



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

PANES VEGGIE

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

**ARTURO JUAN CARLOS DIAZ CERVANTES –
Marketing y Gestión Comercial**

**VERA LUCIA LOPEZ LOZADA –
Marketing y Gestión Comercial**

**ROGERS RAUL MARTINEZ MALQUI –
Marketing y Gestión Comercial**

**JHON RICKY ROSALES PEREZ –
Marketing y Gestión Comercial**

**CINTHYA PAMELA VICENTE GANOZA –
Contabilidad**

Asesor:

Cristina Elizabeth Chichizola Fajardo

**Lima – Perú
2017**

Índice

Capítulo I: Información general

1.1.	Nombre de la empresa, horizonte de evaluación	9
1.2.	Actividad económica, código CIU, partida arancelaria	10
1.3.	Definición del negocio y Modelo CANVAS	11
1.4.	Descripción del producto o servicio	13
1.5.	Oportunidad de negocio	19
1.6.	Estrategia genérica de la empresa	21

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1.	Análisis del Macro entorno	23
2.1.1.	Del país (últimos 5 años o último año según corresponda)	23
2.1.1.1.	Capital, ciudades importantes. Superficie, número de habitantes	24
2.1.1.2.	Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa	27
2.1.1.3.	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones	29
2.1.1.4.	PBI, Tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio, riesgo país	32
2.1.1.5.	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto	34
2.1.2.	Del sector (últimos 5 años o último año según corresponda)	35
2.1.2.1.	Mercado internacional	35
2.1.2.2.	Mercado del consumidor	37
2.1.2.3.	Mercado de proveedores	39
2.1.2.4.	Mercado competidor	41
2.1.2.5.	Mercado distribuidor	45
2.1.2.6.	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto	45
2.2.	Análisis del Micro entorno	47
2.2.1.	Competidores actuales: Nivel de competitividad	47
2.2.2.	Fuerza negociadora de los clientes	48
2.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores	49
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos	53
2.2.5.	Competidores potenciales barreras de entrada	55

Capítulo III: Plan estratégico

3.1.	Visión y misión de la empresa	56
3.2.	Análisis FODA	56
3.3.	Objetivos	57

Capítulo IV: Estudio de Mercado

4.1.	Investigación de mercado	59
4.1.1.	Criterios de segmentación	59
4.1.2.	Marco muestral	61
4.1.3.	Entrevista a profundidad	64
4.1.4.	Focus group	70
4.1.5.	Encuestas	77
4.2.	Demanda y oferta	91
4.2.1.	Estimación del mercado potencial	91
4.2.2.	Estimación del mercado disponible	92
4.2.3.	Estimación del mercado efectivo	93
4.2.4.	Estimación del mercado objetivo	93
4.2.5.	Frecuencia de compra	94
4.2.6.	Cuantificación anual de la demanda	94
4.2.7.	Establecimiento de venta	95
4.2.8.	Estacionalidad	96
4.2.9.	Programa de ventas en unidades y valorizado	97
4.3.	Mezcla de marketing	102
4.3.1.	Producto	102
4.3.2.	Precio	114
4.3.3.	Plaza	116
4.3.4.	Promoción	117
4.3.5.	Campaña de lanzamiento promoción para todos los años	118

Capítulo V: Estudio de Mercado

5.1.	Estudio legal	121
5.1.1.	Forma societaria	123
	a. Actividades	123
	b. Valorización	123
5.1.2.	Registro de marcas y patentes	125
	a. Actividades	125
	b. Valorización	127
5.1.3.	Licencias y autorizaciones	128
	a. Actividades	128
	b. Valorización	131
5.1.4.	Legislación laboral	131
	a. Actividades	134
	b. Valorización	134
5.1.5.	Legislación tributaria	134
	a. Actividades	134
	b. Valorización	136

5.1.6.	Otros aspectos Legales	136
a.	Actividades	136
b.	Valorización	138
5.1.7.	Resumen del capítulo	138
5.1.8.	Cuadro valorizado de todos los puntos previos, distribuidos por las áreas de Administración, Ventas y Operaciones/Producción	138
5.2.	Estudio organizacional	139
5.2.1.	Organigrama funcional	139
5.2.2.	Servicios tercerizados	140
	Descripción de puestos de trabajo	
5.2.3.	142
	Descripción de actividades de los servicios tercerizados	
5.2.4.	146
5.2.5.	Aspectos laborales	147
a.	Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados	147
b.	Régimen laboral de puestos de trabajo	148
c.	Planilla para todos los años del proyecto	149
d.	Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto	154
e.	Horario de trabajo de puestos de trabajo	157

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1.	Tamaño del proyecto	158
6.1.1.	Capacidad instalada	158
a.	Criterios	158
b.	Cálculos	158
6.1.2.	Capacidad utilizada	158
a.	Criterios	158
b.	Cálculos	159
c.	Porcentaje de utilización de la capacidad instalada	159
6.1.3.	Capacidad máxima	160
a.	Criterios	160
b.	Cálculos	160
6.2.	Procesos	161
6.2.1.	Diagrama de flujo de procesos de producción	162
6.2.2.	Programa de producción	162
6.2.3.	Necesidad de materias primas e insumos	169
6.2.4.	Programa de compras de materias primas e insumos	175
6.2.5.	Requerimiento de mano de obra directa	176
6.3.	Tecnología para el proceso	177
6.3.1.	Maquinarias	184
6.3.2.	Equipos	184
6.3.3.	Herramientas	184

6.3.4.	Utensilios	185
6.3.5.	Mobiliario	185
6.3.6.	Útiles de oficina	186
6.3.7.	Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos	187
6.3.8.	Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso	188
6.3.9.	Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas	189
6.4.	Localización	190
6.4.1.	Macro localización	190
6.4.2.	Micro localización	191
6.4.3.	Gastos de adecuación	193
6.4.4.	Gastos de servicio	193
6.4.5.	Plano del centro de operaciones	194
6.4.6.	Descripción del centro de operaciones	195
6.5.	Responsabilidad social frente al entorno	196
6.5.1.	Impacto ambiental	196
6.5.2.	Con los trabajadores	196
6.5.3.	Con la comunidad	197

Capítulo VII: Estudio técnico

7.1.	Inversiones	198
7.1.1.	Inversión en Activo Fijo Depreciable	198
7.1.2.	Inversión en Activo Intangible	199
7.1.3.	Inversión en Gastos Pre - Operativos	200
7.1.4.	Inversión en Inventarios Iniciales	201
7.1.5.	Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)	201
7.1.6.	Liquidación de IGV	204
7.1.7.	Resumen de estructura de inversiones	205
7.2.	Financiamiento	206
7.2.1.	Estructura de financiamiento	206
7.2.2.	Financiamiento del activo fijo	207
7.2.3.	Financiamiento del capital de trabajo	209
7.3.	Ingresos anuales	211
7.3.1.	Ingresos por ventas	211
7.3.2.	Recuperación de capital de trabajo	211
7.3.3.	Valor de desecho neto del activo fijo	212
7.4.	Costos y gastos anuales	213
7.4.1.	Egresos desembolsables	213
7.4.1.1.	Presupuesto de materias primas e insumos	213
7.4.1.2.	Presupuesto de mano de obra directa	214

7.4.1.3.	Presupuesto de costos indirectos	216
7.4.1.4.	Presupuesto de gastos de administración	218
7.4.1.5.	Presupuesto de gastos de ventas	220
7.4.2.	Egresos no desembolsables	222
7.4.2.1.	Depreciación	222
7.4.2.2.	Amortización de intangibles	222
7.4.3.	Costos de producción unitario y costo total unitario	223
7.4.4.	Costos fijos y variables unitarios	229

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

8.1.	Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	231
8.2.	Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros	231
8.3.	Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal	232
8.4.	Flujo de Caja Operativo	232
8.5.	Flujo de Capital	233
8.6.	Flujo de Caja Económico	233
8.7.	Flujo del Servicio de la deuda	233
8.8.	Flujo de Caja Financiero	234

Capítulo IX: Estados financieros proyectados

9.1.	Cálculo de la tasa de descuento	234
9.1.1.	Costo de oportunidad	234
9.1.1.1.	CAPM	234
9.1.1.2.	COK propio	235
9.1.2.	Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	236
9.2.	Evaluación económica financiera	236
9.2.1.	Indicadores de Rentabilidad	236
9.2.1.1.	VANE y VANF	237
9.2.1.2.	TIRE y TIRF, TIR modificado	237
9.2.1.3.	Período de recuperación descontado	238
9.2.1.4.	Análisis Beneficio/Costo (B/C)	238
9.2.2.	Análisis del punto de equilibrio	238
9.2.2.1.	Costos variables, Costos fijos	238
9.2.2.2.	Estado de resultados (costeo directo)	241
9.2.2.3.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades	242
9.2.2.4.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles	243
9.3.	Análisis de sensibilidad y de riesgo	243
9.3.1.	Variables de entrada	244
9.3.2.	Variables de salida	244

9.3.3.	Análisis unidimensional	246
9.3.4.	Análisis multidimensional	247
9.3.5.	VARIABLES CRÍTICAS DEL PROYECTO	247
9.3.6.	Perfil de riesgo	247

Capítulo I: Información General

1.1 Nombre de la Empresa

Razón Social: Panes Veggie S.A.C.

Razón Comercial: Panes Veggie

Tipo de Empresa: Sociedad Anónima Cerrada

Nombre de los Productos:

- Pan Veggie de Albahaca.
- Pan Veggie de Betarraga.
- Pan Veggie de Zapallo.
- Pan Veggie de Zanahoria.
- Pan Veggie de Aceituna.

Logotipo:



Figura 1. Logo de la Empresa y Slogan Publicitario.

Fuente: Elaboración Propia.



Figura 2. Logo de la Empresa y Slogan Publicitario.

Fuente: Elaboración Propia.

Horizonte de evaluación

Para nuestro proyecto estamos considerando un horizonte de evaluación de 05 años, los cual nos facilitara a estimar todos los beneficios y costos del proyecto. Nuestras actividades peo-operativas comenzaran en el año 0, es decir en noviembre del 2017 y el año 1 comenzara a partir 2018, culminando en el 2022.

1.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria:

Para poder identificar la Actividad económica y CIU de nuestro proyecto, hemos realizado los siguientes pasos:

Tabla 1. *Actividad Económica y CIU*

DESCRIPCIÓN		
Selección	C	Industrias manufactureras.
División	10	Elaboración de productos alimenticios.
Grupo	1071	Elaboración de productos de panadería.
Clase	31171	Fabricación de Pan y demás productos de panadería

Fuente: Elaboración Propia.

Nuestra actividad económica la cual incluye la clase definida y la actividad es la Elaboración de Panes.

Para realizar la elaboración de panes, identifícanos que nos corresponde la siguiente partida arancelaria 1904.90.00.00.

1.3 Definición del negocio

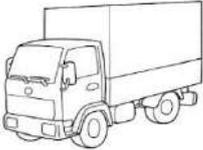
El presente proyecto determina la factibilidad comercial y financiera de una empresa productora, distribuidora y comercialización de panes nutritivos de colores, producto elaborado a base de ingredientes nutritivos como vegetales frescos.

Los principales canales de distribución son el canal moderno como autoservicios y grifos, horizontal como panaderías y tiendas especializadas de nutrición, los cuales nos permitirán llegar a nuestro segmento de consumidores. Es aquí donde nace un concepto que busca incorporar en el mercado ingredientes nutrientes y de innovadora presentación como de espinaca (verde), betarraga (rojo), zapallo (amarillo), zanahoria (naranja) y aceituna (morado).

Creemos que la experiencia de transmitir felicidad al probar un pan de calidad y nutritivo con un color intenso y sensaciones para nuestro consumidor es parte de nuestra innovación para el mercado peruano.

1.3.1 Modelo Canvas.

Tabla 2. *Modelo Canvas*

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Inversionistas. • Proveedores de materia prima. <ul style="list-style-type: none"> - Dimerco. - Mercado de Productores. - Corporación Líder Perú S.A. • Proveedores de maquinaria de la industria del pan. <ul style="list-style-type: none"> - Novapan. • Distribuidores: <ul style="list-style-type: none"> - Grupo Vega. - Grupo Jiménez. - Cencosud. • Sociedad de panadería (Aspan). 	<ul style="list-style-type: none"> • Control del proceso productivo. • Distribución para cada canal. • Plataforma y mantenimiento de la web. <hr/> <p>RECURSOS CLAVE</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado: operarios, administración y comercial. • Infraestructura adecuada: maquinaria e instalaciones. • Logística tercerizada. • Capital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Panes nutritivos en el cual cada color es un sabor y atributo diferente. <ul style="list-style-type: none"> • Beneficios nutricionales : ✓ Pan de espinaca (Verde): Mejora la digestión, previene cáncer. ✓ Pan de Betarraga (rojo): Mejora circulación sanguínea, alto contenido en hierro. ✓ Pan de zapallo (amarillo): Apoyo inmunológico, antidiabetes. ✓ Pan de aceituna (morado): Regula colesterol. ✓ Pan de zanahoria (naranja): Mejora la visión y piel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada al cliente: Visitas, llamadas telefónicas, redes sociales. • Servicio post venta. • Fidelización: Degustaciones y promociones. <hr/> <p>CANALES</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Punto de venta en fábrica. • Venta telefónica. • Venta por la plataforma Web. • Venta a mayoristas y minoristas. • Venta en autoservicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 26 a 55 años de edad del nivel socio económico A y B.
 <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>		 <p>FUENTE DE INGRESO</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Directos: personal, insumos. • Indirectos: administrativos, asesorías, legal, mantenimientos de página web, distribución. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ventas en efectivo y crédito • Venta por requerimiento especial. 		

1.4 Descripción del producto

- Panes nutritivos de colores.

1.4.1 Características del producto.

Panes Veggie es un producto comestible de sabores variados únicos en el mercado peruano, panes a base de la combinación de harina de trigo con espinaca, zapallo, zanahoria, aceituna y betarraga, los cuales aportan valores nutricionales para la salud de nuestro consumidor.

Nuestros productos están divididos de la siguiente manera:

a) *Pan de espinaca.*

Este producto este hecho a base de harina de trigo, colorantes y preservante naturales, la característica principal de este producto es la espinaca que cumple propiedades antioxidantes y contiene folato que reduce la aparición de la enfermedad de Alzheimer, contiene potasio que tiene una relación con el aumento de flujo de sangre en el cerebro, esto hace que podremos tener una cognición mas aguda.

En el siguiente grafico podemos observar la cantidad nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto:

Tabla 3. *Composición nutricional del Pan de Espinaca*

Pan de Espinaca			
Composición nutricional	Por cada 100 gr.	Composición nutricional	Por cada 100 gr.
Calorías	620Kcal	Glúcidos	5.2
Proteínas	30 gr.	Fibra	2.58 gr.
Carbohidratos	10gr.	Calcio	117.00 mg.
Grasas	5gr.	Magnesio	60 mg.
Hierro	2.7 mg.	Vitamina A	0 mg.
Colesterol	0 mg.	Vitamina C	40.00 mg.
Energía	20.74	Potasio	554
Proteína	2.63	Folato	145
		Vitamina B 12	.

Fuente: Elaboración Propia.

b) Pan de zapallo.

Este producto este hecho a base de harina de trigo, colorantes y preservante naturales, la característica principal de este producto lo cumple el zapallo que tiene propiedades energéticas, grasas saludables como el omega 6, 9 y 3, magnesio y ricas en antioxidantes. El zapallo es una hortaliza la cual contiene vitamina E, B1, B2, calcio y además es rica en betacarotenos (componentes que ayudan a prevenir el cáncer). También posee fibra, que ayuda nos ayuda a regular la función intestinal, destacando además su fácil digestión. Por ello, se recomienda su uso para las papillas de los bebés.

Gracias a su alto contenido de vitaminas, el zapallo ayuda a mejorar la vista, y fortalecer nuestra piel y el cabello. (Darcy López Barrantes, El Comercio, mayo 2017)

“El zapallo ayuda a regular la función intestinal porque se digiere con facilidad -en especial, cuando se cocina hervido o al horno-. Por lo tanto, es recomendable en caso de padecer gastritis u otras patologías digestivas. Además, ayuda a limpiar los riñones por ello es recomendable su consumo para el correcto funcionamiento de la vejiga.

El principal componente de esta hortaliza es el agua: entre el 80 y el 90% del total. Esto se traduce en que posee un escaso aporte calórico, el cual también tiene relación con que el zapallo presenta bajo contenido en hidratos de carbono y ausencia casi total de grasas; por cada 100 gramos de calabaza aporta solamente entre 10 y 40 calorías.” (Mallada, 2015)

Al mismo tiempo, le brinda al organismo los siguientes nutrientes: vitaminas A, B, C, y E; fibra; fósforo; calcio; potasio; y magnesio. Debido a su alta concentración de vitaminas, el zapallo ayuda a mejorar la vista, así como también a fortalecer la piel, el cabello y los huesos.

En el siguiente grafico podemos observar la cantidad nutricional que tenemos por cada 100gr de este producto:

Tabla 4. Composición nutricional del pan de Zapallo

Pan de zapallo			
Composición	Por cada 100	Composición	Por cada 100
nutricional	gr.	nutricional	gr.
Calorías	620Kcal	Glúcidos	12
Proteínas	30 gr.	Fibra	0.8
Carbohidratos	10gr.	Calcio	15 mg.
Grasas	50gr.	Hierro	1.30 mg.
Hierro	2 mg.	Vitamina A	306.67 mg.
Colesterol	0 mg.	Vitamina C	15 mg.
Energía	46	Vitamina D	.
Proteína	0.8	Vitamina E	0
		Vitamina B 12	.

Fuente: Elaboración propia

c) *Pan de betarraga.*

Este producto está hecho a base de harina de trigo, colorantes y preservante naturales, la característica principal de este producto lo cumple la betarraga que tiene propiedades como mejorar circulación de la sangre, colesterol, antihipertensiva.

El color rojo púrpura de este vegetal, puede colorear con facilidad, debido al pigmento natural del cual está compuesto llamado Betalainas que ha generado una serie de investigaciones científicas.

Entre los hallazgos más interesantes podemos mencionar su efecto antihipertensivo, beneficios en la pigmentación para el vitíligo, preventivo del cáncer y mejoramiento del rendimiento físico en actividad de alta intensidad. (Licenciada Sara Abu Sabbah, RPP Noticias, 2011)

En el siguiente grafico podemos observar la cantidad nutricional que tenemos por cada 100gr de este ingrediente de este producto:

Tabla 5. *Composición nutricional del pan de Betarraga*

Pan de zapallo			
Composición	Por cada 100	Composición	Por cada 100
nutricional	gr.	nutricional	gr.
Calorías	620Kcal	Glúcidos	10.4
Proteínas	30 gr.	Fibra	0.90 gr.
Carbohidratos	10gr.	Calcio	19 mg.
Grasas	50gr.	Hierro	1.70 mg.
Hierro	2 mg.	Vitamina A	0 mg.
Colesterol	0 mg.	Vitamina C	2 mg.
Energía	53	Vitamina D	.
Proteína	1.7	Vitamina E	0
		Vitamina B 12	.

Fuente: Elaboración propia

d) Pan de aceituna.

Este producto está hecho a base de harina de trigo, colorantes y preservante naturales, la característica principal de este producto lo cumple la aceituna que tiene propiedades preventivas contra las enfermedades cardiacas, mantener nuestro peso, propiedades contra la anemia.

En el siguiente grafico podemos observar la cantidad nutricional que tenemos por cada 100gr de este ingrediente de este producto:

Tabla 6. *Composición nutricional del pan de Aceituna*

Pan de Aceituna			
Composición	Por cada 100	Composición	Por cada 100
nutricional	gr.	nutricional	gr.
Calorías	899Kcal	Glúcidos	1.0
Proteínas	30 gr.	Fibra	4.8 gr.
Carbohidratos	10gr.	Calcio	64.0 mg.
Grasas	50gr.	Hierro	1.70 mg.
Hierro	2 mg.	Magnesio	22.00 mg.
Colesterol	0 mg.	Vitamina C	0.07 mg.
Energía	53	Omega 6	7.50 gr.
Proteína	1.7	Fosforo	17.00mg.
		Potasio	432gr.

Fuente: Elaboración propia

✓ ***Pan de Zanahoria.***

Este producto está hecho a base de harina de trigo, colorantes y preservante naturales, la característica principal de este producto lo cumple la zanahoria que favorece la buena salud de la visión, del sistema cardiovascular y de la piel, es fuente importante de calcio y ácido fólico, además protegen el intestino, ayudan a tratar el estreñimiento.

En el siguiente grafico podemos observar la cantidad nutricional que tenemos por cada 100gr de este ingrediente de este producto:

Tabla 7. *Composición nutricional del pan de Zanahoria*

Pan de Zanahoria	
------------------	--

Composición nutricional	Por cada 100 gr.	Composición nutricional	Por cada 100 gr.
Calorías	620Kcal	Glúcidos	10.4
Proteínas	30 gr.	Fibra	2.60 gr.
Carbohidratos	10gr.	Calcio	27.24 mg.
Grasas	50gr.	Hierro	0.47 mg.
Hierro	0.47 mg.	Vitamina A	1,445.17 mg.
Colesterol	0 mg.	Vitamina C	6.48 mg.
Energía	39.40	Vitamina D	.
Proteína	1.25	Vitamina E	0
		Magnesio	11.24

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Estacionalidad de los insumos

Estacionalidad de nuestro insumos												
Producto	En	Fe	Ma	Ab	Ma	Ju	Ju	Ag	Se	Oc	No	Di
	e	b	r	r	y	n	l	o	t	t	v	c
Espinaca												
Aceituna												
Beterraga												
Zapallo, Zanahori a												
Harina de trigo												
Ajonjolí												

Fuente: Jardín Orgánico - Elaboración propia

Especificaciones técnicas.

Características Microbiológicas.

DIGESA, según la normativa vigente indica las especificaciones microbiológicas de nuestro producto según los "Criterios Microbiológicos de calidad Sanitaria e Inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano" aprobados en la Resolución Ministerial N°615-2003-SA/DM.

1.5 Oportunidad de Negocio

La oportunidad de negocio que tenemos es generando un producto nuevo e innovador en el mercado peruano.

Justificación.

Crecimiento del consumo de pan.

El consumo per cápita en el Perú paso de 30 kilos a 35 kilos según la Asociación Peruana de Empresarios de la panadería y Pastelería (ASPAN), rescatando este crecimiento es el incremento del consumo de pan saludable por sus componentes beneficiosos en la nutrición. Antonio Jurado, dirigente de ASPAN señalo que es preciso seguir trabajando en la promoción del pan nutritivo para la mejora de la alimentación del pueblo peruano.

Recordó que en el 2011 el consumo per cápita en el país fue de 28 kilos. Se ha crecido, pero, observó, todavía estamos alejados de nuestro país vecino, Chile (90 kilos), Argentina (75 kilos) y Brasil (68 kilos), según los registros oficiales de actualidad. El directivo indico que la variedad de panes ha crecido en el mercado interno, siendo el pan shabat el que mayor difusión ha experimentado. Pero al mercado limeño han ingresado opciones muy interesantes como los panes andinos como el tantawawa, las chaplas y variedad de panes integrales más. Las jóvenes, dijo, prefieren alimentarse con panes saludables. (Municipalidad de Lince, 21 de septiembre de 2016).

Crecimiento de panes envasados.

En nuestro país, las ventas generales de panes especiales están concentradas en Lima con el 90.1%, mientras que en el interior del país ese porcentaje se reduce a 9.9%. Bimbo, en particular, concentra el 89.6% de sus ventas en la ciudad capital y solo el 10.4% en el interior del país. La demanda de panes envasados, asimismo, Alcanzo en el 2013 un total de S/. 84 millones. Específicamente, el consumo de pan de molde blanco equivalía a unos S/. 45 millones; el de pan integral, S/. 25 millones. La diferencia corresponde al consumo de tostadas y bollería, o sea alrededor de S/. 14 millones.

Aivy Schroth indico que el consumo de panes envasados en nuestro país es aún menor al de otros países de la región. Al cierre de 2013, la penetración de esa categoría alcanzó 65%, mientras que en Chile ese porcentaje llegó al 90%. (Gestión, 27 de Feb. 2014).

Tendencia de comida nutricional.

Daniel Tejada, del subcomité de Gastronomía de la Cámara del Comercio nos indica que hoy en día, la innovación es la esencia de todo formato comercial y cuando se trata de vender productos nutricionales esta se convierte en una puerta para crear una tendencia. Tejada nos indica que el crecimiento constante de la clase media está impulsando esta tendencia, lo que convierte a este nicho en una "oportunidad para el emprendimiento". (Perú 21, 19 de Feb. 2014).

En Lima, existen consumidores que están dispuestos a pagar por sus alimentos entre S/.25 y S/.32 al día. El público objetivo al que debe apuntar oscila entre los 25 y 45 años de edad. La opción de ofrecer delivery de ensaladas y jugos es interesante pues minimiza todos los costos, como el de alquiler, pero eso sí debe cuidar los envases y la higiene, indica el ejecutivo. (Perú 21, 19 de Feb. 2014).

Concluimos que toda oportunidad de negocio que nos presenta el mercado peruano es beneficiosa para introducir nuestro producto, ya que vemos que tanto como el consumo y la categoría de panes envasados viene en crecimiento por cambios de

hábito y preferencia de este mismo. Por otro lado, la tendencia de comer saludable viene prevaleciendo a lo largo de esta última década y seguirá incrementando.

1.6 Estrategia genérica de la empresa

Según la teoría de Michael Porter es la de *diferenciación*, pues lo que vamos a elaborar es un pan nutritivo de colores y sabores diversos, que actualmente no se encuentran en el mercado peruano.

Nuestro valor agregado, consiste en aprovechar atributos y propiedades que estas verduras aportan a nuestro organismo. Entre las verduras tenemos a la espinaca; betarraga, zapallo, zanahoria y aceituna los cuales proveen energía a nuestro organismo y grasas naturales.

Los beneficios de cada uno de nuestras presentaciones son:

- **Espinaca:** Su consumo aumenta la fuerza muscular, promueve la energía y vitalidad, mejoría en la visión y así mismo ayuda a mantener la presión arterial de manera balanceada.
- **Betarraga:** Su consumo disminuye el riesgo de padecer enfermedades cardíacas, previene el cáncer, previene la anemia, también incrementa el rendimiento deportivo y contiene antioxidantes.
- **Zapallo,** Su consumo ayuda a prevenir la depresión, es un diurético natural y previene la formación de piedras en los riñones.
- **Zanahoria,** Su consumo ayuda a estimular el apetito, es digestiva y diurética, reduce la anemia, fortalece el cabello y las uñas, disminuye el colesterol y es buena para la vista.
- **Aceituna,** Su consumo ayuda a prevenir enfermedades cardíacas y combate la anemia.

Nuestra presentación consiste en un pack de 6 unidades con 5 sabores diferentes cada sabor representa a una verdura; Lo que buscamos es que las personas entiendan y asocien este concepto diferente del consumo del pan, ya que su consumo brindara un alto valor nutricional.

Las características de nuestro producto son: Nutricionales, de sabores y colores variados, pack de 6 unidades.

En conclusión, lo que deseamos es ofrecer un pan nutricional de colores variados que brinde beneficios diversos al consumidor, no solo debe ser innovador por el color también por los atributos que este tiene, esta estrategia debe ser respaldada por una fuerte campaña publicitaria del producto y de la marca para lograr posicionarnos rápidamente en el mercado y ganar la preferencia del consumidor.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1 Análisis del Macro entorno

El análisis y conocimiento del macro entorno es fundamental para el desarrollo de nuestras actividades comerciales, con este conocimiento diverso se logrará desarrollar una ventaja competitiva vigilando y examinando constantemente nuestro entorno y anticipando los efectos ya sean positivos o negativos.

En ese sentido; Las estrategias a emplearse serán las adecuadas para hacer frente al mercado donde nos desarrollaremos y desenvolveremos.

2.1.1. Del País.

El Perú, está ubicado al medio del América del Sur, frente al océano Pacífico entre los paralelos 0.2' y los 18° 21'34" de latitud sur y los meridianos 68°39'7" y los 81°21'13" de longitud; la población actual según fuentes del INEI se estima que bordeamos los 32 millones de personas.

Durante los últimos 10 años nuestra economía tuvo uno de los mayores crecimientos de la región, alcanzando una tasa de crecimiento promedio del 5.9% en un contexto de baja inflación; Este dinamismo tuvo su punto de partida en el favorable entorno externo, políticas macroeconómicas prudentes y reformas estructurales coherentes en áreas estratégicas crearon un escenario de muy alto crecimiento y baja inflación.

El PBI del 2016 estuvo en plena aceleración, respaldados por importantes volúmenes de exportación de nuestros minerales, se estima que nuestro crecimiento en 2016 estuvo sobre el 3.9%.

Por otro lado, el turismo y la cocina peruana están haciendo más dinámica la economía del país.

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

Según el INEI, el departamento de Lima, alberga la mayor concentración poblacional del país, al 18 de enero del 2017 tendría 9 millones 111 mil habitantes.

En cuanto a los distritos, San Juan de Lurigancho es el distrito con más población con (1 millón 128 mil), seguido de San Martín de Porres (723 mil), Ate (655 mil), Comas (534 mil) así sucesivamente, es importante mencionar que el distrito de Surquillo tiene la mayor densidad poblacional y que más del 90% de hogares de Lima cuentan con servicios básicos; La mayor cantidad de los hogares tienen acceso a tecnología de la información y comunicación, el 72.4% de la población cuenta con seguro de salud, donde la mayoría labora en servicios. Actualmente es considerada como el centro político, cultural, financiero y comercial de nuestro país.

A nivel internacional, Lima resalta por su potencial turístico, la registrar un crecimiento del 9%, según el reporte de (Ero-monitor Internacional, revista especializada) la “ciudad de los reyes” tuvo un notable crecimiento gracias a la mejora de la economía peruana, y al creciente reconocimiento internacional como uno de los mejores destinos turísticos de América del sur.

Lima es considerada como uno de los centros financieros más importantes de Latinoamérica y uno de los mejores anfitriones para cualquier visitante, ya que somos la única capital en América del sur que cuenta con vista al mar, es una ciudad donde nunca llueve y su ubicación estratégica ha hecho que nos consolidemos como un HUB para las aerolíneas internacionales conectándonos con 48 de las ciudades más importantes del mundo.

Las actividades económicas sobresalientes son la industria manufacturera, la agropecuaria, actividades extractivas como la pesca, el comercio, los servicios y turismo. Lima es la ciudad que aporta más de dos tercios de la producción industrial del Perú, donde la mayoría es del sector terciario.

Ciudades importantes

Las ciudades más importantes del Perú son:

Trujillo.

Es la tercera ciudad más poblada del país, capital del departamento de la Libertad, cuenta con 1,859, 640 habitantes donde la 9.8% representa la población adulta mayor, considerada como la metrópoli del norte, su economía está basada en la industria y el turismo, forma parte esencial del patrimonio cultural, arquitectónico y urbanístico del país.

Piura.

Capital del departamento de Piura, también conocida como la ciudad de la hospitalidad por la calidez de su gente, tiene una población de 1, 673,315 habitantes, ciudad del eterno sol, ciudad de los algarrobos por sus bosques de algarrobos.

Es una ciudad con una temperatura promedio de 26°C por su proximidad a la línea ecuatorial, su economía está basada en la minería y la extracción de petróleo (equivalente al 33% de la producción nacional).

Arequipa.

Arequipa es la capital y mayor ciudad del departamento de Arequipa. También denominada como la «Ciudad Blanca».

Es una ciudad con una población de 1,301.300 habitantes según cifras de CPI.

La ciudad, es la sede del tribunal constitucional y la segunda ciudad industrializada del país, la ciudad ha sido declarada patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO.

Chiclayo.

Es la capital del departamento de Lambayeque, cuenta con 1, 260,650 habitantes denominada como la ciudad de la amistad, se encuentra al norte del país, su economía gira entorno a la agroindustria, minería y agroindustria.

Iquitos.

La quinta ciudad más poblada del país albergando a 1, 018,650 habitantes, capital del departamento de Loreto. En el pasado fue una de las ciudades protagonistas de la fiebre del caucho, En la actualidad es una ciudad cosmopolita con fuertes raíces amazónicas; Su economía principal gira entorno a la agricultura, pesca y ganadería. Es el departamento con más etnias y lenguas indígenas.

Cuzco.

Es la séptima ciudad más poblada del país, ubicada en la vertiente oriental de la cordillera de los andes, cuenta con 420,137 habitantes aproximadamente; Fue capital del imperio Incaico y la ciudad más importante del Virreinato, declarada como patrimonio de la humanidad en 1983 por la UNESCO por la gran cantidad de monumento que alberga, también llamada la Roma de América. Su economía se basa en la agricultura y turismo.

Superficie.

Según el INEI (2016) nuestro país es uno de los bastos de América del Sur, cuenta con una superficie de 128, 521,560 km², después de Brasil y Argentina. La región de la selva ocupa un 60.3%, la sierra un 28.0%, la costa 11.7% de la superficie.

Número de habitantes.

Según el Instituto Nacional de Estadística e informática (2017) la población del país a fines del 2016 alcanzó los 31'488,625 Hab; (Población estimada) de los cuales, el 50.1% son varones y el 49.9% son damas. La superficie ocupada por nuestra población es de 1, 285,216 km².

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

Tasa de crecimiento de la población

Nuestro país está situado en el puesto 42 en tamaño de población a nivel del mundo y es el número 8 en América, El INEI estima que para el 2021 el país superara los 33 millones de habitantes y se estima que para el 2050 la población superara los 40 millones.

Figura 3. Crecimiento de Población (2012-2016)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática.

Ingreso per cápita.

El Banco Central de la República (2017) el ingreso per cápita los últimos años han sido muy alentadores en comparación a otros países del sur de América, el 2016 el país creció un 3.9% aproximadamente, el reto para el 2017 es mantener ese ritmo.

Población económicamente activa.

Es necesario mencionar que el crecimiento de la PEA con cifras oficiales, el último año se incrementó en 0.62% cifra que es preocupante ya que solo el 28% de esta PEA accede a un trabajo formal; Sin embargo, la informalidad se redujo en 7%.

A nivel de Perú, la población económicamente activa (PEA) está conformada por las personas que tienen edad de trabajar y que trabajan y aquellas que no.

Tabla 9. *Población económicamente Activa.*

Ámbito	2011	2012	2013	2014	2015
geográfico					
Lima	5030.1	5144.1	5133.3	5121.4	5231.1
Metropolitana					
Resto del país	10919.0	10998.0	11195.5	11275.0	11267.1
Total	15949.1	16142.1	16328.8	16396.4	16498.1

Fuente: Diario Gestión.

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Según el Banco Central de la República (2017) donde hace mención que luego de un déficit acumulado el año 2015 de 3,2 mil millones, la balanza comercial el 2016 registro un superávit de \$1,7 mil millones; Este resultado es debido a que se generó mayores exportaciones y en menor medida las importaciones.

También prevé que para el presente año se confía en una mejora de \$ 1,5 mil millones, mientras que para el 2018 el superávit debe superar los \$ 2,0 mil millones, respecto al reporte de diciembre.

Tabla 10. Balanza comercial

	Balanza comercial					
	(Millones de US \$)					
	2015	2016	2017*		2018*	
		RI Dic.	RI Mar.	RI Dic.	RI Mar.	
		16	17	16	17	
Exportaciones	34236	36838	40252	41807	41986	43930
De las cuales						
Productos tradicionales	23291	26004	29265	30657	30200	32086
Productos no tradicionales	10857	10733	10902	11043	11695	11731
Importaciones	37385	35107	37798	37846	39734	39662
De las cuales						
Bienes de consumo	8791	8612	8897	9039	9233	9199
Insumos	15923	15115	16350	16454	17143	17330
Bienes de capital	12007	11116	12269	12068	13061	12835
Balanza comercial	-3150	1730	2454	3961	2252	4268

Nota: RI: Reporte de inflación, * Proyección. *Fuente:* Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

La balanza comercial peruana culminó el 2016 con un superávit de US\$1.730 millones tras el incremento de 7,6% de las exportaciones durante el año. Así, la balanza comercial deja atrás dos años consecutivos de déficit, en los que se llegó a un pico diferencial de US\$3.150 millones el 2015.

En diciembre, por 7° mes consecutivo, obtuvo un superávit que superó los US\$1.023 millones. Registrándose uno de los montos más altos desde los US\$1.290 millones reportados en similar mes del 2011.

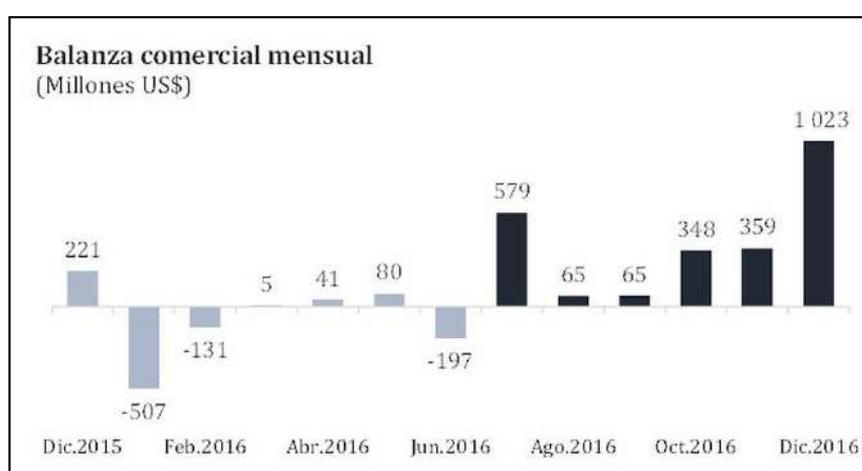


Figura 4. Balanza Comercial Mensual

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

En el último mes del año 2016, el volumen y el precio de las exportaciones se elevó 10,6% y 13,1% respectivamente. De esta forma, las exportaciones totalizaron los US\$4.031 millones, un 25% más que el mismo mes del 2015. Las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales se incrementaron 33,1% y 9,5% cada uno.

Tabla 11. Balanza Comercial (2016-2017)

Balanza comercial				
(Millones de US \$)				
	Ene 2016	Ene 2017	Dif.	Var. %
1. Exportaciones	2476	3117	641	25,9
Productos tradicionales	1575	2168	593	37,7
Productos no tradicionales	893	937	43	4,8
Otros	8	12	5	61,3
2. Importaciones	2983	2967	-15	-0,5
Bienes de consumo	653	652	-1	-0,1
Insumos	1230	1404	175	14,2
Bienes de capital	1022	885	-137	-67,1
Otros bienes	78	26	-53	-67,1
3. Balanza comercial	-507	150	656	

Fuente: Sunat y BCRP

A la par, las importaciones avanzaron solo 0,2% en diciembre a US\$3.008 millones. Pese a esta leve variación, la importación de productos cayó 6,1% a US\$35.107 millones durante el año pasado.

Se espera que esta recuperación se incremente de manera importante en el 2017 por el incremento de la capacidad de producción de importantes proyectos de cobre, la estabilización de los precios de los metales tradicionales que exportamos, los mayores volúmenes de harina de pescado y por mayores exportaciones no tradicionales.

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

PBI.

Según el Banco Central de la República (2017) el producto bruto interno (PBI) es el indicador de más importante de un país, pues es el valor monetario de los bienes y servicios finales que una economía producen un período dado.

Como se observa en la siguiente figura, el PBI muestra una tendencia baja, lo que no es un escenario muy favorable para las empresa. Asimismo, se espera que para el 2016 hacia adelante la tasa PBI se incremente.

Tabla 12.

Producto Bruto Interno

Año	PBI Real (Var %)
2011	6.50%
2012	6.00%
2013	5.80%
2014	2.40%
2015	4.80%
2016	5.20%

Fuente: Diario El Comercio

Tasa de inflación.

La tasa de inflación se mide por el índice de precios del consumidor y refleja el costo por adquirir una canasta de bienes y servicios.

Asimismo, si la tasa de inflación es baja contribuye a la desdolarización de las transacciones y del ahorro al poseer una moneda más sólida. Esto permite disminuir la vulnerabilidad asociada a la dolarización financiera de una economía, así como mejorar la transmisión y eficiencia de la política monetaria.

Tabla 13. Tasa de inflación

Año	PBI Real (Var %)
2011	3.37%
2012	3.66%
2013	2.81%
2014	3.22%
2015	4.40%
2016	3.23%

Fuente: Radio Programas del Perú (RPP)

Según el Banco Central de la República (2017) la tasa de inflación cerró el año en 3.23%, debido a las alzas en los precios de los alimentos y tarifas eléctricas.

Tasa de interés.

La tasa de interés es el precio del dinero que todo inversionista asume por un tiempo acordado al prestarse un monto de dinero.

Tabla 14.

Tasa de interés activa en moneda nacional (MN) y moneda extranjera (EX).

Año	TAMN	TAMEX
2011	18.86%	7.76%
2012	19.09%	8.15%
2013	15.88%	8.01%
2014	15.67%	7.55%
2015	16.32%	7.76%
2016	17.91%	7.46%

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros Estadísticas.

Como se observa, la tasa de interés en una moneda extranjera es más baja que en moneda nacional; sin embargo, hay que tener en cuenta tipo de moneda en que se recibe los ingresos, pues no convendría convertir a dólares los ingresos en soles, pues se pagaría más de lo que se gana.

2.1.1.5. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto

A continuación, a las siguientes reglamentaciones están vinculadas al proyecto:

- Ley N^a 26842, ley general de salud
- Ley N^a 29571, código de protección y defensa del consumidor
- Decreto Legislativo N^o 1062 que aprueba la ley de inocuidad de los alimentos
- Decreto Supremo N^o 034-2008-SA, que aprueba el reglamento de la ley N^o28314, ley que dispone la fortificación de harinas con micronutrientes.
- Decreto Supremo N^o033-2005-SA, que aprueba el reglamento de la ley N^o27932, ley que prohíbe el uso de la sustancia química bromato de potasio en la elaboración del pan y otros productos alimenticios destinados al consumo humano.
- Decreto Supremo N^o007-98-SA que aprueba el reglamento sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N^o461-2007/MINSA, que aprueba la guía técnica para el análisis microbiológico de superficies en contacto con alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N^o591-2008/MINSA que aprueba la norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano.

Tabla 15. Cuadro resumen de Macro entorno en relación al proyecto.

Factor	Elemento	Análisis
Demográfico	Población	La distribución de la población del país se encuentra en la capital, lo cual nos favorece en la etapa de introducción y maduración del proyecto.
Económico	Ingreso per cápita	En la actualidad se mantiene con un 3.9%, es trascendental para los objetivos del proyecto.
	Población Económicamente activa	Al cierre del 2016, este indicador supera el 0.5% al año anterior, lo que nos indica que la persona con trabajos formales se mantiene.
	PBI	El PBI está en ascenso por 3 años consecutivos, esto nos indica que nuestra economía es estable y que cada año mejora, escenario ideal para nuestro proyecto.
	Tasa de interés	Las tasas de interés, sobre los préstamos se muestran estables, por lo que el proyecto puede ser financiado, si la empresa lo requiere.
	Tipo de cambio	Nuestra moneda se fortalece en comparación con el dólar, este escenario es favorable para nuestro proyecto ya que comercializaremos en soles y la materia prima se adquiere en soles.
Político Legal	Leyes específicas	Se deben acatar todas las normas relacionadas al proyecto, de lo contrario causarían inconvenientes.

Fuente: Elaboración Propia.

2.1.1 Del Sector.

2.1.1.1 Mercado internacional

La industria panificadora en el mundo vale 461,000 millones de dólares, de las cuales el mercado lo manejan en un 91% por panaderías familiares o artesanales, supermercados y tiendas de abarrotes, sumando 277,000 empresas de acuerdo a la consultora IBISWorld. El 9% que resta del mercado mundial, una de las empresas más representativas con un 4% de participación de mercado es Bimbo, seguido por Molendez, con un 35, Yamazaki con un 25 Y Kellogg's con un 1% según KantarWorldpanel.

En Estados Unidos, Bimbo tiene 64 plantas de producción: 21 en Canadá, 32 en Latinoamérica, 11 en Europa y 1 en Asia, de acuerdo con dato del banco.

Con respecto a su canal de distribución, de contar en los inicios con sólo cuatro camiones para distribuir el pan todos sus productos de bollería, actualmente tiene una red con 52,000 rutas de distribución a nivel mundial. A ella se agregan 2.4 millones de puntos de venta, 126,000 colaboradores y 168 plantas productivas; más de 10,000 productos y 100 marcas que comercializa en 22 países de América, Europa y Asia. (Judith Santiago - El Economista).



Figura 5. Mayores exportadores

Fuente: Atlas Media



Figura 6. Mayores importadores

Fuente: Atlas Media

Según el club del pan en América Latina existe 230,450 panaderías, el consumo tiene diferentes estadísticas sobre el crecimiento en cada país. Según los datos de Euromonitor, Chile continúa liderando el consumo per cápita de pan. El porcentaje de consumo en nuestro país es bajo, comparado con el de otros países como Chile (95 kilos per cápita), Argentina (75 kilos per cápita) y Alemania (110 kilos per cápita). (Industria Alimenticia, 2015).

Con esto concluimos, indicando que en el mercado internacional sigue creciendo a pasos agigantados y aun somos un país que esta por debajo del consumo regular en Sudamérica, lo cual muestra una gran oportunidad para nuestro producto, ya que tenemos la opción de poder introducir nuestro producto al mercado internacional. Sobre todo, el crecimiento de los panes envasados.

2.1.1.2 Mercado del consumidor.

El país en los últimos años mostro un crecimiento económico constante, sin embargo, en este año la economía peruana mostro una desaceleración, Ello significa que el crecimiento económico, determinado por la tasa de variación del producto bruto interno (PBI), crece a un ritmo más lento. La tendencia es clara. Luego de crecer 8.5% en 2010, en medio de un entorno externo favorable, en 2015 apenas ascendió a 3.3%. (Parodi, 2016).

La encuesta de la consultora Nielsen, realizada en el último trimestre del 2016 nos indica una caída, en la cual nos muestra una cautela por parte de los consumidores

al momento del gasto y el consumo general que llevo a frenar sus compras habituales. La encuesta precisa que esta por cambiar sus hábitos de compra sobre todo en el consumo de los gastos del hogar, de tal modo que los consumidores buscan migrar a productos más económicos. (Rojas, 2014).

Según la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería (ASPAN) indica que el consumo per cápita en nuestro país paso de 30 kilos a 35 kilos, Pío Pantoja Soto.

Pío Pantoja, presidente de Aspan, detalló que nuestro mercado en la actualidad la venta de panes artesanales alcanza el 70% de un mercado calculado en alrededor de US\$63 millones. El 30% restante está dividido en partes iguales entre el producto envasado y la oferta de supermercados. (El Comercio, 2017).

Según ASPAN indico que el mayor consumo en el mercado peruano se concentra en los panes integrales y ciabatta, pero, la preferencia por los nuevos tipos de pan, como los integrales y los enriquecidos con quinua, kiwicha, cañihua y ajonjolí, también han aumentado y se distancia, cada vez más, del tradicional pan francés. Además, recalcó que hace 30 años el consumo del pan tradicional era del 90% y ahora ha disminuido hasta el 40%. (La Republica, 2015)

La industria del pan esta en contracción. Pero, según Kantar Worldpanel, el rubro del pan envasado crece debido al mayor consumo.

Con esto concluimos que, habiendo una desaceleración en el mercado peruano, aun podemos observar un notable crecimiento de la industria del pan, y en particular del pan envasado, dando un papel importante a esta categoría como oportunidad de poder innovar según la tendencia del mercado peruano.

Tabla 16. *Consumo de Pan*

	Pan envasado		Pan a granel	
	2015	2016	2015	2016
Penetración (en%)	65.2	64.4	100	100

Consumo medio (en kg.)	35.79	37.24	101.5	65.1
Gasto medio (en S/.)	39.6	45.2	532.5	511
Consumo por ocasión (en gr.)	498	509	2.003	1.88
Gasto por acto (en S/.)	5.5	6.2	10.5	10.1
Frecuencia de compra *	7.2	7.3	50.7	50.6
Precio medio de kilo (en S/.)	11.61	12.79	5.3	5.4

Fuente: Elaboración Propia - Kantar Worldpanel

Para pan envasado el cálculo es en número veces por año (promedio) y en granel es en número de semanas al año (promedio).

2.1.1.3 Mercado de proveedores.

A continuación, anexaremos el cuadro de todos los proveedores, con la cual vamos a asociarnos para de esta manera tener todos los insumos que necesitamos para la elaboración de nuestro producto:

Tabla 17. *Lista de Proveedores de Insumos*

	Nombre	Dirección	Teléfono
Verduras (Albahaca, zapallo y beterraga)	Vivero Huampaní	Km 23, Carretera Central, Lurigancho, Lima	497-1071
	A-1 Del Perú Industrial y Comercial	Av. Jorge Chávez 1058, Santiago de Surco	477-4079
	Dimerco	Av. Las Camelias 790 Of. 605 – San Isidro	222-2393
	Mercado de Productores	La Cultura 701, Santa Anita	-
	R & R Negocios, Servicios e Inversiones	Calle La Cuesta Nro. 205, Las Casuarinas, Santiago de Surco	344-2073
Levadura fresca	Fleishman	Av. Argentina 1227-Callao	0800-1- 1133
	Puratos	Av. Industrial sublote 32 y 33 –Urb. Las Praderas de Lurín, Lurín	617-9394
	Corporación Líder Perú	Jr. Leoncio Prado 458, Surquillo	242-6229
	Bazo Velarde	Calle Ícaro 128/130-La Campiña- Chorrillos	251-8686
	Fleishman	Av. Argentina 1227-Callao	0800-1- 1133

Mejora dor de masas Sal	Puratos	Av. Industrial sub lote 32 y 33 Urb. Las Praderas de Lurín, Lurín	617-9394
	Deltagen del Perú	Jr. Huanchihuaylas N 181- Ate	356-0363
	K + S Perú	Calle Monte Rosa, 255 – Of. 4-Santiago de Surco	625-9757
	Indusal	Mz. A 10 Lt. 13 AG. Las Gardenias ET. 1 –Ate Vitarte	353-0208
	Insutec	Calle Viscaya 167- Urb. Mayorazgo –Ate Vitarte	998105461
Azúcar	Maisal Perú	Cl Flora Tristán N 120 Urb. Chacra Cerro, Comas	536-3569
	Casa Grande	Av. Nicolás Ayllon 3964, Ate	351-1808
	Cartavio	Av. Nicolás Ayllon 3964, Ate	351-0940
Manteca	San Jacinto	Av. Nicolás Ayllon 3964, Ate	351-1808
	Corporación Líder Perú	Jr. Leoncio Prado 458, Surquillo	242-6229
	Fleishman	Av. Argentina 1227-Callao	0800-1-1133
Harina de trigo	Puratos	Av. Industrial sub lote 32 y 33 Urb. Las Praderas de Lurín, Lurín	617-9394
	Corporación Líder Perú	Jr. Leoncio Prado 458, Surquillo	242-6229
	Compañía Molinera del Centro	Av. Nicolás Ayllon 11840, Ate	317-0700
	Cogorno	Mariscal Miller 450-Callao	4143900
	Industrial Teal	Av. Nicolás Ayllon 1779, Ate	326-7700
Ajonjolí	Sierra y Selva	Pasaje San Pedrito 209, Lote C, Surco.	247-1197
	Corporación Líder Perú	Jr. Leoncio Prado 458, Surquillo	242-6229
Colorantes naturales	Pronex	Jr. Los Titanes 236, La Campiña, Chorrillos	251-6630
	Aromas del Perú	Alfredo Mendiola, 3915-Los Olivos	981014391
	Dimerco	Av. Las Camelias 790 Of. 605 – San Isidro	222-2393
Preservantes	Miguel Ludovieg	Calle Santa Leonor, 6366, Los Olivos	536-9911
	Corporación Líder Perú	Jr. Leoncio Prado 458, Surquillo	242-6229
Envases	Puratos	Av. Industrial sub lote 32 y 33 Urb. Las Praderas de Lurín, Lurín	617-9394
	Dimerco	Av. Las Camelias 790 Of. 605 – San Isidro	222-2393
	International	Calle Los Eucaliptos Mz. J Lt. 6 –Urb.	551-0318
	Plastics León	Shangrilá- Puente Piedra	
	Janpax	Jr. Francisco de Zela 1658 Lince.	991893583
	Comercializadora Bolsas y Plásticos Cánepa SAC	Prolongación Parinacochas, 710 La Victoria.	99-208498

Fuente: Elaboracion Propia.

2.1.1.4 Mercado competidor.

En la actualidad nuestros competidores son:

Bimbo.

La marca Bimbo pertenece al Grupo Bimbo S.A.B., es una empresa mexicana que tiene presencia en Estados Unidos, México, Centro América, Latinoamérica, Asia, Europa, Canadá y Reino Unido.

Hoy la empresa Bimbo comercializa cerca de 70 productos en el Perú y está presente en las categorías de pan envasado, snacks dulces panificados, pan pita, galletas, entre otros.

Actualmente busca reforzar y consolidar su sistema de distribución directa en el Perú, pues esto le ha permitido anteriormente aumentar su número de clientes en alrededor de 30% en el canal tradicional (bodegas).

Tabla 18. *Productos Bimbo*

Foto	Descripción	Datos
	Pan para hamburguesa	Precio: S/. 6.50 Uni Bolsa 8 Unid.
	Pan Tipo Árabe	Precio: S/. 5.80 Uni Arabitas Integral Bolsa 10 Unidades
	Pan de Molde	Precio: S/. 7.70, S/. 9.90 y S/. 10.80 Blanco Bolsa 500g, 650 g y 750 g
	Pan para Hot Dog	S/. 6.00 Uni 8 Unid.

Fuente: Elaboración Propia - Bimbo

PYC.

