| Gastos de Constitución                                                                                 |       |                              | 404            | 0     | 404     |
| Busqueda de nombre                                                                                     | 1     | 5                            | 5              | 0     | 5       |
| Reserva de nombre (valido 30 dias)                                                                     | 1     | 18                           | 18             | 0     | 18      |
| Elaboracion de la minuta de constitución, escritura pública ante notario y accionistas de la sociedad. | 1     | 305                          | 305            | 0     | 305     |
| Inscripcion en el registro de personas juridicas                                                       | 1     | 76                           | 76             | 0     | 76      |
| obtener el numero de ruc                                                                               | 1     | 0                            | 0              | 0     | 0       |
| Marcas y patentes                                                                                      |       |                              | 714            | 128   | 842     |
| Búsqueda Figurativa                                                                                    | 1     | 33                           | 33             | 6     | 38      |
| Registro de marca                                                                                      | 1     | 495                          | 495            | 89    | 584     |
| Publicación en el diario peruano                                                                       | 1     | 186                          | 186            | 34    | 220     |
| Licencias, Autorizaciones y Software                                                                   |       |                              | 639            | 115   | 755     |

|                            |   |     |       |     |       |
|----------------------------|---|-----|-------|-----|-------|
| Licencia de funcionamiento | 1 | 339 | 339   | 61  | 400   |
| Inspeccion defensa civil   | 1 | 300 | 300   | 54  | 354   |
| carnet de sanidad          | 1 | 0   | 0     | 0   | 0     |
| Total Gastos Intangibles   |   |     | 1,757 | 244 | 2,001 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos un gasto total de intangible de 2,001 soles.

Tabla 294.

*Amortización de intangibles.*

| Concepto                         | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Amortización de Intangibles      | 351  | 351  | 351  | 351  | 351  |
| Amortizacion administrativa 100% | 351  | 351  | 351  | 351  | 351  |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que en todos los años tenemos 351 de amortización.

La norma permite amortizar los intangibles tanto en el primer año hasta en 10 años, para evitar pérdidas el primer año procederemos a amortizar en 5 años.



Tabla 295.

*Amortización pre operativos*

|                                        | Operaciones | Administración | Ventas | Total   |
|----------------------------------------|-------------|----------------|--------|---------|
| Utensilios, Enseres y Equipo           | 4,746       | 3,246          | 3,710  | 11,702  |
| Acondicionamiento de Local             | 6,970       | 140            | 165    | 7,275   |
| Marketing de Lanzamiento               | 7,618       | 2,177          | 1,088  | 10,883  |
| Remuneraciones diciembre               | 0           | 0              | 50,535 | 50,535  |
| Servicios básicos y diversos diciembre | 12,907      | 16,437         | 6,526  | 35,869  |
| Alquiler Adelantado (diciembre)        | 3,322       | 1,949          | 475    | 5,746   |
| Total gasto pre-operativo amortizables | 35,563      | 23,948         | 62,499 | 122,010 |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 296.

*Cuadro resumen amortización pre operativo*

| Concepto                             | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Amortización de Gasto pre operativos | 24,402 | 24,402 | 24,402 | 24,402 | 24,402 |
| Amortización Operaciones             | 7,113  | 7,113  | 7,113  | 7,113  | 7,113  |
| Amortización Administrativa          | 4,790  | 4,790  | 4,790  | 4,790  | 4,790  |
| Amortización Ventas                  | 12,500 | 12,500 | 12,500 | 12,500 | 12,500 |
| Total, de Amortización               | 24,402 | 24,402 | 24,402 | 24,402 | 24,402 |

*Nota:* Elaboración Propia

El total de amortización del año 2021 al 2025 es de 24,402 soles.

#### 7.4.2.3. Gasto por activo fijo no depreciable.

En este punto se detalla los activos no depreciables para los diferentes centros de costos.

Tabla 297.

*Gastos por activos fijos no depreciables*

| Concepto                      | Cant. | Costo<br>Unitario | Valor<br>Total | I.G.V. | Importe<br>Total | Operaciones | Administración | Ventas |
|-------------------------------|-------|-------------------|----------------|--------|------------------|-------------|----------------|--------|
| Activos fijos no depreciables |       |                   | 11,702         | 2,106  | 13,808           | 4,746       | 3,246          | 3,710  |
| Operaciones y producción      |       |                   | 4,746          | 854    | 5,600            | 4,746       | 0              | 0      |
| Compresora de aire            | 1     | 254               | 254            | 46     | 300              | 254         | 0              | 0      |
| tamque purificador            | 1     | 805               | 805            | 145    | 950              | 805         | 0              | 0      |
| Impresora con scarner         | 1     | 763               | 763            | 137    | 900              | 763         | 0              | 0      |
| Fechadores                    | 1     | 458               | 458            | 82     | 540              | 458         | 0              | 0      |
| mesa de acero inoxidable      | 2     | 847               | 1,695          | 305    | 2,000            | 1,695       | 0              | 0      |
| microhondas                   | 1     | 593               | 593            | 107    | 700              | 593         | 0              | 0      |
| camara de seguridad           | 1     | 127               | 127            | 23     | 150              | 127         | 0              | 0      |
| telefono fijo                 | 1     | 51                | 51             | 9      | 60               | 51          | 0              | 0      |

|                              |   |       |       |     |       |   |       |       |
|------------------------------|---|-------|-------|-----|-------|---|-------|-------|
| Administración               |   |       | 3,246 | 584 | 3,830 | 0 | 3,246 | 0     |
| Impresora con escaner        | 1 | 763   | 763   | 137 | 900   | 0 | 763   | 0     |
| cafetera                     | 1 | 68    | 68    | 12  | 80    | 0 | 68    | 0     |
| telefono fijo                | 1 | 51    | 51    | 9   | 60    | 0 | 51    | 0     |
| camara de seguridad          | 1 | 127   | 127   | 23  | 150   | 0 | 127   | 0     |
| Escritorio                   | 2 | 254   | 508   | 92  | 600   | 0 | 508   | 0     |
| Sillas giratorias            | 2 | 102   | 203   | 37  | 240   | 0 | 203   | 0     |
| mesa de reuniones y 8 sillas | 1 | 1,017 | 1,017 | 183 | 1,200 | 0 | 1,017 | 0     |
| Estantes de madera           | 2 | 254   | 508   | 92  | 600   | 0 | 508   | 0     |
| Ventas                       |   |       | 3,710 | 668 | 4,378 | 0 | 0     | 3,710 |
| Impresora con scarner        | 1 | 763   | 763   | 137 | 900   | 0 | 0     | 763   |
| Impresora matricial          | 1 | 508   | 508   | 92  | 600   | 0 | 0     | 508   |
| telefono fijo                | 1 | 51    | 51    | 9   | 60    | 0 | 0     | 51    |
| celular pospago              | 2 | 75    | 151   | 27  | 178   | 0 | 0     | 151   |
| Escritorio                   | 2 | 254   | 508   | 92  | 600   | 0 | 0     | 508   |
| Sillas giratorias            | 2 | 102   | 203   | 37  | 240   | 0 | 0     | 203   |

|                              |   |       |       |     |       |   |   |       |
|------------------------------|---|-------|-------|-----|-------|---|---|-------|
| mesa de reuniones y 8 sillas | 1 | 1,017 | 1,017 | 183 | 1,200 | 0 | 0 | 1,017 |
| Estantes de madera           | 2 | 254   | 508   | 92  | 600   | 0 | 0 | 508   |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 298.

*Cuadro de gasto por activo por depreciable anual*

|                                            | 2021   | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------------------------|--------|------|------|------|------|
| Operaciones y producción                   | 4,746  |      |      |      |      |
| Administración                             | 3,246  |      |      |      |      |
| Ventas                                     | 3,710  |      |      |      |      |
| Total gasto por activo fijo no depreciable | 11,702 | 0    | 0    | 0    | 0    |

*Nota:* Elaboración Propia

Los gastos por activos fijos no depreciables se devengan como gasto el primer año de operaciones.

#### **7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.**

- Para este punto la empresa debe contar con las ventas que realizara al año, ahora tenemos 3 tipos de camas grande, mediana y pequeña.
- Para el cálculo de costo de producción unitario se debe tener los siguientes datos:
- El costo Total de materia prima, este dato se obtiene atreves del programa de compras, la cual está basado en las unidades a producir.

El Presupuesto por MOD por cada año en los diferentes tipos de cama a elaborar.

Los costos indirectos de fabricación (CIF), este dato se obtiene del presupuesto de costos indirectos por cada tamaño.

Para hallar el costo de producción por tipo de cama se divide la suma del costo total de materia prima, el presupuesto por MOD y CIF por año entre la cantidad de unidades a producir por año.

**Cama pequeña: 16.39%**

Tabla 299.

*Costo Unitario por cama pequeña anual*

| Concepto                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Venta en Unidades                    | 4,273   | 4,755   | 5,292   | 5,890   | 6,554   |
| Materia Prima                        | 67,057  | 74,620  | 83,041  | 92,419  | 102,843 |
| Mano de Obra Directa                 | 22,481  | 27,183  | 29,448  | 31,714  | 33,979  |
| Costos Indirectos                    | 32,063  | 32,871  | 34,009  | 35,376  | 36,121  |
| Total Costo de Produccion            | 121,601 | 134,674 | 146,498 | 159,509 | 172,943 |
| Costo Unitario de Producción         | 28      | 28      | 28      | 27      | 26      |
| Gastos Administrativos               | 20,416  | 20,659  | 20,687  | 21,013  | 20,983  |
| Gastos de Venta                      | 25,161  | 26,674  | 27,052  | 28,134  | 22,971  |
| Depreciación Activo Fijo             | 843     | 843     | 984     | 141     | 141     |
| Amortización de Intangibles          | 58      | 58      | 58      | 58      | 58      |
| Amortiz. Gasto Pre Operativo         | 4,000   | 4,000   | 4,000   | 4,000   | 4,000   |
| Gasto por activo fijo no depreciable | 1,918   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Gastos operativos                    | 52,395  | 52,233  | 52,781  | 53,347  | 48,153  |

|                      |         |         |         |         |         |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Costo Total          | 173,996 | 186,907 | 199,279 | 212,856 | 221,096 |
| Costo Total Unitario | 41      | 39      | 38      | 36      | 34      |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos un costo unitario de la cama pequeña de 41 soles en el 2021, la cual bajar en los años hasta llegar en el 2025 a 34 soles.

Tabla 300.

*Precio de venta al canal*

|                          | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Valor de venta al canal  | 47   | 47   | 47   | 47   | 47   |
| Precio de venta la canal | 55   | 55   | 55   | 55   | 55   |

*Nota:* Elaboración Propia

El precio de venta de la cama pequeña es de 55 soles.

**Cama mediana: 50.80%**

Tabla 301.

*Costo unitario por cama mediana anual*

| Concepto                     | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Venta en Unidades            | 10,594  | 11,790  | 13,120  | 14,601  | 16,249  |
| Materia Prima                | 197,204 | 219,458 | 244,222 | 271,783 | 302,452 |
| Mano de Obra Directa         | 69,666  | 84,238  | 91,258  | 98,278  | 105,298 |
| Costos Indirectos            | 99,361  | 101,866 | 105,391 | 109,628 | 111,936 |
| Total Costo de Produccion    | 366,231 | 405,562 | 440,870 | 479,689 | 519,686 |
| Costo Unitario de Producción | 35      | 34      | 34      | 33      | 32      |
| Gastos Administrativos       | 63,266  | 64,020  | 64,108  | 65,119  | 65,024  |
| Gastos de Venta              | 77,973  | 82,660  | 83,832  | 87,186  | 71,186  |

|                                      |         |         |         |         |         |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Depreciación Activo Fijo             | 2,612   | 2,612   | 3,049   | 438     | 438     |
| Amortización de Intangibles          | 179     | 179     | 179     | 179     | 179     |
| Amortiz. Gasto Pre Operativo         | 12,396  | 12,396  | 12,396  | 12,396  | 12,396  |
| Gasto por activo fijo no depreciable | 5,944   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Gastos operativos                    | 162,369 | 161,867 | 163,563 | 165,317 | 149,222 |
| Costo Total                          | 528,600 | 567,429 | 604,433 | 645,006 | 668,908 |
| Costo Total Unitario                 | 50      | 48      | 46      | 44      | 41      |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos un costo unitario de la cama mediana de 50 soles en el 2021, la cual bajar en los años hasta llegar en el 2025 a 41 soles.

