



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**ADEREZO EN PASTA CON FINAS HIERBAS
ANDINAS "MUNAY"**

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

ROSA ELYTH CIEZA VARGAS
Administración de Empresas

MAYRA ELIZA FRANCO RIOS
Ingeniería Industrial

MIGUEL ANGEL JARA PADILLA
Ingeniería Empresarial y de Sistemas

JOHANNA ROSALY LEÓN ESCOBAR
Administración de Empresas

EDVER VICTOR LUNA GOÑI
Administración de Empresas

Lima - Perú
2017

INDICE

Capítulo I	Resumen Ejecutivo	16
Capítulo II	Información General	17
2.1.	Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación	17
2.1.1.	Nombre de la empresa	17
2.1.2.	Horizonte de evaluación	17
2.2.	Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	17
2.3.	Definición del modelo de negocio y CANVAS	18
2.4.	Descripción del producto o servicio	21
2.5.	Oportunidad de Negocio	30
2.6.	Estrategia genérica de la empresa	32
Capítulo III	Análisis del entorno	33
3.1.	Análisis del Macro entorno	33
3.1.1.	Del Perú	33
3.1.1.1.	Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.	33
3.1.1.2.	Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.	34
3.1.1.3.	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones	36
3.1.1.4.	PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.	37
3.1.1.5.	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.	40
3.1.2.	Del Sector.	41
3.1.2.1.	Mercado internacional	41
3.1.2.2.	Mercado del consumidor	46
3.1.2.3.	Mercados de proveedores.	48
3.1.2.4.	Mercado de competidor	49
3.1.2.5.	Mercado distribuidor.	51
3.1.2.6.	Leyes o reglamentos vinculados al proyecto.	52
3.2.	Análisis del Microentorno	53
3.2.1.	Competencia actual (Alta)	53
3.2.2.	Fuerza negociadora de los clientes (Alto)	57
3.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores (Bajo)	57
3.2.4.	Amenaza de productos sustitutos (Alto)	58
3.2.5.	Amenaza de nuevos competidores (Alta)	59
Capítulo IV	Plan estratégico	62
4.1.	Visión y misión de la empresa	62
4.2.	Objetivos	65

Capítulo V Estudio de Mercado	66
5.1. Investigación de mercado	66
5.1.1. Criterios de segmentación	66
5.1.2. Marco Muestral	71
5.1.3. Entrevistas a especialistas	73
5.1.4. Focus Group	79
5.1.5. Encuestas	84
5.2. Demanda y Oferta	102
5.2.1. Estimación de mercado potencial	102
5.2.2. Estimación de mercado disponible	104
5.2.3. Estimación de mercado efectivo	105
5.2.4. Estimación de mercado objetivo	107
5.2.5. Frecuencia de compra	109
5.2.6. Cuantificación anual de la demanda	109
5.2.7. Estacionalidad	110
5.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado	111
5.3. Mezcla de marketing	117
5.3.1. Producto	117
5.3.2. Precio	123
5.3.3. Plaza	125
5.3.4. Promoción	128
Capítulo VI Estudio legal y organizacional	136
6.1. Estudio Legal	136
6.1.1. Forma societaria	136
6.1.2. Registro de la marcas y patentes	137
6.1.3. Licencias y autorizaciones	139
6.1.4. Legislación laboral	140
6.1.5. Legislación Tributaria	142
6.1.6. Otros aspectos legales	142
6.1.7. Resumen del capítulo	145
6.2. Estudio Organizacional	147
6.2.1. Organigrama funcional	147
6.2.2. Servicios Tercerizados	149
6.2.3. Descripción de puestos de trabajo	149
6.2.4. Descripción de las actividades de los servicios tercerizados	159
6.2.5. Aspectos Laborales	160
6.2.5.1. Forma de contratación	160

6.2.5.2.	Régimen laboral.....	161
6.2.5.3.	Planilla	162
6.2.5.4.	Horario de trabajo	163
Capítulo VII	Estudio de Técnico	164
7.1.	Tamaño del Proyecto	164
7.1.1.	Capacidad instalada	164
7.1.2.	Capacidad Utilizada	166
7.1.3.	Capacidad Máxima	167
7.2.	Procesos	167
7.2.1.	Diagrama del proceso de producción	172
6.2.2	Programa de Producción	173
7.2.3.	Necesidad de materias primas e insumos	176
7.2.4.	Programa de compras de materias primas e insumos	178
7.2.5.	Requerimiento de mano de obra directa.....	181
7.3.	Tecnología para el proceso	183
7.3.1.	Maquinarias	183
7.3.2.	Equipos requeridos por cada área.....	185
7.3.3.	Herramientas	187
7.3.4.	Utensilios.....	187
7.3.5.	Mobiliario requerido por área.....	189
7.3.6.	Programa de Mantenimiento	190
7.3.7.	Programa de reposición de herramientas y utensilios	191
7.3.8.	Programa de compras posteriores.....	194
7.4.	Localización.....	196
7.4.1.	Macro localización	197
7.4.2.	Micro localización.....	200
7.4.3.	Gastos de adecuación	203
7.4.4.	Gastos de servicios	205
7.4.5.	Plano del centro de operaciones	206
7.4.6.	Descripción del centro de operaciones.....	208
7.5.	Responsabilidad social frente al entorno	209
7.5.1.	Impacto ambiental	209
7.5.2.	Con los trabajadores	210
7.5.3.	Con la comunidad.....	213
Capítulo VIII	Evaluación Económica Financiera.....	214
8.1.	Inversión	214
8.1.1.	Inversión en Activo Fijo Depreciable	214

8.1.2.	Inversión en Activo Intangible.....	216
8.1.3.	Inversión de gastos pre operativos.....	218
8.1.4.	Inversión en Inventarios Iniciales.....	226
8.1.5.	Inversión en Capital de Trabajo.....	227
8.1.6.	Liquidación de IGV.....	233
8.1.7.	Resumen de estructura de inversiones.....	235
8.2.	Financiamiento.....	236
8.2.1.	Estructura de Financiamiento.....	236
8.2.2.	Financiamiento del Activo Fijo.....	236
8.2.3.	Financiamiento del capital de trabajo.....	237
8.3.	Ingresos Anuales.....	239
8.3.1.	Ingresos por ventas.....	239
8.3.2.	Recuperación de capital de trabajo.....	240
8.3.3.	Valor de desecho neto del activo fijo.....	240
8.4.	Costos y gastos anuales.....	244
8.4.1.	Egresos Desembolsables.....	244
8.4.1.1.	Presupuesto de materias primas e insumos.....	244
8.4.1.2.	Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	245
8.4.1.3.	Presupuesto de Costos indirectos.....	246
8.4.1.4.	Presupuesto de Gastos Administrativos.....	248
8.4.1.5.	Presupuesto de Gastos Ventas.....	249
8.4.2.	Egresos No Desembolsables.....	251
8.4.3.	Costos Fijos y variable unitario.....	252
Capítulo IX	Estados Financieros proyectados.....	255
9.1.	Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	255
9.2.	Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	255
9.3.	Flujo de Caja Operativo.....	256
9.4.	Flujo de Capital.....	257
9.5.	Flujo de caja económico.....	258
9.6.	Flujo del Servicio de la Deuda.....	258
9.7.	Flujo de Caja Financiero.....	259
Capítulo X	Evaluación económica financiera.....	260
10.1.	Cálculo de la Tasa de descuento.....	260
10.1.1.	Costo de oportunidad.....	260
10.1.1.1.	CAPM.....	260
10.1.1.2.	Costo de oportunidad COK propio.....	260
10.1.1.3.	Costo Promedio Ponderado de capital (WACC).....	261

10.2.	Evaluación económica financiera.....	261
10.2.1.	Indicadores de Rentabilidad.....	261
10.2.1.1.	VANE y VANF.....	261
10.2.1.2.	TIRE y TIRF, TIR modificado.....	262
10.2.1.3.	Periodo de recuperación descontado.....	263
10.2.1.4.	Análisis Beneficio / Costo (B/C).....	264
10.2.2.	Análisis de punto de equilibrio.....	264
10.2.2.1.	Costos variables, costos fijos.....	264
10.2.2.2.	Estado de resultados (costeo directo).....	265
10.2.2.3.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.....	266
10.2.2.4.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.....	267
10.3.	Análisis de sensibilidad y riesgo.....	267
10.3.1.	Variables de entrada.....	267
10.3.2.	Variables de salida.....	268
10.3.3.	Análisis Unidimensional.....	268
10.3.4.	Análisis Multidimensional.....	270
10.3.5.	Variables críticas del proyecto.....	271
10.3.6.	Perfil de riesgo.....	271
Capítulo XI	Conclusiones y Recomendaciones.....	272
11.1.	Conclusiones.....	272
11.2.	Recomendaciones.....	273
Capítulo XII	Referencias.....	275

Índice de tablas

Tabla 1. Modelo de negocio canvas	19
Tabla 2. Ciudades con mayor numero de habitantes en el Perú	32
Tabla 3. Exportación de plantas y semillas.....	44
Tabla 4. Análisis de competidores directos	54
Tabla 5. Análisis Fuerzas del Porter	58
Tabla 6. Análisis FODA	60
Tabla 7. Población Lima Metropolitana según sexo y edad	63
Tabla 8. Población Lima Metropolitana según segmentación socioeconómica.....	64
Tabla 9. Estructura socioeconómica en Lima Norte, zonas 1 y 2.....	65
Tabla 10. Cálculo de la muestra.....	67
Tabla 11. Cálculo de cuota por distrito.....	67
Tabla 12. Proyección de datos para hallar la cuota por distrito.....	68
Tabla 13. Ficha técnica del Focus Group 1	75
Tabla 14. Ficha técnica del Focus Group 2	78
Tabla 15. Resultado por género de los encuestados	81
Tabla 16. Resultado por distrito de procedencia.....	82
Tabla 17. Resultado por edades	82
Tabla 18. Resultado por ingresos.....	83
Tabla 19. Resultado por frecuencia que cocinan	84
Tabla 20. Resultado de utilización de aderezos	85
Tabla 21. Resultado por frecuencia en la utilización de aderezos	86
Tabla 22. Resultado por aderezos o sazónadores más usados	87
Tabla 23. Resultado por medios de publicidad donde se registra la difusión.....	88
Tabla 24. Resultado de problemas al digerir las comidas.....	89
Tabla 25. Resultado del uso de hierbas medicinales para aliviar problemas digestivos.....	90
Tabla 26. Resultado de conocimiento o uso de aderezos preparados y medicinales.....	91
Tabla 27. Resultado de aceptación del producto	92
Tabla 28. Resultado por preferencia del tipo de envase	93
Tabla 29. Resultado del precio por producto de presentación	94
Tabla 30. Resultado de preferencias de las presentaciones	95
Tabla 31. Resultado por frecuencia de compra.....	96
Tabla 32. Resultado por tipo de establecimiento de compra	97
Tabla 33. Población segmentación en porcentajes	99
Tabla 34. Población segmentada según porcentajes	99

Tabla 35. Calculo del mercado disponible del 2021 al 2025	100
Tabla 36. Calculo del mercado efectivo del 2021 al 2025.....	101
Tabla 37. Calculo del mercado efectivo de pasta roja del 2021 al 2025	102
Tabla 38. Calculo del mercado efectivo de pasta verde del 2021 al 2025	102
Tabla 39. Resumen del mercado efectivo por presentaciones	103
Tabla 40. Resumen del mercado efectivo por presentaciones	103
Tabla 41. Claculo mercado objetivo pasta roja.....	104
Tabla 42. Claculo mercado objetivo pasta verde.....	104
Tabla 43. Calculo de la frecuencia de compra.....	105
Tabla 44. Cuantificacion de la demanda presentación pasta verde	105
Tabla 45. Valores de estacionalidad por temporada	106
Tabla 46. Valores de estacionalidad por trimestre en el año	106
Tabla 47. Programa de ventas para el año 2021	107
Tabla 48. Programa de ventas para el año 2022	107
Tabla 49. Programa de ventas para el año 2023	108
Tabla 50. Programa de ventas para el año 2024	108
Tabla 51. Programa de ventas para el año 2025	109
Tabla 52. Programa de ventas pasta roja del 2021 al 2025.....	109
Tabla 53. Programa de ventas pasta verde del 2021 al 2025	110
Tabla 54. Precio por unidad para el calculo del programa de ventas valorizado.....	110
Tabla 55. Calculo del programa de ventas anuales pasta roja	111
Tabla 56. Calculo del programa de ventas anuales pasta verde.....	111
Tabla 57. Programa de ventas de todo el proyecto	112
Tabla 58. Calculo comparativo de precio de la competencia directa	120
Tabla 59. Precio por unidad de las dos presentaciones.....	121
Tabla 60. Mercados locales de Lima Norte	123
Tabla 61. Tiendas por descuento para iniciar la comercialización	123
Tabla 62. Distribución de ventas según canales de venta y distribución.....	124
Tabla 63. Campaña de lanzamiento en el año 0 - duracion 4 meses	125
Tabla 64. Plan de lanzamiento de la marca.....	128
Tabla 65. Gastos de promoción por año	130
Tabla 66. Lista de accionistas de la sociedad	131
Tabla 67. Tramites para la constitución de la empresa.....	132
Tabla 68. Tramites para la constitución de la empresa.....	134
Tabla 69. Inversión para tramitar licencias y autorizaciones.....	135
Tabla 70. Aspectos tributarios del régimen MYPE tributario	137
Tabla 71. Validación tecnica oficial del Plan HACCP	139

Tabla 72. Inversión para autorizaciones	140
Tabla 73. Resumen de inversión de licencias, patentes y tramites de constitución.....	140
Tabla 74. Perfil administrador.....	144
Tabla 75. Perfil asistente de Administración y Finanzas.....	145
Tabla 76. Perfil coordinador de marketing y ventas	146
Tabla 77. Perfil coordinador de producción	147
Tabla 78. Perfil coordinador de logística.....	148
Tabla 79. Perfil operario de producción	149
Tabla 80. Perfil asesor de ventas	150
Tabla 81. Perfil operario de almacén.....	151
Tabla 82. Perfil transportista.....	152
Tabla 83. Calculo del costo de planilla.....	156
Tabla 84. Horario de trabajo establecido	157
Tabla 85. Datos para el calculo del tiempo de producción por lote.....	158
Tabla 86. Calculo del tiempo de producción de un lote de pasta roja y verde	158
Tabla 87. Datos a considerar para el calculo de la capacidad instalada anual.....	159
Tabla 88. Calculo de la capacidad instalada anual de la maquinaria.....	159
Tabla 89. Capacidad utilizada anual de la maquinaria (und. envasadas)	160
Tabla 90. Capacidad maxima anual de la maquinaria (und. envasadas)	160
Tabla 91. Demanda anual en unidades	166
Tabla 92. Datos para el calculo de tiempos de producción	167
Tabla 93. Calculos de producción en unidades.....	167
Tabla 94. Datos para el calculo de producción en kg.	167
Tabla 95. Calculo de producción en kg.	167
Tabla 96. Variables de producción	168
Tabla 97. Crecimiento de las variables de producción por año	168
Tabla 98. Programa producción en kg. para cada presentación.....	168
Tabla 99. Requerimiento para fabricar una und. de 200 gr.	169
Tabla 100. Necesidad de materia prima e insumos por presentación.....	169
Tabla 101. Valor de venta de las materias primas e insumos	170
Tabla 102. Valor de materia prima ee insumos para producir una und. de pasta roja.....	171
Tabla 103. Valor de materia prima e insumos para producir una und. de pasta verde.....	171
Tabla 104. Consolidación de compra por año/precio en soles	172
Tabla 105. Calculo producción anual en kg.	173
Tabla 106. Calculo de producción mensual en kg.	173
Tabla 107. Calculo de producción diaria en kg.	173
Tabla 108. Datos a considerar para el calculo de lotes por día.....	173

Tabla 109. Calculo lotes por día	174
Tabla 110. Calculo horas hombre requerido.....	174
Tabla 111. Calculo operarios por jornada laboral de 8 hrs.....	174
Tabla 112. Inversión de maquinarias para producción	177
Tabla 113. Equipos producción	177
Tabla 114. Equipos de administración.....	177
Tabla 115. Equipos de ventas	178
Tabla 116. Herramientas de producción	178
Tabla 117. Utensilios de producción	179
Tabla 118. Utiles de oficina y limpieza de administración.....	179
Tabla 119. Utiles de oficina para ventas	180
Tabla 120. Moviliario para cada área	181
Tabla 121. Programa de mantenimiento para maquinas y equipos de cada área.....	181
Tabla 122. Programa de reposición para producción.....	182
Tabla 123. Programa de reposición para administración.....	183
Tabla 124. Programa de reposición para ventas	184
Tabla 125. Programa de compras posteriores de herramientas y equipos para cada área	185
Tabla 126. Escala de clasificación	189
Tabla 127. Cuadro de los factores de análisis de la macrolocalización.....	189
Tabla 128. Cuadro de locales candidatos.....	190
Tabla 129. Cuadro de los factores de analisis de la microlocalización	191
Tabla 130. Gastos de adecuación.....	194
Tabla 131. Gastos de alquiler del local.....	195
Tabla 132. Gastos de servicios básicos.....	195
Tabla 133. Presupuesto anual de responsabilidad social	203
Tabla 134. Inversión de activos fijos depreciables en cada área	205
Tabla 135. Resumen de activos fijos por área	207
Tabla 136. Inversión de activos intangibles por cada área	207
Tabla 137. Resumen de activos intangibles por área	208
Tabla 138. Inversioón de gastos preoperativos de producción.....	209
Tabla 139. Inversión de gastos pre operativos de ventas.....	212
Tabla 140. Inversión de gastos pre operativos de administración	215
Tabla 141. Resumen de gastos pre operativos por área	216
Tabla 142. Inversión del inventario inicial del año 0.....	217
Tabla 143. Políticas de cobranzas de las ventas	218
Tabla 144. Política de pagos a proveedores.....	218
Tabla 145. Políticas de salarios.....	218

Tabla 146. Políticas laborales	218
Tabla 147. Ingresos del año 1	219
Tabla 148. Egresos del año 1	219
Tabla 149. Calculo del capital de trabajo	222
Tabla 150. Capital de trabajo por todos los años del proyecto	222
Tabla 151. Liquidación del IGV para el año 1	223
Tabla 152. Estructura de inversión para el proyecto	224
Tabla 153. Estructura de inversión para el proyecto	225
Tabla 154. Aporte de los socios	226
Tabla 155. Financiamiento del activo fijo	226
Tabla 156. Caja Lima Metropolitana	226
Tabla 157. Financiamiento del capital del trabajo	227
Tabla 158. BBVA Continental	227
Tabla 159. Resumen de financiamiento	227
Tabla 160. Resumen de interes y escudo fiscal en los 4 años	228
Tabla 161. Resumen de interes y escudo fiscal en los 4 años	228
Tabla 162. Programa de ventas anuales por presentación en unidades	228
Tabla 163. Programa de ventas anuales por presentación	229
Tabla 164. Recuperación de capital de trabajo	229
Tabla 165. Formula para el calculo del valor de desecho	229
Tabla 166. Valor neto de desecho neto del activo fijo	230
Tabla 167. Resumen del valor neto de desechos neto del activo fijo	232
Tabla 168. Programa de compras de materia prima por año	233
Tabla 169. Mano de obra directa	233
Tabla 170. Presupuesto de costos indirectos de fabricación	234
Tabla 171. Presupuesto de gastos administrativos	236
Tabla 172. Presupuesto de gastos ventas	236
Tabla 173. Egresos no desembolsables	237
Tabla 174. Volumen de producción anual	239
Tabla 175. Costos variables unitarios	239
Tabla 176. Costo total unitario	240
Tabla 177. Costo unitario pasta roja	240
Tabla 178. Costo unitario pasta verde	241
Tabla 179. Estados de ganancia y perdis sin gastos financieros	242
Tabla 180. Estado de ganancias y perdidas con gastos financieros y escudo fiscal	242
Tabla 181. Flujo de caja operativo	243
Tabla 182. Flujo de capital	244

Tabla 183. Flujo de caja económico	244
Tabla 184. Flujo de servicios de la deuda.....	245
Tabla 185. Flujo de caja financiera.....	245
Tabla 186. Calculo del CAPM.....	246
Tabla 187. Calculo del costo de oportunidad COK propio.....	246
Tabla 188. Calculo del costo promedio ponderado de capital (WACC)	247
Tabla 189. VANE	247
Tabla 190. VANF.....	247
Tabla 191. Calculo del TIRE y TIRF, TIR modificado.....	248
Tabla 192. Periodo de recuperaci3n descontado econ3mico	248
Tabla 193. Periodo de recuperacion descontado financiero	249
Tabla 194. Periodo de recuperacion descontado econ3mico	249
Tabla 195. Punto de equilibrio de los costos variables y costos fijos.....	249
Tabla 196. Punto de equilibrio del estado de resultados con costeo directo.....	250
Tabla 197. Punto de equilibrio del estado de resultado con costeo directo y pto. equilibrio	251
Tabla 198. Estimaci3n del punto de equilibrio en unidades	252
Tabla 199. Estimaci3n del punto de equilibrio en unidades	252
Tabla 200. Punto de equilibrio en ventas vs punto de equilibrio.....	252
Tabla 201. Punto de equilibrio en nuevos soles.....	252
Tabla 202. Estimacion del punto de equilibrio en nuevos soles	253
Tabla 203. Sensibilidad de precio	254
Tabla 204. Sensibilidad demanda	255
Tabla 205. An3lisis multidimensional.....	256

Índice de figuras

Figura 1. Logo de aderezo munay S.A.C.....	6
Figura 2. Presentación del producto.....	21
Figura 3. Imagen del aji Paprika.....	22
Figura 4. Imagen del Romero.....	23
Figura 5. Imagen de la Muña.....	24
Figura 6. Imagen de Culantro o Cilantro.....	25
Figura 7. Imagen de la Espinaca.....	26
Figura 8. Imagen de la planta del Paico.....	27
Figura 9. Imagen del Chincho.....	28
Figura 10. Imagen del aceite de Oliva extravirgen.....	29
Figura 11. Tasa de crecimiento promedio anual, 1940 - 2017.....	33
Figura 12. Evolución de ingreso per cápita mensual (2007-2018).....	34
Figura 13. Tasa de crecimiento PEA (2007-2017).....	35
Figura 14. Importaciones 2014 - 2018.....	35
Figura 15. Evolución de las exportaciones peruanas.....	36
Figura 16. Incremento del PBI.....	37
Figura 17. Inflación anual.....	37
Figura 18. Tasa de referencia de la política monetaria.....	38
Figura 19. Tipo de cambio promedio anual BCR.....	38
Figura 20. Evolución de riesgo país 2015 - 2019.....	39
Figura 21. Exportaciones agrarias por países.....	41
Figura 22. Exportaciones agrarias tradicionales 2019.....	41
Figura 23. Exportaciones agrarias no tradicionales 2019.....	42
Figura 24. Exportación de Paprika entera (FOB 2019-2018).....	43
Figura 25. Exportación de Paprika entera -FOB US\$.....	43
Figura 26. Exportación de plantas y semillas por países 2018.....	44
Figura 27. Ipsos y encuestas en Lima Metropolitana y el Callao.....	46
Figura 28. Encuestas en Lima Metropolitana y el Callao.....	46
Figura 29. Encuestas en Lima Metropolitana y el Callao.....	47
Figura 30. Abastecimiento y precios en el mercado mayorista de Lima.....	48
Figura 31. Condimentos en pasta.....	49
Figura 32. Presentaciones del aderezo 2 Banderas.....	49
Figura 33. Salsa roja y salsa verde.....	50
Figura 34. Presentaciones de los aderezos en pasta Don Guille.....	50
Figura 35. Normas alimentarias.....	51

Figura 36. Distritos mas poblado de Lima Metropolitana	62
Figura 37. Estructura socioeconómica de Lima Norte.....	63
Figura 38. Población y hogares por distrito - 2019.....	64
Figura 39. Descripción de los estilos de vida	65
Figura 40. Segmentación por estilos de vida	66
Figura 41. Foto con el entrevistado	69
Figura 42. Foto con el entrevistado.....	71
Figura 43. Foto con el entrevistado.....	74
Figura 44. Foto Focus Group 1	77
Figura 45. Foto Focus Group 2.....	79
Figura 46. Gráfica por género de encuestados.....	81
Figura 47. Gráfica por distritos de procedencia de encuestados	82
Figura 48. Gráfica por distritos de procedencia de encuestados	83
Figura 54. Gráfica por ingresos mensuales.....	84
Figura 55. Gráfica por frecuencia que cocinan.....	85
Figura 56. Gráfica de utilización de aderezos.....	86
Figura 52. Gráfica de frecuencia en la utilización de aderezos	87
Figura 53. Gráfica de aderezos o sazónadores mas usados	88
Figura 54. Gráfica de medios de publicidad donde se registra la difusión de aderezos	89
Figura 55. Gráfica de problemas al digerir las comidas	90
Figura 56. Gráfica del uso de hierbas medicinales	91
Figura 57. Gráfica de conocimiento o uso de aderezos preparados y medicinales.....	92
Figura 58. Gráfica de aceptación del producto	93
Figura 59. Gráfica por preferencia del tipo de envase	94
Figura 60. Gráfica de precio del producto por presentación.....	95
Figura 61. Gráfica de preferencia de las presentaciones.....	96
Figura 62. Gráfica por frecuencia de compra	97
Figura 63. Gráfica por tipo de establecimiento de compra.....	98
Figura 64. Presentación del logo munay	114
Figura 65. Logo de la empresa.....	115
Figura 66. Primera presentación del envase	116
Figura 67. Presentación del envase final.....	116
Figura 68. Etiqueta de la presentación verde.....	117
Figura 69. Etiqueta de la presentación rojo.	117
Figura 70. Empaque de la presentación roja.....	118
Figura 71. Empaque de la presentación verde	118
Figura 72. Gráfica de precio aceptado según presentación.....	119

Figura 73. Presentación gráfica del canal indirecto largo	121
Figura 74. Representación gráfica del canal indirecto corto	122
Figura 75. Mapa de ubicación de los mercados locales de Lima Norte.	122
Figura 76. Presentación de las redes sociales	125
Figura 77. Presentación en las redes sociales	126
Figura 78. Presentación de la web de la empresa	127
Figura 79. Solicitud de registro de marcas en la web de Indecopi	133
Figura 80. Logo de la empresa.....	133
Figura 81. Formulario de registro sanitario	138
Figura 82. Organigrama funcional aderezo munay S.A.C.....	141
Figura 83. Derechos laborales, regimen laboral especial	155
Figura 84. Diagrama procesos	165
Figura 85. Layout de la planta de producción	166
Figura 86. Modelo de cámara frigorífica de poliuretano	175
Figura 87. Modelo de licuadora industrial de 50 gr. de capacidad.....	176
Figura 88. Modelo de dosificadora industrial semiautomática a pedal	176
Figura 89. Locales candidatos	188
Figura 90. Ubicación del local de la empresa.....	192
Figura 91. Frontis de la empresa.....	193
Figura 92. Ubicación de la empresa y puntos de distribución	193
Figura 93. Plano de distribución, planta 1	197
Figura 94. Plano de distribución, planta 2	198
Figura 95. Clasificación de basureros.....	201
Figura 96. Extintores y tipo de fuego	201
Figura 97. Mascarilla.....	202
Figura 98. Lentes industriales.....	202
Figura 99. Mandil industrial	203
Figura 100. Estructura de inversión inicial.....	225

Capítulo I Resumen Ejecutivo

El objetivo del proyecto es crear una empresa que comercialice un producto con beneficios medicinales e ingredientes andinos para incentivar el consumo de productos naturales y lograr una debida comercialización. Se realizó un estudio de mercado donde creamos nuestra salsa en pasta “Munay” que será utilizado en diversos tipos de preparación de comidas y es fácil de usar; en nuestro equipo se determinó la fabricación de dos tipos de salsa como son la Salsa roja y Salsa verde que contienen insumos que hoy en día son aplicados en la medicina natural como la muña y el romero.

En el estudio de mercado hemos determinado que nuestro producto va dirigido a estudiantes y jóvenes trabajadores que hoy en día cuidan su alimentación y su salud .aprovechando el potencial que existe en nuestro país en el consumo de salsas. Es una oportunidad comercial por el auge de las comidas típicas Novo andinas que nos hace descubrir y explorar para una proyección hacia el futuro. El horizonte de nuestro proyecto es de 5 años (2020 – 2024). El nombre que elegimos para nuestra empresa es “ADEREZOS MUNAY “por ser un nombre fácil de pronunciar, va a identificar a lo que se dedica nuestra empresa y estará ubicado en el distrito de los olivos por ser un lugar donde se concentra más actividad comercial.

Nuestra empresa es una sociedad anónima cerrada y todos los integrantes del grupo vamos hacer los socios que invertiremos en nuestro proyecto. “MUNAY” es una marca que va a resaltar por su contenido medicinal, su envase que es muy atractivo y la finalidad que tiene nuestro producto es poder superar las expectativas de los consumidores generando fuentes de trabajo y utilidades para los socios.

Capítulo II Información General

2.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

2.1.1. Nombre de la empresa.

El proyecto se desarrollará por la empresa Aderezo Andino Munay S.A.C. y su nombre comercial será ADEREZO MUNAY.