PYC es una marca con más de 50 de experiencia relacionada con la industria de la panificación. En agosto del 2000 ingresa al Grupo Bimbo, y en 2001 fue relanzada como “PYC, tu pan de toda la vida”, cambiando a “PYC, tu pan de siempre”.

Sobres las ventas de PYC, estas están concentradas en Lima en un 80% y 20% en provincias, sus principales canales de distribución son el canal tradicional (bodegas), supermercados y autoservicios.

Su portafolio de productos cuenta con panes de molde es diversas presentaciones, tostadas y queques de varios sabores.

Tabla 19. *Productos PYC*

Foto	Descripción	Datos
	Pan de molde	Precio: S/. 10.20 y S/. 6.80 Blanco Bolsa 800gr. Y 500 g.

Fuente: Elaboracion Propia – PYC

Unión.

El portafolio de productos Unión se presenta al mercado como productos de un alto índice de valor nutricional y un aporte en la prevención de diversas enfermedades.

Es reconocida en el país como una línea de productos saludables conformada por una red mundial de productos alimenticios de la iglesia Adventista del Séptimo Día.

Actualmente, cuenta con tres marcas en el mercado nacional, Productos Unión, Vita Rey y Superbom, además de contar con un amplio portafolio de producto en las categorías de panificación, cereales, bebidas, suplementos y untables.

Los productos que son nuestros competidores directos serian:

Tabla 20. *Productos Unión*

Foto	Descripción	Datos
	Pan de Molde	Precio: S/. 4.85 Uni.
	Pan de molde Superbom	Americano, Bolsa 330 gr. S/. 5.29 Uni Familiar Bolsa 465 gr.

Fuente: Elaboración Propia – Unión

Don Mamino.

Empresa dedicada al rubro de Panadería, Pastelería y Cafetería, situadas en la ciudad de Lima. Cuenta con nueve locales en Lima en los cuales ofrece sus propios productos, los cuales también pueden ser encontrados en supermercados.

Don Mamino se caracteriza no por ser una panadería tradicional, sino por ser el primer autoservicio de pan. Cuenta con un portafolio de panes de molde y tostadas los cuales ofrece en sus propios locales y en supermercados.

Tabla 21. *Productos Don Mamino*

Foto	Descripción	Datos
	Pan de molde	Precio: S/. 9.50 Uni Blanco sin corteza. Bolsa 560 gr.
	Pan de molde	Precio: S/. 9.50 Uni Pullman, corte horizontal, Bolsa 560 gr.
	Pan de Molde	Precio: S/. 5.52 Uni Blanco Bolsa 250g.

Fuente: Elaboración Propia – Don Mamino

El Cedro.

El Cedro es una empresa fundada por el peruano Wilson Mufarech, la cual inicio sus actividades ofreciendo pan árabe, pero actualmente cuenta con una variedad de productos tales como galletas naturales, tortas y postres naturales. Sus productos tienen características libanesas, es decir, que estos no están elaborados con manteca o grasa, son considerados productos light, además no cuentan con miga. La distribución de sus productos se da mediante supermercados, gimnasios, bodegas, minimarkets y autoservicios.

Tabla 22. *Productos El Cedro*

Foto	Descripción	Datos
	Pan Árabe blanco	Precio: S/. 4.80 y S/. 2.90 Blanco 10 Unidades y 5 Unid.
	Pan Árabe Sash	Precio: S/. 3.90 Uni Blanco Bolsa 5 Unidades

Fuente: Elaboración Propia – El Cedro

Aparte de las marcas mencionadas anteriormente, podemos encontrar pan de molde o diversos tipos de panes fabricados u ofrecidos a los consumidores bajo las marcas de los supermercados, entre ellos tenemos a Tottus y Wong.

2.1.1.5 Mercado distribuidor.

Actualmente el consumo de pan envasado es bajo en comparación con el consumo del pan tradicional, la comercialización se da por dos canales: el tradicional y canal moderno.

En el reporte del año 2016 de la consultora CCR sobre los bienes de consumo masivo envasados, informo que el pan envasado fue el producto que mejores números registró en el canal tradicional.

Por otro lado, también informo que el número de supermercados ha aumentado en casi el doble dentro de los últimos 5 años, es decir, pasó de 102 a 224 refiriéndose solamente a Lima.

Nuestros competidores están distribuidos en los mismos canales, la competencia es directa entre ellos, se pueden encontrar los productos anteriormente mencionados en canal moderno, horizontal.

2.1.1.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

- Ley N^a 26842, ley general de salud.
- Ley N^a 29571, código de protección y defensa del consumidor.
- Decreto Legislativo N^o 1062 que aprueba la ley de inocuidad de los alimentos
- Decreto Supremo N^o 034-2008-SA, que aprueba el reglamento de la ley N^o28314, ley que dispone la fortificación de harinas con micronutrientes.
- Decreto Supremo N^o033-2005-SA, que aprueba el reglamento de la ley N^o27932, ley que prohíbe el uso de la sustancia química bromato de potasio en la elaboración del pan y otros productos alimenticios destinados al consumo humano.

- Decreto Supremo N°007-98-SA que aprueba el reglamento sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N°449-2006/MINSA que aprueba la norma sanitaria para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N°461-2007/MINSA, que aprueba la guía técnica para el análisis microbiológico de superficies en contacto con alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N°591-2008/MINSA que aprueba la norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano.

Conclusiones

Dentro de nuestras expectativas y objetivos que buscamos son el reconocimiento, estabilidad, seguridad, esto nos abre un abanico de oportunidades para el sistema financiero ya que podremos demostrar nuestros ingresos y nuestra capacidad de pago con el compromiso adquirido.

Evitaremos las sanciones de las normas vigentes.

Desarrollar seriamente nuestro producto nos permitirá atraer un gran número de clientes tanto empresas privadas, como empresas del estado, cumpliendo adecuadamente nuestras obligaciones nos facultaran reclamar nuestros derechos.

2.2 Análisis del Micro Entorno



Figura 7. Análisis del Micro Entorno

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de Competitividad.

Nuestros competidores directos son:

Tabla 23. Principales Competidores

Mencionaremos los principales competidores	
Grupo	Dirección: Chávez Carmen De la Legua 07006
Bimbo	http://www.grupobimbo.com/es/grupo-bimbo.html
Pan Pyc	Dirección: Chavez Carmen De la Legua 07006 http://www.filmsperu.pe/noticia/5252/pan-pyc-renueva-su-imagen
Pan Unión	Dirección: Calle Federico Villareal # 022. San Isidro/ Lima http://www.productosunion.pe/PUBimbo.html
Don Mamino	Dirección: Monterrico, Av. Primavera http://www.donmamino.com/

Fuente: Elaboración Propia.

Hoy en día las grandes empresas en el rubro de panificación están bien posicionadas y nos da una muestra que las barreras de entrada están muy altas, por que invierten para mantener sus altos estándares en sus procesos, también tenemos a los competidores de menor rango que desean tener un lugar en el mercado, el rubro está en crecimiento y brinda oportunidades en el sector.

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.

“Si bien el consumo fue aumentando en los últimos años, todavía sigue siendo inferior a la de nuestros vecinos. Hasta hace unos 5 años el consumo de pan por año era de 30 kilos, pero este año la demanda alcanzo los 35 kg per cápita. Sin embargo, el consumo es bajo comparado con países como Chile (95 kg per cápita), argentina (75 kg per cápita) además recalco que hace 30 años el consumo del pan tradicional era 90 % ahora ha disminuido hasta el 40 %. (Redacción LR, 2015).

Con ellos podemos observar que la demanda del pan embolsado está incrementando en el mercado peruano, haciendo sumamente accesible y atractivo brindar nuestro producto. Somos conscientes que nuestro producto, puede ser consumido por toda la familia, sin embargo, nos dirigimos en personas innovadores que buscan nuevas alternativas y que desean adquirir mayor energía para su día a día.

No obstante, tenemos conocimiento que debemos ganarnos la fidelidad de las amas de casa, quienes son las que realizan las compras, sin dejar de lado a nuestros demás consumidores jóvenes.

La industria del pan en el primer trimestre del 2017 registro uno de los mejores resultados dentro de las manufacturas, con un crecimiento del 1.6 % con respecto al año pasado, lo que indica que el consumo por persona ha aumentado, a pesar de que los

clientes en la actualidad son más exigentes que en otras épocas y muy al margen de que busquen precio, también buscan calidad y tener una excelente experiencia con el producto, es allí donde buscaremos promover mayor consumo del pan embolsado en sus diferentes variedades como lo es nuestro producto.

Entonces con nuestro producto estamos incentivando el desarrollo de una cultura por el pan embolsado, con la finalidad que el consumo per cápita siga aumentando en el Perú, lo cual ira de la mano de la fidelización que logremos, que será necesario para tener éxito.

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Debemos tener una buena relación con nuestros proveedores, para poder lograr tener una buena gestión y eficacia en la elaboración de nuestro producto, ya que ellos tienen una participación clave para que la empresa logre el éxito esperado, ya que ellos nos permiten que podamos llegar a cada hogar en la capital.

Por ello es imprescindible realizar una exhaustiva selección de proveedores, para poder determinar nuestros tiempos de elaboración, así disminuimos cualquier percance o incertidumbre e nuestra producción y comercialización, no sin antes tener claro cuáles son los insumos que debemos adquirir.

Por ello que luego de varias cotizaciones e recomendaciones, para la compra de nuestros ingredientes principales, los cuales son el zapallo, betarraga y albahaca, lo realizaremos a la empresa Dimerco S.A.

Con respecto a la levadura fresca y el mejorador de masas y manteca hemos elegido a Fleischmann, el cual su razón social es Calsa Perú S.A.C como nuestro proveedor, está ubicado en la Provincia Constitucional del Callao, dicha empresa bien reconocida en el mercado por la calidad de su portafolio de productos.

Luego nuestro proveedor del azúcar será la empresa Cartavio S.A.A, la cual una de las azucareras más antiguas de Perú, el cual es una empresa agroindustrial que se dedica a la comercialización de los productos y subproductos de los azúcares tanto

refinada, blanca y rubia, entre otros derivados, con respecto al ingrediente de la sal, nuestro proveedor será la empresa Indusal E.I.R.L, ambas empresas se encuentran ubicadas en el distrito de Ate Vitarte.

Con respecto a la harina de trigo y ajonjolí, nuestro proveedor será la empresa Corporación Líder Perú S.A, la cual tiene una gama de productos amplia con respecto a abarrotos, perfumería, alimentos para mascotas, entre otros, dicha empresa se encuentra en el distrito de Surquillo.

Nuestro envase, lo realizaremos con la empresa Plásticos Janpax, quien cuenta con diferentes presentaciones de empaque que nos interesa para nuestro producto, asimismo tiene más de 20 años de presencia en el mercado peruano, lo cual enfatiza la calidad y servicio que brinda a sus clientes.

Finalmente, pero no menos importantes utilizaremos colorante natural, el cual será proporcionado por la empresa Aromas del Perú S.A, el cual es una empresa nacional que es muy reconocida en el rubro de sabores líquidos y en polvo, actualmente tiene un buen liderazgo en su línea de productos.

2.2.4.1 Verduras (Espinaca, Zapallo, Betarraga, Zanahoria y Aceituna.

Estos son nuestros insumos principales, harán de nuestros panes especiales para los consumidores, debido a los beneficios que hemos mencionado con anterioridad, estos productos serán adquiridos en el Gran Mercado Mayorista de Santa Anita y con la empresa Dimerco, la cantidad aproximada ha ser comprada será de 750 kilogramos de cada uno.

2.2.4.2 Levadura fresca.

Es uno de los ingredientes principales, el cual será solicitado a la empresa Calsa Perú S.A.C, más conocido en el mercado como Fleischmann, la cantidad

aproximada que se comprara mensualmente es de 2 toneladas, por lo que no tendremos inconvenientes con nuestro podido, ya que nuestro proveedor nos puede abastecer sin inconvenientes, la levadura fresca tiene una alta demanda en el mercado nacional el cual ha ido incrementando en los últimos años, por ello su poder de negociación es bajo.

2.2.4.3 Mejorador de masas.

Este ingrediente también será solicitado la empresa Calsa Perú S.A.C, más conocido en el mercado como Fleischmann, la cual nos va a ayudar a mantener el volumen y que se pueda conservar por más tiempo, se realizará la compra de 3 toneladas mensuales, nuestro proveedor nos brindará un mejor precio el cual será de 2 a 1.50 soles, este ingrediente presenta una demanda alta, ya que su consumo ha incrementado en los últimos años, por ello su negociación de poder es bajo.

2.2.4.4 Manteca.

Este ingrediente el cual tiene una participación primordial para brindarle más sabor asimismo añade mayor suavidad a nuestro producto, también será solicitada a la empresa Calsa Perú S.A.C, más conocido en el mercado como Fleischmann, adquiriremos 4 toneladas mensuales a nuestro proveedor, además de otros ingredientes, el costo será menor, el cual comprenderá de 25 a 30 soles, por ello su poder de negociación es bajo, ya que tiene bastante demanda en el mercado.

2.2.4.5 Azúcar.

Cartavio S.A.A, será nuestro proveedor de azúcar, la cual le compraremos 400 kilos mensualmente, su poder de negociación es bajo, ya que en el mercado nacional tiene bastante demanda, ya que es ingredientes indispensables para varios productos.

2.2.4.6 Sal.

Indusal E.I.R.L será nuestro proveedor de sal, lo cual nos ayudará a fortalecer el gluten y tiene un efecto de antioxidante, con ello nos otorga mayor calidad a nuestro pan, realizaremos también la compra de 100 kilos mensualmente, como su consumo y demanda es alta en todo el año, ya que es un ingrediente clave para los diferentes rubros en el mercado, por eso su poder de negociación es bajo

2.2.4.7 Harina de Trigo.

Este ingrediente es el que más se produce de todos los diferentes tipos de harinas que existe en el mercado peruano, ya que una de sus principales características positivas es que es un alimento con bajo colesterol el cual Corporación Líder Perú S.A será nuestro proveedor, al cual le compraremos 4 toneladas, como su demanda es alta y existen varios proveedores en el mercado, por ello su poder de negociación es bajo.

2.2.4.8 Ajonjolí.

El ajonjolí tiene varios beneficios para nuestros consumidores, como por ejemplo ayuda a la memoria ya que posee omega de 3 y 6, también es buena para el cansancio, nerviosismo, entre otros. Dicho ingrediente se lo comparemos a Corporación Líder Perú S.A, al cual le haremos un pedido de 1 tonelada mensual.

2.2.4.9 Colorante Natural.

La empresa Aromar del Perú S.A nos va a proveer de colorantes naturales, la cual les brindara el color característico a nuestro producto, para la experiencia multisensorial a nuestros consumidores. Su poder de negociación es bajo, ya que su demanda ha incrementado.

2.2.4.10 Preservantes.

Trabajaremos con la empresa Inmune S.A la cual se encuentra en el distrito de Santa Anita, ellos nos van a proveer el preservante natural, su precio se encuentra a 10 soles aproximadamente, pero el precio preferencial con el cual trabajaremos será de 4 a 5 soles.

2.2.4.11 Envases.

Plásticos Janpax E.I.R.L es la empresa que nos dará el diseño y estilo del empaque de nuestro producto, es líder en su rubro y se encuentra ubicado en el distrito de Lince. Su poder de negociación es alto.

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

En la actualidad tenemos a nuestro alcance un sinnúmero de productos para alimentarnos, entre ellos tenemos los Queque, galletas, cereales, entre otros.

Sin embargo, a pesar de que la variedad sea tan amplia, indicándonos a simple vista que la amenaza de productos sustitutos es alta, nosotros consideramos que no nos afecta directamente, ya que lo que ofreceremos al mercado peruano, posee de características únicas y no existe en el Perú, sin embargo, sabemos que el consumo también va a depender de los gustos de los consumidores.

Cabe recalcar que la masa de nuestros panes este hecho a base de la Albahaca, Betarraga y Zapallo, lo cual enfatiza nuestro slogan “Cada color es un sabor”.

Por ello; como los mismos productos sustitutos, no son más que otra opción de consumo para el cliente y quisiera detallar los que poseen mayor presencia en las compras familiares, tanto como para el desayuno, opción de lonchera, lonche entre otros.

A continuación, detallaremos algunos productos sustitutos:

Tabla 24. *Diversas marcas de cereales*

Cereales	
Presentaciones 25	Precio
gr.	
Break	S/ 0.60
Ser	S/ 0.60
Quaker	S/ 0.60
Gran Cereal	S/ 0.60

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 25. *Diversas marcas de galletas*

Cereales	
Presentaciones 51	Precio
gr.	
Casino	S/ 0.60
Margarita	S/ 0.60
Soda	S/ 0.60
Vainilla	S/ 0.60
Glacitas	S/ 0.60
Chomp	S/ 0.60
Ritz	S/ 0.60
Oreo	S/ 0.60

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. *Diversas Marcas de Kekes*

Cereales	
Presentaciones 55	Precio
gr.	
Bimbo	S/ 1.20
Pyc	S/ 1.20
Unión	S/ 1.20
Kerry's	S/ 1.20

Fuente: Elaboración Propia.

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada

Indicó los peruanos prefieren cada vez nuevos tipos de pan, como los panes integrales y los enriquecidos, y se distancian poco a poco del tradicional pan francés, a ello indicamos que el consumo de pan se ha ido incrementando en los últimos años. (Redacción Andina, 2015).

Uno de nuestros sectores socio económicos el cual nos estamos dirigiendo, es el que consume con mayor frecuencia el pan, el cual es el Sector C y a pesar que el mercado de pan, ya se encuentra dominado por varias marcas, debemos aprovechar que ninguna de ellas ofrece dentro de su composición la albahaca, el cual tiene varios beneficios que otorgarle al consumidor peruano, como por ejemplo purifica la sangre y ayuda a la disminución del estrés, actúa en contra de las infecciones bucales como el trastorno de corazón entre otros.

Asimismo, es importante cumplir con todos los requisitos sanitarios que solicita la ley, para que nuestro producto este apto para el consumo humano, para ello debemos conocer y aplicar las políticas que se asocian a la producción y distribución de los productos alimenticios.

Capítulo III: Plan Estratégico

3.1 Visión y misión de la empresa

Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes que buscan un producto de gran calidad con valor nutricional en beneficio de los mismos, que desean consumir un producto novedoso y diferente a lo que le ofrece el mercado de panes.

Visión

Ser la empresa líder que ofrece panes de colores hechos a base de verduras, a nivel nacional con un alto estándar de calidad.

Análisis FODA

Tabla 27. *Análisis FODA*

FORTALEZAS
Producto de consumo masivo y atractivo.
Sabor y colores innovadores.
Presentación económica y variada.
Insumos nacionales.
Los componentes brindan diferentes beneficios nutricionales.
OPORTUNIDADES
Consumo de pan envasado está creciendo constantemente.
Consumo de alimentos nutricionales en tendencia.
Las materias primas se encuentran en el mercado nacional
Posibilidad de ampliar cartera, en sabores y presentaciones con insumos nacionales.
DEBILIDADES

Ser un producto nuevo en el mercado.

Barrera de ingreso.

Facilidad de imitación.

AMENAZAS

Dependencia de proveedores.

Problemas climáticos que podrían afectar el normal abastecimiento de insumos.

Gran participación de mercado por parte de los competidores.

Inestabilidad en el gobierno.

3.2 Objetivos

Panes Veggi, busca expandirse y ser reconocido como un producto transmite felicidad y alimentación nutritiva a nuestros consumidores, con características y atributos beneficiosos para la salud, aprovechando el crecimiento de esta categoría.

3.2.1 Objetivos Generales.

Panes Veggie SAC, considera como objetivos para el presente proyecto en las siguientes etapas:

Corto Plazo – Hasta 1 año

- Lograr la rentabilidad neta del accionista del 10% anual para el 2018 implementando un programa de control de costos.
- Cumplir con Normas Sanitarias para el 2017 – 2018.
- Mejorar la Gestión de Recursos Humanos logrando un cumplimiento del perfil profesional del 100% del personal contratado para el primer año.

Mediano Plazo – 1 a 3 años

- Incremento nuestras ventas del 25% para el segundo año, desarrollando campañas publicidad y promoción logrando así un mayor posicionamiento de nuestro Panes Veggie.
- Incrementar la cartera de clientes en 20% anual.
- Reducir los tiempos de distribución en 20% durante el segundo año permitiendo cumplir con las exigencias de nuestros clientes mayoristas y retails.

Largo Plazo – 3 a 5 años

- Incrementar las utilidades en 10% anual a partir del 5to año en cumplimiento al programa de inversión del proyecto.
- Innovar en nuevo portafolio de presentaciones para cartera de clientes actuales y nuevos consumidores.

Capítulo IV: Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

Objetivo general:

- ✓ Verificar y determinar si en el mercado existen condiciones favorables para que se pueda desarrollar nuestro negocio de panes de colores nutritivos embolsados.

Objetivos específicos:

- ✓ Identificar nuestro mercado objetivo según sexo, edad, la zona y preferencias con respecto al consumo de pan embolsado.
- ✓ Determinar y verificar si nuestro producto será atrayente para nuestros clientes.
- ✓ Determinar y verificar si los sabores que vamos a proponer serán aceptados en el mercado objetivo.

- ✓ Determinar y verificar si nuestras comunicaciones que se han diseñado, lleguen a transmitir de manera eficaz lo propuesto.
- ✓ Se evaluará si el precio es un factor indispensable en el proceso de la toma de decisión de compra.
- ✓ Se identificará las opiniones y dudas que los clientes puedan tener con a nuestro producto y a la empresa.
- ✓ Se determinará los lugares en la cual nuestros consumidores deseen comprar nuestros productos.

4.1.1 Criterios de Segmentación

Los criterios que se utilizaron para poder realizar la investigación de mercado fueron:

Segmentación demográfica

Tabla 28.la segmentación demográfica

Variable	Características
Edad	De 26 a 55 años.
Sexo	Femenino y Masculino.
Estado civil	Solteros, Casados, Viudas y Divorciados.
Tamaño familiar	1,2,3,4,5, +
Religión	Católica, Evangélica, Cristiana, entre otros.
Nacionalidad	Peruana.
Nivel socioeconómico	Nivel B.
Nivel de instrucción	Básica, Superior.

Fuente: Elaboración propia

Los sectores socio económicos A y B (de mayor poder adquisitivo) son los que prefieren consumir el pan envasado, a diferencia de los segmentos poblacionales C y D que optan mayormente por el pan artesanal, refirió la gerente de marketing de PYC, empresa peruana de panificación, Aivy Schroth. (Agencia Peruana de Noticias, 2015)

Segmentación geográfica y socioeconómica

Los consumidores se encuentran agrupados por zonas geográficas, es decir que en Lima Metropolitana tenemos 10,055.2 personas, a las cuales podemos sectorizar por edades como por ejemplo 5701.8 son personas de 18 a 55 años.

Asimismo Lima también se encuentra dividido por zonas geográficas, los cuales a nuestro proyecto nos corresponde la zona 6 que consta de los siguientes distritos como por ejemplo Jesus Maria, Pueblo Libre, Lince, Magdalena del Mar y San Miguel, también os enfocaremos en la zona 7, a las cuales le corresponde el distrito de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina, las cuales en conjunto corresponde a 1176000.7 personas, por consecuencia estaríamos orientando nuestro producto al 11.7% de la población de Lima Metropolitana, de las cuales 536712.32 son quienes conforman al nivel socioeconómico B, lo cual sería una representación del 5.3% de nuestra población de estudio.

Tabla 289. Tabla de personas en Lima por su edad

Edades	Personas en miles	Porcentaje
26-35	2459.4	24.30%
36-55	1918.4	19.10%
TOTAL	4377.8	43.40%

Fuente: Compañía peruana de Estudios de Mercados y Opinión Publica y la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (Encuesta Nacional de Hogares 2016).

Existen 4,377.8 personas entre 26 y 55 años, lo cual es el 43.4% de la población de Lima Metropolitana, lo cual multiplicaremos a la cantidad de personas a nivel socioeconómico A y B.

Tabla 290. Población determinada por zonas geográficas y nivel socioeconómico.

Zonas geográficas	Nivel socioeconómico A y B	Nivel socioeconómico A y B por edades (26-55)
Zona 6 (Jesus Maria, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	274,032	118,930
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	581,100	252,197
Total	855,132	371,127

Fuente: Elaboración propia.

Para Hernández (2010) la muestra es “el conjunto de todos los elementos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). La población de estudio para esta investigación consta de 371,128 personas, las cuales se encuentran entre los 26 a 55 años de edad y se ubican en las zonas 6 y 7 pertenecen al nivel socioeconómica A y B.

4.1.2. Marco Muestral

Según Hernández (2010) la muestra es “un subgrupo de la población. Básicamente categorizamos las muestras en dos grandes ramas, las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas” (p.217).

Nuestra selección de muestra se realizó con el muestreo probabilístico. Al respecto Ñaupas (2011), nos dice que los muestreos probabilísticos son aquellos que se basan en las leyes matemático-estadísticas, como lo es la ley de probabilidad o del azar en la que todos los individuos de la muestra han tenido las mismas probabilidades de haber sido elegidos. (p. 187)

Debido a la población es mayor a 100,000, utilizaremos la fórmula para la población infinita, la cual nos permitirá calcular un tamaño mínimo de muestra para realizar las encuestas.

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Figura 8. Fórmula para hallar la muestra aleatoria para la población infinita.

Donde:

Z: valor de distribución normal para un nivel de confianza de 95%: 1.96

P y Q: probabilidades de éxito y fracaso de cada integrante de la población: 0.5

E: error de tolerancia: 5% ó 0.05

Remplazando los datos:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384 \text{ personas}$$

Figura 9. Fórmula de nuestra muestra aleatoria para población infinita

Por eso, con un nivel de confianza de 95%, con una margen de error de 5% y una probabilidad de éxito y fracaso del 50%, se obtuvo como resultado una muestra de 384 personas a ser encuestadas.

La estratificación se realizará según la viabilidad de zonas urbanas: zona 6 y zona 7.

$$Ksh = \frac{n}{N} = \frac{384}{371128} = 0.00103$$

Figura 10. Fórmula

Tabla 31. Determinación de la muestra por estratos

Zonas geográficas	Nivel Socioeconómico A y B
Zona 6	
(Jesus Maria, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel).	118930.04
Zona 7	
(Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina).	252197.46
Total	371127.5

Zonas geográficas	Distritos	% por distrito	Cuota por distrito
ZONA 6	Jesús María	6.49%	25
	Lince	7.24%	28
	Pueblo Libre	6.50%	25
	Magdalena	6.49%	25
	San Miguel	5.33%	20
ZONA 7	Miraflores	12.71%	49
	San Isidro	12.41%	48
	San Borja	12.76%	49
	Surco	15.84%	61
	La Molina	14.23%	54
		100.00%	384

Fuente: Elaboración propia del estudio

4.1.3 Entrevista a profundidad

4.1.3.1 Entrevista a profundidad N°1: Entrevista a experta

Objetivo:

Aprobar el concepto de alimento sano, corroborar si nuestro enfoque de negocio panes de colores puede ser una opción para las personas que buscan un producto nutritivo, buscar otras opciones de acuerdo a la recomendación del experto.

Perfil del entrevistado:



Nombre: Lorena Romero
Profesión: Nutricionista.
Experiencia: 5 años como nutricionista.
Fecha de entrevista: 08 de septiembre del 2017.

Figura 11. Perfil del experto N°1

Sobre las personas que buscan alimentos nutritivos

Las personas que buscan lo nutritivo, son individuos que desean bajar de peso por lo general, y es común que estas padezcan obesidad.

Por otra parte, la tendencia de veganos esta en aumento, esto se da porque se informan sobre que alimentos pueden ingerir y tratan en lo posible de no ingerir alimentos de origen animal y artificial.

Un producto para ser considerado nutritivo y saludable debe ser variado en su composición, teniendo en gran porcentaje sus componentes esenciales de cada ingrediente.

Sobre los panes

El pan de cierta forma se puede considerar parte de la alimentación, pero no se debe consumir todos los días, para que el pan sea considerado un alimento nutritivo debe tener en su composición fibra y mantener en gran medida sus componentes esenciales.

El pan es considerado un alimento importante, pero se debe racionalizar su consumo, pues consumirlo todos los días podría complicar la nutrición de algunas personas por su metabolismo.

En la actualidad la producción industrial del pan no se considerada saludable ni nutritiva porque estos usan demasiados químicos en su composición.

Recomendación sobre nuestro producto

En la etapa de la producción se debe tratar en lo posible de mantener los componentes esenciales de cada ingrediente, en cuanto a los sabores que le presentamos le parece interesante, siempre que tengan un valor nutricional mayor a los productos actuales que se encuentran en el mercado, en cuanto a los colores recomienda tener cuidado en la cantidad que se utiliza, y sobre los extractos de las verduras, estos deben tener una cantidad buena para que mantengan su valor proteico.

En cuanto a la recomendación de utilizar otros insumos, nos recomendó el maíz morado, por su alto valor proteico y por su color intenso.

También recomendó que para la elaboración de nuestro producto usemos harina multicereal como un ingrediente principal, debido que pocos productos utilizan este ingrediente en su composición, además podríamos ponerle granos andinos o frutas secas, ya que hay pocas empresas que utilizan estos ingredientes.

4.1.3.2 Entrevista a profundidad N°2: Entrevista a experta

Objetivo:

Aprobar nuestro concepto de negocio y la idea inicial, tratando de entender el proceso del pan.

Perfil del entrevistado:



Nombre: Eladio Solano Calderón
Profesión: Técnico en la elaboración de panes y pasteles (LEVAPAN)
Experiencia: 12 años
Fecha de entrevista: 11 de setiembre del 2017

Figura12. Perfil del experto N° 2

Respecto a la fabricación del pan

En el momento que se hornea el pan no pierde grandes porciones de grasa, emulsificantes ni tampoco componentes del pan, solo se pierde el 5% del peso de cada producto.

Respecto a los atributos esenciales que debe tener un pan

El pan debe tener crocantes, una buena miga, buen sabor y una buena presentación, en cuanto al pan embolsado este debe ser húmedo y debe durar varios días hasta que llegue al consumidor final.

Sobre el desarrollo de nuevos productos

Tomamos en cuenta la competencia cuando entran nuevos productos, vemos si este atrae al consumidor o no, entonces tomamos decisiones como mejorar o igualar el nuevo producto, algunas veces debemos adicionar un ingrediente para que se diferencia, siempre tomamos en cuenta la opinión de nuestros consumidores.

Sobre el consumo de panes embolsados en el Perú

Para mejorar el consumo de este producto se recomienda segmentar el mercado. En el mercado hay diferentes tipos de panes y las personas aprovechan sus beneficios, tenemos el pan árabe, el cual no contiene azúcar ni grasas o los panes integrales que son buenos para personas con problemas de digestión.

Sobre la rentabilidad de los panes embolsados

La venta de panes embolsados es rentable, debido a que cada vez más gente consume este tipo de pan, y en el mercado hay diversos tipos con beneficios para los consumidores.

4.1.3.3 Entrevista a profundidad N°3: Entrevista a la competencia

Objetivo:

Investigar acerca de la distribución, segmentación y promoción de la marca Bimbo con sus clientes.

Perfil del entrevistado:



Nombre: Jose García Gutiérrez
Profesión: Jefe de ventas en Panificadora Bimbo.
Experiencia: 11 años en el área comercial.
Fecha de entrevista: 11 de septiembre del 2017.

Figura 13. Perfil de un trabajador de la competencia

Información del negocio

La transnacional Bimbo es una empresa de México con una participación de mercado del 43% del mercado peruano en la línea de panes especiales como panes blancos, integrales, multigranos y doble fibra

Canales de distribución

Estos son modernos, directos, mayoristas y horizontales. De las cuales el canal horizontal es el más grande en volúmenes y en facturación, la participación de este canal se divide en un 70% para Lima y el 30% para provincia.

En este último año se ha buscado llegar a las periferias, ya que el negocio se ha mantenido concentrado en las zonas urbanas, y ahora cuentan con una mejorada logística de distribución.

Distribución logística

La distribución es de manera propia, manejan su propia logística y no tercerizan, manejan el auto venta por políticas de empresa.

Segmentación de clientes

Esta se da por los distritos aledaños y de acuerdo al volumen de venta que hay.

Frecuencia de despacho

La distribución de pedidos depende del volumen de compra de las bodegas, tiendas o autoservicios, puede ser diaria o quincenal.

Control de inventarios en los puntos de venta

Este va de acuerdo a la frecuencia de visita del representante de venta, facturación de cada cliente, la visita es estructurada y se realiza una verificación de inventarios y fechas de vencimiento del producto.

Por políticas de empresa los representantes deben tomar el pedido solo para una semana de inventario.

Fecha de vencimiento de los productos

En este año se realizó una reingeniería, la cual le proporciona una mayor duración a los productos envasados, pasaron de durar una semana a 15 o 20 días, esto para tener un mejor control en los puntos de venta. La fecha de retiro de los productos de los anaqueles es de 4 días según las normas que tiene la empresa y el estado.

Margen de contribución

Los márgenes están distribuidos así: 18% en el canal horizontal y 24% a los distribuidores.

Condiciones de pago

Esta es de acuerdo al cliente, para el canal horizontal es pago al contado, pues este canal el que genera la liquidez del negocio.

Actividades en el punto de venta

Esta es estacional, como activaciones en los autoservicios y mayoristas, también depende del volumen de compra por cliente.

Sobre nuestra idea de negocio

Le pareció interesante, por ser una alternativa que brinda nutrición, y que es lo que está poniéndose de moda. Recomienda segmentar nuestro mercado, y que empecemos a introducir nuestro producto en tiendas especializadas, en el canal horizontal y en pequeños retails como grifos.

4.1.4. Focus Group

Primer Focus Group



**Dirigido: Personas de 26 a 55 años de edad.
Lugar: Avenida Canadá 3837, San Borja
Fecha: 7 de septiembre del 2017**

Objetivo General

Conocer las preferencias del cliente respecto al sabor, color, presentación y sugerencias que éstos demanden acerca del pan hamburguesa hecho a base de vegetales.

Objetivos específicos:

- a) **Acerca del consumo de pan**

- Conocer cuál es la frecuencia de consumo del pan.
- Conocer cuáles son los lugares de compra del pan.
- Conocer cuáles son las preferencias al elegir el pan.
- Conocer la cantidad de panes que consumen al día.
- Conocer el costo aproximado que gastan en el consumo del pan.
- Conocer quien realiza el consumo de pan de hamburguesa en su hogar.
- Conocer qué marcas de pan consumen con frecuencia.

b) Acerca de los panes de colores:

- Conocer qué impresiones tuvieron al observar el producto
- Conocer qué opinión tienen acerca de los sabores de los panes vegetales.
- Conocer si estarían dispuestos a comprar el pan vegetal.
- Conocer cuáles serían sus preferencias de compra.
- Conocer cuáles serían los modos de presentaciones que les gustaría adquirir.

2.1.1.2. 4.1.4.1. Informe Focus Group

El Focus Group consiste en un diálogo que se realiza entre uno o más entrevistadores a un grupo de personas con un rasgo común que los caracteriza para identificar su opinión acerca del producto que se le presente. (Ñaupas, 2011, p.164)

La realización del Focus Group se llevó a cabo según las siguientes características.

Tabla 32. Muestra para realización del Focus Group

Sexo	Edad	NSE	Características
Masculino y femenino	26 – 55	A y B	Consumidores de Pan

Fuente: Elaboración propia del estudio

A continuación, se detalla las respuestas de las personas que asistieron al Focus Group.

a) Acerca del consumo de pan

Determinar cuál es la frecuencia de consumo del pan.

Todas las personas que asistieron al Focus indicaron que su consumo de pan es diario, ya sea en el desayuno y/o en el lonche.

Determinar cuáles son los lugares de compra del pan

Más de la mitad afirmaron comprar su pan a un panadero, el cual pasa por sus hogares, mientras que los demás indicaron comprarlo en la panadería pues tienen acceso a una.

No suelen adquirir pan en autoservicios, la mayoría compra su pan en panaderías.

Determinar cuáles son las preferencias al elegir el pan

Lo que toman en cuenta a la hora de comprar pan es el sabor y la textura.

El pan que compran en la panadería dura varios días, mientras que el pan que compran en supermercados, de molde u otro tipo, dura un par de días, pues lo consumen en varios momentos del día.

Determinar la cantidad de panes que consumen al día

Su consumo aproximado de pan diario es más de 6 panes aproximadamente.

Determinar el costo aproximado que gastan en el consumo del pan

Su gasto aproximado es de 2 soles a más, adquiriendo pan en una panadería.

Determinar quien realiza el consumo de pan de hamburguesa en su hogar

Sobre el consumo de pan de hamburguesa, lo adquieren muy poco, y al comprarlo los que más lo consumen son sus hijos.

Determinar qué marcas de pan consumen con frecuencia

La marca que más mencionaron fue Bimbo.

b) Acerca de los panes de colores:

Determinar qué impresiones tuvieron al observar el producto

- Tuvieron una buena impresión al observarlos y expresaron sus deseos de probarlo.
- Todos coincidieron que son muy llamativos, los colores son bonitos y consistentes.
- Son novedosos, pues los colores no se encuentran así de fácil, no hay en ningún lado, es pan decorativo.
- Enfatizan que el hecho de que se utilice una verdura en la preparación, hace que sea más sano que un pan francés.
- Una frase nos llamó la atención fue la siguiente: “Vas a sentir menos culpa comiendo un pan de estos que un pan normal, te vas a sentir bien”, esto porque lo saludables está de moda, comer sano está de moda.

Determinar qué opinión tienen acerca de los sabores de los panes vegetales

- Cuando les dijimos que probaran, muchos de ellos lo comieron solo, y poco a poco comenzaron a agregarle algún insumo.
- Todos afirmaron que no son ni muy suaves ni muy duros, son esponjosos.
- Sobre el pan de espinaca y el de zapallo, el sabor a la verdura si la identificaron ligeramente, el color fue calificado como muy intenso, todos afirmaron que les gustó. Algunos comentaron que parecía un pan de camote.
- Sobre el de betarraga, manifestaron que el sabor se siente mucho más que de los panes de espinaca y zapallo, algunos comentaron que lo podrían consumir en las mañanas.
- Sobre el de aceituna, todos coincidieron que este es el pan que tenía un sabor y un olor más intenso.
- La mayoría comentó que cualquiera es rico con queso fundido o palta, pero la combinación que les encanto fue el de pan de aceituna con queso fundido.

Determinar si estarían dispuestos a comprar el pan vegetal

Todos estarían dispuestos a comprarlo, pero no como para consumo diario, más para consumo de fin de semana.

Conocer cuáles serían sus preferencias de compra

- Les gustaría encontrarlos en bodegas y supermercados.
- Las mujeres presentes, lo comprarían para las loncheras de sus hijos.
- Estarían dispuestos a pagar 6 soles por una presentación de 8 panes.

Determinar cuáles serían los modos de presentaciones que les gustaría adquirir

La presentación que adquirirían sería una presentación de 6 u 8 panes en un empaque, de un solo sabor.

Recomendaciones:

- La mayoría de ellos recomiendan que el pan sea más delgado y más plano, porque la presentación tiene mucha miga.
- Recomendamos que la empresa fabrique diferentes tipos de pan, así como: pan de molde, baguette o petit pan, también dijeron que debemos utilizar harina integral, y que esto lo haría más saludable de lo que ya es.
- Recomendamos que la presentación de petit pan podría ser un “boom” en las reuniones corporativas.
- Recomendamos que se fabrique sabores como la albahaca y la zanahoria.

Conclusión: El pan vegetariano que se les dio a degustar les pareció un pan novedoso, que requiere algunos cambios en la forma, consistencia y el tener mayor variedad de presentaciones influirían para que su consumo fuera más frecuente.

Productos presentados:

Los productos presentados a los invitados fueron los siguientes:

- ✓ Producto N°1: Pan de betarraga
- ✓ Producto N°2: Pan de espinaca
- ✓ Producto N°3: Pan de Zapallo
- ✓ Producto N°4: Pan de aceituna
- ✓ Producto N°5: Pan de zanahoria



Figura 14. Panes presentados en el Focus Group.

Logo de la marca



Figura 15. Logo de la empresa

4.1.5 Encuestas

4.1.5.2 Análisis de los resultados de las encuestas

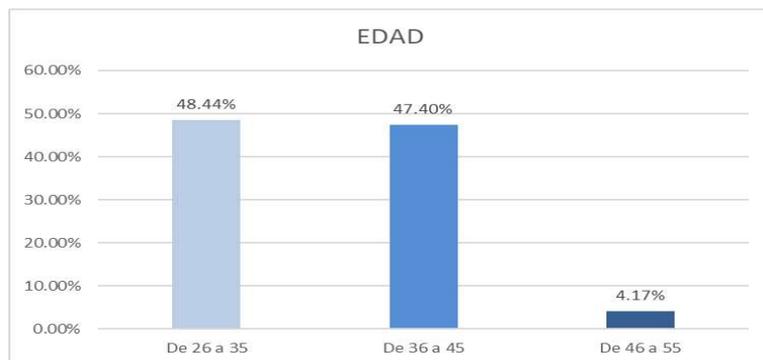
La distribución de los encuestados es la siguiente:

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	195	50.78%
Masculino	189	49.22%
Total	384	100.0%



1. ¿Podría decirme su edad?

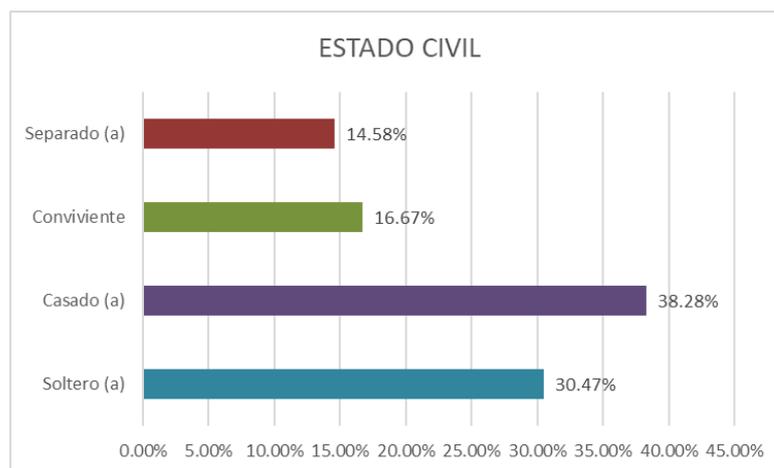
Preg. 1	Frecuencia	Porcentaje
De 26 a 35	186	48.44%
De 36 a 45	182	47.40%
De 46 a 55	16	4.17%
Total	384	100.0%



La distribución por edades nos da un resultado de 48.44% entre 26 y 35 años, 47.40% entre 36 y 45 años y un 4.17% de 46 55.

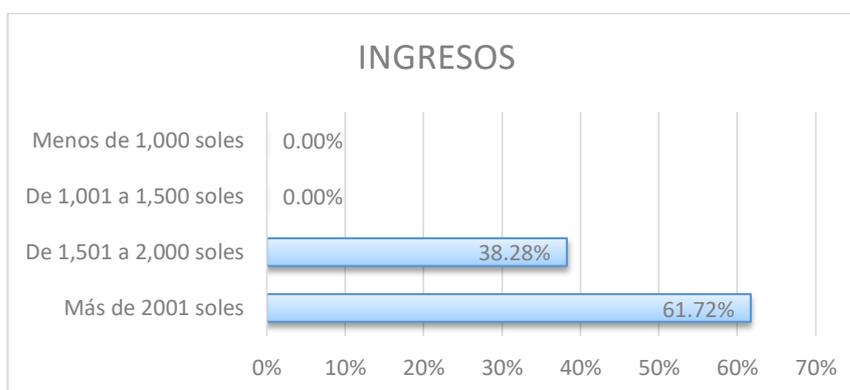
2) ¿Cuál es su estado civil?

Preg. 2	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	117	30.47%
Casado (a)	147	38.28%
Conviviente	64	16.67%
Separado (a)	56	14.58%
Total	384	100.0%



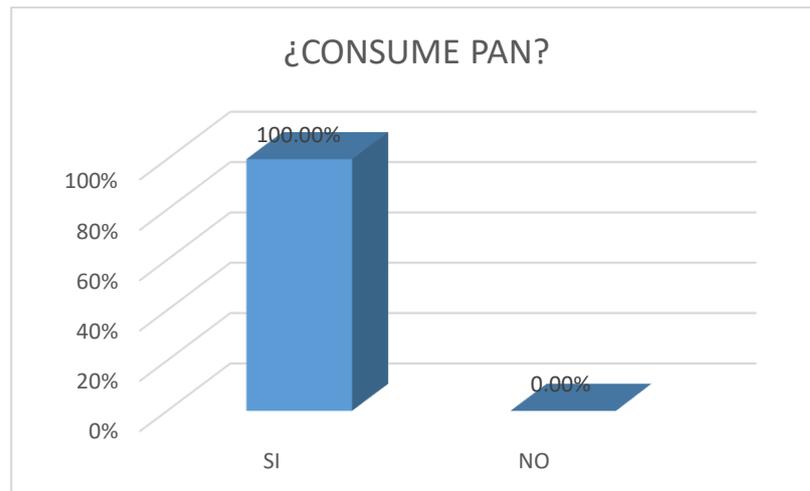
3) Únicamente para efectos de clasificación estadística. ¿Podría decirme en cuál de estos escalones se sitúa sus ingresos mensuales?

Preg. 3	Frecuencia	Porcentaje
Más de S/. 2001	237	61.72%
De S/. 1501 a S/. 2000	147	38.28%
De S/.1001 a S/. 1500	0	0.00%
Menos de S/. 1000	0	0.00%
Total	384	100.0%



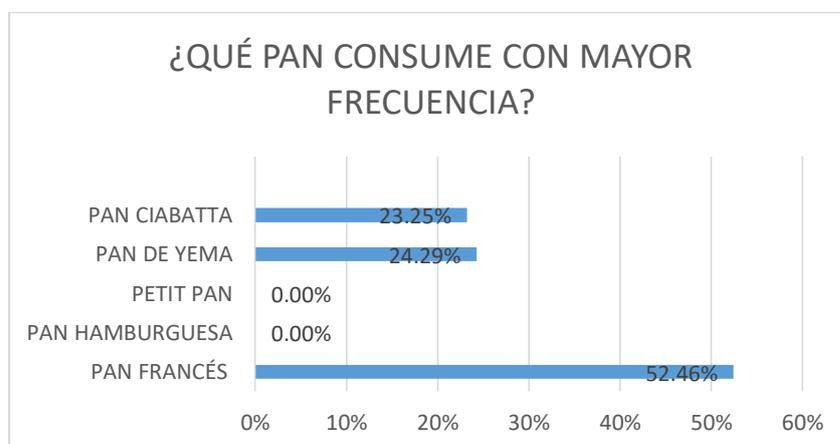
4) ¿Consume pan? (Si la respuesta es “No” finaliza la encuesta)

Preg. 4	Frecuencia	Porcentaje
Sí	384	100%
No	0	0%
Total	384	100.0%



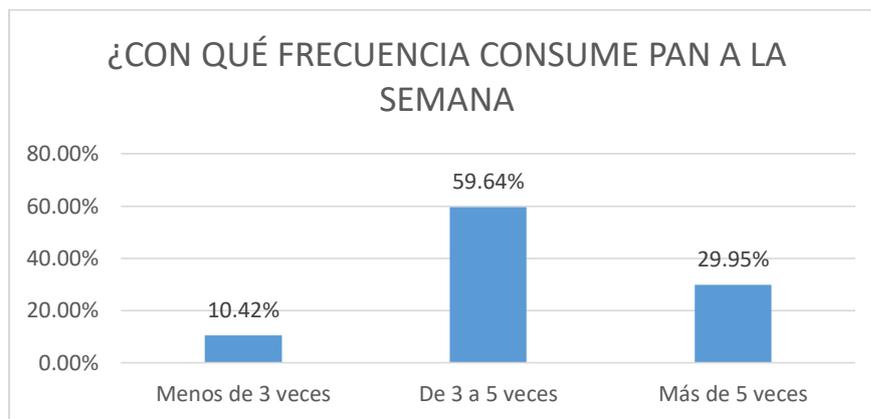
5) ¿Qué variedad de pan consume con mayor frecuencia? (mencione dos de las variedades que más consume)

Preg. 5	Frecuencia	Porcentaje
Pan francés	352	52.46%
Pan hamburguesa	0	0.00%
Petty pan	0	0.00%
Pan de yema	163	24.29%
Pan Ciabatta	156	23.25%
camote	0	0.00%
Total	671	100.0%



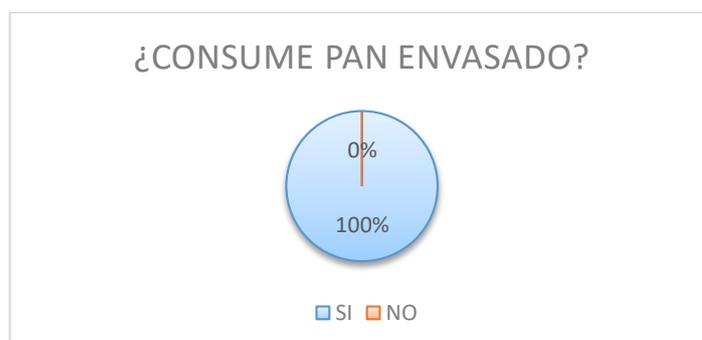
6) ¿Con qué frecuencia a la semana consume pan?

Preg 6	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3 veces	40	10.42%
De 3 a 5 veces	229	59.64%
Más de 5 veces	115	29.95%
Total	384	100.0%



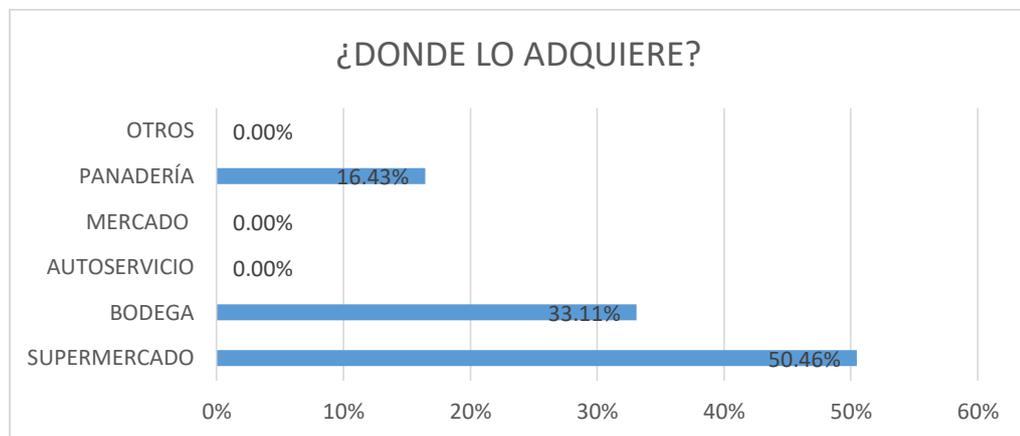
7) ¿Consume pan embolsado?

Preg 7	Frecuencia	Porcentaje
Sí	384	100.00%
No	0	0.00%
Total	384	100.0%



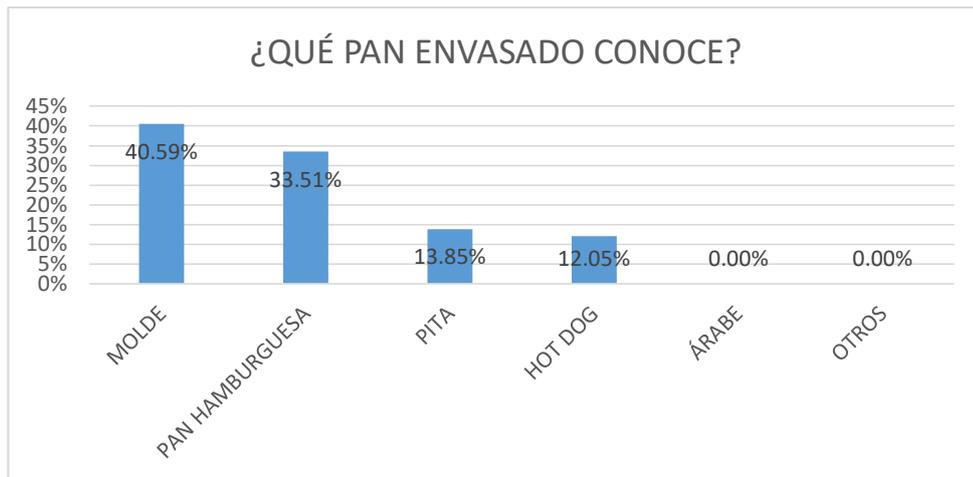
8) ¿En qué tipos de establecimientos suele adquirir los panes embolsados?

Preg. 8	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	384	50.46%
Bodega	252	33.11%
Autoservicio	0	0.00%
Mercado	0	0.00%
Panadería	125	16.43%
Otros (indicar)	0	0.00%
Total	761	100.0%



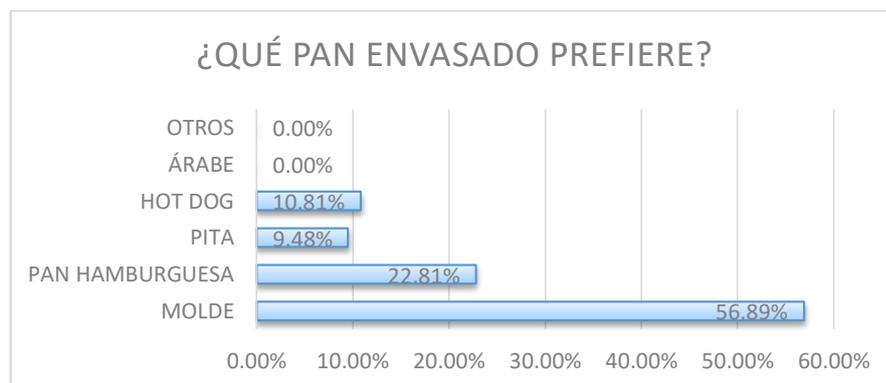
9) ¿Qué variedad de pan envasado conoce?