Tabla 302.

*Precio unitario por cama mediana anual*

|                          | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Valor de venta al canal  | 59   | 59   | 59   | 59   | 59   |
| Precio de venta la canal | 69   | 69   | 69   | 69   | 69   |

*Nota:* Elaboración Propia

El precio de venta de la cama mediana es de 69.28 soles.

**Cama grande: 32.81%**

Tabla 303.

*Costo unitario por cama grande anual*

| Concepto             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Venta en Unidades    | 4,888   | 5,439   | 6,053   | 6,736   | 7,496   |
| Materia Prima        | 127,371 | 141,745 | 157,739 | 175,541 | 195,349 |
| Mano de Obra Directa | 44,996  | 54,408  | 58,942  | 63,476  | 68,010  |

|                                      |         |         |         |         |         |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Costos Indirectos                    | 64,176  | 65,794  | 68,070  | 70,807  | 72,298  |
| Total Costo de Produccion            | 236,544 | 261,947 | 284,752 | 309,824 | 335,658 |
| Costo Unitario de Producción         | 48      | 48      | 47      | 46      | 45      |
| Gastos Administrativos               | 40,863  | 41,350  | 41,406  | 42,060  | 41,998  |
| Gastos de Venta                      | 50,361  | 53,389  | 54,146  | 56,312  | 45,978  |
| Depreciación Activo Fijo             | 1,687   | 1,687   | 1,969   | 283     | 283     |
| Amortización de Intangibles          | 115     | 115     | 115     | 115     | 115     |
| Amortiz. Gasto Pre Operativo         | 8,006   | 8,006   | 8,006   | 8,006   | 8,006   |
| Gasto por activo fijo no depreciable | 3,839   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Gastos operativos                    | 104,872 | 104,547 | 105,643 | 106,776 | 96,381  |
| Costo Total                          | 341,415 | 366,494 | 390,395 | 416,600 | 432,038 |
| Costo Total Unitario                 | 70      | 67      | 64      | 62      | 58      |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos un costo unitario de la cama mediana de 70 soles en el 2021, la cual bajar en los años hasta llegar en el 2025 a 58 soles.

Tabla 304.

*Precio unitario por cama grande anual*

|                          | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Valor de venta al canal  | 82   | 82   | 82   | 82   | 82   |
| Precio de venta la canal | 97   | 97   | 97   | 97   | 97   |

*Nota:* Elaboración Propia

El precio de venta de la cama mediana es de 97 soles.

#### **7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.**

Para la realización del cálculo de los costos fijos se deben tener los siguientes datos:



- Cantidad de unidades a producir por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- Gastos administrativos por año por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- Gastos de ventas por año por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- CIF Fijo, el costo fijo unitario se calcula dividiendo la suma de gastos administrativos, gastos ventas y CIF fijo por año entre la cantidad de unidades a producir por año

Para realizar el cálculo de costos variables se deben tener los siguientes datos:

- Cantidad de unidades a producir por año por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- Costo de materia prima por año (sin IGV) por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- Mano de Obra Directa por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).
- CIF Variable por cada tipo de cama (grande, mediana y pequeña).

#### **Cama pequeña: 16.39%**

Tabla 305.

#### *Costos unitarios variables y fijos de las camas pequeñas anuales*

| Concepto                 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Materia Prima            | 16   | 16   | 16   | 16   | 16   |
| Luz                      | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| Comisión ventas 2%       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Sampling                 | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| EMPRESA DE ESTAMPADO     | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| Costos variable unitario | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   |
| Mano de Obra Directa     | 5    | 6    | 6    | 5    | 5    |
| Costos Indirectos Fijo   | 6    | 5    | 5    | 4    | 4    |

|                                |    |    |    |    |    |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|
| Gastos Administrativos Fijo    | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  |
| Gastos de Venta Fijo           | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  |
| Depreciación Activo Fijo       | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Intangibles    | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Pre Operativos | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |
| Activos fijos no depreciables  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Costo fijo unitario            | 21 | 20 | 18 | 17 | 14 |
| Costo total unitario           | 41 | 39 | 38 | 36 | 34 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que el costo fijo y variable unitario de la cama pequeña es de 41 soles en el 2021, la cual baja en cada año y en el 2025 llega a 34 soles.

#### **Cama mediana: 50.80%**

Tabla 306.

*Costos unitarios variables y fijos de las camas medianas anuales*

| Concepto                    | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|
| Materia Prima               | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   |
| Luz                         | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| Comisión ventas 2%          | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Sampling                    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| EMPRESA DE ESTAMPADO        | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| Costos variable unitario    | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   |
| Mano de Obra Directa        | 7    | 7    | 7    | 7    | 6    |
| Costos Indirectos Fijo      | 7    | 6    | 6    | 5    | 5    |
| Gastos Administrativos Fijo | 6    | 5    | 5    | 4    | 4    |

|                                |    |    |    |    |    |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|
| Gastos de Venta Fijo           | 5  | 5  | 4  | 4  | 2  |
| Depreciación Activo Fijo       | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Intangibles    | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Pre Operativos | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |
| Activos fijos no depreciables  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Costo fijo unitario            | 27 | 25 | 23 | 21 | 18 |
| Costo total unitario           | 50 | 48 | 46 | 44 | 41 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que el costo fijo y variable unitario de la cama mediana es de 50 soles en el 2021, la cual baja en cada año y en el 2025 llega a 41 soles.

### **Cama grande: 32.81%**

Tabla 307.

*Costos unitarios variables y fijos de las camas grandes anuales*

| Concepto                    | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|
| Materia Prima               | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   |
| Luz                         | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| Comisión ventas 2%          | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| Sampling                    | 1    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| EMPRESA DE ESTAMPADO        | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    |
| Costos variable unitario    | 32   | 33   | 33   | 33   | 33   |
| Mano de Obra Directa        | 9    | 10   | 10   | 9    | 9    |
| Costos Indirectos Fijo      | 10   | 9    | 8    | 7    | 6    |
| Gastos Administrativos Fijo | 8    | 8    | 7    | 6    | 6    |
| Gastos de Venta Fijo        | 7    | 7    | 6    | 5    | 3    |

|                                |    |    |    |    |    |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|
| Depreciación Activo Fijo       | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Intangibles    | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Amortización de Pre Operativos | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  |
| Activos fijos no depreciables  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  |
| Costo fijo unitario            | 38 | 35 | 32 | 29 | 25 |
| Costo total unitario           | 70 | 67 | 64 | 62 | 58 |

*Nota:* Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que el costo fijo y variable unitario de la cama mediana es de 70 soles en el 2021, la cual baja en cada año y en el 2025 llega a 58 soles.

## **Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados**

### **8.1. Premisas del estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja**

Las premisas aplicadas para la elaboración se requieren lo siguiente:

- Todos los montos se encuentran en soles.
- El horizonte de evaluación es de 5 años.
- Los precios de se mantienen constante.
- Las ventas a los canales de veterinarias y petshop son a 30 días el 50% y 60 días el 50% de cada venta realizada en el mes y el mercado tradicional es al contado.
- Para el estado de ganancias y pérdidas son montos sin igv.
- Para el flujo de caja son montos con igv.
- La tasa de impuesto es el 29.5%.

### **8.2. Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros**

En base a los resultados de los ejercicios por periodo, presentamos el Estado de ganancias y pérdidas de Kawipet SAC, expresado en soles: Se observa que los resultados de los ejercicios son positivos.

Tabla 308.

*Estado de ganancias y pérdidas proyectado sin gastos financieros (expresado en soles)*

| Rubro                                   | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | Liquidación |
|-----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Ventas                                  | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |             |
| (-) Costo de Ventas                     | 739,849   | 810,108   | 880,735   | 958,567   | 1,038,935 | 0           |
| (-) Materia Prima                       | 407,105   | 443,747   | 493,617   | 549,288   | 611,293   |             |
| (-) Mano de Obra                        | 137,143   | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   |             |
| (-) Costos Indirectos                   | 195,600   | 200,531   | 207,470   | 215,811   | 220,355   |             |
| Utilidad Bruta                          | 484,553   | 552,451   | 635,580   | 728,890   | 838,924   | 0           |
| (-) Gastos Operativos                   | 317,575   | 316,586   | 319,323   | 327,917   | 294,432   | 0           |
| (-)Gastos Administrativos               | 124,544   | 126,029   | 126,201   | 128,192   | 128,005   |             |
| (-)Gastos de Venta                      | 153,495   | 162,724   | 165,030   | 171,633   | 140,136   |             |
| (-)Depreciación                         | 3,080     | 3,080     | 3,339     | 3,339     | 1,538     |             |
| (-)Amortización de intangibles          | 351       | 351       | 351       | 351       | 351       |             |
| (-)Amortización de gastos preoperativos | 24,402    | 24,402    | 24,402    | 24,402    | 24,402    |             |

|                                                |         |         |         |         |         |       |
|------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| (-)Gasto por activos fijos no depreciables     | 11,702  | 0       | 0       | 0       | 0       |       |
| EBIT o Resultado Operativo                     | 166,978 | 235,865 | 316,257 | 400,973 | 544,491 | 0     |
| (+) Ingresos Financieros                       |         |         |         |         |         |       |
| (-) Gastos Financieros                         |         |         |         |         |         |       |
| (+) Otros Ingresos (Valor salvamento)          |         |         |         |         |         | 5,661 |
| (-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros) |         |         |         |         |         |       |
| Resultado antes de I. Renta                    | 166,978 | 235,865 | 316,257 | 400,973 | 544,491 | 5,661 |
| Pérdida del año anterior                       |         |         |         |         |         |       |
| Base imponible                                 | 166,978 | 235,865 | 316,257 | 400,973 | 544,491 | 5,661 |
| Impuesto a la renta 29.5%                      | 36,681  | 57,003  | 80,718  | 105,710 | 148,047 | 1,670 |
| Resultado Neto                                 | 130,297 | 178,862 | 235,539 | 295,264 | 396,444 | 3,991 |

*Nota:* Elaboración Propia

En el cuadro nos muestra que tenemos el resultado neto en el año 2021 de 130,297 soles, la cual va aumentando y en el año 2025 se tiene un resultado neto de 396,444 soles.

8.3. Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal

En base a los resultados de los ejercicios por periodo presentaremos el estado de ganancias y pérdidas de Kawipet SAC, expresado en soles, podemos observar que los resultados de los ejercicios son positivos.

Tabla 309.