Figura 1. Logo de Aderezo Munay S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2. Horizonte de evaluación.

Este proyecto tendrá un periodo de evaluación de 5 años, donde se espera recuperar la inversión y obtener las utilidades esperadas, el año cero será el 2020.

2.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

Como principal actividad económica, Aderezo Andino Munay S.A.C., realizará la producción y comercialización de aderezo en pasta hecho a base de especias con hierbas medicinales nativas.

Código CIIU

Según el código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) nos corresponde como actividad la siguiente clase: “1079 - Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.”, ya que esta clase comprende la siguiente actividad: “Elaboración de especias, salsas y condimentos: mayonesa; harina y sémola de mostaza; y mostaza preparada, etc.” (Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática, s.f)

Partida Arancelaria

La partida arancelaria que corresponden al producto es: 2103.90.20.00 “Condimentos y sazonzadores, compuestos” (SUNAT, s.f)

2.3. Definición del modelo de negocio y CANVAS

Aderezo Andino Munay S.A.C. define como su actividad principal la producción y comercialización de un aderezo en pasta con ingredientes naturales y hierbas medicinales nativas del Perú.

Modelo de Negocio

Se ha definido como modelo de negocio como del tipo B2C (del inglés *business to consumer*) o negocio al consumidor, se refiere a las estrategias que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o consumidor final.

Cabe mencionar que nuestro producto va dirigido a mujeres y hombres que oscilen entre los 18 y 65 años, que pertenezcan al nivel socioeconómico B y C y que vivan en la zona 1 y zona 2 de Lima Metropolitana.

Según la Apeim (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado), en la zona 1 se ubican los distritos de Puente Piedra, Comas y Carabayllo; y en el distrito 2 se ubican los distritos de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porras.

Modelo CANVAS

Tabla 1.
Modelo de negocio canvas

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTACION DE MERCADO
• Proveedores del Mercado de abastos de Santa Anita. • Proveedores de envases reciclables. • Tiendas por descuento (Mass, Vega) • Mercados mayoristas zonales (Unicachi, Huamantanga, etc.) • Ferias de emprenderos nacionales. • Ferias gastronómicas. • Ferias ecológicas. • Ferias orgánicas.	• Producción que garantiza un producto de alta calidad y rentable. • Distribución eficiente a nuestros puntos de ventas y clientes finales. • Atención rápida y eficiente a los clientes por nuestros canales digitales. • Capacitación constante a nuestro equipo de ventas.	Aderezo en pasta con ingredientes naturales y finas hierbas medicinales andinas que ayudan a la fácil digestión de las comidas. Se usa como saborizante natural para varios tipos de comidas, libre de glutamato monosódico (ajinomoto) y preservantes.	• Canales digitales (Plataforma web y redes sociales) • Presentaciones en ferias locales • Atención personalizada a clientes por nuestros canales digitales • Impulsadores de ventas en tiendas de descuentos	Dirigido a mujeres y hombres que oscilen entre los 18 y 65 años, que pertenezcan al nivel socioeconómico B y C, residentes de la zona 1 y la zona 2 de Lima Metropolitana.
RECURSOS CLAVES			CANALES	
• Receta única y original de preparación • Materia prima (Especias y hierbas andinas) • Recursos humanos de producción, administración y de ventas			• Canal directo: Ferias locales, redes sociales y plataforma web • Canal indirecto: Tiendas por descuento (Mass, Vega), Mercados mayoristas zonales (Unicachi, Huamantanga, etc.)	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
Costos fijos • Alquiler de planta y oficina • Personal de producción Costos Variables • Materia prima e insumos • Personal administrativo y de ventas • Gastos comerciales, gastos de distribución.		• Ventas por canales indirectos y convenios (Tiendas por descuento, mercados mayoristas y mercados locales) • Ventas por canales directos (ferias locales y plataformas digitales)		

Nota: Elaboración propia

2.4. Descripción del producto o servicio

El producto de este proyecto es un aderezo en pasta natural a base de especias con hierbas medicinales nativas de los andes peruanos que ayudan a la fácil digestión de las comidas y a la vez otorga un sabor agradable a las comidas. Por ello como slogan de la marca se ha decidido la siguiente frase: “*Delicia andina para tu mesa*” y se ha elegido como nombre de este aderezo “*munay*”, palabra en quechua que significa antojo, voluntad, deseo, hermoso, bello, agradable o deseable; esto para resaltar los insumos andinos que se utilizan en su preparación.

Las hierbas medicinales andinas oriundas del Perú son utilizadas desde los tiempos precolombinos, básicamente para tratar males menores debido a las propiedades curativas de muchas de estas, así mismo, fueron también usadas en su alimentación. En la actualidad algunas forman parte de la variada y reconocida gastronomía peruana.

Otra característica a resaltar de este producto, es que en su composición está libre de glutamato monosódico (ajinomoto) y preservantes artificiales, insumos que son muy utilizados en la gran mayoría de aderezos que podemos encontrar en el mercado. Por esto se ha optado por el uso de preservantes naturales como el aceite de oliva para hacer este de aderezo más natural y saludable para el consumidor.

El aderezo en pasta munay viene listo para usar y reemplaza a los sazónadores comunes de cocina. Se puede usar en la preparación de varios tipos de comidas criollas, ya que su receta única combina especias muy usadas en la cocina peruana como la paprika, el culantro y la espinaca. Además, su uso también se puede extender para sazonar todo tipo de carnes y en la creación de nuevos platillos.

El producto será comercializado en una presentación de 250 gramos, cantidad que alcanza para preparar varios platillos. Para su presentación se utilizará un envase de vidrio reciclable, este tipo de envase es muy utilizado en la presentación de este tipo de productos por su practicidad y capacidad de conservación.

El aderezo munay será producido respetando las normas establecidas de salubridad en la región. Así mismo, una vez abierto el envase, el producto tendrá un tiempo de vida de 15 días guardado bajo refrigeración.



Figura 2. Presentación del producto.

Fuente: Elaboración propia.

Las presentaciones del aderezo munay son las siguientes:

PRESENTACIÒN 1: Aderezo en pasta roja a base de paprika con toques de romero y muña

Los principales ingredientes de esta presentación son el ají paprika, ajos, romero, muña, pimienta, comino, sal y aceite de oliva.

Estos ingredientes cuentan con las siguientes propiedades y beneficios:

La paprika:



Figura 3. Imagen del ají paprika.

Beneficios: Ayuda a quemar grasa y acelera el metabolismo, reduce los niveles de ansiedad, previene enfermedades coronarias, ayuda a mejorar los estados gripales y catarrales, también es fuente de vitamina b2 y b1.

Valor nutricional (por cada100 gr.)

- Energía 282 kcal
- Proteína 14.14 gr.
- Grasa Total 12.89 gr
- Carbohidratos 53.99 gr
- Fibra 34.90 gr
- Calcio 229 mg
- Hierro 21.14 mg
- Vitamina A 24.63 mg
- Vitamina C 0.90 mg

- Vitamina E 29.83 mg

El romero:



Figura 4. Imagen del romero.

Beneficios: Mejora la digestión, es un antibiótico natural, atenúa el cansancio mental, clarifica el hígado y ayuda a controlar la diabetes.

Valor nutricional (por cada 100 gr.)

- Calorías: 345 kcal
- Carbohidratos: 46.4 gr
- Proteínas: 5 gr
- Fibra: 24.1 gr
- Grasas: 15.2 gr
- Sodio: 50 mg
- Hierro: 28.9 mg
- Fósforo: 50 mg
- Potasio: 550 mg
- Vitamina A: 2924 mg
- Vitamina C: 21,8 mg
- Vitamina B-9: 109 mg

La Muña:



Figura 5. Imagen de la muña

Beneficios: Alivia problemas estomacales como gases y contiene niveles altos de calcio y fósforo.

Valor nutricional por cada 100 g

- Energía 268 kcal
- Carbohidratos: 66.3 g
- Grasas: 2.8 g
- Proteínas: 3.2 g
- Agua: 16 g
- Vitamina A: 306 µg (34%)
- Vitamina B1: 0.35 mg (27%)
- Vitamina B2: 1.81 mg (121%)
- Vitamina B3: 6.85 mg (46%)
- Calcio: 2237 mg (224%)
- Hierro: 22.4 mg (179%)
- Potasio: 269 mg (6%)

PRESENTACIÓN 2: Aderezo en pasta verde a base culantro y espinaca con toques de paico y chincho

Los principales ingredientes de esta presentación son el culantro, espinaca, ajos, paico, chincho, pimienta, comino, sal y aceite de oliva. Estos ingredientes cuentan con las siguientes propiedades y beneficios:

El culantro:



Figura 6. Imagen de culantro o cilantro.

Beneficios: Mejora los problemas digestivos y tiene propiedades depurativas y antioxidantes que ayudan a perder peso.

Valor nutricional por cada 100 gr

- Energía: 23 kcal
- Grasa: 0,52 gr
- Carbohidratos: 3,7 gramos
- Fibra: 2,8 gramos
- Proteína: 2,13 gramos
- Sodio: 46 miligramos
- Agua: 92,2 gramos
- Vitamina A (6748 mg)
- Vitamina B-9 (62 mg)

- Vitamina K (310,0 µg).

La espinaca:



Figura 7. Imagen de la espinaca.

Beneficios: Promueve el transporte y depósito de oxígeno en los tejidos ya que es una excelente fuente de hierro, aumenta la fuerza muscular, ayuda a bajar de peso, favorece el tránsito intestinal debido a su contenido en fibra. Beneficia a mujeres embarazadas y niños: debido a su contenido de ácido fólico (vitamina B9).

Valor nutricional por cada 100 gr

- Energía 23 kcal
- Carbohidratos: 3,6 gr
- Sodio: 79 mg
- Agua: 91,40 mg
- Proteína: 2,86 g
- Vitamina A: 9377 IU
- Vitamina B1: 110 mg
- Vitamina B2: 200 mg
- Vitamina C: 59 mg
- Calcio: 81-93 mg
- Fósforo: 51-55 mg

- Hierro: 3.0-3.1 mg

El paico:



Figura 8. Imagen de la planta del paico.

Beneficios: Buen desinflamante que alivia los dolores estomacales e inflamaciones urinarias. Su alto contenido de ascaridol le otorga su aroma y le da propiedades antiparasitarias.

Valor nutricional por cada 100 gr

- Energía: 41 kcal
- Carbohidratos: 9.2 g
- Fibra alimentaria: 3.8 g
- Grasas: 1.1 g
- Proteínas: 5 g
- Agua: 81.7 g
- Vitamina B1: 0.11 mg
- Vitamina B2: 0.42 mg
- Vitamina B3: 1.12 mg
- Vitamina C: 34.7 mg
- Calcio: 459 mg

- Hierro: 6.3 mg
- Fósforo: 65 mg
- Zinc: 1.1 mg

El chincho:



Figura 9. Imagen del chincho.

Propiedades: Sus aceites le ofrecen grandes propiedades medicinales como bactericida y fungicida. También usado para aliviar los cólicos menstruales.

Valor nutricional por cada 100 gr

- Humedad 84,70 g
- Carbohidratos 5,93 g
- Proteínas 3,82 g
- Grasa 0,21 g
- Fibras 3,45 g
- Cenizas 1,89 g

Aceite de Oliva: Es el preservante natural que utilizaremos para todas las presentaciones.



Figura 10. Imagen del aceite de oliva extra virgen.

Propiedades: Reduce el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares aumentando el DHL o colesterol bueno.

Valor nutricional por cada 100 gr

- Energía: 885 kcal
- Grasas Total: 100,0 g
 - Grasas saturadas 13,81 g
 - Grasas Mono insaturadas 72,96 g
 - Grasas Poli insaturadas 10,52 g
- Vitamina E: 14 mg
- Calcio: 1 mg
- Hierro: 0.56 mg

2.5. Oportunidad de Negocio

Encontramos nuestra oportunidad de negocio en tres factores importantes a resaltar, el primer factor a resaltar sería que el aderezo es un insumo indispensable para la preparación de los alimentos de la cocina peruana, el aderezo en pasta Munay no solo otorga un buen sabor a las comidas sino como valor agregado contiene pequeñas cantidades de hierbas medicinales

andinas que ayudan a la fácil digestión de los alimentos y brindan otros beneficios adicionales para la salud.

El segundo factor a considerar es el boom de la gastronomía Novo andina peruana que revaloriza la cultura culinaria andina añadiendo ingredientes oriundos en recetas modernas como por ejemplo el "Quinotto" o "Risotto de quinua". Este nuevo estilo culinario busca experimentar con ingredientes andinos para crear platos elaborados e innovador. Su propuesta se expresa, por ejemplo, en platos a base de quinua u olluco, salsas de mamey o maracuyá y en el uso de hierbas aromatizantes andinas.

Actualmente los peruanos nos sentimos orgullosos ante el mundo por nuestra gastronomía. Muchos tenemos un cocinero por dentro y por ello nos gusta comer bien y variado, asociamos nuestros primeros recuerdos y aromas a la comida casera.

El último factor que podemos considerar, es la creciente cultura social por salud personal, que está volviéndose muy popular en varios nichos de mercado, como por ejemplo los vegetarianos y veganos. Debido a esta creciente cultura de salud, crece el interés de los consumidores por usar productos naturales, orgánicos y exóticos.

Por todos estos factores encontramos que el aderezo en pasta Munay reforzado con hierbas medicinales andinas obtendrá un lugar favorable en el mercado peruano.

2.6. Estrategia genérica de la empresa

Nuestra estrategia genérica tendrá por objetivo promover la gastronomía peruana empleando ingredientes nativos y buscar la diferenciación de productos parecidos o similares. Sabemos que en el mercado existe poca variedad de aderezos preparados y son preparados específicamente para carnes, la gran mayoría de estos contienen octógonos y son productos ultra procesados, si bien ello garantiza su durabilidad, sabor y textura, no garantiza la salud del consumidor que lo usa frecuentemente. El valor agregado o diferenciación que posee el aderezo Munay frente a estos productos es el de ser un buen potenciador de sabor para las comidas criollas, que son las que más le gusta al consumidor peruano, y el efecto medicinal que ofrece a los consumidores. Además, al usar ingredientes y preservantes naturales, su uso no presentara daño en la salud de los consumidores.

Entre las principales características de diferenciación de este producto podemos señalar las siguientes:

- Salud: Por el uso de hierbas medicinales.
- Calidad: Por el uso de insumos seleccionados y de calidad.
- Multiuso: Se puede usar en gran variedad de platillos en hogares y restaurantes.
- Receta única: Los componentes de este aderezo forman una combinación única e innovadora.

Capítulo III Análisis del entorno

3.1. Análisis del Macro entorno

3.1.1. Del Perú.

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

El Perú registra al año 2020 aproximadamente 32,495.5 millones de habitantes, de las cuales la ciudad capital, Lima, alberga 11,591.4 millones, llegando a concentrar el 35.6 % de la población peruana.

Las ciudades más importantes del Perú, tomando en cuenta la cantidad que alberga cada una de ellas son:

Tabla 2.
Ciudades con mayor número de habitantes en el Perú.

Ciudades	Habitantes (millones)
Piura	2,053.9
La Libertad	1,965.6
Arequipa	1,525.9
Cajamarca	1,480.9
Cusco	1,336.0
Puno	1,296.5

Nota: Elaboración propia.

El Perú posee una superficie de 1 285 215.6 Km² el cual lo ubica en el décimo noveno país más extenso del mundo con una densidad poblacional de 1 285 215.6 hab. / km²

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

Tasa de crecimiento de la población:

El Perú registra una población de 32,495.5 millones de habitantes, (INEI 2019), ocupando el quinto lugar con mayor población de América del Sur.

AÑO	TOTAL	INCREMENTO INTERCENSAL	INCREMENTO ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (%)
1940	7 023 111			
1961	10 420 357	3 397 246	161 774	1.9
1972	14 121 564	3 701 207	336 473	2.8
1981	17 762 231	3 640 667	404 519	2.6
1993	22 639 443	4 877 212	406 434	2.0
2007	28 220 764	5 581 321	398 666	1.6
2017	31 237 385	3 016 621	301 662	1.0

Figura 11. Tasa de crecimiento promedio anual, 1940 – 2017

Fuente: (INEI).

La población del Perú ha venido teniendo un incremento promedio anual de 1,0%, según estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lo que hace notorio un decrecimiento de la población en las últimas 5 décadas.

Ingreso per cápita:

De acuerdo al último informe realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el 2017, el ingreso promedio por ciudadano fue de 962 soles, este monto representa un bajón de 1.5% respecto al año pasado en el que se registró 977 soles.

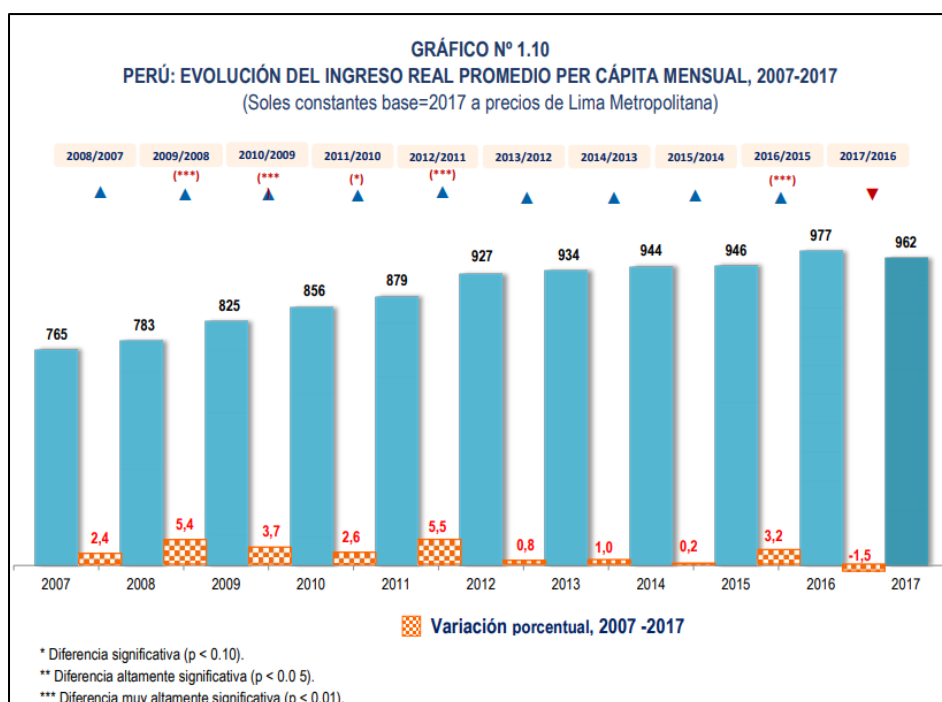


Figura 12. Evolución de Ingreso Per Cápita Mensual (2007 - 2018).

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares, 2007 – 2017.

El ingreso Per Cápita promedio al mes fue de S/.999 en el año 2018, así como se puede ver en los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, según estudios realizados de la pobreza monetaria 2018.

Población económicamente activa (PEA):

La población económicamente activa según INEI, hasta el año 2018 es de 17 463 miles de personas teniendo un incremento de 1.4% con respecto al año anterior (2017)

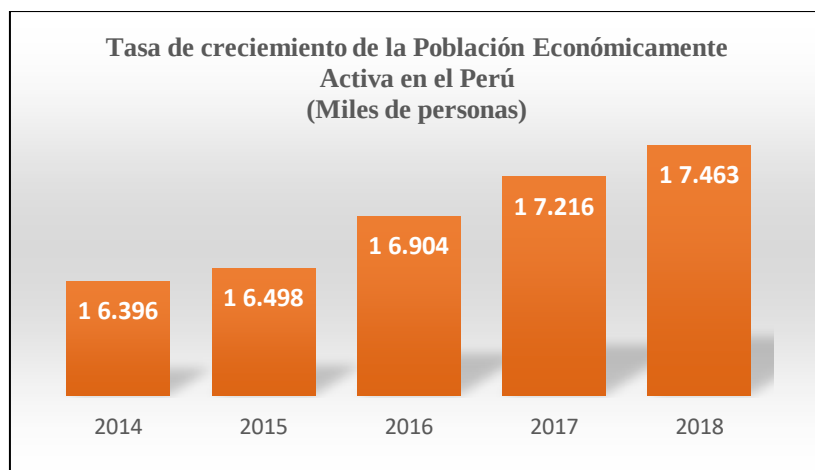


Figura 13. Tasa de crecimiento PEA (2007 - 2017).

Fuente: Elaboración propia.

3.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones

El volumen total de importaciones *FOB para el año 2018 es de 43,203 millones de dólares evidenciándose un incremento de 8% respecto al año anterior (2017), siendo China y EEUU principales proveedores.



Figura 14. Importaciones 2014-2018.

Fuente: Sunat, Elaboración Comex Perú.

Exportaciones

Las exportaciones del Perú en el 2018 fueron de 47,835 millones, mostrando un incremento de 8.9% más respecto al año 2017, este resultado estuvo impulsado por mayores envíos de productos mineros, agropecuarios, petróleo y derivados, de la misma manera fueron cinco los principales destinos de exportación en el 2018 (China, EEUU, India, Corea del Sur y Japón) los cuales representan el 59.1% de los envíos al exterior.

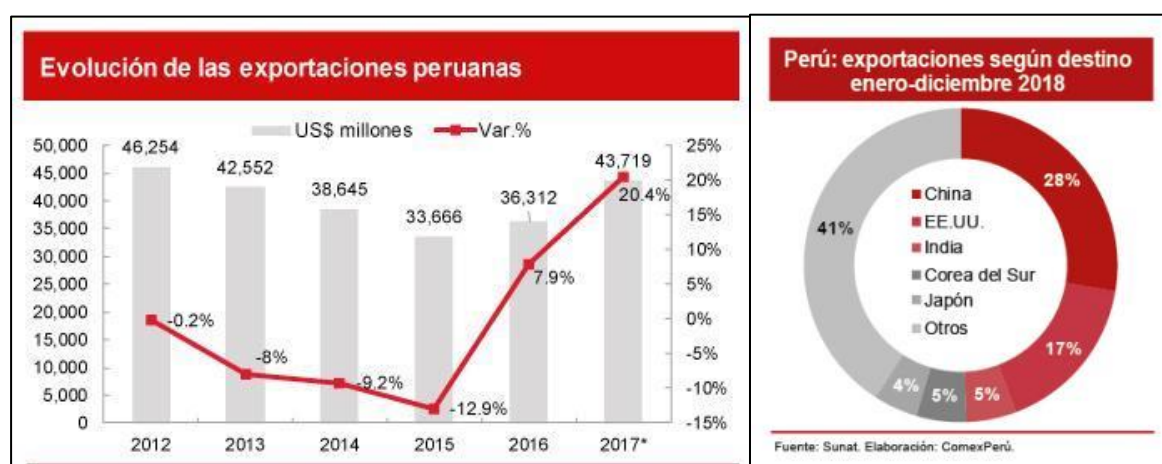


Figura 15. Evolución de las exportaciones peruanas.

Fuente: Sunat. Elaboración Comex Perú.

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

Producto Bruto Interno (PBI):

La economía del Perú registró un crecimiento de 2.3% siendo unos de los más altos de la región solo por debajo de Colombia.

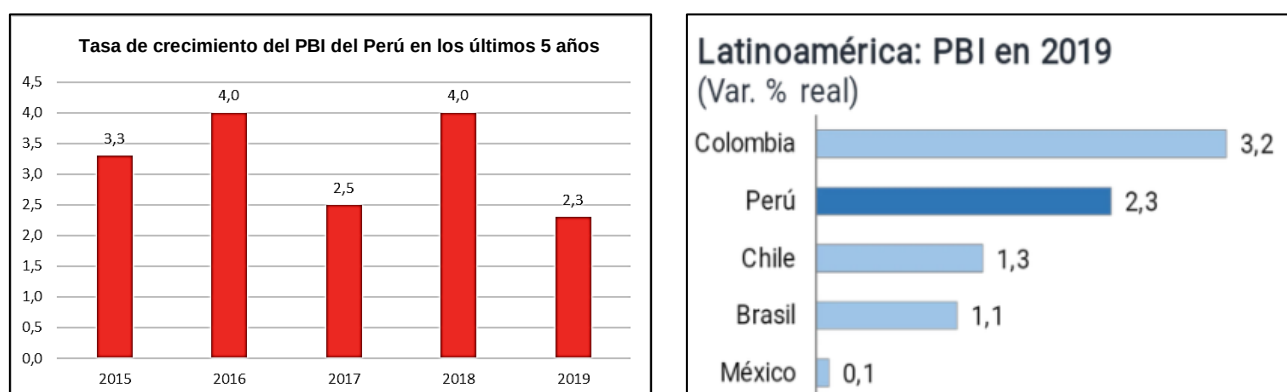


Figura 16. Incremento del PBI.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – Perú 21.

Tasa de Inflación:

Un informe de INEI, indico que el resultado anual de inflación para el Perú fue de 1.9%, un porcentaje dentro de los estimado por el Baco Central de Reserva (BCR) sustentado básicamente en el alza de precios en los grandes grupos de esparcimiento diversión, servicios culturales y enseñanza además del sector de alimentos y bebidas.

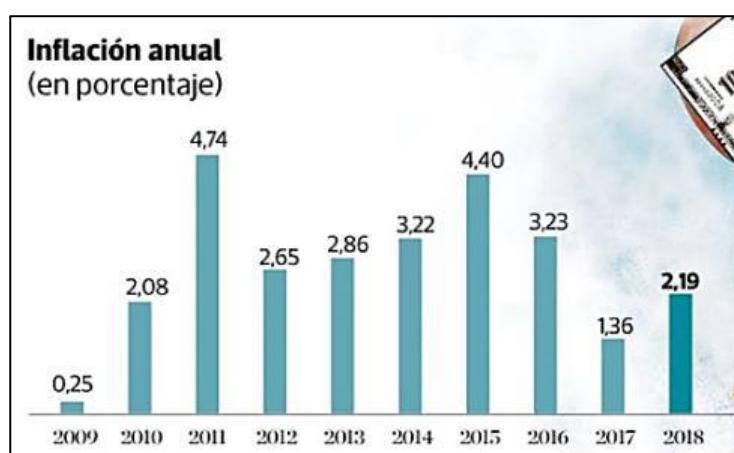


Figura 17. Inflación anual.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – Perú 21.

Tasa de Interés:

Desde marzo del 2018, la tasa de interés referencial ha sido mantenida por el directorio del BCRP en 2,75%, hecho que es adecuado en un gobierno con una política monetaria expansiva, en un marco de inflación y expectativas dentro del rango meta.

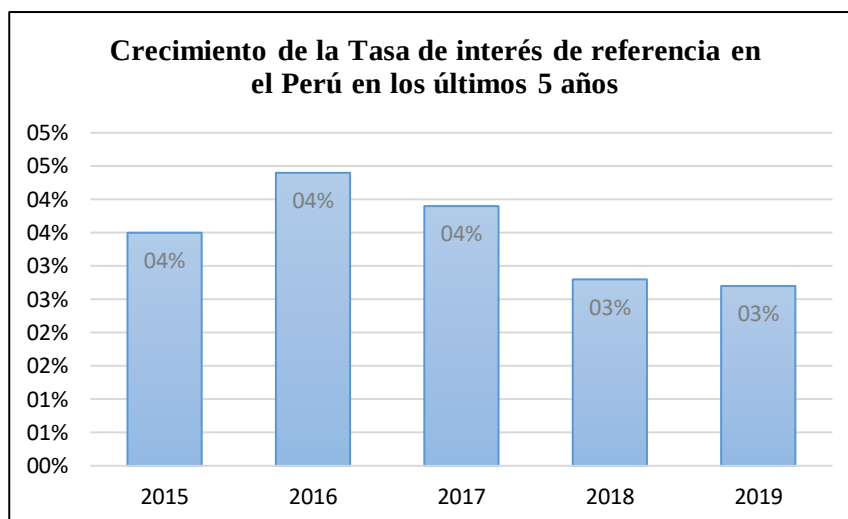


Figura 18. Tasa de Referencia de la Política Monetaria.

Fuente: BCRP.

Tipo de cambio

El tipo de cambio ha venido teniendo una tendencia a la estabilidad, en estos últimos cinco años, lo cual nos indica que la moneda nacional se mantiene estable sin variación.