Preg. 9	Frecuencia	Porcentaje
Molde	384	40.59%
Pan hamburguesa	317	33.51%
Pita	131	13.85%
Hot dog	114	12.05%
Árabe	0	0.00%
Otros (indicar)	0	0.00%
Total	946	100.0%



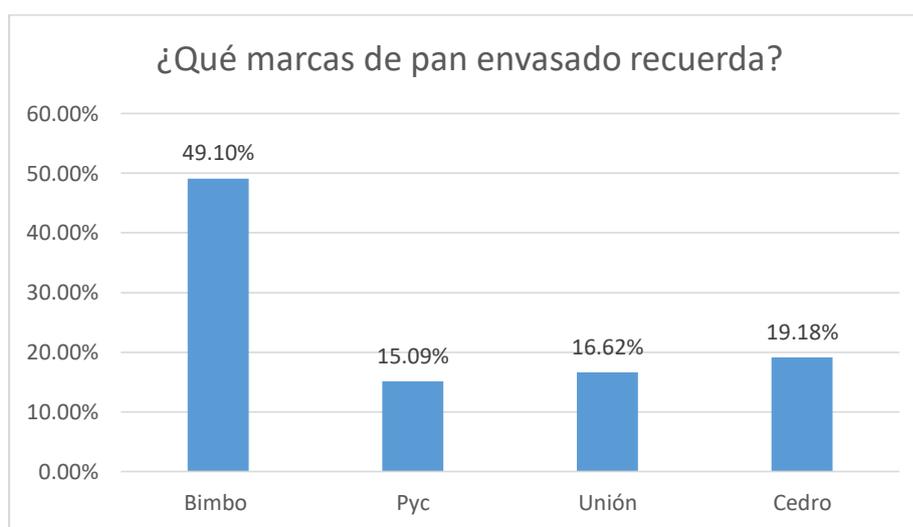
10) ¿Qué variedad de pan envasado prefiere?

Preg. 10	Frecuencia	Porcentaje
Molde	384	56.89%
Pan hamburguesa	154	22.81%
Pita	64	9.48%
Hot dog	73	10.81%
Árabe	0	0.00%
Otros (indicar)	0	0.00%
Total	675	100.0%



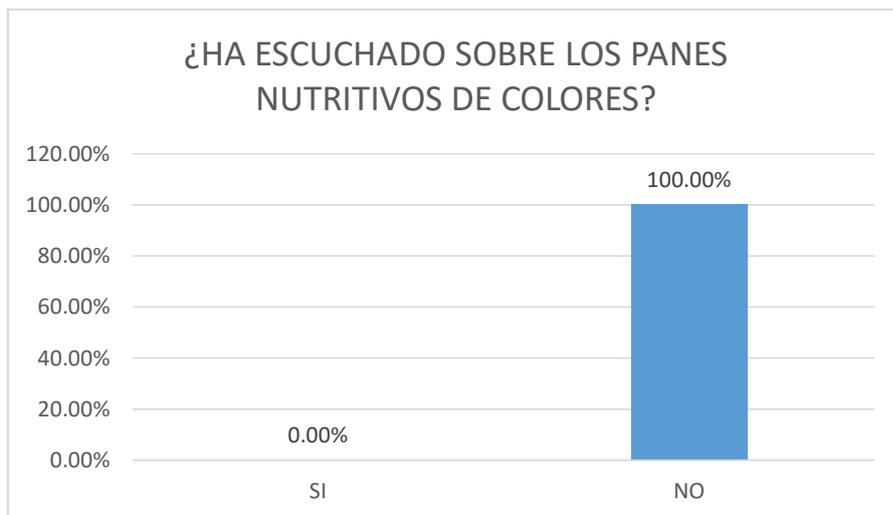
11) ¿Qué marcas de pan envasado recuerda?

Preg. 11	Frecuencia	Porcentaje
Bimbo	384	49.10%
Pyc	118	15.09%
Unión	130	16.62%
Cedro	150	19.18%
Total	982	100.0%



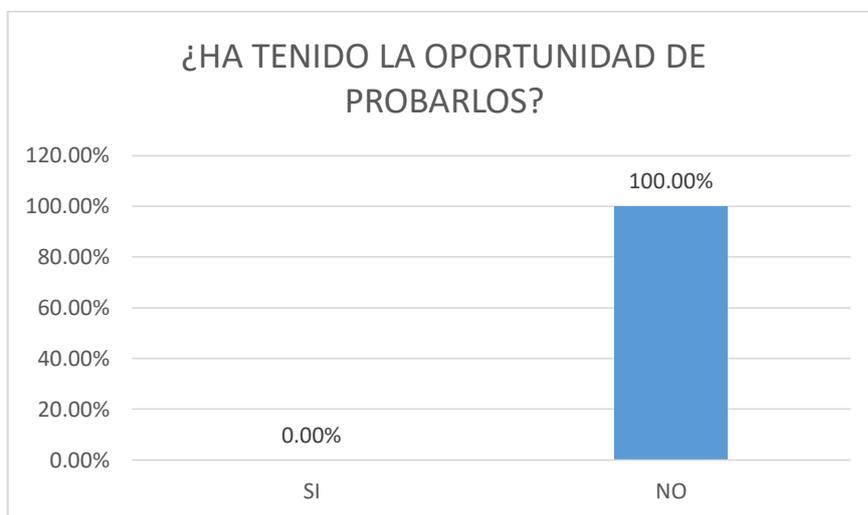
12) ¿Ha escuchado alguna vez sobre panes nutritivos de colores?

Preg. 12	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0.00%
No	384	100.00%
Total	384	100.0%



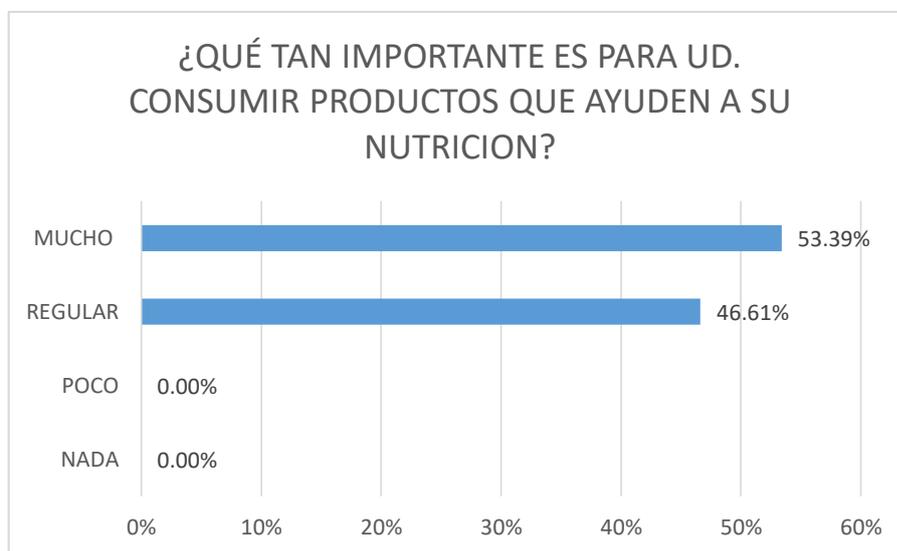
13) ¿Ha tenido la oportunidad de probar panes nutritivos de colores?

Preg. 13	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	384	100.0%
Total	384	100.0%



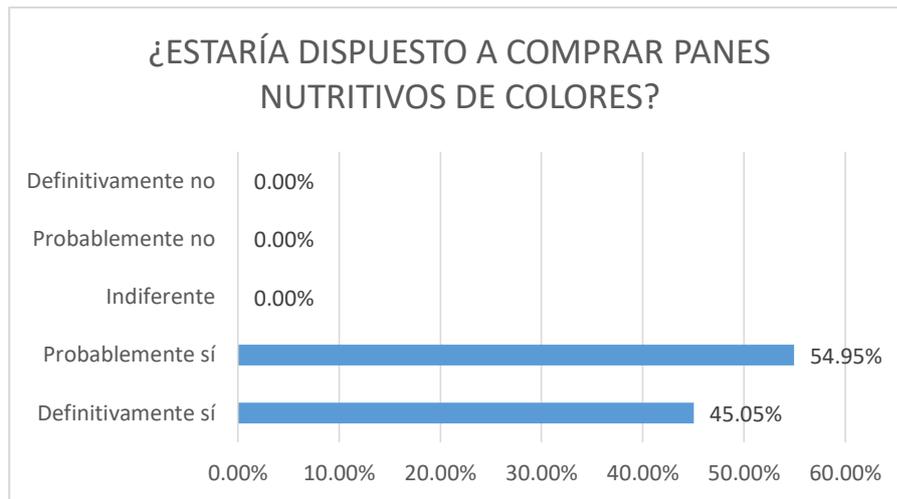
14) ¿Qué tan importante es para Ud. consumir productos que ayuden a su nutrición?

Preg. 14	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0.00%
Poco	0	4.86%
Regular	179	44.59%
Mucho	205	50.54%
Total	384	100.0%



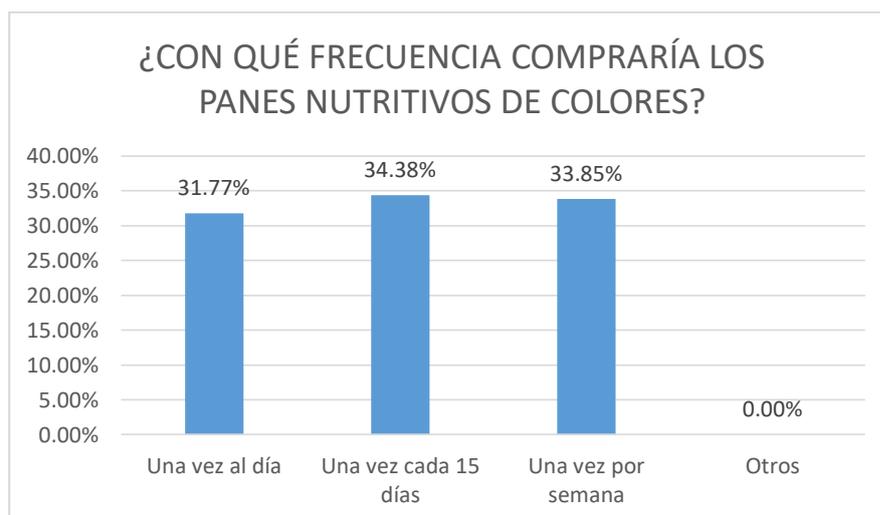
15) ¿Estaría dispuesto a comprar panes nutritivos de colores? Si responde del 1 al 3 pase a la pregunta 16.

Preg. 15	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	173	45.05%
Probablemente sí	211	54.95%
Indiferente	0	0.00%
Probablemente no	0	0.00%
Definitivamente no	0	0.00%
Total	384	100.0%



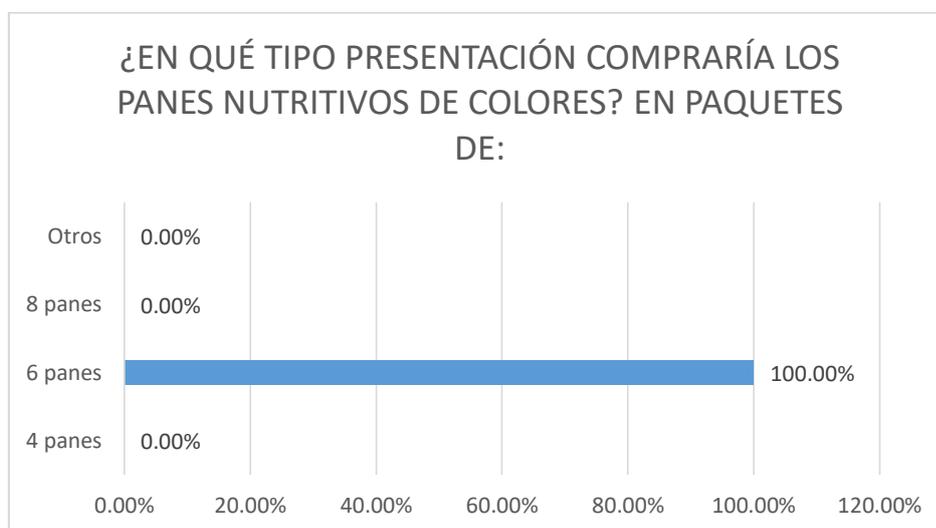
17) ¿Con qué frecuencia compraría los panes nutritivos de colores?

Preg 17	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al día	122	31.77%
Una vez cada 15 días	132	34.38%
Una vez por semana	130	33.85%
Otros (indicar)	0	0.00%
Total	384	100.0%



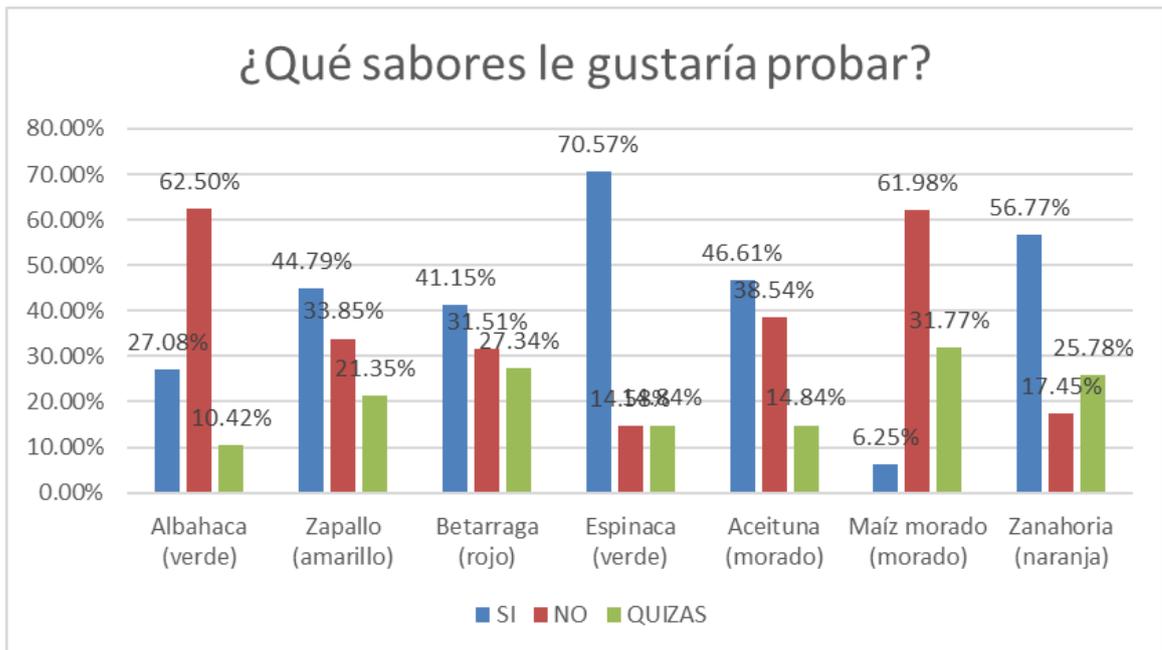
18) ¿En qué tipo presentación compraría los panes nutritivos de colores? En paquetes de:

Preg 18	Frecuencia	Porcentaje
4 panes	0	0.0%
6 panes	384	100.0%
8 panes	0	0.0%
Otros (indicar)	0	0.0%
Total	384	100.0%



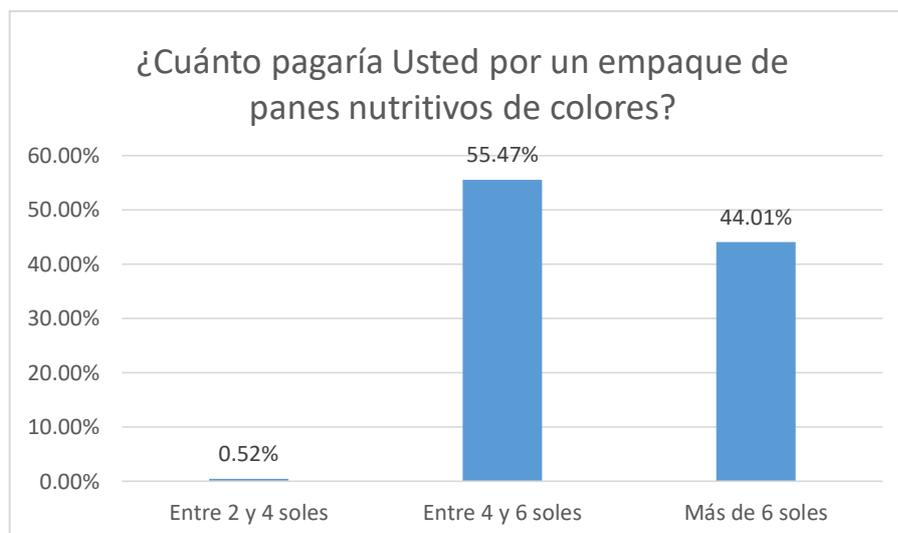
19) ¿Qué sabores de panes nutritivos de colores le gustaría probar?

OPCION	Albahaca (verde)	Zapallo (amarillo)	Betarraga (rojo)	Espinaca (verde)	Aceituna (morado)	Maíz morado (morado)	Zanahoria (naranja)
SI	27.08%	44.79%	41.15%	70.57%	46.61%	6.25%	56.77%
NO	62.50%	33.85%	31.51%	14.58%	38.54%	61.98%	17.45%
QUIZAS	10.42%	21.35%	27.34%	14.84%	14.84%	31.77%	25.78%



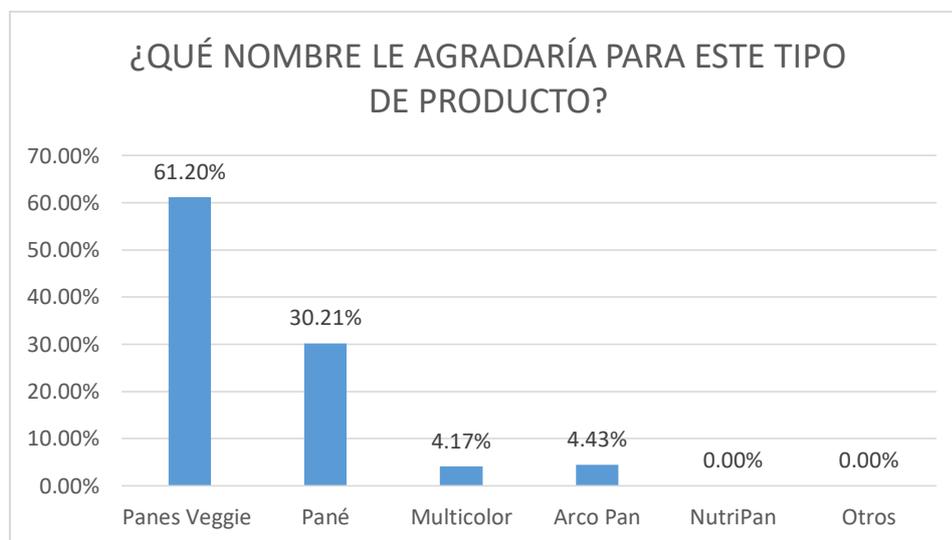
20) ¿Cuánto pagaría Usted por un empaque de panes nutritivos de colores?

Preg 20	Frecuencia	Porcentaje
Entre 2 y 4 soles	2	0.52%
Entre 4 y 6 soles	213	55.47%
Más de 6 soles	169	44.01%
Total	384	100.0%



21) ¿Qué nombre le agradaría para este tipo de producto?

Preg 21	Frecuencia	Porcentaje
Panes Veggie	235	61.20%
Pané	116	30.21%
Multicolor	16	4.17%
Arco Pan	17	4.43%
Nutri pan	0	0.00%
Total	384	100.0%



4.2. Demanda y Oferta

4.2.1. Estimación del Mercado Potencial

En base a los criterios utilizados para las encuestas y Focus Group y de acuerdo a las zonas urbanas y al nivel socioeconómico, según ENAHO (Encuesta Nacional de Hogares) 2016 tenemos los siguientes:

Tabla 33. Criterios de segmentación de mercado potencial

Criterios de segmentación	
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	De los 26 a 55 años
NSE	Nivel socioeconómico A y B
Distritos	Distritos correspondientes a la: Zona 6: (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel) Zona 7: (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)

Fuente: Elaboración propia.

Número de personas en las zonas:

Según el Instituto Nacional de Estadística e Investigación (2015) la tasa de crecimiento poblacional para el departamento de Lima es de 1.3%.

Según la Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (2016) en su encuesta Nacional de Hogares, la población total en Lima es de 9 millones 904 mil 727 habitantes de las cuales el 43.4% son hombres y mujeres dentro de las edades objetivo y de estas se seleccionó a las personas que pertenecen al sector A y B dentro de las zonas objetivo.

En el siguiente cuadro mostraremos los resultados obtenidos para los años 2018 al 2022.

Tabla 34. Demanda potencial.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zona 6	118930	120476	122042	123629	125236	126864	128513
Zona 7	252197	255476	258797	262162	265570	269022	272519
Mercado potencial	371127	375952	380840	385790	390806	395886	401033

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Estimación del Mercado Disponible

En base a la elaboración la pregunta: ¿Consume pan embolsado? La respuesta afirmativa fue de 100% (1) ¿Qué tan importante es para usted consumir productos que ayuden a su salud digestiva? La respuesta Mucho fue de un 53.39%(0.534).

Mercado disponible:	Mercado potencial *(1)*(0.534)
---------------------	--------------------------------

Tabla 35. Demanda disponible.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zona 6	53982	54684	55395	56115	56845	57584	58332
Zona 7	114472	115961	117468	118995	120542	122109	123697
Mercado disponible	168455	170645	172863	175110	177387	179693	182029

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Estimación del Mercado Efectivo

En base a la elaboración las preguntas: ¿Estaría dispuesto a comprar panes de colores saludables? La respuesta afirmativa fue de un: 45.05 % (0.45), ¿Cuánto pagaría Usted por un empaque de panes de colores saludables? (Entre 4 y 6 soles respondieron el 55.47%, de este resultado se tomará la mitad (28%) sumado con los que respondieron que están dispuestos a pagar más de 6 soles respondieron 42%).

Mercado efectivo:	Mercado disponible *(0.45)*(0.70)
-------------------	-----------------------------------

Tabla 36. Mercado Efectivo

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zona 6	17004	17225	17449	17676	17906	18139	18375
Zona 7	36059	36528	37002	37483	37971	38464	38964
Mercado efectivo	53063	53753	54452	55160	55877	56603	57339

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Estimación del Mercado Objetivo

Tomando en cuenta el mercado efectivo del punto anterior, y asignando una participación inicial del 6%, además sabemos que la tasa de crecimiento de consumo de pan envasado per cápita ha sido de 4.1%, según Kantar Worldpanel, tenemos:

Tabla 37. Mercado Objetivo

	2018	2019	2020	2021	2022
Zona 6	1047	1104	1163	1226	1292
Zona 7	2220	2340	2467	2600	2740
Mercado objetivo	3267	3444	3630	3826	4033

Fuente: Elaboración propia

4.2.5. Frecuencia de Compra

Tomamos la pregunta de la encuesta: ¿Con qué frecuencia compraría los panes de colores saludables? Entonces la frecuencia de compra sería del siguiente modo:

Tabla 38.Frecuencia de Compra

Frec.	cantidad	porcentaje	al año	Frecuencia de compra
Una vez al día	122	31.8%	365	115.96
Una vez cada 15 días	132	34.4%	24	8.25
Una vez por semana	130	33.9%	52	17.60
Una vez al mes	0	0.0%	12	0.00
Total	384	100.0%		142

Fuente: Elaboración propia

142 Bolsas

Dentro del cálculo de este segmento asumiremos el 70% de los resultados para los cálculos, lo cual sería 99 packs por persona al año.

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda

Tabla 39.Cuantificacon anual de la demanda

	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado objetivo	3,267	3,444	3,630	3,826	4,033
Demanda anual (packs)	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40.Demanda anual por sabores

Demanda anual (packs) - por sabores	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
Zanahoria	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
Zapallo	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Aceituna	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Beterraga	54,467	57,410	60,513	63,783	67,230
Total packs	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322

Fuente: Elaboración propia

4.2.7. Establecimiento de Venta

Tabla 41. Establecimiento de Venta

Demanda anual (packs) - por sabores	2018	2019	2020	2021	2022
SUPERMERCADOS	162,162	170,926	180,163	189,899	200,161
Espinaca	44,564	46,972	49,510	52,186	55,006
Zanahoria	33,423	35,229	37,133	39,139	41,255
Zapallo	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Aceituna	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Beterraga	27,233	28,705	30,256	31,891	33,615
BODEGAS / PANADERÍAS	162,162	170,926	180,163	189,899	200,161
Espinaca	44,564	46,972	49,510	52,186	55,006
Zanahoria	33,423	35,229	37,133	39,139	41,255
Zapallo	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Aceituna	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Beterraga	27,233	28,705	30,256	31,891	33,615
Total packs	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322

Fuente: Elaboración propia

4.2.8. Estacionalidad

En base a lo referido por los invitados al Focus Group, los participantes reconocen que el consumo de panes de colores saludables lo harían los fines de semana pero que el consumo de pan en general lo consumen a diario, por tanto, se asume que el consumo de pan es para cualquier época del año sin embargo por su alto contenido calórico el consumo es mucho mayor en las épocas de invierno (épocas de frío).

Así tenemos:

Tabla 42. Estacionalidad

Trimestre	meses	porcentaje	sumatoria
trimestre 1	Ene	5%	18%
	Feb	5%	
	Mar	8%	
trimestre 2	Abr	8%	27%
	May	9%	
	Jun	10%	
	Jul	10%	
trimestre 3	Ago	10%	29%
	Sep.	9%	
	Oct	9%	
trimestre 4	Nov	9%	26%
	Dic	8%	

Fuente: Elaboración propia.

4.2.9. Programa de Ventas en unidades y valorizado

A continuación, presentaremos el programa de ventas en unidades de acuerdo a la estacionalidad para los próximos 5 años, estos están divididos por productos y por lugar de venta:

Tabla 43. Programa de Ventas 2018

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2018												TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
Estacionalidad	7.00%	7.00%	8.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	8.00%	8.00%	7.00%	7.00%	100.00%
SUPERMERCADOS	11,351	11,351	12,973	12,973	16,216	16,216	16,216	16,216	12,973	12,973	11,351	11,351	162,162
Espinaca	3,119	3,119	3,565	3,565	4,456	4,456	4,456	4,456	3,565	3,565	3,119	3,119	44,564
Zanahoria	2,340	2,340	2,674	2,674	3,342	3,342	3,342	3,342	2,674	2,674	2,340	2,340	33,423
Zapallo	1,993	1,993	2,278	2,278	2,847	2,847	2,847	2,847	2,278	2,278	1,993	1,993	28,471
Acetiluna	1,993	1,993	2,278	2,278	2,847	2,847	2,847	2,847	2,278	2,278	1,993	1,993	28,471
Beterraga	1,906	1,906	2,179	2,179	2,723	2,723	2,723	2,723	2,179	2,179	1,906	1,906	27,233
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	11,351	11,351	12,973	12,973	16,216	16,216	16,216	16,216	12,973	12,973	11,351	11,351	162,162
Espinaca	3,119	3,119	3,565	3,565	4,456	4,456	4,456	4,456	3,565	3,565	3,119	3,119	44,564
Zanahoria	2,340	2,340	2,674	2,674	3,342	3,342	3,342	3,342	2,674	2,674	2,340	2,340	33,423
Zapallo	1,993	1,993	2,278	2,278	2,847	2,847	2,847	2,847	2,278	2,278	1,993	1,993	28,471
Acetiluna	1,993	1,993	2,278	2,278	2,847	2,847	2,847	2,847	2,278	2,278	1,993	1,993	28,471
Beterraga	1,906	1,906	2,179	2,179	2,723	2,723	2,723	2,723	2,179	2,179	1,906	1,906	27,233
Total packs	22,703	22,703	25,946	25,946	32,432	32,432	32,432	32,432	25,946	25,946	22,703	22,703	324,325

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44. Programa de Ventas 2019

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2019												TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
Estacionalidad	7.00%	7.00%	8.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	8.00%	8.00%	7.00%	7.00%	100.00%
SUPERMERCADOS	11,965	11,965	13,674	13,674	17,093	17,093	17,093	17,093	13,674	13,674	11,965	11,965	170,926
Espinaca	3,286	3,286	3,758	3,758	4,697	4,697	4,697	4,697	3,758	3,758	3,286	3,286	46,972
Zanahoria	2,466	2,466	2,818	2,818	3,523	3,523	3,523	3,523	2,818	2,818	2,466	2,466	35,229
Zapallo	2,101	2,101	2,401	2,401	3,001	3,001	3,001	3,001	2,401	2,401	2,101	2,101	30,010
Acetiluna	2,101	2,101	2,401	2,401	3,001	3,001	3,001	3,001	2,401	2,401	2,101	2,101	30,010
Beterraga	2,009	2,009	2,296	2,296	2,871	2,871	2,871	2,871	2,296	2,296	2,009	2,009	26,705
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	11,965	11,965	13,674	13,674	17,093	17,093	17,093	17,093	13,674	13,674	11,965	11,965	170,926
Espinaca	3,286	3,286	3,758	3,758	4,697	4,697	4,697	4,697	3,758	3,758	3,286	3,286	46,972
Zanahoria	2,466	2,466	2,818	2,818	3,523	3,523	3,523	3,523	2,818	2,818	2,466	2,466	35,229
Zapallo	2,101	2,101	2,401	2,401	3,001	3,001	3,001	3,001	2,401	2,401	2,101	2,101	30,010
Acetiluna	2,101	2,101	2,401	2,401	3,001	3,001	3,001	3,001	2,401	2,401	2,101	2,101	30,010
Beterraga	2,009	2,009	2,296	2,296	2,871	2,871	2,871	2,871	2,296	2,296	2,009	2,009	26,705

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45. Programa de Ventas 2020

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2020												TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
Estacionalidad	7.00%	7.00%	8.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	8.00%	8.00%	7.00%	7.00%	100.00%
SUPERMERCADOS	12,611	12,611	14,413	14,413	18,016	18,016	18,016	18,016	14,413	14,413	12,611	12,611	180,163
Espinaca	3,466	3,466	3,961	3,961	4,951	4,951	4,951	4,951	3,961	3,961	3,466	3,466	49,510
Zanahoria	2,599	2,599	2,971	2,971	3,713	3,713	3,713	3,713	2,971	2,971	2,599	2,599	37,133
Zapallo	2,214	2,214	2,531	2,531	3,163	3,163	3,163	3,163	2,531	2,531	2,214	2,214	31,632
Acetiluna	2,214	2,214	2,531	2,531	3,163	3,163	3,163	3,163	2,531	2,531	2,214	2,214	31,632
Beterraga	2,118	2,118	2,421	2,421	3,026	3,026	3,026	3,026	2,421	2,421	2,118	2,118	30,256
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	12,611	12,611	14,413	14,413	18,016	18,016	18,016	18,016	14,413	14,413	12,611	12,611	180,163
Espinaca	3,466	3,466	3,961	3,961	4,951	4,951	4,951	4,951	3,961	3,961	3,466	3,466	49,510
Zanahoria	2,599	2,599	2,971	2,971	3,713	3,713	3,713	3,713	2,971	2,971	2,599	2,599	37,133
Zapallo	2,214	2,214	2,531	2,531	3,163	3,163	3,163	3,163	2,531	2,531	2,214	2,214	31,632
Acetiluna	2,214	2,214	2,531	2,531	3,163	3,163	3,163	3,163	2,531	2,531	2,214	2,214	31,632
Beterraga	2,118	2,118	2,421	2,421	3,026	3,026	3,026	3,026	2,421	2,421	2,118	2,118	30,256
Total packs	25,223	25,223	28,826	28,826	36,033	36,033	36,033	36,033	28,826	28,826	25,223	25,223	360,326

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46. Programa de Ventas 2021

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2021												
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Estacionalidad	7.00%	7.00%	8.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	8.00%	8.00%	7.00%	7.00%	100.00%
SUPERMERCADOS	13,293	13,293	15,192	15,192	18,990	18,990	18,990	18,990	15,192	15,192	13,293	13,293	189,899
Espinaca	3,653	3,653	4,175	4,175	5,219	5,219	5,219	5,219	4,175	4,175	3,653	3,653	52,186
Zanahoria	2,740	2,740	3,131	3,131	3,914	3,914	3,914	3,914	3,131	3,131	2,740	2,740	39,139
Zapallo	2,334	2,334	2,667	2,667	3,334	3,334	3,334	3,334	2,667	2,667	2,334	2,334	33,341
Aceituna	2,334	2,334	2,667	2,667	3,334	3,334	3,334	3,334	2,667	2,667	2,334	2,334	33,341
Beterraga	2,232	2,232	2,551	2,551	3,189	3,189	3,189	3,189	2,551	2,551	2,232	2,232	31,891
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	13,293	13,293	15,192	15,192	18,990	18,990	18,990	18,990	15,192	15,192	13,293	13,293	189,899
Espinaca	3,653	3,653	4,175	4,175	5,219	5,219	5,219	5,219	4,175	4,175	3,653	3,653	52,186
Zanahoria	2,740	2,740	3,131	3,131	3,914	3,914	3,914	3,914	3,131	3,131	2,740	2,740	39,139
Zapallo	2,334	2,334	2,667	2,667	3,334	3,334	3,334	3,334	2,667	2,667	2,334	2,334	33,341
Aceituna	2,334	2,334	2,667	2,667	3,334	3,334	3,334	3,334	2,667	2,667	2,334	2,334	33,341
Beterraga	2,232	2,232	2,551	2,551	3,189	3,189	3,189	3,189	2,551	2,551	2,232	2,232	31,891
Total packs	26,586	26,586	30,384	30,384	37,980	37,980	37,980	37,980	30,384	30,384	26,586	26,586	379,798

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47. Programa de Ventas 2022

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2022												
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Estacionalidad	7.00%	7.00%	8.00%	8.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	8.00%	8.00%	7.00%	7.00%	100.00%
SUPERMERCADOS	14,011	14,011	16,013	16,013	20,016	20,016	20,016	20,016	16,013	16,013	14,011	14,011	200,161
Espinaca	3,850	3,850	4,400	4,400	5,501	5,501	5,501	5,501	4,400	4,400	3,850	3,850	55,006
Zanahoria	2,888	2,888	3,300	3,300	4,125	4,125	4,125	4,125	3,300	3,300	2,888	2,888	41,255
Zapallo	2,460	2,460	2,811	2,811	3,514	3,514	3,514	3,514	2,811	2,811	2,460	2,460	35,143
Aceituna	2,460	2,460	2,811	2,811	3,514	3,514	3,514	3,514	2,811	2,811	2,460	2,460	35,143
Beterraga	2,353	2,353	2,689	2,689	3,361	3,361	3,361	3,361	2,689	2,689	2,353	2,353	33,615
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	14,011	14,011	16,013	16,013	20,016	20,016	20,016	20,016	16,013	16,013	14,011	14,011	200,161
Espinaca	3,850	3,850	4,400	4,400	5,501	5,501	5,501	5,501	4,400	4,400	3,850	3,850	55,006
Zanahoria	2,888	2,888	3,300	3,300	4,125	4,125	4,125	4,125	3,300	3,300	2,888	2,888	41,255
Zapallo	2,460	2,460	2,811	2,811	3,514	3,514	3,514	3,514	2,811	2,811	2,460	2,460	35,143
Aceituna	2,460	2,460	2,811	2,811	3,514	3,514	3,514	3,514	2,811	2,811	2,460	2,460	35,143
Beterraga	2,353	2,353	2,689	2,689	3,361	3,361	3,361	3,361	2,689	2,689	2,353	2,353	33,615
Total packs	28,023	28,023	32,026	32,026	40,032	40,032	40,032	40,032	32,026	32,026	28,023	28,023	400,322

Fuente: Elaboración propia

Aquí podemos observar el programa de ventas en unidades consolidado por años:

Tabla 48. Programa de Ventas Anuales

Programa ventas (unidades)	2018	2019	2020	2021	2022
SUPERMERCADOS	162,162	170,926	180,163	189,899	200,161
Espinaca	44,564	46,972	49,510	52,186	55,006
Zanahoria	33,423	35,229	37,133	39,139	41,255
Zapallo	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Aceituna	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Beterraga	27,233	28,705	30,256	31,891	33,615
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	162,162	170,926	180,163	189,899	200,161
Espinaca	44,564	46,972	49,510	52,186	55,006
Zanahoria	33,423	35,229	37,133	39,139	41,255
Zapallo	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Aceituna	28,471	30,010	31,632	33,341	35,143
Beterraga	27,233	28,705	30,256	31,891	33,615
Total packs	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322
		5.40%	5.40%	5.40%	5.40%

Fuente: Elaboración propia

El valor de venta y el precio sugerido de los panes de colores son:

Tabla 49. Valor de Venta y Precio

Producto	Precio de venta sugerido al publico	Margen del canal	Precio de venta al canal	IGV	Valor venta
SUPERMERCADOS					
Espinaca	5.00	30%	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
Zanahoria	5.00	30%	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
Zapallo	5.00	30%	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
Aceituna	5.00	30%	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
Beterraga	5.00	30%	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
BODEGAS / PANADERÍAS					
Espinaca	5.00	25%	S/. 3.75	S/. 0.57	S/. 3.18
Zanahoria	5.00	25%	S/. 3.75	S/. 0.57	S/. 3.18
Zapallo	5.00	25%	S/. 3.75	S/. 0.57	S/. 3.18
Aceituna	5.00	25%	S/. 3.75	S/. 0.57	S/. 3.18
Beterraga	5.00	25%	S/. 3.75	S/. 0.57	S/. 3.18

Fuente: Elaboración propia

A continuación, presentaremos el programa de ventas en soles para los próximos 5 años, estos están divididos por productos y por lugar de venta:

Tabla 50. Programa de Ventas en soles 2018

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2018												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	
SUPERMERCADOS	S/. 33,669	S/. 33,669	S/. 38,479	S/. 38,479	S/. 48,099	S/. 38,479	S/. 33,669	S/. 33,669	S/. 480,990				
Espinaca	S/. 9,253	S/. 9,253	S/. 10,574	S/. 10,574	S/. 13,218	S/. 10,574	S/. 9,253	S/. 9,253	S/. 132,181				
Zanahoria	S/. 6,939	S/. 6,939	S/. 7,931	S/. 7,931	S/. 9,914	S/. 7,931	S/. 6,939	S/. 6,939	S/. 99,133				
Zapallo	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 8,445	S/. 6,756	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 84,449				
Aceituna	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 8,445	S/. 6,756	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 84,449				
Boterraga	S/. 5,634	S/. 5,634	S/. 6,462	S/. 6,462	S/. 8,078	S/. 6,462	S/. 5,634	S/. 5,634	S/. 80,777				
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 35,074	S/. 35,074	S/. 41,228	S/. 41,228	S/. 51,335	S/. 41,228	S/. 35,074	S/. 35,074	S/. 515,347				
Espinaca	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 11,330	S/. 11,330	S/. 14,162	S/. 11,330	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 141,622				
Zanahoria	S/. 7,435	S/. 7,435	S/. 8,497	S/. 8,497	S/. 10,622	S/. 8,497	S/. 7,435	S/. 7,435	S/. 106,216				
Zapallo	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 9,048	S/. 7,238	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 90,481				
Aceituna	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 9,048	S/. 7,238	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 90,481				
Boterraga	S/. 6,058	S/. 6,058	S/. 6,924	S/. 6,924	S/. 8,655	S/. 6,924	S/. 6,058	S/. 6,058	S/. 86,547				
Ventas (sin IGV)	S/. 69,744	S/. 69,744	S/. 79,707	S/. 79,707	S/. 99,634	S/. 79,707	S/. 69,744	S/. 69,744	S/. 996,337				
IGV	S/. 12,554	S/. 12,554	S/. 14,347	S/. 14,347	S/. 17,934	S/. 14,347	S/. 12,554	S/. 12,554	S/. 179,341				
Ventas (con IGV)	S/. 82,297	S/. 82,297	S/. 94,054	S/. 94,054	S/. 117,568	S/. 94,054	S/. 82,297	S/. 82,297	S/. 1,175,678				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51. Programa de Ventas en soles 2019

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2019												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	
SUPERMERCADOS	S/. 35,489	S/. 35,489	S/. 40,559	S/. 40,559	S/. 50,698	S/. 40,559	S/. 35,489	S/. 35,489	S/. 506,963				
Espinaca	S/. 9,753	S/. 9,753	S/. 11,146	S/. 11,146	S/. 13,932	S/. 11,146	S/. 9,753	S/. 9,753	S/. 139,324				
Zanahoria	S/. 7,314	S/. 7,314	S/. 8,369	S/. 8,369	S/. 10,449	S/. 8,369	S/. 7,314	S/. 7,314	S/. 104,493				
Zapallo	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 7,121	S/. 7,121	S/. 8,901	S/. 7,121	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 89,012				
Aceituna	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 7,121	S/. 7,121	S/. 8,901	S/. 7,121	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 89,012				
Boterraga	S/. 5,960	S/. 5,960	S/. 6,811	S/. 6,811	S/. 8,514	S/. 6,811	S/. 5,960	S/. 5,960	S/. 85,142				
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 38,024	S/. 38,024	S/. 43,456	S/. 43,456	S/. 54,320	S/. 43,456	S/. 38,024	S/. 38,024	S/. 543,198				
Espinaca	S/. 10,449	S/. 10,449	S/. 11,942	S/. 11,942	S/. 14,928	S/. 11,942	S/. 10,449	S/. 10,449	S/. 149,275				
Zanahoria	S/. 7,837	S/. 7,837	S/. 8,967	S/. 8,967	S/. 11,196	S/. 8,967	S/. 7,837	S/. 7,837	S/. 111,967				
Zapallo	S/. 6,076	S/. 6,076	S/. 7,630	S/. 7,630	S/. 9,537	S/. 7,630	S/. 6,076	S/. 6,076	S/. 85,370				
Aceituna	S/. 6,676	S/. 6,676	S/. 7,630	S/. 7,630	S/. 9,537	S/. 7,630	S/. 6,676	S/. 6,676	S/. 96,370				
Boterraga	S/. 6,386	S/. 6,386	S/. 7,298	S/. 7,298	S/. 9,122	S/. 7,298	S/. 6,386	S/. 6,386	S/. 91,224				
Ventas (sin IGV)	S/. 73,513	S/. 73,513	S/. 84,014	S/. 84,014	S/. 105,018	S/. 84,014	S/. 73,513	S/. 73,513	S/. 1,050,180				
IGV	S/. 13,232	S/. 13,232	S/. 15,123	S/. 15,123	S/. 18,903	S/. 15,123	S/. 13,232	S/. 13,232	S/. 189,032				
Ventas (con IGV)	S/. 86,745	S/. 86,745	S/. 99,137	S/. 99,137	S/. 123,921	S/. 99,137	S/. 86,745	S/. 86,745	S/. 1,239,212				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52. Programa de Ventas en soles 2020

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2020												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
SUPERMERCADOS	S/. 22,266	S/. 22,266	S/. 35,625	S/. 35,625	S/. 40,079	S/. 44,532	S/. 44,532	S/. 44,532	S/. 40,079	S/. 40,079	S/. 40,079	S/. 35,625	S/. 445,318
Espinaca	S/. 6,119	S/. 6,119	S/. 9,790	S/. 9,790	S/. 11,014	S/. 12,238	S/. 12,238	S/. 12,238	S/. 11,014	S/. 11,014	S/. 11,014	S/. 9,790	S/. 122,373
Zanahoria	S/. 4,589	S/. 4,589	S/. 7,343	S/. 7,343	S/. 8,260	S/. 9,178	S/. 9,178	S/. 9,178	S/. 8,260	S/. 8,260	S/. 8,260	S/. 7,343	S/. 91,783
Zapallo	S/. 3,909	S/. 3,909	S/. 6,255	S/. 6,255	S/. 7,037	S/. 7,819	S/. 7,819	S/. 7,819	S/. 7,037	S/. 7,037	S/. 7,037	S/. 6,255	S/. 78,186
Acetiluna	S/. 3,909	S/. 3,909	S/. 6,255	S/. 6,255	S/. 7,037	S/. 7,819	S/. 7,819	S/. 7,819	S/. 7,037	S/. 7,037	S/. 7,037	S/. 6,255	S/. 78,186
Beterraga	S/. 3,739	S/. 3,739	S/. 5,983	S/. 5,983	S/. 6,731	S/. 7,479	S/. 7,479	S/. 7,479	S/. 6,731	S/. 6,731	S/. 6,731	S/. 5,983	S/. 74,786
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 23,856	S/. 23,856	S/. 38,170	S/. 38,170	S/. 42,941	S/. 47,713	S/. 47,713	S/. 47,713	S/. 42,941	S/. 42,941	S/. 42,941	S/. 38,170	S/. 477,126
Espinaca	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 10,489	S/. 10,489	S/. 11,801	S/. 13,112	S/. 13,112	S/. 13,112	S/. 11,801	S/. 11,801	S/. 11,801	S/. 10,489	S/. 131,119
Zanahoria	S/. 4,917	S/. 4,917	S/. 7,867	S/. 7,867	S/. 8,851	S/. 9,834	S/. 9,834	S/. 9,834	S/. 8,851	S/. 8,851	S/. 8,851	S/. 7,867	S/. 98,339
Zapallo	S/. 4,189	S/. 4,189	S/. 6,702	S/. 6,702	S/. 7,539	S/. 8,377	S/. 8,377	S/. 8,377	S/. 7,539	S/. 7,539	S/. 7,539	S/. 6,702	S/. 83,770
Acetiluna	S/. 4,189	S/. 4,189	S/. 6,702	S/. 6,702	S/. 7,539	S/. 8,377	S/. 8,377	S/. 8,377	S/. 7,539	S/. 7,539	S/. 7,539	S/. 6,702	S/. 83,770
Beterraga	S/. 4,006	S/. 4,006	S/. 6,410	S/. 6,410	S/. 7,212	S/. 8,013	S/. 8,013	S/. 8,013	S/. 7,212	S/. 7,212	S/. 7,212	S/. 6,410	S/. 80,128
Ventas (sin IGV)	S/. 46,122	S/. 46,122	S/. 73,795	S/. 73,795	S/. 83,020	S/. 92,244	S/. 92,244	S/. 92,244	S/. 83,020	S/. 83,020	S/. 83,020	S/. 73,795	S/. 922,444
IGV	S/. 8,302	S/. 8,302	S/. 13,283	S/. 13,283	S/. 14,944	S/. 16,604	S/. 16,604	S/. 16,604	S/. 14,944	S/. 14,944	S/. 14,944	S/. 13,283	S/. 166,040
Ventas (con IGV)	S/. 54,424	S/. 54,424	S/. 87,079	S/. 87,079	S/. 97,964	S/. 108,848	S/. 108,848	S/. 108,848	S/. 97,964	S/. 97,964	S/. 97,964	S/. 87,079	S/. 1,088,483

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53. Programa de Ventas en soles 2021.

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2021												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
SUPERMERCADOS	S/. 39,428	S/. 39,428	S/. 45,061	S/. 45,061	S/. 56,326	S/. 56,326	S/. 56,326	S/. 56,326	S/. 45,061	S/. 45,061	S/. 39,428	S/. 563,260	
Espinaca	S/. 10,835	S/. 10,835	S/. 12,383	S/. 12,383	S/. 15,479	S/. 15,479	S/. 15,479	S/. 15,479	S/. 12,383	S/. 12,383	S/. 10,835	S/. 154,789	
Zanahoria	S/. 8,126	S/. 8,126	S/. 9,287	S/. 9,287	S/. 11,609	S/. 11,609	S/. 11,609	S/. 11,609	S/. 9,287	S/. 9,287	S/. 8,126	S/. 116,092	
Zapallo	S/. 6,923	S/. 6,923	S/. 7,911	S/. 7,911	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 7,911	S/. 7,911	S/. 6,923	S/. 98,893	
Acetiluna	S/. 6,923	S/. 6,923	S/. 7,911	S/. 7,911	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 9,889	S/. 7,911	S/. 7,911	S/. 6,923	S/. 98,893	
Beterraga	S/. 6,622	S/. 6,622	S/. 7,567	S/. 7,567	S/. 9,459	S/. 9,459	S/. 9,459	S/. 9,459	S/. 7,567	S/. 7,567	S/. 6,622	S/. 94,593	
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 42,244	S/. 42,244	S/. 48,279	S/. 48,279	S/. 60,349	S/. 60,349	S/. 60,349	S/. 60,349	S/. 48,279	S/. 48,279	S/. 42,244	S/. 603,492	
Espinaca	S/. 11,609	S/. 11,609	S/. 13,268	S/. 13,268	S/. 16,585	S/. 16,585	S/. 16,585	S/. 16,585	S/. 13,268	S/. 13,268	S/. 11,609	S/. 165,845	
Zanahoria	S/. 8,707	S/. 8,707	S/. 9,561	S/. 9,561	S/. 12,436	S/. 12,436	S/. 12,436	S/. 12,436	S/. 9,561	S/. 9,561	S/. 8,707	S/. 124,384	
Zapallo	S/. 7,417	S/. 7,417	S/. 8,477	S/. 8,477	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 8,477	S/. 8,477	S/. 7,417	S/. 105,957	
Acetiluna	S/. 7,417	S/. 7,417	S/. 8,477	S/. 8,477	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 10,596	S/. 8,477	S/. 8,477	S/. 7,417	S/. 105,957	
Beterraga	S/. 7,054	S/. 7,054	S/. 8,108	S/. 8,108	S/. 10,135	S/. 10,135	S/. 10,135	S/. 10,135	S/. 8,108	S/. 8,108	S/. 7,054	S/. 101,350	
Ventas (sin IGV)	S/. 81,673	S/. 81,673	S/. 93,340	S/. 93,340	S/. 116,675	S/. 116,675	S/. 116,675	S/. 116,675	S/. 93,340	S/. 93,340	S/. 81,673	S/. 1,166,752	
IGV	S/. 14,701	S/. 14,701	S/. 16,901	S/. 16,901	S/. 21,002	S/. 21,002	S/. 21,002	S/. 21,002	S/. 16,901	S/. 16,901	S/. 14,701	S/. 210,915	
Ventas (con IGV)	S/. 96,374	S/. 96,374	S/. 110,141	S/. 110,141	S/. 137,677	S/. 137,677	S/. 137,677	S/. 137,677	S/. 110,141	S/. 110,141	S/. 96,374	S/. 1,376,767	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54. Programa de Ventas en soles 2022.