Estado de ganancias y pérdidas proyectado en gastos financieros (expresado en soles)

| Rubro                                      | Análisis vertical |           |           |           |           |             |         |         |         |         |         |           | Análisis Horizontal |               |               |
|--------------------------------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|---------------------|---------------|---------------|
|                                            | 2021              | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | Liquidación | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    | 2021-2022 | 2022-<br>2023       | 2023-<br>2024 | 2024-<br>2025 |
|                                            |                   |           |           |           |           |             |         |         |         |         |         |           |                     |               |               |
| Ventas                                     | 1,224,402         | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 | 0           | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 11.28%    | 11.28%              | 11.29%        | 11.28%        |
| (-) Costo de Ventas                        | 739,849           | 810,108   | 880,735   | 958,567   | 1,038,935 | 0           | 60.43%  | 59.45%  | 58.08%  | 56.81%  | 55.33%  | 9.50%     | 8.72%               | 8.84%         | 8.38%         |
| (-) Materia Prima                          | 407,105           | 443,747   | 493,617   | 549,288   | 611,293   | 0           | 33.25%  | 32.57%  | 32.55%  | 32.55%  | 32.55%  | 9.00%     | 11.24%              | 11.28%        | 11.29%        |
| (-) Mano de Obra                           | 137,143           | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   | 0           | 11.20%  | 12.17%  | 11.85%  | 11.47%  | 11.04%  | 20.92%    | 8.33%               | 7.69%         | 7.14%         |
| (-) Costos Indirectos                      | 195,600           | 200,531   | 207,470   | 215,811   | 220,355   | 0           | 15.98%  | 14.72%  | 13.68%  | 12.79%  | 11.73%  | 2.52%     | 3.46%               | 4.02%         | 2.11%         |
| Utilidad Bruta                             | 484,553           | 552,451   | 635,580   | 728,890   | 838,924   | 0           | 39.57%  | 40.55%  | 41.92%  | 43.19%  | 44.67%  | 14.01%    | 15.05%              | 14.68%        | 15.10%        |
| (-) Gastos Operativos                      | 317,575           | 316,586   | 319,323   | 327,917   | 294,432   | 0           | 25.94%  | 23.23%  | 21.06%  | 19.43%  | 15.68%  | -0.31%    | 0.86%               | 2.69%         | -10.21%       |
| (-)Gastos Administrativos                  | 124,544           | 126,029   | 126,201   | 128,192   | 128,005   | 0           | 10.17%  | 9.25%   | 8.32%   | 7.60%   | 6.82%   | 1.19%     | 0.14%               | 1.58%         | -0.15%        |
| (-)Gastos de Venta                         | 153,495           | 162,724   | 165,030   | 171,633   | 140,136   | 0           | 12.54%  | 11.94%  | 10.88%  | 10.17%  | 7.46%   | 6.01%     | 1.42%               | 4.00%         | -18.35%       |
| (-)Depreciación                            | 3,080             | 3,080     | 3,339     | 3,339     | 1,538     | 0           | 0.25%   | 0.23%   | 0.22%   | 0.20%   | 0.08%   | 0.00%     | 8.39%               | 0.00%         | -53.93%       |
| (-)Amortización de intangibles             | 351               | 351       | 351       | 351       | 351       | 0           | 0.03%   | 0.03%   | 0.02%   | 0.02%   | 0.02%   | 0.00%     | 0.00%               | 0.00%         | 0.00%         |
| (-)Amortización de gastos preoperativos    | 24,402            | 24,402    | 24,402    | 24,402    | 24,402    | 0           | 1.99%   | 1.79%   | 1.61%   | 1.45%   | 1.30%   | 0.00%     | 0.00%               | 0.00%         | 0.00%         |
| (-)Gasto por activos fijos no depreciables | 11,702            | 0         | 0         | 0         | 0         | 0           | 0.96%   | 0.00%   | 0.00%   | 0.00%   | 0.00%   | -100.00%  |                     |               |               |
| EBIT o Resultado Operativo                 | 166,978           | 235,865   | 316,257   | 400,973   | 544,491   | 0           | 13.64%  | 17.31%  | 20.86%  | 23.76%  | 29.00%  | 41.25%    | 34.08%              | 26.79%        | 35.79%        |
| (+) Ingresos Financieros                   |                   |           |           |           |           |             | 0.00%   | 0.00%   | 0.00%   | 0.00%   | 0.00%   |           |                     |               |               |



|                                                |         |         |         |         |         |       |        |        |        |        |        |         |         |         |         |
|------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| (-) Gastos Financieros                         | 37,944  | 8,168   | 2,106   | 1,413   | 546     |       | 3.10%  | 0.60%  | 0.14%  | 0.08%  | 0.03%  | -78.47% | -74.22% | -32.91% | -61.32% |
| (+) Otros Ingresos (Valor salvamento)          |         |         |         |         |         | 5,661 | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  |         |         |         |         |
| (-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros) |         |         |         |         |         |       | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  |         |         |         |         |
| Resultado antes de I. Renta                    | 129,034 | 227,697 | 314,151 | 399,561 | 543,945 | 5,661 | 10.54% | 16.71% | 20.72% | 23.68% | 28.97% | 76.46%  | 37.97%  | 27.19%  | 36.14%  |
| Pérdida del año anterior                       |         |         |         |         |         |       | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  |         |         |         |         |
| Base imponible                                 | 129,034 | 227,697 | 314,151 | 399,561 | 543,945 | 5,661 | 10.54% | 16.71% | 20.72% | 23.68% | 28.97% | 76.46%  | 37.97%  | 27.19%  | 36.14%  |
| Impuesto a la renta 29.5%                      | 25,488  | 54,593  | 80,097  | 105,293 | 147,886 | 1,670 | 2.08%  | 4.01%  | 5.28%  | 6.24%  | 7.88%  | 114.20% | 46.72%  | 31.46%  | 40.45%  |
| Resultado Neto                                 | 103,546 | 173,104 | 234,054 | 294,268 | 396,059 | 3,991 | 8.46%  | 12.70% | 15.44% | 17.44% | 21.09% | 67.18%  | 35.21%  | 25.73%  | 34.59%  |
| Escudo Fiscal                                  | 11,194  | 2,410   | 621     | 417     | 161     | 0     |        |        |        |        |        |         |         |         |         |

Nota: Elaboración Propia

Realizando el Análisis horizontal podemos observar:

- Las ventas aumenta en 11.28% del año 1 al año 5, debido a que tenemos nuestro producto en las mismas canales de distribución.
- El costo de ventas se mantiene entre 9% a 8% del año 1 al año 5, esto debido a la mayor demanda de MOD utilizada.
- Los gastos operativos disminuyen en 9% en el año 2025 en comparación al año 2024 debido a los gastos de ventas.
- El resultado neto podemos observar que para el año 1 se obtuvo 67.18% debido a que se pagó menos Impuesto a la renta por tener mayor gasto financiero debido al pago de intereses del capital de trabajo ( intereses por préstamo).

#### 8.4. Flujo de caja operativo

Para determinar el Flujo de caja operativo hemos procedido a restarle a los ingresos todos los gastos realizados en el proyecto como es materia prima, mano de obra, Cif, gasto operativo, gasto de ventas y el impuesto a la renta del estado de ganancias y pérdidas y la correspondiente liquidación de impuesto.

Tabla 310.

*Flujo de caja operativo – (expresado en soles)*

| Concepto                   | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | Liquidación |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Ingresos por Ventas        | 1,444,794 | 1,607,820 | 1,789,251 | 1,991,200 | 2,215,873 |             |
| (-) Costos operativos      | 1,239,777 | 1,374,311 | 1,496,377 | 1,635,300 | 1,756,922 | 2,689       |
| (-) Materia Prima          | 480,384   | 523,622   | 582,468   | 648,160   | 721,325   | 0           |
| (-) Mano de Obra Directa   | 137,143   | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   | 0           |
| (-) Costos Indirectos      | 213,506   | 219,298   | 227,486   | 237,329   | 242,691   | 0           |
| (-) Gastos Administrativos | 129,417   | 131,128   | 131,331   | 133,681   | 133,460   | 0           |
| (-) Gastos de Venta        | 147,281   | 148,346   | 147,098   | 150,379   | 108,194   | 0           |
| (-) Impuesto a la Renta    | 36,681    | 57,003    | 80,718    | 105,710   | 148,047   | 1,670       |
| (-) Pago de IGV            | 95,364    | 129,085   | 147,629   | 166,576   | 195,918   | 1,019       |
| Flujo de caja operativo    | 205,017   | 233,509   | 292,873   | 355,899   | 458,950   | -2,689      |

*Nota:* Elaboración Propia

En la tabla de flujo de caja operativa tenemos como saldo 205,017 soles en el año 2021, la cual va aumentando en los años y en el 2025 tenemos un saldo de 458,950 soles

Tabla 311.

*Liquidación del IGV*

| Liquidación de igv anual | Año 0   | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025     | Liquidación |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|-------------|
| IGV ventas               |         | 220,392 | 245,261 | 272,937 | 303,742 | 338,014  |             |
| IGV venta de activo fijo |         |         |         |         |         |          | 1,019       |
| IGV materia prima        |         | -73,279 | -79,875 | -88,851 | -98,872 | -110,033 |             |
| IGV cif                  |         | -17,906 | -18,767 | -20,016 | -21,518 | -22,335  |             |
| IGV gastos adm           |         | -4,873  | -5,099  | -5,130  | -5,488  | -5,455   |             |
| IGV gasto de ventas      |         | -12,263 | -11,970 | -11,311 | -11,289 | -4,273   |             |
| IGV inversiones          | -16,708 |         | -465    |         |         |          |             |
| IGV neto                 | -16,708 | 112,072 | 129,085 | 147,629 | 166,576 | 195,918  | 1,019       |
| Crédito fiscal           | -16,708 | -16,708 |         |         |         |          |             |
| neto a pagar             |         | 95,364  | 129,085 | 147,629 | 166,576 | 195,918  | 1,019       |

*Nota:* Elaboración Propia

En la tabla nos muestra que pagaremos IGV en todos los años.

## 8.5. Flujo de capital

En este cuadro vamos mostraremos el desembolso realizado por cada periodo.

Tabla 312.

*Flujo de Capital (expresado en soles)*

| Concepto                           | Año 0     | 2021     | 2022     | 2023     | 2024     | 2025 | Liquidacion |
|------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|------|-------------|
| Activo fijo depreciable            | (18,199)  |          | (3,050)  |          |          |      |             |
| Activo Intangible                  | (2,001)   |          |          |          |          |      |             |
| Gastos pre-operativos              | (109,465) |          |          |          |          |      |             |
| Inventarios                        | (23,855)  |          |          |          |          |      |             |
| Capital de trabajo                 | (299,451) | (33,789) | (37,604) | (41,856) | (46,566) |      | 459,266     |
| Recuperacion de garantía           |           |          |          |          |          |      | 11,600      |
| Valor salvamento activo fijo + Igv |           |          |          |          |          |      | 6,680       |
| Flujo de capital                   | (452,971) | (33,789) | (40,654) | (41,856) | (46,566) | 0    | 477,546     |

*Nota:* Elaboración Propia

En el último año se aprecian las recuperaciones del capital de trabajo y de los activos fijos, todo ello se muestran en soles.

## 8.6. Flujo de caja económico

En el cuadro podemos apreciar el flujo de caja económico proyectado para la empresa kawipet SAC a lo largo de un horizonte de los 5 años propuestos,

Tabla 313.

*Flujo de caja económico (expresado en soles)*

| Concepto                   | Año 0 | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | Liquidación |
|----------------------------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Ingresos por Ventas        |       | 1,444,794 | 1,607,820 | 1,789,251 | 1,991,200 | 2,215,873 | 0           |
| (-) Costos operativos      |       | 1,239,777 | 1,374,311 | 1,496,377 | 1,635,300 | 1,756,922 | 2,689       |
| (-) Materia Prima          |       | 480,384   | 523,622   | 582,468   | 648,160   | 721,325   |             |
| (-) Mano de Obra Directa   |       | 137,143   | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   |             |
| (-) Costos Indirectos      |       | 213,506   | 219,298   | 227,486   | 237,329   | 242,691   |             |
| (-) Gastos Administrativos |       | 129,417   | 131,128   | 131,331   | 133,681   | 133,460   |             |
| (-) Gastos de Venta        |       | 147,281   | 148,346   | 147,098   | 150,379   | 108,194   |             |
| (-) Impuesto a la Renta    |       | 36,681    | 57,003    | 80,718    | 105,710   | 148,047   | 1,670       |

|                                    |          |         |         |         |         |         |         |
|------------------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| (-) Pago de IGV                    |          | 95,364  | 129,085 | 147,629 | 166,576 | 195,918 | 1,019   |
| Flujo de caja operativo            |          |         |         |         |         |         |         |
| Activo fijo depreciable            | -18,199  | 0       | -3,050  | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Activo Intangible                  | -2,001   |         |         |         |         |         |         |
| Gastos pre-operativos              | -109,465 |         |         |         |         |         |         |
| Inventarios                        | -23,855  |         |         |         |         |         |         |
| Capital de trabajo                 | -299,451 | -33,789 | -37,604 | -41,856 | -46,566 | 0       | 459,266 |
| Recuperacion de garantía           |          |         |         |         |         |         | 11,600  |
| Valor salvamento activo fijo + Igv |          |         |         |         |         |         | 6,680   |
| Flujo de capital                   | -452,971 | -33,789 | -40,654 | -41,856 | -46,566 | 0       | 477,546 |
| Flujo de caja económico            | -452,971 | 171,228 | 192,855 | 251,017 | 309,333 | 458,950 | 474,857 |

*Nota:* Elaboración Propia

El flujo de caja económico es la suma del flujo de caja operativo más el flujo de capital.