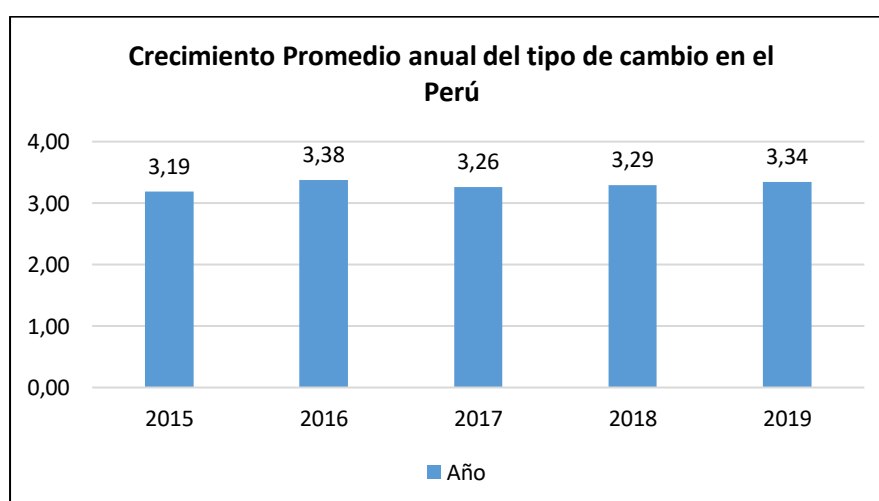


Figura 19. Tipo de cambio promedio anual BCR.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

Riesgo País:

La siguiente grafica muestra el nivel de riesgo del país en los últimos años

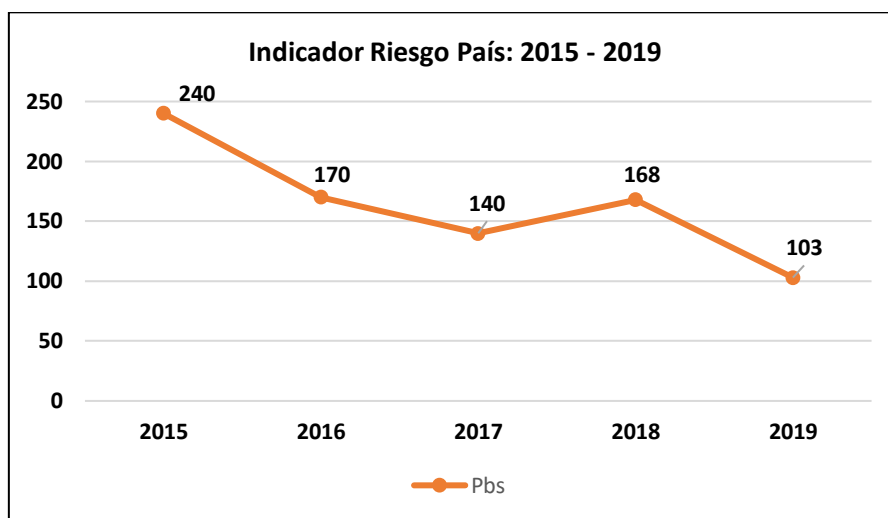


Figura 20. Evolución de Riesgo País 2015-2019.

Fuente: Diario Gestión.

Según el ENBI + Perú calculado por JP Morgan, nuestro País reporto el porcentaje de riesgo país más bajo (0.99 puntos porcentuales), seguido de países de América latina como de Colombia y México.

3.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Ley de promoción y Formalización de la Micro y pequeña empresa

Como pequeña empresa, el número de trabajadores está considerado que no excederá los 50 trabajadores y ventas anuales serán hasta un máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Se opta por la Sociedad Anónima Cerrada (SAC) por lo siguiente:

Es una persona jurídica de derecho privado, de naturaleza comercial, mercantil y el capital está conformado por acciones y los aportes de cada uno de los socios que integran dicha sociedad, quienes omiten responsabilidad de las deudas sociales. El aporte efectuado por cada socio puede ser realizado en bienes no dinerarios (maquinarias, equipos, muebles y enseres) y bienes dinerarios (efectivo).

3.1.2. Del Sector.

3.1.2.1. Mercado internacional

Con el paso de los años, el sector industrial alimenticio peruano ha ido innovando y creando entre si muchas categorías y es por esto que el mercado industrial alimenticio ha podido evolucionar y desarrollarse de manera elevada.

Los principales importadores para el 2019 son Canadá con un 24.3% y México con un 19,6%, señalado por la oficina de comercio de Perú - Ocex - en Los Ángeles.

Sunat, en el 2019 entre enero y noviembre, las exportaciones peruanas sumaron un total de US\$ 41,465 millones, y esto dio una caída del 5.3% a diferencia del 2018.

Perú se encontraba en el decimosexto país dentro del ranking de proveedores en el 2017, donde alcanzamos US\$ 7.88 millones, lo cual represento una contracción con relación al año anterior de 6.7 %.

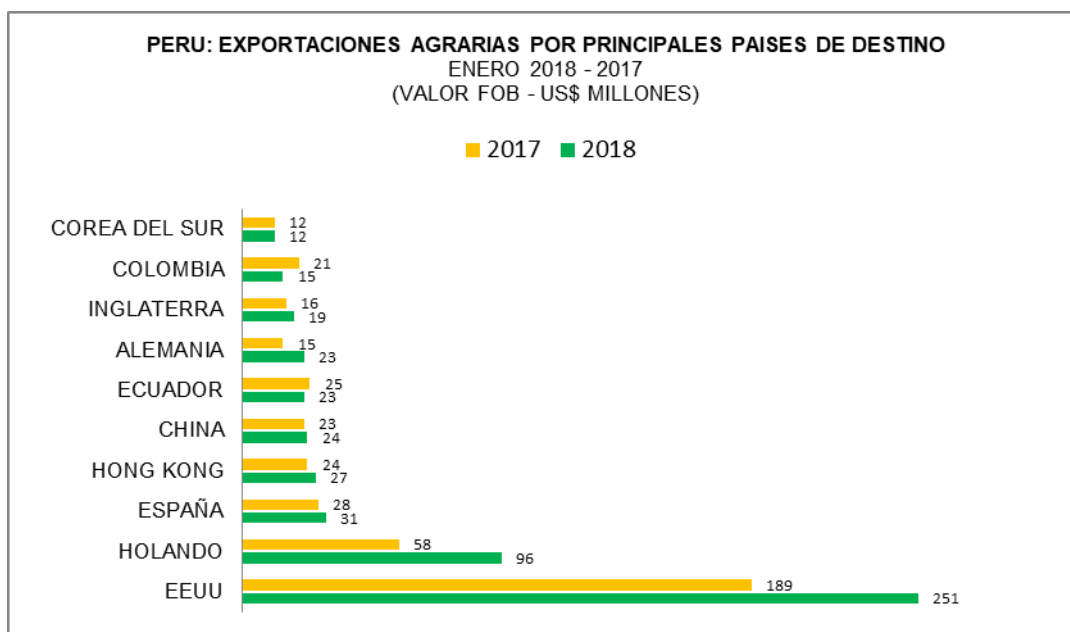


Figura 21. Exportaciones agrarias por países.

Fuente: SUNAT - MINAGRI.

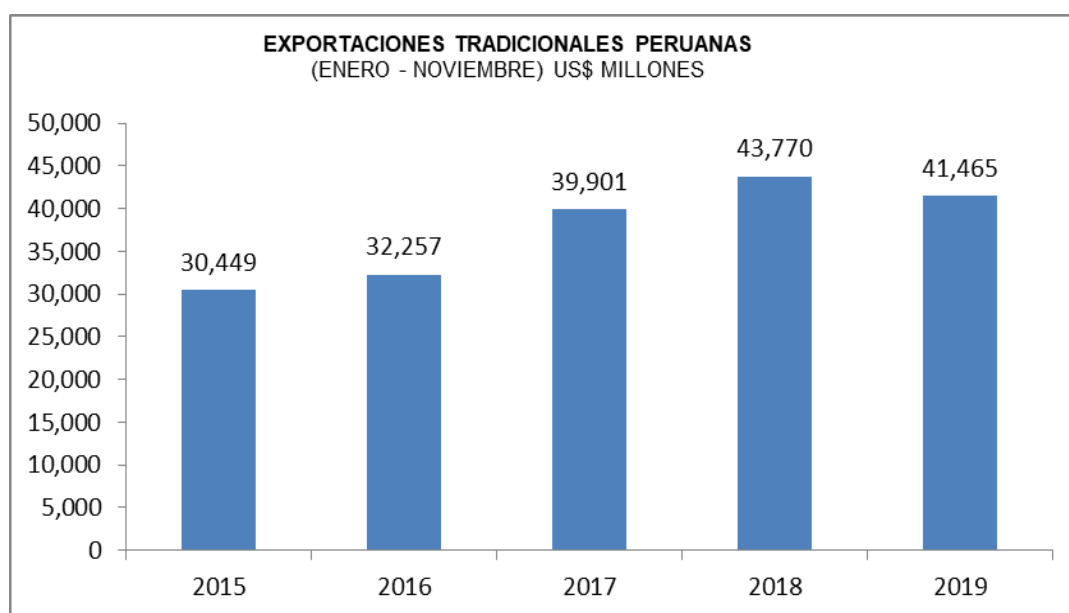


Figura 22. Exportaciones Agrarias Tradicionales 2019.

Fuente: SUNAT.

Las exportaciones tradicionales estuvieron presentes con un US\$ 41.4 millones de los envíos al mundo y retrocedieron un US\$ 2.2 millones en comparación con el mismo periodo del año anterior.



Figura 23. Exportaciones Agrarias No tradicionales 2019.

Fuente: SUNAT.

Las exportaciones no tradicionales concentraron un US\$ 5.6 millones y aumentaron un US\$ 0.4 millones en comparación con el año anterior

El Perú exporta dentro de sus principales productos especias para aderezos y salsas picantes dentro de los cuales predomina ají amarillo, rocoto, ají panca y huacatay.

Las especias que utilizaremos en la fabricación del aderezo munay de acuerdo a sus presentaciones son:

- Pasta roja: Paprika, romero y muña
- Pasta verde: Culantro, espinaca, paico y chincho

A continuación, detallaremos la exportación de las mismas:

EXPORTACION DE PAPRIKA ENTERA (VALOR FOB)			
MES	2019		
	FOB	KILOS	PRECIO PROM.
Enero	4,291,598	1,331,489	3.22
Febrero	6,119,601	1,943,226	3.15
Marzo	4,620,316	1,554,053	2.97
Abril	4,153,314	1,574,360	2.64
Mayo	5,552,469	2,046,063	2.71
Junio	6,072,842	2,262,361	2.68
Julio	6,103,124	2,256,109	2.71
Agosto	5,250,581	1,798,035	2.92
Setiembre	5,190,048	1,691,313	3.07
Octubre	6,423,694	2,042,311	3.15
Noviembre	6,086,209	2,076,307	2.93
Diciembre	5,047,752	1,664,839	3.03
TOTALES	64,911,548	22,240,466	2.92
PROMEDIO MENSUAL	5,409,296	1,853,372	
% CREC. PROMEDIO	20%	24%	-3%

Figura 24. Exportación de Paprika entera (FOB) 2019 – 2018.

Fuente: AGRODATAPERU.

En el 2019 crecieron las exportaciones de Paprika a un 20%, alcanzando los US\$ 64.9 millones con un precio promedio de US\$ 2.92 x Kilo.

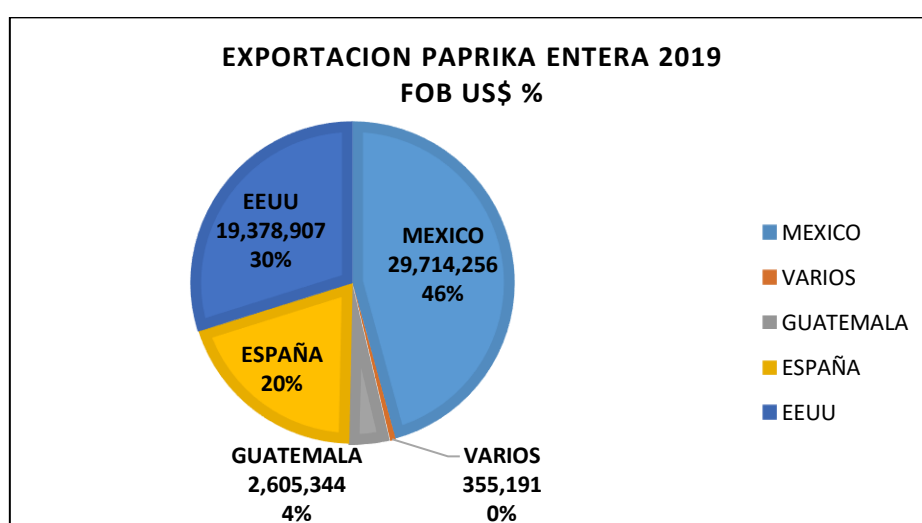


Figura 25. Exportación de Paprika entera – FOB US\$.

Fuente: AGRODATAPERU.

México, USA y España son los principales destinos a exportar.

Tabla 3.

Exportación de Plantas y Semillas.

Producto	2017			2018		
	FOB US\$	Kg.	Precio	FOB US\$	Kg.	Precio
Chincho	5.00	1.00	5.00			
Culantro				5.39	1.34	4.03
Espinaca						
Muña	5.80	627.00	9.25	1.25	115.00	10.87
Paico	3.96	228.00	17.39			
Romero	171.18	47.82	3.58			

Fuente: AGRODATAPERU.

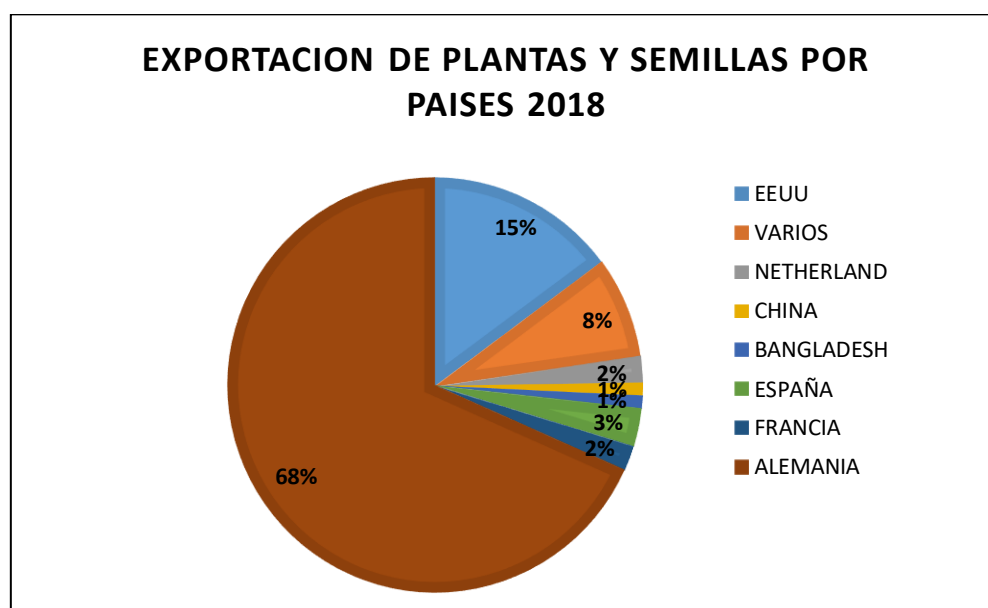


Figura 26. Exportación de Plantas y Semillas por países 2018.

Fuente: AGRODATAPERU.

3.1.2.2. Mercado del consumidor

Considerando que la gran parte de la población de los distritos de la zona 1 y 2 de Lima Metropolitana que están dentro de un nivel socioeconómico B y C, tienen un nivel de vida más sofisticado, dentro del mercado peruano encontramos diversos tipos de aderezos y pastas preparadas que son consumidos en la mayoría de hogares de estos niveles socioeconómicos.

Según los encuestados por Mintel (agencia de inteligencia de mercado del mundo) indica que un 28% de sus encuestados, arrojo que al menos una vez al mes consumen salsas y/o aderezos.

Ipsos apoyo menciona que un 75% de peruanos consume salsas o cremas picantes y un 89 % acompaña sus comidas con alguna salsa al menos por 5 días a la semana con un nivel de penetración mediano de un 30% a 59%.

Por otro lado, según el perfil sociodemográfico que nos presenta INDECOPI, las características que presenta el ciudadano de Lima Metropolitana y Callao con 18 años como edad mínima arrojan características diferenciadas.

Por la ubicación geográfica se concentró por orden de importancia en la zona norte con un 25.1% de la población, Lima Este con un 24.9%, Lima Sur 19.2%, Lima Moderna 12.4%, Callao 10.2% y Lima Centro 8.3%.

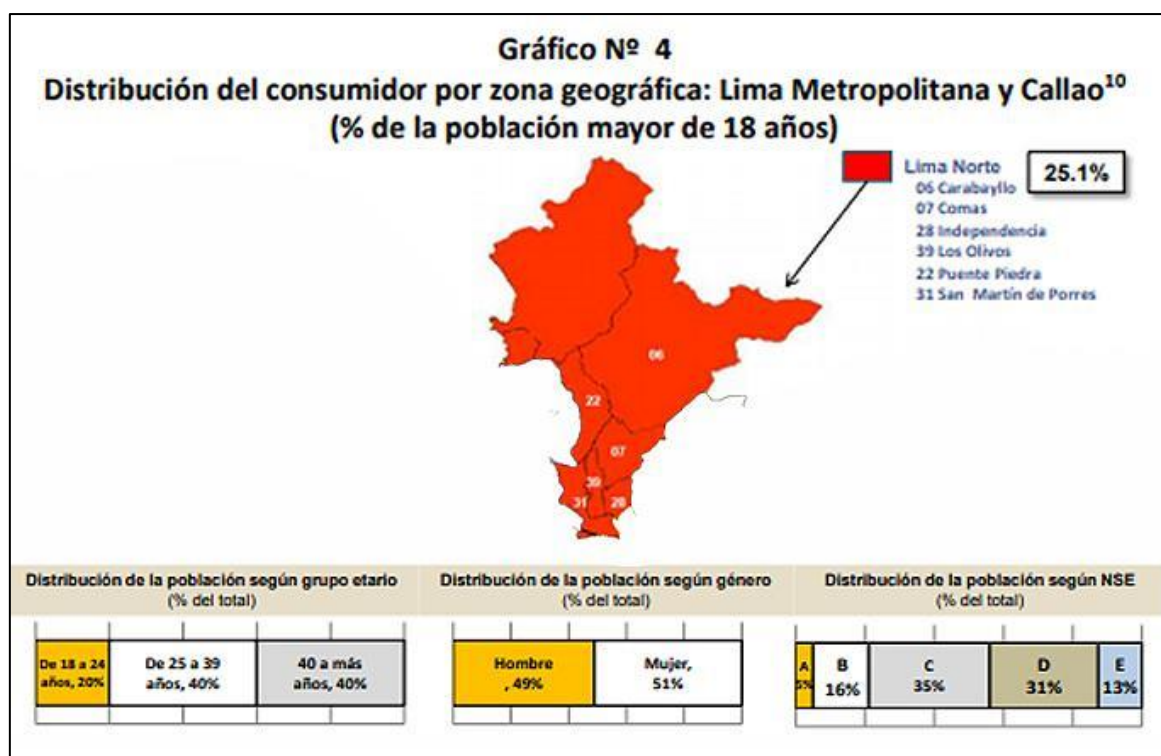


Figura 27. Ipsos y encuestas en Lima Metropolitana y el Callao.

Fuente: Indecopi.

Los medios de información utilizados por los consumidores son como base las tiendas del proveedor y la publicidad de los medios usuales, como tercer lugar podemos ubicar a las recomendaciones por los familiares, la degustación de los productos lo ubicamos en un cuarto lugar y finalmente dentro de un quinto lugar encontramos a el internet y las redes sociales

MEDIOS QUE USAN PARA INFORMARSE DE UN PRODUCTO/SERVICIO (%)						
Medios	%	NSE %				
		A	B	C	D	E
En las tiendas mediante el vendedor	53%	47%	46%	49%	57%	65%
Publicidad	53%	61%	56%	58%	48%	42%
Consejos	25%	28%	24%	26%	25%	22%
Sampling	18%	22%	19%	18%	18%	16%
Internet - Redes sociales	17%	43%	33%	17%	9%	3%
Etiquetados	9%	14%	13%	9%	6%	11%

Figura 28. Encuesta en Lima Metropolitana y Callao.

Fuente: Indecopi.

Con mayor frecuencia los consumidores presentan la importancia de la lectura de etiquetas en los productos de salud como son las medicinas con un 88%, alimentos 83%. A diferencia de estos las bebidas alcohólicas presentan una menor lectura de etiquetados, demostrando que seis de cada diez consumidores no se toman el trabajo de leer ninguna clase de etiquetado.

PRODUCTOS	T2B	B2B
	Siempre - casi siempre	Nunca - casi nunca
Medicina	88%	11%
Alimento	83%	17%
Electrodoméstico	70%	27%
Higiéne personal	59%	41%
Bebida no alcohólica	54%	44%
Equipo de computo	50%	25%
Limpieza del hogar	49%	50%
Vestido y calzado	48%	51%
Papeleria	44%	47%
Alimento de dieta	44%	29%
Juguetes	43%	42%
Producto de belleza	43%	24%
Bebida alcohólica	24%	59%

Figura 29. Encuesta en Lima Metropolitana y Callao.

Fuente: Indecopi.

3.1.2.3. Mercados de proveedores.

El producto estará elaborado con a base de especias y hierbas medicinales nativas producidas en el país.

Al ser un producto natural se encontrará libre de glutamato mono sódico (ajino moto) y preservantes artificiales que son utilizados en muchos aderezos del mercado y otras marcas dentro del mercado peruano.

Las principales especias y hierbas que se utilizarán en la preparación del aderezo munay serán la paprika, la muña, el romero, el culantro, la espinaca, el chincho y el paico, las cuales las podemos encontrar en los principales centros de abastos de Lima Metropolitana. Por ello, nuestros principales abastecedores de especias y hierbas serán los comerciantes mayoristas de los principales centros de abastos de Lima Metropolitana como el Mercado Mayorista de Santa Anita.

A continuación, detallamos los precios de las principales especias de consumo:

PRODUCTO	MASA DE INGRESO				PRECIO S/. POR UNIDAD DE MEDIDA				
	AYER	HOY	PROMEDIO		UNIDAD DE MEDIDA	EQUIV. EN KG.	PRECIO PROMEDIO		
			ULT. 7 DIAS	ULT. 4 DIAS			AYER	HOY	ULTIMOS 7 DIAS
Aji amarillo seco	76	16	:	5	KG.	1	10.25	10.25	10.34
aji escabeche	63	21	48	33	KG.	1	2.43	2.6	2.51
Aji montaña	1	:	:	3	KG.	1	3.25	2.88	2.63
Aji panca	4	6	9	5	KG.	1	7.63	7.63	7.54
Aji paprika	:	:	:	:	KG.	1	8.63	8.63	8.54
Aji rocoto	171	45	117	52	Cajon	18	35	22.5	46.25
Aji criollo o Napuri	97	86	92	111	KG.	1	8.25	8.25	8.38
Espinaca	109	60	85	63	KG.	1	3.13	2.75	3.75
Culantro	53	16	38	37	Atado	1.5	2.18	2.18	2.42
Huacatay	7	4	6	5	Atado	1	1.83	1.75	2.48

Figura 30. Abastecimiento y precios en el Mercado Mayorista de Lima.

Nota: Precios al 01 de abril del 2020 encontrados en el MINAGRI.

3.1.2.4. Mercado de competidor

Actualmente en el mercado peruano existen muchas marcas de aderezos y sazadores, entre los principales se encuentran Sibarita, Molitalia, 2 banderas y Don Guille, etc.

A continuación, haremos una breve descripción del posicionamiento actual de las principales marcas que podemos encontrar en el mercado peruano de aderezos y pastas:

Sibarita: Contiene productos de variedades de sabores, aromas y tradiciones culinarias de nuestra gastronomía peruana. Tienden a ser muy esenciales y preferidos entre las amas de casas.



Figura 31. Condimentos en pasta.

Fuente: Sibarita.

2 banderas: Marca que ofrece aderezos con gran variedad de tipos, decidió instalar su planta de producción en América del Sur justamente por la cultura gastronómica del Perú.



Figura 32. Presentaciones del Aderezo 2 Banderas.

Fuente: 2 Banderas.

Molitalia: Marca que ofrece salsas preparadas listas para servir, son ideales para preparar algunos tipos de comidas, tienen una textura cremosa. Una vez abierto el producto se tiene que mantener refrigerado e incluye un contenido de 190 gramos.



Figura 33. Salsa roja y salsa verde.

Fuente: Molitalia.

Aderezos Don Guille: Es una marca que comercializa aderezos como productos llenos de peruanidad y resaltando el uso de ingredientes de calidad.



Figura 34. Presentaciones de los Aderezos en pasta Don Guille.

3.1.2.5. Mercado distribuidor.

Según el KWP, la mayoría de las familias peruanas adquieren salsas y aderezos, prefieren realizar sus compras en mercados con un 60% y en los supermercados con un 40% de las compras además de tener la mayor variedad de estos productos.

El socio clave para la distribución de nuestro producto estará concentrada principalmente en:

- Mercados mayoristas zonales
- Tiendas por descuento (Mass y Vega Market)

- Ferias locales
 - Ferias de emprendedores nacionales
 - Ferias gastronómicas
 - Ferias ecológicas
 - Ferias orgánicas

Las distribuciones de nuestros productos estarán regidas según las políticas de la empresa y se atenderán los requerimientos por orden de pedido. Por tanto, el canal de comunicación con nuestros consumidores finales será mediante:

- Plataformas digitales (Pagina Web y redes sociales)
- Impulsadoras de ventas en tiendas de descuentos
- Presentación en ferias locales

3.1.2.6. Leyes o reglamentos vinculados al proyecto.

- Normas alimentarias - CODEX (CODEX STAN 57 - 1981)
(Se entiende por concentrado de tomate)
- Normas alimentarias - CODEX (CODEX STAN 192 - 1995)
(Aditivos que se utiliza en condiciones especificadas para ciertas categorías de alimentos o determinados productos alimenticios)

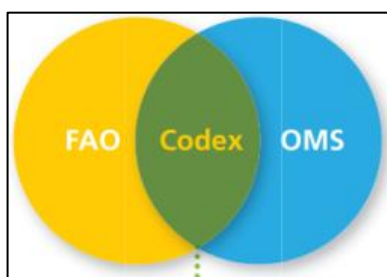


Figura 35. Normas alimentarias
Fuentes: Codex Alimentarius

- Resolución Directorial N° 0684/2003/ DIGESA/SA (Se dispuso la expedición de la autorización sanitaria para aditivos o mezclas de aditivos)
- Poder legislativo, Ley N° 30021 (Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes)
- Ley de inocuidad de los alimentos Decreto Legislativo N° 1062 (Norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano)
- Decreto Legislativo N° 1075 (Registro de marca)

3.2. Análisis del Microentorno

3.2.1. Competencia actual (Alta)

Debido al auge gastronómico que se vive actualmente en el país, el consumidor busca innovación y diferenciación de sus platos con insumos artesanales y naturales en sus preparaciones. En ese sentido, tenemos un nivel elevado en el sector, razón por la cual buscamos con nuestra propuesta, desarrollar estrategias que permitan al consumidor final seleccionar nuestro producto sobre otros negocios competidores.

Nivel de fuerza: Alto

Sustento: Nuestro aderezo al ser hecho de forma artesanal y ser de fácil acceso a los insumos, tiene como competidores principales a aquellas personas que tiene un negocio de venta de aderezos a granel en diversos puestos de mercados, existen también otras ideas de negocio que tímidamente se perfilaron a emprender y formalizarse como empresa para que a partir de esa idea creen una marca y busquen posicionarse en mercados locales. No obstante, en mismo mercado, pero a nivel industrial, existen diversas empresas comerciales de salsas de aderezos

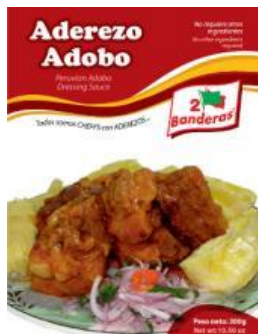
ya procesados tales como Ajinomoto del Perú S.A.C. o Nestle S.A o Alicorp S.A. que, a través de sus líneas de marcas como Maggie, Doñagusta, Sibarita y otras, muestra al mercado una variada lista productos o sustitutos de aderezos que hacen en conjunto que el nivel de competitividad del sector de nuestro producto sea elevado.

En ese sentido, ampliamos el análisis algunas marcas competidoras en la siguiente tabla:

Tabla 4.
Análisis de competidores directos.

MARCA COMPETIDORA	POSICIÓN EN EL MERCADO	PUNTOS DE VENTA	TIEMPO EN EL MERCADO	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	QUE SE PUEDE IMITAR
ADEREZOS DON GUILLE 	Es una empresa dedicada a la comercialización de especias a granel y salsas de aderezos que inicio sus actividades hace más de 20 años en un puesto del mercado “Juan Velasco” en distrito de Villa el Salvador, Lima. Desde hace 05 años, aproximadamente, está dedicada a la elaboración y empaque de aderezos y especias, destinados a la venta y distribución en locales de Lima Sur. Tienen como productos principales aderezos de: Pavo al horno, Pollo a la Brasa, Pachamanca, entre otros aderezos criollos.	En la actualidad cuentan con dos locales: El primero funciona desde hace más de 20 años en el mercado “Juan Velasco” en el distrito de Villa el Salvador, Lima Sur. El segundo se encuentra ubicado en el centro comercial Plaza Villa Sur, en el distrito de Villa el Salvador, Lima Sur.	Como venta a granel en puesto de venta cuentan con un tiempo en el mercado de más de 20 años. No obstante, cambiaron de estrategia apropiadamente hace 5 años dedicándose a la elaboración y empaque de aderezos y especias, destinados a la venta y distribución en locales de Lima Sur.	Con más de 20 años en el mercado su estrategia de publicidad Pull ha funcionado de manera correcta a nivel local (Lima Sur), dado que su marca ya se encuentra posicionada en esta zona. Además, han aplicado estrategias de marketing digital para posicionarse en las redes sociales como Facebook creando campañas exitosas de posicionamiento e interacción con sus clientes. Así mismo, cuentan con una página web en la que muestran su catálogo de productos e información del negocio.	Diversificar solo en 02 o 03 tipos de aderezos perfeccionando su fórmula, para así, posicionar el producto en la mente del consumidor a través de sus comidas. Tiene puntos de venta ubicados estratégicamente cerca de su público objetivo. El uso redes sociales para posicionarse en estas y a través de ellas llegar a su público objetivo.