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2022												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
SUPERMERCADOS	S/. 41,559	S/. 41,559	S/. 47,496	S/. 47,496	S/. 59,370	S/. 59,370	S/. 59,370	S/. 59,370	S/. 47,496	S/. 47,496	S/. 41,559	S/. 593,699	
Espinaca	S/. 11,421	S/. 11,421	S/. 13,052	S/. 13,052	S/. 16,315	S/. 16,315	S/. 16,315	S/. 16,315	S/. 13,052	S/. 13,052	S/. 11,421	S/. 163,154	
Zanahoria	S/. 8,566	S/. 8,566	S/. 9,789	S/. 9,789	S/. 12,237	S/. 12,237	S/. 12,237	S/. 12,237	S/. 9,789	S/. 9,789	S/. 8,566	S/. 122,365	
Zapallo	S/. 7,297	S/. 7,297	S/. 8,339	S/. 8,339	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 8,339	S/. 8,339	S/. 7,297	S/. 104,237	
Acetiluna	S/. 7,297	S/. 7,297	S/. 8,339	S/. 8,339	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 10,424	S/. 8,339	S/. 8,339	S/. 7,297	S/. 104,237	
Beterraga	S/. 6,979	S/. 6,979	S/. 7,976	S/. 7,976	S/. 9,971	S/. 9,971	S/. 9,971	S/. 9,971	S/. 7,976	S/. 7,976	S/. 6,979	S/. 99,705	
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 44,527	S/. 44,527	S/. 50,888	S/. 50,888	S/. 63,611	S/. 63,611	S/. 63,611	S/. 63,611	S/. 50,888	S/. 50,888	S/. 44,527	S/. 636,160	
Espinaca	S/. 12,237	S/. 12,237	S/. 13,985	S/. 13,985	S/. 17,481	S/. 17,481	S/. 17,481	S/. 17,481	S/. 13,985	S/. 13,985	S/. 12,237	S/. 174,808	
Zanahoria	S/. 9,177	S/. 9,177	S/. 10,488	S/. 10,488	S/. 13,111	S/. 13,111	S/. 13,111	S/. 13,111	S/. 10,488	S/. 10,488	S/. 9,177	S/. 131,106	
Zapallo	S/. 7,818	S/. 7,818	S/. 8,935	S/. 8,935	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 8,935	S/. 8,935	S/. 7,818	S/. 111,583	
Acetiluna	S/. 7,818	S/. 7,818	S/. 8,935	S/. 8,935	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 11,168	S/. 8,935	S/. 8,935	S/. 7,818	S/. 111,583	
Beterraga	S/. 7,478	S/. 7,478	S/. 8,546	S/. 8,546	S/. 10,683	S/. 10,683	S/. 10,683	S/. 10,683	S/. 8,546	S/. 8,546	S/. 7,478	S/. 106,827	
Ventas (sin IGV)	S/. 86,086	S/. 86,086	S/. 98,384	S/. 98,384	S/. 122,980	S/. 122,980	S/. 122,980	S/. 122,980	S/. 98,384	S/. 98,384	S/. 86,086	S/. 1,229,804	
IGV	S/. 15,496	S/. 15,496	S/. 17,709	S/. 17,709	S/. 22,136	S/. 22,136	S/. 22,136	S/. 22,136	S/. 17,709	S/. 17,709	S/. 15,496	S/. 221,365	
Ventas (con IGV)	S/. 101,582	S/. 101,582	S/. 116,094	S/. 116,094	S/. 145,117	S/. 145,117	S/. 145,117	S/. 145,117	S/. 116,094	S/. 116,094	S/. 101,582	S/. 1,451,169	

Fuente: Elaboración propia

Aquí podemos observar el programa de ventas en soles consolidado por años:

Tabla 55. Programa de Ventas en soles por años

Programa ventas (soles)	2018	2019	2020	2021	2022
SUPERMERCADOS	S/. 480,990	S/. 506,983	S/. 534,381	S/. 563,260	S/. 593,699
Espinaca	S/. 132,181	S/. 139,324	S/. 146,853	S/. 154,789	S/. 163,154
Zanahoria	S/. 99,135	S/. 104,493	S/. 110,140	S/. 116,092	S/. 122,365
Zapallo	S/. 84,449	S/. 89,012	S/. 93,823	S/. 98,893	S/. 104,237
Aceituna	S/. 84,449	S/. 89,012	S/. 93,823	S/. 98,893	S/. 104,237
Beterraga	S/. 80,777	S/. 85,142	S/. 89,743	S/. 94,593	S/. 99,705
BODEGAS / PANADERIAS / GRIFOS	S/. 515,347	S/. 543,196	S/. 572,551	S/. 603,492	S/. 636,106
Espinaca	S/. 141,622	S/. 149,275	S/. 157,342	S/. 165,845	S/. 174,808
Zanahoria	S/. 106,216	S/. 111,957	S/. 118,007	S/. 124,384	S/. 131,106
Zapallo	S/. 90,481	S/. 95,370	S/. 100,524	S/. 105,957	S/. 111,683
Aceituna	S/. 90,481	S/. 95,370	S/. 100,524	S/. 105,957	S/. 111,683
Beterraga	S/. 86,547	S/. 91,224	S/. 96,154	S/. 101,350	S/. 106,827
Ventas (sin IGV)	S/. 996,337	S/. 1,050,180	S/. 1,106,932	S/. 1,166,752	S/. 1,229,804
IGV	S/. 179,341	S/. 189,032	S/. 199,248	S/. 210,015	S/. 221,365
Ventas (con IGV)	S/. 1,175,678	S/. 1,239,212	S/. 1,306,180	S/. 1,376,767	S/. 1,451,169
		5.40%	5.40%	5.40%	5.40%

Fuente: Elaboración propia

4.3 Mezcla de Marketing

4.3.1. Producto

Consiste en la elaboración de pan tipo hamburguesa en base a 5 vegetales exclusivamente seleccionados (zapallo, betarraga, aceituna, zanahoria y espinaca)

Luego de realizar los Focus Group y las encuestas nos damos cuenta hemos de las diferentes opiniones, gustos y preferencias de las personas seleccionadas en cuanto a sabores, presentación del producto, logo, cantidad por empaque, del cual obtuvimos los resultados:

- Sabores de panes

Nuestro público que probó los distintos sabores de panes presentados, demostraron sus preferencias por los panes de betarraga y aceituna, siendo estos como los que tienen un sabor más intenso que los de zapallo y espinaca.

Tabla 56. Alternativa de sabores antes y después.

Inicio	Actualmente
Albahaca (verde)	Zapallo
Zapallo (amarillo)	Betarraga
Betarraga (rojo)	Aceituna
Espinaca (verde)	Zanahoria
Aceituna (morado)	Espinaca
Maíz morado (morado)	
Zanahoria (naranja)	

Fuente: Elaboración propia



✓ **Envase** y encuestas y el preguntó panes les la mayoría de 6 panes de

Cantidad: En las Focus Group se les acerca de cuantos gustaría por bolsa y prefirió en empaques un solo sabor.



Figura 16. Envase

- ✓ **Logo:** El logo que identifica a nuestro producto es logotipo figurativo y denominativo, es decir donde se identifique el diseño del dibujo y las letras de la marca.

Según el Focus Group y las encuestas tuvo mayor apego la marca “Panés Veggie”



Figura 17. Logo de la empresa

Presentación

Nuestro empaque será presentado en bolsas de plástico con cierre de plastinudos (alambre de plástico), vendrán en 5 sabores de vegetales:

- Zapallo
- Betarraga
- Aceituna
- Zanahoria
- Espinaca

La imagen plasmada en la bolsa tendrá el motivo referente al diseño de un corazón formado por vegetales.

El color elegido para el diseño de nuestras bolsas, será transparente con tonos verde, naranja, amarillo y rojo.



Figura 89. Etiquetas delante y detrás del empaque.

- ✓ **Marca:** El producto tendrá el nombre de Panes Veggie, lo cual hace referencia a los vegetales que contiene el pan de manera que al apreciar los colores se entienda que son provenientes de vegetales. Veggie es una palabra en inglés que significa que está hecho de verduras. En Lima las personas suelen utilizar muchas palabras en inglés como un signo de estatus y prestigio o como un indicador del nivel educativo (Congreso del Perú, 2015, p.25)

- ✓ **Slogan: “Color y nutrición a tu vida”.** Con este slogan buscamos que nuestro público pueda percibir los colores de una forma positiva y que aportan un valor nutritivo y base a ello se animen a consumirlo.

- **Contenido de la Etiqueta Posterior:** Nuestro producto contará con una etiqueta al reverso, donde se detallará la siguiente información:
 - ✓ Cantidad en gramos: 300g
 - ✓ Procedencia: Lima - Perú
 - ✓ Razón Social de la Empresa: Panes Veggie S.A.C.
 - ✓ Dirección:
 - ✓ RUC
 - ✓ Registro Sanitario
 - ✓ Vencimiento:
 - ✓ Código de Barras
 - ✓ Ingredientes
 - ✓ Información nutricional
 - ✓ Distribuidora
 - ✓ Recomendaciones o advertencias: Mantener en un lugar fresco y al amparo de la luz. El envase debe permanecer cerrado. Ver fecha de vencimiento impresa en el empaque. Libre de bromato.
 - ✓ Símbolos de recomendación para reciclar la bolsa una vez consumido el producto en un lugar adecuado y del que simboliza producto alimenticio.



Figura 20. Simbolos de Reciclaje.

✓ **Valor nutricional:** Nuestros panes de colores saludables poseen el siguiente valor nutricional:

Tamaño en porción 50g

Porciones en el envase: 6

Cantidad por porción:

Calorías: 142

Calorías de grasa: 25.29

Tabla 57. Valor nutricional para los panes

Composición	Valor	% Valor diario
Grasa total	2.81g	4%
Sodio	288 mg	12%
Carbohidratos totales	23.64 g	8%
Fibra dietaría	1.84 g	7%
Cenizas	0.89 g	
Proteínas	5.66 g	

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Verduras:** Las verduras elegidas, según la preferencia de los consumidores son: zapallo, betarraga, aceituna, zanahoria y espinaca las cuales conservan su sabor característico y algunas propiedades nutricionales.

A continuación, mostraremos el valor nutricional que posee cada verdura:

Zapallo:

Tabla 58. Ficha técnica del zapallo

Ficha Técnica													
Nombre comercial	Panes Veggie Zapallo												
Nombre técnico	Zapallo tipo macre												
Descripción y características físicas del producto	El zapallo tipo macre es el fruto de la especie Cucúrbita máxima y de la familia de las cucurbitáceas, es una baya grande cuyas paredes externas endurecen y las más internas permanecen suaves y carnosas												
Color	Pulpa amarillo cremoso o amarillo intenso, en tanto la cáscara o superficie externa del fruto es de color verde o amarillento generalmente												
Tamaño y peso	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño</th> <th>Diámetro (cm)</th> <th>Peso (kg)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>> 50</td> <td>> 37</td> </tr> <tr> <td>B</td> <td>34 - 49</td> <td>17 - 36</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>15 - 33</td> <td>5 - 16</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño	Diámetro (cm)	Peso (kg)	A	> 50	> 37	B	34 - 49	17 - 36	C	15 - 33	5 - 16
Tamaño	Diámetro (cm)	Peso (kg)											
A	> 50	> 37											
B	34 - 49	17 - 36											
C	15 - 33	5 - 16											
Consistencia	Pulpa resistente y dureza de cáscara												
Países de origen	El zapallo es una planta originaria de América.												
Composición	Energía, proteína, grasa, glúcidos, fibra, calcio, hierro, vitamina A, Vitamina C.												
Propiedades	El macre es un zapallo o calabaza de magnificas propiedades digestivas, para el tratamiento de parásitos, ayuda frente a la depresión, ayudan a prevenir la formación de piedras en los riñones, es un diurético natural.												

Usos	El zapallo macre se puede consumir en guisos, compotas, purés, encurtidos, mermeladas.
------	--

Fuente: Elaboración propia

Betarraga

Tabla 5930. Ficha técnica de la betarraga

Ficha Técnica	
Nombre comercial	Panes Veggie Betarraga
Nombre técnico	Acelga blanca/Betarava/Betabel/Remolacha
Descripción y características físicas del producto	La betarraga (<i>Beta vulgaris</i>), es una hortaliza raíz de forma globular cilíndrica o cónica.
Color	Varia de rojo grosella a morado oscuro
Tamaño y peso	Su diámetro por lo general no es menor de 4 cm aproximadamente
Consistencia	Fibrosa, fresca, carnosa y jugosa
Países de origen	Sur de Europa
Composición	Vitamina C, Vitamina B, ácido fólico
Propiedades	Regula la presión arterial, en algunos casos reduce el riesgo de enfermedades cardíacas, Contra el cáncer, Contra la anemia, Incrementa el rendimiento deportivo en algunas personas, Para un peso saludable, Para el embarazo, Contra el colesterol Antioxidantes
Usos	Comidas, ensaladas, postres

Fuente: Elaboración propia

Aceituna

Tabla 60. Ficha técnica de la aceituna

Ficha Técnica	
Nombre comercial	Panes Veggie Aceituna
Nombre técnico	Aceituna negra/Olea Europea Sativa
Descripción y características físicas del producto	La aceituna negra botija peruana o de mesa es un fruto de la variedad conocida como sevillana o criolla.
Color	Negro
Tamaño y peso	Determinado por el número de frutos que entren en un kilogramo o hectogramo, siendo estos calibres los siguientes: 60/70 71/80 81/90 91/100 101/110 111/120 121/140
Consistencia	Las aceitunas negras son obtenidas por son recogidos en plena madurez o poco antes de ella, pudiendo presentar, según la zona de producción y la época de cosecha, un color negro rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro, no sólo en la piel sino también en el espesor de la carne.
Países de origen	Grecia y Asia Menor
Composición	omega-3 y omega-6, vitaminas A y C, tiamina, fibra
Propiedades	prevenir enfermedades cardiacas, mantener nuestro peso, aliado para las personas que tienen anemia
Usos	Ensaladas, comidas, desayuno

Fuente: Elaboración propia

Zanahoria

Tabla 61. Ficha técnica de la zanahoria

Ficha Técnica	
Nombre comercial	Panes Veggie Zanahoria
Nombre técnico	Zanahoria criolla / Zanahoria serrana
Descripción y características físicas del producto	La zanahoria (<i>daucus carota</i>) es una herbácea de la familia de las umbelíferas de la especie <i>Mucus carota</i> . Es una verdura dura, bianual y de clima frío, que crece por la raíz gruesa que produce en la primera estación de crecimiento.
Color	Naranja
Tamaño y peso	Suelen tener entre 15 a 17 cm sin embargo, pueden alcanzar hasta los 20 cm de largo y un poco más, su peso oscila entre 100 y 250 g.
Consistencia	Dura, sólida.
Países de origen	Se originó en Asia Central, de donde se extendió a Europa y al resto del mundo.
Composición	Hidratos de carbono, proteína vegetal, fibra, vitamina C, E, niacina o B3, piridoxina o B6, tiamina o B1, riboflavina o B2, carotenos, retinol y ácido fólico o B9
Propiedades	Ayuda a estimular el apetito, Es digestiva y diurética, en las mujeres les ayuda a regular el ciclo menstrual, Activa el proceso de bronceado, Alivia los problemas respiratorios, Reduce la anemia, Combate el estreñimiento, Fortalece el cabello y las uñas, Disminuye el colesterol, Mejora la leche materna, Mejora el humor, buena para la vista
Usos	Ensaladas, sopas, salsas, etc.

Fuente: Elaboración propia

Espinaca

Tabla 62. Ficha técnica de la espinaca

Ficha Técnica	
Nombre comercial	Panes Veggie Espinaca
Nombre técnico	Spinacia oleracea
Descripción y características físicas del producto	La espinaca es una verdura de hoja que pertenece a la familia de las quenopodiáceas
Color	Verde oscuro y brillante
Tamaño y peso	El tallo mide unos 15 cm y la hoja más de 20 cm. Peso: el peso depende de la variedad, aunque normalmente oscila entre 0,5 y 1 kg
Países de origen	En sus inicios los cultivos de espinaca se ubican en la zona del Cáucaso y parte de Persia. Donde luego Llegaron a Europa, gracias a las invasiones árabes.
Composición	Calcio, Hierro, Yodo, Magnesio, Zinc, Selenio, Sodio, Potasio, Fósforo.
Propiedades	Promueve el transporte y depósito de oxígeno en los tejidos, Aumenta la fuerza muscular, Ayuda a bajar de peso, Favorece el tránsito intestinal, Promueve la energía y vitalidad, Ayuda a prevenir enfermedades, Beneficia a mujeres embarazadas y niños, Mejora la visión, Mantiene la presión arterial balanceada.
Usos	Hoy en día en nuestra gastronomía el uso de espinacas son muy variadas ya que este vegetal puede ser consumido cocido o crudo de manera indistinta conservando siempre su sabor y cualidades.

Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Precio

Para decidir el precio de venta sugerida “Paness Veggie” y al no tener completa aún una estructura de costos (la cual se presentará a detalle en el informe 4) analizamos dos factores esenciales: Una comparación de precios respecto a la competencia directa y una comparación respecto a los resultados de nuestro Focus Group y encuesta.

Comparación de precios respecto a nuestra competencia directa

Tabla 63. 1° Comparación de precios respecto a nuestra competencia directa.

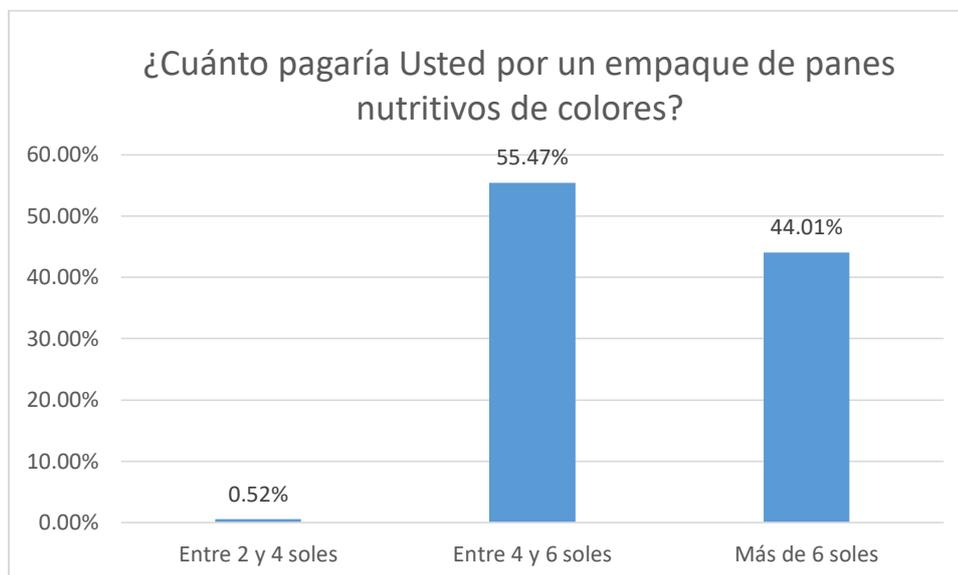
	 Panes veggie	 “BIMBO”
	“PANES VEGGIE”	“BIMBO”
Distrito	Chorrillos, Lima, Lima	Carmen De La Legua Reynoso
Productos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Panes hamburguesa hecho en base a vegetales. 	Panes <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hamburguesa ✓ Molde ✓ Pita ✓ Tostadas ✓ Kekes
Presentación	Por 6 unidades Empaque de bolsa plástico de 300g. de peso	Por 8 unidades Empaque de bolsa plástico de 300g. de peso
Precio por botella	Bolsa de 6 unidades S/ 5.00	Bolsa de 8 unidades S/ 6.50
Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina de trigo, levadura, azúcar, ajonjolí, gluten de trigo, salvado de trigo. ✓ Dependiendo del vegetal a utilizarse se usará: zanahoria, espinaca, betarraga, zapallo o aceituna. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina de trigo fortificada, levadura, azúcar, ajonjolí, gluten de trigo, leche en polvo, soya.
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Venta a mayoristas que lo expenden a panaderías, bodegas y grifos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Venta a distribuidores que lo expenden a panaderías, bodegas y grifos, supermercados

Fuente: Elaboración propia

Según el Focus Group los entrevistados mencionaron respecto a sus preferencias de compra que les gustaría:

- ✓ Encontrar los productos en bodegas y supermercados.
- ✓ Comprarían el producto para las loncheras de sus hijos.
- ✓ Estarían dispuestos a pagar 6 soles por una presentación de 8 panes.

En cuanto a los resultados de las encuestas el 0.52 % su aceptación de pagar un precio oscilante entre S/ 2.00 y S/ 4.00; otro parte importante 55.47% indico que estaría dispuesta a pagar entre S/ 4.00 y S/ 6.00, y el resto (44.01 %) expresó que podrían pagar de S/ 6.00 soles a más.



En este caso consideramos que el precio sugerido para nuestros clientes será de S/. 5.00 para una cantidad de 6 unidades por bolsa, debido a que las encuestas indican que la mayoría del público objetivo está de acuerdo con el precio.

Por otra parte podremos tener ventaja en relación con nuestro competidor principal en cuanto al precio, porque si bien presentamos menor cantidad en unidades es aparentemente más accesible, por otro lado al ubicarnos La planta se encontrará ubicada en el Departamento de Lima, en la provincia constitucional del Callao, distrito de Bellavista, en Jirón Los Cóndores 179 urb. San José, Bellavista. estaríamos cerca a nuestro mercado meta quienes se encuentran en las zonas 6 y 7 (ENAHO) en cambio Bimbo está un poco alejado, otra ventaja sería el uso de fibra no solo en vegetales sino también con salvado de trigo lo cual nos distingue de casi toda la competencia y nos hace únicos y por último, no utilizamos leche de vaca ni soya, lo cual favorece a las personas veganas quienes no consumen ningún producto animal y que buscan cuidar su salud.

Tabla 64. Precio de Venta y Margen de Canales.

Precio de Venta	Valor de venta
Bolsa de 6 unidades. S/. 5.00 (Incluido I.G.V)	Bolsa de 6 unidades S/. 4.24

Canal	Margen por canal
Supermercados	30 %
Panaderías / Bodegas / Grifos	25%

Fuente: Elaboración propia

Para poder obtener el precio unitario de nuestro producto hemos decidido un costo unitario proyectado, el cual incluye todos los insumos que usaremos en nuestro producto: que serán el pan, las verduras, las bolsas y plastinudos.

Además, que según el Focus Group realizado un 55.47% de los encuestados manifestaron que pueden pagar por el producto entre 4 y 6 soles la bolsa.

4.3.3. Plaza

Teniendo en cuenta que nuestra empresa recién está entrando a un mercado relativamente nuevo optaremos por distribuir nuestro producto de la siguiente forma



Figura 21. Plaza

El canal de distribución utilizado es el indirecto, es decir que existe un intermediario entre el productor y el consumidor además es un canal largo es decir requiere de dos intermediarios el mayorista y el minorista.



Figura 22. Porcentaje de ventas por plaza.

La cobertura de mercado que abasteceremos será utilizando la estrategia selectiva, es decir hacer uso de un número limitado de tiendas en un territorio dado. Por ello nos enfocamos las ventas en panaderías y bodegas solo en la zona 7 de ENAHO (nuestro universo está conformado por las zonas 6 y 7) debido a que tienen mayor poder adquisitivo y gustan por las comidas saludables sin importar mucho en su precio.

Grifos

Los grifos presentes son actualmente uno de los lugares más concurridos donde puedes conseguir variedad de productos entre ellos los panes, así como también facilidades de pago en efectivo y tarjeta. En estos grifos realizaremos nuestras campañas de degustación para penetrar en el mercado y mostrar más nuestro producto a más clientes.

4.3.4. Promoción

Nuestro producto es un pan elaborado a base de vegetales y fibra, considerando que es un producto nuevo en el mercado de panes embolsados.

Nuestra estrategia de promoción lo desarrollaremos por de diversos métodos, donde esperamos que nuestros futuros clientes:

- ✓ Conozcan los sabores de acuerdo a los colores de las verduras que utilizamos en nuestro producto.

- ✓ Consuman un producto nuevo y se animen a comprarlo.
- ✓ Recuerden el sabor, la marca y beneficios a fin de fidelizarlos, es decir reconozcan nuestro valor agregado y vuelvan a comprarlo.

Público Objetivo

- ✓ Nuestro público objetivo pertenece a los segmentos A y B.
- ✓ Ellos se encuentran ubicados en la zona 6 que rige los distritos de Jesus Maria, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel, luego tenemos la zona 7, la cual pertenece al distrito de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina.
- ✓ Nuestro producto es tanto para hombres y mujeres, generalmente personas que quieran consumir algo nutritivo
- ✓ Realizaremos una campaña de lanzamiento que dure 05 meses, lo cual estimamos que empiece en diciembre y termine en abril 2018.

4.3.5 Campaña de lanzamiento promoción para todos los años

Tabla 65. Actividades

Actividades	Descripción
Redes Sociales	Su utilización será en los 04 meses
Banners y posters	Serán utilizados en el mes de enero, febrero y marzo.
Degustación	Se realizará en la primera y tercera semana de enero, febrero, marzo y abril en diferentes establecimientos.
Góndolas	Su utilización será en los 04 meses
Días de descuento	Se realizará en la primera y tercera semana de enero, febrero, marzo y abril en diferentes establecimientos.

Fuente: Elaboración propia

Redes Sociales: crearemos un Fan Page en Facebook y una cuenta en Instagram. Esto nos permitirá interactuar con nuestros clientes, a un costo cero, porque estas redes sociales son gratuitas, también nos beneficia porque tendremos un contacto directo y podremos resolver cualquier duda que ellos tengan en relación a nuestro producto. Además en estas páginas se podrá encontrar información sobre la empresa, la marca y el producto, además de se publicarán fotos, y hasta se harán concursos y se ofrecerán promociones para poder atraer a más público.

Panaderías y Bodegas: En estos puntos de ventas se podrán observar posters de nuestro producto, donde tenemos como objetivo el conocimiento de la presentación del producto, la forma del envase, los colores de los panes, además los sabores y los precios.

Grifos: Dentro de los establecimientos se realizará el sampling del producto, el objetivo principal es la degustación del producto, para que el consumidor conozca los panes de colores nutritivos, para esto se contará con impulsadoras las cuales se encargarán de la degustación de todos los sabores, además de informar a los clientes sobre el producto. También haremos entregas de volantes, en estos se informará sobre el producto en sí (contenido, valor nutricional).

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria

Panes Veggie será una Sociedad Anónima Cerrada, según la Ley General de Sociedades (Ley 26887), que indica:

- Esta organización puede ser conformada con solo dos (2 personas) pero en nuestro caso serán cinco personas (05 Socios). Siendo el número máximo permitido (20 personas).
- Los cinco integrantes proporcionaran de manera equitativa el capital social, de esta manera tendremos igualdad en la repartición de acciones y democracia en la toma de decisiones.
- Según nuestra estructura organizacional contaremos con una Gerencia General y a Junta General de Accionistas, no tendremos directorio.
- En caso un socio desee vender el porcentaje parcial o total de sus acciones, los demás socios tendrán el derecho de preferencia. En caso no las deseen, deberán tener la aprobación de la junta para venderlas a un tercero.

Nuestro Capital Social, estará conformado según detalle adjunto:

Participación Societaria y Cargo

Tabla 68: Participación Societaria y cargos

<i>Accionista</i>	Porcentaje	Cargo que Desempeña
<i>Rogers Martínez Malqui</i>	20%	Accionista
<i>Arturo Díaz Cervantes</i>	20%	Accionista
<i>John Rosales Pérez</i>	20%	Accionista
<i>Vera López Lozada</i>	20%	Accionista
<i>Cintha Vicente Ganoza</i>	20%	Accionista

Fuente: *Elaboración propia*

Nuestro Capital Social será de S/. 3,000 (Tres Mil y 00/100 Nuevos Soles), representado por 3,000 acciones nominativas con derecho a voto de un valor nominal de S/. 1.0 nuevo sol), regidas por el Directorio.

Una vez constituida la empresa en los días siguientes realizaremos un aumento de capital para la empresa ascendente a S/. 300,000. soles siguiendo el mismo esquema mostrado en la Tabla 68.

a. Actividades.

Las actividades a realizar:

a) Reserva del nombre en la SUNARP.

El reservar el nombre, impide la inscripción (durante la constitución de la empresa) de cualquier otra empresa que tenga la denominación parecida o igual. Para ello, se debe buscar en el “Directorio Nacional de Personas Jurídicas” (El derecho del trámite son S/ 4.00 soles). Luego de solicitar la inscripción del nombre de la empresa, se debe esperar 1 día para obtener la reserva del nombre, esta reserva tiene una vigencia de 30 días. (Este trámite tiene un costo de S/ 18.00 soles).

b) Preparar la Minuta de Constitución

La Minuta es documento privado, elaborado y firmado por un abogado que contiene la voluntad de constituir la empresa, este contrato debe ser suscrito por la Junta General de Accionistas, el cual debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar los documentos de identidad de los socios.
- Descripción y voluntad de los Socios para constituir la Sociedad.
- Indicar el monto del Capital Social y la división respectiva de las acciones.
- Forma de Pago del Capital suscrito: Especificar si el capital social será:
(Dinerario o No Dinerario).
- Cantidad aportada de cada Socio.
- Nombramiento de Gerente General, Directores y Representante Legal. Se deberá establecer expresamente, si la empresa no cuenta con Directorio.
- Estatuto de la Sociedad, conteniendo lo mínimo exigible en el Artículo 55 de la Ley General de Sociedades¹.

c) Presentación de Documentos ante la Notaría

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- Minuta firmada por los Socios, y autorizada por un abogado.
- Título de Reserva registral de razón social en original.
- Certificado de depósito bancario, en una cuenta de sociedad de formación

(Aportes Dinerarios)

- Para aportes No Dinerarios, se requiere presentar una Declaración del Gerente General, que confirma la recepción. Se debe detallar en la Escritura Pública, la transferencia de los muebles e inmuebles a la Sociedad, incluyendo un informe de valorización suscrito por quien lo realizó, detallando nombre completo, DNI y domicilio.

- Luego de presentar todos los documentos antes indicados, la Notaría procede a elevar la Minuta a Escritura Pública. Las copias de la Escritura Pública, autorizados por el Notario, se presentan ante SUNARP, quienes tienen un plazo de 7 días para realizar la Inscripción en el registro de Personas Jurídicas.

b. Valorización.

A continuación, detallamos los costos y pasos necesarios para realizar una correcta inscripción de nuestra empresa en Registros Públicos.

Cuadro 69: Valorización del proceso de inscripción de la sociedad.

<i>INSCRIPCIÓN DE LA SOCIEDAD</i>	<i>MONTO</i>
<i>Búsqueda de Nombre</i>	S/. 4.00
<i>Reserva de Razón Social</i>	S/. 18.00
<i>Elaboración de la Minuta</i>	S/. 250.00
<i>Elevar la Minuta a Escritura Pública</i>	S/. 150.00
<i>Elevar la Escritura Pública a SUNARP</i>	S/. 90.00
TOTAL	S/. 512.00

Fuente: *Elaboración propia*

5.1.2. Registro de marcas y patentes

a. Actividades.

El registro de nuestra marca “Panés Veggie” en la dirección de Signos distintivos perteneciente a INDECOPI, Es necesaria para diferenciar nuestro producto ante la competencia y así nuestro mercado nacional lo pueda reconocer, de esta manera nace la protección de nuestra marca y se puede utilizar acciones civiles y penales en el caso que terceros intenten igualar o copiar nuestra marca.

El primer paso que debemos realizar es una búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos (marcas u otros signos) parecidas a nuestro producto, al no encontrar ninguna similitud se procede a realizar la inscripción, detallamos los pasos a seguir para poder realizar la inscripción:

- Debemos presentar y completar tres copias del formato de solicitud correspondiente de INDECOPI (dos para la entidad y nuestro cargo).
- Proporcionaremos nuestro Registro Único de Contribuyente (RUC), en caso de contar con uno de nuestros representantes, deberá proporcionar sus datos de identificación y

deberá tener una autorización a través de una carta poder y deberá indicar un domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.

- Indicaremos el signo o grafico que pretendemos registrar (puede ser denominativo, mixto, figurativo o tridimensional), En este caso debemos presentar 3 copias a colores de 5cm. de largo y 5 cm. de ancho. A su vez se envía una copia del logo al siguiente correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

Entonces, presentaremos nuestra marca PANES VEGGIE y posteriormente también registraremos nuestro logo.



Figura 23: Logo de empresa

Diseño propio

Indicaremos la actividad económica que deseamos distinguir con el logo, y también detallaremos la clase a la que pertenecen (Clasificación Internacional de Niza). Panes Veggie se encuentra en la Clase 30 – Productos alimenticios de origen vegetal.

- De existir un parentesco en el extranjero, debemos indicar en nuestra solicitud presentada la reivindicación de nuestra prioridad, adjuntando una copia certificada de la autoridad competente de la primera solicitud.

- Procederemos a firmar la solicitud.

<i>REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES</i>	<i>MONTO</i>
<i>Costo por Registro de Marca en Indecopi</i>	S/. 534.99
<i>Búsqueda de antecedente Fonético</i>	S/. 30.99
<i>Búsqueda de antecedente Figurativo</i>	S/. 38.46
<i>TOTAL</i>	S/. 604.44

- Adjuntaremos el baucher de pago del trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99. Este importe deberá pagarse en el Banco de la Nación o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

Una vez completados los requisitos y aprobados estos, se publicará en la gaceta electrónica de propiedad industrial del INDECOPI, luego del tiempo establecido por la entidad sin nadie que pueda oponerse, obtendríamos la resolución junto al certificado.

De igual manea patentaremos nuestra formula de panes de colores ya que es innovadora en nuestro medio, pero ello se evaluará posteriormente.

b. Valorización.

A continuación, detallamos los costos y pasos necesarios para realizar una correcta inscripción de registro de marcas y patentes²:

Cuadro 70: Valorización del proceso de Registro de Marcas y Patentes

²Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (s.f.) Tasas. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual Lima, Perú. Recuperado desde: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/tasas>

Fuente: *Elaboración propia*

5.1.3. Licencias y autorizaciones

5.1.3.1 Actividades.

La licencia de funcionamiento es una de las principales para el desarrollo de nuestra empresa, dado que esta aplica el marco jurídico del cual tenemos que estar, dicha licencia es básica, dado que la municipalidad distrital pide como requisito indispensable para el libre funcionamiento, la ley que para este caso aplica es la N° 28976.

Paso a detallar definiciones de dicha ley para su correcto proceso de solicitud y entrega de esta misma:

Tabla 71: Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento

Artículo 2º Definiciones:
Compatibilidad de uso: Evaluación que realiza la entidad competente con el fin de verificar, si el tipo de actividad económica a ser desarrollada por el interesado resulta o no compatible con la categorización del espacio geográfico establecido en la zonificación vigente.
Establecimiento: Inmueble, parte del mismo o instalación determinada con carácter de permanente, en la que se desarrollan las actividades económicas con o sin fines de lucro.
Giro: Actividad económica específica de comercio, industria y/o de servicios.
Informe de inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil: Documento que sustenta y consigna el resultado de la ejecución de una Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil, mediante la cual se verifica y evalúa el cumplimiento de las condiciones de seguridad en defensa civil establecidas en la normativa vigente sobre la materia.
Zonificación: Conjunto de normas técnicas urbanísticas por la que se regula el uso del suelo.

Fuente: *Elaboración propia*

Las personas que tienen la obligación de solicitar estas licencias son las personas naturales, jurídicas, entes colectivos, nacionales o extranjeros del sector público o privado con o sin finalidad de lucro.

Las empresas o negocios que tuviesen un más de un local, de igual manera tienen que tener una licencia por cada establecimiento. Panes Veggie como empresa está constituida en la Provincia Constitucional del Callao, el cual evalúa condiciones de compatibilidad de uso (zonificación) y una inspección de Defensa Civil, estamos dentro de la categoría de 101 m² a 500 m², dicha categoría es en la cual se excluyen trabajos con productos tóxicos e inflamables.

Paso a detallar los requisitos para obtener las licencias de funcionamiento:

a) Formulario gratuito de solicitud de declaración jurada de licencia de funcionamiento que incluya el N° de RUC y N° de DNI o carnet de extranjería del solicitante, este último es también cuando se actué mediante representación de persona natural o del representante legal, es decir persona jurídica.

b) Carta poder del representante con firma legalizada para persona natural y vigencia de poder del representante legal si es persona jurídica.

c) Pago por derecho de tramitación.

d) Se necesita la aprobación de la inspección de Seguridad en Defensa Civil Básica, esto se hace antes que la municipalidad otorgue la licencia de funcionamiento, se hace solo un único pago por dicha tramitación. Seguido de dicha inspección, se tiene que tener listo la zonificación y compatibilidad de uso favorable.

e) El plazo determinado después de presentar la documentación y tener la aprobación de la inspección de seguridad de defensa civil, es de 15 días hábiles, si, en caso nuestra petición es observada, tenemos 15 días más de prórroga para solicitar una reconsideración al gerente de tributación municipal, el cual resolverá en 30 días hábiles, y si en caso no procediera, tenemos la posibilidad de solicitar en 15 días una apelación a la alcaldía, el cual nos respondería con un plazo máximo a 30 días.

b. Valorización.

Se procede a la valorización para el proceso:

Tabla 72: Valorización del proceso de obtención de licencia de funcionamiento.

DOCUMENTACIÓN	COSTO
REQUISITOS PARA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/ 188.20
EJEMPLAR VIGENTE DEL TUPA	S/ 17.00
CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN	S/ 65.00
CERTIFICACIÓN AMBIENTAL	S/ 65.00
CERTIFICADO DE COMPATIBILIDAD DE USO	S/ 65.00
AUTORIZACIÓN PARA PUBLICIDAD MASIVA	S/ 5.00
CARNET DE SANIDAD	S/.630.20
VOLANTES POR MILLAR	S/ 50.00
AFICHES POR CIENTO	S/ 50.00
TOTAL	S/ 630..20

Fuente: *Elaboración propia*

5.1.4. Legislación laboral

El régimen laboral Panes Veggie SAC, es de pequeña empresa, según la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa según el Decreto Legislativo N° 1086, que incluye las siguientes características:

- La pequeña empresa puede mantener entre 1 y 100 trabajadores.
- Los montos de ventas anuales van desde 150 UIT, hasta un máximo de 1700 UIT.
- Se brinda la Remuneración Mínima Vital (RMV).
- La jornada de trabajo es de 8 horas.
- Se brinda descanso semanal y días feriados.

- Sus colaboradores perciben remuneración por sobretiempo.
- El descanso vacacional de sus colaboradores es de 15 días.
- La cobertura del seguro social es a través de ESSALUD.
- En cuanto a la cobertura previsional, se otorga una indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios con (tope de 120 días).
- Otorgan los seguros de Ley: Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).
- Derecho a recibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad).
- Derecho a participar de las utilidades.
- Derecho a la compensación por tiempo de servicios (CTS) que es equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio, con un máximo de 90 días).
- Otros derechos colectivos según el Régimen General de la actividad privada.

Contribuciones de Panes Veggi y del Colaborador

Tabla 73: *Contribución de panes VEGGIE S.A.C. y del Colaborador.*

Detalle	Valorización
Planilla Electrónica: Los colaboradores que laboren a tiempo completo, serán considerados dentro de la Planilla de la empresa. Deberán ser registrados en un plazo no mayor a 72 horas, en el Ministerio de Trabajo	Registro en línea sin costo.
Gratificaciones dos veces al año (Julio y Diciembre)	50% de la remuneración mensual
Fondo de Pensiones: Patrimonio conformado por las aportaciones del afiliado, más los rendimientos generados, deduciendo los gastos.	<ul style="list-style-type: none"> • 12.6% de la remuneración mensual (Fondo Privado de Pensiones). • 13% de la remuneración mensual (Sistema Público de Pensiones).
Impuesto a la Renta	Se calcula en base a la proyección anual de la remuneración que percibe el colaborador.
Seguridad Social: Aporte que se realiza con el fin de que los colaboradores cuenten con atención médica.	El empleador aporta el 9% de la remuneración mensual del colaborador.
Sistema Privado de Salud: Es posible que los colaboradores puedan afiliarse a una Entidad Prestadora de Salud (Privada)	El empleador continúa pagando el 6.75% de la remuneración mensual a Essalud, y la diferencia del 9% la asume el colaborador. En algunos casos, el Empleador decide asumir este costo como un beneficio hacia sus colaboradores.
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo: Para los colaboradores que realicen actividades de alto riesgo o que estén expuestos a cualquier peligro en la realización de sus funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Prima Mínima en el mercado • Pensión: S/. 122.57 (Inc. IGV) • Salud: S/. 238 (Inc. IGV)
CTS: Compensación de Tiempo de Servicio	Importe abonado cada 6 meses

Fuente: *Elaboración propia*

a. Actividades.

Panes Veggie S.A.C., será inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, a cargo del Ministerio de Trabajo, y será acogida en este régimen por la cantidad de trabajadores, y el monto de ventas anuales que tendrá al inicio del funcionamiento de la empresa.

b. Valorización.

La valorización específica de los costos laborales será analizada con mayor detalle en el área de cálculo de planillas.

5.1.5. Legislación tributaria

a. Actividades.

Para la legislación tributaria debemos de tener claro primero en que categoría nos encontramos sobre el Impuesto a la Renta.

1ª Categoría: Esta categoría se genera de forma mensual, dicho impuesto se paga, aunque la renta no haya sido pagada. Se realiza por el alquiler de bienes muebles o inmuebles.

2ª Categoría: Se aplica en rentas de otros capitales, patente. Existe la obligación de pagar el impuesto cuando se cobra la renta, estas mismas provienen de ganancias de valores mobiliarios, ganancias en transacciones de inmuebles e inversiones de un derecho o capital.

3ª Categoría: Esta categoría es para empresas y negocios, dicha renta se impone a todos los ingresos que obtienen las empresas y personas que desarrollan actividades empresariales. El pago de esta misma se realiza de forma mensual todos los meses del año, donde el pago no puede ser menor de 1.5% de los ingresos netos.

4ª Categoría: Esta categoría es para las personas que perciben sus ingresos de manera independientes, cuando el honorario se cobra.

5ª Categoría: El empleador la efectúa mediante su planilla al trabajador dependiente, dicha retención se hace de forma mensual.

Nuestra empresa está ubicada dentro e 3ª categoría, podemos acogernos a los siguientes regímenes tributarios:

- ✓ Régimen único simplificado (RUS)
- ✓ Régimen especial
- ✓ Régimen General

Panes Veggie S.A.C. decidimos acogernos al régimen general porque estamos dentro de las actividades permitidas en dicho régimen, nuestros ingresos son mayores a S/. 525,000, por lo cual la tasa a pagar es del 2% de ingresos netos mensualmente.

Obligaciones para los contribuyentes del RG:

- Emitir y entregar facturas, boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquina registradora.
- Llevar Registro de Compras, Registro de Ventas, Libros de Caja y Bancos y Libro de Inventarios y Balances, si sus ingresos brutos (total de ingresos) anuales no superan las 100 UIT (S/. 365,000); y llevar Contabilidad completa, si sus ingresos brutos superan las 100 UIT.
- Presentar Declaraciones Juradas Mensuales utilizando el PDT 621 y una Declaración Jurada Anual utilizando el PDT 601.
- Cumplir con sus pagos mensuales, de acuerdo con el sistema correspondiente, y quedan obligados a realizar un pago de regularización al cierre del ejercicio, para lo cual se aplica la tasa del 30% sobre la renta imponible. (Univ. Pacifico, Pantigoso Velloso Da Siveira, Francisco)

b. Valorización.

Los impuestos a pagar son los siguientes:

- IGV 18 % del valor de venta
- Tasa del 2.5 % de nuestros ingresos netos mensuales.

5.1.6. Otros aspectos legales

a. Actividades.

Mencionamos otros Aspectos Legales³:

Ley 26842: Es una regla imperativa en la que se basan los demás reglamentos del país para la comercialización de productos y servicios, en nuestro caso, los productos terminados.

Ley 27657: En el artículo 1° que hace referencia sobre la vigilancia y control sanitarios de alimentos y bebidas, aprobado con el decreto supremo N° 007-98-SA. En el cual señala las normas generales de higiene, así como las condiciones y requisitos que deben cumplir la producción, transporte, almacenamiento y expendio de los alimentos y bebidas de consumo humano con la finalidad de garantizar su inocuidad.

A continuación, detallamos las disposiciones finales con relación a nuestro producto:

³Digesa. Lima, Perú. Recuperado desde:
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/NORMA%20DE%20PANADERIAS.pdf>

- ✓ **Primero:** Las municipalidades, deben diseñar mecanismos viables y necesarios para su correcta implementación.
- ✓ **Segundo:** La DIGESA propondrá la actualización de fichas de evaluación sanitaria cuando lo crea necesario.
- ✓ **Tercera:** Las fichas de evaluación sanitaria para su validez deberá ser firmada por la autoridad sanitaria representada por el inspector sanitario quien realizará la inspección y por la empresa el representante legal y el encargado de control de calidad
- ✓ **Cuarta:** La presente norma sanitaria entrara en vigencia al día siguiente de su publicación en el diario oficial el peruano. Excepto las establecidas en el numeral “6.2.2. Instalaciones y estructura física” que entrarían en vigencia a los 90 y 180 días respectivamente de su publicación.

Ley General de la Industria Nro. 23407: Sus objetivos son primordiales son:

Incentivar y promover la generación de la riqueza sobre la base del trabajo, la inversión, la producción, y la productividad en la Industria Manufacturera.

Garantizar la competencia en la producción, el respeto de las normas técnicas establecidas y una rigurosa defensa del consumidor.

Estimular preferentemente el desarrollo de la pequeña industria, y la actividad artesanal.

a. Valorización.

En el presente apartado no se encuentran gastos aplicables a valorización.

5.1.7. Resumen del capítulo:

5.1.8 Cuadro valorizado de todos los puntos previos, distribuido por las áreas de Administración, Ventas y Operaciones / Producción.

Tabla 74. Cuadro resumen de actividades y valorizaciones

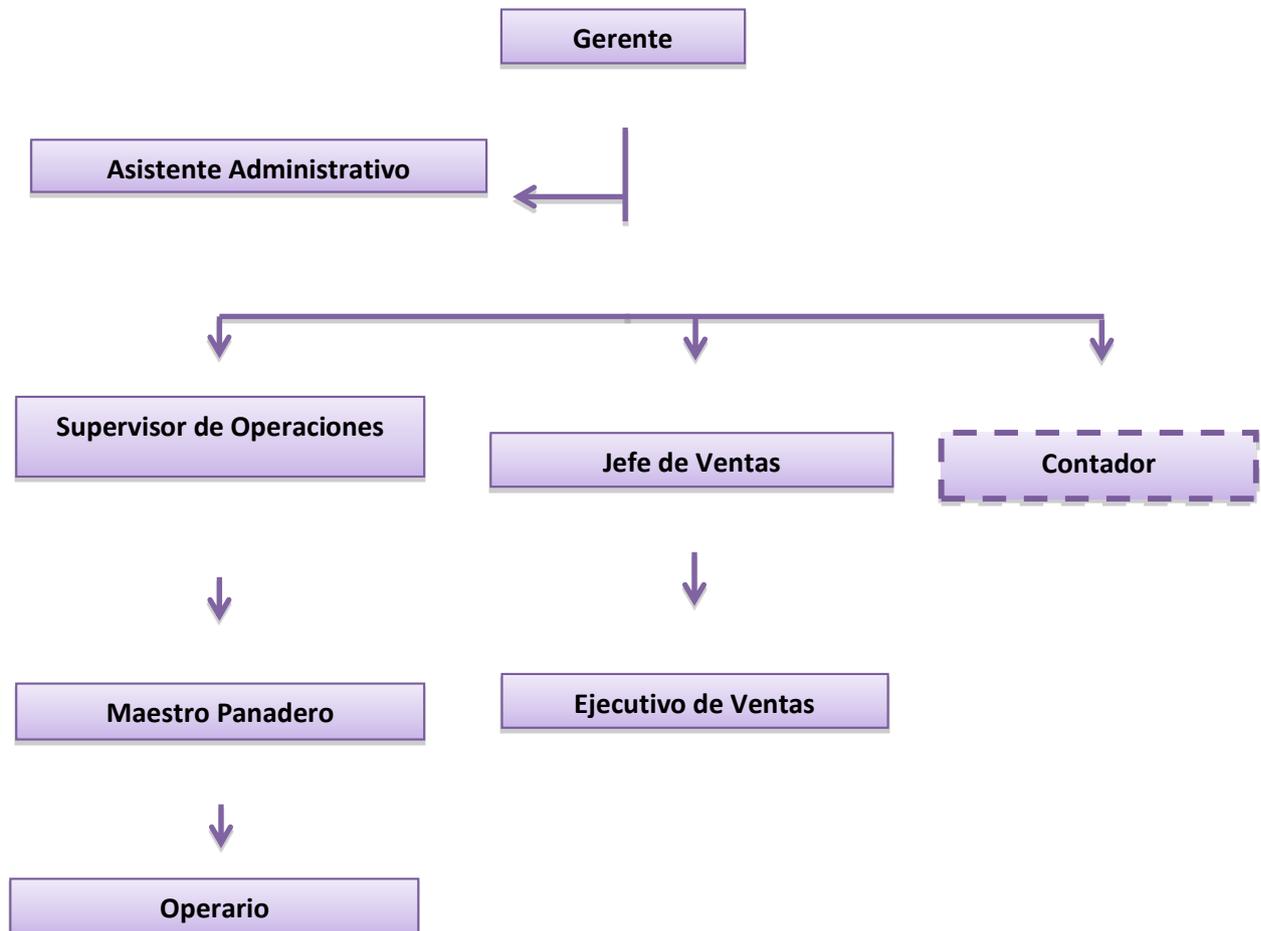
RESUMEN DE GASTOS POR AREAS	
Constitución de la empresa	512.00
Registro de marcas y patentes	604.44
Licencias y autorizaciones	505.20
TOTAL	1,621.64

Fuente: Elaboración propia

5.2 Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

Nuestra empresa va a tener el siguiente organigrama funcional:



Organigrama 1: Funcional de la empresa

Fuente: *Elaboración propia*

5.2.2 Servicios tercerizados.

Nuestra empresa va a tercerizar los siguientes servicios:

1. Servicio de Contabilidad:

El servicio de contabilidad estará a cargo de la empresa Reyes Asesores y Consultores S.A.C., la cual nos brindara el servicio de contabilidad outsourcing, es decir, se encargará de:

- ✓ Elaboración de Estados Financieros.
- ✓ Proceso y emisión de libros contables: principales y auxiliares.
- ✓ Elaboración y declaración de los libros electrónicos PLE.
- ✓ Conciliaciones bancarias.
- ✓ Entrega oportuna del cálculo de impuestos, mensuales y anuales.
- ✓ Declaraciones Juradas – PDTSUNAT, PLAME.
- ✓ Trámites y gestiones empresariales.
- ✓ Manejo y control de los inventarios –e implementación de control interno para MYPES.
- ✓ Representación ante SUNAT por temas de fiscalización o Auditoria.
- ✓ El pago por este servicio es de S/. 944.00 mensuales, con recibos por honorarios.

2. Servicio de Seguridad:

Se contratará el servicio de vigilancia de la empresa ESVICS.A.C, la cual nos brindara de personal para el turno de día que regirá desde las 8:00 am hasta las 8:00 pm y el turno de amanecida que regirá de 8:00 pm hasta las 8:00 am, quienes se encargaran de la protección, custodia y resguardo. A dicho personal se le pagara S/ 1500.00 soles mensuales al turno de la mañana y al turno de amanecida S/. 1750.00 soles mensuales.

3. Servicio de Transporte:

Contrataremos el servicio de la empresa Transporte Grau, quien tiene una amplia flota de vehículos monitoreados, los cuales van a realizar la distribución de nuestro producto a las diferentes tiendas como por ejemplo grifos, supermercados, tiendas especializadas, entre otros. La flota que utilizaremos son sus vehículos tipo furgón de capacidades de carga de 2 hasta 6 toneladas, lo cual nos costara un aproximado de S/ 300.00 soles por día.

4. Servicio de Limpieza:

Trabajaremos con la empresa SSAYS, la cual es una sólida empresa en el mercado de servicios de limpieza, mantenimiento y servicios de Saneamiento Ambiental, por ellos se van a encargar de mantener en condiciones salubres nuestra fábrica, oficinas de administraciones durante todo el día. El sueldo promedio que se le pagara es de S/ 1000.00 soles.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

- **Descripción de Cargo: Gerente General**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
SUPERVISOR DE OPERACIONES	GERENTE GENERAL	Administración	Superior	Si	2 años mínimo	Inmediata	Responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica.
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Realizar el cumplimiento de la programación de producción.				Cargo			Personas
Supervisar y cumplir con todos los controles de calidad.				Directos: Asistente Administrativo			2
Gestionar relaciones con proveedores.				Indirectos: Maestro Operario y Operarios			1
Gestionar todas las compras de las materias primas.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Garantizar la fiabilidad del inventario.				Confecionar instructivos, procedimientos, tablas o cuadros requeridos por el Gerente de Operaciones.			
Verificar el cumplimiento de las órdenes de pedido.				Inglés intermedio			
Análisis de dosificación de mercaderías, puntos críticos y niveles de stock.				Microsoft Office a nivel Avanzado			
Creación y mejora de los procesos.				Llevar el control de los expedientes de documentación y evaluaciones del personal			
5. Otras Competencias asociados al puesto				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Trabajo en equipo				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Orientado al logro de objetivos				Tipo de Sueldo	Mensual		
Visión estratégica, compromiso y responsabilidad							

Figura 24: Hoja Formato descriptivo-Gerente General

Fuente: *Elaboración propia*

- **Descripción de Cargo: Jefe de Operaciones**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
JEFE DE OPERACIONES	GERENTE GENERAL	Administración	Superior	Si	2 años mínimo	Inmediata	Garantizar fiabilidad del inventario, planificar y coordinar el flujo de entradas y salidas del producto conforme
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Administrar y controlar el presupuesto de gastos del área de Operaciones.				Cargo			Personas
Crear y gestionar la estructura del área.				Directos: Supervisores y Asistente Administrativo			2
Cumplir los plazos y calidad de ejecución de los servicios hacia los Clientes				Indirectos: Maestro Operario y Operario (s)			1
Responsable de ser Eficiente en el uso de los recursos del Área de Operaciones poniendo foco en la Seguridad y la Calidad.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Verificar el cumplimiento de las órdenes de pedido.				Experiencia manejando procesos productivos y manejo de personal.			
Conocimiento de procesos de distribución y comercialización.				Nivel de Office Avanzado			
Elaborar y presentar informes de indicadores de gestión.				Inglés intermedio			
Gestionar la adecuada programación de las rutas de reparto.				Experiencia estructurando nuevas áreas.			
5. Otras Competencias asociados al puesto				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Habilidad para manejar situaciones difíciles con seguridad y tacto.				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Capacidad de Gestión.				Tipo de Sueldo	Mensual		
Creación y/o Mejora de los procesos, así como desarrollo de la eficiencia.							