8.7. Flujo del servicio de la deuda

Tabla 314.

*Flujo de servicio de deuda.*

| Concepto                         | Año 0   | 2021      | 2022     | 2023    | 2024    | 2025    | Liquidación |
|----------------------------------|---------|-----------|----------|---------|---------|---------|-------------|
| Prestamo                         | 152,971 |           |          |         |         |         |             |
| Cuotas de reembolso del préstamo |         | (124,051) | (64,464) | (4,877) | (4,877) | (4,877) | 0           |
| Escudo Fiscal                    |         | 11,194    | 2,410    | 621     | 417     | 161     | 0           |
| Flujo del servicio de la deuda   | 152,971 | (112,857) | (62,055) | (4,256) | (4,461) | (4,716) | 0           |

*Nota:* Elaboración Propia

El flujo de la deuda es el préstamo y el escudo fiscal, y sus respectivos costos acumulados en la suma de las cuotas mensuales a pagar por año.

## 8.8. Flujo de caja financiero

Tabla 315.

*Flujo de caja financiero (expresado en soles)*

| Concepto                   | Año 0   | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | Liquidación |
|----------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Ingresos por Ventas        |         | 1,444,794 | 1,607,820 | 1,789,251 | 1,991,200 | 2,215,873 | 0           |
| (-) Costos operativos      |         | 1,239,777 | 1,374,311 | 1,496,377 | 1,635,300 | 1,756,922 | 2,689       |
| (-) Materia Prima          |         | 480,384   | 523,622   | 582,468   | 648,160   | 721,325   | 0           |
| (-) Mano de Obra Directa   |         | 137,143   | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   | 0           |
| (-) Costos Indirectos      |         | 213,506   | 219,298   | 227,486   | 237,329   | 242,691   | 0           |
| (-) Gastos Administrativos |         | 129,417   | 131,128   | 131,331   | 133,681   | 133,460   | 0           |
| (-) Gastos de Venta        |         | 147,281   | 148,346   | 147,098   | 150,379   | 108,194   | 0           |
| (-) Impuesto a la Renta    |         | 36,681    | 57,003    | 80,718    | 105,710   | 148,047   | 1,670       |
| (-) Pago de IGV            |         | 95,364    | 129,085   | 147,629   | 166,576   | 195,918   | 1,019       |
| Flujo de caja operativo    |         | 205,017   | 233,509   | 292,873   | 355,899   | 458,950   | -2,689      |
| Activo fijo depreciable    | -18,199 | 0         | -3,050    | 0         | 0         | 0         | 0           |
| Activo Intangible          | -2,001  | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0           |



|                                    |          |          |         |         |         |         |         |
|------------------------------------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gastos pre-operativos              | -109,465 | 0        | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Inventarios                        | -23,855  | 0        | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Capital de trabajo                 | -299,451 | -33,789  | -37,604 | -41,856 | -46,566 | 0       | 459,266 |
| Recuperacion de garantía           | 0        | 0        | 0       | 0       | 0       | 0       | 11,600  |
| Valor salvamento activo fijo + Igv | 0        | 0        | 0       | 0       | 0       | 0       | 6,680   |
| Flujo de capital                   | -452,971 | -33,789  | -40,654 | -41,856 | -46,566 | 0       | 477,546 |
| Flujo de caja económico            | -452,971 | 171,228  | 192,855 | 251,017 | 309,333 | 458,950 | 474,857 |
| Prestamo                           | 152,971  |          |         |         |         |         |         |
| Cuotas de reembolso del préstamo   |          | -124,051 | -64,464 | -4,877  | -4,877  | -4,877  | 0       |
| Escudo Fiscal                      |          | 11,194   | 2,410   | 621     | 417     | 161     | 0       |
| Flujo del servicio de la deuda     | 152,971  | -112,857 | -62,055 | -4,256  | -4,461  | -4,716  | 0       |
| Flujo de caja financiero           | -300,000 | 58,371   | 130,801 | 246,761 | 304,872 | 454,234 | 474,857 |

---

*Nota:* Elaboración Propia

Es el dinero destinado para los accionistas después de pagar todas las obligaciones, para esto se debe calcular el flujo de la deuda con el préstamo, cuotas y escudo fiscal.

La cual tenemos 58,371 soles en el 2021, la cual va aumentando y en el 2025 se llega a un saldo de 474,857 soles.

## Capítulo IX. Evaluación Económica Financiera

### 9.1. Cálculo de la tasa de descuento

#### 9.1.1. Costos de oportunidad (Ke).

Definición del  $k_o$ , es el costo de oportunidad del accionista, es la tasa mínima de retorno que los accionistas deben exigir por su inversión.

Se cuenta con dos metodologías para hallarlo como el CAPM y el COK propio según factor de riesgo.

##### 9.1.1.1. Cálculo del CAPM.

Tabla 316.

*CAPM*

| Concepto                              | Base                                            | Sigla | Dato   |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------|-------|--------|
| Rendimiento del Mercado               | Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2010-2019 | RM    | 14.02% |
| Tasa Libre de Riesgo                  | Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2010-2019        | RF    | 4.35%  |
| % Capital Propio                      | Estructura de financiamiento del proyecto       | E     | 66.23% |
| % Financiamiento                      | Estructura de financiamiento del proyecto       | D     | 33.77% |
| Tasa Impuesto a la Renta              | Legislación Vigente                             | I     | 29.50% |
| Beta Desapalancada                    | Retail (Special Lines)                          | BD    | 0.69   |
| Riesgo País mayo 2020                 | BCR                                             | RP    | 1.96%  |
| Beta Apalancado                       | $BA = BD * \{1 + (D/E) * (1 - I)\}$             | BA    | 0.94   |
| Costo Capital Propio $\underline{a/}$ | $KP = RF + [BA * (RM - RF)] + RP$               | KP    | 15.4%  |

*Nota:* Elaboración Propia

Los siguientes conceptos:

Tasa de libre riesgo, el rendimiento del mercado, la beta desapalagada y la beta apalancada fueron obtenidos de la página Damodaran.com.

Para nuestro proyecto vemos el CAPM no será validado ya que no cumple la condición principal de ser mayor a las tasas de financiamiento de la deuda.

#### **9.1.1.2. Cálculo del COK propio.**

Se procede a tomar en cuenta el costo de oportunidad propio de cada socio, en este caso sería que cada socio invertiría en un fondo mutuo o depósito a plazo fijo en vez del proyecto.

Según el rendimiento por ahorros de las entidades financieras según los socios se obtuvo los siguientes COK propios.

Tabla 317.

#### *Cok Propio*

|                        |        |
|------------------------|--------|
| Raíz                   | 5.70%  |
| Financiera Oh          | 5.50%  |
| Caja centro            | 5.35%  |
| Financiera Pro Empresa | 5.30%  |
| Cok promedio           | 5.46%  |
| Factor de riesgo       | 6.16   |
| Cok propio             | 33.66% |

*Nota:* Elaboración Propia

El resultado es inválido ya que el cok promedio no es mayor que TCEA neta más alta, por lo cual se aplicó factor riesgo.

El factor riesgo es el valor máximo al cual se encomienda nuestra inversión para que sea "seguro" y bien invertido, en el proyecto nos da 6.16, que es el resultado de la sumatoria del cok promedio y la TCEA entre el cok promedio.

$$\text{Factor de riesgo} = (\text{cok promedio} + \text{TCEA neta más alta}) / \text{cok promedio} = 6.16$$

Con respecto a nuestro cok propio se calcula mediante:

$$\text{Cok propio} = \text{cok promedio} * \text{Factor de riesgo} = 33.66\%$$

### 9.1.1.3. Costo de la deuda.

Tabla 318.

*Costo de la deuda*

|                          | TCEA   | TCEA<br>neta(TCEA*(1-ir)) |
|--------------------------|--------|---------------------------|
| Deuda activo fijo        | 25.00% | 17.63%                    |
| Deuda capital de trabajo | 40.00% | 28.20%                    |

*Nota:* Elaboración Propia

### 9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (Wacc).

Es el costo promedio ponderado de capital, considera el costo de las dos fuentes de financiamiento (deuda y patrimonio).

Esta tasa se usa para hallar el VAN económico es decir permite descontar los flujos de caja económica ya que estos contienen ambas fuentes de financiamiento:

Tabla 319.

*Indicadores de Rentabilidad.*

| Concepto                 | Monto   | %      | Costo  | Costo neto | wacc   |
|--------------------------|---------|--------|--------|------------|--------|
| Deuda activo fijo        | 14,559  | 3.21%  | 25.00% | 17.63%     | 0.57%  |
| Deuda capital de trabajo | 138,412 | 30.56% | 40.00% | 28.20%     | 8.62%  |
| Capital propio           | 300,000 | 66.23% | 33.66% | 33.66%     | 22.29% |
| Total                    |         |        |        |            | 31.48% |

*Nota:* Elaboración Propia

Procede a colocar todas las fuentes de financiamiento, luego se procede a hallar un peso de ponderación (se divide cada monto entre el monto total), luego se procede a poner el costo neto después de impuestos para las dos deudas y el cok propio para el patrimonio.

Finalmente se multiplica el peso de ponderación (%) por el costo neto y obtenemos el wacc.

Costo Promedio de Capital:

$$WACC = \{KP1*[E/(E+D)]\} + \{CD1*(1-I)*[D1/(E+D)] + (CD2*(1-i)*D2/D+C)\} = 31.48\%$$

## 9.2. Evaluación económica financiera

### 9.2.1. Indicadores de rentabilidad.

Tabla 320.

*Indicadores de rentabilidad*

| Concepto                 | Año 0    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    | Liquidación |
|--------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| Flujo de caja económico  | -452,971 | 171,228 | 192,855 | 251,017 | 309,333 | 458,950 | 474,857     |
| Flujo de caja financiero | -300,000 | 58,371  | 130,801 | 246,761 | 304,872 | 454,234 | 474,857     |

*Nota:* Elaboración Propia

#### **9.2.1.1. VANE y VANF.**

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad del proyecto, actualizando la inversión realizada junto a los ingresos y egresos. Para ello considera los flujos de caja al presente descontándolos al interés determinado.

Tabla 321.

#### *Indicadores VAN y VANF*

| Indicador | Resultado  | Conclusión |
|-----------|------------|------------|
| VANE      | 211,533.15 | Viable     |
| VANF      | 205,479.71 | Viable     |

*Nota:* Elaboración Propia

Según el Valor Actual Neto, se precisa que nuestro proyecto es viable económicamente, luego de mensurar ingresos, egresos y descontar la inversión inicial, nos genera una rentabilidad. El indicador de esta tasa desde el flujo económico – VANE es S/ 211,533.15 y a partir de la ganancia considerando el financiamiento externo – VANF es S/ 205,479.71.

#### **9.2.1.2. TIRE, TIRF, TIRME y TIRMF.**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad que proporciona nuestra inversión, considerándose el porcentaje de pérdida o beneficios que tendrá nuestro proyecto con respecto a la inversión. Es el indicador utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, expresado en porcentaje, que está ligado con el Valor Actual Neto.

Tabla 322.

*Indicadores TIRE y TIRF*

| Indicador | Resultado | Conclusión |
|-----------|-----------|------------|
| TIRE      | 48.27%    | Viable     |
| TIRF      | 54.43%    | Viable     |

*Nota:* Elaboración Propia

La tasa desde el flujo económico es 48.27% y a partir de la rentabilidad con el financiamiento externo es de 54.43%.