ADEREZOS 2



BANDERAS

En una empresa que se encuentra en el rubro comercial de elaboración de productos alimenticios, identificada con RUC: 20521216396 y de Razón Social: A & C ADEREZOS PERU S.A.C., está dedicada a la elaboración de diversos tipos de salas de aderezos y cuenta con una Planta de Producción ubicada en el distrito de San Martín de Porres, Lima. Tiene una variada lista de productos:

La empresa abastece a diversos supermercados como Metro, Tottus, Plaza Vea, Wong, además se encarga de distribuir su producto a diversos mercados mayoristas de Lima Norte, tiendas minoristas y cuenta con una tienda en su planta ubicada en San Martín de Porres.

La empresa inicio sus actividades en el 2009, lo que le da un tiempo de mercado de 11 años.

La empresa cuenta con una página web informativa en la que se encuentra a disposición de los interesados una galería de la variedad de sus aderezos.

Realizan videos tutoriales vía plataforma YouTube para mostrar sus productos a través de tutoriales didácticos sobre el uso de sus aderezos en las comidas.

No muestran mucha presencia en las redes sociales.

Si el uso de tutoriales como estrategia de publicidad para la elaboración de sus productos hubiese sido mejor trabajado a través de las diferentes herramientas de redes digitales que hay en la actualidad, el producto hubiese podido llegar de forma más directa al público general. Se puede imitar el empackado de sus salsas de aderezos, pues se aprecian 02 presentaciones una pequeña y otra más grande.

Nota: Elaboración propia.

3.2.2. Fuerza negociadora de los clientes (Alto)

Aderezos Munay S.A.C. está dirigido a mujeres y hombres entre los 18 y 65 años capaces de diferenciar sabores especiales y saludables en sus carnes o comidas, con un NSE de "B" y "C" correspondientes a las zonas 01 y 02 en Lima Metropolitana.

Nivel de fuerza: Alto.

Sustento: Tenemos una alta capacidad de negociación sobre nuestros clientes, tenemos conocimiento de la existencia de diversas empresas que ofrecen una variedad tipos de aderezos para los consumidores y consideramos también que ya existe una relación de fidelidad de estos productos sean estos similares, usados y ya conocidos, además de la existencia de productos sustitutos del sector industrial.

En ese sentido, mediante el uso de estrategias de publicidad y venta, como por ejemplo, la degustación del aderezo en markets, mercados, tiendas y otros, podremos hacer de conocimiento nuestro producto no solo por el sabor diferenciado que este ofrece las comidas, sino también por las cualidades medicinales y naturales que se obtiene de este, pues si bien es cierto existen diversos tipos similares a nuestro producto, no existe en el mercado un aderezo como el nuestro que cumpla con ser agradable, saludable, económico y natural, motivo por el cual nuestro producto será de alta penetración en los sectores que estamos apuntando.

3.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores (Bajo)

Sobre nuestros proveedores, consideramos que existen muchos proveedores para nuestros insumos principales que son las especias y las hierbas, que las podemos encontrar en diversos mercados productores mayoristas tales como el mercado Santa Anita o la Parada; también

podemos encontrar proveedores en Lima Norte dentro de los mercados mayoristas de Huamantanga o Unicachi.

Nivel de fuerza: Bajo.

Sustento: Como lo mencionamos, existe un variado número de proveedores que nos puedan abastecer; sin embargo, el poder de negociación que ellos pueden tener dependerá del volumen de compra de insumos.

En ese sentido, debido al fácil acceso a estos productos a través de nuestros proveedores, esto nos permitirá establecer lazos de negociación de abastecimiento con ellos, lo cual nos permitirá acceder a materia prima natural, fresca, nacional y seleccionable para garantizar la calidad del producto.

3.2.4. Amenaza de productos sustitutos (Alto)

Es importante resaltar el hecho de que los productos sustitutos son muy variados, y vienen en diversos tipos de presentaciones, ya sean en polvo, salsa, pasta o gravy, los cuales pueden cumplir con la misma función que nuestro aderezo, en tal sentido, consideramos a este nivel de amenaza como Alto.

Competencia Indirecta

Nivel de fuerza: Alto

Sustento: Como lo mencionamos, nos enfrentamos a un producto con muchos tipos de variantes para el consumidor y la simple libre elección de este; no obstante, el punto de diferenciación que buscamos con nuestro producto está referido al sabor del ingrediente de las plantas medicinales andinas en las comidas o diversas carnes, según el consumidor, aparte del aroma único que estas ofrecen a través de sus características y propiedades.

Además, como ya lo hemos mencionado, contamos con la no existencia de producto de características similares al nuestro. Sin embargo, la amenaza del sector industrial, así como los nuevos mercados que ingresen a través del libre comercio de otros países representa un factor crítico para nuestro producto por los diversos productos sustitutos que puedan contener nuestros insumos base. En tal sentido, debemos enfocarnos en buscar ventajas competitivas relacionadas a la practicidad del uso de nuestro aderezo, a la diferenciación en el beneficio medicinal que este le pueda dar a las comidas de los consumidores, así como a las cualidades nutricionales, medicinales y de calidad que este ofrezca.

3.2.5. Amenaza de nuevos competidores (Alta)

Las barreras de entrada en el negocio son bajas, en ese sentido consideramos que para los competidores potenciales va a ser de fácil acceso el ingresar al rubro, ya que tampoco se requiere de un alto capital de inversión ni de mucha investigación y desarrollo.

Nivel de fuerza: Alto

Sustento: Consideramos que nuestro producto tiene productos sustitutos que, a través de empresas industriales del rubro o nuevos emprendimientos, puedan de alguna manera mermar en nuestras aspiraciones de posicionar nuestro producto en el mercado y afectar la rentabilidad de nuestro proyecto, convirtiéndose por tanto en potenciales competidores. Así mismo, tenemos que desarrollar estrategias para lidiar con las barreras de entrada que podamos encontrar en el mercado, sea el caso, por ejemplo, la resistencia al cambio sobre la percepción de los consumidores en los aderezos naturales de cocina con beneficios medicinales en sus carnes y comidas.

Tabla 5.
Análisis Fuerzas de Porter.

ANÁLISIS FUERZAS DE PORTER				
TIPO DE FUERZA	ANÁLISIS	AL TO	BA JO	TOT AL
COMPETIDORES ACTUALES	• Diversidad de competidores: puestos de venta a granel en mercados, negocios con marca en mercados zonales, empresas sector industrial.	X		ALTA
	• Diferenciación de productos: resaltar el consumo del aderezo medicinal con ingredientes e insumos NATURALES, sin colorantes, ni preservantes.	X		
	• Diferenciación de producto: a través de características como la presentación del producto, fácil uso, manipulación, consumo y beneficios naturales.	X		
	• Barreras de salida, no existen factores que dificulten la salida del rubro.		X	
FUERZA NEGOCIADORA DE LOS CLIENTES	• Cantidad de clientes y tamaño del mercado.	X		ALTA
	• Existencia de productos sustitutos para el cliente.	X		
	• Existencia de un exceso de oferta en relación a la demanda.	X		
	• Grandes volúmenes de compras, provocarían que la empresa vea disminuida su capacidad de negociación.	X		
FUERZA NEGOCIADORA DE LOS PROVEEDORES	• Amplia cantidad de proveedores para los insumos de nuestros productos en el mercado.		X	BAJO
	• Grandes volúmenes de compras, provocarían que el proveedor vea disminuida su capacidad de negociación.		X	
	• Costos de cambio del proveedor.		X	
	• Existencia de productos o insumos de mejor calidad respecto a otros proveedores.	X		
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	• Existencia de productos sustitutos al alcance de los clientes: sea en polvo, salsa, pasta o gravy.	X		ALTO
	• Costos de cambio para el cliente: búsqueda y aprendizaje.		X	
	• Similitud en los precios de los productos sustitutos o similares.	X		

	• Características entre el producto ofrecido y los sustitutos: beneficios medicinales y naturales libres de preservantes, colorantes o saborizantes no naturales.	X		
	• No se requiere de un alto capital de inversión ni de mucha investigación y desarrollo.	X		
COMPETIDORES POTENCIALES	• Fácil acceso a los insumos y materias primas.		X	
BARRERAS DE ENTRADA	• Barrera de entrada, resistencia al cambio sobre la percepción del consumo de aderezos naturales en las comidas.	X		
	• Identificación y diferenciación de la marca - producto.	X		

ALTO

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IV Plan estratégico

4.1. Visión y misión de la empresa

Visión.

Ser la marca líder de aderezos multiusos en el país, brindando un producto de calidad y saludable revalorando el estilo culinario andino posicionando nuestra marca en el mercado nacional dentro de los próximos 5 años

Misión.

Ser una empresa que ofrece aderezos multiusos innovadores, naturales y de calidad impulsando el estilo culinario nacional a través del uso de insumos andinos saludables, para así, poder satisfacer y brindar una experiencia única en la preparación de las comidas de nuestros clientes.

Tabla 6.
Análisis FODA.

MATRIZ FODA		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1 Producto innovador que va acorde a la tendencia gastronómica peruana muy utilizada actualmente en la preparación de las comidas.	D1 Nuestro producto al ser libre de glutamato monosódico y preservantes artificiales se convierte en un producto con menos durabilidad en comparación a los procesados con preservantes artificiales.
		F2 Tenemos acceso a insumos naturales y orgánicos de los mercados locales a un bajo costo.	D2 Nuestra marca al ser nueva en el mercado tendrá un periodo de tiempo para obtener posicionamiento en la mente de los consumidores.
		F3 Activo de conocimiento de una receta original para nuestro producto debidamente estructurado en su composición.	D3 Contamos con una reducida línea de presentaciones a comparación de otros productos industriales sustitutos.
		F4 Características saludables y naturales de nuestro producto.	D4 Poca experiencia en la distribución para el mercado de Lima Norte.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO	
O1 Existe un amplio mercado de proveedores de los insumos para nuestros productos.	O1, F2: Estructurar un adecuado poder de negociación con los proveedores en cuanto la obtención de descuentos por la compra de insumos por cantidad o volumen.	O2, D2: Desarrollar estrategias de sampling (degustación) en mercados locales, puestos de venta en mercados mayoristas o tiendas por descuento para dar a conocer nuestro producto a más consumidores.	
O2 El auge gastronómico Novo andino incrementa la demanda de productos nuevos e innovadores en la preparación de las comidas.	O2, F1: Destacar e impulsar en la gastronomía nacional a través del uso de nuestro producto en platos banderas que permitan identificar ese sabor distinto que ofrecen nuestros ingredientes.	O3, D4: Desarrollar una estrategia de ventas a través del posicionamiento de puntos de venta en los distintos principales mercados zonales con alta afluencia de público.	

O3	Ofrecemos una alternativa diferente y única de aderezos y saborizantes naturales y saludables en el mercado.	O3, O4,F3: Desarrollar una relación cercana con nuestros clientes de la Zona 1,2 de Lima Metropolitana, a través del impulso de promociones y publicidad contratada vía social media para dar a conocer nuestro producto y posicionarlo en la mente del consumidor local.	O4, D1: Impulsar nuestro producto a través de estrategias de promoción y publicidad por redes sociales, para dar a conocer características saludables y naturales de nuestro producto.
O4	El desarrollo y auge de uso de herramientas de redes sociales como plataformas de publicidad y promoción.		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1	Ingreso accesible de competidores al rubro debido a que no se requiere mucha inversión e investigación para su desarrollo	A1, F3: Registrar la patente de nuestra fórmula para evitar el plagio de nuestro producto por otros competidores, convirtiendo esta fórmula en un activo fijo para la empresa.	A1,D4: Implementar canales de distribución en mercados zonales y mayoristas para abastecer a nuestros canales indirectos en el tiempo adecuado.
A2	La variabilidad del costo de la materia prima según temporadas, factores climáticos, fenómeno del niño, paros transportistas, estado de emergencia y otros, que generen escases de productos.	A2, F2: Desarrollar estrategias de ventas que permitan posicionar nuestra marca para que puedan mitigar la variación de los costos de nuestros productos al no contar con insumos naturales y orgánicos afectados por posibles eventos naturales.	A3,D1: Impulsar un plan de marketing ambicioso que nos permita posiciona nuestra marca en el mercado local sobre los productos sustitutos industriales que puedan ingresar al mercado.
A3	El ingreso de una línea de productos similares a la nuestra por parte de unas empresas industriales como: Alicorp y Ajinomoto, etc.		

Nota: Elaboración propia.

4.2.Objetivos.

Objetivo General.

Posicionar nuestra marca en el mercado de la zona de Lima Norte ofreciendo un producto saludable y de calidad a nuestros consumidores, impulsando el estilo culinario Novo andino para promover el consumo de nuestro producto en los hogares.

Objetivo Específico.

- Consolidar nuestro ingreso en el mercado con un MarketShare (posicionamiento) zonal a Lima Norte del 10%.
- Mantener una adecuada estructura de costos variables y fijos para manejar un precio competitivo en el mercado
- Obtener una rentabilidad de 10% a partir del cuarto semestre.
- Impulsar el consumo productos peruanos que promueven el estilo culinario Novo andino.
- Fortalecer nuestra marca y su consumo en el mercado zonal de Lima Norte.
- Establecer una estrategia de marketing sólida que nos permita consolidar nuestra marca en el mercado de Lima Norte
- Disponer de insumos de calidad suministrados por proveedores que nos brinden un precio estable para mantener nuestros costos de producción

Capítulo V Estudio de Mercado

5.1. Investigación de mercado

5.1.1. Criterios de segmentación

Para la segmentación de nuestro producto nos basáremos en la técnica de Michael Porter.

Segmentación Geográfica

La segmentación geográfica la realizamos con los distritos comprendidos en Lima Norte:

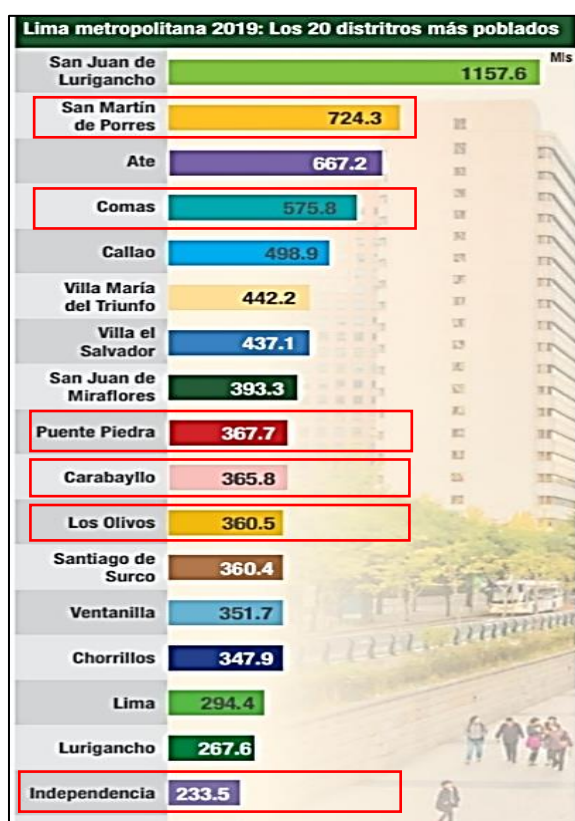


Figura 36. Distritos más poblados de Lima Metropolitana.

Fuente: INEI Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017

Población de los distritos de Lima Norte.

Lima metropolitana 2019: Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas							
Zonas	Distritos	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)			
		Miles	% sobre total	AB	C	D	E
LIMA NORTE	Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,627.6	24.8	22.9	44.1	27.6	5.4
LIMA CENTRO	Breña, La Victoria, Lima, Rimac, San Luis	828.4	7.8	33.1	43.3	20.2	3.5
LIMA MODERNA	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,416.0	13.4	76.8	17.4	4.5	1.3
LIMA ESTE	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,616.4	24.7	17.7	45.7	29.6	7.0
LIMA SUR	Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,839.8	17.4	13.3	53.4	27.4	5.9
CALLAO	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1,100.4	10.4	21.7	45.9	23.6	8.8
BALNEARIOS	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	152.4	1.4	9.7	39.9	37.7	12.7
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	27.7	42.6	24.1	5.6

Figura 37. Estructura socioeconómica de Lima Norte.

Fuente: APEM – Estructura socioeconómica 2019.

Segmentación Demográfica

Nuestro producto Munay está enfocado a Hombres y Mujeres entre las edades de 18 hasta los 65 años, sin distinción del estado civil, que estén trabajando de forma dependiente e independiente, de niveles socioeconómico B y C de las zonas 1 y 2 de Lima Metropolitana, en los cuales se encuentra un mayor índice del nivel B y C con un rango de edades entre 18 a 65 años.

Tabla 7.
Población Lima Metropolitana según sexo y edad.

Lima metropolitana 2019: Poblacion por sexo y segmentos de edad			
GRUPO DE EDAD	Total	Hombres	Mujeres
	Miles - %	Miles - %	Miles - %
18-24 años	1357.4 - 12.8	692.2 - 13.2	665.2 - 12.5
25- 39 años	2683.4 - 25.5	1348.8 - 25.7	1334.6 - 25
40 a 55 años	2086.5 - 19.7	1020.1 - 19.4	1066.4 - 20
56 - + años	1581.3 - 14.9	722.7 - 13.8	858.6 - 16.1

Nota: Elaboración propia.

Fuente: Fuente: I.N.E.I. - Proyecciones de la población en el Censo 2017.

Tabla 8.
Población Lima Metropolitana segmentación socioeconómica según sexo y edad.

Lima metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmento de edad según nivel socioeconómico								
NSE	Hogares		Población		18 - 24 años	25 - 39 años	40- 55 años	56 - + años
	Mls.	%	Mls.	%	Mls.	Mls.	Mls.	Mls.
A/B	759.1	27.9	2922.8	27.7	355.9	722	604.6	526.4
C	1123.7	41.3	4507.1	42.6	585.5	1149.5	880.6	645.7
D	663.9	24.4	2553.2	24.1	337.1	658	488.2	335.3
E	174.1	6.4	597.8	5.6	78.9	153.9	113.1	73.9

Nota: Elaboración propia.

Fuente: I.N.E.I. - Proyección de la población en el Censo 2017.

Segmentación Socioeconómica.

De acuerdo a lo planteado, convenimos en que el criterio con el cual segmentaremos los niveles socioeconómicos, a los cuales apuntaremos en el proyecto, serán los NSE B y C. Entre las características más destacadas de ambas podemos afirmar que cuentan con un poder adquisitivo elevado-moderado, tienen la capacidad de satisfacer sus necesidades básicas, de transporte y de alimentación, siendo esta última una predisposición especial para la compra de productos novedosos y saludables.

Lima metropolitana 2019: APEIM estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas								
Zonas		Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)				
		Miles	%	A	B	C	D	E
1	Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,309.3	12.4	0.0	14.6	39.7	36.6	9.1
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,318.3	12.5	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
3	San Juan de Lurigancho.	1,157.6	10.9	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	771.2	7.3	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,477.6	14.0	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	377.7	3.6	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	810.6	7.7	35.9	43.2	13.6	6.3	1.0
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	878.3	8.3	2.0	29.1	48.8	17.3	2.8
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac.	1,098.7	10.4	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,100.4	10.4	1.4	19.0	46.0	24.4	9.2
11	Cieneguilla y Baños de San Juan	190.5	1.8	0.0	9.9	47.6	32.7	9.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6

FUENTE: APEIM - Estructura socioeconómica 2018
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C. P. I.

Figura 38. Población y hogares por distrito – 2019.

Tabla 9.
Estructura socioeconómica en Lima Norte, zonas 1 y 2.

Zonas	Población		Estructura Socioeconomica (% Horizontal)	
	Mls	%	B	C
Zona 1: Carabaylo, Comas, Puente Piedra	1,309.3	12.4	14.6	39.7
Zona 2: Los Olivos, Independencia, San Martín	1,318.3	12.5	28.3	47.6
Zona Lima Norte	2,627.6	24.9		
Total Lima Metropolitana	10,580.9	100		

Nota: Elaboración propia.

Segmentación Psicográfica.

De acuerdo con, Arellano Marketing, existen 6 estilos de vida los cuales son: los sofisticados, los progresistas, las modernas, los formalistas, los conservadores y los austeros.



Figura 39. Descripción de los estilos de vida.

Fuente: Arellano Marketing ENCP 2015.



Figura 40. Segmentación por estilos de vida Arellano Marketing 2017.

Fuente: Libro "Mucho más que tener LATIR".

En tal sentido, consideramos que la segmentación para nuestro producto estará dirigida a 02 de los grupos preestablecidos que cuentan con similitudes al perfil de nuestro público objetivo.

Los sofisticados, referido a aquellas personas hombre y mujeres que hacen de la modernidad su paradigma, siendo atraídos por productos innovadores, así como nuevos medios de comunicación para la compra de estos. De la misma manera, prestan una especial atención al lado saludable y el contenido nutricional de los alimentos. Estos clientes llegan a tener un vínculo intenso con las marcas.

Los modernos, referido a aquellas personas hombres y mujeres que consideran al consumismo como una actividad entretenida, divertida y muy emocionante. Priorizan a los beneficios abstractos de las cosas que compran: Usan marcas como símbolo social y señal de calidad, no tanto al precio. Priorizan a la marca sobre la calidad del producto, al punto de considerarla un símbolo social.

5.1.2. Marco Muestral.

Para hallar la muestra de estudio usamos la técnica no probabilística por cuota y obtuvimos los siguientes resultados:

Cálculo del tamaño de la muestra:

Tabla 10.
Cálculo de la muestra.

variables	Datos
Z (Nivel de confianza 90%	1.645
P	0.5
Q	0.5
E (Entre 5% y 8%)	0.07
n (tamaño muestra)	138

Nota: Elaboración propia.

Tabla 11.
Cálculo de cuota por distrito.

Número de encuestas	Cuota	Cantidad
CARABAYLLO	10%	13
COMAS	19%	27
PUENTE PIEDRA	12%	17
INDEPENDENCIA	9%	12
LOS OLIVOS	17%	24
SMP	32%	45
Total	100 %	138

Nota: Elaboración propia.

Tabla 12.

Proyección de datos para hallar la cuota por distrito.

AÑO 2019	CUOTA DE CADA DISTRITO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
118,456	10%	122,009	125,670	129,440	133,323	137,323	141,442
224,316	19%	231,887	239,713	247,804	256,167	264,813	273,750
145,951	13%	152,154	158,621	165,362	172,390	179,717	187,355
109,371	9%	112,652	116,031	119,512	123,098	126,790	130,594
200,130	17%	206,885	213,867	221,085	228,547	236,260	244,234
366,376	31%	379,200	392,472	406,208	420,425	435,140	450,370
1,164,601	100%	1,204,787	1,246,374	1,289,411	1,333,950	1,380,043	1,427,746

Nota: Elaboración propia.

5.1.3. Entrevistas a especialistas.

Estas entrevistas son con el único objetivo de obtener información de los Stakeholders para así poder dar los arreglos necesarios al producto.

Especialista 1: Cheff

- Nombre: Andy Guzman
- 40 años de edad
- Cheff de profesión
- 15 años de experiencia en el rubro
- Trabajo en universidad San Ignacio de Loyola como profesor
- Estudio CPED
- Actualmente trabaja en un casino como Cheff



Figura 41. Foto con el entrevistado durante la entrevista.

Preguntas realizadas al entrevistado:

- **¿Qué tipo de aderezos instantáneos sueles usar?**

Frescos: Pasta de ají, ajo, pasta de tomate

Instantáneos: Pasta Soyus, Chicken power, que son como los caldos Maggi

- **¿Has probado aderezos algo más naturales?**

El típico, ajo, cebolla, pimienta y sal. Pero trato de no usar condimentos no tan procesados.

- **¿En qué lugares las compras?**

En los supermercados.

- **¿Qué tipo de sabor es el que sueles usar con frecuencia?**

Ají panca, palillo y todo a base de ajo.

- **¿Te gustaría tener una nueva alternativa en aderezos y sobre todo más naturales e innovar en sabores?**

Claro, algo nuevo y natural sobre todo es bienvenido.

- **¿Qué opinión te trae nuestro producto?**

Está muy novedoso, me gusta la combinación de hierbas y quisiera experimentar en estos sabores, sobre todo.

- **¿Qué opinas del empaque y que tan practico podría ser?**

Es bastante práctico para maniobrarlo y además es un empaque que protege al alimento en sí. En botella plástica no sería lo recomendable para mí porque soy bastante ecológico.

- **Según los ingredientes del producto, ¿a qué tipo de comidas las aplicarías?**

Pasta verde: para todo tipo de carnes rojas.

Pasta roja: para cerdo y pollo.

Alguna sugerencia para la mejora del producto.

Pasta verde: está en su punto porque no hay que excederse de 4 sabores.

Pasta roja: Contiene hierbas mentoladas y quizá podrían agregarle una más terrenal como, orégano o tomillo.

- **Recomendaciones:**

Sugirió que a la pasta verde le podamos agregar una hierba más como el tomillo o el orégano y le grado mucho la idea de poder innovar en sabores; con respecto al envase le pareció muy práctico y no le cambiaría nada.

Especialista 2: Nutricionista

- Nombre: Jocelyn Armas
- 36 años de edad
- 9 años de experiencia en el rubro
- Nutricionista en salud publica
- Actualmente trabaja en un centro de salud en S.M.P
- Ve temas de consultoría y canastas de pacientes



Figura 42. Foto con el entrevistado durante la entrevista.

Preguntas realizadas al entrevistado:

- **¿Qué opinión te trae nuestro producto?**

Es muy innovador, si bien en el mercado encontramos condimentos con demasiados aditivos y preservantes artificiales esta sería una buena opción en el mercado. Teniendo en cuenta el aceite de oliva como insumo es una opción muy saludable para el consumidor.

- **¿Qué puedes decirme del glutamato mono sódico y de los preservantes artificiales como insumo para la preparación de algunos productos competidores?**

Según estudios en Europa se ha podido obtener información de que estos productos son altamente pro cancerígeno, te llevan a tener presión alta y hasta elevación de la glucosa.

- **¿Qué opinas del aceite de oliva como preservante natural?**

Ver el tiempo de duración del producto porque el aceite de oliva al estar en contacto con el oxígeno o estar en contacto con altas temperaturas como frituras se va a desnaturalizar. Sería recomendable mencionar en el etiquetado que no es recomendable usar para frituras o altas temperaturas y no dejar abierto el envase por mucho tiempo

- **Dentro de los estándares de consumo, ¿cuál es lo permitido?**

En el Perú no hay una legislación que nos indique cual es lo permitido en temas de condimentos, pero en Europa si, que mantienen una legislación más activa y lo permitido es de 10 a 15 miligramos de Glutamato mono sódico por Kilogramo de peso. En productos naturales no hay un tope de consumo específico.

- **Ahora que esta creciente la cultura social de la salud y con los productos ultra procesados que no garantizan la salud del consumidor, ¿Qué recomendaciones podrías darme para la fabricación de los saborizantes de comidas?**

- Manejar el tema del sodio, mencionar en el etiquetado nutricional la cantidad límite permitido recomendado por la OMS.

- **¿Usarías nuestros productos?**

Sí, porque estas usando condimentos y aditivos naturales. Además, estas usando sustancias como los fotoquímicos que son antioxidantes.

- **Recomendaciones:**

En el Perú no una legislación que nos indique hasta cuando serian la cantidad permitida para el consumo de aditivos y condimentos, según estudios en Europa lo permitido es de 12 a 15 miligramos por kg. de peso.

El tiempo de vida de 15 días es demasiado, ella considera que debe de ser 1 o 2 días manteniéndose refrigerado por el insumo de aceite de oliva porque de lo contrario perdería sus propiedades.

Y por último nos indica que manejemos con mucha cautela el tema del sodio.

Especialista 3: Ingeniero Industrial

- César León
- 31 años de edad
- 8 años de experiencia en el rubro de procesos
- Experiencia en el área de procesos en Kimberly Clark
- Gestión de procesos en una empresa Siderurgia
- Actualmente trabaja en Manpower en Gestión de procesos



Figura 43. Foto con el entrevistado durante la entrevista.

Preguntas realizadas al entrevistado:

- ¿Qué opinión tiene del producto?

Es muy innovador y facilitaría la tarea de las amas de casa.

- ¿Qué normas técnicas peruanas podrían ser aconsejables para el producto?

Más allá de solo basarme en normas técnicas habría que evaluar que BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) para el almacenamiento de productos alimentarios, normas FDA (Food and Drug Administration) y algunas ciertas normas que apliquen al producto para que la estación de trabajo este sanitizada y demás.

- ¿Qué estándares de calidad aplicarían para el negocio de aderezos y condimentos?