Figura 25: Hoja formato – Jefe de Operaciones

Fuente: *Elaboración propia*

- **Descripción de Cargo: Jefe de Ventas**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
JEFE DE VENTAS	GERENTE GENERAL	Administración	Superior	Si	2 años mínimo	Inmediata	Garantizar fiabilidad del inventario, planificar y coordinar el flujo de entradas y salidas del producto conforme solicitudes y programación
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Responsable de desarrollar y mantener activa la cartera de clientes corporativos.				Cargo			Personas
Cumplir el presupuesto de Ventas anual establecido por la empresa, mediante evaluación diaria y semanal.				Directos: Ejecutivo de Ventas y Asistente Administrativo			2
Buscar nuevas oportunidades de negocios y/o clientes.				Indirectos: Maestro Operario y Operario (s)			1
Realizar el análisis de mercado, de la competencia y proponer oportunidades de mejora.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Coordinar el proceso de ventas corporativas desde el envío de la cotización hasta el despacho y pago del producto a través de las áreas de apoyo.				Facilidad de Negociación y liderazgo			
Cumplir mensualmente con el objetivo y la meta de ventas propuesta.				Capacidad comunicativa			
Asesoramiento en preventa y postventa.				Orientación al Cliente			
Asesorar y realizar seguimiento a las visitas consultivas de sus colaboradores, orientándose al cierre de la venta.				Alto Nivel de Orientación al Logro/Resultado.			
5. Otras Competencias asociados al puesto				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Habilidad para manejar situaciones difíciles con seguridad y tacto.				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Capacidad de Gestión.							
Creación y/o Mejora de los procesos, así como desarrollo de la eficiencia.				Tipo de Sueldo	Mensual		

Figura 26: Hoja Formato – Jefe de Ventas

Fuente: *Elaboración propia*

- **Descripción de Cargo: Ejecutivo de Ventas**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
EJECUTIVO DE VENTAS	GERENTE GENERAL	Administración	Superior	Si	2 años mínimo	Inmediata	Responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica.
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Desarrollar y diseñar estrategias de Marketing.				Cargo			Personas
Realizar proyecciones de ventas y gastos				Directos: Asistente Administrativo			1
Gestionar los puntos de venta e impulso en las diferentes puntos de ventas.				Indirectos: Maestro Operario y Operarios			1
Publicar contenido interactivo en las redes sociales de la empresa.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Mantener contacto con Proveedores y desarrollar un plan de marketing				Conocimiento del Plan de Marketing.			
Sugerir y evaluar nuevos canales de ventas				Conocimiento de Marketing Digital.			
Responder adecuadamente a todos los comentarios y mensajes que reciba la empresa a través del correo electrónico y fan page				Microsoft Office a nivel Avanzado			
5. Otras Competencias asociados al puesto				Formulación de planes y presupuestos de ventas			
Trabajo en equipo				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Orientado al logro de objetivos				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Visión estratégica.							
Compromiso y responsabilidad				Tipo de Sueldo	Mensual		

Figura 27: Hoja de formato- Ejecutivo de ventas

Fuente: *Elaboración propia*

- **Descripción de Cargo: Asistente Administrativo**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	GERENTE GENERAL	Administración	Superior	No	3 años mínimo	Inmediata	Responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica.
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Organiza la Agenda de los miembros del Directorio y del administrador.				Cargo			Personas
Recibir y revisar las facturas y comprobantes de los gastos efectuados, con los avances a justificar.				Directos: Asistente Administrativo			0
Entregar los recibos de pago al personal.				Indirectos: Maestro Operario y Operarios			2
Elaborar cheques y cancelar facturas por diferentes conceptos.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Mantener registro de los depósitos bancarios.				Manejo de control de inventarios			
Conocimiento en Marketing.				Conocimiento en fabricación de alimentos envasados			
Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área Administrativa.				Conocimiento en manipulación e higiene de alimentos industriales			
Contacta con proveedores por encargo del Administrador.				Microsoft Office a nivel Intermedio			
Genera base de datos de proveedores de bienes y servicios.				Conocimiento básico de maquinaria y equipos para la fabricación de alimentos industriales			
5. Otras Competencias asociados al puesto				Inglés básico			
Orientado al logro de objetivos				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Excelentes relaciones interpersonales				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Habilidad para manejar situaciones difíciles con seguridad y tacto.				Tipo de Sueldo	Mensual		
Capacidad de gestión.							

Figura 28: Hoja formato – Asistente Administrativo

Fuente: Elaboración propia

- **Descripción de Cargo: Maestro Panadero**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
MAESTRO PANADERO	SUPERVISOR DE OPERACIONES	Operaciones	Superior	No	1 año	Inmediata	Responsable de la realización del producto terminado.
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Efectuar la receta establecida y realizar propuestas de nuevos productos.				Cargo			Personas
Llevar el control de merma.				Directos: Ninguno.			0
Cumplir el plan de producción del día				Indirectos: Ninguno.			0
Certificar que el personal, los equipamientos y establecimientos				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Habilidad para la producción de productos embolsados				Estudios en Panadería o afines.			
Cumplir con los procedimientos de preparación.				Capacidad para trabajar bajo presión y en equipo.			
Realizar otras funciones afines o complementarias.				Conocimiento para producción de 10 coches.			
5. Otras Competencias asociados al puesto				6. Condiciones de Puesto			Acepta las condiciones el Empleado:
Trabajo en equipo				Beneficios Sociales	Si		(Firma)
Conocimiento en fabricación de alimentos envasados				Tipo de Sueldo	Mensual		
Inglés básico							

Figura 29: Hoja formato-Maestro Panadero

Fuente: Elaboración propia

- **Descripción de Cargo: Operarios**

Título del cargo	Título de supervisor inmediato	Sección	Grado de Instrucción	Título	Experiencia	Disponibilidad	Propósito del cargo
OPERARIO	SUPERVISOR DE OPERACIONES	Operaciones	Superior	No	6 meses	Inmediata	Responsable de la realización
2. Principales Actividades				3. Personal Supervisado			
Realización de las operaciones de elaboración de masa base, rellenos, formado de piezas, cocción y enfriado, horneado de las piezas.				Cargo			Personas
Asistir y elaborar alimentos del área de panadería.				Directos: Ninguno.			0
Realización de las operaciones de elaboración de masa base, rellenos, formado de piezas, cocción y enfriado, horneado de las piezas.				Indirectos: Ninguno.			0
Conservación y almacenaje de las materias primas y productos semi/terminados.				4. Conocimientos técnicos y experiencia profesional:			
Limpieza de bandejas y utensilios.				Estudios en Panadería o afines.			
5. Otras Competencias asociados al puesto				Capacidad para trabajar bajo presión y en equipo.			
Conocimiento en fabricación de alimentos envasados				Conocimientos de Técnicas de manipulación y conservación de alimentos.			
Conocimientos de procedimientos y políticas de calidad y seguridad				Cumplimiento diario con el registro de herramientas de Gestión de Calidad y Seguridad.			

Figura 30: Hoja formato- Operario

Fuente: Elaboración propia

Beneficios Laborales de nuestros trabajadores:

Tabla 75: Beneficios laborales del personal

AÑO 0 - 2017 (Diciembre) al 2019					
Puesto de Trabajos	Remuneración	Planilla completa	Derecho a refrigerio	Descanso laboral	Oportunidad
Gerente General	S/. 3,500.00	Essalud, gratificaciones, CTS, vacaciones, entre otras conforme a ley. + Seguros: SCTR y +Vida (Essalud)	Una hora al día, de 13:00 pm a 14:00 pm	Días Domingo	Capacitaciones constantes
Asistente Administrativo y Marketing	S/. 1,500.00				
Jefe de Ventas	S/. 2,000.00				
Ejecutivo de Ventas	S/. 1,000.00				
Supervisor de Operaciones	S/. 2,000.00				
Maestro Panadero	S/. 1,800.00				
Operario	S/. 1,000.00	Una hora al día de 12:00 pm a 13:00 pm			

Fuente: Elaboración propia

5.2.4 Descripción de nuestros Servicios Tercerizados

1. Servicio de Contabilidad:

- ✓ Se encargaran del recojo semanal de documentos, como por ejemplos las facturas, boletas de ventas, reportes de caja, estados de cuenta bancarios, entre otros y de esta manera puedan proceder con su registro contable.
- ✓ Realizaran el registro contable de los documentos y de las operaciones realizadas mensualmente de acuerdo a las normas de contabilidad.
- ✓ Análisis de las cuentas contables.
- ✓ Elaboración mensual de estados financieros.
- ✓ Liquidación mensual de impuestos.
- ✓ Elaboración y presentación de las AFP.
- ✓ Realizaran la elaboración y presentación de la Declaración Jurada Anual.
- ✓ Realizaran el llenado del PDT mensual, para declarar los impuestos mensuales determinados en la liquidación.
- ✓ Legalización e impresión de libros contables.

2. Servicio de Seguridad:

- ✓ Se encargarán del análisis y planificación, para que puedan mitigar los riesgos y garantizar el bienestar de nuestro personal, de nuestros equipos e nuestra instalación
- ✓ Realizaran la supervisión, de nuestros procesos en nuestro centro de labores, por ello es importante la constante supervisión y planteamientos de mejora.
- ✓ También van a desarrollar de Estrategias de prevención de incidencias.

3. Servicio de Transporte:

- ✓ Se encargarán de entregar nuestros productos en el menor tiempo, en el lugar pactado, y con la responsabilidad, seriedad y seguridad.
- ✓ Poseen de comunicación permanente, dando la ubicación exacta de donde se encuentra nuestra mercadería.

4. Servicio de Limpieza:

- ✓ Mantener las instalaciones limpias.
- ✓ Limpieza y abrillantado de pisos.
- ✓ Limpieza de muebles de oficinas.
- ✓ Limpieza de equipos de cómputo.
- ✓ Limpieza de baños.
- ✓ Cuentan con proveedores de calidad.
- ✓ Técnicas y sistemas de vanguardia.

5.2.5 Aspectos laborales

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

La modalidad será bajo el contrato de necesidades de mercado, en el cual se efectuará la renovación anualmente, dependiendo de la efectividad del empleado y estando sujeto a 3 meses de prueba, de esta manera el empleador tiene la suficiencia de anular el contrato durante estos meses si no se llegara a cumplir con los requerimientos exigidos por la empresa en cuanto al desempeño. Esta modalidad de contrato está basada en el decreto legislativo N 728 aprobado por D.S N 003-97-TR- Ley de la productividad y la competitividad laboral.

Los trabajadores que estén a medio tiempo seguirán el mismo régimen, sólo que trabajarán una jornada diaria de 4 horas.

b. Régimen laboral de puestos de trabajo.

El régimen laboral de la cual nos acogeremos y contrataremos a nuestro personal será bajo la modalidad del Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa–REMYPE, el cual tiene las siguientes características:

- Remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo, descanso semanal, descanso vacacional, descanso por días feriados, protección contra el despido injustificado.
- Derecho a la compensación por tiempo de servicios, con arreglo a las normas del régimen común, computada a razón de quince (15) remuneraciones diarias por año completo de servicios, hasta alcanzar un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias.
- Derecho a percibir dos gratificaciones en el año con ocasión de las Fiestas Patrias y la Navidad.
- Derecho a un Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo a cargo de su empleador, cuando corresponda, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley N° 26790, Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud, y a un seguro de vida a cargo de su empleador, de acuerdo a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 688, Ley de Consolidación de Beneficios Sociales, y modificatorias.

c. Planilla para todos los años del proyecto.

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año pre-operativo 2017, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en el mes de diciembre del presente año:

Tabla 75: Proyecto de Planilla para todos los años-2017

AÑO 0 - 2017 (Diciembre)													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR								Remuneración Anual por trabajador	Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS		
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	S/. 630.00		S/. 7,630.00	S/. 7,630.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 270.00		S/. 3,270.00	S/. 3,270.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 360.00		S/. 4,360.00	S/. 4,360.00
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 180.00		S/. 2,180.00	S/. 2,180.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 2,040.00	S/. 2,040.00	S/. 367.20		S/. 4,447.20	S/. 4,447.20
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 1,836.00	S/. 1,836.00	S/. 330.48		S/. 4,002.48	S/. 4,002.48
Operario	Producción	MOD	1	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 1,020.00	S/. 1,020.00	S/. 183.60		S/. 2,223.60	S/. 2,223.60
Total			7										S/. 28,113.28

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año 1 el cual le corresponde al 2018, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en dicho año:

Tabla 7631: Proyecto de Planilla para todos los años-2018

AÑO 1 - 2018

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00	S/. 3,500.00	S/. 4,095.00	S/. 1,895.83	S/. 51,490.83	S/. 51,490.83
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 22,067.50
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 2,500.00	S/. 2,925.00	S/. 1,354.17	S/. 36,779.17	S/. 36,779.17
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 44,135.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 24,480.00	S/. 2,040.00	S/. 2,386.80	S/. 1,105.00	S/. 30,011.80	S/. 30,011.80
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 22,032.00	S/. 1,836.00	S/. 2,148.12	S/. 994.50	S/. 27,010.62	S/. 27,010.62
Operario	Producción	MOD	6	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 12,240.00	S/. 1,020.00	S/. 1,193.40	S/. 552.50	S/. 15,005.90	S/. 90,035.40
Total			13										S/. 301,530.32

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año 2 el cual le corresponde al 2019, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en dicho año:

Tabla 77: Proyecto de Planilla para todos los años-2019

AÑO 2 - 2019

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00	S/. 3,500.00	S/. 4,095.00	S/. 1,895.83	S/. 51,490.83	S/. 51,490.83
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 22,067.50
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 2,500.00	S/. 2,925.00	S/. 1,354.17	S/. 36,779.17	S/. 36,779.17
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 44,135.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 24,480.00	S/. 2,040.00	S/. 2,386.80	S/. 1,105.00	S/. 30,011.80	S/. 30,011.80
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 22,032.00	S/. 1,836.00	S/. 2,148.12	S/. 994.50	S/. 27,010.62	S/. 27,010.62
Operario	Producción	MOD	6	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 12,240.00	S/. 1,020.00	S/. 1,193.40	S/. 552.50	S/. 15,005.90	S/. 90,035.40
Total			13										S/. 301,530.32

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año 3 el cual le corresponde al 2020, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en dicho año:

Tabla78: Proyecto de Planilla para todos los años-2020

AÑO 3 - 2020

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00	S/. 3,500.00	S/. 4,095.00	S/. 1,895.83	S/. 51,490.83	S/. 51,490.83
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 22,067.50
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 2,500.00	S/. 2,925.00	S/. 1,354.17	S/. 36,779.17	S/. 36,779.17
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 44,135.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 24,480.00	S/. 2,040.00	S/. 2,386.80	S/. 1,105.00	S/. 30,011.80	S/. 30,011.80
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 22,032.00	S/. 1,836.00	S/. 2,148.12	S/. 994.50	S/. 27,010.62	S/. 27,010.62
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 12,240.00	S/. 1,020.00	S/. 1,193.40	S/. 552.50	S/. 15,005.90	S/. 105,041.30
Total			14										S/. 316,536.22

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año 4 el cual le corresponde al 2021, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en dicho año:

Tabla 79: Proyecto de Planilla para todos los años-2021

AÑO 4 - 2021

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00	S/. 3,500.00	S/. 4,095.00	S/. 1,895.83	S/. 51,490.83	S/. 51,490.83
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 22,067.50
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 2,500.00	S/. 2,925.00	S/. 1,354.17	S/. 36,779.17	S/. 36,779.17
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 44,135.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 24,480.00	S/. 2,040.00	S/. 2,386.80	S/. 1,105.00	S/. 30,011.80	S/. 30,011.80
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 22,032.00	S/. 1,836.00	S/. 2,148.12	S/. 994.50	S/. 27,010.62	S/. 27,010.62
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 12,240.00	S/. 1,020.00	S/. 1,193.40	S/. 552.50	S/. 15,005.90	S/. 105,041.30
Total			14										S/. 316,536.22

Fuente: *Elaboración propia*

A continuación tenemos las planillas de nuestros colaboradores para el año 5 el cual le corresponde al 2022, cada uno con sus respectivos sueldos y beneficios sociales, lo cual podremos visualizar el gasto que tendremos en dicho año:

Tabla 80: Proyecto de Planilla para todos los años-2022

AÑO 5 - 2022

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 42,000.00	S/. 3,500.00	S/. 4,095.00	S/. 1,895.83	S/. 51,490.83	S/. 51,490.83
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 22,067.50
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 2,500.00	S/. 2,925.00	S/. 1,354.17	S/. 36,779.17	S/. 36,779.17
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,755.00	S/. 812.50	S/. 22,067.50	S/. 44,135.00
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	1	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 40.00	S/. 2,040.00	S/. 24,480.00	S/. 2,040.00	S/. 2,386.80	S/. 1,105.00	S/. 30,011.80	S/. 30,011.80
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 36.00	S/. 1,836.00	S/. 22,032.00	S/. 1,836.00	S/. 2,148.12	S/. 994.50	S/. 27,010.62	S/. 27,010.62
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 20.00	S/. 1,020.00	S/. 12,240.00	S/. 1,020.00	S/. 1,193.40	S/. 552.50	S/. 15,005.90	S/. 105,041.30
Total			14										S/. 316,536.22

Fuente: *Elaboración propia*

Finalmente tenemos el consolidado por los 5 años que hemos considerado como nuestro horizonte de evaluación y podemos estimar los gastos que tendremos por nuestro personal administrativo y operativo:

Tabla 81: Resumen de planilla a 5 años

RESUMEN DE PLANILLA EN LOS PROXIMOS 5 AÑOS								
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General	Administrativa	G. Administración	S/. 7,630	S/. 51,491				
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	S/. 3,270	S/. 22,068				
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	S/. 4,360	S/. 36,779				
Ejecutivo de Ventas	Ventas	G. Ventas	S/. 2,180	S/. 44,135				
Supervisor de Operaciones	Producción	MOI	S/. 4,447	S/. 30,012				
Maestro Panadero	Producción	MOD	S/. 4,002	S/. 27,011				
Operario	Producción	MOD	S/. 2,224	S/. 90,035	S/. 90,035	S/. 105,041	S/. 105,041	S/. 105,041
Total			S/. 28,113	S/. 301,530	S/. 301,530	S/. 316,536	S/. 316,536	S/. 316,536

Fuente: *Elaboración propia*

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

Los servicios que vamos a tercerizar son a nuestro contador, el servicio de transporte, el servicio de seguridad y el servicio de limpieza, a continuación se detalla el costo de cada una de ellas, por año y de manera consolidada:

Tabla 82: Gastos por servicios tercerizados a 5 años

AÑO 0					
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Dec-17	Jan-18	feb-18
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944	S/. 944	S/. 944
Servicio de Transporte	S/. 300	Por Dia	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750	S/. 1,750	S/. 1,750
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Total servicios tercerizados			S/. 7,594.00	S/. 7,594.00	S/. 7,594.00

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 83: Gastos por servicios tercerizados – Año 2018

AÑO 1														
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Jan-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944											
Servicio de Transporte	S/. 300	Por Dia	S/. 2,400											
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500											
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750											
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000											
Total servicios tercerizados			S/. 7,594.00											

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 84: Gastos por servicios tercerizados – Año 2019

AÑO 2														
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Jan-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944											
Servicio de Transporte	S/. 300	Por Dia	S/. 2,400											
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500											
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750											
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000											
Total servicios tercerizados			S/. 7,594.00											

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 8532: Gastos por servicios tercerizados – Año 2020

AÑO 3														
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Jan-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944											
Servicio de Transporte	S/. 500	Por Dia	S/. 6,000											
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500											
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750											
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000											
Total servicios tercerizados			S/. 11,194.00											

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 86: Gastos por servicios tercerizados – Año 2021

AÑO 4														
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Jan-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944											
Servicio de Transporte	S/. 500	Por Dia	S/. 6,000											
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500											
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750											
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000											
Total servicios tercerizados			S/. 11,194.00											

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 87: Gastos por servicios tercerizados – Año 2022

AÑO 5														
Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	Jan-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22
Contador	S/. 944	Mensual	S/. 944											
Servicio de Transporte	S/. 500	Por Dia	S/. 6,000											
Servicio de Seguridad - Mañana	S/. 1,500	Mensual	S/. 1,500											
Servicio de Seguridad -Noche	S/. 1,750	Mensual	S/. 1,750											
Servicio de Limpieza	S/. 1,000	Mensual	S/. 1,000											
Total servicios tercerizados			S/. 11,194.00											

Fuente: *Elaboración propia*

e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Con respecto a los horarios de trabajos, serán los siguientes:

Puestos de Trabajo:

Gerente General, Asistente Administrativo y Marketing, Jefe de Operaciones, Jefe de Ventas.

Ellos tendrán los siguientes horarios:

- Hora de entrada: 9:00 am.
- Hora de refrigerio: de 13:00 pm a 14:00 p.m.
- Hora de Salida: 6:00 p.m.
- Día de descanso regular: Domingos.

Puestos de Trabajo:

Ejecutivo de Ventas, Supervisor de Operaciones Maestro Panadero, Operario:

Ellos tendrán los siguientes horarios:

- Hora de entrada: 8:00 am.
- Hora de refrigerio: de 12:00 pm a 13:00 p.m.
- Hora de Salida: 17:00 p.m.
- Día de descanso regular: Domingos.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1 Tamaño del proyecto

6.1.1 Capacidad instalada

a. Criterios.

Para el cálculo de la capacidad instalada hemos tomados las tres máquinas que utilizaremos, en el siguiente punto detallaremos la capacidad de cada uno y el tiempo de utilización de cada uno.

b. Cálculos.

Tabla 88: Capacidad instalada

Capacidad instalada						
Máquina / Equipo	Capacidad del equipo en panes	Tiempo en minutos del proceso en máquina	Capacidad por hora en panes	Capacidad por día en panes	Capacidad por mes en panes	Capacidad por año en panes por equipo
HORNO	432	18	1,440	11,520	276,480	3,317,760
AMASADORA	400	10	2,400	19,200	460,800	5,529,600
FERMENTADORA	864	90	576	4,608	110,592	1,327,104

Fuente: *Elaboración propia*

6.1.2 Capacidad utilizada

a. Criterios.

Tabla 89: Capacidad utilizada

PRODUCCIÓN (packs)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	749	93,608	98,666	103,998	108,575	113,873
Zanahoria	562	70,206	73,999	77,999	81,431	85,405
Zapallo	479	59,805	63,036	66,443	69,367	72,752
Aceituna	479	59,805	63,036	66,443	69,367	72,752
Betarraga	458	57,205	60,296	63,554	66,351	69,589
Total packs al año	2,727	340,628	359,032	378,438	395,092	414,370
Total packs al mes	2,727	28,386	29,919	31,536	32,924	34,531
Total packs al día		1,183	1,247	1,314	1,372	1,439
Total packs por hora		148	156	164	171	180

Fuente: *Elaboración propia*

b. Cálculos.

Tabla 90: Producción Panes

PRODUCCIÓN (panes)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	4,494	561,647	591,997	623,987	651,449	683,237
Zanahoria	3,372	421,235	443,993	467,993	488,587	512,427
Zapallo	2,876	358,828	378,214	398,661	416,204	436,512
Aceituna	2,876	358,828	378,214	398,661	416,204	436,512
Betarraga	2,746	343,231	361,774	381,326	398,107	417,533
Total panes al año	16,363	2,043,769	2,154,193	2,270,627	2,370,551	2,486,222
Total panes al mes	16,363	170,314	179,516	189,219	197,546	207,185
Total panes al día		7,096	7,480	7,884	8,231	8,633
Total panes por hora		887	935	986	1,029	1,079

Fuente: *Elaboración propia*

Cuadro 91: Producción Kg

PRODUCCIÓN (Kg)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	225	28,082	29,600	31,199	32,572	34,162
Zanahoria	169	21,062	22,200	23,400	24,429	25,621
Zapallo	144	17,941	18,911	19,933	20,810	21,826
Aceituna	144	17,941	18,911	19,933	20,810	21,826
Betarraga	137	17,162	18,089	19,066	19,905	20,877
Total Kg al año	818	102,188	107,710	113,531	118,528	124,311
Total Kg al mes	818	8,516	8,976	9,461	9,877	10,359
Total Kg al día		355	374	394	412	432
Total Kg por hora		44	47	49	51	54

Fuente: *Elaboración propia*

c. Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Cuadro 92: Porcentaje de uso de capacidad instalada

PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN en panes					
Año	2018	2019	2020	2021	2022
Tamaño normal (producción panes)	2,043,769	2,154,193	2,270,627	2,370,551	2,486,222
Capacidad instalada (producción panes)	2,654,208	2,654,208	2,654,208	2,654,208	2,654,208
% de utilización	77.0%	81.2%	85.5%	89.3%	93.7%

Fuente: *Elaboración propia*

6.1.3 *Capacidad máxima*

a. Criterios.

Para el cálculo de la capacidad máxima instalada hemos tomados también las tres máquinas que utilizaremos en el proceso de producción, en el siguiente punto detallaremos la capacidad total de panes y el número de equipos que requerimos. Tomando en cuenta que se trabaja 24 horas al día aproximadamente 30 días por mes.

b. Cálculos.

Tabla 92: Capacidad máxima

Capacidad instalada						
Máquina / Equipo	Capacidad del equipo en panes	Tiempo en minutos del proceso en máquina	Capacidad por hora en panes	Capacidad por día en panes	Capacidad por mes en panes	Capacidad por año en panes por equipo
HORNO	432	18	1,440	11,520	276,480	3,317,760
AMASADORA	400	10	2,400	19,200	460,800	5,529,600
FERMENTADORA	864	90	576	4,608	110,592	1,327,104

Fuente: *Elaboración propia*

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

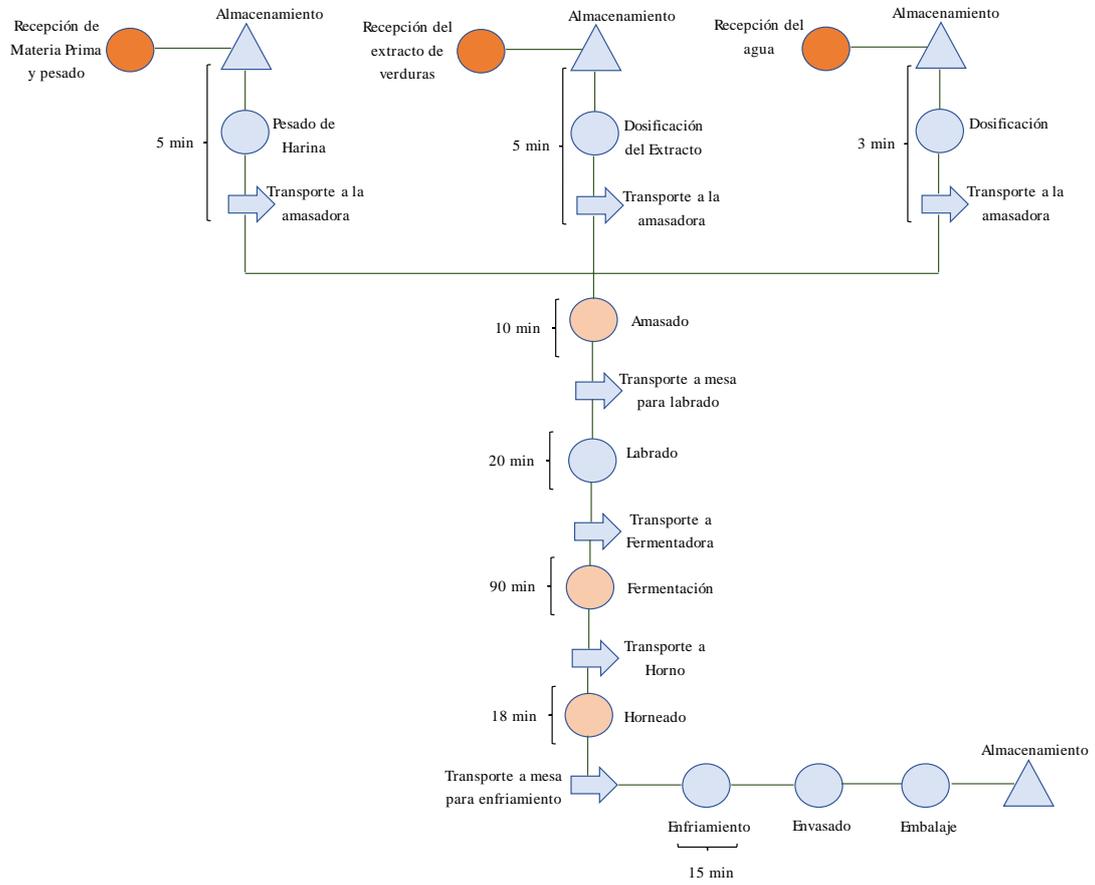


Diagrama 1: De Flujo de proceso de producción

Fuente: *Elaboración propia*

6.2.2 ***Programa de producción.***

En los siguientes cuadros podemos observar nuestro programa de producción para los próximos 5 años, en donde de manera minuciosa se detalla cada año y así mismo se encuentra dividido por cada sabor que ofrecemos a nuestro público, de esta manera podremos analizar nuestra producción de manera detallada, ya que también se muestra la merma, sampling:

Tabla 93: Programa de producción-2018

Año 2018	%	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
PACKS - PAN DE ESPINACA															
Demanda			6,239	6,239	7,130	7,130	8,913	8,913	8,913	8,913	7,130	7,130	6,239	6,239	89,127
Merma	3%		187	187	214	214	267	267	267	267	214	214	187	187	2,674
Sampling	2.00%	312	125	125	143	143	178	178	178	178	143	143	125	125	1,783
Inventario Final PT	7%	437	437	500	500	624	624	624	624	500	500	437	437	461	461
(-) Inventario Inicial PT			437	437	500	500	624	624	624	624	500	500	437	437	437
Total packs		749	6,551	6,614	7,487	7,611	9,358	9,358	9,358	9,234	7,487	7,424	6,551	6,575	93,608
PACKS - PAN DE ZANAHORIA															
Demanda			4,679	4,679	5,348	5,348	6,685	6,685	6,685	6,685	5,348	5,348	4,679	4,679	66,846
Merma	3%		140	140	160	160	201	201	201	201	160	160	140	140	2,005
Sampling	2.00%	234	94	94	107	107	134	134	134	134	107	107	94	94	1,337
Inventario Final PT	7%	328	328	375	375	468	468	468	468	375	375	328	328	346	346
(-) Inventario Inicial PT			328	328	375	375	468	468	468	468	375	375	328	328	328
Total packs		562	4,913	4,960	5,615	5,708	7,019	7,019	7,019	6,926	5,615	5,568	4,913	4,931	70,206
PACKS - PAN DE ZAPALLO															
Demanda			3,986	3,986	4,555	4,555	5,694	5,694	5,694	5,694	4,555	4,555	3,986	3,986	56,943
Merma	3%		120	120	137	137	171	171	171	171	137	137	120	120	1,708
Sampling	2.00%	199	80	80	91	91	114	114	114	114	91	91	80	80	1,139
Inventario Final PT	7%	280	280	319	319	399	399	399	399	319	319	280	280	295	295
(-) Inventario Inicial PT			280	280	319	319	399	399	399	399	319	319	280	280	280
Total packs		479	4,185	4,224	4,783	4,863	5,979	5,979	5,979	5,899	4,783	4,744	4,185	4,200	59,805
PACKS - PAN DE ACEITUNA															
Demanda			3,986	3,986	4,555	4,555	5,694	5,694	5,694	5,694	4,555	4,555	3,986	3,986	56,943
Merma	3%		120	120	137	137	171	171	171	171	137	137	120	120	1,708
Sampling	2.00%	199	80	80	91	91	114	114	114	114	91	91	80	80	1,139
Inventario Final PT	7%	280	280	319	319	399	399	399	399	319	319	280	280	295	295
(-) Inventario Inicial PT			280	280	319	319	399	399	399	399	319	319	280	280	280
Total packs		479	4,185	4,224	4,783	4,863	5,979	5,979	5,979	5,899	4,783	4,744	4,185	4,200	59,805
PACKS - PAN DE BETARRAGA															
Demanda			3,813	3,813	4,357	4,357	5,447	5,447	5,447	5,447	4,357	4,357	3,813	3,813	54,467
Merma	3%		114	114	131	131	163	163	163	163	131	131	114	114	1,634
Sampling	2.00%	191	76	76	87	87	109	109	109	109	87	87	76	76	1,089
Inventario Final PT	7%	267	267	306	306	382	382	382	382	306	306	267	267	282	282
(-) Inventario Inicial PT			267	267	306	306	382	382	382	382	306	306	267	267	267
Total packs		458	4,003	4,042	4,575	4,651	5,719	5,719	5,719	5,643	4,575	4,536	4,003	4,018	57,205

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 94: Programa de producción-2019

Año 2019	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
PACKS - PAN DE ESPINACA														
Demanda		6,576	6,576	7,516	7,516	9,394	9,394	9,394	9,394	7,516	7,516	6,576	6,576	93,944
Merma	3%	197	197	225	225	282	282	282	282	225	225	197	197	2,818
Sampling	2.00%	132	132	150	150	188	188	188	188	150	150	132	132	1,879
Inventario Final PT	7%	461	527	527	658	658	658	658	527	527	461	461	486	486
(-) Inventario Inicial PT		461	461	527	527	658	658	658	527	527	461	461	461	461
Total packs		6,905	6,971	7,891	8,022	9,864	9,864	9,864	9,733	7,891	7,825	6,905	6,930	98,666
PACKS - PAN DE ZANAHORIA														
Demanda		4,932	4,932	5,637	5,637	7,046	7,046	7,046	7,046	5,637	5,637	4,932	4,932	70,458
Merma	3%	148	148	169	169	211	211	211	211	169	169	148	148	2,114
Sampling	2.00%	99	99	113	113	141	141	141	141	113	113	99	99	1,409
Inventario Final PT	7%	346	395	395	494	494	494	494	395	395	346	346	364	364
(-) Inventario Inicial PT		346	346	395	395	494	494	494	395	395	346	346	346	346
Total packs		5,179	5,228	5,918	6,017	7,398	7,398	7,398	7,299	5,918	5,869	5,179	5,197	73,999
PACKS - PAN DE ZAPALLO														
Demanda		4,201	4,201	4,802	4,802	6,002	6,002	6,002	6,002	4,802	4,802	4,201	4,201	60,020
Merma	3%	126	126	144	144	180	180	180	180	144	144	126	126	1,801
Sampling	2.00%	84	84	96	96	120	120	120	120	96	96	84	84	1,200
Inventario Final PT	7%	295	337	337	421	421	421	421	337	337	295	295	310	310
(-) Inventario Inicial PT		295	295	337	337	421	421	421	337	337	295	295	295	295
Total packs		4,411	4,453	5,042	5,126	6,302	6,302	6,302	6,218	5,042	5,000	4,411	4,426	63,036
PACKS - PAN DE ACEITUNA														
Demanda		4,201	4,201	4,802	4,802	6,002	6,002	6,002	6,002	4,802	4,802	4,201	4,201	60,020
Merma	3%	126	126	144	144	180	180	180	180	144	144	126	126	1,801
Sampling	2.00%	84	84	96	96	120	120	120	120	96	96	84	84	1,200
Inventario Final PT	7%	295	337	337	421	421	421	421	337	337	295	295	310	310
(-) Inventario Inicial PT		295	295	337	337	421	421	421	337	337	295	295	295	295
Total packs		4,411	4,453	5,042	5,126	6,302	6,302	6,302	6,218	5,042	5,000	4,411	4,426	63,036
PACKS - PAN DE BETARRAGA														
Demanda		4,019	4,019	4,593	4,593	5,741	5,741	5,741	5,741	4,593	4,593	4,019	4,019	57,410
Merma	3%	121	121	138	138	172	172	172	172	138	138	121	121	1,722
Sampling	2.00%	80	80	92	92	115	115	115	115	92	92	80	80	1,148
Inventario Final PT	7%	282	322	322	402	402	402	402	322	322	282	282	297	297
(-) Inventario Inicial PT		282	282	322	322	402	402	402	322	322	282	282	282	282
Total packs		4,220	4,260	4,822	4,902	6,028	6,028	6,028	5,948	4,822	4,782	4,220	4,235	60,296

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 95: Programa de producción-2020

Año 2020	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
PACKS - PAN DE ESPINACA														
Demanda		6,931	6,931	7,922	7,922	9,902	9,902	9,902	9,902	7,922	7,922	6,931	6,931	99,021
Merma	3%	208	208	238	238	297	297	297	297	238	238	208	208	2,971
Sampling	2.00%	139	139	158	158	198	198	198	198	158	158	139	139	1,980
Inventario Final PT	7%	486	555	555	694	694	694	694	555	555	486	486	512	512
(-) Inventario Inicial PT		486	486	555	555	694	694	694	555	555	486	486	486	486
Total packs		7,278	7,347	8,318	8,457	10,397	10,397	10,397	10,258	8,318	8,249	7,278	7,304	103,998
PACKS - PAN DE ZANAHORIA														
Demanda		5,199	5,199	5,941	5,941	7,427	7,427	7,427	7,427	5,941	5,941	5,199	5,199	74,266
Merma	3%	156	156	178	178	223	223	223	223	178	178	156	156	2,228
Sampling	2.00%	104	104	119	119	149	149	149	149	119	119	104	104	1,485
Inventario Final PT	7%	364	416	416	520	520	520	520	416	416	364	364	384	384
(-) Inventario Inicial PT		364	364	416	416	520	520	520	416	416	364	364	364	364
Total packs		5,459	5,511	6,238	6,342	7,798	7,798	7,798	7,694	6,238	6,186	5,459	5,479	77,999
PACKS - PAN DE ZAPALLO														
Demanda		4,428	4,428	5,061	5,061	6,326	6,326	6,326	6,326	5,061	5,061	4,428	4,428	63,263
Merma	3%	133	133	152	152	190	190	190	190	152	152	133	133	1,898
Sampling	2.00%	89	89	101	101	127	127	127	127	101	101	89	89	1,265
Inventario Final PT	7%	310	355	355	443	443	443	443	355	355	310	310	327	327
(-) Inventario Inicial PT		310	310	355	355	443	443	443	355	355	310	310	310	310
Total packs		4,650	4,695	5,314	5,402	6,643	6,643	6,643	6,555	5,314	5,269	4,650	4,667	66,443
PACKS - PAN DE ACEITUNA														
Demanda		4,428	4,428	5,061	5,061	6,326	6,326	6,326	6,326	5,061	5,061	4,428	4,428	63,263
Merma	3%	133	133	152	152	190	190	190	190	152	152	133	133	1,898
Sampling	2.00%	89	89	101	101	127	127	127	127	101	101	89	89	1,265
Inventario Final PT	7%	310	355	355	443	443	443	443	355	355	310	310	327	327
(-) Inventario Inicial PT		310	310	355	355	443	443	443	355	355	310	310	310	310
Total packs		4,650	4,695	5,314	5,402	6,643	6,643	6,643	6,555	5,314	5,269	4,650	4,667	66,443
PACKS - PAN DE BETARRAGA														
Demanda		4,236	4,236	4,841	4,841	6,051	6,051	6,051	6,051	4,841	4,841	4,236	4,236	60,513
Merma	3%	127	127	145	145	182	182	182	182	145	145	127	127	1,815
Sampling	2.00%	85	85	97	97	121	121	121	121	97	97	85	85	1,210
Inventario Final PT	7%	297	339	339	424	424	424	424	339	339	297	297	313	313
(-) Inventario Inicial PT		297	297	339	339	424	424	424	339	339	297	297	297	297
Total packs		4,448	4,490	5,083	5,168	6,354	6,354	6,354	6,269	5,083	5,041	4,448	4,464	63,554

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 96: Programa de producción-2021

Año 2021	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
PACKS - PAN DE ESPINACA														
Demanda		7,306	7,306	8,350	8,350	10,437	10,437	10,437	10,437	8,350	8,350	7,306	7,306	104,372
Merma	3%	219	219	250	250	313	313	313	313	250	250	219	219	3,131
Sampling	1.00%	73	73	83	83	104	104	104	104	83	83	73	73	1,044
Inventario Final PT	7%	512	585	585	731	731	731	731	585	585	512	512	540	540
(-) Inventario Inicial PT		512	512	585	585	731	731	731	731	585	585	512	512	512
Total packs		7,598	7,671	8,684	8,830	10,855	10,855	10,855	10,709	8,684	8,611	7,598	7,626	108,575
PACKS - PAN DE ZANAHERIA														
Demanda		5,480	5,480	6,262	6,262	7,828	7,828	7,828	7,828	6,262	6,262	5,480	5,480	78,279
Merma	3%	164	164	188	188	235	235	235	235	188	188	164	164	2,348
Sampling	1.00%	55	55	63	63	78	78	78	78	63	63	55	55	783
Inventario Final PT	7%	384	439	439	548	548	548	548	439	439	384	384	405	405
(-) Inventario Inicial PT		384	384	439	439	548	548	548	548	439	439	384	384	384
Total packs		5,699	5,754	6,513	6,622	8,141	8,141	8,141	8,032	6,513	6,458	5,699	5,720	81,431
PACKS - PAN DE ZAPALLO														
Demanda		4,668	4,668	5,335	5,335	6,668	6,668	6,668	6,668	5,335	5,335	4,668	4,668	66,682
Merma	3%	140	140	160	160	200	200	200	200	160	160	140	140	2,000
Sampling	1.00%	47	47	53	53	67	67	67	67	53	53	47	47	667
Inventario Final PT	7%	327	374	374	467	467	467	467	374	374	327	327	345	345
(-) Inventario Inicial PT		327	327	374	374	467	467	467	467	374	374	327	327	327
Total packs		4,854	4,901	5,548	5,641	6,935	6,935	6,935	6,842	5,548	5,501	4,854	4,872	69,367
PACKS - PAN DE ACEITUNA														
Demanda		4,668	4,668	5,335	5,335	6,668	6,668	6,668	6,668	5,335	5,335	4,668	4,668	66,682
Merma	3%	140	140	160	160	200	200	200	200	160	160	140	140	2,000
Sampling	1.00%	47	47	53	53	67	67	67	67	53	53	47	47	667
Inventario Final PT	7%	327	374	374	467	467	467	467	374	374	327	327	345	345
(-) Inventario Inicial PT		327	327	374	374	467	467	467	467	374	374	327	327	327
Total packs		4,854	4,901	5,548	5,641	6,935	6,935	6,935	6,842	5,548	5,501	4,854	4,872	69,367
PACKS - PAN DE BETARRAGA														
Demanda		4,465	4,465	5,103	5,103	6,378	6,378	6,378	6,378	5,103	5,103	4,465	4,465	63,783
Merma	3%	134	134	153	153	191	191	191	191	153	153	134	134	1,913
Sampling	1.00%	45	45	51	51	64	64	64	64	51	51	45	45	638
Inventario Final PT	7%	313	358	358	447	447	447	447	358	358	313	313	330	330
(-) Inventario Inicial PT		313	313	358	358	447	447	447	447	358	358	313	313	313
Total packs		4,643	4,688	5,307	5,396	6,633	6,633	6,633	6,544	5,307	5,262	4,643	4,660	66,351

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 97: Programa de producción-2022

Año 2022	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
PACKS - PAN DE ESPINACA														
Demanda		7,701	7,701	8,801	8,801	11,001	11,001	11,001	11,001	8,801	8,801	7,701	7,701	110,012
Merma	3%	231	231	264	264	330	330	330	330	264	264	231	231	3,300
Sampling	1.00%	77	77	88	88	110	110	110	110	88	88	77	77	1,100
Inventario Final PT	7%	540	617	617	771	771	771	771	617	617	540	540		-
(-) Inventario Inicial PT		540	540	617	617	771	771	771	771	617	617	540	540	540
Total packs		8,009	8,086	9,153	9,307	11,441	11,441	11,441	11,287	9,153	9,076	8,009	7,469	113,873
PACKS - PAN DE ZANAHORIA														
Demanda		5,776	5,776	6,601	6,601	8,251	8,251	8,251	8,251	6,601	6,601	5,776	5,776	82,509
Merma	3%	173	173	198	198	248	248	248	248	198	198	173	173	2,475
Sampling	1.00%	58	58	66	66	83	83	83	83	66	66	58	58	825
Inventario Final PT	7%	405	463	463	578	578	578	578	463	463	405	405		-
(-) Inventario Inicial PT		405	405	463	463	578	578	578	578	463	463	405	405	405
Total packs		6,007	6,065	6,865	6,980	8,581	8,581	8,581	8,466	6,865	6,807	6,007	5,602	85,405
PACKS - PAN DE ZAPALLO														
Demanda		4,920	4,920	5,623	5,623	7,029	7,029	7,029	7,029	5,623	5,623	4,920	4,920	70,286
Merma	3%	148	148	169	169	211	211	211	211	169	169	148	148	2,109
Sampling	1.00%	49	49	56	56	70	70	70	70	56	56	49	49	703
Inventario Final PT	7%	345	394	394	492	492	492	492	394	394	345	345		-
(-) Inventario Inicial PT		345	345	394	394	492	492	492	492	394	394	345	345	345
Total packs		5,117	5,166	5,848	5,946	7,310	7,310	7,310	7,212	5,848	5,799	5,117	4,772	72,752
PACKS - PAN DE ACEITUNA														
Demanda		4,920	4,920	5,623	5,623	7,029	7,029	7,029	7,029	5,623	5,623	4,920	4,920	70,286
Merma	3%	148	148	169	169	211	211	211	211	169	169	148	148	2,109
Sampling	1.00%	49	49	56	56	70	70	70	70	56	56	49	49	703
Inventario Final PT	7%	345	394	394	492	492	492	492	394	394	345	345		-
(-) Inventario Inicial PT		345	345	394	394	492	492	492	492	394	394	345	345	345
Total packs		5,117	5,166	5,848	5,946	7,310	7,310	7,310	7,212	5,848	5,799	5,117	4,772	72,752
PACKS - PAN DE BETARRAGA														
Demanda		4,706	4,706	5,378	5,378	6,723	6,723	6,723	6,723	5,378	5,378	4,706	4,706	67,230
Merma	3%	141	141	161	161	202	202	202	202	161	161	141	141	2,017
Sampling	1.00%	47	47	54	54	67	67	67	67	54	54	47	47	672
Inventario Final PT	7%	330	377	377	471	471	471	471	377	377	330	330		-
(-) Inventario Inicial PT		330	330	377	377	471	471	471	471	377	377	330	330	330
Total packs		4,894	4,941	5,594	5,688	6,992	6,992	6,992	6,898	5,594	5,547	4,894	4,564	69,589

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 98I: Proyección de producción de packs 2018-2022

PRODUCCIÓN (packs)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	749	93,608	98,666	103,998	108,575	113,873
Zanahoria	562	70,206	73,999	77,999	81,431	85,405
Zapallo	479	59,805	63,036	66,443	69,367	72,752
Aceituna	479	59,805	63,036	66,443	69,367	72,752
Betarraga	458	57,205	60,296	63,554	66,351	69,589
Total packs al año	2,727	340,628	359,032	378,438	395,092	414,370
Total packs al mes	2,727	28,386	29,919	31,536	32,924	34,531
Total packs al día		1,183	1,247	1,314	1,372	1,439
Total packs por hora		148	156	164	171	180

Fuente: *Elaboración propia*

Este cuadro nos muestra el consolidado de los packs que vamos a producir desde nuestro lanzamiento hasta el año 2022

Tabla 99: Proyección de producción de panes 2018-2022

PRODUCCIÓN (panes)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	4,494	561,647	591,997	623,987	651,449	683,237
Zanahoria	3,372	421,235	443,993	467,993	488,587	512,427
Zapallo	2,876	358,828	378,214	398,661	416,204	436,512
Aceituna	2,876	358,828	378,214	398,661	416,204	436,512
Betarraga	2,746	343,231	361,774	381,326	398,107	417,533
Total panes al año	16,363	2,043,769	2,154,193	2,270,627	2,370,551	2,486,222
Total panes al mes	16,363	170,314	179,516	189,219	197,546	207,185
Total panes al día		7,096	7,480	7,884	8,231	8,633
Total panes por hora		887	935	986	1,029	1,079

Fuente: *Elaboración propia*

Este cuadro nos muestra el total de panes que vamos a producir desde la campaña de lanzamiento hasta el año 2022

Tabla 100: Proyección de Materia primas para Producción 2018-2022

PRODUCCIÓN (Kg)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	225	28,082	29,600	31,199	32,572	34,162
Zanahoria	169	21,062	22,200	23,400	24,429	25,621
Zapallo	144	17,941	18,911	19,933	20,810	21,826
Aceituna	144	17,941	18,911	19,933	20,810	21,826
Betarraga	137	17,162	18,089	19,066	19,905	20,877
Total Kg al año	818	102,188	107,710	113,531	118,528	124,311
Total Kg al mes	818	8,516	8,976	9,461	9,877	10,359
Total Kg al día		355	374	394	412	432
Total Kg por hora		44	47	49	51	54

Fuente: *Elaboración propia*

El cuadro nos muestra el total de materia prima que vamos a necesitar para la producción desde la campaña de lanzamiento hasta el año 2022.

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos.

A continuación tenemos el cuadro en el cual podemos identificar toda la materia prima que vamos a utilizar por pack sin merma de cada sabor de pan.

Tabla 101: Necesidad de materias primas e insumos

Necesidad de Materia Prima por pack (sin merma)						
Materia Prima	Unidad	Pan Espinaca	Pan Zanahoria	Pan Zapallo	Pan Aceituna	Pan Betarraga
Harina de trigo	gr	152.78	152.78	152.78	152.78	152.78
Azúcar	gr	20.83	20.83	20.83	20.83	20.83
Ajonjolí	gr	2.78	2.78	2.78	2.78	2.78
Manteca Vegetal	gr	8.33	8.33	8.33	8.33	8.33
Mejorador de masas	gr	1.53	1.53	1.53	1.53	1.53
Levadura fresca	gr	2.08	2.08	2.08	2.08	2.08
Sal	gr	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39
Fibra de integral	gr	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39
Conservante natural	gr	1.39	1.39	1.39	1.39	1.39
Agua	ml	61.11	61.11	61.11	61.11	61.11
Extracto espinaca	ml	15.28				
Extracto zanahoria	ml		15.28			
Extracto zapallo	ml			15.28		
Extracto aceituna	ml				15.28	
Extracto betarraga	ml					15.28
Bolsa de plastico	Millar	1.0	1.00	1.00	1.00	1.00
Amarre	Millar	1.0	1.00	1.00	1.00	1.00

Fuente: *Elaboración propia*

Luego tenemos el cuadro que nos muestra el porcentaje de merma que va a tener cada materia prima que vamos a utilizar en la elaboración de nuestros productos.

Tabla 102: Merma de Materias primas e insumos

Materia Prima	Merma
Harina de trigo	2.0%
Azúcar	1.0%
Ajonjolí	0.5%
Manteca Vegetal	2.0%
Mejorador de masas	1.0%
Levadura fresca	0.5%
Sal	1.0%
Fibra de integral	1.0%
Conservante natural	0.5%
Agua	1.0%
Extracto espinaca	2.0%
Extracto zanahoria	2.0%
Extracto zapallo	2.0%
Extracto aceituna	2.0%
Extracto betarraga	2.0%
Bolsa de plastico	2.0%
Amarre	2.0%

Fuente: *Elaboración propia*

En este cuadro se muestra la información de la cantidad de Merma de las materias primas y los insumos que se va a tener en cada pack.

Tabla 103: Merma de Materias primas e insumos - Pack

Necesidad de Materia Prima por pack (con merma)						
Materia Prima	Unidad	Pan Espinaca	Pan Zanahoria	Pan Zapallo	Pan Aceituna	Pan Betarraga
Harina de trigo	gr	155.9	155.9	155.9	155.9	155.9
Azúcar	gr	21.0	21.0	21.0	21.0	21.0
Ajonjolí	gr	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Manteca Vegetal	gr	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5
Mejorador de masas	gr	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
Levadura fresca	gr	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Sal	gr	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4
Fibra de integral	gr	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4
Conservante natural	gr	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4
Agua	ml	61.7	61.7	61.7	61.7	61.7
Extracto espinaca	ml	15.6	0.0	0.0	0.0	0.0
Extracto zanahoria	ml	0.0	15.6	0.0	0.0	0.0
Extracto zapallo	ml	0.0	0.0	15.6	0.0	0.0
Extracto aceituna	ml	0.0	0.0	0.0	15.6	0.0
Extracto betarraga	ml	0.0	0.0	0.0	0.0	15.6
Bolsa de plastico	Millar	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Amarre	Millar	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0

Fuente: *Elaboración propia*

Y en este siguiente cuadro se muestra la información las cantidades que vamos a comprar para realizar nuestros productos.

Tabla 104: Cantidades de Compras – Materia Prima

Materia Prima	Unidad compra	Costo con IGV	IGV	Costo sin IGV	Unidad necesidad	Equivalencia
Harina de trigo	Saco 50kg	S/. 100.00	S/. 15.25	S/. 84.75	Kg	50
Azúcar	Saco 50kg	S/. 125.00	S/. 19.07	S/. 105.93	Kg	50
Ajonjolí	Saco 50kg	S/. 400.00	S/. 61.02	S/. 338.98	Kg	50
Manteca Vegetal	Caja 10Kg	S/. 50.00	S/. 7.63	S/. 42.37	Kg	10
Mejorador de masas	Bolsa 10Kg	S/. 60.00	S/. 9.15	S/. 50.85	Kg	10
Levadura fresca	Caja 25Kg	S/. 260.00	S/. 39.66	S/. 220.34	Kg	25
Sal	Bolsa 10Kg	S/. 15.00	S/. 2.29	S/. 12.71	Kg	10
Fibra de integral	Saco 25Kg	S/. 120.00	S/. 18.31	S/. 101.69	Kg	25
Conservante natural	Bolsa 5Kg	S/. 55.00	S/. 8.39	S/. 46.61	Kg	5
Agua	Caja 20lt	S/. 15.00	S/. 2.29	S/. 12.71	Lt	15
Extracto espinaca	Bolsa 2Lt	S/. 20.00	S/. 3.05	S/. 16.95	Lt	2
Extracto zanahoria	Bolsa 2Lt	S/. 20.00	S/. 3.05	S/. 16.95	Lt	2
Extracto zapallo	Bolsa 2Lt	S/. 20.00	S/. 3.05	S/. 16.95	Lt	2
Extracto aceituna	Bolsa 2Lt	S/. 30.00	S/. 4.58	S/. 25.42	Lt	2
Extracto betarraga	Bolsa 2Lt	S/. 20.00	S/. 3.05	S/. 16.95	Lt	2
Bolsa de plastico	Millar	S/. 10.00	S/. 1.53	S/. 8.47	Unidad	1,000
Amarre	Millar	S/. 4.00	S/. 0.61	S/. 3.39	Unidad	1,000

Fuente: *Elaboración propia*

En los siguientes cuadros, vamos a encontrar la merma de las materias primas e insumos por cada sabor que vamos a ofrecer en el mercado limeño.