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno Modificada proporciona una valorización mejorada del TIR, eliminando inconsistencias y asumiendo una reinversión de los flujos dentro de la misma TIR del proyecto.

Tabla 323.

*Indicadores TIRME y TIRMF*

| Indicador | Resultado |
|-----------|-----------|
| TIRME     | 40.15%    |
| TIRMF     | 45.81%    |

*Nota:* Elaboración Propia

La tasa desde el flujo económico es 40.15% y a partir de la rentabilidad con el financiamiento externo es de 45.81%.

**9.2.1.3. Periodo de recuperación descontado.**

El plazo de recuperación descontado determina el momento en que se recupera el dinero de la inversión, teniendo en cuenta los efectos del paso del tiempo en el dinero.

Tabla 324.

*Conceptos de flujo económico y periodo de recuperación*

| Concepto                      | Año 0    | 2021     | 2022     | 2023     | 2024    | 2025    | Liquidación |
|-------------------------------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|-------------|
| Flujo Económico Descontado    | -452,971 | 130,233  | 111,564  | 110,445  | 103,518 | 116,816 | 91,928      |
| Acumulado                     | -452,971 | -322,738 | -211,173 | -100,728 | 2,789   | 119,605 | 211,533     |
| Período de Recupero Económico | 3.97     | años     |          |          |         |         |             |
| Equivalente a:                | 3.00     | años     | 11.68    | meses    |         |         |             |

*Nota:* Elaboración Propia

Según el periodo de recuperación descontado económico, el tiempo que demoraremos en recuperar la inversión inicial con las ganancias generadas actualmente será de 3 años y 11 meses.



Tabla 325.

*Conceptos de flujos financieros, acumulado de periodo y recuperación financiera.*

| Concepto                       | Año 0    | 2021     | 2022     | 2023    | 2024   | 2025    | Liquidación |
|--------------------------------|----------|----------|----------|---------|--------|---------|-------------|
| Flujo Financiero Descontado    | -300,000 | 43,670   | 73,213   | 103,335 | 95,517 | 106,471 | 83,273      |
| Acumulado                      | -300,000 | -256,330 | -183,116 | -79,781 | 15,735 | 122,206 | 205,480     |
| Período de Recupero Financiero | 3.84     | años     |          |         |        |         |             |
| Equivalente a:                 | 3.00     | año      | 10.02    | meses   |        |         |             |

*Nota:* Elaboración Propia

Según el periodo de recuperación descontado financiero, el tiempo que demoraremos en recuperar con las ganancias generadas actualmente será de 3 años y 10 meses.

#### **9.2.1.4. Análisis beneficio/Costo (B/C).**

Este análisis compara directamente, como su nombre indica, los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad.

Este indicador mide la relación entre el costo por unidad producida y el beneficio obtenido por la venta.

Tabla 326.

*Análisis de beneficio.*

| Análisis Beneficio/Costo (B/C) |      |                                        |
|--------------------------------|------|----------------------------------------|
| Relación B/C Económico:        | 1.47 | Se recibe 0.47 por cada sol invertido. |
| Relación B/C Financiero:       | 1.68 | Se recibe 0.68 por cada sol invertido. |

*Nota:* Elaboración Propia

**9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.**

**9.2.2.1. Costos variables y fijos.**

Tabla 327.

*Resumen Costos variables del año 2021 al 2025.*

| Concepto                | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ventas (en Soles)       | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |
| Venta en Unidades       | 19,755    | 21,985    | 24,465    | 27,227    | 30,299    |
| Valor de Venta Promedio | 62        | 62        | 62        | 62        | 62        |
| Materia Prima           | 407,105   | 443,747   | 493,617   | 549,288   | 611,293   |
| Luz                     | 6,845     | 7,617     | 8,477     | 9,434     | 10,498    |
| Comisión ventas 2%      | 24,488    | 27,251    | 30,326    | 33,749    | 37,557    |
| Sampling                | 18,476    | 26,348    | 29,243    | 32,543    | 36,215    |
| EMPRESA DE<br>ESTAMPADO | 43,199    | 47,353    | 52,689    | 58,636    | 65,252    |
| Mano de Obra Directa    | 137,143   | 165,829   | 179,649   | 193,468   | 207,287   |
| Costos Variables        | 637,256   | 718,146   | 794,000   | 877,118   | 968,102   |
| Costo Variable Unitario | 32        | 33        | 32        | 32        | 32        |
| Promedio                |           |           |           |           |           |

|                                                                                                   |         |         |         |         |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Costos Indirectos Fijo                                                                            | 147,610 | 147,846 | 148,847 | 150,572 | 147,755 |
| Gastos Administrativos Fijo                                                                       | 123,175 | 124,506 | 124,506 | 126,306 | 125,906 |
| Gastos de Venta Fijo                                                                              | 109,846 | 108,363 | 104,613 | 104,397 | 65,314  |
| Depreciación Activo Fijo                                                                          | 3,080   | 3,080   | 3,339   | 3,339   | 1,538   |
| Amortización de Intangibles                                                                       | 351     | 351     | 351     | 351     | 351     |
| Amortización de Pre Operativos                                                                    | 24,402  | 24,402  | 24,402  | 24,402  | 24,402  |
| Activos fijos no depreciables                                                                     | 11,702  | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Costos Fijos                                                                                      | 420,167 | 408,548 | 406,057 | 409,366 | 365,265 |
| Punto de Equilibrio (en unidades )=Costos fijos/(valor de venta promedio-costo variable promedio) | 14,137  | 13,938  | 13,753  | 13,754  | 12,165  |
| cama pequeña                                                                                      | 2,941   | 2,899   | 2,861   | 2,861   | 2,530   |
| cama mediana                                                                                      | 7,719   | 7,610   | 7,509   | 7,510   | 6,642   |
| cama grande                                                                                       | 3,478   | 3,429   | 3,383   | 3,384   | 2,993   |
| Punto de Equilibrio (En Soles)                                                                    | 876,194 | 863,842 | 852,414 | 852,468 | 753,956 |
| cama pequeña                                                                                      | 182,248 | 179,679 | 177,302 | 177,313 | 156,823 |
| cama mediana                                                                                      | 478,402 | 471,658 | 465,418 | 465,447 | 411,660 |
| cama grande                                                                                       | 215,544 | 212,505 | 209,694 | 209,707 | 185,473 |

*Nota:* Elaboración Propia

El total de costos variables es de 637,256 soles en el 2021, la cual va aumentando por el incremento de la mano de obra y en el 2025 se tiene costo de 968,102 soles.

El total de costos variables es de 422,228 soles en el 2021, la cual va disminuyendo por la baja el monto de la depreciación de los activos y en el 2025 se tiene costo de 364,589 soles.

#### 9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo)

Tabla 328.

*Estado de resultados (costeo directo).*

| Resultados (Costeo Directo)   | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ventas                        | 1,224,402 | 1,362,559 | 1,516,314 | 1,687,457 | 1,877,858 |
| (-) Costos Variables          | 637,256   | 718,146   | 794,000   | 877,118   | 968,102   |
| Margen de Contribución        | 587,146   | 644,413   | 722,314   | 810,340   | 909,757   |
| (-) Costos Fijos              | 420,167   | 408,548   | 406,057   | 409,366   | 365,265   |
| Utilidad Operativa            | 166,978   | 235,865   | 316,257   | 400,973   | 544,491   |
| (+) Ingresos Financieros      |           |           |           |           |           |
| (-) Gastos Financieros        | 37,944    | 8,168     | 2,106     | 1,413     | 546       |
| (-) Pérdida Venta Activo Fijo |           |           |           |           |           |
| (+) Otros Ingresos            |           |           |           |           |           |
| Resultado antes de I. Renta   | 129,034   | 227,697   | 314,151   | 399,561   | 543,945   |
| (-) Impuesto a la Renta 29.5% | 25,488    | 54,593    | 80,097    | 105,293   | 147,886   |
| Resultado Neto                | 103,546   | 173,104   | 234,054   | 294,268   | 396,059   |

Nota: Elaboración Propia

El estado de resultado de costeo directo, tenemos 108,695 soles y va aumentado, en el año 2025 se obtiene un resultado de 396.535 soles.

### 9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Estimaremos el punto de equilibrio por cada tamaño de cama, la distribución de los costos y gastos fue realizado según el porcentaje de venta por cada tamaño.

Tabla 329.

#### *Punto de equilibrio en unidades - cama pequeña*

|                                | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Materia Prima                  | 84,678  | 92,299  | 102,672 | 114,252 | 127,149 |
| Luz                            | 1,424   | 1,584   | 1,763   | 1,962   | 2,184   |
| Comisión ventas 2%             | 5,094   | 5,668   | 6,308   | 7,020   | 7,812   |
| Sampling                       | 3,843   | 5,480   | 6,082   | 6,769   | 7,533   |
| Empresa de estampado           | 8,985   | 9,849   | 10,959  | 12,196  | 13,572  |
| Mano de Obra Directa           | 28,526  | 34,493  | 37,367  | 40,241  | 43,116  |
| Total costo variable           | 132,549 | 149,374 | 165,152 | 182,440 | 201,365 |
| unidades vendidas              | 4,273   | 4,755   | 5,292   | 5,890   | 6,554   |
| Costo variable unitario        | 31.02   | 31.41   | 31.21   | 30.98   | 30.72   |
| Costos Indirectos Fijo         | 30,703  | 30,752  | 30,960  | 31,319  | 30,733  |
| Gastos Administrativos Fijo    | 25,620  | 25,897  | 25,897  | 26,272  | 26,188  |
| Gastos de Venta Fijo           | 22,848  | 22,539  | 21,759  | 21,715  | 13,585  |
| Depreciación Activo Fijo       | 641     | 641     | 694     | 694     | 320     |
| Amortización de Intangibles    | 73      | 73      | 73      | 73      | 73      |
| Amortización de Pre Operativos | 5,076   | 5,076   | 5,076   | 5,076   | 5,076   |
| Activos fijos no depreciables  | 2,434   | 0       | 0       | 0       | 0       |

|                             |        |        |        |        |        |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Total costo fijo            | 87,395 | 84,978 | 84,460 | 85,148 | 75,975 |
| Valor de venta cama pequeña | 47     | 47     | 47     | 47     | 47     |
| Pe en unidades cama pequeña | 5,480  | 5,463  | 5,360  | 5,325  | 4,678  |

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama pequeña se tiene que tener:

- En el 2021 en 5,480 unidades.
- En el 2022 en 5,463 unidades.
- En el 2023 en 5,360 unidades.
- En el 2024 en 5,325 unidades.
- En el 2025 en 4,678 unidades.

Tabla 330.

*Punto de equilibrio en unidades - cama mediana*

|                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Materia Prima               | 222,280 | 242,286 | 269,515 | 299,911 | 333,766 |
| Luz                         | 3,737   | 4,159   | 4,628   | 5,151   | 5,732   |
| Comisión ventas 2%          | 13,370  | 14,879  | 16,558  | 18,427  | 20,506  |
| Sampling                    | 10,088  | 14,386  | 15,967  | 17,769  | 19,773  |
| EMPRESA DE ESTAMPADO        | 23,586  | 25,855  | 28,768  | 32,015  | 35,627  |
| Mano de Obra Directa        | 74,880  | 90,543  | 98,088  | 105,633 | 113,179 |
| Total costo variable        | 347,942 | 392,108 | 433,524 | 478,906 | 528,584 |
| unidades vendidas           | 10,594  | 11,790  | 13,120  | 14,601  | 16,249  |
| Costo variable unitario     | 32.84   | 33.26   | 33.04   | 32.80   | 32.53   |
| Costos Indirectos Fijo      | 80,595  | 80,724  | 81,270  | 82,212  | 80,674  |
| Gastos Administrativos Fijo | 67,254  | 67,980  | 67,980  | 68,963  | 68,744  |

|                                |         |         |         |         |         |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gastos de Venta Fijo           | 59,976  | 59,166  | 57,119  | 57,001  | 35,661  |
| Depreciación Activo Fijo       | 1,682   | 1,682   | 1,823   | 1,823   | 840     |
| Amortización de Intangibles    | 192     | 192     | 192     | 192     | 192     |
| Amortización de Pre Operativos | 13,323  | 13,323  | 13,323  | 13,323  | 13,323  |
| Activos fijos no depreciables  | 6,389   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Total costo fijo               | 229,411 | 223,067 | 221,707 | 223,514 | 199,435 |
| Valor de venta cama pequeña    | 59      | 59      | 59      | 59      | 59      |
| Pe en unidades cama mediana    | 8,869   | 8,765   | 8,638   | 8,627   | 7,619   |

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama mediana se tiene que tener:

- En el 2021 en 8,869 unidades.
- En el 2022 en 8,765 unidades.
- En el 2023 en 8,638 unidades.
- En el 2024 en 8,627 unidades.
- En el 2025 en 7,619 unidades.