ISO 9001

- ¿Qué otros cuidados para el almacenamiento del producto me aconsejarías?

En el empaque coloquen las condiciones de almacenamiento en el hogar.

- ¿Qué opinas del envase?

Tiene que ser Hermético para que contribuya al tiempo de duración que se va establecer y este cierre hermético tiene que cumplir dos funciones: Conservar el producto como tal y ser práctico para la ama de casa

- **El tiempo de vida de nuestro producto es de 15 días. ¿Consideras que es el apropiado teniendo en cuenta el aceite de oliva como preservante natural?**

Hay que evaluar muy bien el tiempo de vida del producto y las propiedades físico químicas del aceite de oliva, porque si tú me aseguras de que va a saber igual en el día uno que en el día 15 o si pierde propiedades a partir del día 5 hay que evaluar con mucha cautela este punto.

- **Recomendaciones:**

Emplear normas de BPM (Buenas prácticas de manufactura), aplicar también normas de FDA (Administración de medicamentos y alimentos) y el ISO 9001. Respecto al almacenamiento, detallarlo en el empaque para no perder las propiedades de las mismas.

El empaque una buena opción, lo que tenemos que analizar al detalle son las propiedades físico químicos del aceite como preservante.

5.1.4. Focus Group

Para este proyecto se realizaron dos focus group, a continuación, los resultados de cada uno:

FOCUS N° 1

Tabla 13.

Ficha técnica de del Focus Group 1.

FOCUS GROUP 01	
Metodología	Técnica que consiste en la realización de dinámicas de grupo de personas con características similares, siendo esta dirigida por una persona experta en el tema.

Universo	Hombres y mujeres con edades que comprenden desde los 18 a 65 años, pertenecientes de los NSE B y C, residentes de los distritos		
Fecha de realización:	La dinámica grupal se realizó el día 04 de abril del presente año en la ciudad de Lima, vía plataforma de conferencias: Hangouts Google. Se realizó con 6 mujeres 4 varones, residentes en los distritos de Los Olivos, Comas y Carabayllo en la ciudad de Lima		
Características del grupo	Con promedio de edad de 40 años de los sectores B y C. De los participantes 3 mujeres y 2 varones cocinan eventualmente y los 5 restantes de los participantes tienen preferencia por la cocina		
PERCEPCION SOBRE LA MARCA “MUNAY”	Los participantes mencionan que MUNAY, es una palabra corta y de fácil pronunciación	Indicaron que tiene un significado agradable y rápidamente puede posicionarse en la mente del consumidor.	Mencionaron que el nombre MUNAY se relaciona con insumos originarios andinos.
PERCEPCION SOBRE LOS INSUMOS PRINCIPALES	Los participantes indicaron, que los ingredientes de nuestro producto serían favorables para la digestión.	Mencionaron que usualmente consumen en infusiones, estas hierbas medicinales andinas.	En cuanto a la percepción del aceite de oliva como preservante natural, indicaron que sería una buena combinación con las hierbas medicinales.
PERCEPCION SOBRE LAS 2 PRESENTACIONES	Las dos presentaciones de nuestro producto fueron del agrado de todos los participantes. Indicaron la necesidad de agregar una tapa rosca, para un mejor uso de nuestro producto.	Resaltaron la importancia del uso en diversas recetas que se le puede dar al producto.	La combinación de los insumos en la salsa en pasta verde fue muy atractiva para nuestros participantes.
PERCEPCION SOBRE ENVASE DEL PRODUCTO		Mencionaron la posibilidad de la presentación en envase de vidrio.	La combinación de colores del envase, resalta la imagen del producto.
PERCEPCION SOBRE LOS BENEFICIOS	Todos los participantes, mencionaron la importancia del uso de hierbas medicinales en un aderezo.	Indicaron que los insumos que vamos a utilizar para nuestro producto MUNAY, resultan beneficiosos para una buena digestión.	Resaltaron el uso de preservantes naturales en nuestra salsa en pasta, con el aceite de oliva.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 44. Foto de la sesión del Focus Group 1.

Conclusiones del Focus Group N° 01

La innovación en la combinación de insumos convencionales con hierbas medicinales andinas, resultó del agrado de todos los participantes, quienes también resaltaron el aporte hacia la revalorización de insumos originarios andinos.

La preferencia del uso de envases prácticos y ecológicos en nuestros participantes, nos llevan a la conclusión de considerar su posible uso.

El nombre MUNAY, como marca de nuestro producto es del agrado de nuestros participantes de fácil pronunciación y recordación, como el eslogan por su atractiva combinación de palabras que muestran en sus presentaciones.

FOCUS N° 2

Tabla 14.

Ficha técnica de del Focus Group 2.

FOCUS GROUP 02			
Metodología	Técnica que consiste en la realización de dinámicas de grupo de personas con características similares, siendo esta dirigida por una persona experta en el tema.		
Universo	Hombres y mujeres con edades que comprenden desde los 18 a 65 años, pertenecientes de los NSE B y C, residentes de los distritos		
Fecha de realización:	La dinámica grupal se realizado el día 11 de abril del presente año en la ciudad de Lima, vía plataforma de teleconferencia: ZOOM. Se realizó con 6 mujeres 5 varones, residentes en los distritos de Los Olivos, Comas y Carabayllo en la ciudad de Lima		
Características del grupo	Con promedio de edad de 40 años de los sectores B y C.		
	De los participantes 3 mujeres y 3 varones cocinan eventualmente y los 5 restantes de los participantes tienen preferencia por la cocina		
PERCEPCION SOBRE LA MARCA “MUNAY	Los participantes confirmaron en que les agrada el nombre de la marca y no lo cambiarían.	Resaltaron que asocian el nombre de la marca a lo andino, natural y medicinal. Les encanta el logo del producto.	Confirmaron sus gustos por el slogan “Delicia andina para tu mesa”, no cambiaran nada, por el contrario, coincidieron en que el slogan crea impacto en ellos.
PERCEPCION SOBRE LOS INSUMOS PRINCIPALES	Afirmaron sus preferencias sobre la importancia de los insumos con beneficios medicinales en el consumo de sus comidas.	Confirmaron que no conocen de un producto similar con insumos naturales de estas características y de haberlo, lo consumirían.	Resaltaron sus preferencias sobre el consumo de insumos naturales y el uso del aceite de oliva, sobre el uso de preservantes, colorantes o productos no naturales en aderezos.
PERCEPCION SOBRE LAS 2 PRESENTACIONES	Conformidad total con las presentaciones de ambos productos.	Resaltaron el uso de los colores de los productos y el impacto que generan los colores rojo y verde.	Quedaron satisfechos con las nuevas presentaciones, al punto de que el primer impacto que les genera es el de querer consumirlo en sus comidas.

PERCEPCION SOBRE ENVASE DEL PRODUCTO

Validaron su preferencia en el uso de un envase con tapa rosca (doypack).

Sin embargo, tras levantar información del focus 01, se les realizó la presentación de un envase de vidrio de 250 gr. y confirmaron su preferencia por esta.

Confirmaron sus preferencias y razones sobre el envase de vidrio 250 gr: gustos visuales, les garantiza calidad, limpieza, seguridad, posibilidad de re uso del envase y son ecológicos.

PERCEPCION SOBRE LOS BENEFICIOS

Todos los participantes, confirmaron que usarían un aderezo de hierbas medicinales naturales en sus comidas.

En unanimidad confirmaron que, tras conocer los beneficios del producto, lo consumirían de manera regular.

Por el beneficio que ofrece nuestro producto, la gran mayoría confirmo que prefiere el consumo de este, sobre aquellos con preservantes, colorantes o insumos no naturales.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 45. Foto de la sesión del Focus Group 2.

Conclusiones de Focus Group N° 02

Tras las validaciones sobre las características de la marca, re confirmaron sus gustos y preferencias por el nombre elegido: “Munay”, por el diseño del logo, por el slogan: “Delicia para tu mesa” y diseño de marca e imágenes usadas en las presentaciones. Afirman por unanimidad que estos generan impacto al consumo del producto en sus comidas.

Sobre el envase del producto, tras una encuesta realizada al grupo, la gran mayoría confirmó su preferencia por la presentación en tapa rosca (Doypack); sin embargo, tras el levantamiento de datos de 1er Focus, se les presentó el diseño en envase de vidrio de 250 gr y validaron sus preferencias y usos de esta sobre el envase de tapa rosca 250 gr (Doypack), de acuerdo a sus: preferencias visuales, les garantiza calidad, limpieza, seguridad, posibilidad de re uso del envase y son ecológicos.

Sobre el producto y beneficios, afirmaron sus preferencias sobre la importancia de nuestros insumos naturales con beneficios medicinales en el consumo de sus comidas; no obstante, la gran mayoría resalto el uso del aceite de oliva como preservante natural en el aderezo, sobre el uso de preservantes artificiales, colorantes o productos no naturales para sus comidas.

5.1.5. Encuestas

La encuesta se realizó por medio de un formulario en Google Drive y a través de esta plataforma se obtuvieron 161 respuestas. La encuesta fue realizada desde el día miércoles 01 al domingo 8 de abril 2020.

La encuesta está dividida en dos secciones, en la primera determinamos las características de nuestro público y en la segunda determinamos las preferencias de nuestro público.

A continuación, mostraremos los resultados de cada pregunta:

- **¿Cuál es su género?**

Según los resultados de la encuesta, más de la mitad de los encuestados fueron mujeres que son las que mayormente cocinan en los hogares.

Tabla 15.

Resultado por género de los encuestados.

Género	# Encuestados	%
Mujer	111	69%
Hombre	50	31%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

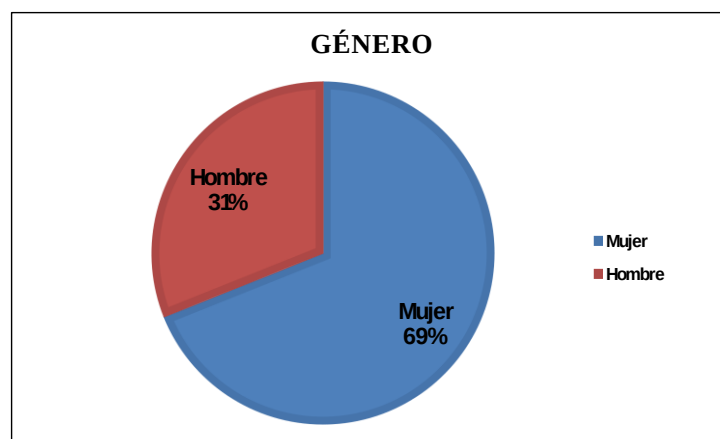


Figura 46. Gráfica por género de encuestados.

- **¿Cuál es su distrito de procedencia?**

La mayoría de encuestados fueron del distrito de Los Olivos, seguido de S.M.P, este dato nos servirá para ubicar los puntos de distribución del producto.

Tabla 16.

Resultado por distrito de procedencia.

Distrito	# Encuestados	%
Los Olivos	67	42%
Comas	24	15%

S.M.P	39	24%
Independencia	10	6%
Carabayllo	11	7%
Puente Piedra	10	6%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

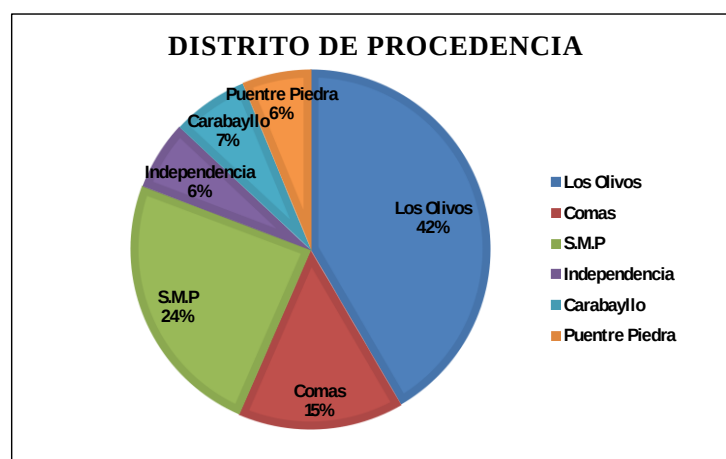


Figura 47. Gráfica por distrito de procedencia de encuestados.

- ¿Cuál es su edad?

El rango de edad de los encuestados fue de 18 a 65 años, más del 60% de encuestados tienen entre 25 a 45 años, jóvenes adultos que generan sus propios ingresos.

Tabla 17.

Resultado por edades.

Edades	# Encuestados	%
18-25	36	22%
26-35	49	30%
36-45	46	29%
46-55	18	11%
56-65	12	7%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

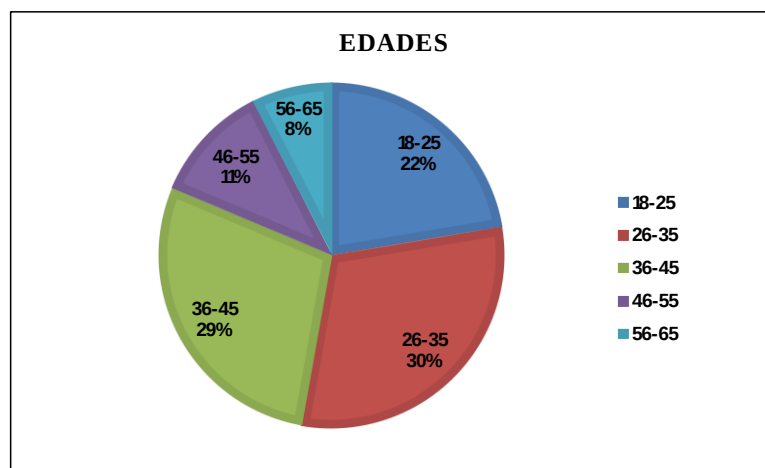


Figura 48. Gráfica por distrito de procedencia de encuestados.

- **¿Cuáles son sus ingresos?**

El rango de ingresos de la mayor cantidad de encuestados oscila entre 930 a 1500, lo cual corresponde a un nivel socioeconómico B y C.

Tabla 18.

Resultado por ingresos.

Ingresos Mensuales	# Encuestados	%
S/. 930 - S/ 1500	52	32%
S/1500 – S/2000	26	16%
S/. 2000 - S/.3000	32	20%
S/. 3000 - S/. 5000	34	21%
Más de S/. 5000	17	11%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

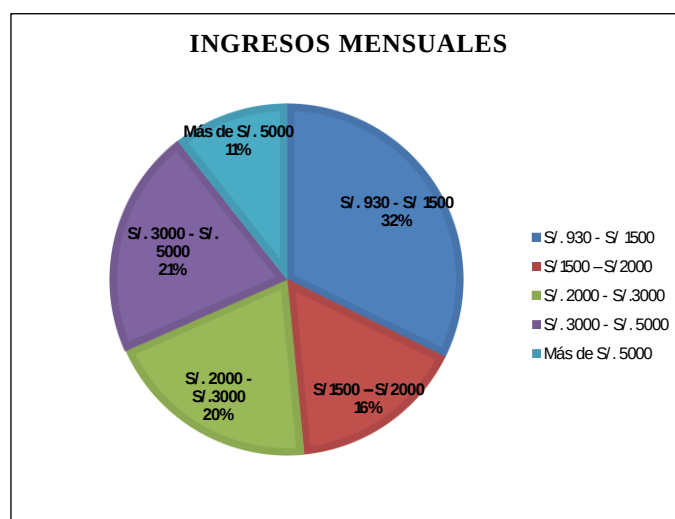


Figura 49. Gráfica por ingresos mensuales.

- **¿Con que frecuencia cocinan en tu hogar?**

El resultado obtenido de esta pregunta es que más del 70% de encuestados cocinan a diario en sus hogares, esto nos indica que este grupo usa insumos como aderezos y salsas diariamente.

Tabla 19.

Resultado por frecuencia que cocinan.

¿Con que frecuencia cocinan en tu hogar?	# Encuestados	%
Diariamente	116	72%
Dos o tres veces por semana	32	20%
Fines de semana	13	8%
No cocinamos	0	0%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

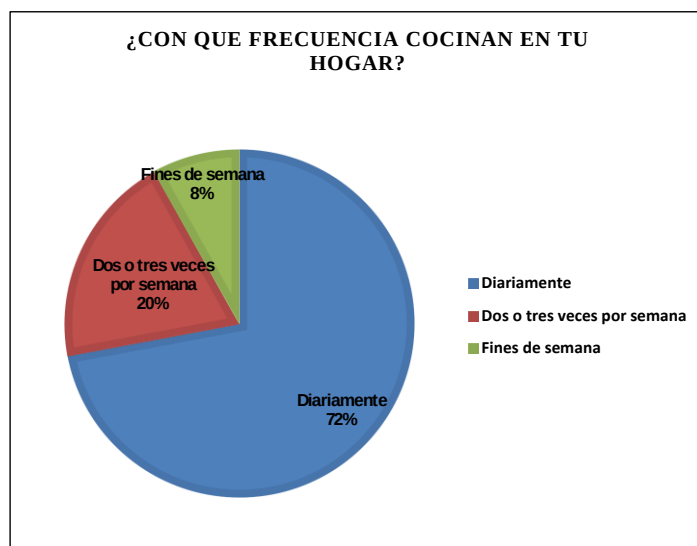


Figura 50. Gráfica por frecuencia que cocinan.

- **¿Utilizas aderezos preparados cuando cocinas?**

Podemos interpretar que casi el 80% de los encuestados utilizan aderezos preparados cuando cocina, lo que nos indica que nuestro producto es un insumo muy utilizado en la cocina.

Tabla 20.

Resultado de utilización de aderezos.

¿Utilizas aderezos preparados cuando cocinas?	# Encuestados	%
Si	126	78%
No	35	22%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 51. Gráfica de utilización de aderezos.

- **¿Con qué frecuencia utilizas aderezos preparados?**

Según los resultados obtenidos, más del 60% utiliza a veces aderezos preparados, y el 25% siempre los utiliza, por ello podemos interpretar que este tipo de producto es usado con regularidad por los consumidores.

Tabla 21.

Resultado por frecuencia en la utilización de aderezos.

¿Con qué frecuencia utilizas aderezos preparados?	# Encuestados	%
A veces	101	63%
Siempre	41	25%
Nunca	19	12%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

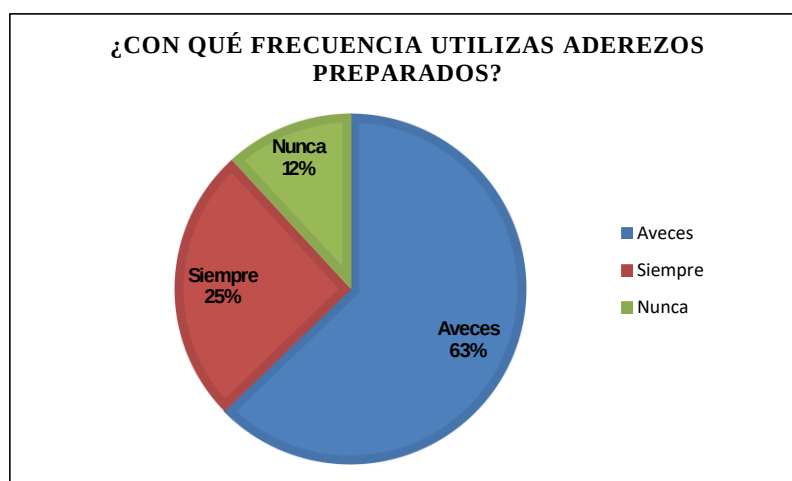


Figura 52. Gráfica de frecuencia en la utilización de aderezos.

- **¿Cuál o cuáles de los siguientes aderezos o sazónadores sueles utilizar en tus comidas?**

Según los resultados obtenidos, los ingredientes que más usan los encuestados para sazonar sus comidas, son los ajos, el ají panca y las finas hierbas, nuestro producto contiene estos ingredientes y el ají paprika reemplaza muy bien al ají panca, por lo que nuestra combinación en el producto corresponde al uso común de condimentos usados cuando se cocina.

Tabla 22.

Resultado por aderezos o sazónadores más usados.

¿Cuál o cuáles de los siguientes aderezos o sazónadores sueles utilizar en tus comidas?	# Respuestas	%
Ají panca molido (Ají especial)	120	16%
Ají amarillo molido (Ají mirasol)	113	15%
Ají paprika	40	5%
Ajos molidos	139	18%
Finas hierbas (Orégano, romero, cilantro, chincho, huacatay, etc.)	127	17%
Palillo molido	61	8%
Ajinomoto	88	12%
Cubito Maggie	63	8%
Otros	7	1%
Total	758	100%

Fuente: Elaboración propia.

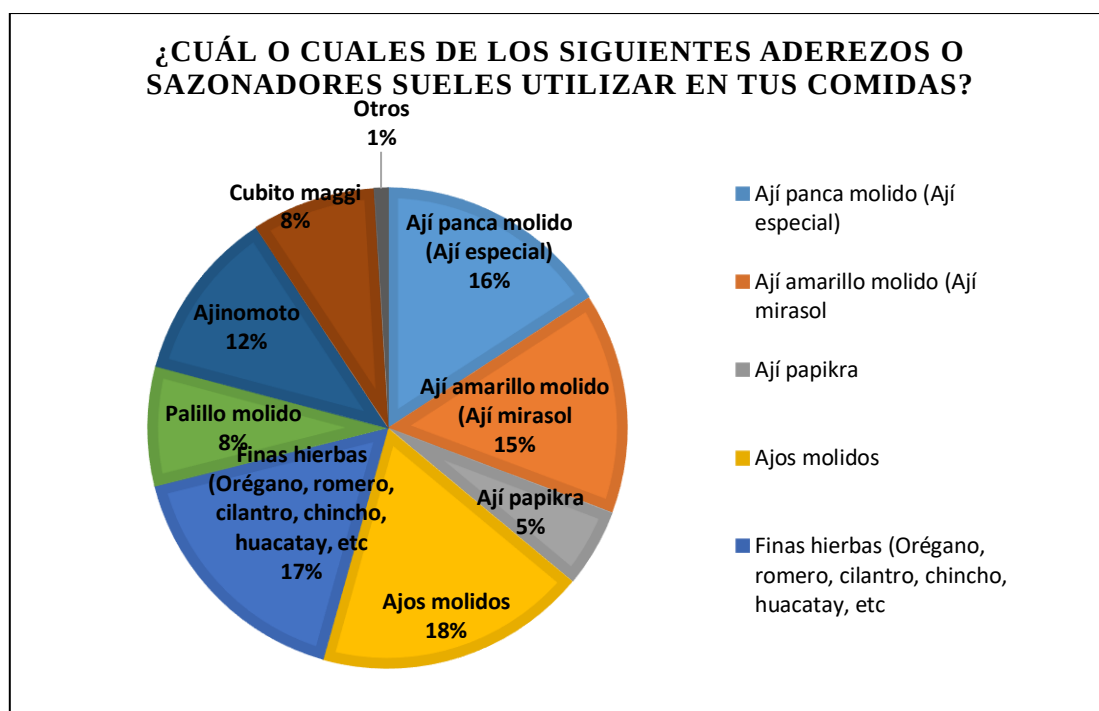


Figura 53. Gráfica de aderezos o sazonadores más usados.

- **¿A través de cuál o cuáles medios sueles ver publicidad de productos como aderezos, salsas, condimentos y otros?**

Según los resultados obtenidos, los encuestados nos indican que los medios publicitarios por el cual ven más publicidad de este tipo de productos son la radio y televisión (medios de comunicación masivos), Afiches en bodegas, minimarkets o mercados y las redes sociales.

Tabla 23.

Resultado por medios de publicidad donde se registra la difusión de aderezos, salsas, condimentos y otros.

¿A través de cuál o cuáles medios sueles ver publicidad de productos como aderezos, salsas, condimentos y otros?	# Respuestas	%
Redes Sociales	45	16%
Afiches en bodegas, minimarkets o mercados	76	26%
Catálogos de supermercados y tiendas por descuentos	42	15%

Paneles publicitarios	18	6%
Radio y televisión	85	30%
Periódicos o revistas	17	6%
Otros medios	4	1%
Total	287	100%

Fuente: Elaboración propia.

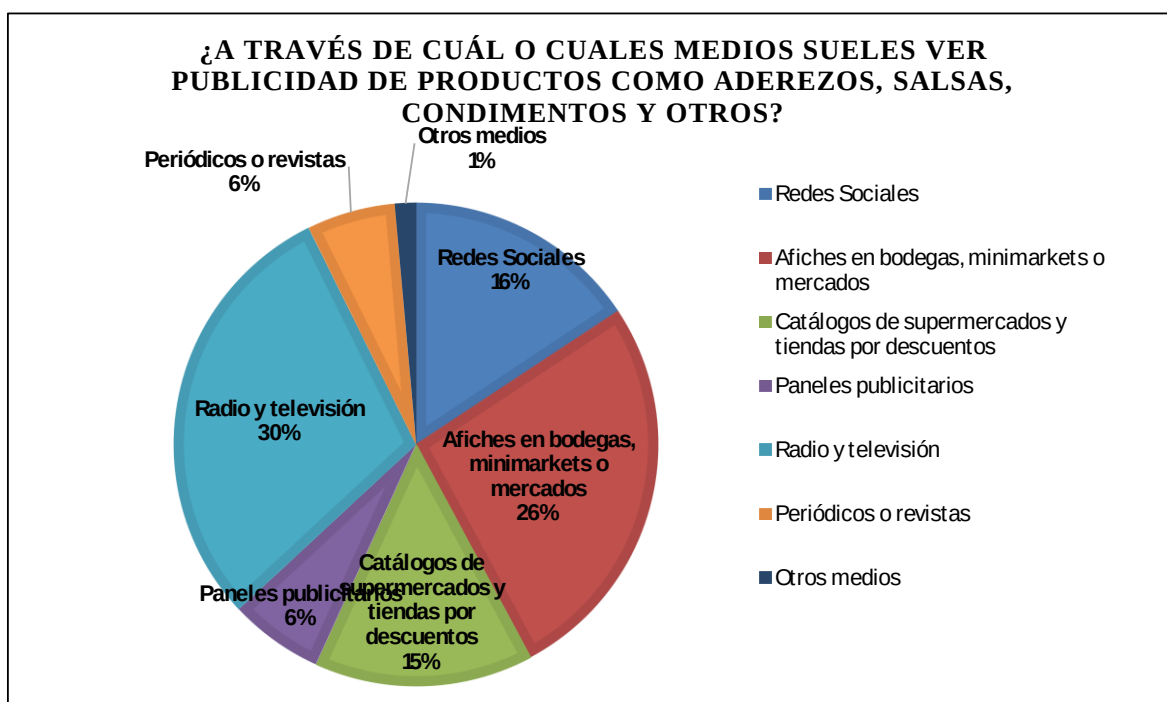


Figura 54. Gráfica de medios de publicidad donde se registra la difusión de aderezos, salsas, condimentos y otros.

- ¿Sueles tener problemas para digerir comidas con aderezos?

Según los resultados obtenidos, el 30% de los encuestados ha tenido o tiene problemas para digerir las comidas con aderezos, los beneficios de nuestro producto están enfocados para las personas que suelen tener estos malestares y a los que no lo tuvieran les facilita la digestión.

Tabla 24.
Resultado de problemas al digerir las comidas

¿Sueles tener problemas para digerir comidas con aderezos?	# Encuestados	%
Si	41	25%

No	112	70%
A veces	8	5%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

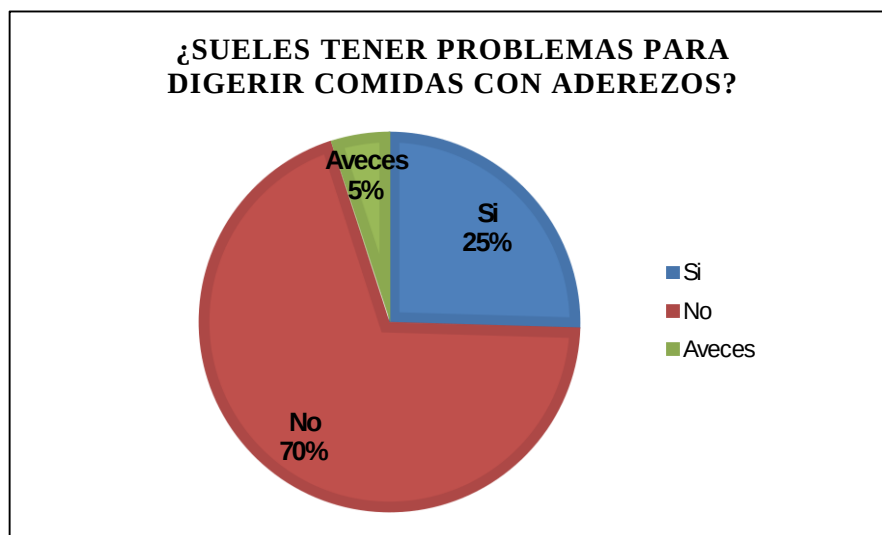


Figura 55. Gráfica de problemas al digerir las comidas.

- **¿Has recurrido alguna vez al uso de hierbas medicinales por problemas digestivos?**

Más del 70% de los encuestados ha recurrido al uso de hierbas medicinales para aliviar problemas digestivos, esto nos indica que el ingrediente que se utiliza para elaborar nuestro producto (hierbas medicinales andinas) es muy usado para tratar estos malestares y cuenta con el respaldo del público encuestado.