Tabla 105: Merma de Materias primas e insumos - Pan Espinaca

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - PAN ESPINACA																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Kg	116.8	1,021.3	1,031.1	1,167.1	1,186.5	1,458.9	1,458.9	1,458.9	1,439.6	1,167.1	1,157.3	1,021.3	1,025.0	14,593.1	15,381.6	16,213	16,926	17,752
Azúcar	Kg	15.8	137.9	139.2	157.5	160.2	196.9	196.9	196.9	194.3	157.5	156.2	137.9	138.4	1,969.9	2,076.3	2,189	2,285	2,396
Ajonjolí	Kg	2.1	18.3	18.5	20.9	21.2	26.1	26.1	26.1	25.8	20.9	20.7	18.3	18.4	261.3	275.4	290	303	318
Manteca Vegetal	Kg	6.4	55.7	56.2	63.7	64.7	79.6	79.6	79.6	78.5	63.7	63.1	55.7	55.9	796.0	839.0	884	923	968
Mejorador de masas	Kg	1.2	10.1	10.2	11.6	11.7	14.4	14.4	14.4	14.3	11.6	11.5	10.1	10.1	144.5	152.3	160	168	176
Levadura fresca	Kg	1.6	13.7	13.8	15.7	15.9	19.6	19.6	19.6	19.3	15.7	15.5	13.7	13.8	196.0	206.6	218	227	238
Sal	Kg	1.1	9.2	9.3	10.5	10.7	13.1	13.1	13.1	13.0	10.5	10.4	9.2	9.2	131.3	138.4	146	152	160
Fibra de integral	Kg	1.1	9.2	9.3	10.5	10.7	13.1	13.1	13.1	13.0	10.5	10.4	9.2	9.2	131.3	138.4	146	152	160
Conservante natural	Kg	1.0	9.1	9.2	10.5	10.6	13.1	13.1	13.1	12.9	10.5	10.4	9.1	9.2	130.7	137.7	145	152	159
Agua	Lt	46.2	404.4	408.3	462.1	469.8	577.7	577.7	577.7	570.0	462.1	458.3	404.4	405.9	5,778.3	6,090.5	6,420	6,702	7,029
Extracto espinaca	Lt	11.7	102.1	103.1	116.7	118.6	145.9	145.9	145.9	144.0	116.7	115.7	102.1	102.5	1,459.3	1,538.2	1,621	1,693	1,775
Extracto zanahoria	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zapallo	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto aceituna	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto betarraga	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bolsa de plastico	Millar	764	6,685	6,749	7,639	7,766	9,549	9,549	9,549	9,423	7,639	7,575	6,685	6,709	95,518	100,680	106,120	110,791	116,197
Amarre	Millar	764	6,685	6,749	7,639	7,766	9,549	9,549	9,549	9,423	7,639	7,575	6,685	6,709	95,518	100,680	106,120	110,791	116,197

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 106: Merma de Materias primas e insumos-Pan Zanahoria

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - PAN ZANAHORIA																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Kg	87.6	765.9	773.3	875.4	889.9	1,094.2	1,094.2	1,094.2	1,079.7	875.4	868.0	765.9	768.7	10,944.8	11,536.1	12,159.7	12,694.8	13,314.2
Azúcar	Kg	11.8	103.4	104.4	118.2	120.1	147.7	147.7	147.7	145.7	118.2	117.2	103.4	103.8	1,477.4	1,557.2	1,641.4	1,713.6	1,797.2
Ajonjolí	Kg	1.6	13.7	13.8	15.7	15.9	19.6	19.6	19.6	19.3	15.7	15.5	13.7	13.8	196.0	206.6	217.8	227.3	238.4
Manteca Vegetal	Kg	4.8	41.8	42.2	47.7	48.5	59.7	59.7	59.7	58.9	47.7	47.3	41.8	41.9	597.0	629.2	663.3	692.4	726.2
Mejorador de masas	Kg	0.9	7.6	7.7	8.7	8.8	10.8	10.8	10.8	10.7	8.7	8.6	7.6	7.6	108.3	114.2	120.4	125.7	131.8
Levadura fresca	Kg	1.2	10.3	10.4	11.8	12.0	14.7	14.7	14.7	14.5	11.8	11.7	10.3	10.3	147.0	154.9	163.3	170.5	178.8
Sal	Kg	0.8	6.9	7.0	7.9	8.0	9.8	9.8	9.8	9.7	7.9	7.8	6.9	6.9	98.5	103.8	109.4	114.2	119.8
Fibra de integral	Kg	0.8	6.9	7.0	7.9	8.0	9.8	9.8	9.8	9.7	7.9	7.8	6.9	6.9	98.5	103.8	109.4	114.2	119.8
Conservante natural	Kg	0.8	6.9	6.9	7.8	8.0	9.8	9.8	9.8	9.7	7.8	7.8	6.9	6.9	98.0	103.3	108.9	113.7	119.2
Agua	Lt	34.7	303.3	306.2	346.6	352.3	433.3	433.3	433.3	427.5	346.6	343.7	303.3	304.4	4,333.7	4,567.8	4,814.7	5,026.6	5,271.9
Extracto espinaca	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zanahoria	Lt	8.8	76.6	77.3	87.5	89.0	109.4	109.4	109.4	108.0	87.5	86.8	76.6	76.9	1,094.5	1,153.6	1,216.0	1,269.5	1,331.4
Extracto zapallo	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto aceituna	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto betarraga	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bolsa de plastico	Millar	573	5,013	5,061	5,730	5,825	7,162	7,162	7,162	7,067	5,730	5,682	5,013	5,032	71,639	75,509	79,591	83,093	87,148
Amarre	Millar	573	5,013	5,061	5,730	5,825	7,162	7,162	7,162	7,067	5,730	5,682	5,013	5,032	71,639	75,509	79,591	83,093	87,148

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 107: Merma de Materias primas e insumos-Pan Zapallo

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - PAN ZAPALLO																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Kg	74.7	652.5	658.5	745.7	758.1	932.1	932.1	932.1	919.6	745.7	739.6	652.5	654.8	9,323.3	9,827.0	10,358.2	10,814.1	11,341.7
Azúcar	Kg	10.1	88.1	88.9	100.7	102.3	125.8	125.8	125.8	124.1	100.7	99.8	88.1	88.4	1,258.5	1,326.5	1,398.2	1,459.8	1,531.0
Ajonjolí	Kg	1.3	11.7	11.8	13.4	13.6	16.7	16.7	16.7	16.5	13.4	13.2	11.7	11.7	167.0	176.0	185.5	193.7	203.1
Manteca Vegetal	Kg	4.1	35.6	35.9	40.7	41.4	50.8	50.8	50.8	50.2	40.7	40.3	35.6	35.7	508.5	536.0	565.0	589.9	618.6
Mejorador de masas	Kg	0.7	6.5	6.5	7.4	7.5	9.2	9.2	9.2	9.1	7.4	7.3	6.5	6.5	92.3	97.3	102.5	107.0	112.3
Levadura fresca	Kg	1.0	8.8	8.8	10.0	10.2	12.5	12.5	12.5	12.4	10.0	9.9	8.8	8.8	125.2	132.0	139.1	145.2	152.3
Sal	Kg	0.7	5.9	5.9	6.7	6.8	8.4	8.4	8.4	8.3	6.7	6.7	5.9	5.9	83.9	88.4	93.2	97.3	102.1
Fibra de integral	Kg	0.7	5.9	5.9	6.7	6.8	8.4	8.4	8.4	8.3	6.7	6.7	5.9	5.9	83.9	88.4	93.2	97.3	102.1
Conservante natural	Kg	0.7	5.8	5.9	6.7	6.8	8.3	8.3	8.3	8.2	6.7	6.6	5.8	5.9	83.5	88.0	92.7	96.8	101.6
Agua	Lt	29.6	258.4	260.8	295.3	300.2	369.1	369.1	369.1	364.1	295.3	292.9	258.4	259.3	3,691.6	3,891.1	4,101.4	4,281.9	4,490.9
Extracto espinaca	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zanahoria	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zapallo	Lt	7.5	65.2	65.9	74.6	75.8	93.2	93.2	93.2	92.0	74.6	74.0	65.2	65.5	932.3	982.7	1,035.8	1,081.4	1,134.2
Extracto aceituna	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto betarraga	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bolsa de plastico	Millar	489	4,271	4,310	4,881	4,962	6,101	6,101	6,101	6,019	4,881	4,841	4,271	4,286	61,025	64,322	67,799	70,783	74,237
Amarre	Millar	489	4,271	4,310	4,881	4,962	6,101	6,101	6,101	6,019	4,881	4,841	4,271	4,286	61,025	64,322	67,799	70,783	74,237

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 108: Merma de Materias primas e insumos-Pan Aceituna

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - PAN ACEITUNA																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Kg	74.7	652.5	658.5	745.7	758.1	932.1	932.1	932.1	919.6	745.7	739.6	652.5	654.8	9,323.3	9,827.0	10,358.2	10,814.1	11,341.7
Azúcar	Kg	10.1	88.1	88.9	100.7	102.3	125.8	125.8	125.8	124.1	100.7	99.8	88.1	88.4	1,258.5	1,326.5	1,398.2	1,459.8	1,531.0
Ajonjolí	Kg	1.3	11.7	11.8	13.4	13.6	16.7	16.7	16.7	16.5	13.4	13.2	11.7	11.7	167.0	176.0	185.5	193.7	203.1
Manteca Vegetal	Kg	4.1	35.6	35.9	40.7	41.4	50.8	50.8	50.8	50.2	40.7	40.3	35.6	35.7	508.5	536.0	565.0	589.9	618.6
Mejorador de masas	Kg	0.7	6.5	6.5	7.4	7.5	9.2	9.2	9.2	9.1	7.4	7.3	6.5	6.5	92.3	97.3	102.5	107.0	112.3
Levadura fresca	Kg	1.0	8.8	8.8	10.0	10.2	12.5	12.5	12.5	12.4	10.0	9.9	8.8	8.8	125.2	132.0	139.1	145.2	152.3
Sal	Kg	0.7	5.9	5.9	6.7	6.8	8.4	8.4	8.4	8.3	6.7	6.7	5.9	5.9	83.9	88.4	93.2	97.3	102.1
Fibra de integral	Kg	0.7	5.9	5.9	6.7	6.8	8.4	8.4	8.4	8.3	6.7	6.7	5.9	5.9	83.9	88.4	93.2	97.3	102.1
Conservante natural	Kg	0.7	5.8	5.9	6.7	6.8	8.3	8.3	8.3	8.2	6.7	6.6	5.8	5.9	83.5	88.0	92.7	96.8	101.6
Agua	Lt	29.6	258.4	260.8	295.3	300.2	369.1	369.1	369.1	364.1	295.3	292.9	258.4	259.3	3,691.6	3,891.1	4,101.4	4,281.9	4,490.9
Extracto espinaca	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zanahoria	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zapallo	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto aceituna	Lt	7.5	65.2	65.9	74.6	75.8	93.2	93.2	93.2	92.0	74.6	74.0	65.2	65.5	932.3	982.7	1,035.8	1,081.4	1,134.2
Extracto betarraga	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bolsa de plastico	Millar	489	4,271	4,310	4,881	4,962	6,101	6,101	6,101	6,019	4,881	4,841	4,271	4,286	61,025	64,322	67,799	70,783	74,237
Amarre	Millar	489	4,271	4,310	4,881	4,962	6,101	6,101	6,101	6,019	4,881	4,841	4,271	4,286	61,025	64,322	67,799	70,783	74,237

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 109: Merma de Materias primas e insumos-Pan Beterraga

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - PAN BETARRAGA																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Kg	71.3	624.1	630.2	713.3	725.1	891.6	891.6	891.6	879.7	713.3	707.2	624.1	626.4	8,918.0	9,399.8	9,907.8	10,343.9	10,848.6
Azúcar	Kg	9.6	84.2	85.1	96.3	97.9	120.3	120.3	120.3	118.8	96.3	95.5	84.2	84.6	1,203.8	1,268.8	1,337.4	1,396.3	1,464.4
Ajonjolí	Kg	1.3	11.2	11.3	12.8	13.0	16.0	16.0	16.0	15.8	12.8	12.7	11.2	11.2	159.7	168.3	177.4	185.2	194.3
Manteca Vegetal	Kg	3.9	34.0	34.4	38.9	39.6	48.6	48.6	48.6	48.0	38.9	38.6	34.0	34.2	486.4	512.7	540.4	564.2	591.7
Mejorador de masas	Kg	0.7	6.2	6.2	7.1	7.2	8.8	8.8	8.8	8.7	7.1	7.0	6.2	6.2	88.3	93.0	98.1	102.4	107.4
Levadura fresca	Kg	1.0	8.4	8.5	9.6	9.7	12.0	12.0	12.0	11.8	9.6	9.5	8.4	8.4	119.8	126.2	133.1	138.9	145.7
Sal	Kg	0.6	5.6	5.7	6.4	6.5	8.0	8.0	8.0	7.9	6.4	6.4	5.6	5.6	80.3	84.6	89.2	93.1	97.6
Fibra de integral	Kg	0.6	5.6	5.7	6.4	6.5	8.0	8.0	8.0	7.9	6.4	6.4	5.6	5.6	80.3	84.6	89.2	93.1	97.6
Conservante natural	Kg	0.6	5.6	5.6	6.4	6.5	8.0	8.0	8.0	7.9	6.4	6.3	5.6	5.6	79.9	84.2	88.7	92.6	97.1
Agua	Lt	28.2	247.1	249.5	282.4	287.1	353.0	353.0	353.0	348.3	282.4	280.0	247.1	248.0	3,531.2	3,722.0	3,923.1	4,095.8	4,295.6
Extracto espinaca	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zanahoria	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto zapallo	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto aceituna	Lt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Extracto betarraga	Lt	7.1	62.4	63.0	71.3	72.5	89.2	89.2	89.2	88.0	71.3	70.7	62.4	62.6	891.8	940.0	990.8	1,034.4	1,084.9
Bolsa de plastico	Millar	467	4,085	4,125	4,669	4,746	5,836	5,836	5,836	5,758	4,669	4,629	4,085	4,100	58,373	61,526	64,851	67,705	71,009
Amarre	Millar	467	4,085	4,125	4,669	4,746	5,836	5,836	5,836	5,758	4,669	4,629	4,085	4,100	58,373	61,526	64,851	67,705	71,009

Fuente: *Elaboración propia*

6.2.4 *Programa de compras de materias primas e insumos.*

Tabla 110: Programa de compras de materias primas e insumos

PROGRAMA DE COMPRA MATERIA PRIMA E INSUMOS (UNIDADES) FINAL																			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	dic-17	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total 2018	Total 2019	Total 2020	Total 2021	Total 2022
Harina de trigo	Saco 50kg	9	74	75	85	87	106	106	106	105	85	84	74	75	1,062	1,120	1,180	1,232	1,292
Azúcar	Saco 50kg	2	10	10	11	12	14	15	14	14	12	11	10	10	143	152	160	167	175
Ajonjolí	Saco 50kg	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	19	21	22	23	24
Manteca Vegetal	Caja 10Kg	3	20	21	23	23	29	29	29	29	23	23	20	20	289	306	322	336	353
Mejorador de masas	Bolsa 10Kg	1	4	3	5	4	5	5	6	5	4	4	4	3	52	56	59	61	64
Levadura fresca	Caja 25Kg	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	28	31	32	34	35
Sal	Bolsa 10Kg	1	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	48	51	54	56	59
Fibra de integral	Saco 25Kg	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	19	21	22	23	24
Conservante natural	Bolsa 5Kg	1	7	7	7	8	9	10	9	10	7	8	7	6	95	101	106	111	116
Agua	Caja 20lt	12	98	99	112	114	140	140	140	139	112	111	98	98	1,401	1,478	1,558	1,626	1,706
Extracto espinaca	Bolsa 2Lt	6	51	52	58	60	73	73	72	72	59	58	51	51	730	770	811	847	888
Extracto zanahoria	Bolsa 2Lt	5	38	39	44	44	55	55	54	54	44	43	39	38	547	577	608	635	666
Extracto zapallo	Bolsa 2Lt	4	33	33	37	38	47	46	47	46	37	37	33	32	466	492	518	541	568
Extracto aceituna	Bolsa 2Lt	4	33	33	37	38	47	46	47	46	37	37	33	32	466	492	518	541	568
Extracto betarraga	Bolsa 2Lt	4	31	32	35	37	44	45	44	44	36	35	32	31	446	470	496	518	543
Bolsa de plastico	Millar	3	25	24	28	28	35	35	34	35	28	27	24	25	348	367	387	404	423
Amarre	Millar	3	25	24	28	28	35	35	34	35	28	27	24	25	348	367	387	404	423

Fuente: *Elaboracion propia*

6.2.5 *Requerimiento de mano de obra directa.*

Proceso Producción de un Lote

Lote producción en panes =	432
Lote producción en packs =	72

Tabla 111: Proceso de producción de un lote en tiempos

Proceso	Tiempo minutos del proceso para el lote	Tiempo minutos de MOD
Recepción y almacenaje de Materia Prima	15	15
Envío de la materia prima a producción	5	5
Pesado de los ingredientes	5	5
Amasado	10	5
Labrado	20	20
Fermentación	90	5
Horneado	18	5
Enfriamiento	30	5
Empaque	35	35
Control de calidad	35	35
Embalaje final	15	15
Almacenamiento	5	5
Total de tiempo en minutos	283	155
Total de tiempo en horas	4.72	2.58

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 112: Horas/Hombre requeridas

Horas hombre requeridas	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Espinaca	27	3,359	3,540	3,731	3,896	4,086
Zanahoria	20	2,519	2,655	2,799	2,922	3,064
Zapallo	17	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Aceituna	17	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Betarraga	16	2,052	2,163	2,280	2,381	2,497
Total horas hombre requerido	98	12,222	12,882	13,578	14,176	14,867

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 113: Horas Hombres por operario al año

Horas hombre efectivas laboradas por persona al día	7
Días laborados al mes	24
Meses laborados al año	11.5
Horas hombre por operario al año	1932

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 114: Horas Hombres por operario al año

Centro de operaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios - MOD	7	7	8	8	8

Fuente: *Elaboracion propia*

Tabla 115: Horas Hombres por operario al año

Centro de operaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maestro panadero	1	1	1	1	1
Operario	6	6	7	7	7

Fuente: *Elaboracion propia*

6.3 Tecnología para el proceso

Horno MAX 1000

Es un horno rotativo a convección forzada, robusta y confiable, está diseñada para tener una línea de alta producción, una de sus características es que tiene un corto tiempo de duración para el precalentamiento y el consumo de energía es bajo, la tasa de energía de reposo, el rendimiento de vapor, la uniformidad de cocción y la capacidad de producción. La velocidad y caudal de aire proporcionado por el impulso y en combinación con la rotación lenta del coche podemos obtener una cocción uniforme, en este caso se puede utilizar para todo tipo de productos de panadería y pastelería.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Tensión eléctrica (V)	200-380-440
Frecuencia (Hz)	50-60
Fase	Mono/Tri
Potencia instalada (kW)	1.95
Entrada nominal de calor diésel (BTU/h)	168,000
Entrada nominal de calor gas (BTU/h)	200.000

Entrada nominal de calor eléctrico (BTU/h)	40.9
Consumo de combustible	D2-1.2 gal/h GLP-4.2Kg/h GN-5.7m ³ /h
Gradiente de temperatura	7°C/min prec.
Temperatura máxima de operación	280°C
Área de cocción	4.7m ²
Capacidad de bandejas	18(65*45cm)
Capacidad de producción (24 panes/bandeja)	432 panes/horneada

Fuente: Elaboración propia– Nova.

Dimensión de la Máquina

Ancho	Alto	Longitud	Peso
Gas:1.32m	2.27m/210 m	1.78	1020kg
Petroleo:1.18 m			



Cámara De Fermentación MAX 1000 – 2C

La cámara de fermentación Max 1000 – 2 coches está diseñada para satisfacer la exigencia que se requiere en una panadería de hoy, la cual nos permite tener un mejor resultado en poco tiempo, siendo este irremplazable en el proceso productivo del pan.

Tiene las temperaturas alrededor de los + 30/+35°C y humedad relativa de 80/95%, esta nos permite obtener un microclima para la fermentación del pan, el sistema de distribución de aire y la posición del generador de vapor nos asegura una fermentación homogénea y uniforme.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

Penetración (en%)	2C Max 1000
Fase	Monofásica
Potencia instalada	1500W
Tensión eléctrica (V)	220/380/440V
Humedad relativa máxima	80-95%
Frecuencia	50/60HZ
Temperatura de fermentación	30-35°C
Capacidad de bandejas	36
Precisión de temperatura	±2°C
Precisión de humeado relativa	±5%

Fuente: Elaboración propia– Nova.

Dimensión de la Máquina

Ancho	Alto	Longitud	Peso
0.90m	1.90m	1.60m	181.2kg



Amasadora KN20

La Amasadora modelos KN20, fue diseñada para trabajar en grandes producciones ya que gracias a su agitador espiral de acero podemos obtener una rápida capacidad de amasado. La estrecha relación entre el diámetro del agitador espiral, la cuchilla central y las dimensiones del tazón nos brinda un amasado homogéneo, buena oxigenación y una leve elevación de la temperatura de la masa, lo cual es perfecto para todo tipo de panes de masas de media y alta hidratación.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

Capacidad en Harina (kg)	20
Capacidad en masa	45
Potencia de motor (kW)	1.8/3
Velocidad de motor (rpm)	840 - 1700
Tensión eléctrica (V)	220-380-440
Frecuencia	50/60HZ
Fases	Trifásico

Velocidad de agitador (rpm) 155-310

Velocidad del tazón (rpm) 16-32

Fuente: Elaboración propia– Nova.

Dimensión de la Máquina

Ancho	Alto	Longitud	Peso
0.60m	1.17m	0.98m	220kg



Divisora 30 MP

La divisora 30 MP es una maquina sólida y de mucha duración, con esta máquina vamos a poder dividir la masa en 30 partes iguales. Horquilla, mesa y tapa fabricada en fundición gris, la mesa y tapa en la parte de contacto con la masa estas cubiertas con chapas de acero inoxidable AISI 304. Prensa con polímero de alta densidad sanitaria en la parte de contacto con la masa con base fierro fundido, cuchilla de corté fabricada en chapa de acero inoxidable AISI 304.

Características de rendimiento:

- Divide en 30 piezas iguales.
- Capacidad 0.9 – 3.0 kg.
- Una palanca para cada función: Presionar, nivelar y dividir.
- Equipo compacto y de alta producción.
- Base con orificios para anclaje.

Dimensión de la Máquina

Ancho	Alto	Longitud	Peso
A=0.73 m	C=1.37m	B=0.62m	180kg



Coches MAX 1000

Provisto con 4 ruedas de material termoplástico la cual resiste a altas temperaturas. No daña los pisos porque tiene un peso ligero y la calidad de las ruedas.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

Material	Aluminio con guías de acero inoxidable
Capacidad de bandejas	18

Dimensiones

Ancho	Alto	Largo
0.51m	1.65m	0.62m



Bandejas

Fabricadas en aluminio aleación 3003 H14, este material nos ofrece una excelente conducción térmica para un rápido y uniforme calentamiento de la superficie. Los bordes estos reforzados con cabilla de alto calibre para evitar deformaciones y garantizar una larga vida útil.

Dimensiones

Ancho	Largo
0.45m	0.65m



6.3.1 Maquinarias.

Tabla 116: Maquinarias

Maquinarias para 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
Horno Max	1	S/.47,696	S/.40,420	S/.40,420.00	S/.7,276	S/.47,695.60	cada 10 años	S/.1,000	Semestral
Amasadora	1	S/.10,478	S/.8,880	S/.8,880.00	S/.1,598	S/.10,478.40	cada 5 años	S/.850	Semestral
Cámara de fermentación	2	S/.23,482	S/.19,900	S/.39,800.00	S/.7,164	S/.46,964.00	cada 10 años	S/.1,000	Semestral
TOTAL			S/.89,100.00	S/.16,038.00	S/.105,138.00				

Fuente: *Elaboración propia.*

6.3.2 Equipos.

Tabla 117: Equipos para operación

Equipos para producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	valor de venta unitario	Valor de venta total	Igv	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Balanza electrónica	1	S/.70	S/.59	S/.59.32	S/.11	S/.70.00	cada 5 años	S/.500	Semestral
Divisora	1	S/.4,986	S/.4,225	S/.4,225.00	S/.761	S/.4,985.50	cada 5 años	S/.850	Semestral
Coche para pan	4	S/.900	S/.763	S/.3,050.85	S/.549	S/.3,600.00	cada 3 años	S/.300	Semestral
TOTAL			S/.7,335.17	S/.1,320.33	S/.8,655.50				

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 118: Equipos de oficina

Equipos de oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Laptop	1	S/.2,500.00	S/.2,119	S/.2,118.64	S/.381	S/.2,500.00	cada 5 años	S/.250.00	Semestral
Computadora de Escritorio	3	S/.1,500.00	S/.1,271	S/.3,813.56	S/.686	S/.4,500.00	cada 5 años	S/.100.00	Semestral
Impresora Multifuncional	1	S/.1,300.00	S/.1,102	S/.1,101.69	S/.198	S/.1,300.00	cada 5 años	S/.150.00	Semestral
TOTAL			S/.9,406.78	S/.1,693.22	S/.11,100.00				

Fuente: *Elaboración propia*

6.3.3 Herramientas.

Tabla 119: Herramientas

Detalle	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
Termómetro para pan	2	S/.55	S/.47	S/.93.22	S/.17	S/.110.00	cada 3 años	S/.200	Anual
TOTAL			S/.93.22	S/.16.78	S/.110.00				

Fuente: *Elaboración propia*

6.3.4 Utensilios.

Tabla 120: Utensilios

Detalle	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Raspa de acero	2	S/.164.00	S/.139	S/.277.97	S/.50	S/.328.00	cada año
Espátulas de plástico para pan	4	S/.32.00	S/.27	S/.108.47	S/.20	S/.128.00	cada año
Recipiente de acero (pequeño)	1	S/.25.00	S/.21	S/.21.19	S/.4	S/.25.00	cada año
cucharon de acero	2	S/.45.00	S/.38	S/.76.27	S/.14	S/.90.00	cada año
Jarra medidora	2	S/.15.00	S/.13	S/.25.42	S/.5	S/.30.00	cada año
Tacho de 50 lts	2	S/.80.00	S/.68	S/.135.59	S/.24	S/.160.00	cada año
TOTAL				S/.135.59	S/.24.41	S/.160.00	

Fuente: *Elaboración propia*

6.3.5 Mobiliario.

Cuadro 121: Mobiliario de oficina

Mobiliario de Oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Escritorio Ejecutivo	1	S/.650.00	S/.551	S/.550.85	S/.99	S/.650.00	S/.100.00	Cada 2 años
Escritorio básico	3	S/.300.00	S/.254	S/.762.71	S/.137	S/.900.00	S/.60.00	Cada 2 años
Estantes/Libreros	4	S/.380.00	S/.322	S/.1,288.14	S/.232	S/.1,520.00	S/.20.00	Cada 2 años
Sillas	4	S/.180.00	S/.153	S/.610.17	S/.110	S/.720.00	S/.35.00	Cada 2 años
Mesa de reuniones	1	S/.550.00	S/.466	S/.466.10	S/.84	S/.550.00	S/.80.00	Cada 2 años
Sillas para reuniones	8	S/.100.00	S/.85	S/.677.97	S/.122	S/.800.00	S/.25.00	Cada 2 años
				S/.4,355.93	S/.784.07	S/.5,140.00		

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 122: Mobiliario de producción

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Casilleros	3	S/.280.00	S/.237	S/.711.86	S/.128	S/.840.00	S/.75.00	Cada 3 años
Mesas de acero	4	S/.450.00	S/.381	S/.1,525.42	S/.275	S/.1,800.00	S/.15.00	Cada 2 años
				S/.2,237.29	S/.402.71	S/.2,640.00		

Fuente: *Elaboración propia*

6.3.6 Útiles de oficina.

Tabla 123: Útiles de oficina-Bimensual

UTILES DE OFICINA (Compra bimensual)						
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario S/.	Total Costo (sin IGV)	IGV 18 %	Total Costo (con IGV)
PRODUCCIÓN						
Block A4 cuadriculado	Unidad	2	2.54	5.08	0.92	6.00
Lapiceros azules	caja 10 unid	1	4.24	4.24	0.76	5.00
TOTAL PRODUCCION				9.32	1.68	11.00
VENTAS						
Lapiceros azules	caja 10 unid	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Lapiceros negros	caja 10 unid	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Resaltador amarillo	caja 4 unid	1	2.12	2.12	0.38	2.50
Clips mariposa	Caja	1	2.54	2.54	0.46	3.00
Block A4 cuadriculado	Unidad	2	2.54	5.08	0.92	6.00
Sellos Trodat	Unidad	1	12.71	12.71	2.29	15.00
Folder oficio doble tapa	Unidad	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Hojas bond A4 por millar	millar	1	20.34	20.34	3.66	24.00
Corrector liquid paper	Unidad	1	5.08	5.08	0.92	6.00
Post it x500	paq 500 unid	1	12.71	12.71	2.29	15.00
Tijera de 8"	Unidad	1	3.39	3.39	0.61	4.00
TOTAL VENTAS				76.70	13.81	90.51
ADMINISTRACION						
Lapiceros azules	caja 10 unid	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Lapiceros negros	caja 10 unid	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Resaltador amarillo	caja 4 unid	1	2.12	2.12	0.38	2.50
Lapiz 2HB	caja 12 unid	1	2.54	2.54	0.46	3.00
Clips mariposa	Caja	2	2.54	5.08	0.92	6.00
Block A4 cuadriculado	Unidad	4	2.54	10.17	1.83	12.00
Folders A4 Manila x50	Paq 50 und.	1	16.95	16.95	3.05	20.00
Folder oficio doble tapa	Unidad	2	4.66	9.32	1.68	11.00
Sellos Trodat	Unidad	2	2.54	5.08	0.92	6.00
Hojas bond A4 por millar	millar	2	20.34	40.68	7.32	48.00
Cinta con dispensador	Unidad	2	6.78	13.56	2.44	16.00
Corrector liquid paper	Unidad	2	10.17	20.34	3.66	24.00
Post it x500	paq 500 unid	2	18.64	37.29	6.71	44.00
Tijera de 8"	Unidad	2	6.78	13.56	2.44	16.00
Regla de 30 cms.	Unidad	2	0.85	1.69	0.31	2.00
TOTAL ADMINISTRACIÓN				275.14	33.64	220.51

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 124: Útiles de oficina -Anual

UTILES DE OFICINA (Compra anual)						
Descripcion	Unidad	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Costo (sin IGV)	IGV 18 %	Total Costo (con IGV)
PRODUCCION						
Calculadora	Unidad	1	28.39	28.39	5.11	33.50
Tablero plástico A4	Unidad	4	7.62	30.48	5.49	35.97
TOTAL PRODUCCION				28.39	5.11	33.50
VENTAS						
Calculadora	Unidad	1	28.39	28.39	5.11	33.50
Perforadora	Unidad	1	4.37	4.37	0.79	5.16
Pizarra acrílica y corcho 90 x 60	Unidad	2	67.80	135.60	24.41	160.01
TOTAL VENTAS				28.39	5.11	33.50
ADMINISTRACION						
Calculadora	Unidad	2	28.39	56.78	10.22	67.00
Engrapador	Unidad	2	33.51	67.02	12.06	79.08
Perforadora	Unidad	2	4.37	8.74	1.57	10.31
Sacagrapas	Unidad	2	1.75	3.50	0.63	4.13
Pizarra acrílica y corcho 90 x 60	Unidad	2	67.80	135.60	24.41	160.01
TOTAL ADMINISTRACION				136.04	24.49	160.53

Fuente: *Elaboración propia.*

6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 125: Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Mantenimiento de Maquinarias para Producción	Cantidad	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento	2018	2019	2020	2021	2022
Horno Max	1	S/.1,000	Semestral	S/.1,000	S/.1,000	S/.1,000	S/.1,000	S/.1,000
Amasadora	1	S/.850	Semestral	S/.850	S/.850	S/.850	S/.850	S/.850
Cámara de fermentación	2	S/.1,000	Semestral	S/.2,000	S/.2,000	S/.2,000	S/.2,000	S/.2,000
TOTAL				S/.3,850	S/.3,850	S/.3,850	S/.3,850	S/.3,850

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 126: Mantenimiento de equipos para producción

Mantenimiento de Equipos para producción	Cantidad	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento	2018	2019	2020	2021	2022
Balanza electrónica	1	S/.500	Semestral	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500
Divisora	1	S/.850	Semestral	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200
Coche para pan	4	S/.300	Semestral	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200	S/.1,200
TOTAL				S/.2,900	S/.2,900	S/.2,900	S/.2,900	S/.2,900

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 127: Costos de mantenimiento

Mantenimiento	Cantidad	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento	2018	2019	2020	2021	2022
Termómetro para pan	2	S/.200	Anual	S/.400	S/.400	S/.400	S/.400	S/.400
TOTAL				S/.400	S/.400	S/.400	S/.400	S/.400

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 128: Mantenimiento de Equipos de oficina

Mantenimiento de Equipos de oficina	Cantidad	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento	2018	2019	2020	2021	2022
Laptop	1	S/.250.00	Semestral	S/.250	S/.250	S/.250	S/.250	S/.250
Computadora de Escritorio	3	S/.100.00	Semestral	S/.300	S/.300	S/.300	S/.300	S/.300
Impresora Multifuncional	1	S/.150.00	Semestral	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150
TOTAL				S/.700	S/.700	S/.700	S/.700	S/.700

Fuente: *Elaboración propia.*

6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 129: Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso

Detalle	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	2018	2019	2020	2021	2022
Coche para pan	4	S/.900			S/.3,600		S/.3,600
Termómetro para pan	1	S/.55			S/.55		S/.55
Raspa de acero	2	S/.164.00			S/.328		S/.328
Espátulas de plástico para pan	2	S/.32.00			S/.64		S/.64
Recipiente de acero (pequeño)	2	S/.25.00			S/.50		S/.50
cucharon de acero	2	S/.45.00			S/.90		S/.90
Jarra medidora	2	S/.15.00			S/.30		S/.30
Tacho de 50 lts	2	S/.80.00			S/.160		S/.160
TOTAL			S/.0	S/.0	S/.4,377	S/.0	S/.4,377

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 130: Mobiliario de oficina

Mobiliario de Oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Reposición	2018	2019	2020	2021	2022
Escritorio Ejecutivo	1	S/.650.00	Cada 2 años		S/.650		S/.650	
Escritorio básico	3	S/.300.00	Cada 2 años		S/.900		S/.900	
Estantes/Libreros	4	S/.380.00	Cada 2 años		S/.1,520		S/.1,520	
Sillas	4	S/.180.00	Cada 2 años		S/.720		S/.720	
Mesa de reuniones	1	S/.550.00	Cada 2 años		S/.550		S/.550	
Sillas para reuniones	8	S/.100.00	Cada 2 años		S/.800		S/.800	
TOTAL				S/.0	S/.5,140	S/.0	S/.5,140	S/.0

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 131: Mobiliario de producción

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Frecuencia de mantenimiento	2018	2019	2020	2021	2022
Casilleros	3	S/.280.00	Cada 3 años			S/.840		
Mesas de acero	4	S/.450.00	Cada 2 años		S/.1,800		S/.1,800	
TOTAL				S/.0	S/.1,800	S/.840	S/.1,800	S/.0

Fuente: *Elaboración propia.*

6.3.9 Programa de compras posteriores (durante los años de operación)

(De maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas).

Tabla 132: Programa de compras posteriores

Detalle	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	2018	2019	2020	2021	2022
Termómetro para pan	1	S/.55			S/.55		S/.55
Raspa de acero	2	S/.164.00			S/.328		S/.328
Espátulas de plástico para pan	2	S/.32.00			S/.64		S/.64
Recipiente de acero (pequeño)	2	S/.25.00			S/.50		S/.50
cucharon de acero	2	S/.45.00			S/.90		S/.90
Jarra medidora	2	S/.15.00			S/.30		S/.30
Tacho de 50 lts	2	S/.80.00			S/.160		S/.160
TOTAL			S/.0	S/.0	S/.777	S/.0	S/.777

Fuente: *Elaboración propia.*

6.4 Localización

6.4.1 Macro localización.

Comprende la ubicación general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa, para la determinación de este se tuvo en cuenta las zonas a las cuales nos vamos a dirigir.

La planta de elaboración de panes estará ubicada en la Provincia de Lima, Departamento de Lima. Por ende, se considera que facilitará la distribución de nuestro producto.

- Cercanía a los distritos objetivos
- Cercanía al proveedor principal
- Seguridad

Para la selección del local la ponderación establecida es de 1 a 10 puntos, donde 1 es el menos adecuado y 10 el más adecuado. Se asignó un peso a cada criterio, basándose en la relevancia de cada uno. Así mismo, se le dio una calificación a cada factor, la cual varía según los distritos comparados.

La multiplicación de ambos (peso y calificación), da como resultado una ponderación.

Tabla 132: Factores de Micro localización

Factores	Peso Asignado	Distritos		
		Villa el Salvador	Ate Vitarte	Callao
Facilidad de licencias	20%	9	9	8
Costos de alquiler	25%	8	7	9
Cercanía a los distritos de público objetivo	20%	7	7	9
Cercanía al proveedor principal	20%	7	7	9
Seguridad	15%	8	8	7

Total	100%	7.85	7.65	8.45
-------	------	------	------	-------------

Fuente: *Elaboración propia.*

La planta se encontrará ubicada en el Departamento de Lima, en la provincia constitucional del Callao, distrito de Bellavista, en Jirón Los Cóndores 179 urb. San José, Bellavista.



Fuente: *Mi Entorno.com*

Figura 31: Mapa de ubicación

6.4.3 *Gastos de adecuación.*

Cuadro 133: Trabajos preliminares y de instalación de negocio

DESCRIPCION	UND	CANT	Precio Unit.	TOTAL
			S/.	S/.
Trabajos preliminares				1,000.00
Revisión de Planos y propuesta	gl	1.00	1,000.00	1,000.00
Drywall				1,500.00
Muros de Drywall e instalación	m2	15.00	100.00	1,500.00
Carpintería Oficinas y Producción				540.00
Puertas con chapa	und	3.00	180.00	540.00
Pintura Interior y Exterior + Materiales				3,500.00
Pintura interior	m2	200.00	10.00	2,000.00
Pintura exterior	m2	150.00	10.00	1,500.00
Instalaciones Eléctricas				10,700.00
Instalaciones Electricas	gl	1.00	5,200.00	5,200.00
Instalación grupo electrogeno		1.00	5,500.00	5,500.00
Data y comunicaciones				600.00
Data y comunicaciones (Cableado)	gl	1.00	600.00	600.00
Instalacion de Sensores de humo				1,200.00
Sensores de humo	gl	1.00	1,200.00	1,200.00
Instalacion de Gas				1,800.00
COSTO				S/20,840.00
IGV 18%				S/ 3,751.20
TOTAL				S/24,591.20

Fuente: *Elaboración propia.*

6.4.4 Gastos de servicios.

Tabla 134: Gastos de servicios

Gastos	costo	Frecuencia
Alquiler.	S/.4,800	Mensual
Agua.	S/.350	Mensual
Luz.	S/.450	Mensual
Telefonía + Internet	S/.220	Mensual
Garantía.	S/.1,000	

Fuente: *Elaboración propia.*

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

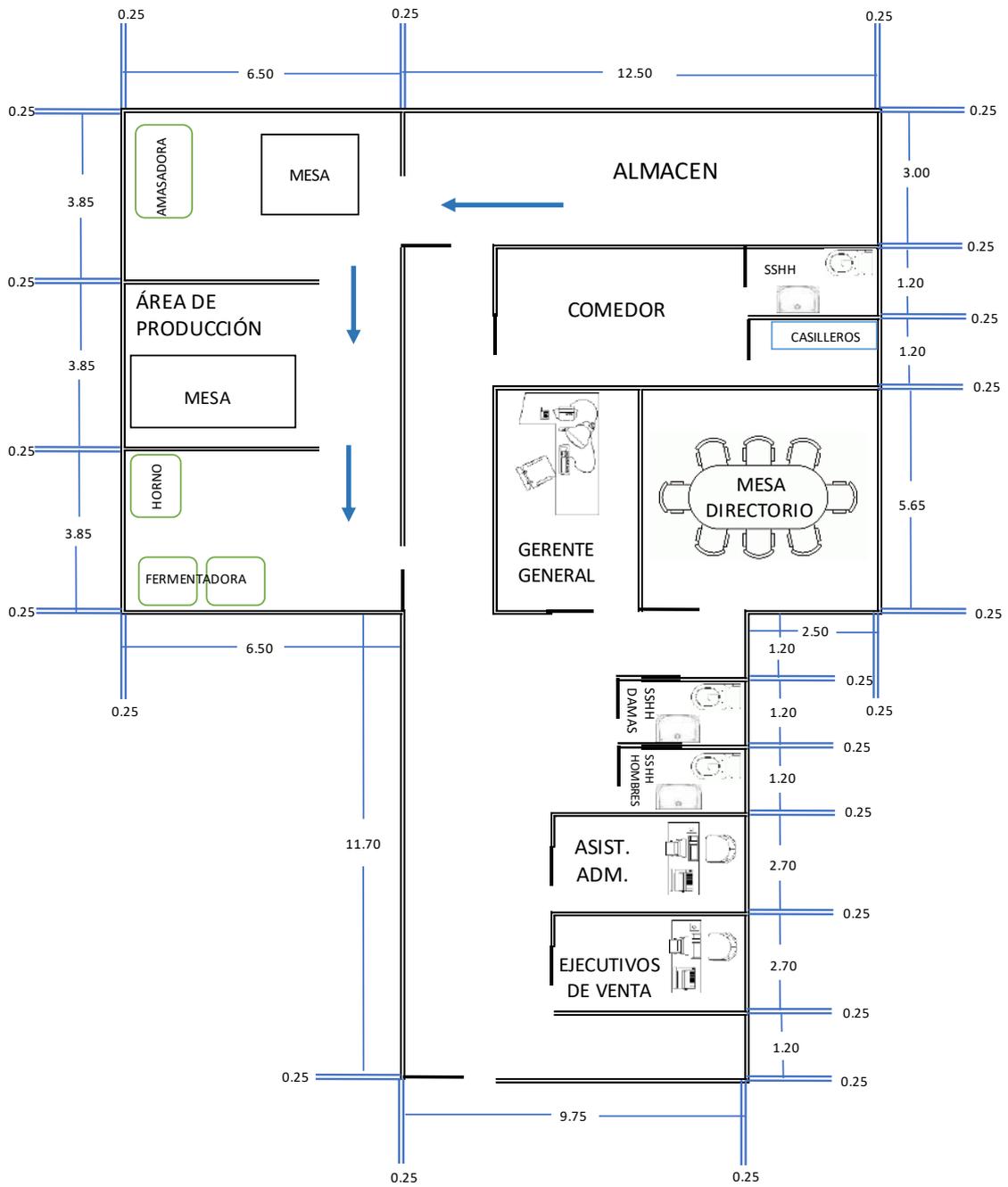


Figura 32: Distribución de negocio

Diseño propio

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

El local a alquilar contará con espacios amplios y que encajan bien para la producción de pan, cumpliendo con las normas que establece Defensa Civil. El centro de operaciones contará con un piso el cual estará dividido en diversas áreas. El centro de operaciones estará distribuido por varias áreas de trabajo:

- ✓ **Almacén:** Aquí podremos encontrar los insumos y el stock de productos terminados.
- ✓ **Área de Producción:** Está dividido en tres: del almacén los insumos pasaran al área de amasado, para luego realizar el labrado y dirigirse al área de fermentado y horneado; aquí también se empaquetará.
- ✓ **Comedor:** tenemos el área de comedor donde el personal podrá almorzar y además tenemos casilleros y un pequeño lugar donde se podrán cambiar.
- ✓ **Directorio:** aquí se llevaran a cabo las reuniones con los accionistas y clientes.
- ✓ **Oficinas:** también contaremos con 3 oficinas para el gerente general, la asistente administrativa y los ejecutivos de venta.

6.1. Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1. Impacto ambiental.

Panes Veggie, está alineada a la norma sanitaria para la fabricación y elaboración y expendio de productos de panificación con RM N° 1020-2010/MINSA

En lo que respecta a los desechos como: los sacos de harina, los sacos de azúcar, cartones de manteca, recipientes platicos de aceite y diferentes empaques de nuestros insumos, serán reciclados mediante la empresa RECLICLADORA PERUANA S.A.

El estar alineados con las normas técnicas peruanas debemos, considerar los siguientes aspectos:

- Buenas prácticas de manufactura o manipulación (BPM).
- Principios de Higiene.
- Del funcionamiento de los establecimientos.

6.5.2. Con los trabajadores.

Consideramos que los trabajadores tienen que tener una capacitación constante y ser motivados de forma personal y profesional, para lo cual consideramos lo siguiente:

- Capacitaciones de atención al cliente, tanto interno y externo.
- Capacitación técnica en ASPAN para nuestros colaboradores.
- Evaluación trimestral para nuestros colaboradores.
- Reconocimientos por buen desempeño para nuestros colaboradores.

6.5.3. Con la comunidad.

Panes Veggi, tiene un compromiso social con los residentes de las comunidades aledañas, las cuales consideramos lo siguiente:

- Campaña nutricional: Esta campaña será llevada a cabo por nutricionistas, los cuales enseñaran a llevar una dieta balanceada para las familias que asistan a dicha capacitación.

Tabla 135: Presupuesto Anual de Responsabilidad Social

PRESUPUESTO ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL													
EVENTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Charlas nutricionales en colegios, institutos y universidades		S/. 500.00		S/. 500.00		S/. 500.00		S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00	S/. 4,500.00
Eventos de integracion de trabajadores							S/. 1,500.00					S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
Racion de pan para lo trabajadores (quncenal)	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 1,200.00						
Total sin IGV	S/. 0	S/. 500	S/. 0	S/. 500	S/. 0	S/. 600	S/. 1,600	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 2,600	S/. 8,700
IGV	S/. 0	S/. 90	S/. 0	S/. 90	S/. 0	S/. 108	S/. 288	S/. 90	S/. 90	S/. 90	S/. 90	S/. 468	S/. 1,566
Total con IGV	S/. 0	S/. 590	S/. 0	S/. 590	S/. 0	S/. 708	S/. 1,888	S/. 590	S/. 590	S/. 590	S/. 590	S/. 3,068	S/. 10,266

Fuente: *Elaboración propia.*

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1 .1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Los activos fijos que necesitamos para iniciar nuestro proyecto serán los que se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 136: Activos Fijos Depreciables

ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES					
Descripcion	Cantidad	Costo unitario (sin IGV)	Costo total (sin IGV)	IGV 18 %	Costo total (con IGV)
PRODUCCIÓN					
Horno Max	1	S/. 40,420	S/. 40,420	S/. 7,276	S/. 47,696
Amasadora	1	S/. 8,880	S/. 8,880	S/. 1,598	S/. 10,478
Cámara de fermentación	2	S/. 19,900	S/. 39,800	S/. 7,164	S/. 46,964
Divisora	1	S/. 4,225	S/. 4,225	S/. 761	S/. 4,986
Laptop	1	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 450	S/. 2,950
TOTAL ACTIVOS FIJOS - PRODUCCIÓN S/.		S/. 75,925	S/. 95,825	S/. 17,249	S/. 113,074
VENTAS					
Laptop	1	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 450	S/. 2,950
TOTAL ACTIVOS FIJOS - VENTAS S/.		S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 450	S/. 2,950
ADMINISTRATIVA					
Laptop	2	S/. 2,500	S/. 5,000	S/. 900	S/. 5,900
Impresora Multifuncional	1	S/. 1,300	S/. 1,300	S/. 234	S/. 1,534
TOTAL ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVA S/.		S/. 3,800	S/. 6,300	S/. 1,134	S/. 7,434
TOTAL ACTIVOS FIJOS S/.			S/. 104,625	S/. 18,833	S/. 123,458

Estos equipos, mobiliarios y herramientas básicas las que no servirán de apoyo en la producción como en la atención de nuestros clientes en las operaciones diarias.

7.1.2 Inversión en Activo Intangible.

Nuestros activos intangibles son aquellas actividades vinculadas a la constitución de la empresa, marcas, patentes, licencias y software.

Tabla 137: Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA					
Búsqueda de índices ante la SUNARP		S/. 5.00	S/. 5.00		S/. 5.00
Reserva de nombre ante la SUNARP		S/. 18.00	S/. 18.00		S/. 18.00
Elaboración de minuta		S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 81.00	S/. 531.00
Escritura Pública ante notario público		S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 16.20	S/. 106.20
Gastos Administrativos Notaria		S/. 75.20	S/. 75.20	S/. 13.54	S/. 88.74
Elevar la escritura pública a SUNARP		S/. 90.00	S/. 90.00		S/. 90.00
Costo de Libros contables (4) Resolución de Superintendencia 226-2013/SUNAT		S/. 80.00	S/. 80.00	S/. 14.40	S/. 94.40
Legalización libros contables		S/. 120.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/. 928.20	S/. 146.74	S/. 1,074.94
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES					
Búsqueda fonética - figurativa	3	S/. 31.00	S/. 93.00	S/. 16.74	S/. 109.74
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	1	S/. 549.05	S/. 549.05	S/. 98.83	S/. 647.88
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	1	S/. 549.05	S/. 549.05	S/. 98.83	S/. 647.88
Registro de Código de barras	1	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00
Publicación en Diario El Peruano	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/. 1,814.83	S/. 326.67	S/. 2,141.50
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES					
Local: Distrito de San Luis					
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 188.00	S/. 188.00		S/. 188.00
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/. 76.00	S/. 76.00		S/. 76.00
Registro Sanitario	1	S/. 390.00	S/. 390.00		S/. 390.00
Habilitación sanitaria y HACCP	1	S/. 985.30	S/. 985.30	S/. 177.35	S/. 1,162.65
Carnet de sanidad	3	S/. 16.20	S/. 48.60		S/. 48.60
Defensa Civil	1	S/. 115.00	S/. 115.00		S/. 115.00
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/. 1,802.90	S/. 177.35	S/. 1,980.25
SOFTWARE					
Antivirus	3	S/. 147.50	S/. 442.50	S/. 79.65	S/. 522.15
TOTAL SOFTWARE			S/. 442.50	S/. 79.65	S/. 522.15
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			S/. 4,988.43	S/. 730.41	S/. 5,718.84

Fuente: Elaboración propia

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Nuestra inversión en gastos pre-operativos, tenemos el acondicionamiento del local, el alquiler, los gastos del lanzamiento del producto, los gastos del personal, el pago de servicios, entre algunos gastos más

Tabla 137: Gastos Pre-Operativos

GASTOS PRE-OPERATIVOS					
Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
ACONDICIONAMIENTO LOCAL					
Acondicionamiento de planta de operaciones y oficina administrativa	1	S/. 20,840.00	S/. 20,840.00	S/. 3,751.20	S/. 24,591.20
ALQUILER PRE OPERATIVO					
Garantía de alquiler	2	S/. 4,800.00	S/. 9,600.00		S/. 9,600.00
Alquiler pre-operativo	1	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00		S/. 4,800.00
MARKETING					
Campañas de difusión	1	S/. 8,084.75	S/. 8,084.75	S/. 1,455.25	S/. 9,540.00
BIENES NO DEPRECIABLES					
Produccion	1	S/. 8,092.70	S/. 8,092.70	S/. 1,456.69	S/. 9,549.39
Administracion	1	S/. 2,898.31	S/. 2,898.31	S/. 521.69	S/. 3,420.00
Ventas	1	S/. 728.81	S/. 728.81	S/. 131.19	S/. 860.00
INVENTARIOS INICIALES					
Materia prima	1	S/. 2,781.36	S/. 2,781.36	S/. 500.64	S/. 3,282.00
Material de empaque	1	S/. 167.80	S/. 167.80	S/. 30.20	S/. 198.00
Utensilios de produccion	1	S/. 794.07	S/. 794.07	S/. 142.93	S/. 937.00
Uniformes	1	S/. 717.80	S/. 717.80	S/. 129.20	S/. 847.00
OTROS GASTOS PRE-OPERATIVOS					
Personal (planilla pre - operativa)	1	S/. 12,896.00	S/. 12,896.00		S/. 12,896.00
Servicios (pre-operativo)	1	S/. 6,800.37	S/. 6,800.37	S/. 1,224.07	S/. 8,024.43
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			S/. 79,201.95	S/. 9,343.07	S/. 88,545.02

Fuente: Elaboración propia

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.

El inventario inicial está comprendido por el material de empaque, es decir, las cajas de embalaje y las cintas, en donde se colocarán los productos finales para ser transportados.