Tabla 331.

*Punto de equilibrio en unidades - cama grande*

|                      | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Materia Prima        | 100,148 | 109,162 | 121,430 | 135,125 | 150,378 |
| Luz                  | 1,684   | 1,874   | 2,085   | 2,321   | 2,583   |
| Comisión ventas 2%   | 6,024   | 6,704   | 7,460   | 8,302   | 9,239   |
| Sampling             | 4,545   | 6,482   | 7,194   | 8,006   | 8,909   |
| EMPRESA DE ESTAMPADO | 10,627  | 11,649  | 12,961  | 14,424  | 16,052  |
| Mano de Obra Directa | 33,737  | 40,794  | 44,194  | 47,593  | 50,993  |

|                                |         |         |         |         |         |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total costo variable           | 156,765 | 176,664 | 195,324 | 215,771 | 238,153 |
| unidades vendidas              | 4,888   | 5,439   | 6,053   | 6,736   | 7,496   |
| Costo variable unitario        | 32.07   | 32.48   | 32.27   | 32.03   | 31.77   |
| Costos Indirectos Fijo         | 36,312  | 36,370  | 36,616  | 37,041  | 36,348  |
| Gastos Administrativos Fijo    | 30,301  | 30,628  | 30,628  | 31,071  | 30,973  |
| Gastos de Venta Fijo           | 27,022  | 26,657  | 25,735  | 25,682  | 16,067  |
| Depreciación Activo Fijo       | 758     | 758     | 821     | 821     | 378     |
| Amortización de Intangibles    | 86      | 86      | 86      | 86      | 86      |
| Amortización de Pre Operativos | 6,003   | 6,003   | 6,003   | 6,003   | 6,003   |
| Activos fijos no depreciables  | 2,879   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Total costo fijo               | 103,361 | 100,503 | 99,890  | 100,704 | 89,855  |
| Valor de venta cama pequeña    | 82      | 82      | 82      | 82      | 82      |
| Pe en unidades cama grande     | 2,062   | 2,022   | 2,001   | 2,008   | 1,782   |

---

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama grande se tiene que tener:

- En el 2021 en 2,062 unidades.
- En el 2022 en 2,022 unidades.
- En el 2023 en 2,001 unidades.
- En el 2024 en 2,008 unidades.
- En el 2025 en 1,782 unidades.

El análisis entre las unidades de ventas proyectas y el punto de equilibrio podemos decir que el punto de equilibrio es menor en todos los años de las unidades vendidas por cada año por lo cual cubrimos.



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

Tabla 332.

##### *Punto de equilibrio en soles- cama pequeña*

|                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Valor de venta cama pequeña | 47      | 47      | 47      | 47      | 47      |
| Pe en unidades cama pequeña | 5,480   | 5,463   | 5,360   | 5,325   | 4,678   |
| Pe en soles                 | 257,358 | 256,590 | 251,722 | 250,099 | 219,693 |

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama grande se tiene que tener:

- En el 2021 en 257,358 soles
- En el 2022 en 256,590 soles.
- En el 2023 en 251,722 soles.
- En el 2024 en 251,099 soles.
- En el 2025 en 219,693 soles.

Tabla 333.

##### *Punto de equilibrio en soles- cama mediana.*

|                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Valor de venta cama pequeña | 59      | 59      | 59      | 59      | 59      |
| Pe en unidades cama mediana | 8,869   | 8,765   | 8,638   | 8,627   | 7,619   |
| Pe en soles                 | 520,699 | 514,570 | 507,136 | 506,480 | 447,281 |

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama grande se tiene que tener:

- En el 2021 en 520,699 soles
- En el 2022 en 514,570 soles.
- En el 2023 en 507,136 soles.

- En el 2024 en 506,480 soles.
- En el 2025 en 447,281 soles.

Tabla 334.

*Punto de equilibrio en soles- cama grande.*

|                             | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Valor de venta cama pequeña | 82      | 82      | 82      | 82      | 82      |
| Pe en unidades cama grande  | 2,062   | 2,022   | 2,001   | 2,008   | 1,782   |
| Pe en soles                 | 169,509 | 166,167 | 164,458 | 165,015 | 146,472 |

*Nota:* Elaboración Propia

Para lograr el punto de equilibrio en el tamaño de cama grande se tiene que tener:

- En el 2021 en 169,509 soles
- En el 2022 en 166,167 soles.
- En el 2023 en 164,458 soles.
- En el 2024 en 165,015 soles.
- En el 2025 en 146,472 soles.

### **9.3. Análisis de sensibilidad y riesgo.**

#### **9.3.1. Variables de entrada.**

El analista de sensibilidad se realizara a las siguientes variables.

- Demanda
- Precio
- Costo de Materia Prima
- Nivel de sueldos
- Alquiler.

### 9.3.2. Variables de salida.

Tabla 335.

*Variable de salida.*

|      |         |
|------|---------|
| VANE | 211,533 |
| VANF | 205,480 |
| TIRE | 48.27%  |
| TIRF | 54.43%  |

*Nota:* Elaboración Propia

### 9.3.3. Análisis unidimensional.

Tabla 336.

*Variables de la demanda.*

| VANE=0              |         |                                             |
|---------------------|---------|---------------------------------------------|
| Variable<br>demanda | Base    | Reducción máxima<br>permitida de la demanda |
| Demanda             | 0.00%   | -12.44%                                     |
| VANE                | 211,533 | 0                                           |
| VANF                | 205,480 | 26,274                                      |
| TIRE                | 48.27%  | 31.48%                                      |
| TIRF                | 54.43%  | 36.19%                                      |

*Nota:* Elaboración Propia

La reducción máxima que se permita a la demanda es del 12.44%.

Tabla 337.

*Variables de precio*

| VANE=0   |         |                      |
|----------|---------|----------------------|
| Variable | Base    | Reducción máxima     |
| Precio   |         | permitida del precio |
| Precio   | 0.00%   | -10.40%              |
| VANE     | 211,533 | -0                   |
| VANF     | 205,480 | 41,935               |
| TIRE     | 48.27%  | 31.58%               |
| TIRF     | 54.43%  | 39.21%               |

*Nota:* Elaboración Propia

La reducción máxima que se permita al precio es del -10.40%.

Tabla 338.

*Variables de costo de materia primas*

| VANE=0                    |         |                              |
|---------------------------|---------|------------------------------|
| Variable Costo de materia | Base    | Aumento máximo el precio     |
| primas                    |         | de todas las materias primas |
| Costo de materias primas  | 0.00%   | 25.91%                       |
| VANE                      | 211,533 | 0                            |
| VANF                      | 205,480 | 56,645                       |
| TIRE                      | 48.27%  | 31.58%                       |
| TIRF                      | 54.43%  | 41.15%                       |

*Nota:* Elaboración Propia

El aumento máxima que se permita al costo de materia prima es del 25.91%.

Tabla 339.

*Variable nivel de sueldos*

| VANE=0                    |         |                                     |
|---------------------------|---------|-------------------------------------|
| Variable nivel de sueldos | Base    | Aumento máximo del nivel de sueldos |
| Nivel de sueldos          | 0.00%   | 43.82%                              |
| VANE                      | 211,533 | 0                                   |
| VANF                      | 205,480 | 103,296                             |
| TIRE                      | 48.27%  | 31.58%                              |
| TIRF                      | 54.43%  | 45.61%                              |

*Nota:* Elaboración Propia

El aumento máxima que se permita al sueldo es del 43.82%.

Tabla 340.

*Variable de costo de alquiler*

| VANE=0                     |         |                                     |
|----------------------------|---------|-------------------------------------|
| Variable costo de alquiler | Base    | Aumento máximo el costo de alquiler |
| Costo de alquiler          | 0.00%   | 92.63%                              |
| VANE                       | 211,533 | 0                                   |
| VANF                       | 205,480 | 68,365                              |
| TIRE                       | 48.27%  | 31.58%                              |
| TIRF                       | 54.43%  | 42.45%                              |

*Nota:* Elaboración Propia

El aumento máxima que se permita al alquiler es del 92.63%

### 9.3.4. Análisis multidimensional.

Tabla 341.

#### *Análisis multidimensional*

|                        | Pesimista   | Base       | Optimista  |
|------------------------|-------------|------------|------------|
| Demanda                | -12%        | 0%         | 13%        |
| Precio                 | -10%        | 0%         | 10%        |
| Costo de Materia Prima | 15%         | 0%         | 0%         |
| Nivel de sueldos       | 20%         | 0%         | 0%         |
| Costo de alquiler      | 30%         | 0%         | 0%         |
| VANE                   | -769,543.13 | 211,533.15 | 460,688.32 |
| VANF                   | -466,850.62 | 205,479.71 | 408,040.50 |
| TIRE                   | -9.6%       | 48.3%      | 90%        |
| TIRF                   | -5.1%       | 54.4%      | 94%        |

*Nota:* Elaboración Propia

Tabla 342.

#### *Resultados esperados - VANF*

|               |        |
|---------------|--------|
| VANE esperado | 28,553 |
| VANF esperado | 88,037 |

*Nota:* Elaboración Propia

Para esto tendremos 3 escenarios, pesimista asumiendo que la demanda bajaría 12%, el precio se reduciría un 10% y el costo de materia prima se elevaría en un 15%, dando nuevos resultados para los indicadores financieros.

Un escenario base, que es el actual, sin variación alguna, teniendo en cuenta los resultados actuales de los indicadores financieros.

Y un escenario optimista, donde asumimos un aumento del 12% de la demanda, un aumento de nuestro precio del 10% y que el costo de materia prima se mantenga estable, dando nuevos resultados para los indicadores financieros.

El escenario pesimista se asumiría que las 5 variables bajan a su nivel más crítico.

El optimista que en vez de bajar el precio y la demanda suban de la misma manera que bajarían en el pesimista y que se mantengan los costos, evaluamos en esos escenarios por temas de covid-19.

### 9.3.5. Variables críticas del proyecto.

Tabla 343.

*Variables criticas de proyecto.*

|                        | Variación máxima<br>permitida | Tipo de variable     |
|------------------------|-------------------------------|----------------------|
| Demanda                | -12.44%                       | Variable sensible    |
| Precio                 | -10.40%                       | Variable sensible    |
| Costo de Materia Prima | 25.91%                        | Variable sensible    |
| Nivel de sueldos       | 43.82%                        | Variable indiferente |
| Alquiler               | 92.63%                        | Variable indiferente |

*Nota:* Elaboración Propia

### 9.3.6. Perfil de riesgo.

Debido a la existencia de 3 variables sensible el perfil de proyecto es moderado y se recomienda expansión a otros distritos de manera virtual a partir del segundo año para superar las proyecciones.

## Conclusiones

Kawipet es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de camas ecológicas para mascotas a base de llantas recicladas y se ubica dentro del régimen MYPE, ya que los ingresos netos no superan las 1700 UIT dentro del ejercicio. Es una alternativa para el cuidado de las mascotas con una propuesta amigable con el medio ambiente, actualmente el mercado no tiene algún producto con este diferencial.

Se han determinado tres presentaciones para las camas ecológicas: pequeño, mediano y grande; para lo que se ha desarrollado un plan de producción a fin de utilizar eficientemente todos los recursos disponibles y generar rentabilidad.