Tabla 25.

Resultado del uso hierbas medicinales para aliviar problemas digestivos.

¿Has recurrido alguna vez al uso de hierbas medicinales por problemas digestivos?	# Encuestados	%
Si	126	78%
No	35	22%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 56. Gráfica del uso de hierbas medicinales para aliviar problemas digestivos.

- **¿Conoces o has usado algún aderezo preparado que sea natural y a la vez medicinal?**

Según los resultados, más del 60% de encuestados no conoce o ha usado un producto similar al nuestro, esto nos indica que nuestro producto es algo innovador en el mercado y tiene poca competencia directa.

Tabla 26.

Resultado de conocimiento o uso de aderezos preparados y medicinales.

¿Conoces o has usado algún aderezo preparado que sea natural y a la vez medicinal?	# Encuestados	%
Si	51	32%
No	110	68%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

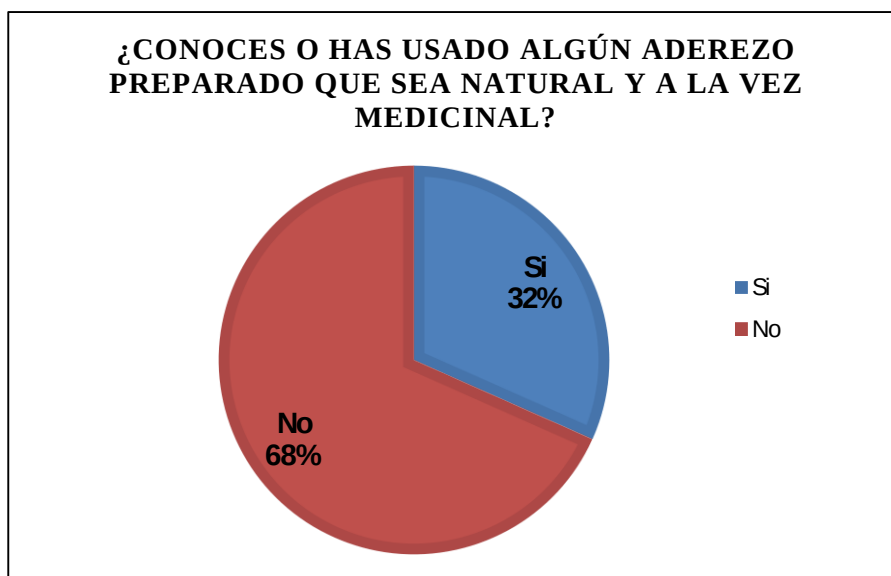


Figura 57. Gráfica de conocimiento o uso de aderezos preparados y medicinales.

- **¿Utilizarías este aderezo en la preparación de tus comidas o para sazonar tus carnes?**

Según los resultados obtenidos, el 96% de los encuestados utilizaría o podría utilizar nuestro producto, esto respalda la aceptación del producto en el mercado al cual va dirigido.

Tabla 27.

Resultado de aceptación del producto.

¿Utilizarías este aderezo en la preparación de tus comidas o para sazonar tus carnes?	# Encuestados	%
Sí	103	64%
No	7	4%
Tal vez	51	32%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

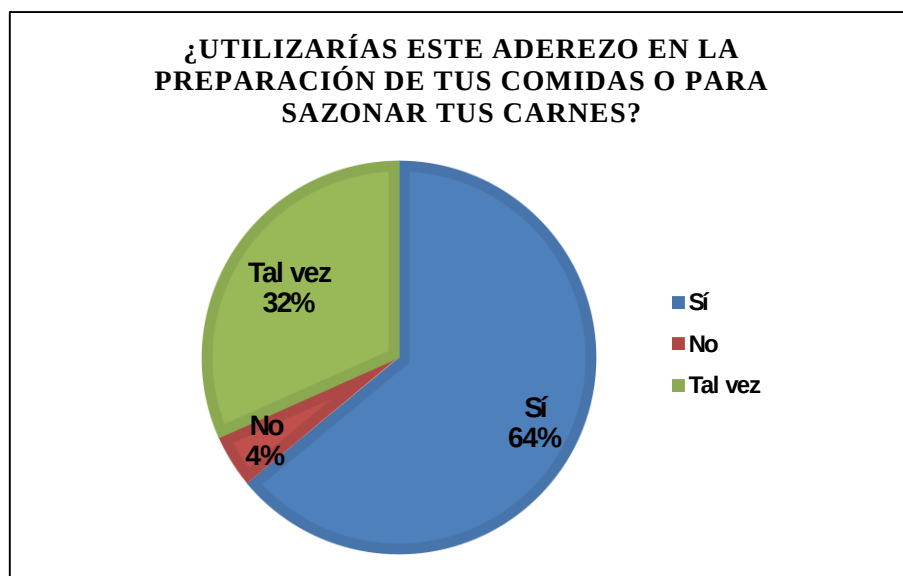


Figura 58. Gráfica de aceptación del producto.

- **¿En qué tipo de presentación te gustaría comprar el aderezo munay?**

Los encuestados indicaron que el tipo de presentación preferido para este aderezo es el frasco de vidrio de 250 gr., seguido por el Doypack con tapa de 200 gr., por ello definimos como envase de la presentación del aderezo munay al frasco de vidrio.

Tabla 28.

Resultado por preferencia del tipo de envase.

¿En qué tipo de presentación te gustaría comprar el aderezo munay?	# Encuestados	%
Doypack de 100 gr.	44	27%
Doypack con tapa de 200 gr.	55	34%
Frasco de vidrio de 250 gr.	57	35%
Otros tipos	5	3%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

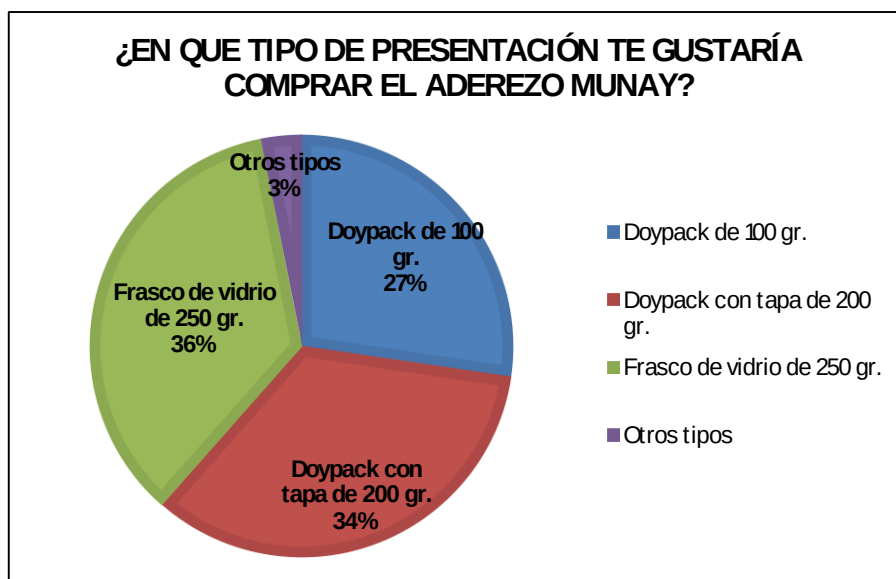


Figura 59. Gráfica por preferencia del tipo de envase.

- **¿Cuánto pagarías por tu presentación preferida de aderezo munay?**

El 36% de encuestados indico que estaría dispuesto a pagar S/. 5 por el producto, que vendría en un envase de vidrio de 250 gr., este dato nos ayudara a fijar un precio para el producto y se encuentra en el rango de precios que ofrece la competencia directa.

Tabla 29.

Resultado de precio del producto por presentación.

¿Cuánto pagarías por tu presentación preferida de aderezo munay?	# Encuestados	%
Doypack de 100 gr. por S/. 2	40	25%
Doypack con tapa de 200 gr. por S/. 3	54	34%
Frasco de vidrio de 250 gr. por S/. 5	58	36%
Otros precios	9	6%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

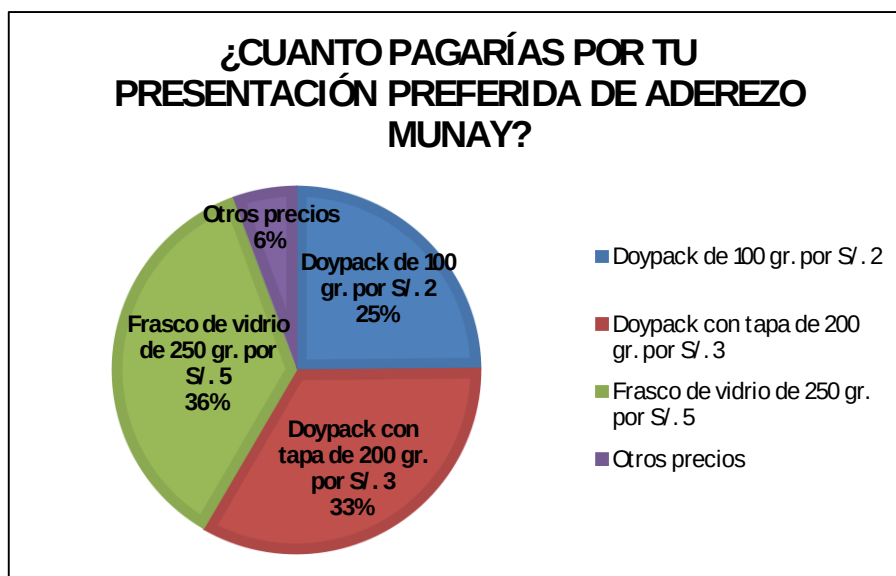


Figura 60. Gráfica de precio del producto por presentación.

- **¿Cuál o cuáles de las dos presentaciones prefieres o comprarías más?**

Los resultados de la encuesta nos indican que más del 70% prefiere o compraría la pasta roja y más del 25% compraría o prefiere la pasta verde.

Tabla 30.

Resultado de preferencia de las presentaciones.

¿Cuál o cuáles de las dos presentaciones prefieres o comprarías más?	# Encuestados	%
Pasta roja	117	73%
Pasta verde	42	26%
No precisa	2	1%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

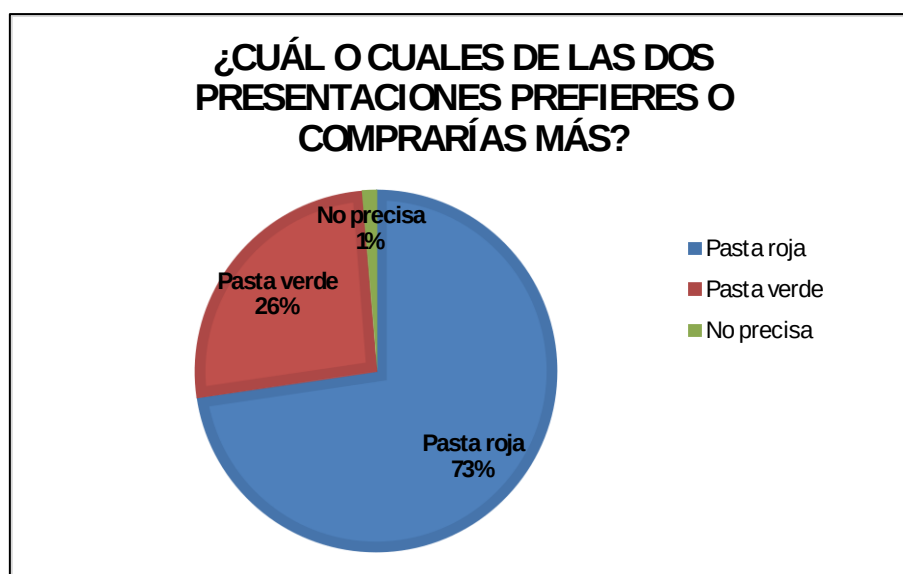


Figura 61. Gráfica de preferencia de las presentaciones.

- **¿Con que frecuencia lo comprarías?**

Según los resultados obtenidos, los encuestados comprarían el aderezo munay semanalmente y quincenalmente, lo que nos indica que la presentación de 250 gr. se podría usar durante este tiempo y además que el tiempo de vida del producto es el adecuado.

Tabla 31.

Resultado por frecuencia de compra

¿Con que frecuencia lo comprarías?	# Encuestados	%
Diariamente	6	4%
Semanalmente	78	48%
Quincenalmente	49	30%
Mensualmente	22	14%
No precisa	6	4%
Total	161	100%

Fuente: Elaboración propia.

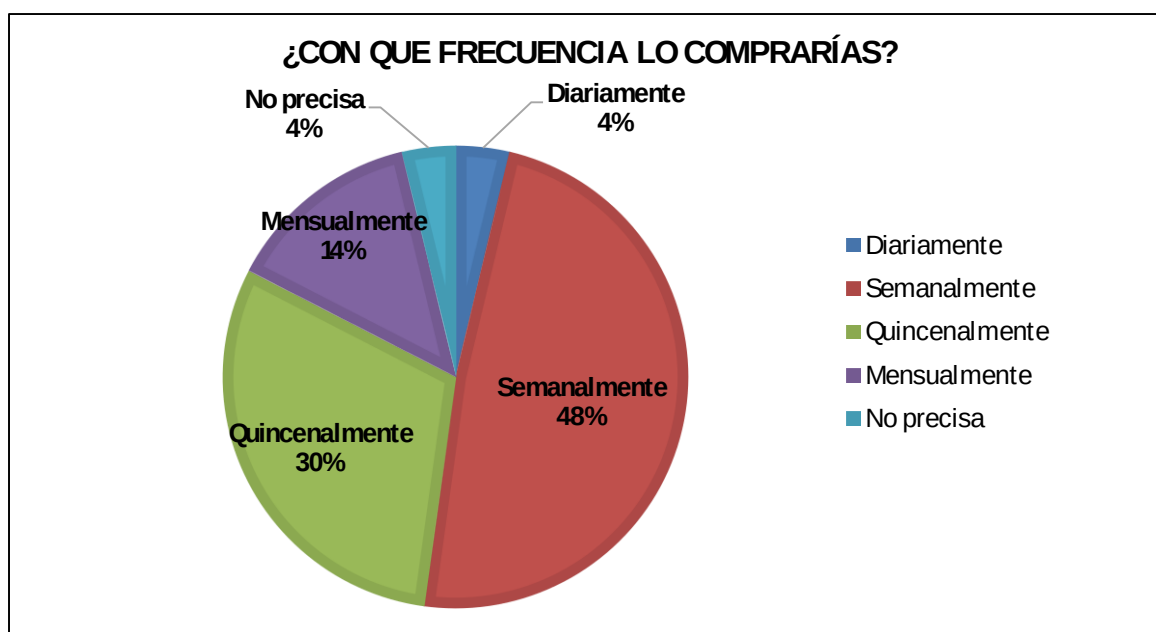


Figura 62. Gráfica por frecuencia de compra.

- **¿En qué tipos de establecimientos te gustaría adquirir nuestro producto?**

Según los resultados obtenidos, la mayor parte de encuestados indica que les gustaría adquirir el producto en bodegas, mercados y tiendas por descuento, por ello estos serán nuestros principales canales de distribución para nuestro producto.

Tabla 32.

Resultado por tipo de establecimiento de compra.

¿En qué tipos de establecimientos te gustaría adquirir nuestro producto?	# Respuestas	%
Canales digitales (Tiendas online)	12	4%
Ferias orgánicas	15	5%
Bodegas	110	37%
Mercados cercanos a tu hogar	85	28%
Tiendas por descuento (Mass, Vega, Cadenas de minimarkets)	77	26%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia.

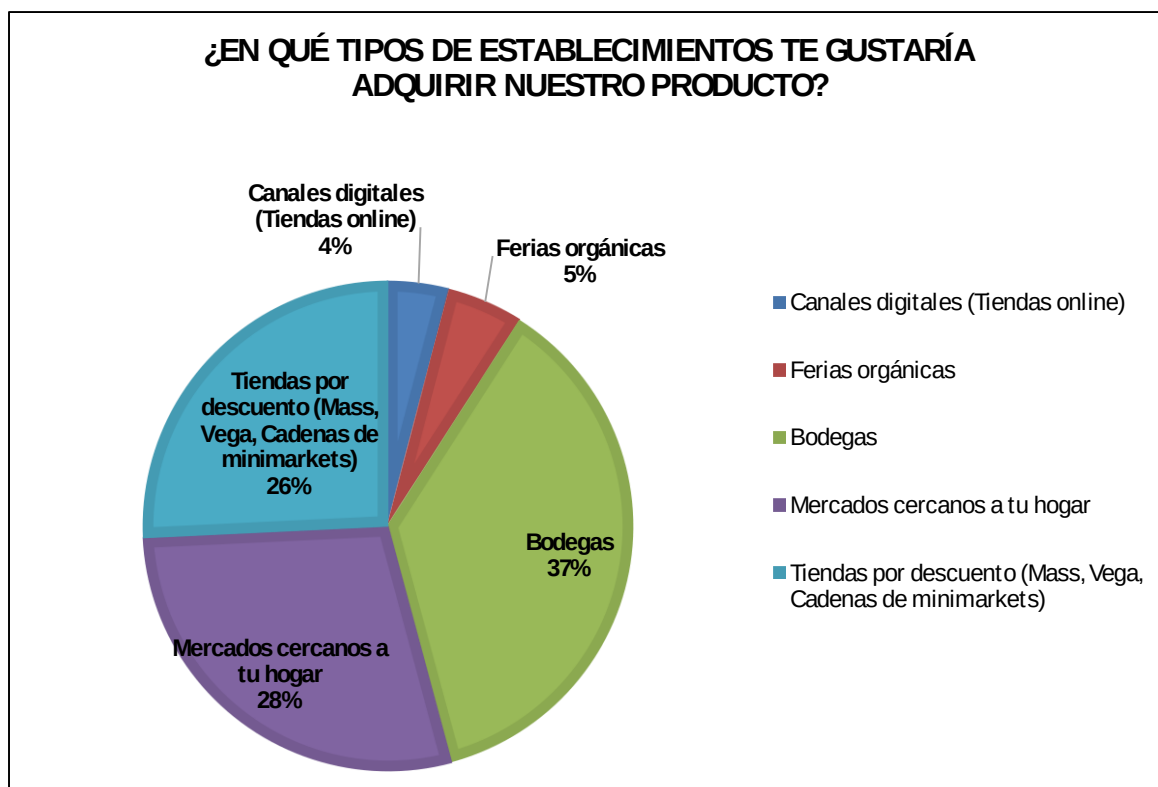


Figura 63. Gráfica por tipo de establecimiento de compra.

5.2. Demanda y Oferta

5.2.1. Estimación de mercado potencial

Para la estimación del mercado potencial se usó los siguientes criterios de segmentación:

- NSE: B y C
- Edades: 18 a 65 años
- Género: Hombres y mujeres
- Zonas: 1 y 2 de Lima Metropolitana

Tabla 33.
Población segmentación en porcentajes.

Porcentaje de población según criterios de segmentación						
N°	Distritos de Lima	Edad	NSE			Mercado potencial
		19 a 65 años	B	C	B+C	%
1	Carabayllo	61%	12%	45%	58%	35%
2	Comas	63%	12%	45%	58%	36%
3	Puente Piedra	61%	12%	45%	58%	35%
4	Independencia	62%	20%	51%	70%	44%
5	Los Olivos	66%	20%	51%	70%	46%
6	San Martín de Porres	64%	20%	51%	70%	45%

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se detalla los resultados obtenidos del cálculo para la proyección del 2021 al 2025

Tabla 34.
Población segmentada según porcentajes.

Población segmentada según porcentajes					
Distrito	Mercado Potencial 2021	Mercado Potencial 2022	Mercado Potencial 2023	Mercado Potencial 2024	Mercado Potencial 2025
Carabayllo	125,670	129,440	133,323	137,323	141,442
Comas	258,602	270,239	282,400	295,108	308,388
Puente Piedra	166,789	175,129	183,885	193,079	202,733
Independencia	116,031	119,512	123,098	126,790	130,594
Los Olivos	230,719	241,102	251,951	263,289	275,137
San Martín de Porres	434,121	455,828	478,619	502,550	527,677
TOTAL	1,331,932	1,391,250	1,453,276	1,518,139	1,585,971

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Estimación de mercado disponible

Nos basaremos en las siguientes preguntas de la encuesta para el cálculo del mercado disponible:

- ¿Con que frecuencia cocinan en su hogar?

Respuesta: 72% cocina diariamente

- ¿Utilizas aderezos preparados cuando cocinas?

Respuesta: 78% si usa aderezos preparados

Utilizaremos la siguiente fórmula para realizar el cálculo del mercado disponible: Mercado potencial * 72%* 78%.

Tabla 35.
Cálculo del mercado disponible del 2021 al 2025.

Distrito	Mercado Disponible 2021	Mercado Disponible 2022	Mercado Disponible 2023	Mercado Disponible 2024	Mercado Disponible 2025
Carabayllo	70,576	72,694	74,874	77,121	79,434
Comas	145,231	151,766	158,596	165,733	173,191
Puente Piedra	93,669	98,352	103,270	108,433	113,855
Independencia	65,163	67,118	69,132	71,205	73,342
Los Olivos	129,572	135,403	141,496	147,863	154,517
San Martín de Porres	243,802	255,993	268,792	282,232	296,343
TOTAL	748,013	781,326	816,160	852,587	890,681

Fuente: Elaboración propia.

5.2.3. Estimación de mercado efectivo

Para hacer el cálculo del mercado disponible hemos usado las siguientes preguntas, cabe mencionar que el producto viene en dos presentaciones: Pasta roja y pasta verde.

- **¿Utilizarías este aderezo en la preparación de tus comidas o para sazonar tus carnes?**

Respuesta: 64% si usaría el aderezo munay

- **¿Cuánto pagarías por tu presentación preferida de aderezo munay?**

Respuesta: 36% está dispuesto a pagar 5 soles

- **¿Cuál o cuáles de las dos presentaciones prefieres o comprarías más?**

Respuesta:

- 73% prefiere pasta roja
- 26% prefiere pasta verde

Utilizaremos la siguiente fórmula para realizar el cálculo del mercado efectivo: Mercado

Disponible * 64%

Tabla 36.
Cálculo del mercado efectivo del 2021 al 2025.

Distrito	Mercado Efectivo 2021	Mercado Efectivo 2022	Mercado Efectivo 2023	Mercado Efectivo 2024	Mercado Efectivo 2025
Carabayllo	45,169	46,524	47,919	49,357	50,838
Comas	92,948	97,130	101,501	106,069	110,842
Puente Piedra	59,948	62,946	66,093	69,397	72,867
Independencia	41,704	42,955	44,244	45,571	46,939
Los Olivos	82,926	86,658	90,557	94,632	98,891
San Martín de Porres	156,034	163,836	172,027	180,629	189,660
TOTAL	478,728	500,049	522,342	545,656	570,036

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, realizaremos el cálculo según presentación, para la pasta roja utilizaremos la siguiente formula: Mercado Disponible * 64% * 36% * 73%

Tabla 37.

Cálculo del mercado efectivo de pasta roja del 2021 al 2025.

Distrito	Mercado Efectivo 2021	Mercado Efectivo 2022	Mercado Efectivo 2023	Mercado Efectivo 2024	Mercado Efectivo 2025
Carabayllo	11,870	12,226	12,593	12,971	13,360
Comas	24,427	25,526	26,675	27,875	29,129
Puente Piedra	15,754	16,542	17,369	18,238	19,149
Independencia	10,960	11,289	11,627	11,976	12,335
Los Olivos	21,793	22,774	23,798	24,869	25,989
San Martin de Porres	41,006	43,056	45,209	47,469	49,843
TOTAL	125,810	131,413	137,272	143,398	149,805

Fuente: Elaboración propia.

Para calcular el mercado efectivo de la pasta verde utilizaremos la siguiente formulas:
 Mercado Disponible * 64% * 36% * 26%.

Tabla 38.

Cálculo del mercado efectivo de pasta verde del 2021 al 2025.

Distrito	Mercado Efectivo 2021	Mercado Efectivo 2022	Mercado Efectivo 2023	Mercado Efectivo 2024	Mercado Efectivo 2025
Carabayllo	4,228	4,355	4,485	4,620	4,758
Comas	8,700	9,091	9,501	9,928	10,375
Puente Piedra	5,611	5,892	6,186	6,496	6,820
Independencia	3,904	4,021	4,141	4,265	4,393
Los Olivos	7,762	8,111	8,476	8,858	9,256
San Martin de Porres	14,605	15,335	16,102	16,907	17,752
TOTAL	44,809	46,805	48,891	51,073	53,355

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente cuadro mostraremos el resumen de resultados del mercado efectivo de ambas presentaciones:

Tabla 39.

Resumen del mercado efectivo por presentaciones.

RESUMEN MERCADO EFECTIVO					
	Mercado Efectivo 2021	Mercado Efectivo 2022	Mercado Efectivo 2023	Mercado Efectivo 2024	Mercado Efectivo 2025
PASTA ROJA	125,810	131,413	137,272	143,398	149,805
PASTA VERDE	44,809	46,805	48,891	51,073	53,355
TOTAL	170,619	178,217	186,163	194,472	203,161

Fuente: Elaboración propia.

5.2.4. Estimación de mercado objetivo

Para hacer el cálculo del mercado objetivo utilizaremos la siguiente formula:

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

Utilizaremos 5.4% como porcentaje para el cálculo de la tasa del mercado objetivo que es la mitad del crecimiento del rubro de alimentos envasados y como tasa de crecimiento utilizaremos un porcentaje optimista del 15% de crecimiento anual. A continuación, el cálculo de la Tasa de Mercado Objetivo

Tabla 40.

Resumen del mercado efectivo por presentaciones.

TASA DEL MERCADO OBJETIVO					
AÑO O PERIODO	2021	2022	2023	2024	2025
PORCENTAJE BASE	5.40%	5.40%	6.21%	7.02%	7.830%
PORCENTAJE CRECIMIENTO		0.810%	0.810%	0.810%	0.810%
MERCADO OBJETIVO	5.40%	6.21%	7.02%	7.83%	8.64%

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, el cálculo del mercado objetivo según presentación

Tabla 41.

Calculo mercado objetivo pasta roja.

MERCADO OBJETIVO PASTA ROJA					
Distrito	Mercado Objetivo 2021	Mercado Objetivo 2022	Mercado Objetivo 2023	Mercado Objetivo 2024	Mercado Objetivo 2025
Mdo. Objetivo	5.4%	6.2%	7.0%	7.8%	8.6%
Carabayllo	641	759	884	1,016	1,154
Comas	1,319	1,585	1,873	2,183	2,517
Puente Piedra	851	1,027	1,219	1,428	1,655
Independencia	592	701	816	938	1,066
Los Olivos	1,177	1,414	1,671	1,947	2,245
San Martin de Porres	2,214	2,674	3,174	3,717	4,306
TOTAL	6,794	8,161	9,636	11,228	12,943

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42.

Calculo mercado objetivo pasta verde.

MERCADO OBJETIVO PASTA VERDE					
Distrito	Mercado Objetivo 2021	Mercado Objetivo 2022	Mercado Objetivo 2023	Mercado Objetivo 2024	Mercado Objetivo 2025
Mdo Objetivo	5%	6%	7%	8%	9%
Carabayllo	228	270	315	362	411
Comas	470	565	667	777	896
Puente Piedra	303	366	434	509	589
Independencia	211	250	291	334	380
Los Olivos	419	504	595	694	800
San Martin de Porres	789	952	1,130	1,324	1,534
TOTAL	2,420	2,907	3,432	3,999	4,610

Fuente: Elaboración propia.

5.2.5. Frecuencia de compra

Para hacer el cálculo de la frecuencia de compra de nuestro producto nos basaremos en la siguiente pregunta de nuestra encuesta:

- ¿Con que frecuencia lo comprarías?

Respuesta: Semanalmente: 78 personas o 48%

Tabla 43.
Cálculo de la frecuencia de compra.

RESPUESTAS	%	# ENCUESTADOS	FREC. DE COMPRA
Diariamente	4%	6	0
Semanalmente	48%	78	38
Quincenalmente	30%	49	15
Mensualmente	14%	22	3
Más de un mes	4%	6	0
Total	100%	161	48

Fuente: Elaboración propia.

Se determina que la intención de compra es de 48 veces por año.

5.2.6. Cuantificación anual de la demanda

Para la cuantificación de la demanda se toma como referencia la frecuencia de compra del producto, siendo estos 48 envases por año.

Tabla 43.
Cuantificación de la demanda presentación pasta roja.

CUANTIFICACION DE LA DEMANDA PASTA ROJA						
Zona	Distrito	2021	2022	2023	2024	2025
		CD	CD	CD	CD	CD
1	Carabayllo	30,768	36,445	42,434	48,750	55,407
1	Comas	63,314	76,087	89,883	104,765	120,805
1	Puente Piedra	40,835	49,309	58,527	68,544	79,417
2	Independencia	28,408	33,649	39,180	45,011	51,158
2	Los Olivos	56,487	67,884	80,191	93,469	107,780

2	San Martin de Porres	106,287	128,341	152,335	178,408	206,707
		326,099	391,715	462,550	538,948	621,273

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44.

Cuantificación de la demanda presentación pasta verde.