Tabla 138: Inventarios Iniciales

Material de empaque	Unidad	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Cajas de carton de embalaje (35 packs por caja)	Unidad	78	9,733	10,259	10,813	11,289	11,840
Cintas de embalaje (Rollo para 50 cajas)	Rollo	2	195	206	217	226	237

Material empaque	Costo unitario	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Cajas de carton de embalaje (35 packs por caja)	S/. 2.12	S/. 165.25	S/. 20,620.76	S/. 21,735.17	S/. 22,908.90	S/. 23,917.37	S/. 25,084.75
Cintas de embalaje (Rollo para 50 cajas)	S/. 1.27	S/. 2.54	S/. 247.88	S/. 261.86	S/. 275.85	S/. 287.29	S/. 301.27
Total material empaque (Sin IGV)		S/. 167.80	S/. 20,868.64	S/. 21,997.03	S/. 23,184.75	S/. 24,204.66	S/. 25,386.02
IGV	18%	S/. 30.20	S/. 3,756.36	S/. 3,959.47	S/. 4,173.25	S/. 4,356.84	S/. 4,569.48
Total material empaque (Con IGV)		S/. 198.00	S/. 24,625.00	S/. 25,956.50	S/. 27,358.00	S/. 28,561.50	S/. 29,955.50

Fuente: Elaboración propia

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

Para hallar el capital de trabajo se utilizó el método de déficit acumulado, este nos ayudara a proyectar en detalle mensual los ingresos y egresos del proyecto del primer año. A continuación se presenta el capital de trabajo del 2017:

Tabla 139: Inversión en capital de trabajo

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)								
VENTAS AÑO 1:								
996,337								
INGRESOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
SUPERMERCADOS	S/. 33,669	S/. 33,669	S/. 38,479	S/. 38,479	S/. 48,099	S/. 48,099	S/. 48,099	S/. 48,099
Espinaca	S/. 9,253	S/. 9,253	S/. 10,574	S/. 10,574	S/. 13,218	S/. 13,218	S/. 13,218	S/. 13,218
Zanahoria	S/. 6,939	S/. 6,939	S/. 7,931	S/. 7,931	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 9,914
Zapallo	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 8,445	S/. 8,445	S/. 8,445	S/. 8,445
Aceituna	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 8,445	S/. 8,445	S/. 8,445	S/. 8,445
Beterraga	S/. 5,654	S/. 5,654	S/. 6,462	S/. 6,462	S/. 8,078	S/. 8,078	S/. 8,078	S/. 8,078
BODEGAS / PANADERÍAS / GRIFOS	S/. 36,074	S/. 36,074	S/. 41,228	S/. 41,228	S/. 51,535	S/. 51,535	S/. 51,535	S/. 51,535
Espinaca	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 11,330	S/. 11,330	S/. 14,162	S/. 14,162	S/. 14,162	S/. 14,162
Zanahoria	S/. 7,435	S/. 7,435	S/. 8,497	S/. 8,497	S/. 10,622	S/. 10,622	S/. 10,622	S/. 10,622
Zapallo	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 9,048	S/. 9,048	S/. 9,048	S/. 9,048
Aceituna	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 9,048	S/. 9,048	S/. 9,048	S/. 9,048
Beterraga	S/. 6,058	S/. 6,058	S/. 6,924	S/. 6,924	S/. 8,655	S/. 8,655	S/. 8,655	S/. 8,655
Ventas (sin IGV)	S/. 69,744	S/. 69,744	S/. 79,707	S/. 79,707	S/. 99,634	S/. 99,634	S/. 99,634	S/. 99,634
IGV Ventas	S/. 12,554	S/. 12,554	S/. 14,347	S/. 14,347	S/. 17,934	S/. 17,934	S/. 17,934	S/. 17,934
Total Ventas	S/. 82,297	S/. 82,297	S/. 94,054	S/. 94,054	S/. 117,568	S/. 117,568	S/. 117,568	S/. 117,568
Cobranza otros canales (7 días)	S/. 31,926	S/. 42,568	S/. 47,128	S/. 48,649	S/. 57,770	S/. 60,811	S/. 60,811	S/. 60,811
Cobranza supermercado (60 días)			S/. 39,730	S/. 39,730	S/. 45,405	S/. 45,405	S/. 56,757	S/. 56,757
TOTAL INGRESOS EFECTIVO	S/. 31,926	S/. 42,568	S/. 86,858	S/. 88,379	S/. 103,176	S/. 106,216	S/. 117,568	S/. 117,568
EGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Materiales	S/. 23,068	S/. 22,214	S/. 25,841	S/. 25,918	S/. 32,095	S/. 32,712	S/. 32,541	S/. 31,480
Material directo o materia prima	S/. 17,200	S/. 17,364	S/. 19,896	S/. 19,934	S/. 24,778	S/. 24,917	S/. 24,795	S/. 24,591
Material de empaque	S/. 1,461	S/. 1,461	S/. 1,669	S/. 1,669	S/. 2,087	S/. 2,087	S/. 2,087	S/. 2,087
Utensilios de producción	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0				
Uniformes						S/. 718		
Material de oficina	S/. 554	S/. 0	S/. 0	S/. 361	S/. 0	S/. 0	S/. 361	S/. 0
Material de limpieza	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0
IGV Materiales	S/. 3,519	S/. 3,389	S/. 3,942	S/. 3,954	S/. 4,896	S/. 4,990	S/. 4,964	S/. 4,802
Personal	S/. 21,657	S/. 22,341	S/. 22,341	S/. 22,341	S/. 25,757	S/. 22,341	S/. 32,589	S/. 23,263
Gerente General	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500				
Asistente Administrativo	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500				
Jefe de Ventas	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000				
Ejecutivo de Ventas	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000				
Supervisor de Operaciones	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000				
Maestro Panadero	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800				
Operario	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000				
Bonos	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500				
SCTR	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196				
Gratificación							S/. 10,248	
CTS					S/. 3,416			
ESSALUD	S/. 1,161	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 2,767
Servicios	S/. 16,175	S/. 15,791	S/. 18,003	S/. 18,436	S/. 19,161	S/. 24,216	S/. 20,221	S/. 19,788
Energía Eléctrica	S/. 663	S/. 668	S/. 739	S/. 749	S/. 890	S/. 890	S/. 890	S/. 880
Agua	S/. 272	S/. 274	S/. 303	S/. 307	S/. 366	S/. 366	S/. 366	S/. 361
Gas	S/. 730	S/. 737	S/. 834	S/. 848	S/. 1,042	S/. 1,042	S/. 1,042	S/. 1,029
Arbitrios	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0
Servicio de teléfono - internet	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186				
Alquiler local	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800				
Servicio de contabilidad	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944				
Servicio de limpieza	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000				
Servicio de seguridad	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750				
Recarga de extintores	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0				
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 0	S/. 3,725	S/. 0	S/. 0				
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254				
Servicio transporte distribución	S/. 2,797	S/. 2,797	S/. 4,475	S/. 4,475	S/. 5,034	S/. 5,993	S/. 5,993	S/. 5,593
IGV Servicios	S/. 1,378	S/. 1,380	S/. 1,717	S/. 1,723	S/. 1,894	S/. 2,665	S/. 1,995	S/. 1,990
Promocion y Publicidad	S/. 9,040	S/. 8,240	S/. 8,540	S/. 9,240	S/. 8,540	S/. 8,240	S/. 9,540	S/. 8,240
Google Adwords	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102				
Facebook Ads	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85				
Tripticos	S/. 271	S/. 271	S/. 271	S/. 271				
Jala vistas	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254				
Diseño - Tripticos y Jala Vistas	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 169	S/. 0	S/. 0	S/. 169	S/. 0
Colgados - Jala Vistas	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85				
Degustaciones por 6 horas	S/. 6,102	S/. 6,102	S/. 6,102	S/. 6,102				
Uniformes (Polos)	S/. 0	S/. 0	S/. 254	S/. 0	S/. 254	S/. 0	S/. 254	S/. 0
Permisos de Volantes/Tripticos	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85				
Banner	S/. 678	S/. 0	S/. 0	S/. 678	S/. 0	S/. 0	S/. 678	S/. 0
IGV Promocion y Publicidad	S/. 1,379	S/. 1,257	S/. 1,303	S/. 1,409	S/. 1,303	S/. 1,257	S/. 1,455	S/. 1,257
Responsabilidad Social	S/. 118	S/. 708	S/. 118	S/. 708	S/. 118	S/. 708	S/. 1,888	S/. 708
Charlas nutricionales en colegios, institutos y unives	S/. 0	S/. 500	S/. 0	S/. 500	S/. 0	S/. 500	S/. 0	S/. 500
Eventos de integracion de trabajadores	S/. 0	S/. 0	S/. 1,500	S/. 0				
Racion de pan para lo trabajadores (quincenal)	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100				
IGV Responsabilidad Social	S/. 18	S/. 108	S/. 18	S/. 108	S/. 18	S/. 108	S/. 288	S/. 108
Impuestos	S/. 0	S/. 697	S/. 697	S/. 797	S/. 797	S/. 9,115	S/. 9,910	S/. 10,228
Pago IGV (al estado) - Del módulo de IGV		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 8,119	S/. 8,914	S/. 9,232
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA (1%)		S/. 697	S/. 697	S/. 797	S/. 797	S/. 996	S/. 996	S/. 996
Prestamo	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000				
Cuentas corrientes	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000				

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)								
INGRESOS	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16
SUPERMERCADOS	S/. 38,479	S/. 38,479	S/. 33,669	S/. 33,669	S/. 35,489	S/. 35,489	S/. 40,559	S/. 40,559
Espinaca	S/. 10,574	S/. 10,574	S/. 9,253	S/. 9,253	S/. 9,753	S/. 9,753	S/. 11,146	S/. 11,146
Zanahoria	S/. 7,931	S/. 7,931	S/. 6,939	S/. 6,939	S/. 7,314	S/. 7,314	S/. 8,359	S/. 8,359
Zapallo	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 7,121	S/. 7,121
Aceituna	S/. 6,756	S/. 6,756	S/. 5,911	S/. 5,911	S/. 6,231	S/. 6,231	S/. 7,121	S/. 7,121
Beterraga	S/. 6,462	S/. 6,462	S/. 5,654	S/. 5,654	S/. 5,960	S/. 5,960	S/. 6,811	S/. 6,811
BODEGAS / PANADERÍAS / GRIFOS	S/. 41,228	S/. 41,228	S/. 36,074	S/. 36,074	S/. 38,024	S/. 38,024	S/. 43,456	S/. 43,456
Espinaca	S/. 11,330	S/. 11,330	S/. 9,914	S/. 9,914	S/. 10,449	S/. 10,449	S/. 11,942	S/. 11,942
Zanahoria	S/. 8,497	S/. 8,497	S/. 7,435	S/. 7,435	S/. 7,837	S/. 7,837	S/. 8,957	S/. 8,957
Zapallo	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 6,676	S/. 6,676	S/. 7,630	S/. 7,630
Aceituna	S/. 7,238	S/. 7,238	S/. 6,334	S/. 6,334	S/. 6,676	S/. 6,676	S/. 7,630	S/. 7,630
Beterraga	S/. 6,924	S/. 6,924	S/. 6,058	S/. 6,058	S/. 6,386	S/. 6,386	S/. 7,298	S/. 7,298
Ventas (sin IGV)	S/. 79,707	S/. 79,707	S/. 69,744	S/. 69,744	S/. 73,513	S/. 73,513	S/. 84,014	S/. 84,014
IGV Ventas	S/. 14,347	S/. 14,347	S/. 12,554	S/. 12,554	S/. 13,232	S/. 13,232	S/. 15,123	S/. 15,123
Total VENTAS	S/. 94,054	S/. 94,054	S/. 82,297	S/. 82,297	S/. 86,745	S/. 86,745	S/. 99,137	S/. 99,137
Cobranza otros canales (7 días)	S/. 51,689	S/. 48,649	S/. 44,088	S/. 42,568	S/. 44,293	S/. 44,868	S/. 49,675	S/. 51,278
Cobranza supermercado (60 días)	S/. 56,757	S/. 56,757	S/. 45,405	S/. 45,405	S/. 39,730	S/. 39,730	S/. 41,877	S/. 41,877
TOTAL INGRESOS EFECTIVO	S/. 108,446	S/. 105,406	S/. 89,493	S/. 87,973	S/. 84,023	S/. 84,598	S/. 91,552	S/. 93,155
EGRESOS EFECTIVO	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16
Materiales	S/. 25,561	S/. 25,600	S/. 22,440	S/. 23,427	S/. 25,004	S/. 23,705	S/. 27,486	S/. 27,518
Material directo o materia prima	S/. 19,658	S/. 19,664	S/. 17,222	S/. 17,598	S/. 18,549	S/. 18,549	S/. 21,199	S/. 21,199
Material de empaque	S/. 1,669	S/. 1,669	S/. 1,461	S/. 1,461	S/. 1,540	S/. 1,540	S/. 1,760	S/. 1,760
Utensilios de produccion	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 794	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Uniformes	S/. 0	S/. 361	S/. 0	S/. 0	S/. 213	S/. 0	S/. 0	S/. 361
Material de oficina	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 554	S/. 0	S/. 0	S/. 361
Material de limpieza	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0	S/. 334	S/. 0
IGV Materiales	S/. 3,899	S/. 3,905	S/. 3,423	S/. 3,574	S/. 3,814	S/. 3,616	S/. 4,193	S/. 4,198
Personal	S/. 22,341	S/. 22,341	S/. 27,892	S/. 32,589	S/. 23,263	S/. 22,341	S/. 22,341	S/. 22,341
Gerente General	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500
Asistente Administrativo	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Jefe de Ventas	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Ejecutivo de Ventas	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Supervisor de Operaciones	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Maestro Panadero	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800
Operario	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000
Bonos	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
SCTR	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196
Gratificación				S/. 10,248				
CTS			S/. 5,551					
ESSALUD	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 2,767	S/. 1,845	S/. 1,845	S/. 1,845
Servicios	S/. 18,663	S/. 19,047	S/. 18,415	S/. 22,864	S/. 16,836	S/. 16,436	S/. 18,713	S/. 19,113
Energía Eléctrica	S/. 739	S/. 734	S/. 663	S/. 665	S/. 701	S/. 701	S/. 801	S/. 801
Agua	S/. 303	S/. 301	S/. 272	S/. 273	S/. 288	S/. 288	S/. 329	S/. 329
Gas	S/. 834	S/. 827	S/. 730	S/. 733	S/. 772	S/. 772	S/. 883	S/. 883
Arbitrios	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400
Servicio de teléfono - internet	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186	S/. 186
Alquiler local	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
Servicio de contabilidad	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944	S/. 944
Servicio de limpieza	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Servicio de seguridad	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750	S/. 2,750
Recarga de extintores	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 200	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,125	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254
Servicio transporte distribución	S/. 5,034	S/. 5,034	S/. 5,034	S/. 4,475	S/. 2,797	S/. 2,797	S/. 4,475	S/. 4,475
IGV Servicios	S/. 1,818	S/. 1,816	S/. 1,780	S/. 2,459	S/. 1,944	S/. 1,944	S/. 2,291	S/. 2,291
Promocion y Publicidad	S/. 8,540	S/. 9,240	S/. 8,240	S/. 8,540	S/. 7,840	S/. 6,220	S/. 7,797	S/. 7,020
Google Adwords	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102	S/. 102
Facebook Ads	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85
Tripticos	S/. 271	S/. 271	S/. 271	S/. 271	S/. 271	S/. 0	S/. 271	S/. 0
Televisión	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 0	S/. 254	S/. 0

7.1.6 Liquidación del IGV.

El siguiente reporte presenta el pago mensual de impuestos que se realizara durante el primer año ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

Tabla 140: Liquidación del IGV

MODULO DE IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		S/. 12,554	S/. 12,554	S/. 14,347	S/. 14,347	S/. 17,934	S/. 17,934	S/. 17,934	S/. 17,934	S/. 14,347	S/. 14,347	S/. 12,554	S/. 12,554
IGV Materiales		S/. -3,519	S/. -3,389	S/. -3,942	S/. -3,954	S/. -4,896	S/. -4,990	S/. -4,964	S/. -4,802	S/. -3,899	S/. -3,905	S/. -3,423	S/. -3,574
IGV Servicios		S/. -1,378	S/. -1,380	S/. -1,717	S/. -1,723	S/. -1,894	S/. -2,665	S/. -1,995	S/. -1,990	S/. -1,818	S/. -1,816	S/. -1,780	S/. -2,459
IGV Promocion y Publicidad		S/. -1,379	S/. -1,257	S/. -1,303	S/. -1,409	S/. -1,303	S/. -1,257	S/. -1,455	S/. -1,257	S/. -1,303	S/. -1,409	S/. -1,257	S/. -1,303
IGV Responsabilidad Social		S/. -18	S/. -108	S/. -18	S/. -108	S/. -18	S/. -108	S/. -288	S/. -108	S/. -108	S/. -108	S/. -108	S/. -468
IGV Activos tangibles	S/. -18,833												
IGV Activos intangibles	S/. -730												
IGV Gastos preoperativos	S/. -9,343												
IGV Neto	-28,906	6,261	6,420	7,367	7,154	9,823	8,914	9,232	9,777	7,219	7,109	5,986	4,751
Credito fiscal	-28,906	-22,645	-16,225	-8,858	-1,704	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de IGV	0	-	-	-	-	8,119	8,914	9,232	9,777	7,219	7,109	5,986	4,751

Fuente: Elaboración propia

7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.

En el siguiente cuadro podemos observar el monto que se requiere para cada una de las inversiones (Activo Fijo, Activo Intangible, Gastos pre-operativos y Capital de Trabajo) indicando el porcentaje en función al monto total de inversión.

Tabla 141: Resumen de estructura de inversiones

INVERSIÓN AÑO 0				
Inversion	Inversion sin IGV	IGV	Inversion con IGV	%
Activos Fijos	104,625	18,833	123,458	42%
Activos Intangibles	4,988	730	5,719	2%
Gastos pre-operativos	79,202	9,343	88,545	30%
Capital de Trabajo	75,554		75,554	26%
Total	264,369	28,906	293,275	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 32: Estructura de Inversiones
Diseño Propio

7.2 Financiamiento

7.1.1. Estructura de financiamiento.

Como podemos observar en el siguiente cuadro la inversión que será financiada será de S/. 120,000 en activo fijo y S/. 20,000 en capital de trabajo.

Tabla 142: Estructura de Financiamiento

Inversion	Inversion SIN IGV	IGV	Inversion CON IGV	Capital propio	Deuda
Activo Fijo	104,625	18,833	123,458	3,458	120,000
Activo Intangibles	4,988	730	5,719	5,719	-
Gastos pre-operativos	79,202	9,343	88,545	88,545	-
Capital de Trabajo	75,554	-	75,554	55,554	20,000
TOTAL	264,369	28,906	293,275	153,275	140,000
				52.26%	47.74%

Capital Propio	Deuda
153,275	140,000
52.26%	47.74%



Figura 33: Estructura de Financiamiento
Diseño Propio

Tabla 143: Aporte de cada Socio

APORTE DE CADA SOCIO	
Vera	30,655
Jhon	30,655
Arturo	30,655
Cinthy	30,655
Rogers	30,655
TOTAL	153,275

Fuente: Elaboración propia

7.1.2. Financiamiento del activo fijo

Para el financiamiento del proyecto, se trabaja el siguiente banco:

- Financiera Pro Empresa

Tabla 144: Préstamo Activo Fijo

PRESTAMO ACTIVO FIJO

PRESTAMO	S/.	120,000	
TEA		25.00%	
TCEA		27.05%	Financiera Pro Empresa
TEM		2.02%	
PLAZO		4	años

Fuente: Elaboración propia

CUOTA MENSUAL

S/. 3,924.27

Periodo	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
1	120,000	2,418	1,506	3,924
2	118,494	2,388	1,536	3,924
3	116,957	2,357	1,567	3,924
4	115,390	2,325	1,599	3,924
5	113,791	2,293	1,631	3,924
6	112,160	2,260	1,664	3,924
7	110,496	2,227	1,698	3,924
8	108,798	2,192	1,732	3,924
9	107,066	2,158	1,767	3,924
10	105,299	2,122	1,802	3,924
11	103,497	2,086	1,839	3,924
12	101,658	2,049	1,876	3,924
13	99,783	2,011	1,914	3,924
14	97,869	1,972	1,952	3,924
15	95,917	1,933	1,991	3,924
16	93,926	1,893	2,032	3,924
17	91,894	1,852	2,072	3,924
18	89,821	1,810	2,114	3,924
19	87,707	1,767	2,157	3,924
20	85,550	1,724	2,200	3,924
21	83,350	1,680	2,245	3,924
22	81,105	1,634	2,290	3,924
23	78,815	1,588	2,336	3,924
24	76,479	1,541	2,383	3,924
25	74,096	1,493	2,431	3,924
26	71,665	1,444	2,480	3,924
27	69,185	1,394	2,530	3,924
28	66,655	1,343	2,581	3,924
29	64,074	1,291	2,633	3,924
30	61,441	1,238	2,686	3,924
31	58,755	1,184	2,740	3,924
32	56,014	1,129	2,796	3,924
33	53,219	1,072	2,852	3,924
34	50,367	1,015	2,909	3,924
35	47,458	956	2,968	3,924
36	44,490	897	3,028	3,924
37	41,462	836	3,089	3,924
38	38,373	773	3,151	3,924
39	35,222	710	3,214	3,924
40	32,008	645	3,279	3,924
41	28,728	579	3,345	3,924
42	25,383	512	3,413	3,924
43	21,970	443	3,482	3,924
44	18,489	373	3,552	3,924
45	14,937	301	3,623	3,924
46	11,314	228	3,696	3,924
47	7,618	154	3,771	3,924
48	3,847	78	3,847	3,924
TOTAL		68,365	120,000	188,365

	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
Año 1	120,000	26,874	20,217	47,091
Año 2	99,783	21,405	25,686	47,091
Año 3	74,096	14,457	32,634	47,091
Año 4	41,462	5,629	41,462	47,091
TOTAL		68,365	120,000	188,365

Fuente: Elaboración propia

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

Para el financiamiento del proyecto, se trabaja el siguiente banco:

- Financiera Pro Empresa

Tabla 145: Préstamo Capital de Trabajo

PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO

PRESTAMO	S/. 20,000	Financiera Pro Empresa
TEA	27.00%	
TCEA	29.08%	
TEM	2.15%	
PLAZO	2 años	

Fuente: Elaboración propia

CUOTA MENSUAL

S/. 1,075.47

Periodo	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
1	20,000	430	645	1,075
2	19,355	416	659	1,075
3	18,695	402	674	1,075
4	18,022	387	688	1,075
5	17,334	373	703	1,075
6	16,631	358	718	1,075
7	15,913	342	733	1,075
8	15,180	326	749	1,075
9	14,430	310	765	1,075
10	13,665	294	782	1,075
11	12,884	277	798	1,075
12	12,085	260	816	1,075
13	11,269	242	833	1,075
14	10,436	224	851	1,075
15	9,585	206	869	1,075
16	8,716	187	888	1,075
17	7,828	168	907	1,075
18	6,920	149	927	1,075
19	5,994	129	947	1,075
20	5,047	109	967	1,075
21	4,080	88	988	1,075
22	3,092	66	1,009	1,075
23	2,084	45	1,031	1,075
24	1,053	23	1,053	1,075
TOTAL		5,811	20,000	25,811

	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
Año 1	20,000	4,175	8,731	12,906
Año 2	11,269	1,636	11,269	12,906
Año 3	-	-	-	-
Año 4	-	-	-	-
TOTAL		5,811	20,000	25,811

Fuente: Elaboración propia

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas.

En el siguiente cuadro se aprecia el total de ingresos con IGV y sin IGV por las ventas anuales para los próximos 5 años.

Tabla 146: Programa de Ventas

Programa ventas (soles)	2018	2019	2020	2021	2022
SUPERMERCADOS	S/. 480,990	S/. 506,983	S/. 534,381	S/. 563,260	S/. 593,699
Espinaca	S/. 132,181	S/. 139,324	S/. 146,853	S/. 154,789	S/. 163,154
Zanahoria	S/. 99,135	S/. 104,493	S/. 110,140	S/. 116,092	S/. 122,365
Zapallo	S/. 84,449	S/. 89,012	S/. 93,823	S/. 98,893	S/. 104,237
Aceituna	S/. 84,449	S/. 89,012	S/. 93,823	S/. 98,893	S/. 104,237
Beterraga	S/. 80,777	S/. 85,142	S/. 89,743	S/. 94,593	S/. 99,705
BODEGAS / PANADERÍAS / GRIFOS	S/. 515,347	S/. 543,196	S/. 572,551	S/. 603,492	S/. 636,106
Espinaca	S/. 141,622	S/. 149,275	S/. 157,342	S/. 165,845	S/. 174,808
Zanahoria	S/. 106,216	S/. 111,957	S/. 118,007	S/. 124,384	S/. 131,106
Zapallo	S/. 90,481	S/. 95,370	S/. 100,524	S/. 105,957	S/. 111,683
Aceituna	S/. 90,481	S/. 95,370	S/. 100,524	S/. 105,957	S/. 111,683
Beterraga	S/. 86,547	S/. 91,224	S/. 96,154	S/. 101,350	S/. 106,827
Ventas (sin IGV)	S/. 996,337	S/. 1,050,180	S/. 1,106,932	S/. 1,166,752	S/. 1,229,804
IGV	S/. 179,341	S/. 189,032	S/. 199,248	S/. 210,015	S/. 221,365
Ventas (con IGV)	S/. 1,175,678	S/. 1,239,212	S/. 1,306,180	S/. 1,376,767	S/. 1,451,169

Fuente: Elaboración propia

7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.

En este cuadro observamos el importe que se requiere de capital de trabajo para cada año así como la recuperación de este mismo.

Tabla 147: Tabla Recuperación de capital de trabajo.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		S/. 996,337	S/. 1,050,180	S/. 1,106,932	S/. 1,166,752	S/. 1,229,804
Capital de trabajo necesario		S/. 75,554	S/. 79,637	S/. 83,940	S/. 88,477	S/. 93,258
Inversion capital de trabajo	S/. -75,554	S/. -4,083	S/. -4,304	S/. -4,536	S/. -4,781	S/. -
Recuperacion de capital de trabajo						S/. 93,258

Fuente: Elaboración propia

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 148: Valor de Desecho Neto del activo fijo

DEPRECIACION Y VALOR DE DESECHO - INVERSION AÑO 0											
Descripcion	Costo total (sin IGV)	Vida util contable (años)	Depreciacion AÑO 1	Depreciacion AÑO 2	Depreciacion AÑO 3	Depreciacion AÑO 4	Depreciacion AÑO 5	Depreciacion acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual al 5to año (Valor de desecho neto)
PRODUCCIÓN											
Horno Max	S/. 40,420	10	S/. 4,042	S/. 20,210	S/. 20,210	S/. 12,126	S/. 14,511				
Amasadora	S/. 8,880	10	S/. 888	S/. 4,440	S/. 4,440	S/. 2,664	S/. 3,188				
Cámara de fermentación	S/. 39,800	10	S/. 3,980	S/. 19,900	S/. 19,900	S/. 11,940	S/. 14,288				
Divisora	S/. 4,225	10	S/. 423	S/. 2,113	S/. 2,113	S/. 1,268	S/. 1,517				
Laptop	S/. 2,500	4	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 0	S/. 2,500	S/. 0	S/. 250	S/. 176
TOTAL	S/. 95,825		S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,333	S/. 49,163	S/. 46,663	S/. 28,248	S/. 33,680
VENTAS											
Laptop	S/. 2,500	4	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 0	S/. 2,500	S/. 0	S/. 250	S/. 176
TOTAL	S/. 2,500		S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 0	S/. 2,500	S/. 0	S/. 250	S/. 176
ADMINISTRATIVA											
Laptop	S/. 5,000	4	S/. 1,250	S/. 1,250	S/. 1,250	S/. 1,250	S/. 0	S/. 5,000	S/. 0	S/. 500	S/. 353
Impresora Multifuncional	S/. 1,300	4	S/. 325	S/. 325	S/. 325	S/. 325	S/. 0	S/. 1,300	S/. 0	S/. 130	S/. 92
TOTAL	S/. 6,300		S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 0	S/. 6,300	S/. 0	S/. 630	S/. 444
	S/. 104,625		S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 9,333	S/. 57,963	S/. 46,663	S/. 29,128	S/. 34,300

IGV	S/. 5,243
VALOR DE DESECHO CON IGV	S/. 39,543

Fuente: Elaboración propia

7.4 Costos y gastos anuales

7.1.1. Egresos desembolsables

7.1.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

A continuación, detallaremos la materia prima en cantidades y en soles, los cuales son necesarios para la elaboración de nuestros panes.

Tabla 149: Presupuesto de materias primas e insumos.

MATERIA PRIMA (CANTIDADES)						
MATERIA PRIMA	Unid. Compra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de trigo	Saco 50kg	1,062	1,120	1,180	1,232	1,292
Azúcar	Saco 50kg	143	152	160	167	175
Ajonjolí	Saco 50kg	19	21	22	23	24
Manteca Vegetal	Caja 10Kg	289	306	322	336	353
Mejorador de masas	Bolsa 10Kg	52	56	59	61	64
Levadura fresca	Caja 25Kg	28	31	32	34	35
Sal	Bolsa 10Kg	48	51	54	56	59
Fibra de integral	Saco 25Kg	19	21	22	23	24
Conservante natural	Bolsa 5Kg	95	101	106	111	116
Agua	Caja 20lt	1,401	1,478	1,558	1,626	1,706
Extracto espinaca	Bolsa 2Lt	730	770	811	847	888
Extracto zanahoria	Bolsa 2Lt	547	577	608	635	666
Extracto zapallo	Bolsa 2Lt	466	492	518	541	568
Extracto aceituna	Bolsa 2Lt	466	492	518	541	568
Extracto betarraga	Bolsa 2Lt	446	470	496	518	543
Bolsa de plastico	Ciento	3,476	3,664	3,862	4,032	4,229
Amarre	Ciento	3,476	3,664	3,862	4,032	4,229

Fuente: Elaboración propia

MATERIA PRIMA (SOLES)						
MATERIA PRIMA	Costo unitario (sin IGV) por unidad de compra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Harina de trigo	S/. 84.75	S/. 90,000	S/. 94,915	S/. 100,000	S/. 104,407	S/. 109,492
Azúcar	S/. 105.93	S/. 15,148	S/. 16,102	S/. 16,949	S/. 17,691	S/. 18,538
Ajonjolí	S/. 338.98	S/. 6,441	S/. 7,119	S/. 7,458	S/. 7,797	S/. 8,136
Manteca Vegetal	S/. 42.37	S/. 12,246	S/. 12,966	S/. 13,644	S/. 14,237	S/. 14,958
Mejorador de masas	S/. 50.85	S/. 2,644	S/. 2,847	S/. 3,000	S/. 3,102	S/. 3,254
Levadura fresca	S/. 220.34	S/. 6,169	S/. 6,831	S/. 7,051	S/. 7,492	S/. 7,712
Sal	S/. 12.71	S/. 610	S/. 648	S/. 686	S/. 712	S/. 750
Fibra de integral	S/. 101.69	S/. 1,932	S/. 2,136	S/. 2,237	S/. 2,339	S/. 2,441
Conservante natural	S/. 46.61	S/. 4,428	S/. 4,708	S/. 4,941	S/. 5,174	S/. 5,407
Agua	S/. 12.71	S/. 17,809	S/. 18,788	S/. 19,805	S/. 20,669	S/. 21,686
Extracto espinaca	S/. 16.95	S/. 12,373	S/. 13,051	S/. 13,746	S/. 14,356	S/. 15,051
Extracto zanahoria	S/. 16.95	S/. 9,271	S/. 9,780	S/. 10,305	S/. 10,763	S/. 11,288
Extracto zapallo	S/. 16.95	S/. 7,898	S/. 8,339	S/. 8,780	S/. 9,169	S/. 9,627
Extracto aceituna	S/. 25.42	S/. 11,847	S/. 12,508	S/. 13,169	S/. 13,754	S/. 14,441
Extracto betarraga	S/. 16.95	S/. 7,559	S/. 7,966	S/. 8,407	S/. 8,780	S/. 9,203
Bolsa de plastico	S/. 8.47	S/. 29,458	S/. 31,051	S/. 32,729	S/. 34,169	S/. 35,839
Amarre	S/. 3.39	S/. 11,783	S/. 12,420	S/. 13,092	S/. 13,668	S/. 14,336
Total materia prima (sin IGV)		S/. 247,618	S/. 262,175	S/. 275,998	S/. 288,278	S/. 302,158
IGV		S/. 44,571	S/. 47,191	S/. 49,680	S/. 51,890	S/. 54,388
Total materia prima (con IGV)		S/. 292,189	S/. 309,366	S/. 325,678	S/. 340,168	S/. 356,546

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 150: Presupuesto de Mano de Obra Directa.

PLANILLA AÑO 1													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN POR TRABAJADOR	TOTAL PLANILLA
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800	S/. -	S/. 36	S/. 1,836	S/. 22,032	S/. 1,836	S/. 2,148	S/. 995	S/. 27,011	S/. 27,011
Operario	Producción	MOD	6	S/. 1,000	S/. -	S/. 20	S/. 1,020	S/. 12,240	S/. 1,020	S/. 1,193	S/. 553	S/. 15,006	S/. 90,035
Total			7										S/. 117,046

PLANILLA AÑO 2													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN POR TRABAJADOR	TOTAL PLANILLA
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800	S/. -	S/. 36	S/. 1,836	S/. 22,032	S/. 1,836	S/. 2,148	S/. 995	S/. 27,011	S/. 27,011
Operario	Producción	MOD	6	S/. 1,000	S/. -	S/. 20	S/. 1,020	S/. 12,240	S/. 1,020	S/. 1,193	S/. 553	S/. 15,006	S/. 90,035
Total			7										S/. 117,046

PLANILLA AÑO 3													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN POR TRABAJADOR	TOTAL PLANILLA
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800	S/. -	S/. 36	S/. 1,836	S/. 22,032	S/. 1,836	S/. 2,148	S/. 995	S/. 27,011	S/. 27,011
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000	S/. -	S/. 20	S/. 1,020	S/. 12,240	S/. 1,020	S/. 1,193	S/. 553	S/. 15,006	S/. 105,041
Total			8										S/. 132,052

PLANILLA AÑO 4													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN POR TRABAJADOR	TOTAL PLANILLA
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800	S/. -	S/. 36	S/. 1,836	S/. 22,032	S/. 1,836	S/. 2,148	S/. 995	S/. 27,011	S/. 27,011
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000	S/. -	S/. 20	S/. 1,020	S/. 12,240	S/. 1,020	S/. 1,193	S/. 553	S/. 15,006	S/. 105,041
Total			8										S/. 132,052

PLANILLA AÑO 5													
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	TOTAL GASTO REMUNERACIÓN POR TRABAJADOR	TOTAL PLANILLA
Maestro Panadero	Producción	MOD	1	S/. 1,800	S/. -	S/. 36	S/. 1,836	S/. 22,032	S/. 1,836	S/. 2,148	S/. 995	S/. 27,011	S/. 27,011
Operario	Producción	MOD	7	S/. 1,000	S/. -	S/. 20	S/. 1,020	S/. 12,240	S/. 1,020	S/. 1,193	S/. 553	S/. 15,006	S/. 105,041
Total			8										S/. 132,052

Fuente: Elaboración propia

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA DIRECTA	7	7	8	8	8
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 117,046	S/. 117,046	S/. 132,052	S/. 132,052	S/. 132,052

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Basico	S/. 93,600	S/. 93,600	S/. 105,600	S/. 105,600	S/. 105,600
Bono	S/. 0				
S.C.T.R	S/. 1,872	S/. 1,872	S/. 2,112	S/. 2,112	S/. 2,112
Gratificación	S/. 7,956	S/. 7,956	S/. 8,976	S/. 8,976	S/. 8,976
CTS	S/. 4,310	S/. 4,310	S/. 4,862	S/. 4,862	S/. 4,862
ESSALUD	S/. 9,309	S/. 9,309	S/. 10,502	S/. 10,502	S/. 10,502
TOTAL MOD	S/. 117,046	S/. 117,046	S/. 132,052	S/. 132,052	S/. 132,052

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

A continuación, presentaremos los cuadros de los costos indirectos de fabricación:

Tabla 151: Presupuesto de costos indirectos.

MATERIAL INDIRECTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de Empaque	S/. 20,869	S/. 21,997	S/. 23,185	S/. 24,205	S/. 25,386
Utensilios de producción	S/. 794				
Uniformes de personal	S/. 718	S/. 1,436	S/. 1,641	S/. 1,641	S/. 1,641
Material de oficina	S/. 66				
Material de limpieza	S/. 1,404				
Total S/. (SIN IGV)	S/. 23,850	S/. 25,696	S/. 27,089	S/. 28,109	S/. 29,290
IGV	S/. 4,293	S/. 4,625	S/. 4,876	S/. 5,060	S/. 5,272
Total S/. (CON IGV)	S/. 28,143	S/. 30,321	S/. 31,965	S/. 33,168	S/. 34,562

MANO DE OBRA INDIRECTA			POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
CARGO	AREA	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Supervisor de Operaciones	Producción	1	S/. 2,000	S/. -	S/. 40	S/. 2,040	S/. 24,480	S/. 2,040	S/. 2,387	S/. 1,105	S/. 30,012	S/. 30,012
Total												S/. 30,012

Fuente: Elaboración propia

RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIAL INDIRECTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de Empaque	S/. 20,869	S/. 21,997	S/. 23,185	S/. 24,205	S/. 25,386
Utensilios de produccion	S/. 794				
Uniformes de personal	S/. 718	S/. 1,436	S/. 1,641	S/. 1,641	S/. 1,641
Material de oficina	S/. 66				
Material de limpieza	S/. 1,404				
Total S/. (SIN IGV)	S/. 23,850	S/. 25,696	S/. 27,089	S/. 28,109	S/. 29,290
SERVICIOS					
Energía Eléctrica	S/. 7,580	S/. 7,989	S/. 8,421	S/. 8,876	S/. 9,356
Agua	S/. 3,112	S/. 3,280	S/. 3,457	S/. 3,644	S/. 3,841
Gas	S/. 10,430	S/. 10,993	S/. 11,587	S/. 12,097	S/. 12,688
Arbitrios	S/. 1,120				
Servicio de teléfono - internet	S/. 336				
Alquiler local	S/. 40,320				
Servicio de contabilidad	S/. 0				
Servicio de limpieza	S/. 8,400				
Servicio de seguridad	S/. 23,100				
Recarga de extintores	S/. 140				
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 6,280				
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 2,441				
Servicio transporte distribución	S/. 55,932	S/. 58,954	S/. 62,142	S/. 64,875	S/. 68,138
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 159,190	S/. 163,353	S/. 167,744	S/. 171,629	S/. 176,159
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Basico	S/. 24,000				
Bono	S/. 0				
S.C.T.R	S/. 480				
Gratificación	S/. 2,040				
CTS	S/. 1,105				
ESSALUD	S/. 2,387				
Total MOI	S/. 30,012				
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 213,051	S/. 219,061	S/. 224,844	S/. 229,750	S/. 235,461
IGV	S/. 23,976	S/. 25,058	S/. 26,099	S/. 26,982	S/. 28,010
TOTAL CIF (CON IGV)	S/. 237,027	S/. 244,119	S/. 250,943	S/. 256,731	S/. 263,471

Fuente: Elaboración propia

EGP

CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 30,012				
MATERIAL INDIRECTO	S/. 23,850	S/. 25,696	S/. 27,089	S/. 28,109	S/. 29,290
SERVICIOS	S/. 159,190	S/. 163,353	S/. 167,744	S/. 171,629	S/. 176,159
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,333
AMORTIZACION ANUAL	S/. 9,548				
TOTAL CIF	S/. 232,557	S/. 238,567	S/. 244,350	S/. 249,255	S/. 254,342

FLUJO DE CAJA

CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 30,012				
MATERIAL INDIRECTO	S/. 23,850	S/. 25,696	S/. 27,089	S/. 28,109	S/. 29,290
SERVICIOS	S/. 159,190	S/. 163,353	S/. 167,744	S/. 171,629	S/. 176,159
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 213,051	S/. 219,061	S/. 224,844	S/. 229,750	S/. 235,461
IGV	S/. 23,976	S/. 25,058	S/. 26,099	S/. 26,982	S/. 28,010
TOTAL CIF (CON IGV)	S/. 237,027	S/. 244,119	S/. 250,943	S/. 256,731	S/. 263,471

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.

Los gastos administrativos están representados en el siguiente cuadro:

Tabla 152: Presupuesto de gastos de administración.

CARGO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
		SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	1	S/. 3,500	S/. -	S/. -	S/. 3,500	S/. 42,000	S/. 3,500	S/. 4,095	S/. 1,896	S/. 51,491	S/. 51,491
Asistente Administrativo	1	S/. 1,500	S/. -	S/. -	S/. 1,500	S/. 18,000	S/. 1,500	S/. 1,755	S/. 813	S/. 22,068	S/. 22,068
TOTAL											S/. 73,558

PLANILLA ADMINISTRATIVA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Basico	S/. 60,000				
Bono	S/. 0				
S.C.T.R	S/. 0				
Gratificación	S/. 5,000				
CTS	S/. 2,708				
ESSALUD	S/. 5,850				
TOTAL PERSONAL	S/. 73,558				

Fuente: Elaboración propia

MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de oficina	S/. 1,237				
Material de limpieza	S/. 401				
Total S/. (SIN IGV)	S/. 1,638				
IGV	S/. 295				
Total S/. (CON IGV)	S/. 1,932				

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/. 1,034				
Agua	S/. 425				
Gas	S/. 0				
Arbitrios	S/. 320				
Servicio de teléfono - internet	S/. 783				
Alquiler local	S/. 11,520				
Servicio de contabilidad	S/. 11,328				
Servicio de limpieza	S/. 2,400				
Servicio de seguridad	S/. 6,600				
Recarga de extintores	S/. 40				
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 1,021				
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 397				
Servicio transporte distribución	S/. 0				
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 35,867				
IGV	S/. 1,854				
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 37,721				

RESPONSABILIDAD SOCIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Charlas nutricionales en colegios, institutos y universidades	S/. 4,500				
Eventos de integración de trabajadores	S/. 3,000				
Racion de pan para lo trabajadores (quincenal)	S/. 1,200				
Total Responsabilidad Social (sin IGV)	S/. 8,700				
IGV	S/. 1,566				
Total Responsabilidad Social (con IGV)	S/. 10,266				

Fuente: Elaboración propia

EGP

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 73,558				
MATERIALES	S/. 1,638				
SERVICIOS	S/. 35,867				
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 8,700				
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 0
AMORTIZACION ANUAL	S/. 3,506				
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 123,270

FLUJO DE CAJA

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 73,558				
MATERIALES	S/. 1,638				
SERVICIOS	S/. 35,867				
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 8,700				
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (SIN IGV)	S/. 119,763				
IGV	S/. 3,715				
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (CON IGV)	S/. 123,478				

Fuente: Elaboración propia

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 153: Presupuesto de gastos de ventas

AÑO		POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Jefe de Ventas	1	S/. 2,000	S/. 500	S/. 0	S/. 2,500	S/. 30,000	S/. 2,500	S/. 2,925	S/. 1,354	S/. 36,779	S/. 36,779
Ejecutivo de Ventas	2	S/. 1,000	S/. 500	S/. 0	S/. 1,500	S/. 18,000	S/. 1,500	S/. 1,755	S/. 813	S/. 22,068	S/. 44,135
TOTAL											S/. 80,914

PLANILLA VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Basico	S/. 48,000				
Bono	S/. 18,000				
S.C.T.R	S/. 0				
Gratificación	S/. 5,500				
CTS	S/. 2,979				
ESSALUD	S/. 6,435				
TOTAL PERSONAL	S/. 80,914				

Fuente: Elaboración propia

MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de oficina	S/. 335				
Material de limpieza	S/. 201				
Total S/. (SIN IGV)	S/. 536				
IGV	S/. 96				
Total S/. (CON IGV)	S/. 632				

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/. 557				
Agua	S/. 229				
Gas	S/. 0				
Arbitrios	S/. 160				
Servicio de teléfono - internet	S/. 1,119				
Alquiler local	S/. 5,760				
Servicio de contabilidad	S/. 0				
Servicio de limpieza	S/. 1,200				
Servicio de seguridad	S/. 3,300				
Recarga de extintores	S/. 20				
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 550				
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 214				
Servicio transporte distribución	S/. 0				
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 13,107				
IGV	S/. 1,078				
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 14,185				

PUBLICIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Google Adwords	S/. 1,220	S/. 1,220	S/. 1,220	S/. 1,220	S/. 1,220
Facebook Ads	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017
Tripticos	S/. 3,254	S/. 1,627	S/. 1,085	S/. 542	S/. 0
Jala vistas	S/. 3,051	S/. 1,525	S/. 1,017	S/. 508	S/. 0
Diseño - Tripticos y Jala Vistas	S/. 508	S/. 508	S/. 508	S/. 641	S/. 0
Colgados - Jala Vistas	S/. 1,017	S/. 508	S/. 339	S/. 169	S/. 0
Degustaciones por 4 horas	S/. 73,220	S/. 61,017	S/. 48,814	S/. 24,407	S/. 0
Uniformes (Polos)	S/. 1,271	S/. 2,360	S/. 2,360	S/. 2,360	S/. 1,271
Permisos de Volantes/Tripticos	S/. 1,017	S/. 508	S/. 339	S/. 169	S/. 0
Banner	S/. 2,712	S/. 2,712	S/. 2,712	S/. 1,356	S/. 1,356
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 88,288	S/. 73,004	S/. 59,411	S/. 32,391	S/. 4,864
IGV	S/. 15,892	S/. 13,141	S/. 10,694	S/. 5,830	S/. 876
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 104,180	S/. 86,145	S/. 70,105	S/. 38,222	S/. 5,740

Fuente: Elaboración propia

EGP

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 80,914				
MATERIALES	S/. 536				
SERVICIOS	S/. 13,107				
MARKETING Y PUBLICIDAD	S/. 88,288	S/. 73,004	S/. 59,411	S/. 32,391	S/. 4,864
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 0
AMORTIZACION ANUAL	S/. 3,783				
TOTAL GASTOS VENTAS	S/. 187,254	S/. 171,970	S/. 158,377	S/. 131,357	S/. 103,205

FLUJO DE CAJA

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 80,914				
MATERIALES	S/. 536				
SERVICIOS	S/. 13,107				
MARKETING Y PUBLICIDAD	S/. 88,288	S/. 73,004	S/. 59,411	S/. 32,391	S/. 4,864
TOTAL GASTOS VENTAS (SIN IGV)	S/. 182,845	S/. 167,561	S/. 153,968	S/. 126,949	S/. 99,422
IGV	S/. 17,066	S/. 14,315	S/. 11,868	S/. 7,005	S/. 2,050
TOTAL GASTOS VENTAS (CON IGV)	S/. 199,911	S/. 181,876	S/. 165,836	S/. 133,953	S/. 101,471

Fuente: Elaboración propia

7.4.2 Egresos no desembolsables

7.4.2.1 Depreciación.

Tabla 154: Depreciación

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 12,158	S/. 9,333
Producción (CIF)	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,958	S/. 9,333
Gastos Administrativos	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 1,575	S/. 0
Gastos Ventas	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 625	S/. 0

Fuente: Elaboración propia

7.4.2.2 Amortización de intangibles

Tabla 155: Amortización de intangibles

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AMORTIZACION INTANGIBLES Y GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/. 16,838				
Producción (CIF)	S/. 9,548				
Gastos Administrativos	S/. 3,506				
Gastos Ventas	S/. 3,783				

Fuente: Elaboración propia

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 156: Costo de producción unitario y costo total unitario

COSTO PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322
Horas MOD	12,222	12,882	13,578	14,176	14,867
Ingresos	S/. 996,337	S/. 1,050,180	S/. 1,106,932	S/. 1,166,752	S/. 1,229,804
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 247,618	S/. 262,175	S/. 275,998	S/. 288,278	S/. 302,158
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 117,046	S/. 117,046	S/. 132,052	S/. 132,052	S/. 132,052
CIF	S/. 232,557	S/. 238,567	S/. 244,350	S/. 249,255	S/. 254,342
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 597,221	S/. 617,787	S/. 652,400	S/. 669,585	S/. 688,551
COSTO PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO	S/.1.84	S/.1.81	S/.1.81	S/.1.76	S/.1.72

COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	324,325	341,852	360,326	379,798	400,322
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 247,618	S/. 262,175	S/. 275,998	S/. 288,278	S/. 302,158
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 117,046	S/. 117,046	S/. 132,052	S/. 132,052	S/. 132,052
CIF	S/. 232,557	S/. 238,567	S/. 244,350	S/. 249,255	S/. 254,342
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 124,845	S/. 123,270
GASTOS VENTAS	S/. 187,254	S/. 171,970	S/. 158,377	S/. 131,357	S/. 103,205
TOTAL COSTOS	S/. 909,319	S/. 914,602	S/. 935,622	S/. 925,787	S/. 915,026
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO	S/.2.80	S/.2.68	S/.2.60	S/.2.44	S/.2.29

Fuente: Elaboración propia

Espinaca					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
Horas MOD	3,359	3,540	3,731	3,896	4,086
Ingresos	S/. 273,803	S/. 288,599	S/. 304,195	S/. 320,634	S/. 337,961
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 66,963	S/. 70,900	S/. 74,638	S/. 77,959	S/. 81,712
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 32,165	S/. 32,166	S/. 36,289	S/. 36,289	S/. 36,289
CIF	S/. 63,909	S/. 65,561	S/. 67,149	S/. 68,498	S/. 69,895
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 163,037	S/. 168,626	S/. 178,076	S/. 182,746	S/. 187,897
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.1.83	S/.1.79	S/.1.80	S/.1.75	S/.1.71

COSTO TOTAL UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 66,963	S/. 70,900	S/. 74,638	S/. 77,959	S/. 81,712
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 32,165	S/. 32,166	S/. 36,289	S/. 36,289	S/. 36,289
CIF	S/. 63,909	S/. 65,561	S/. 67,149	S/. 68,498	S/. 69,895
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 33,876
GASTOS VENTAS	S/. 51,459	S/. 47,259	S/. 43,523	S/. 36,098	S/. 28,362
TOTAL COSTOS	S/. 248,805	S/. 250,193	S/. 255,908	S/. 253,152	S/. 250,134
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.2.79	S/.2.66	S/.2.58	S/.2.43	S/.2.27

Zanahoria					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
Horas MOD	2,519	2,655	2,799	2,922	3,064
Ingresos	S/. 205,352	S/. 216,449	S/. 228,146	S/. 240,476	S/. 253,471
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 50,222	S/. 53,175	S/. 55,979	S/. 58,469	S/. 61,284
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 24,124	S/. 24,124	S/. 27,217	S/. 27,217	S/. 27,217
CIF	S/. 47,932	S/. 49,170	S/. 50,362	S/. 51,373	S/. 52,422
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 122,278	S/. 126,469	S/. 133,558	S/. 137,059	S/. 140,923
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.1.83	S/.1.79	S/.1.80	S/.1.75	S/.1.71

COSTO TOTAL UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 50,222	S/. 53,175	S/. 55,979	S/. 58,469	S/. 61,284
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 24,124	S/. 24,124	S/. 27,217	S/. 27,217	S/. 27,217
CIF	S/. 47,932	S/. 49,170	S/. 50,362	S/. 51,373	S/. 52,422
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,407
GASTOS VENTAS	S/. 38,594	S/. 35,444	S/. 32,643	S/. 27,074	S/. 21,271
TOTAL COSTOS	S/. 186,604	S/. 187,644	S/. 191,932	S/. 189,864	S/. 187,601
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.2.79	S/.2.66	S/.2.58	S/.2.43	S/.2.27

Zapallo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Horas MOD	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Ingresos	S/. 174,929	S/. 184,383	S/. 194,347	S/. 204,850	S/. 215,920
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 42,782	S/. 45,297	S/. 47,685	S/. 49,807	S/. 52,205
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 20,550	S/. 20,550	S/. 23,185	S/. 23,185	S/. 23,185
CIF	S/. 40,830	S/. 41,885	S/. 42,901	S/. 43,762	S/. 44,655
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 104,162	S/. 107,732	S/. 113,771	S/. 116,754	S/. 120,045
COSTO PRODUCCION UNITARIO					
	S/.1.83	S/.1.79	S/.1.80	S/.1.75	S/.1.71

COSTO TOTAL UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 42,782	S/. 45,297	S/. 47,685	S/. 49,807	S/. 52,205
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 20,550	S/. 20,550	S/. 23,185	S/. 23,185	S/. 23,185
CIF	S/. 40,830	S/. 41,885	S/. 42,901	S/. 43,762	S/. 44,655
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,643
GASTOS VENTAS	S/. 32,877	S/. 30,193	S/. 27,807	S/. 23,063	S/. 18,120
TOTAL COSTOS	S/. 158,958	S/. 159,845	S/. 163,497	S/. 161,736	S/. 159,808
COSTO TOTAL UNITARIO					
	S/.2.79	S/.2.66	S/.2.58	S/.2.43	S/.2.27

Aceituna					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Horas MOD	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Ingresos	S/. 174,929	S/. 184,383	S/. 194,347	S/. 204,850	S/. 215,920
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 46,728	S/. 49,475	S/. 52,084	S/. 54,401	S/. 57,021
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.20,550	S/.20,550	S/.23,185	S/.23,185	S/.23,185
CIF	S/. 40,830	S/. 41,885	S/. 42,901	S/. 43,762	S/. 44,655
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 108,109	S/. 111,911	S/. 118,170	S/. 121,349	S/. 124,861
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.1.90	S/.1.86	S/.1.87	S/.1.82	S/.1.78

COSTO TOTAL UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 46,728	S/. 49,475	S/. 52,084	S/. 54,401	S/. 57,021
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 20,550	S/. 20,550	S/. 23,185	S/. 23,185	S/. 23,185
CIF	S/. 40,830	S/. 41,885	S/. 42,901	S/. 43,762	S/. 44,655
GASTOS ADMINISTRACION	S/.21,919	S/.21,919	S/.21,919	S/.21,919	S/.21,643
GASTOS VENTAS	S/.32,877	S/.30,193	S/.27,807	S/.23,063	S/.18,120
TOTAL COSTOS	S/. 162,905	S/. 164,023	S/. 167,896	S/. 166,331	S/. 164,624
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.2.86	S/.2.73	S/.2.65	S/.2.49	S/.2.34

Beterraga					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	54,467	57,410	60,513	63,783	67,230
Horas MOD	2,052	2,163	2,280	2,381	2,497
Ingresos	S/. 167,324	S/. 176,366	S/. 185,897	S/. 195,943	S/. 206,532
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 40,922	S/. 43,328	S/. 45,612	S/. 47,642	S/. 49,936
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 19,657	S/. 19,657	S/. 22,177	S/. 22,177	S/. 22,177
CIF	S/. 39,056	S/. 40,065	S/. 41,036	S/. 41,860	S/. 42,714
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 99,635	S/. 103,049	S/. 108,825	S/. 111,678	S/. 114,826
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.1.83	S/.1.79	S/.1.80	S/.1.75	S/.1.71