La filosofía de nuestra organización se basa en ofrecer un producto innovador responsable con los colaboradores, la sociedad y el medio ambiente.

A través de las entrevistas, encuestas y focus group realizados, se ha demostrado que nuestro producto tendría buena aceptación por parte del público objetivo, los participantes resaltaron la innovación con respecto al mercado tradicional de estos productos, también el valor medioambiental comentado.

En la mezcla de marketing – 4P's, se ha identificado y sustentado cada componente, con lo que se demuestra la rentabilidad del proyecto desde este enfoque.

Se concluye que nuestro proyecto es rentable, se obtendría un VANE de S/ 211,533.15 y un TIRE de 48.27%, que es mayor al WACC de 31.48%.

En el enfoque financiero, coincide en la rentabilidad positiva, resultando un VANF de S/ 205,479.71 y un TIRF de 54.43%, que es mayor al COK de 33.66%.



Con respecto al ratio Beneficio / Costo (B/C) del proyecto, se tiene 1.47 por cada sol invertido en el nivel económico. Además, 1.68 por cada sol invertido en el nivel financiero.

Tras el análisis y evaluación de cada variable se concluye que el riesgo del proyecto es medio, teniendo como variables significativas a la demanda, precio y la materia prima, por lo que es recomendable elaborar estrategias para mitigar el impacto en Kawipet SAC; por ejemplo, para reducir el impacto del costo de materia prima, se debe mejorar la gestión de proveedores, a mediano plazo, a fin de tener más posibilidades con mejores precios y productos de mayor calidad.

## **Recomendaciones**

Investigar más a fondo sobre los cementerios de llantas para establecer lazos con aquellas empresas de transportes para adquirir las llantas. Por otro lado, fomentar y ampliar la cultura planteada de reciclaje y cuidado del medio ambiente para bienestar y mejora de los colaboradores, clientes, comunidad y sociedad.

Analizar y enfatizar la evaluación de otros canales que pueden ser atractivos para nuestro producto, y generen un mayor margen de ganancia.

Analizar y evaluar la ampliación de la cobertura a distritos aledaños, con la proyección a Lima y a todo el Perú, con lo que la demanda aumentaría significativamente.

Potenciar el proyecto como e-commerce a través de nuestra página web amigable y dinámica, complementándola con aplicativos de delivery para tercerizar la entrega y reducir costos.

Se recomienda la implementación de Kawipet SAC, en este horizonte de cinco años se muestra una utilidad de 18% promedio anual, por lo que es rentable ejecutar este proyecto y potenciarlo, a fin de aumentar el margen de ganancia.

## Referencia

- Angeles, Z. (2018). *Perú: Indicadores de empleo e ingreso por departamento 2007-2017* [www.inei.gob.pe]. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf)
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Actividad economica enero 2019* [www.bcrp.gob.pe]. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-23-2019.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Balanza Comercial - Enero 2019* [www.bcrp.gob.pe]. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2019/nota-de-estudios-11-2019.pdf>
- Banco Continental. (2020). *Conoce las ventajas de préstamos comerciales negocios y empresas* [www.bbva.pe]. Recuperado de: <https://www.bbva.pe/empresas/productos/financiamiento/prestamos-comerciales/negocios-empresas.html>
- Banco de Crédito del Perú. (2020). *Capital de Trabajo* [www.viabcp.com]. Recuperado de: <https://www.viabcp.com/empresas/financiamiento/otros-productos/capital-de-trabajo>
- Banco Mundial. (2020). *Perú: Panorama general*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Blog Mercado Negro. (2020). *Marca peruana elabora calzado con llantas, plástico y jeans reciclados* [www.mercadonegro.pe]. Recuperado de: <https://www.mercadonegro.pe/marketing/marcas/marca-peruana-elabora-calzado-con-llantas-plastico-y-jeans-reciclados/>
- Caja Huancayo. (2020). *Transparencia de información sobre productos* [www.cajahuancayo.com.pe]. Recuperado de: [https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM\\_TransInformacion/PCM\\_frmTraInfPro.aspx?cCodigo=12](https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM_TransInformacion/PCM_frmTraInfPro.aspx?cCodigo=12)

- Caja Sullana. (2020). *Crédito personal* [www.cajasullana.pe]. Recuperado de: <https://www.cajasullana.pe/creditos-3/credito-personal-2/>
- Cappiello, J. (2017). *Mercy for Animals*. Recuperado de: <https://mercyforanimals.lat/el-mercado-de-queso-vegano-est-valorado-en>
- Comercio Exterior del Perú. (2018). *Castañas del Perú al Mundo* [www.comexperu.org.pe]. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/castanas-del-peru-al-mundo>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2020). *Perú: Panorama general*. Recuperado de: <https://www.peru.travel/es/acerca-de-peru>
- Congreso de la República del Perú. (2000). *Ley general de residuos sólidos*. Recuperado de: <///C:/Users/JOSE/Downloads/1519.pdf>
- Congreso de la República del Perú. (2005). *Ley general del ambiente*. Recuperado de: [http://oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_per\\_ley28611.pdf](http://oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_per_ley28611.pdf)
- Diario Gestión. (2018). *Lima captará más de US\$ 24 millones por eventos internacionales hasta fin de año* [gestion.pe]. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/mercados/lima-captara-us-24-millones-eventos-internacionales-ano-237544-noticia/>
- Diario Gestión. (2020). *Riesgo país de Perú bajó 13 puntos básicos y cerró en 1.95 puntos porcentuales* [gestion.pe]. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-bajo-13-puntos-basicos-y-cerro-en-195-puntos-porcentuales-noticia/?cv=1&ref=gesr>
- Diario Perú21. (2013). *Los expertos en reciclado* [peru21.pe]. Recuperado de: <https://peru21.pe/opinion/expertos-reciclado-87803-noticia/>
- Diario Perú21. (2017). *Limeños engríen cada vez más a sus mascotas* [peru21.pe]. Recuperado de: <https://peru21.pe/lima/limenos-engrien-vez-mascotas-encuesta-64135-noticia/>
- Empresa de Transporte Ernesto. (2018). *Transporte Civa lanza flota de buses ecológicos y extra relajantes* [www.ernestojerardo.com]. Recuperado de: <https://www.ernestojerardo.com/2018/01/transporte-civa-lanza-flota-de-buses-ecologicos-y-extra-relajantes/>

Empresa Tepsa. (2020). *Transporte terrestre*. Recuperado de:  
<https://www.infodebuses.com.pe/es/transportes/tepsa/>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2018). *Castaña*. Lima: Indecopi.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Lima alberga 9 millones 320 mil habitantes al 2018* [www.inei.gob.pe]. Recuperado de:  
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/lima-alberga-9-millones-320-mil-habitantes-al-2018-10521/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Perfil Sociodemográfico* [www.inei.gob.pe]. Recuperado de:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/index.html](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/index.html)

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Población del Perú totalizó 31 millones 237 mil 385 personas al 2017*. Recuperado de:  
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>

Mibanco. (2020). *Fórmulas aplicables a productos activos* [www.mibanco.com.pe]. Recuperado de: <https://www.mibanco.com.pe/repositorioaps/data/1/1/1/jer/producto-matriz-archivos/files/Formulas%20y%20ejemplos.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *MEF: PBI de noviembre creció por dinámica favorable de sectores no primarios a pesar de choques de oferta*. Recuperado de:  
<https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/77765-mef-pbi-de-noviembre-crecio-por-dinamica-favorable-de-sectores-no-primarios-a-pesar-de-choques-de-oferta>

Ministerio del Ambiente. (2018). *En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reprovechables* [www.gob.pe]. Recuperado de:  
<https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/1292-en-el-peru-solo-se-cv=1>

Montes, S. (2020). *Seis países alrededor del mundo reciclan más de 50% de su basura durante el año* [www.larepublica.co]. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/seis-paises-alrededor-del-mundo-reciclan-mas-de-50-de-su-basura-durante-el-ano-2813051?cv=1>

Municipalidad De Lima Metropolitana. (2020). *Lima*. Recuperado de: <http://www.munlima.gob.pe/lima#vision>

Negocio fácil. (2015). Ejemplo de caso de éxito de una mediana empresa. Recuperado de: <http://negociofacilahora.blogspot.com/2015/02/ejemplo-de-caso-de-exito-de-una-mediana.html>

Pacheco, J. (2019). *Mercado De Consumo*. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/mercado-de-consumo-definicion-caracteristicas-y-clasificacion/>

Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.

Porter. (2016). *Marketing*. Recuperado de: <https://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-ii-5-fuerzas-de-porter/>

Precio Dólar Perú. (2019). *Tendencia y proyección del dólar Perú 2020*. Recuperado de: <https://www.preciodeldolar.org/2019/05/tendencia-y-proyeccion-del-dolar-peru.html?cv=1>

Radio Estación Vida. (2016). *La Molina: Convierten llantas usadas en maceteros gigantes*. Recuperado de: <http://www.radioestacionvida.com/2017/03/la-molina-convierten-llantas-usadas-en.html?cv=1>

RedBus. (2017). *Las empresas de transporte terrestre en el Perú*. Recuperado de: <https://blog.redbus.pe/transporte/las-empresas-de-transporte-terrestre-en-el-peru/>

Velarde, J. (2017). *BCR: balanza comercial del Perú continuará en superávit en 2018 y 2019*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-bcr-balanza-comercial-del-peru-continuara-superavit-2018-y-2019-693130.aspx>

Velarde. (2020). *Camas para perros*. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/accecann>

WWF Perú. (2018). *Casi el 90% de la basura diaria generada no se recicla*. Recuperado de: <http://www.wwf.org.pe>

## Anexos

### Anexo 1. Entrevistas a profundidad

---

Objetivo general:

---

Se realizaron 4 entrevistas a profundidad para nuestra investigación relacionada con nuestras camas ecológicas hechas a base de llantas recicladas.

#### ENTREVISTA 1

La entrevista está dirigida a unos de los proveedores claves que permitirán llevar a cabo la fabricación de las camas ecológicas para mascotas.

#### DASTOS DEL ENTREVISTADO

Nombre:

Cargo:

Empresa:

#### MOTIVO DE LA ENTREVISTA

Conocer a profundidad el proceso de uso de las llantas y el desecho de ellas.

#### OBJETIVO

Conocer el final que le dan a las llantas que ya no serán utilizadas.

#### CUESTIONARIO

Identificar de qué manera la empresa contribuye con el medio ambiente.

¿De qué manera la empresa ayuda en el cuidado en el medio ambiente?

¿La empresa tuvo alguna idea de cómo deshacerse de las llantas inservibles?

Identificar tamaño, condiciones y la frecuencia de cambio de llantas.

¿Cuántas llantas utilizan en la empresa donde labora?

¿Con que frecuencia se cambian las llantas?

¿Qué es lo que hacen con las llantas que no utilizan?

---

---

¿Qué tamaño de llantas utilizan?

¿Cuáles son las condiciones de las llantas dadas de baja?

Identificar el punto de vista de la empresa de nuestro producto ecológico

¿Qué opinaría usted de la fabricación de camas para mascotas a base de llantas?

¿Estaría de acuerdo en ser nuestro proveedor de llantas?

## ENTREVISTA 2

La entrevista está dirigida a los canales de comercialización como: Tiendas de accesorios para mascotas, supermercados y mercados, que permita la exhibición para la venta al público final.

## DASTOS DEL ENTREVISTADO

Nombre:

Cargo: Vendedora de accesorios de mascotas

Empresa:

## MOTIVO DE LA ENTREVISTA

Venta de camas para mascotas

## OBJETIVO

-Conocer el aproximado de ventas de camas para mascotas.

## CUESTIONARIO

Identificar cuantas personas visitan su tienda.

¿Cuántas personas con su mascota visitan su tienda en la semana?

¿Qué accesorios para mascotas vende con mayor frecuencia?

Identificar las preferencias del cliente

¿Sus clientes que compra con mayor frecuencia casas para perros o camas?

¿Cuáles son los precios de sus camas para las mascotas?