CUANTIFICACION DE LA DEMANDA PASTA VERDE						
Zona	Distrito	2021	2022	2023	2024	2025
		CD	CD	CD	CD	CD
1	Carabayllo	10,958	12,980	15,114	17,363	19,734
1	Comas	22,550	27,100	32,013	37,314	43,026
1	Puente Piedra	14,544	17,562	20,845	24,413	28,285
2	Independencia	10,118	11,985	13,954	16,031	18,221
2	Los Olivos	20,119	24,178	28,561	33,290	38,387
2	San Martin de Porres	37,855	45,711	54,256	63,543	73,622
		116,145	139,515	164,744	191,954	221,275

Fuente: Elaboración propia.

5.2.7. Estacionalidad

Calculamos la estacionalidad según los siguientes porcentajes tomando los siguientes valores según la estacionalidad del año, considerando un aumento en el último trimestre debido a las fiestas navideñas que aumentan el consumo de alimentos y aderezos.

Tabla 45.

Valores de estacionalidad por temporada.

Temporada	Porcentaje
Verano	15%
Invierno	25%
Primavera	25%
Otoño	35%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46.

Valores de estacionalidad por trimestre en el año.

Trimestres	2021	2022	2023	2024	2025
Trimestre 1	15%	15%	15%	15%	15%
Trimestre 2	20%	25%	25%	25%	25%
Trimestre 3	30%	25%	25%	25%	25%
Trimestre 4	35%	35%	35%	35%	35%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia.

5.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado

El problema de ventas se realizará según presentación por cada año proyectado, a continuación, los cálculos desarrollados de cada año:

Tabla 47.

Programa de ventas para el año 2021.

PROGRAMA DE VENTAS AÑO 2021				
VENTAS PASTA ROJA		VENTAS PASTA VERDE		
AÑO 2021	% VENTAS	UND	% VENTAS	UND
ENERO	5%	16,305	5%	5,807
FEBRERO	5%	16,305	5%	5,807
MARZO	5%	16,305	5%	5,807
ABRIL	7%	21,740	7%	7,743
MAYO	7%	21,740	7%	7,743
JUNIO	7%	21,740	7%	7,743
JULIO	10%	32,610	10%	11,614
AGOSTO	10%	32,610	10%	11,614
SEPTIEMBRE	10%	32,610	10%	11,614
OCTUBRE	12%	38,045	12%	13,550

NOVIEMBRE	12%	38,045	12%	13,550
DICIEMBRE	12%	38,045	12%	13,550
TOTAL	100%	326,099	100%	116,145

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48.

Programa de ventas para el año 2022.

PROGRAMA DE VENTAS AÑO 2022				
	VENTAS PASTA ROJA		VENTAS PASTA VERDE	
AÑO 2022	% VENTAS	UND	% VENTAS	UND
ENERO	5%	19,586	5%	6,976
FEBRERO	5%	19,586	5%	6,976
MARZO	5%	19,586	5%	6,976
ABRIL	8%	32,643	8%	11,626
MAYO	8%	32,643	8%	11,626
JUNIO	8%	32,643	8%	11,626
JULIO	8%	32,643	8%	11,626
AGOSTO	8%	32,643	8%	11,626
SEPTIEMBRE	8%	32,643	8%	11,626
OCTUBRE	12%	45,700	12%	16,277
NOVIEMBRE	12%	45,700	12%	16,277
DICIEMBRE	12%	45,700	12%	16,277
TOTAL	100%	391,715	100%	139,515

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49.

Programa de ventas para el año 2023.

PROGRAMA DE VENTAS AÑO 2023				
	VENTAS PASTA ROJA		VENTAS PASTA VERDE	
AÑO 2023	% VENTAS	UND	% VENTAS	UND
ENERO	5%	23,128	5%	8,237
FEBRERO	5%	23,128	5%	8,237
MARZO	5%	23,128	5%	8,237
ABRIL	8%	38,546	8%	13,729
MAYO	8%	38,546	8%	13,729
JUNIO	8%	38,546	8%	13,729
JULIO	8%	38,546	8%	13,729
AGOSTO	8%	38,546	8%	13,729
SEPTIEMBRE	8%	38,546	8%	13,729
OCTUBRE	12%	53,964	12%	19,220
NOVIEMBRE	12%	53,964	12%	19,220

DICIEMBRE	12%	53,964	12%	19,220
TOTAL	100%	462,550	100%	164,744

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 50.

Programa de ventas para el año 2024.

PROGRAMA DE VENTAS AÑO 2024				
	VENTAS PASTA ROJA		VENTAS PASTA VERDE	
AÑO 2024	% VENTAS	UND	% VENTAS	UND
ENERO	5%	26,947	5%	9,598
FEBRERO	5%	26,947	5%	9,598
MARZO	5%	26,947	5%	9,598
ABRIL	8%	44,912	8%	15,996
MAYO	8%	44,912	8%	15,996
JUNIO	8%	44,912	8%	15,996
JULIO	8%	44,912	8%	15,996
AGOSTO	8%	44,912	8%	15,996
SEPTIEMBRE	8%	44,912	8%	15,996
OCTUBRE	12%	62,877	12%	22,395
NOVIEMBRE	12%	62,877	12%	22,395
DICIEMBRE	12%	62,877	12%	22,395
TOTAL	100%	538,948	100%	191,954

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51.

Programa de ventas para el año 2025.

PROGRAMA DE VENTAS AÑO 2025				
	VENTAS PASTA ROJA		VENTAS PASTA VERDE	
AÑO 2025	% VENTAS	UND	% VENTAS	UND
ENERO	5%	31,064	5%	11,064
FEBRERO	5%	31,064	5%	11,064
MARZO	5%	31,064	5%	11,064
ABRIL	8%	51,773	8%	18,440
MAYO	8%	51,773	8%	18,440
JUNIO	8%	51,773	8%	18,440
JULIO	8%	51,773	8%	18,440
AGOSTO	8%	51,773	8%	18,440
SEPTIEMBRE	8%	51,773	8%	18,440
OCTUBRE	12%	72,482	12%	25,815
NOVIEMBRE	12%	72,482	12%	25,815
DICIEMBRE	12%	72,482	12%	25,815

TOTAL	100%	621,273	100%	221,275
--------------	-------------	----------------	-------------	----------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 52.

Programa de ventas – pasta roja del 2021 al 2025.

PROGRAMA DE VENTAS ANUALES - PASTA ROJA					
Meses	2021	2022	2023	2024	2025
ENERO	16,305	19,586	23,128	26,947	31,064
FEBRERO	16,305	19,586	23,128	26,947	31,064
MARZO	16,305	19,586	23,128	26,947	31,064
ABRIL	21,740	32,643	38,546	44,912	51,773
MAYO	21,740	32,643	38,546	44,912	51,773
JUNIO	21,740	32,643	38,546	44,912	51,773
JULIO	32,610	32,643	38,546	44,912	51,773
AGOSTO	32,610	32,643	38,546	44,912	51,773
SEPTIEMBRE	32,610	32,643	38,546	44,912	51,773
OCTUBRE	38,045	45,700	53,964	62,877	72,482
NOVIEMBRE	38,045	45,700	53,964	62,877	72,482
DICIEMBRE	38,045	45,700	53,964	62,877	72,482
TOTAL	326,099	391,715	462,550	538,948	621,273

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 53.

Programa de ventas – pasta verde del 2021 al 2025.

PROGRAMA DE VENTAS ANUALES - PASTA VERDE					
Meses	2021	2022	2023	2024	2025
ENERO	5,807	6,976	8,237	9,598	11,064
FEBRERO	5,807	6,976	8,237	9,598	11,064
MARZO	5,807	6,976	8,237	9,598	11,064
ABRIL	7,743	11,626	13,729	15,996	18,440
MAYO	7,743	11,626	13,729	15,996	18,440
JUNIO	7,743	11,626	13,729	15,996	18,440
JULIO	11,614	11,626	13,729	15,996	18,440
AGOSTO	11,614	11,626	13,729	15,996	18,440
SEPTIEMBRE	11,614	11,626	13,729	15,996	18,440
OCTUBRE	13,550	16,277	19,220	22,395	25,815
NOVIEMBRE	13,550	16,277	19,220	22,395	25,815
DICIEMBRE	13,550	16,277	19,220	22,395	25,815
TOTAL	116,145	139,515	164,744	191,954	221,275

Fuente: Elaboración propia.

PROGRAMA DE VENTAS VALORIZADO

Para el cálculo del programa de ventas a valorizado nos basaremos en el precio establecido de nuestro producto que es de 5 soles para cualquiera de las dos presentaciones.

Tabla 54.

Precio por unidad para el cálculo del programa de ventas valorizado.

PROGRAMA DE VENTAS VALORIZADO			
	Valor por unidad	IGV	Precio
MUNAY PASTA ROJA	S/ 4.10	S/ 0.90	S/ 5.00
MUNAY PASTA VERDE	S/ 4.10	S/ 0.90	S/ 5.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 55.

Cálculo del programa de ventas anuales - pasta roja.

PROGRAMA DE VENTAS ANUALES - PASTA ROJA					
MESES	2021	2022	2023	2024	2025
Enero	S/. 66,850	S/. 80,302	S/. 94,823	S/. 110,484	S/. 127,361
Febrero	S/. 66,850	S/. 80,302	S/. 94,823	S/. 110,484	S/. 127,361
Marzo	S/. 66,850	S/. 80,302	S/. 94,823	S/. 110,484	S/. 127,361
Abril	S/. 89,134	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Mayo	S/. 89,134	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Junio	S/. 89,134	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Julio	S/. 133,701	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Agosto	S/. 133,701	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Septiembre	S/. 133,701	S/. 133,836	S/. 158,038	S/. 184,141	S/. 212,268
Octubre	S/. 155,984	S/. 187,370	S/. 221,253	S/. 257,797	S/. 297,176
Noviembre	S/. 155,984	S/. 187,370	S/. 221,253	S/. 257,797	S/. 297,176
Diciembre	S/. 155,984	S/. 187,370	S/. 221,253	S/. 257,797	S/. 297,176
Total sin IGV	S/. 1,337,006	S/. 1,606,032	S/. 1,896,456	S/. 2,209,687	S/. 2,547,220
IGV	S/. 240,661	S/. 289,086	S/. 341,362	S/. 397,744	S/. 458,500
Total con IGV	S/. 1,577,667	S/. 1,895,118	S/. 2,237,818	S/. 2,607,431	S/. 3,005,720

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 56.
Cálculo del programa de ventas anuales - pasta verde.

PROGRAMA DE VENTAS ANUALES - PASTA VERDE					
MESES	2021	2022	2023	2024	2025
Enero	S/. 23,810	S/. 28,601	S/. 33,773	S/. 39,351	S/. 45,361
Febrero	S/. 23,810	S/. 28,601	S/. 33,773	S/. 39,351	S/. 45,361
Marzo	S/. 23,810	S/. 28,601	S/. 33,773	S/. 39,351	S/. 45,361
Abril	S/. 31,746	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Mayo	S/. 31,746	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Junio	S/. 31,746	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Julio	S/. 47,619	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Agosto	S/. 47,619	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Septiembre	S/. 47,619	S/. 47,668	S/. 56,288	S/. 65,584	S/. 75,602
Octubre	S/. 55,556	S/. 66,735	S/. 78,803	S/. 91,818	S/. 105,843
Noviembre	S/. 55,556	S/. 66,735	S/. 78,803	S/. 91,818	S/. 105,843
Diciembre	S/. 55,556	S/. 66,735	S/. 78,803	S/. 91,818	S/. 105,843
Total sin IGV	S/. 476,194	S/. 572,012	S/. 675,450	S/. 787,012	S/. 907,229
IGV	S/. 85,715	S/. 102,962	S/. 121,581	S/. 141,662	S/. 163,301
Total con IGV	S/. 561,909	S/. 674,974	S/. 797,031	S/. 928,674	S/. 1,070,530

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 57.
Programa de ventas de todo el proyecto.

Programa de ventas total para todo el proyecto					
MESES	2021	2022	2023	2024	2025
Enero	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Febrero	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Marzo	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Abril	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Mayo	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Junio	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Julio	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Agosto	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Septiembre	S/. 43,508	S/. 52,262	S/. 61,713	S/. 71,906	S/. 82,890
Octubre	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Noviembre	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Diciembre	S/. 65,262	S/. 78,394	S/. 92,570	S/. 107,859	S/. 124,335
Total sin IGV	S/. 652,619	S/. 783,937	S/. 925,698	S/. 1,078,593	S/. 1,243,349
IGV	S/. 117,471	S/. 141,109	S/. 166,626	S/. 194,147	S/. 223,803
Total con IGV	S/. 770,091	S/. 925,045	S/. 1,092,324	S/. 1,272,739	S/. 1,467,152

Fuente: Elaboración propia.

5.3. Mezcla de marketing

5.3.1. Producto

El producto del proyecto es un aderezo con propiedades medicinales y viene listo para usar. Este se puede utilizar en la preparación de todo tipo de comidas criollas y también para sazonar variedad de carnes.

Además de ayudar a la fácil digestión y además aporta un sabor único a las comidas resaltando el estilo culinario propio de la gastronomía peruana.

Características del producto:

- El aderezo munay viene en dos tipos de presentaciones: Pasta roja a base de paprika y pasta verde a base de culantro y espinaca, ambas con finas hierbas andinas que le ofrecen al producto un sabor agradable y beneficios medicinales.
- En su composición, este aderezo está libre de glutamato monosódico (ajinomoto) y preservantes artificiales.
- Se utiliza como preservante natural el aceite de oliva.
- Es un aderezo instantáneo, viene listo para usar y reemplaza a los sazonadores comunes de cocina.
- El producto será comercializado en un frasco de vidrio, este tipo de envase tiene gran capacidad de conservación y brinda practicidad al usuario.
- La cantidad de la presentación (250 gr.) es una cantidad que alcanza para que el producto pueda ser utilizada más de una vez y tiene como dimensiones: 7 cm largo x 9 cm de alto.
- El tiempo de vida del producto es de 15 días una vez abierto y debe ser mantenido bajo refrigeración.

- La producción y envasado del producto será bajo estrictas normas de salubridad y seguridad para asegurar la calidad del aderezo.
- El empaque y embalaje asegurara el transporte del buen estado de la mercadería y contara con la descripción del producto, cantidad, fecha y datos de la empresa.
- Se utilizará para su elaboración insumos de calidad y proveedores seleccionados rigurosamente.

Marca.

El nombre de nuestro producto será “Munay”, palabra en quechua que significa antojo, deseo o agradable. El nombre de la marca está enfocado en el uso de insumos andinos como ingrediente especial en la preparación de nuestro aderezo y el uso de esta palabra quechua revalora la cultura andina de nuestro país.

Como marca buscamos revalorar la gastronomía peruana y los beneficios medicinales de las especias y hierbas andinas.



Figura 64. Presentación del logo de munay con un fondo textil andino.

Logo.

El logo está compuesto por un símbolo y un logotipo, el primero es el dibujo de unas hojas sobre un ají paprika que representan los ingredientes de nuestro aderezo; y el segundo, un

logotipo, con el nombre de la marca “munay”, la combinación de estos elementos seguido por el eslogan al pie del logo, crean una representación gráfica agradable y memorable para el consumidor. Los colores vivos utilizados en este logo buscan la armonía entre la naturaleza y los alimentos andinos.



Figura 65. Logo de la empresa

Slogan: “Delicia andina para tu mesa”

Se determinó esta frase como slogan ya que revaloriza el uso de ingredientes nativos de los andes peruanos como la muña, el paico y el chincho en las comidas que preparamos a diario en nuestros hogares.

Envase

La presentación final de nuestro producto fue seleccionada de acuerdo a los Focus Group de trabajo que llevamos a cabo los días 04 y 11 de abril del 2020. En ambas sesiones los participantes confirmaron sus gustos, preferencias y motivos por el cual preferían un envase de vidrio usando como factores de selección sus gustos visuales, duración del producto, higiene, seguridad, reutilización. Finalmente se eligió utilizar para el envasado de nuestro aderezo en pasta un frasco de vidrio de 250 gr., aprovechando además que este envase nos asegurara la durabilidad del producto y su resistencia a derrames.



Figura 66. Primera presentación del envase.



Figura 67. Presentación del envase final.

Etiqueta

La etiqueta del aderezo munay tendrá representaciones graficas de comidas como fondo y llevará la siguiente información al reverso:

- Peso neto
- Ingredientes
- Valor nutricional
- Fecha de vencimiento
- Nombre de la empresa
- Dirección y contactos

- Registro sanitario
- Condiciones de almacenamiento



Figura 68. Etiqueta de la presentación verde.



Figura 69. Etiqueta de la presentación rojo.

Empaquetado

El empaquetado del producto se realizará según el tratamiento específico para productos alimentarios, el área de empaquetado y almacenamiento estará libre de microorganismos y tendrá una temperatura adecuada para la conservación del producto.

Para la distribución, hemos concluido realizarlo en cajas de cartón de 24 unidades, según el siguiente rotulado y etiquetado:



Figura 70. Empaque de la presentación roja.



Figura 71. Empaque de la presentación verde.

Vida útil:

La vida útil del producto dependerá de los insumos que contiene y del tipo de envase. Este aderezo en pasta natural está libre de preservantes artificiales. En su lugar utilizaremos como preservante natural al aceite de oliva, que es un aceite vegetal muy usado en este tipo de preparaciones ya que otorga durabilidad a los otros ingredientes de la mezcla y le da una textura cremosa. Hemos considerado como tiempo de vida útil de nuestro producto 15 días como máximo desde la fecha en que se abre el producto y debe ser guardado bajo refrigeración.

4.3.2 Precio.

Para establecer el precio del producto se tomó en cuenta los siguientes puntos:

- El resultado de las encuestas.
- Conclusiones de los Focus Group realizados
- Análisis de los precios de los competidores directos.

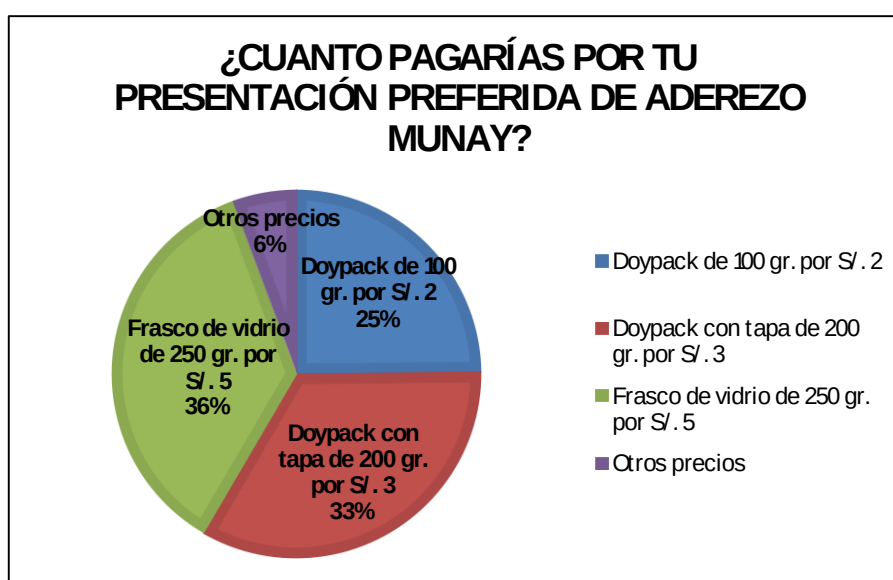


Figura 72. Grafica de precio aceptado según presentación.

También, hemos considerado los precios de mercado de nuestros competidos directos:

Tabla 58.

Cuadro comparativo de precios de la competencia directa.

Cuadro comparativo de precios de la competencia directa				
EMPRESA	DESCRIPCION	PRODUCTO	PRESENTACIONES	PRECIO
ADEREZOS DON GUILLE	Empresa dedicada a la comercialización de especias a granel y salsas de aderezos que inicio sus actividades hace más de 20 años en un puesto del mercado en distrito de Villa el Salvador, Lima Sur.	envase vidrio 400 gr. 	Aderezos: - Pollo a la brasa - Pavo - Pachamanca - Comidas peruanas.	400 gr. S/ 10.00
ADEREZOS DOS BANDERAS	En una empresa dedicada a la elaboración de diversos tipos de salas de aderezos y cuenta con una Planta de Producción ubicada en el distrito de San Martin de Porres y posicionamiento en el mercado de Lima Norte.	sobre 100gr./ doypack 300 gr. 	Aderezos: - Adobo de cerdo, costillas. - Pachamanca, - Pollos, pavo, orientales, - Comidas criollas, otros.	Sobre 100 gr. S/ 2.97 Doypack 300 gr. S/7.50
ADEREZOS DE MERCADOS ZONALES A GRANEL	Referido a aquellos puestos de mercados zonales distritales, en los que se realiza la combinación del aderezo a granel insitu.	Bolsillas a granel altamente perecibles 	Aderezos preparados día a día de forma manual y vendida a granel, diversos tipos de comidas.	Bolsillas desde S/ 1.00 a S/ 5.00

Fuente: Elaboración propia.

Con los estudios de mercados realizados mediante los Focus Group y encuestas, tomando en cuenta las preferencias y opiniones de los consumidores finales, y además realizando un análisis comparativo de precios con los competidores directos, se optó por fijar el siguiente precio sugerido para el público:

Cualquiera de las dos presentaciones que vienen en un frasco vidrio de 200 gr. por el valor de 5 soles incluido I.G.V.

Tabla 59.
Precio por unidad de las dos presentaciones.

Presentación	Valor de Venta	IGV	Precio al consumidor	Precio al distribuidor
PASTA ROJA	S/4.24	S/0.76	S/5.00	S/4.00
PASTA VERDE	S/4.24	S/0.76	S/5.00	S/4.00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3 Plaza.

Para determinar los puntos de venta de nuestro producto, nos basamos en el estudio de mercado realizado, y tras el análisis correspondiente, coincidimos en utilizar como canales de distribución los mercados mayoristas y las tiendas por descuento Mass y Vega, que se encuentran en la zona de Lima Norte.

Podemos identificar la forma de distribución de nuestro producto a través de los siguientes tipos de canales:

- Canal Indirecto largo: Mercados mayoristas zonales.



Figura 73. Representación gráfica del canal indirecto largo.

- Canal Indirecto Corto: Tiendas por descuento



Figura 74. Representación gráfica del canal indirecto corto.

En ese sentido, recopilando información del Instituto Metropolitano de Planificación ubicamos geográficamente a los principales mercados mayoristas (en color azul) y un amplio número de mercados locales (color verde) en la Zona de Lima Norte se definieron los siguientes puntos de distribución:

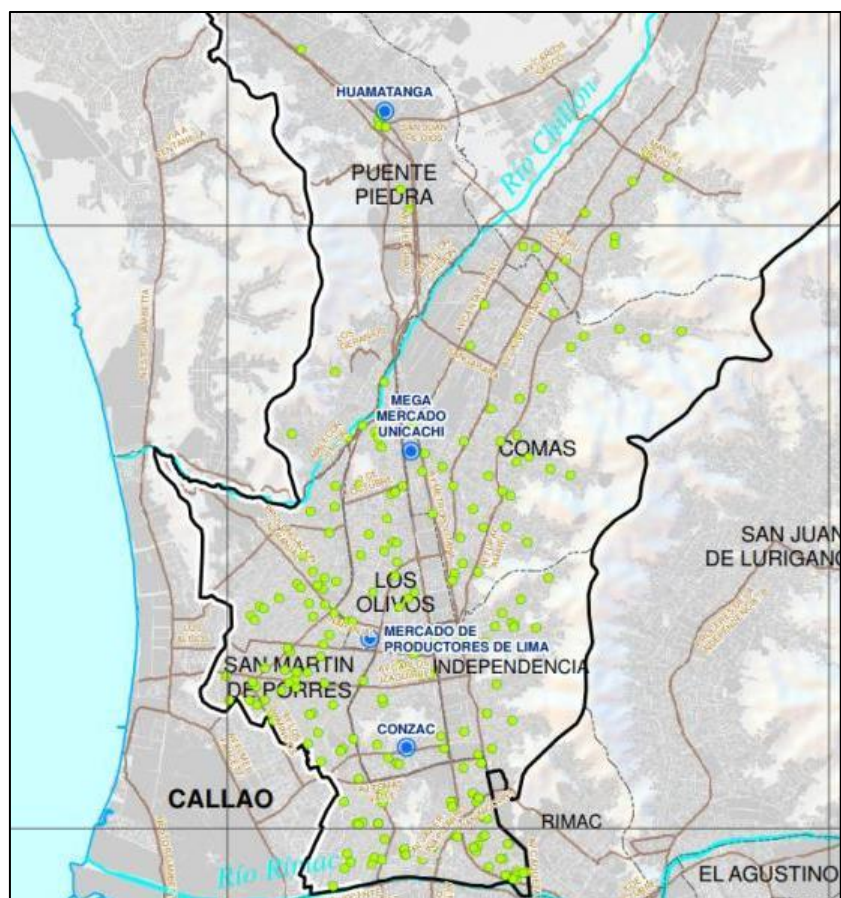


Figura 75. Mapa de ubicación de los mercados locales de Lima Norte.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

- **Mercados mayoristas locales:** Identificamos e ubicamos 4 de los principales mercados mayoristas de la zona en las que buscaremos posicionar nuestro producto. Estos son:

Tabla 60.

Mercados locales de Lima Norte.

MERCADO MAYORISTA	DISTRITO	DIRECCIÓN
Mercado de Huamantanga	Distrito de Puente Piedra	Av. Leónidas Gutiérrez 194, Puente Piedra 15121
Mercado Unicachi	Distrito de Comas	Av. Alfredo Mendiola 7810, Comas
Mercado Productos de Lima: MERPRO	Distrito de Los Olivos	Av. Universitaria 1530, Los Olivos
Mercado CONZAC	Distrito de Los Olivos	Av. Angélica Gamarra 850.

Fuente: IMP Lima Norte2013.

De la misma manera, en una primera etapa contaremos con un número limitado de mercados mayoristas, posteriormente se irán aumentando más canales de distribución en los otros mercados mayoristas locales.

- **Tiendas por descuento:** Buscaremos crear un vínculo comercial con las tiendas por descuento como Mass y Vega market. Primero iniciaremos ubicando dos puntos en el distrito de Los Olivos para luego ir abarcando la demás tienda por descuento de la zona, ofreciendo muestras gratis a los clientes e impulsando las ventas de nuestro producto a través de la realización de una estrategia sampling (degustación).

Tabla 61.

Tiendas por descuento para iniciar la comercialización.

TIENDA POR DESCUENTO	DISTRITO	DIRECCIÓN
Vega Market	Los Olivos	Av. Marañón 1210, Los Olivos.
Tiendas MASS	Los Olivos	Av. Las Palmeras 3888, Los Olivos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 62.
Distribución de ventas según canales de venta y distribución.

Distribución de ventas x canales				Proyección de puntos de ventas durante el proyecto					
	Canales de venta	Puntos de venta	%	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Canales Indirectos	Mercados Mayoristas	4	55%	2	4	4	5	5	5
	Tiendas por descuento	8	45%	3	5	5	7	7	7
	Total	12	100%	5	9	9	12	12	12

Fuente: Elaboración propia.

4.3.4 Promoción.

Nuestro objetivo como marca es lograr posicionarnos en la mente de los consumidores creando un vínculo especial entre la marca y el cliente final, por ello resaltaremos los beneficios de nuestro producto a través de campañas de concientización del cuidado de la salud y también campañas sobre la revaloración de la cultura culinaria andina.

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO:

Las estrategias de lanzamiento las hemos planteado según los puntos de distribución establecidos:

Esta campaña tendrá como objetivo dar a conocer nuestro producto al mercado de Lima Norte.

Mercados Mayoristas zonales:

- A través de afiches publicitarios en físico buscaremos dar a conocer nuestra marca al público, estos serán colocados en las tiendas mayoristas, puestos de mercados locales y bodegas.
- Ofreceremos muestras gratis a los comerciantes de estos puntos de venta para que puedan degustar el producto y a la vez recomendarlo a sus clientes habituales.

- Ofreceremos precios especiales a los comerciantes mayoristas que adquieran lotes grandes del producto manteniendo porcentajes de ganancias para ellos y para nuestra empresa.

Tiendas por descuento (Mass y Vega Market), Ferias Ecológicas:

- Se ofrecerá degustaciones o estrategia Sampling del producto a través de personal de ventas capacitado ubicados dentro de estos establecimientos.
- Se realizarán activaciones donde daremos a conocer los beneficios que ofrece nuestro producto y sortearemos productos para los asistentes.
- Se ofrecerá promociones por la compra de varias unidades como regalo de utensilios de cocina, mandiles con el logo y otro tipo de merchandasing



Figura 76. Presentación en las redes sociales.

Redes sociales:

- Se invertirá en campañas para ganar seguidores en el fanpage para así posicionarnos en las redes sociales con un gran número de seguidores.

- Creación de contenido que genere interacción en nuestros seguidores como recetas utilizando el aderezo en pasta roja, verde o ambos.
- Difusión de contenido interactivo mostrando los beneficios que ofrece nuestro producto.
- Realizaremos sorteos y lanzamiento de promociones exclusivas para nuestros seguidores.
- Mostraremos videos de chefs utilizando nuestro producto.