COSTO TOTAL UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	54,467	57,410	60,513	63,783	67,230
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 40,922	S/. 43,328	S/. 45,612	S/. 47,642	S/. 49,936
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 19,657	S/. 19,657	S/. 22,177	S/. 22,177	S/. 22,177
CIF	S/. 39,056	S/. 40,065	S/. 41,036	S/. 41,860	S/. 42,714
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,702
GASTOS VENTAS	S/. 31,447	S/. 28,880	S/. 26,598	S/. 22,060	S/. 17,332
TOTAL COSTOS	S/. 152,048	S/. 152,896	S/. 156,389	S/. 154,704	S/. 152,860
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.2.79	S/.2.66	S/.2.58	S/.2.43	S/.2.27

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Materia prima	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.74
Mano de obra directa	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33
CIF	S/. 0.72	S/. 0.70	S/. 0.68	S/. 0.66	S/. 0.64
Gastos administrativos	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33	S/. 0.31
Gastos de ventas	S/. 0.58	S/. 0.50	S/. 0.44	S/. 0.35	S/. 0.26
Zanahoria	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Materia prima	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.74
Mano de obra directa	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33
CIF	S/. 0.72	S/. 0.70	S/. 0.68	S/. 0.66	S/. 0.64
Gastos administrativos	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33	S/. 0.31
Gastos de ventas	S/. 0.58	S/. 0.50	S/. 0.44	S/. 0.35	S/. 0.26
Zapallo	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Materia prima	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.74
Mano de obra directa	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33
CIF	S/. 0.72	S/. 0.70	S/. 0.68	S/. 0.66	S/. 0.64
Gastos administrativos	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33	S/. 0.31
Gastos de ventas	S/. 0.58	S/. 0.50	S/. 0.44	S/. 0.35	S/. 0.26
Aceituna	S/. 2.86	S/. 2.73	S/. 2.65	S/. 2.49	S/. 2.34
Materia prima	S/. 0.82	S/. 0.82	S/. 0.82	S/. 0.82	S/. 0.81
Mano de obra directa	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33
CIF	S/. 0.72	S/. 0.70	S/. 0.68	S/. 0.66	S/. 0.64
Gastos administrativos	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33	S/. 0.31
Gastos de ventas	S/. 0.58	S/. 0.50	S/. 0.44	S/. 0.35	S/. 0.26
Beterraga	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Materia prima	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.75	S/. 0.74
Mano de obra directa	S/. 0.36	S/. 0.34	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33
CIF	S/. 0.72	S/. 0.70	S/. 0.68	S/. 0.66	S/. 0.64
Gastos administrativos	S/. 0.38	S/. 0.37	S/. 0.35	S/. 0.33	S/. 0.31
Gastos de ventas	S/. 0.58	S/. 0.50	S/. 0.44	S/. 0.35	S/. 0.26

MARGEN UNITARIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca					
Valor venta promedio	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
Costo unitario	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Marge unitario	S/. 0.28	S/. 0.41	S/. 0.49	S/. 0.65	S/. 0.80
Margen %	9%	13%	16%	21%	26%
Zanahoria					
Valor venta promedio	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
Costo unitario	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Marge unitario	S/. 0.28	S/. 0.41	S/. 0.49	S/. 0.65	S/. 0.80
Margen %	9%	13%	16%	21%	26%
Zapallo					
Valor venta promedio	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
Costo unitario	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Marge unitario	S/. 0.28	S/. 0.41	S/. 0.49	S/. 0.65	S/. 0.80
Margen %	9%	13%	16%	21%	26%
Aceituna					
Valor venta promedio	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
Costo unitario	S/. 2.86	S/. 2.73	S/. 2.65	S/. 2.49	S/. 2.34
Marge unitario	S/. 0.21	S/. 0.34	S/. 0.42	S/. 0.58	S/. 0.73
Margen %	7%	11%	14%	19%	24%
Beterraga					
Valor venta promedio	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
Costo unitario	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Marge unitario	S/. 0.28	S/. 0.41	S/. 0.49	S/. 0.65	S/. 0.80
Margen %	9%	13%	16%	21%	26%

Fuente: Elaboración propia

7.4.3. Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 157: Costo fijos y Variables

Espinaca					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
Horas MOD	3,359	3,540	3,731	3,896	4,086
Ingresos	S/. 273,803	S/. 288,599	S/. 304,195	S/. 320,634	S/. 337,961
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 66,963	S/. 70,900	S/. 74,638	S/. 77,959	S/. 81,712
CIF - VARIABLE (material empaque, energia, agua, gas, transporte)	S/. 26,910	S/. 28,364	S/. 29,897	S/. 31,245	S/. 32,815
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 93,873	S/. 99,264	S/. 104,535	S/. 109,204	S/. 114,527
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 32,165	S/. 32,166	S/. 36,289	S/. 36,289	S/. 36,289
CIF	S/. 36,999	S/. 37,197	S/. 37,252	S/. 37,253	S/. 37,081
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 33,876
GASTOS VENTAS	S/. 51,459	S/. 47,259	S/. 43,523	S/. 36,098	S/. 28,362
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 154,932	S/. 150,929	S/. 151,373	S/. 143,948	S/. 135,607
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Zanahoria					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
Horas MOD	2,519	2,655	2,799	2,922	3,064
Ingresos	S/. 205,352	S/. 216,449	S/. 228,146	S/. 240,476	S/. 253,471
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 50,222	S/. 53,175	S/. 55,979	S/. 58,469	S/. 61,284
CIF - VARIABLE (material empaque, energia, agua, gas, tr	S/. 20,182	S/. 21,273	S/. 22,423	S/. 23,434	S/. 24,611
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 70,405	S/. 74,448	S/. 78,401	S/. 81,903	S/. 85,895
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 24,124	S/. 24,124	S/. 27,217	S/. 27,217	S/. 27,217
CIF	S/. 27,749	S/. 27,897	S/. 27,940	S/. 27,939	S/. 27,811
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,407
GASTOS VENTAS	S/. 38,594	S/. 35,444	S/. 32,643	S/. 27,074	S/. 21,271
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 116,199	S/. 113,197	S/. 113,530	S/. 107,961	S/. 101,705
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Zanahoria	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Zapallo	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Aceituna	S/. 2.86	S/. 2.73	S/. 2.65	S/. 2.49	S/. 2.34
Costo variable unitario	S/.1.12	S/.1.13	S/.1.13	S/.1.12	S/.1.11
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Beterraga	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Fuente: Elaboración propia

Margen de Contribucion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca					
Valor venta unitario promedio	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Margen de contribucion unitario	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.03	S/.2.03
Zanahoria					
Valor venta unitario promedio	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Margen de contribucion unitario	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.03	S/.2.03
Zapallo					
Valor venta unitario promedio	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Margen de contribucion unitario	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.03	S/.2.03
Aceituna					
Valor venta unitario promedio	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07
Costo variable unitario	S/.1.12	S/.1.13	S/.1.13	S/.1.12	S/.1.11
Margen de contribucion unitario	S/.1.95	S/.1.95	S/.1.95	S/.1.96	S/.1.96
Beterraga					
Valor venta unitario promedio	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07	S/.3.07
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Margen de contribucion unitario	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.02	S/.2.03	S/.2.03

Fuente: Elaboración propia

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

Las premisas tanto para el Estado de Resultados y el Flujo de Caja serán las mismas, a continuación, las detallamos:

- El horizonte de evaluación es de 5 años.
- Las operaciones se iniciarán en diciembre del 2017
- Todos los montos están en soles.
- El impuesto a la renta es 29.50%, según SUNAT.
- La estructura financiera es de 48% deuda y 52% capital propio.
- Se realizarán préstamos para activos fijos y capital de trabajo.
- Los precios en el Estado de Ganancias y Pérdidas están sin IGV.
- Los precios del Flujo de Caja están con IGV.
- Los precios se mantendrán constantes durante el proyecto.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 158: Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (NO INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	996,337	1,050,180	1,106,932	1,166,752	1,229,804
COSTO DE VENTAS	(597,221)	(617,787)	(652,400)	(669,585)	(688,551)
(-) Materia Prima	(247,618)	(262,175)	(275,998)	(288,278)	(302,158)
(-) Mano de obra directa	(117,046)	(117,046)	(132,052)	(132,052)	(132,052)
(-) CIF	(232,557)	(238,567)	(244,350)	(249,255)	(254,342)
UTILIDAD BRUTA	399,116	432,392	454,532	497,167	541,253
GASTOS OPERATIVOS	(312,098)	(296,814)	(283,221)	(256,202)	(226,475)
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	(124,845)	(124,845)	(124,845)	(124,845)	(123,270)
(-) GASTOS VENTAS	(187,254)	(171,970)	(158,377)	(131,357)	(103,205)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	87,018	135,578	171,311	240,965	314,778
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(13,824)	(28,149)	(38,690)	(59,238)	(81,013)
UTILIDAD OPERATIVA DESPUES DE IMPUESTOS	73,194	107,429	132,620	181,727	233,765

	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	87,018	135,578	171,311	240,965	314,778
Hasta 15UIT	60,750	60,750	60,750	60,750	60,750
Mas de 15UIT	26,268	74,828	110,561	180,215	254,028

Fuente: Elaboración propia

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

Tabla 159: Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	996,337	1,050,180	1,106,932	1,166,752	1,229,804
COSTO DE VENTAS	(597,221)	(617,787)	(652,400)	(669,585)	(688,551)
(-) Material directo	(247,618)	(262,175)	(275,998)	(288,278)	(302,158)
(-) Mano de obra directa	(117,046)	(117,046)	(132,052)	(132,052)	(132,052)
(-) CIF	(232,557)	(238,567)	(244,350)	(249,255)	(254,342)
UTILIDAD BRUTA	399,116	432,392	454,532	497,167	541,253
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	(124,845)	(124,845)	(124,845)	(124,845)	(123,270)
(-) GASTOS VENTAS	(187,254)	(171,970)	(158,377)	(131,357)	(103,205)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	87,018	135,578	171,311	240,965	314,778
GASTOS FINANCIEROS	(31,049)	(23,041)	(14,457)	(5,629)	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	55,969	112,537	156,854	235,336	314,778
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(5,597)	(21,352)	(34,426)	(57,578)	(81,013)
UTILIDAD NETA	50,372	91,185	122,428	177,758	233,765
ESCUDO FISCAL	8,227	6,797	4,265	1,661	0

	2018	2019	2020	2021	2022
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	55,969	112,537	156,854	235,336	314,778
Has 15UIT	55,969	60,750	60,750	60,750	60,750
Mas de 15UIT	0	51,787	96,104	174,586	254,028

Fuente: Elaboración propia

8.4. Flujo de Caja Operativo.

Tabla 160: Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		1,175,678	1,239,212	1,306,180	1,376,767	1,451,169
(-) MATERIAL DIRECTO O MATERIA PRIMA		(292,189)	(309,366)	(325,678)	(340,168)	(356,546)
(-) MANO DE OBRA DIRECTA		(117,046)	(117,046)	(132,052)	(132,052)	(132,052)
(-) CIF		(237,027)	(244,119)	(250,943)	(256,731)	(263,471)
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		(123,478)	(123,478)	(123,478)	(123,478)	(123,478)
(-) GASTOS VENTAS		(199,911)	(181,876)	(165,836)	(133,953)	(101,471)
(-) IMPUESTOS A LA RENTA		(13,824)	(28,149)	(38,690)	(59,238)	(81,013)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		192,202	235,178	269,503	331,147	393,138

Fuente: Elaboración propia

8.5. Flujo de Capital.

Tabla 161: Flujo de Capital.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) INVERSION ACTIVOS TANGIBLES	(123,458)					
(-) INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	(5,719)					
(-) GASTOS PRE-OPERATIVOS	(88,545)					9,600
(-) INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(75,554)	(4,083)	(4,304)	(4,536)	(4,781)	
(+) VALOR DE DESECHO ACTIVOS FIJOS						39,543
(+) VALOR DE RECUPERO CAPITAL DE TRABAJO						93,258
FLUJO DE CAPITAL O INVERSION TOTAL	(293,275)	(4,083)	(4,304)	(4,536)	(4,781)	142,401

Fuente: Elaboración propia

8.6. Flujo de Caja Económico.

Tabla 162: Flujo de Caja Económico.

FLUJO DE CAJA OPERATIVO		192,202	235,178	269,503	331,147	393,138
FLUJO DE CAPITAL O INVERSION TOTAL	(293,275)	(4,083)	(4,304)	(4,536)	(4,781)	142,401
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONOMICO)	(293,275)	127,012	132,121	157,080	205,941	397,094

Fuente: Elaboración propia

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 163: Flujo del Servicio de la Deuda.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRESTAMO	140,000					
(-) CUOTAS (Amortización + Intereses)		(59,997)	(59,997)	(47,091)	(47,091)	
(+) ESCUDO FISCAL		8,227	6,797	4,265	1,661	0
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	140,000	(51,770)	(53,200)	(42,826)	(45,431)	0

Fuente: Elaboración propia

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 164: Flujo de Caja Financiero.

FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONOMICO)	(293,275)	127,012	132,121	157,080	205,941	397,094
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	140,000	(51,770)	(53,200)	(42,826)	(45,431)	0
FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA (FINANCIERO)	(153,275)	75,242	78,921	114,253	160,510	397,094

MODULO IGV	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV INGRESOS		179,341	189,032	199,248	210,015	221,365
IGV VALOR DESECHO ACTIVOS FIJOS						5,243
(-) IGV MATERIAL DIRECTO		(44,571)	(47,191)	(49,680)	(51,890)	(54,388)
(-) IGV CIF		(23,976)	(25,058)	(26,099)	(26,982)	(28,010)
(-) IGV GASTOS ADMINISTRATIVOS		(3,715)	(3,715)	(3,715)	(3,715)	(3,715)
(-) IGV GASTOS VENTAS		(17,066)	(14,315)	(11,868)	(7,005)	(2,050)
(-) IGV INVERSION ACTIVOS FIJOS	(18,833)					
(-) IGV INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	(730)					
(-) IGV GASTOS PRE-OPERATIVOS	(9,343)					
IGV NETO	(28,906)	90,013	98,754	107,887	120,424	138,445
PAGO DE IGV (ESTADO)	0	(61,107)	(98,754)	(107,887)	(120,424)	(138,445)

Fuente: Elaboración propia

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad

9.1.1.1. CAPM.

Las tasas de descuento que se han calculado para poder actualizar los flujos de caja son el Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) y el Costo de Capital (K_e), dado que el Costo de la Deuda (K_d) está dado por el mercado. Para hallar el K_e se ha utilizado el modelo de Capital Asset Pricing Model (CAPM), para lo que hemos necesitado los siguientes datos:

- **Beta Desapalancada:** se tomó como referencia el mercado americano dado que en el mercado local no se encuentra dicha información, se usó la beta de la industria en base al giro del negocio. La industria a la que pertenece el proyecto es el de “Sector Food Processing”.
- **Tasa Libre de Riesgo:** se tomó la tasa libre de riesgo en base a un promedio aritmético de los bonos del tesoro americano entre 2007 – 2016. Esta información se obtuvo de Damodaran Online.

- **Rendimiento de Mercado:** se tomó el riesgo de mercado en base a un promedio aritmético del rendimiento del índice Dow Jones entre 2007 – 2016. Esta información se obtuvo de Damodaran Online.
- **Riesgo País:** se obtuvo un promedio de los últimos 5 años.
- **Impuesto a la Renta:** el impuesto a la renta esta dado por la SUNAT.

Tabla 165: CAPM.

COSTO DE OPORTUNIDAD COK (MODELO CAPM)	
Rendimiento del mercado USA	8.64%
Tasa libre de riesgo USA (T-Bonds)	5.03%
Beta desapalancada	0.61
%D	48%
%E	52%
Riesgo pais	1.15%
Impuesto a la renta	29.5%
Beta Apalancado	1.01
Costo Capital Propio	9.82%

Fuente: Elaboración propia

- **Riesgo Tamaño del Negocio:** se tomó el riesgo de pequeña empresa.
- **Riesgo Know How:** se tomó el riesgo de conocimiento técnico del negocio.

COK Peru	9.82%
Riesgo Tamaño del Negocio	9.82%
Riesgo Know How	9.82%
COK propio	29.47%

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2. COK propio.

Tabla 166: COK propio

COSTO DE OPORTUNIDAD (COK) de ACCIONISTAS		
Inversionista	Alternativa de Inversión	Tasa
Vera Lopez	Depósito a plazo Banco Ripley	6.50%
Jhon Rosales	Depósito a plazo Caja Municipal Ica	5.90%
Arturo Diaz	Depósito a plazo Caja Centro	7.60%
Rogers Martínez	Depósito a plazo Credinka	7.00%
Cintha Vicente	Depósito a plazo Caja Cusco	6.50%
Promedio		6.70%
Factor de riesgo		5.00
Costo de Oportunidad (COK)		33.50%

Fuente: Elaboración propia

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 167: WACC

COSTO DE LA DEUDA	% Deuda	TCEA
Deuda Activos Fijos	86%	27.05%
Deuda Capital de trabajo	14%	29.08%
Costo promedio de la deuda		27.34%
Costo neto de la deuda (menos los impuestos)		19.27%

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)			
Capital	Monto	%	Costo de capital
Deuda	S/. 140,000	48%	19.27%
Capital propio	S/. 153,275	52%	33.50%
	S/. 293,275	100%	

Costo promedio ponderado capital (WACC)	26.71%
---	---------------

Fuente: Elaboración propia

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad que se analizarán para ver la viabilidad del proyecto son Valor Actual Neto Económico (VANE), Valor Actual Neto Financiero (VANF), Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) y Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF). Para hallar lo antes mencionado necesitamos el Flujo de Caja Económico y el Financiero, además del WACC y el COK.

Tabla 167: Indicadores de Rentabilidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	(293,275)	127,012	132,121	157,080	205,941	397,094
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(153,275)	75,242	78,921	114,253	160,510	397,094

WACC	26.71%
COK	33.50%

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.1. VANE y VANF.

Como podemos observar en el cuadro siguiente el VANE y el VANF son mayor a cero, lo que indica que el proyecto es viable. Estos resultados determinan que nuestros flujos de efectivo cubrirán nuestros costos totales y la inversión.

Tabla 168: VANE y VANF.

VAN Economico	167,939
VAN Financiero	139,568

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

La TIR Modificada Económica del proyecto resulta 38.72%, lo cual indica que el proyecto es viable, debido a que esta inversión genera una rentabilidad de 48.03% siendo esta mayor al costo promedio ponderado de capital (WACC) que es 26.71%.

Tabla 169: TIRE y TIRF, TIR modificado.

TIR Economico	48.03%
TIRM	38.72%

Fuente: Elaboración propia

La TIR Modificada Financiero del proyecto resulta 51.95%, lo cual indica que el proyecto es viable, debido a que esta inversión genera una rentabilidad de 65.34% siendo esta mayor al costo promedio ponderado de capital (WACC) que es 33.50%.

Tabla 170: TIR Modificada Financiero

TIR Financiero	65.34%
TIRM	51.95%

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

El periodo de recuperación del capital indica la cantidad de años que deben transcurrir para que se recupere la inversión inicial del proyecto.

Como podemos apreciar, el periodo de recuperación económica es de 3.42 años.

Tabla 171: Período de recuperación descontado.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO ECONÓMICO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-293,275	100,239	82,291	77,214	79,893	121,577
Flujo de caja acumulado	-293,275	-193,036	-110,745	-33,531	46,362	167,939
Periodo de recuperación descontado	3.42 años					

Fuente: Elaboración propia

Mientras que, el periodo de recuperación financiera es de 3.09 años.

Tabla 172: Período de recuperación financiera

PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO FINANCIERO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-153,275	56,361	44,282	48,020	50,533	93,645
Flujo de caja acumulado	-153,275	-96,914	-52,631	-4,611	45,922	139,568
Periodo de recuperación descontado	3.09 años					

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.1. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Como la relación beneficio/costo es mayor a uno, podemos afirmar que nuestro proyecto es rentable. Podemos decir que para el beneficio/costo económico por cada sol invertido obtenemos 0.57 soles. Y para el beneficio/costo financiero por cada sol invertido obtenemos 0.91 soles.

Tabla 173: Análisis Beneficio / Costo

Beneficio/Costo Económico	1.57
Beneficio/Costo Financiero	1.91

Fuente: Elaboración propia

9.1.2. Análisis del punto de equilibrio

9.1.2.1. Costos variables, Costos fijos.

Tabla 174: Análisis del punto de equilibrio

Espinaca					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
Horas MOD	3,359	3,540	3,731	3,896	4,086
Ingresos	S/. 273,803	S/. 288,599	S/. 304,195	S/. 320,634	S/. 337,961
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 66,963	S/. 70,900	S/. 74,638	S/. 77,959	S/. 81,712
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua, gas, transporte)	S/. 26,910	S/. 28,364	S/. 29,897	S/. 31,245	S/. 32,815
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 93,873	S/. 99,264	S/. 104,535	S/. 109,204	S/. 114,527
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	89,127	93,944	99,021	104,372	110,012
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 32,165	S/. 32,166	S/. 36,289	S/. 36,289	S/. 36,289
CIF	S/. 36,999	S/. 37,197	S/. 37,252	S/. 37,253	S/. 37,081
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 34,308	S/. 33,876
GASTOS VENTAS	S/. 51,459	S/. 47,259	S/. 43,523	S/. 36,098	S/. 28,362
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 154,932	S/. 150,929	S/. 151,373	S/. 143,948	S/. 135,607
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Zanahoria					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
Horas MOD	2,519	2,655	2,799	2,922	3,064
Ingresos	S/. 205,352	S/. 216,449	S/. 228,146	S/. 240,476	S/. 253,471
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 50,222	S/. 53,175	S/. 55,979	S/. 58,469	S/. 61,284
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua, gas, tr)	S/. 20,182	S/. 21,273	S/. 22,423	S/. 23,434	S/. 24,611
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 70,405	S/. 74,448	S/. 78,401	S/. 81,903	S/. 85,895
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	66,846	70,458	74,266	78,279	82,509
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 24,124	S/. 24,124	S/. 27,217	S/. 27,217	S/. 27,217
CIF	S/. 27,749	S/. 27,897	S/. 27,940	S/. 27,939	S/. 27,811
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,731	S/. 25,407
GASTOS VENTAS	S/. 38,594	S/. 35,444	S/. 32,643	S/. 27,074	S/. 21,271
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 116,199	S/. 113,197	S/. 113,530	S/. 107,961	S/. 101,705
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Zapallo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Horas MOD	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Ingresos	S/. 174,929	S/. 184,383	S/. 194,347	S/. 204,850	S/. 215,920
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 42,782	S/. 45,297	S/. 47,685	S/. 49,807	S/. 52,205
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua, gas, transporte)	S/. 17,192	S/. 18,121	S/. 19,101	S/. 19,962	S/. 20,965
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 59,974	S/. 63,418	S/. 66,786	S/. 69,769	S/. 73,170
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 20,550	S/. 20,550	S/. 23,185	S/. 23,185	S/. 23,185
CIF	S/. 23,638	S/. 23,764	S/. 23,800	S/. 23,800	S/. 23,691
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,643
GASTOS VENTAS	S/. 32,877	S/. 30,193	S/. 27,807	S/. 23,063	S/. 18,120
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 98,984	S/. 96,426	S/. 96,711	S/. 91,967	S/. 86,638
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Aceituna					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
Horas MOD	2,146	2,262	2,384	2,489	2,610
Ingresos	S/. 174,929	S/. 184,383	S/. 194,347	S/. 204,850	S/. 215,920
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 46,728	S/. 49,475	S/. 52,084	S/. 54,401	S/. 57,021
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua, gas, transporte)	S/. 17,192	S/. 18,121	S/. 19,101	S/. 19,962	S/. 20,965
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 63,921	S/. 67,597	S/. 71,185	S/. 74,364	S/. 77,986
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.12	S/.1.13	S/.1.13	S/.1.12	S/.1.11
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	56,943	60,020	63,263	66,682	70,286
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 20,550	S/. 20,550	S/. 23,185	S/. 23,185	S/. 23,185
CIF	S/. 23,638	S/. 23,764	S/. 23,800	S/. 23,800	S/. 23,691
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,919	S/. 21,643
GASTOS VENTAS	S/. 32,877	S/. 30,193	S/. 27,807	S/. 23,063	S/. 18,120
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 98,984	S/. 96,426	S/. 96,711	S/. 91,967	S/. 86,638
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Fuente: Elaboración propia

Beterraga					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Packs	54,467	57,410	60,513	63,783	67,230
Horas MOD	2,052	2,163	2,280	2,381	2,497
Ingresos	S/. 167,324	S/. 176,366	S/. 185,897	S/. 195,943	S/. 206,532
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 40,922	S/. 43,328	S/. 45,612	S/. 47,642	S/. 49,936
CIF - VARIABLE (material empaque, energía, agua, gas, transporte)	S/. 16,445	S/. 17,334	S/. 18,270	S/. 19,094	S/. 20,053
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 57,367	S/. 60,662	S/. 63,883	S/. 66,736	S/. 69,989
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	54,467	57,410	60,513	63,783	67,230
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 19,657	S/. 19,657	S/. 22,177	S/. 22,177	S/. 22,177
CIF	S/. 22,611	S/. 22,731	S/. 22,765	S/. 22,765	S/. 22,661
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,966	S/. 20,702
GASTOS VENTAS	S/. 31,447	S/. 28,880	S/. 26,598	S/. 22,060	S/. 17,332
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 94,681	S/. 92,234	S/. 92,506	S/. 87,968	S/. 82,871
COSTO FIJO UNITARIO	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Fuente: Elaboración propia

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Zanahoria	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Zapallo	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Aceituna	S/. 2.86	S/. 2.73	S/. 2.65	S/. 2.49	S/. 2.34
Costo variable unitario	S/.1.12	S/.1.13	S/.1.13	S/.1.12	S/.1.11
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23
Beterraga	S/. 2.79	S/. 2.66	S/. 2.58	S/. 2.43	S/. 2.27
Costo variable unitario	S/.1.05	S/.1.06	S/.1.06	S/.1.05	S/.1.04
Costo fijo unitario	S/.1.74	S/.1.61	S/.1.53	S/.1.38	S/.1.23

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.2. Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 175: Estado de resultados (costeo directo)

	ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 996,337	S/. 1,050,180	S/. 1,106,932	S/. 1,166,752	S/. 1,229,804
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 345,540	-S/. 365,388	-S/. 384,790	-S/. 401,975	-S/. 421,566
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 650,797	S/. 684,791	S/. 722,142	S/. 764,777	S/. 808,238
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 563,780	-S/. 549,213	-S/. 550,831	-S/. 523,812	-S/. 493,460
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 87,018	S/. 135,578	S/. 171,311	S/. 240,965	S/. 314,778
(-) GASTOS FINANCIEROS	-S/. 31,049	-S/. 23,041	-S/. 14,457	-S/. 5,629	S/. 0
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. 55,969	S/. 112,537	S/. 156,854	S/. 235,336	S/. 314,778
(-) IMPUESTOS	-S/. 5,597	-S/. 21,352	-S/. 34,426	-S/. 57,578	-S/. 81,013
UTILIDAD NETA	S/. 50,372	S/. 91,185	S/. 122,428	S/. 177,758	S/. 233,765

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Tabla 176: Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Espinaca	77,210	75,345	75,530	71,487	67,167
Zanahoria	57,908	56,508	56,648	53,615	50,375
Zapallo	49,329	48,137	48,256	45,672	42,912
Aceituna	49,329	48,137	48,256	45,672	42,912
Beterraga	47,184	46,044	46,158	43,686	41,046

Fuente: Elaboración propia

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

Tabla 177: Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles

DESCRIPCION	AÑO 1				
	Espinaca	Zanahoria	Zapallo	Aceituna	Beterraga
MEZCLA PRODUCTO	27.5%	20.6%	17.6%	17.6%	16.8%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 1.05	S/. 1.05	S/. 1.05	S/. 1.12	S/. 1.05
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 1.95	S/. 2.02
MC unitario promedio ponderado	S/. 2.01				
CFT	S/. 563,779.56				
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	280,960				
PE EN PACKS	77,210	57,908	49,329	49,329	47,184
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 237,193	S/. 177,894	S/. 151,540	S/. 151,540	S/. 144,951

	AÑO 2				
DESCRIPCION	Espinaca	Zanahoria	Zapallo	Aceituna	Beterraga
MEZCLA PRODUCTO	27.5%	20.6%	17.6%	17.6%	16.8%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 1.06	S/. 1.06	S/. 1.06	S/. 1.13	S/. 1.06
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 1.95	S/. 2.02
MC unitario promedio ponderado	S/. 2.00				
CFT	S/. 549,213.34				
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	274,170				
PE EN PACKS	75,345	56,508	48,137	48,137	46,044
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 231,461	S/. 173,596	S/. 147,878	S/. 147,878	S/. 141,448

	AÑO 3				
DESCRIPCION	Espinaca	Zanahoria	Zapallo	Aceituna	Beterraga
MEZCLA PRODUCTO	27.5%	20.6%	17.6%	17.6%	16.8%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 1.06	S/. 1.06	S/. 1.06	S/. 1.13	S/. 1.06
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 2.02	S/. 1.95	S/. 2.02
MC unitario promedio ponderado	S/. 2.00				
CFT	S/. 550,831.10				
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	274,847				
PE EN PACKS	75,530	56,648	48,256	48,256	46,158
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 232,032	S/. 174,024	S/. 148,243	S/. 148,243	S/. 141,797

	AÑO 4				
DESCRIPCION	Espinaca	Zanahoria	Zapallo	Aceituna	Beterraga
MEZCLA PRODUCTO	27.5%	20.6%	17.6%	17.6%	16.8%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 1.05	S/. 1.05	S/. 1.05	S/. 1.12	S/. 1.05
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 2.03	S/. 2.03	S/. 2.03	S/. 1.96	S/. 2.03
MC unitario promedio ponderado	S/. 2.01				
CFT	S/. 523,811.55				
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	260,132				
PE EN PACKS	71,487	53,615	45,672	45,672	43,686
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 219,609	S/. 164,707	S/. 140,306	S/. 140,306	S/. 134,206

	AÑO 5				
DESCRIPCION	Espinaca	Zanahoria	Zapallo	Aceituna	Beterraga
MEZCLA PRODUCTO	27.5%	20.6%	17.6%	17.6%	16.8%
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07	S/. 3.07
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 1.04	S/. 1.04	S/. 1.04	S/. 1.11	S/. 1.04
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 2.03	S/. 2.03	S/. 2.03	S/. 1.96	S/. 2.03
MC unitario promedio ponderado	S/. 2.02				
CFT	S/. 493,459.62				
PE (unidades) = CFT / Mcu promedio	244,412				
PE EN PACKS	67,167	50,375	42,912	42,912	41,046
PE SOLES POR PRESENTACION	S/. 206,338	S/. 154,754	S/. 131,827	S/. 131,827	S/. 126,096

	ESTADO DE RESULTADO (PUNTO DE EQUILIBRIO)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 863,118	S/. 842,260	S/. 844,339	S/. 799,133	S/. 750,842
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 299,338	-S/. 293,047	-S/. 293,508	-S/. 275,321	-S/. 257,382
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 563,780	S/. 549,213	S/. 550,831	S/. 523,812	S/. 493,460
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 563,780	-S/. 549,213	-S/. 550,831	-S/. 523,812	-S/. 493,460
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0

9.2. Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.2.1. Variables de entrada.

Las variables de entrada que hemos considerado son las siguientes:

- Precios
- Demanda
- Costo de la materia prima
- Costo de personal

9.2.2. Variables de salida.

Las variables de salida son:

- VANE.
- TIRE.
- WACC.

9.2.3. Análisis unidimensional.

PRECIO

En relación al precio de los panes de colores, este puede disminuir hasta un máximo de 7.71% para que el proyecto alcance su límite (VANE = 0) y siga siendo rentable.

Variable de entrada - PRECIOS			
	Normal		VANE = 0
Disminución máxima de precios			-7.71%
Espinaca	S/.	5.00	S/. 4.61
Zanahoria	S/.	5.00	S/. 4.61
Zapallo	S/.	5.00	S/. 4.61
Aceituna	S/.	5.00	S/. 4.61
Beterraga	S/.	5.00	S/. 4.61
Variables de salida			
VANE	S/.	167,939	S/. -
TIRE		48.03%	26.86%
WACC		26.71%	26.86%

DEMANDA

Podemos ver que nuestro proyecto podrá soportar como máximo una disminución de la demanda de 13.15% de la demanda de los panes de colores, manteniendo los precios para que alcance su límite (VANE = 0) y siga siendo rentable. La demanda afecta tanto a ingresos como a costos.

Variable de entrada - DEMANDA			
	Normal		VANE = 0
Disminución máxima de la demanda			-13.15%
Espinaca	496,476		431,208
Zanahoria	372,357		323,406
Zapallo	317,193		275,494
Aceituna	317,193		275,494
Beterraga	303,402		263,516
Variables de salida			
VANE	S/.	167,939	S/. -
TIRE		48.03%	26.76%
WACC		26.71%	26.76%

COSTO MATERIA PRIMA

El costo de la materia prima puede aumentar como máximo en 29.72%, para que alcance su límite (VANE = 0) y siga siendo rentable.

Variable de entrada - COSTO MATERIA PRIMA				
	Normal		VANE = 0	
Aumento máximo del costo de la materia prima			29.72%	
Harina de trigo	S/.	100.00	S/.	129.72
Azúcar	S/.	125.00	S/.	162.14
Ajonjolí	S/.	400.00	S/.	518.86
Manteca Vegetal	S/.	50.00	S/.	64.86
Mejorador de masas	S/.	60.00	S/.	77.83
Levadura fresca	S/.	260.00	S/.	337.26
Sal	S/.	15.00	S/.	19.46
Fibra de integral	S/.	120.00	S/.	155.66
Conservante natural	S/.	55.00	S/.	71.34
Agua	S/.	15.00	S/.	19.46
Extracto espinaca	S/.	20.00	S/.	25.94
Extracto zanahoria	S/.	20.00	S/.	25.94
Extracto zapallo	S/.	20.00	S/.	25.94
Extracto aceituna	S/.	30.00	S/.	38.91
Extracto betarraga	S/.	20.00	S/.	25.94
Bolsa de plastico	S/.	10.00	S/.	12.97
Amarre	S/.	4.00	S/.	5.19
Variables de salida				
VANE	S/.	167,939	S/.	-
TIRE		48.03%		27.04%
WACC		26.71%		27.04%

COSTO DE PERSONAL

El costo del personal del proyecto puede aumentar como máximo en 27.70%, para que alcance su límite (VANE = 0) y siga siendo rentable.

Variable de entrada - COSTO DE PERSONAL				
	Normal		VANE = 0	
Aumento máximo del costo de personal			27.70%	
Gerente General	S/.	3,500	S/.	4,470
Asistente Administrativo	S/.	1,500	S/.	1,916
Jefe de Ventas	S/.	2,000	S/.	2,554
Ejecutivo de Ventas	S/.	1,000	S/.	1,277
Supervisor de Operaciones	S/.	2,000	S/.	2,554
Maestro Panadero	S/.	1,800	S/.	2,299
Operario	S/.	1,000	S/.	1,277
Variables de salida				
VANE	S/.	167,939	S/.	-
TIRE		48.03%		27.04%
WACC		26.71%		27.04%

9.2.4. Análisis multidimensional.

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
VARIABLES ENTRADA			
PRECIOS	-5%	0%	5%
DEMANDA	-5%	0%	5%
COSTOS MATERIA PRIMA	5%	0%	0%
COSTOS PERSONAL	5%	0%	0%
VARIABLES DE SALIDA			
VANE	S/. -82,103	S/. 167,939	S/. 338,295
TIRE	17.93%	48.03%	69.82%
WACC	27.36%	26.71%	26.59%
ESCENARIOS PROBABILIDADES	15%	60%	25%
VAN ECONOMICO ESPERADO	S/. 173,021.53		

- En un escenario pesimista el proyecto no sería rentable, genera un VAN negativo
- En los escenarios normal y optimista el proyecto es rentable, genera VAN positivos
- Considerando las probabilidades de ocurrencia de cada escenario, el VAN Económico esperado es positivo, por lo tanto, el proyecto es viable

9.2.5. Variables críticas del proyecto.

Las variables más críticas del proyecto es el Precio. Este podrá disminuir como máximo hasta 7.71%.

9.2.6. Perfil de riesgo.

Después de haber presentado las variables y analizado los posibles escenarios y riesgos, se puede decir que existe un riesgo medio en el mercado.

Por otro lado, este es un producto novedoso, acorde con la tendencia de consumo de productos nutritivos, es un producto peruano y que según nuestra experiencia en la investigación de mercado posee una buena aceptación, ya que es un producto que capta la atención de los consumidores por los colores y porque utiliza verduras en su elaboración.

ANEXOS

ANEXO TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista con Lorena Romero.

Profesional en nutrición y estética.

Fecha de entrevista: 08 de septiembre del 2017

E= Entrevistador

N= Nutricionista, Srta. Lorena Romero.

E= Que tal Lorena, le agradezco tu tiempo y buena predisposición para brindarme esta entrevista, Mi nombre es Rogers Martínez, alumno de la Universidad San Ignacio de Loyola, facultad de ciencias empresariales.

N= Hola Rogers, como sabes soy nutricionista de profesión y en la actualidad brindo asesorías a empresas y tengo un consultorio para atender a mis pacientes.

E= ¿Cuáles son las características de las personas que requieren una consulta de salud y bienestar?

N= La mayoría de personas que asisten a una consulta de nutrición son personas con sobrepeso y que por lo general tienen una patología asociada a la obesidad como el estreñimiento, colesterol alto, diabetes y en otros casos simplemente personas que requieren bajar de peso o mantener una dieta saludable.

E= ¿Cuál es la tendencia de comida saludable?

N= Lo que respecta a la tendencia de la comida saludable está de moda el veganismo y en general las personas tienden a cuidarse más y eso conlleva a cambiar los hábitos de alimentación, es decir consumir menos productos orgánicos y artificiales, en la actualidad los pacientes son personas informadas.

La mayoría de las personas evitan alimentos altamente procesados y tienen la idea que, si es altamente procesado menos saludable es el alimento.

E= ¿Cuáles son los hábitos saludables?

N= Los hábitos saludables son muchos; lo podemos resumir, si es menos procesado es mucho mejor, debe ser variado ya que se puede comer saludable como un pollo a la plancha, pero si como eso siempre, no está bien ya que te limitas a unos mismos nutrientes, entonces debe ser lo más variado y siempre dentro de lo natural; El tercer punto, que sea integral, tiene que ser siempre asociado con lo natural y nutritivo, como ejemplo si vamos a consumir galletas lo recomendable es consumir galletas integrales, si vamos a consumir arroz debería ser arroz integral ya que estas más cerca de su versión natural de esa manera podemos indicar lo que es una alimentación saludable, por otro lado, la alimentación saludable va asociada al estilo de vida.

E= ¿El pan forma parte de una dieta saludable?

N= Puede serlo, pero depende de qué tipo de pan; Como ejemplo, si consumimos un pan de molde blanco ultra procesado y que contenga preservantes y saborizantes no es saludable, porque no cumple dos de los criterios anteriores, no es natural y no es integral, pero hay panes que son muy nutritivos como los panes integrales que son elaborados de manera artesanal y en ese caso podríamos considerar que son panes saludables.

E= ¿Recomienda el consumo del pan en una dieta diaria?

N= No restrinjo el consumo del pan, en términos generales una persona sin ninguna patología evidente ni aguda puede comer pan, pero no lo recomiendo como un alimento de todos los días ya que aplicando una de las reglas ya no sería variado, ya que al consumir pan todos los días se estaría dejando de consumir otros alimentos importantes para nuestro organismo, las personas que tienen diabetes o personas que quieren bajar de peso lo podrían consumir pero de manera restringida y no quitarlo al 100% ya que se puede manejar la frecuencia y cantidad.

E= ¿Qué debe contener el pan para formar parte de una dieta nutritiva?

Para considerarlo nutritivo debe contener fibra y si es en mayor proporción de su composición es mucho mejor; Por otro lado, muchos panes utilizan el azúcar en gran cantidad y eso tampoco podríamos llamarlo saludable y nutritivo.

Un pan saludable también podría ser considerado un pan de panadería que sea multicereal y muy pocas panaderías lo tienen, pero cuando se consigue se nota la diferencia y ese si es un valor añadido para el pan, siempre que lo consumamos solo, pero si le incorporamos un chorizo u otro componente como embutidos perdería todo lo que buscamos como concepto de alimento saludable y nutritivo.

E= ¿Cuántas calorías deben consumir las personas?

N= Las personas debemos consumir 2000 calorías al día según las tablas y etiquetados por norma sanitaria, pero por lo general yo no me guio por calorías. Las producciones del

momento como los panes no tienen una información precisa acerca de esto; Es muy subjetivo para mí, ya que las personas pueden consumir 1500 calorías saludables o no saludables, como la ingesta de comida chatarra y eso marca una gran diferencia, la persona que se alimenta con calorías saludables será una persona saludable y sana y la otra no lo será, pero es mejor orientarlo por nutrientes que por calorías.

E= ¿El pan debería estar presente en todas las comidas del día?

N= El pan no debería estar presente en todas las comidas del día, ya que no cumplirá con los criterios de buena alimentación que es alimentación variada; Se podría incluir, pero no todos los días eventualmente no habría complicación, pero si es una constante y se hace una rutina de todos los días, si habría una complicación, porque te estarías quitando un espacio en el cual podrías consumir algo más saludable.

E= ¿El pan engorda?

N= Si es el pan común de todas maneras, pero si es un pan con fibra o quizá con frutos secos o cereales sería un pan nutritivo, Lo podrían catalogar como un pan muy pesado, pero sus componentes lo justifican.

E= ¿Cuál es su apreciación de panes de sabores como una alternativa de alimento nutritivo?

N= De hecho es muy interesante, si mantiene los nutrientes de cada sabor es un valor agregado que los diferenciaría y tendría un impacto positivo en el aspecto de nutrición variada y ahí tendría mucho sentido el consumirlo.

E= ¿Que otro sabor incluiría en esta propuesta por sus beneficios nutricionales?

N= Podría recomendar pan con maíz morado (pan morado) ya que el extracto del maíz morado es muy nutritivo, también consideren la posibilidad de combinar los sabores con harina multicereal.

E= ¿Recomendaría en consumo de panes de diferentes colores?

N= Dependería, si el pan es multicereal y cumple los criterios anteriores, si lo recomendaría.

E= ¿Que alimentos considera serian complementarios con el pan de colores?

N= Si el pan es saludable, recomiendo se acompañe con alimentos saludables como la palta, la aceituna, pan con pollo sin mayonesa o queso fresco bajo en sal mezclado con verduras como un pan relleno caprese que contiene queso, albahaca, tomate, en ese sentido lo más simple; Siempre evitar los embutidos como jamones, chorizo, quesos procesados como

queso cheddar o mermeladas que tienen una alta concentración de azúcar que ahí ya no tendría sentido comer el pan saludable.

E= ¿Que debiera contener el pan de colores para ser considerado un alimento indispensable?

N= Bueno, debería tener un alto contenido en fibra y sería un valor agregado muy fuerte y muy valorado, ya que en la ciudad es difícil encontrar un pan de esas características.

E= Lorena, llegamos al final, muy buena información, muchas gracias.

N= Las gracias a ti Rogers, por darme esta oportunidad.

Fin.

ANEXO

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista con José García Gutiérrez

Jefe de ventas en Panificadora Bimbo.

Fecha de entrevista: 11 de septiembre del 2017

E= Entrevistador

JV= Jefe de ventas, Sr, José García Gutiérrez.

E= Buenas tardes Sr. José, mi nombre es Arturo Diaz, alumno de la Universidad San Ignacio de Loyola, de la facultad ciencias empresariales. Gracias por brindarnos esta entrevista, la cual es básicamente académica.

JV= Gracias Arturo, como sabes, mi nombre es José García Gutiérrez, me desempeño como jefe de ventas en Panificadora Bimbo, tengo 11 años en el grupo, 5 años en el canal moderno, 2 en canal horizontal y 4 años como representante de ventas. Bueno, vamos hablar sobre el rubro de Bimbo, la cual es una empresa trasnacional a nivel mundial, bueno, adelante con tus preguntas.

E= ¿Cuáles son los canales que actualmente maneja Bimbo en el mercado?

JV= Bimbo está conformado por 4 canales, dentro de estos está el canal moderno, que viene a ser el canal AASS, horizontal que viene a ser el de venta al detalle (minorista), horeca que viene a ser hoteles, casinos, conveniencia y por último el canal mayorista.

Los dos canales más importantes son el canal horizontal y el canal AASS.

E= ¿Cuál es porcentaje de participación de cada canal para Bimbo?

JV= Bueno, el canal horizontal es el más importante para nuestra distribución, dentro de este mismo, el 70% está ubicado en lima y otro 30% está en las provincias del interior del país, iniciando el 2017, se hizo una reestructuración para una mejor cobertura, ya que teníamos mapeado solo el casco urbano, con esta nueva reestructura, se podría decir que ahora tenemos un 95% de cobertura a nivel Lima.

E= ¿Cómo estructuran la frecuencia de visita en las zonas atendidas? ¿Cuál es su criterio de segmentación?

JV= La segmentación es por tipo de cliente, dentro de cada cartera se maneja una lista de clientes Pareto, que son los clientes más representativos, de igual manera la frecuencia es semanalmente, debido a la prioridad de tiempo de vida de nuestro producto, ubicamos al representante de ventas dentro de una zona de distritos aledaños, para que este mismo mantenga una efectividad en cada cliente visitado y no tenga muchos tiempos muertos.

Te doy un ejemplo, un representante de venta que tiene la zona de Ventanilla, tiene que tener distritos aledaños como Puente Piedra, Olivos.

E= ¿Cómo segmentas los clientes más importantes?

JV= Buena pregunta, los clientes más importantes lo segmentamos por peso de venta, por ejemplo, un cliente que vende S/.5,000 soles se le da una frecuencia de despacho diaria, Bimbo tiene una condición de despacho que se divide entre diario, terciario, bisemanal y de un solo despacho a la semana, en este caso si tenemos un cliente como el que te mencione al inicio, podemos tener un despacho diario, si tenemos otro cliente que su ticket de compra es menor, baja el despacho según el volumen que requiera para su establecimiento.

E= ¿Cómo manejan su ffvv, logística y distribución? ¿Manejan distribuidoras? ¿Es propia su distribución?

JV= Es una de las preguntas que siempre corren a nivel del grupo, la distribución del grupo es una de las más caras que existe en todo el Perú, es más, yo me atrevería a decir que es una de las más caras a nivel mundial, porque maneja su propia distribución, su propia logística, su propia fuerza de venta, su propia unidad, no es tertia risada, solo cuando son despachos a Iquitos o lugares alejados del país, un 98% de la distribución es propia.

E= ¿Manejan auto ventas?

JV= Exacto, la auto venta, es un modelo de distribución que viene desde México (Central de Bimbo), y se aplica en todos los países, es una de los más caros que ha funcionado mucho al grupo.

E= ¿Cómo manejan el control de inventarios de los clientes y tiempo de vida de su producto?

JV= El itinerario de cada representante anticipa temas de fechas de vencimiento y las visitas semanales nos da el detalle de los inventarios en cada punto de venta, quiere decir que la frecuencia de visita anticipa a posibles problemas acuerdo a la rotación del producto.

E= ¿Me podrías brindar un ejemplo?

JV= Si un cliente vende un ticket mínimo de S/.100, a ese cliente, su frecuencia de despacho y de visita es de una semana, es decir que iré a visitarlo si o si una vez por semana y si no rota puedo bajarle el nivel de pedido, pero el vendedor tiene que respetar la ruta y frecuencia de visita para no tener problemas con nuestro producto.

E= ¿Cuánto es el tiempo de vida se retira el producto en el punto de venta, si este está por vencer?

JV= El producto se tiene que retirar del punto de venta faltando 4 días para su vencimiento, es decir que yo tengo que despachar al cliente para un inventario de 11 días, el cual es cubierto en la frecuencia de visitas semanal, manejamos un software que identifica stock de cada cliente, la devolución la asume Bimbo.

E= ¿Cuánto es el margen de ganancia de que da Bimbo por canal?

JV= En forma general, te podría decir que el canal horizontal maneja un 18%, distribuidores 23% a 24% aproximado.

E= ¿Cómo manejan las condiciones de pago para cada cliente?

JV= Bueno, tenemos condiciones de pago para cada cliente, según evaluación previa, en el caso del canal moderno se maneja un 100% de crédito para dicho canal entre 30 y 60 días, para el canal horizontal y distribuidoras manejamos al contado, ya que es nuestro oxígeno para el grupo, para nuestro flujo de caja.

E= ¿Cuál es su principal competencia?

JV= En general el mercado es muy dinámico, no solo nuestra competencia es pan unión, cedro, si no son las panaderías artesanales, galletas como competencia indirecta, canales de conveniencia que crean su propia marca, no olvidemos a las panaderías que se encuentran en la periferia, que cada día se hacen más competitivo.

E= ¿Hacen actividades dentro del punto de venta?

JV= Las actividades son estacionales en el canal moderno, impulso y degustación de panetones en la época víspera a la navidad, en el canal horizontal es muy poca la actividad, más que todo el vendedor se encarga de la rotación y hacer exhibiciones en puntos calientes.

E= ¿Qué te parece nuestra propuesta de panes Veggi?

JV= Me parece interesante, la alternativa nutricional es una tendencia que vemos hoy en día, te sugiero que segmentes tu mercado acuerdo a ello estableces un plan de acción.

E= Bueno, Jose, gracias por tu tiempo y la entrevista.

JV= Gracias a ti.

Bibliografía

- Asociación Técnica en Panificación (2017). *La sal en panificación*. Recuperado de:
<http://www.franciscotejero.com/tecnicas/la-sal- en-panificacion/>
- Banco Central de la República (2017). *Reporte de inflación marzo 2017*. Recuperado de:
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/ReporteInflacion/2017/marzo/report e- de-inflacion-marzo- 2017.pdf>
- Banco mundial (2017). *Perú Panorama general*. Recuperado de:
<http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Corporación azucarera del Perú (s.d.) *La azucarera más antigua del Perú*. Recuperado de:
http://www.coazucar.com/esp/cartavio_nosotros.html
- CPI (2016). *Población - 2016*. Recuperado de:
http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_201608_01.pdf
- Industria alimenticia (2015). *Tendencias en panificación*. Recuperado de:
<http://www.industriaalimenticia.com/articles/87642-tendencias-en- panificacion-2015>
- Instituto Nacional de Estadística e informática (2017). *Reporte y estadísticas temáticas*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/surface/>
- Mallada, M. (2015). *Los beneficios del zapallo*. Recuperado de: <https://www.suat.com.uy/consejo-medico/266-los- beneficios-del- zapallo>
- Ministerio de salud (2011). *Norma sanitaria para la fabricación, elaboración y expendio de productos de panificación, galletería y pastelería (2011)*. Recuperado de:
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/NORMA%20DE%20PANADERIAS.pdf>

Municipalidad de Lince (2017) *Crece en el Perú consumo per cápita de pan*. Recuperado de: <http://www.munilince.gob.pe/articulo/crece-en-el-peru-consumo-per-capita-de-pan>

Redacción Andina (25 de agosto de 2015). Se incrementa consumo de pan entre peruanos. *Andina*. Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-se-incrementa-consumo-pan-entre-peruanos-572013.aspx>

Redacción El Comercio (3 de mayo de 2017). Conoce las ventajas de consumir olluco y zapallo. *El Comercio*. Recuperado de: <http://elcomercio.pe/el-reto-del-chef/noticias/conoce-ventajas-consumir-olluco-y-zapallo-noticia-1989549>

Redacción LR (25 de agosto de 2015). Aumenta consumo de pan en Perú. *La Republica*, Recuperado de: <http://larepublica.pe/sociedad/698662-aumenta-consumo-de-pan-en-peru>

Redacción Perú 21 (19 de febrero de 2013). El negocio de la comida saludable. *Perú 21*. Recuperado de: <https://peru21.pe/emprendedores/negocio-comida-saludable-93716>

Rojas, K. (27 de febrero de 2014). Bimbo: "Esperamos incrementar 5% de 'market share' con nuevos panes integrales". *Gestión*. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/bimbo-esperamos-incrementar-5-nuestra-participacion-mercado-nuevos-panes-integrales-2090192>

Santiago, J. (21 de julio de 2015). Industria del pan vale \$461000 millones. *El Economista*. <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/07/21/industria-pan-vale-us461000-millones>

Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C. (noviembre 2015) "Market Report" N°6. Lima, Perú. Recuperado desde: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_201511_03.pdf

Hernández, Fernández y Baptista (2010). Metodología de la investigación. (5.ª ed.). México: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015) Tasas de Crecimiento de la Población por Departamento. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lima, Perú. Recuperado desde: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0015/cap-52.htm

Ñaupas, H. (2011). Metodología de la investigación científica y asesoramiento de tesis. (2.ª ed.). Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Focus Group Panes Veggie (2017). Focus Group. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=C5HXM YHns4c>

Congreso Nacional de la República del Perú (1997) Ley General de Sociedades: Ley N° 26887. Congreso Nacional de la República del Perú. Lima, Perú. Recuperado desde: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (s.f.) Tasas. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual Lima, Perú. Recuperado desde: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/tasas>

Diario Oficial El Peruano (2009) Normas Legales. Diario Oficial El Peruano. Lima, Perú. Recuperado desde: http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2013/08/Expendio-de-bebidas_alcoholicas_D.S._012-2009.SA1_.pdf

Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo (2002) TEXTO UNICO ORDENADO DEL D. LEG. N° 728, LEY DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD LABORAL DECRETO SUPREMO N° 003-97-TR. 27/03/1997. Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo. Lima, Perú. Recuperado desde: http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/normasLegales/DS_003_1997_TR.pdf