---



---

¿Qué modelo o tamaño de cama vende con mayor frecuencia?

¿Qué marca de camas vende con mayor frecuencia?

Identificar cuantas camas para perros y gatos vende.

¿Cuántas camas para mascotas vende al mes?

¿Cuántas camas para perros vende al mes?

¿Cuántas camas para gatos vende al mes?

Identificar el precio de las camas, marcas, el promedio de duración y porque medio realiza la venta.

¿Cuánto esta las camas según el tamaño?

¿Qué marcas de camas vende?

¿Cuál es el promedio de duración de las camas que vende?

¿Usted vende las camas por redes o internet?

Identificar la opinión del vendedor sobre nuestro producto ecológico.

¿Qué opinaría usted sobre la venta de productos fabricados con material reciclado?

¿Alguna vez conoció o vendió algún producto para animales fabricado con materiales reciclados?

¿Estaría interesada en la comercialización de camas para mascotas fabricadas con llantas recicladas?

### ENTREVISTA 3

La entrevista está dirigida a las empresas que prestan servicio de transporte para la distribución de las camas ecológicas para mascotas.

### DASTOS DEL ENTREVISTADO

Nombre:

Cargo:

Empresa:

---

---

## MOTIVO DE LA ENTREVISTA

Distribución de las camas para mascotas.

## OBJETIVO

-Establecer el nivel de satisfacción del servicio prestado por el sistema de transporte de las camas ecológicas para mascotas

## CUESTIONARIO

Identificar el que productos lleva la empresa de transporte.

¿Cuáles son las principales actividades que lleva a cabo la empresa?

¿Cuánto tiempo lleva prestando servicio de transporte?

¿Ofrece garantías a sus clientes, en caso perdidas extraordinarias?

Identificar los precios que maneja por el transporte realizado.

¿El precio del servicio de transporte es por zonas de distribución?

¿Maneja algún programa de descuento por volumen?

Identificar si realiza transportes con empresas similares a nuestro producto.

¿Qué políticas de pago hace llegar a sus clientes?

¿Tiene perfil de clientes similares a los nuestros?

Identificar si la empresa estaría de acuerdo en realizar la distribución de nuestro producto.

¿Estaría de acuerdo en ser nuestro distribuidor de camas ecológicas a las zonas 5, 6,7 de Lima Metropolitana?

## ENTREVISTA 4

La entrevista está dirigida a las Casas de alojamiento de mascotas (brindan servicios integrados del cuidado, educación y recreación)

## DASTOS DEL ENTREVISTADO

---

---

Nombre:

Cargo:

Empresa:

#### MOTIVO DE LA ENTREVISTA

Compras de camas según tamaños y modelos.

#### OBJETIVO

-Conocer la duración de las camas para mascotas.

#### CUESTIONARIO

Identificar el trabajo que tiene la empresa con las mascotas.

¿Cuánto tiempo lleva prestando servicio de alojamiento para mascotas?

Según las estaciones del año ¿Cuál es la estación que recibe mayor alojamiento de mascotas?

¿Qué raza y que tamaños de mascotas están alojadas?

Identificar el modelo, tamaño y duración de camas que utiliza.

¿Cómo son las camas de las mascotas y cuál es su duración?

¿Compran camas según el tamaño de las mascotas?

¿Cuánto le duran las camas para mascotas?

Identificar si el hotel para mascotas estaría de acuerdo en comprar nuestro producto y que modelos les gustaría comprar.

¿Estaría dispuesto a comprar camas ecológicas para las mascotas hechas de llantas recicladas?

¿Qué tamaño y diseños de camas ecológicas les gustaría adquirir?

¿Qué nos recomendaría para mejorar nuestro producto?

---

## Anexo 2. Guía de Focus Group

---

### INTRODUCCIÓN DE LA METODOLOGÍA

Estimados participantes para poder realizar las preguntas necesitamos sus datos como referencia estadística.

Nombre:

Edad:

Dirección:

Lugar donde Labora:

Para poder continuar haremos unas preguntas dinámicas 😊:

---

¿Qué animal le gustaría reencarnarse?

¿Qué nombre se pondría?

### PREGUNTAS

Preguntas generales o de apertura

Estas son importantes para ver cómo se desarrollan los participantes y cuál es su nivel de implicación. En este bloque se realizan preguntas generales como:

¿Cuántas mascotas tienes?

¿Cómo se llaman? ¿Cuántos años tiene(n)?

¿Qué tiempo tienes conviviendo con tu(s) mascota (s)?

¿Qué tipo de cuidado especial le das a tu mascota?

Preguntas de transición

Estas preguntas sirven para introducir el producto que va a ser testado. Por ello se habla de la relación con el producto.

- ¿Qué tipo de comodidad le brindas a tu(s) mascota(s)?

¿Has comprado anteriormente algún juguete para su entretenimiento? ¿Con qué frecuencia?

---

---

¿Has comprado anteriormente alguna cama para su descanso / comodidad? ¿Con qué frecuencia?

¿Qué factores o características considerarías en algún artículo para la comodidad de tu mascota?

¿En qué lugar los compraste veterinaria, centro comercial u otros establecimientos?

¿Qué marca de cama compra para su mascota?

¿Utilizarías una página web o alguna red social para facilitar la compra?

¿Cuándo compro por la página web la cama para su mascota le llego en la hora pactada con la empresa?

¿Consideras importante el cuidado del medio ambiente y la cultura de las 3R'S: ¿Reducir, reutilizar y reciclar? ¿Por qué?

Preguntas específicas

Presentación del producto, mostrando diseños, características y cualidades, sin revelar el componente eco amigable.

Cama ecológica para mascotas fabricada con piezas recicladas. Teniendo como principal pieza un neumático brindado por la "Empresas de transportes" el cual será reutilizado para el proyecto, acompañado de una pieza circular de madera "Triplay" que irá ensamblada como base para la cama, con una cubierta de esponja y tela para brindar el confort a la mascota.

Cama: Tipo Nido



Cama: Tipo Sillón





Basándonos en la última pregunta, ¿puedes identificar la materia prima reutilizada que hemos reutilizado para esta cama?

¿Cuál de los modelos mostrados de gusta?, ¿Porque?

¿Cuánto pagarías por esta cama para (nombre de mascota)?

Conociendo a tu(s) mascota(s), ¿cuánto crees que le dure esta cama?

¿Qué característica o cualidad diferencial esperarían de esta cama con respecto a las existentes en el mercado?

¿Qué le parece los diseños mostrados? ¿Considera importante el ser partícipe del diseño de la cama para su(s) mascota(s)? ¿Qué tamaños de camas?

¿Cómo le gustaría adquirir este producto? ¿Presencialmente en alguna tienda, veterinaria o centro comercial?

¿Valoraría solicitar este producto por internet o alguna red social y recibir a domicilio?

¿Qué tipo de publicidad y promoción nos recomendaría para la inserción de este producto al mercado?

Preguntas de cierre

Estas sirven para terminar de rematar los detalles que se pretenden conocer. Dependen mucho del curso del debate que se haya dado en la sala. Pero si queda algún aspecto por conocer deberá ser el moderador quien en este punto lo introduzca directamente.



NUESTRO PRODUCTO SE LLAMARA “KAWIPET”. ESTE NOMBRE SIGNIFICA KAWI = VIENE DE LA PALABRA EN QUECHUA KAWITO QUE SIGNIFICA CAMA Y PET ES UNA PALABRA EN INGLÉS QUE SIGNIFICA MASCOTA

Nuestro producto se llama “Kawipet”, ¿Qué le parece el nombre? ¿Alguna otra opción?

¿Cuál de los logos mostrados le gusta más? ¿Porque?

¿Qué le parece nuestro slogan?

¿Estaría dispuesto a adquirir esta cama a base de material reutilizado?

¿Qué le parece esta idea de fomentar el cuidado de nuestro medio ambiente?

¿Qué sugerencias o recomendación nos puedes brindar con respecto al producto?

---

### **Anexo 3. Encuesta – Camas ecológicas para mascotas**

1. ¿En qué distrito de Lima Metropolitana reside?
  - a) Zona 5(Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)
  - b) Zona 6(Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)
  - c) Zona 7(Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)
  - d) Otros (fin de encuesta)
2. ¿Cuántos años tiene?
  - a) 20– 30
  - b) 31 – 40
  - c) 41 – 50
  - d) 51 – 60
  - e) 61 a más (fin de la encuesta)
3. ¿Tienes mascotas en casa?
  - a) Si
  - b) No (fin de la encuesta)
4. ¿Cuántas mascotas tienes en casa?
  - a) Uno
  - b) Dos
  - c) Tres
  - d) Más de 3
5. ¿Tienes gato o perro?
  - a) Gato
  - b) Perro
  - c) Ambos
  - d) Otros (fin de encuesta)



6. ¿Qué sexo es tu mascota?

a) macho

b) hembra

C) Ambos

7. ¿Compras cama para tu mascota?

a) Sí

b) No (fin de la encuesta)

SECCIÓN 2:

PERFIL DEL CONSUMIDOR

8. ¿Qué tipo de cama utiliza tu mascota?

a) Camas de plásticos

b) Cama de cojines

c) Camas estilo sofá

d) Otros

9. ¿Dónde compra las camas para sus mascotas?

a) Supermercados

b) Veterinarias

c) Bodegas

d) Petshops

e) Mercado Tradicional

d) Otros

10. ¿Cuánto de dura la cama de tu mascota?

a) Menos de 3 meses

b) De 4 meses a 6 meses

c) De 6 meses a 12 meses

- d) Más de 1 año.
11. ¿Con que frecuencia compras la cama de sus mascotas?
- e) Menos de 3 meses
  - f) De 4 meses a 6 meses
  - g) De 6 meses a 12 meses
  - h) Más de 1 año.
12. ¿Cuánto es lo que gasta en la compra de su cama de su mascota?
- a) Menos de 40
  - b) De 40 a 70 soles
  - c) De 71 a 100 soles
  - d) De 101 a 130 soles
  - e) De 131 a 160 soles
  - f) De 161 a más.

### SECCIÓN 3: VALIDACIÓN DEL PRODUCTO

Camas ecológicas para mascotas (perro y gato), fabricadas con piezas recicladas. Teniendo como principal pieza un neumático brindado por la "Empresas de transportes" el cual será reutilizado para el proyecto, acompañado de una pieza circular de madera "Triplay" que irá ensamblada como base para la cama, con una cubierta de esponja y tela para brindar el confort a la mascota.

13. ¿Compraría una cama para su mascota hecha de llantas recicladas?
- a) si
  - b) no
14. ¿Cada cuánto compraría la cama para su mascota?
- a) Menos de 3 meses
  - b) De 4 meses a 6 meses

- c) De 6 meses a 12 meses
  - d) Más de 1 año.
15. ¿Qué modelo de cama compraría?
- a) Camas tipo sofá
  - b) Camas tipo nido con cojines.
  - c) Otros
16. ¿Qué tamaño compraría de nuestras camas?
- a) Pequeño (55\*40 cm)
  - b) Mediano (65\*50 cm)
  - c) Grande (75\*60 cm)
17. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama pequeña (55\*40 cm)?
- a) Menos de 40
  - b) De 40 a 50 soles
  - c) De 60 a 70 soles
  - d) De 71 a más
18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama mediana (65\*50 cm)?
- a) Menos de 70
  - b) De 70 a 80 soles
  - c) De 90 a 100 soles
  - d) De 101 a más
19. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la cama grande (75\*60 cm)?
- a) Menos de 100
  - b) De 100 a 110soles
  - c) De 120 a 130 soles
  - d) De 131 a más

20. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este producto?

- a) Supermercados
- b) Veterinarias
- c) Bodegas
- d) Petshops
- e) Mercado Tradicional

21. ¿En qué mes del año compraría nuestro producto?

- a) Enero - marzo
- b) Abril - junio
- c) Julio – Setiembre
- d) Octubre – Diciembre

22. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestro producto?

- a) Redes sociales
- b) Periódicos o revistas (puntos de venta)
- c) Afiches o paneles (vía publica)
- d) Pagina web