Figura 77. Presentación en las redes sociales.

Plataforma web / Tienda online

- Se utilizará la página web para brindar información actualizada sobre el producto, sus beneficios, puntos de venta, presentaciones, recetas, experiencias, etc.
- La página web incluiría una tienda online para pedidos por mayor y menor con medios de pagos digitales directos para agilizar el proceso de compra.

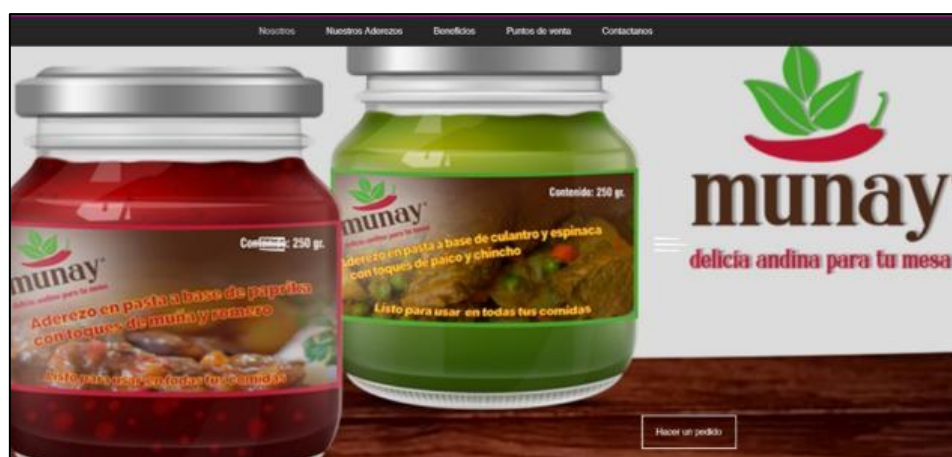


Figura 78. Presentación de la web de la empresa.

4.3.4.1. Campaña de Lanzamiento.

Tabla 63.

Campaña de Lanzamiento en el año 0 - Duración: 4 meses.

Presupuesto de campaña de lanzamiento						
	Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Plataformas digitales	Diseño Web	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.180.00	S/.1,180.00
	Hosting	anual	S/.150.00	S/.150.00	S/.27.00	S/.177.00
	Dominio	anual	S/.60.00	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
	Anuncios en Facebook Ads	4	S/.200.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
	Anuncios en Google Ads	4	S/.200.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Ferias locales	Alquiler de Stand de Feria	1	S/.500.00	S/.500.00	S/.90.00	S/.590.00
	Mobiliario Stand de Ferias	1	S/.800.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
	Decoración de Stand de feria	1	S/.800.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
	Impulsadores de Stand Feria (Disfrazados)	2	S/.1,000.00	S/.2,000.00	S/.360.00	S/.2,360.00
Material gráfico	Banners publicitarios de 200 cm x 100 cm	2	S/.60.00	S/.120.00	S/.21.60	S/.141.60

Activaciones (Merchandising, Regalos)	Impresión tarjetas de presentación	4	S/.50.00	S/.200.00	S/.36.00	S/.236.00
	Impresiones volantes 1/4 A4	3	S/.100.00	S/.300.00	S/.54.00	S/.354.00
	Afiches publicitarios A6	1	S/.50.00	S/.50.00	S/.9.00	S/.59.00
	Adquisición de módulos publicitarios desarmables	1	S/.300.00	S/.300.00	S/.54.00	S/.354.00
	Polos publicitarios	250	S/.2.50	S/.625.00	S/.112.50	S/.737.50
	Bolsas ecológicas	250	S/.2.50	S/.625.00	S/.112.50	S/.737.50
	Mandiles publicitarios	250	S/.3.00	S/.750.00	S/.135.00	S/.885.00
	Utensilios de cocina	100	S/.5.00	S/.500.00	S/.90.00	S/.590.00
	Menaje para degustación	1	S/.200.00	S/.200.00	S/.36.00	S/.236.00
	Total		S/.10,580.00	S/.1,904.40	S/.12,484.40	

Fuente: Elaboración propia.

MARKETING MIX

Se ha estructurado la siguiente estrategia de lanzamiento para los 5 años que dura el proyecto.

Tabla 64.

Plan de lanzamiento de la marca.

Plan de lanzamiento de la marca	
AÑO 01	
PRODUCTO	Se llevará a cabo el lanzamiento oficial de nuestro producto en dos eventos, en los cuales se realizarán la preparación de 02 platos, una para cada presentación, pasta roja y pasta verde. Este evento se repetirá en los fines de semana de forma trimestral variando los puntos de venta.
PRECIO	Se fijará el valor comercial ya predeterminado en el estudio de mercado.
PLAZA	Los eventos se llevarán a cabo en: uno en el mercado mayorista (MERPRO) y el segundo en la tienda por descuento (VEGA market). Estableceremos el contacto con los mercados mayoristas para ofrecer nuestro producto en sus instalaciones, se ha realizado comunicaciones vía correo electrónico con las tiendas por descuento identificadas y se trabajó la elaboración de un primer formato de contrato.

PROMOCIÓN	Para que los mercados conozcan nuestro producto se realizara la degustación (sampling) y ventas de nuestro producto. Se hará de conocimiento a nuestros distribuidores y consumidores la página web y red social del producto, donde encontraran información y datos de nuestro producto, así como un canal de ventas.
AÑO 02	
PRODUCTO	Se buscará el afianzamiento de nuestro producto en los cuatro mercados mayoristas identificados.
PRECIO	Se fijará el valor comercial ya predeterminado en el estudio de mercado.
PLAZA	Se incrementarán los canales de distribución de mercados zonales de lima norte y se ampliara el formato de ventas online, sea internet o red social.
PROMOCIÓN	Por un incremento natural del grupo de personas tras el año 01 en nuestras redes sociales, se realizarán campañas promocionales vía esta plataforma, compra de anuncios, solo virtuales.
AÑO 03	
PRODUCTO	Se buscará el afianzamiento de nuestro producto en el mayor número de los mercados zonales locales de Lima Norte.
PRECIO	Se puede establecer descuentos al precio de venta por un incremento de la producción.
PLAZA	Se reforzarán las ventas online y de redes sociales mediante canales de compra seguros con tarjeta de crédito y pagos virtuales.
PROMOCIÓN	Incremento de publicidad contratada vía redes sociales e internet, promociones sobre degustaciones de platos con el producto hecha por chefs seleccionados.
AÑO 04	
PRODUCTO	Se desarrollará una nueva presentación del producto, previo estudio de mercado.
PRECIO	Se aplicará un manejo de precio de venta por cantidades de volumen
PLAZA	Se realizará el estudio de mercado y las gestiones correspondientes para ampliar el canal de distribución a centros comerciales.
PROMOCIÓN	Se seguirá con la continuidad de la plataforma vía redes sociales e internet, impulsos de campañas de ventas por temporadas, anuncios y flyers en canales de distribución.
AÑO 05	
PRODUCTO	Se buscará afianzar las nuevas líneas del producto e ingresar al mercado local metropolitano.
PRECIO	Previo estudio de mercado, se consolidarán precios según estudios de mercado a nuevas zonas.
PLAZA	Se buscará afianzar las plazas iniciales en su totalidad y se buscará el ingreso al mercado metropolitano.
PROMOCIÓN	Se llevarán a cabo anuncios en diferentes plataformas online y medios físicos como anuncios en paneles electrónicos, anuncios en radio y televisión. Se utilizarán estrategias de posicionamiento en redes, además de incrementar el merchandising.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 65.
Gastos de promoción por año.

Inversión	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hosting	Pago anual	S/150.00	S/150.00	S/150.00	S/150.00	S/150.00
Dominio	Pago anual	S/60.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00	S/60.00
Anuncios en Facebook Ads	4 anuncios por mes	S/8,400.00	S/9,240.00	S/11,088.00	S/12,196.80	S/13,416.48
Anuncios en Google Ads	5 anuncios por mes	S/10,200.00	S/11,220.00	S/13,464.00	S/14,810.40	S/16,291.44
Alquiler de Stand de Feria y decoración	1-2 ferias x año	S/1,500.00	S/2,250.00	S/2,700.00	S/2,970.00	S/3,267.00
Impulsadores de Stand Feria (Disfrazados)	1 animador x activación	S/5,400.00	S/5,940.00	S/7,128.00	S/7,840.80	S/8,624.88
Afiches publicitarios A6 (1 millar)	1 millar	S/600.00	S/660.00	S/792.00	S/871.20	S/958.32
Impresión volantes 1/4 A4	1 millar	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00
Polos publicitarios (1/2 millar)	500 und	S/1,875.00	S/2,062.50	S/2,475.00	S/2,722.50	S/2,994.75
Bolsas ecológicas (1/2 millar)	500 und	S/1,875.00	S/2,062.50	S/2,475.00	S/2,722.50	S/2,994.75
Mandiles publicitarios	500 und	S/2,250.00	S/2,475.00	S/2,970.00	S/3,267.00	S/3,593.70
Utensilios de cocina	100 und	S/1,500.00	S/1,650.00	S/1,980.00	S/2,178.00	S/2,395.80
pasajes y contingencias vendedores		S/20,800.00	S/20,800.00	S/26,000.00	S/26,000.00	S/31,200.00

Total sin IGV	S/55,810 .00	S/59,770 .00	S/72,482 .00	S/76,989 .20	S/87,147. 12
IGV	S/10,045 .80	S/10,758 .60	S/13,046 .76	S/13,858 .06	S/15,686. 48
Total con IGV	S/65,855 .80	S/70,528 .60	S/85,528 .76	S/90,847 .26	S/102,833 .60

Fuente: Elaboración propia

Capítulo VI Estudio legal y organizacional

6.1. Estudio Legal

6.1.1. Forma societaria.

La forma societaria que tendrá la empresa será una Sociedad Anónima Cerrada, Esta forma de sociedad está regulada por la Ley General de sociedades (Ley 26887), por tanto, tendrá las siguientes características:

- La empresa estará constituida por cinco socios-accionistas.
- No estará sujeto al Registro Público en el mercado de valores.
- Contará con un Directorio.
- El capital estará delimitado por el aporte de cada uno de los socios y estas acciones estarán registradas en el Registro de Matricula de Accionistas.

Tabla 66

Lista de accionistas de la sociedad.

	Accionistas	% Participación
1	Rosa Cieza Vargas	20 %
2	Mayra Franco Ríos	20 %
3	Johanna León Escobar	20 %
4	Edver Luna Goñi	20 %
5	Miguel Jara Padilla	20 %
		100 %

Fuente: Elaboración propia.

El trámite de la constitución de la empresa la realizaremos en las oficinas del MAC, donde el Ministerio de Producción brinda la elaboración gratuita de la minuta y solo cobran gastos notariales. Además de brindar asesoría para este trámite.

Tabla 67.

Trámites para la constitución de la empresa.

Trámites para la constitución de la empresa		
Trámites	Duración	Total
Búsqueda de Nombre en Sunarp	1 día	S/. 5.00
Reserva de nombre en Sunarp		S/. 20.00
Elaboración del acto constitutivo o minuta	1 día	S/0.00
Elaboración de escritura pública e inscripción en Sunarp	6 días	S/. 330.00
Obtener RUC	1 día	S/. 0.00
Total		S/. 355.00

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2. Registro de la marcas y patentes

El trámite se puede hacer virtualmente haciendo la solicitud de registro en la página web de INDECOPI para ello se debe hacer lo siguiente:

- Ingresar Indecopi
- Completar los datos y se llena un formulario en la opción “regístrese” (aquí obtendrás una cuenta en eMarcas)
- Llenar los datos como persona jurídica.

Figura 79. Solicitud de registro de Marcas en la web de Indecopi.

Fuente: <https://registrodemarca.com.pe/procesos>

Registro del Logo

Cumpliendo con el registro del logo, buscaremos en la Clasificación Niza – 11º edición, versión 2019, en la que hallaremos a que clase 30 que comprende los productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos.



Figura 80. Logo de la empresa.

Registro del nombre comercial

Los requisitos para la inscripción del nombre comercial ante INDECOPI son los siguientes:

- 3 copias del formato de la solicitud, aquí se registran los datos de la persona jurídica, este se empleará para el envío de notificaciones.
- 3 copias de aprox. 5 cm. x 5cm. para registrar el signo.
- Detallar los productos que se desea apreciar con el signo solicitado y también a la clase a la que pertenecen.
- Realizar el pago correspondiente a este trámite en cualquier forma de pago (efectivo, tarjeta de crédito o débito) y tiene un costo del 13.90% de la UIT.

Tabla 68.

Trámites para la constitución de la empresa.

Trámites para el registro de marcas y patentes		
Actividades	Duración	Tasa registral
Búsqueda Fonética - figurativa	3 días hábiles	S/. 38.46
Solicitud de Registro de Marca	3 meses en promedio	S/. 534.99
Certificado de Registro de Marca	30 días hábiles en promedio	S/. 0.00
Registro nombre comercial	180 días en promedio	S/. 534.99
Total		S/1,108.44

Fuente: Elaboración propia.

6.1.3. Licencias y autorizaciones.

Para gestionar la apertura de nuestro local de atención el cual estará ubicado en el Distrito de Los Olivos y gestionaremos todo trámite en el municipio de este distrito. Para todo ello es necesario hacer las siguientes actividades para obtener las autorizaciones y licencias correspondientes.

- Licencia de funcionamiento

- Solicitarlo en la Municipalidad de Los Olivos y adjuntar lo siguientes requisitos: Vigencia de poderes para los accionistas, Declaración jurada, y la inspección técnica Defensa Civil.
- Inscripción de seguridad en Defensa Civil
- Ejecutar las condiciones para la seguridad para obtener la autorización de INDECI.
- Defensa Civil
- Dicho costo es en función a los metros cuadrados que contiene el local de atención y nuestro local tiene un rango de 100m² a 500m².
- Registro sanitario DIGESA

Tabla 69.
Inversión para tramitar licencias y autorizaciones.

Trámites para adquirir Licencias y autorizaciones de funcionamiento			
Tramites	Duración	IGV	TOTAL
Licencia de Funcionamiento	12 días	S/42.56	S/279.00
Inscripción de Seguridad de Defensa Civil	12 días	S/11.60	S/76.00
Defensa Civil	7 días	S/17.54	S/115.00
Registro Sanitario DIGESA	7 días	S/44.28	S/290.28
Monto Total	39 días	S/115.98	S/760.28

Fuente: Elaboración propia.

6.1.4. Legislación laboral.

Nuestra empresa se acogerá al Régimen Laboral Especial de la Microempresa y Pequeña Empresa (MYPE) mediante las siguientes condiciones:

- Remuneración, los trabajadores bajo contrato tienen el derecho a recibir la remuneración mínima vital decretada por la ley (actualmente S/. 930).

- Jornada de trabajo, la jornada para este régimen es de 8 horas diarias o 48 horas semanales, al igual que en todos los demás regímenes.
- Descanso semanal obligatorio, dicho descanso y los feriados se establecen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.
- Descanso vacacional, tiene derecho como mínimo quince días calendario de vacaciones por cada año de servicios según el Decreto Legislativo N° 713.
- La indemnización por despido - injustificado, es equivalente a las 10 remuneraciones diarias y como máximo 90 por cada año completo de servicios.
- Seguridad social en salud, tienen que ser afiliados como mínimo al Componente del Sistema Integral de Salud (SIS) y si el empleador desea, puede inscribirlo en ESSALUD.
- Sistema de Pensiones, estarán asegurados en el Sistema Nacional de Pensiones o al Sistema privado de pensiones.
- Licencia prenatal y postnatal, tiene derecho a gozar 49 días pre - natal y 49 días post - natal, luego tiene derecho a 1 hr. diaria para dar de lactar hasta que el niño cumpla un año de edad.
- Licencia de paternidad, tiene derecho a ausentarse 10 días por nacimiento de su hijo.

Requisitos para registrarse:

- Inscribirse en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, el cual está disponible en la página web del Mintra.
- RUC y Clave SOL.
- Contar como mínimo con un trabajador en la planilla

6.1.5. Legislación Tributaria.

La empresa se acogerá al régimen MYPE tributario que establece un límite de ingresos de hasta 1700 UIT y no tiene límite de compras, a continuación, los aspectos básicos de este régimen tributario:

Tabla 70.
Aspectos tributarios del Régimen MYPE tributario.

Concepto	Valor
Impuesto a la renta (IR)	Mensual de 1% o 1.5% de ingresos netos y anual el 29.5% sobre la utilidad neta.
Impuesto General a las Ventas (IGV)	18%
Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF)	0.005%
Comprobantes de pago	Factura, boleta de venta y los demás permitidos
Declaración anual - renta	SI
Activos fijos y trabajadores	Sin limite

Fuente: Elaboración propia.

6.1.6. Otros aspectos legales.

Normas FAO.

Codex Stan 192 – 1995.

Norma General para los aditivos alimentarios. Son normas sobre límites máximos de alimentos que debe tener una salsa de un elemento químico determinado.

Requerimiento del código de barras.

Para nuestro producto utilizaremos GTIN – 8 del cual mantiene un costo de \$8 por dígito ingresado, que al total serían \$ 64. Con una respuesta como máximo de 72 horas y si por alguna razón el cliente no cumple con los estándares tendrán que ser corregidos.

Las Buenas Prácticas de manufactura.

Decreto Supremo N° 007-98-SA con fecha 25/09/98.

Reglamento que llevara a cabo la Vigilancia y Control Sanitario sobre Alimentos y Bebidas.

Validación Técnica Oficial del Plan HACCP.

Decreto Supremo N° 007-98-SA, Artículos 58 y 59 con fecha 25/09/98.

Realización documentaria mediante DIGESA y mantiene un costo de S/. 985.30 por Línea de Producto.

Tabla 71.

Validación Técnica Oficial del Plan HACCP.

Tramite	Validación Técnica Oficial del Plan HACCP
Requisitos	1- Solicitud dirigida al Director General de DIGESA, firmada por el representante legal, N° RUC 2- Plan HACCP (BPM) 3- Pago por el tramite
Costo	10% para el Registro Sanitario S/. 385
Costo UIT S/. 850	23.98% validación de HACCP S/. 923.23

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 72.
Inversión para autorizaciones.

Autorizaciones	Cantidad	Duración	Costo Unit	Costo sin IGV	IGV	TOTAL
Valid. Tec. Oficial Plan HACCP	2	Max. 30 días	S/985.30	S/1,970.60	S/354.71	S/2,325.31
Requerimiento Código de Barras	8	Max. 72 hr.	S/27.28	S/218.24	S/39.28	S/257.52
Total				S/2,188.84	S/393.99	S/2,582.83

Fuente: Elaboración propia.

6.1.7. Resumen del capítulo.

A continuación, presentaremos un resumen de la inversión de todos los puntos vistos, distribuido en las áreas de Administración, Ventas y Producción.

Tabla 73.
Resumen de inversión de licencias, patentes y trámites de constitución.

INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES							
	ITEM	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
PRODUCCIÓN	Registro Sanitario DIGESA	Licencias y autorizaciones	1	S/. 246.00	S/. 246.00	S/. 44.28	S/. 290.28
	Valid. Tec. Oficial Plan HACCP	Otras autorizaciones	2	S/. 985.30	S/. 1,970.60	S/. 354.71	S/. 2,325.31
	Requerimiento Código de Barras	Otras autorizaciones	8	S/. 27.28	S/. 218.24	S/. 39.28	S/. 257.52
	TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: PRODUCCIÓN				S/. 2,434.84	S/. 438.27	S/. 2,873.11
ADMINISTRACIÓN	Búsqueda de Nombre en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 4.24	S/. 4.24	S/. 0.76	S/. 5.00

	Reserva de nombre en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 3.05	S/. 20.00
	Elaboración de escritura pública e inscripción en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 279.66	S/. 279.66	S/. 50.34	S/. 330.00
	Licencia de Funcionamiento	Licencias y autorizaciones	1	S/. 236.44	S/. 236.44	S/. 42.56	S/. 279.00
	Defensa Civil	Licencias y autorizaciones	1	S/. 161.86	S/. 161.86	S/. 29.14	S/. 191.00
	TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: ADMINISTRACIÓN				S/. 699.15	S/. 125.85	S/. 825.00
	Búsqueda Fonética - figurativa	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 32.59	S/. 32.59	S/. 5.87	S/. 38.46
VENTAS	Registro de Marca	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 453.38	S/. 453.38	S/. 81.61	S/. 534.99
	Registro nombre comercial	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 453.38	S/. 453.38	S/. 81.61	S/. 534.99
	TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: VENTAS				S/. 939.36	S/. 169.08	S/. 1,108.44

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Estudio Organizacional.

6.2.1. Organigrama funcional.

Aderezos Munay S.A.C tendrá la siguiente organización funcional representada en el siguiente organigrama:

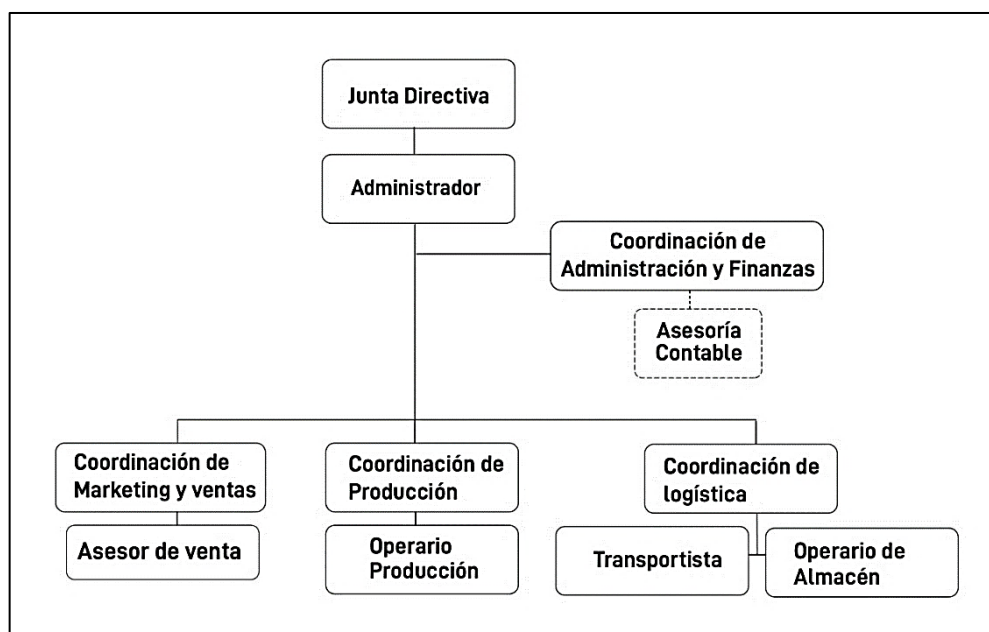


Figura 82. Organigrama Funcional Aderezo Munay S.A.C.

La empresa contara con los siguientes puestos de trabajo:

Administrador:

Es el encargado de controlar y dirigir el funcionamiento de la empresa según los objetivos y planes establecidos, estableciendo políticas y mejoras para el bienestar de la organización y asegurando el soporte financiero de la empresa. Reporta directamente con la Junta de Accionistas, por el cual es elegido o convocado.

Coordinación de área:

Los coordinadores de cada área son los encargados de poder planificar, organizar y controlar las actividades en cada proceso dirigiendo y observando al personal para orientarlo en el cumplimiento de sus funciones fomentando el trabajo en equipo y realizando capacitaciones constantes. Aderezos Munay S.A.C. contará con las siguientes coordinaciones:

- Coordinador de Administración y Finanzas
- Coordinador de Marketing y Ventas
- Coordinador de Producción
- Coordinador de Logística

Asesor de ventas:

Es el representante de la empresa con el cliente final y los canales de distribución, será el encargo de ejecutar las estrategias comerciales establecidas en el plan de marketing brindando una respuesta oportuna y rápida a nuestros consumidores.

Operario de producción o almacén:

Los operarios son los encargados de realizar el proceso de operativo del área de producción y almacén, además tienen manipulación directa de los insumos y materias primas utilizadas por ello son capacitados y siguen los procesos establecidos en cada área de trabajo junto con los coordinadores.

Transportista

Es el encargado de ejecutar el transporte de las mercancías de la empresa, es un personal de confianza que además está al tanto del cuidado y mantenimiento de la unidad de transporte asignada cumpliendo las especificaciones que garantizan la seguridad y el cuidado de los productos que llegan a nuestros clientes.

6.2.2. Servicios Tercerizados

Los servicios tercerizados por nuestra organización son:

- Asesoría Contable y tributaria
- Seguridad del local
- Limpieza y desinfección.

6.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Los puestos que generara la empresa son los siguientes:

- Administrador
- Coordinador de Administración y Finanzas
- Coordinador de Marketing y Ventas
- Coordinador de Logística
- Asesor de ventas
- Operario de producción
- Operario de Almacén
- Transportista

A continuación, detallaremos el perfil de los puestos de trabajo en función a nuestro organigrama:

Tabla 74.
Perfil Administrador.

Puesto: Administrador
Cantidad: 1
Perfil profesional:
- Grado académico: Postgrado en Administración, Finanzas o afines. - Experiencia: 5 años como gerente en empresas de alimentos. - Dominio de Ingles y Microsoft Office avanzado. - Edad: 30 años a más. - Habilidades: Liderazgo, autocontrol, iniciativa, creatividad, capacidad de negociación y trabajo en equipo.
Funciones:
- Tomar decisiones estratégicas dentro de la organización. - Planificar, organizar y dirigir los procesos internos de la empresa. - Desarrollar, implementar y revisar los planes para el cumplimiento de las metas mensuales y anuales. - Cumplir las políticas, normas y reglamentos de la organización. - Estimular la intervención de sus trabajadores en la toma de decisiones y soluciones de problemas. - Supervisar los presupuestos y la contabilidad cumpliendo con los objetivos de la empresa. - Contratación de personal y asistir en el proceso de reclutamiento. - Controlar y gestionar las cuentas bancarias de la empresa y velar por el cumplimiento de las responsabilidades económicas de la organización.
Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales. - Sueldo fijo mensual de S/. 4000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 75.
Perfil Coordinador de Administración y Finanzas.

Puesto: Coordinador de Administración y Finanzas
Cantidad: 1
Perfil profesional:
- Grado académico: Título universitario en Administración de Empresas, Contabilidad, Finanzas, Economía o carreras afines. - Experiencia: 3 años como administrador, jefe o supervisor del área de administración. - Dominio de Inglés y Microsoft Office avanzado. - Edad: 25 años a más. - Habilidades: Liderazgo, pro actividad, puntualidad, Trabajo bajo presión, Confidencialidad.
Funciones:
- Coordinar con las áreas de producción, comercial y almacén, el cumplimiento de los procedimientos establecidos y/o los acuerdos tomados con la gerencia. - Mantener informado al Gerente sobre situación financiera y presupuesto. - Reportar a gerencia para que se realicen los pagos oportunamente a los proveedores, colaboradores y terceros. - Garantizar el mantenimiento de las instalaciones, equipos y mobiliario a fin de brindar un ambiente adecuado para el trabajo de todas las áreas. - Controlar y justificar el manejo de caja chica. - Coordinación directa con las entidades bancarias, tributarias, legales, etc. - Realizar el proceso de reclutamiento y despidos. - Coordinar con el asesor contable sobre el estado tributario y financiero de la empresa.
Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 2000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 76.
Perfil Coordinador de Marketing y Ventas.

Puesto: Coordinador de Marketing y Ventas
Cantidad: 1
Perfil profesional:
- Grado Académico: Título universitario en Marketing, Comunicación, Publicidad o carreras afines. - Experiencia: 3 años como supervisor o jefe del área de ventas o comercial. - Manejo de herramientas digitales. - Edad: 25 años a más. - Habilidades: liderazgo, comunicar eficaz, creatividad y trabajo en equipo.
Funciones:
- Liderar el equipo de ventas velando por el cumplimiento de las metas comerciales. - Administrar los canales de ventas directos e indirectos y desarrollar nuevos canales de ventas digitales y físicos. - Desarrollar y ejecutar el plan de marketing de la organización. - Desarrollar estrategias para lograr el posicionamiento de la marca y la fidelización de clientes. - Definir en conjunto con las demás áreas, las acciones de Trade Marketing que nos ayuden a mejorar la rotación de los productos vía digital y presencial. - Planificar y proponer proyectos digitales de venta online para el público objetivo.
Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 2000.00 - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 77.
Perfil Coordinador de Producción.

Puesto: Coordinador de Producción
Cantidad: 1
Perfil profesional:
- Grado Académico: Título universitario en Ingeniería Industrial, Industrias Alimentarias, Química o Agro Industrial. - Experiencia: 3 años en el puesto de jefe de producción en empresas de alimentos - Conocimiento en Buenas Prácticas de Manufactura e Higiene, Aseguramiento y Gestión de la Calidad, Seguridad e Higiene Industrial, Gestión Ambiental e Inocuidad Alimentaria. - Inglés intermedio y Excel avanzado. - Edad: 25 años a más. - Habilidades: flexibilidad horaria, capacidad de resolución de problemas, gestión de tiempos, liderazgo, comunicación eficaz y trabajo en equipo.
Funciones:
- Planificar, coordinar y dirigir las actividades en producción. - Dar soporte a su equipo con respecto a dudas e inquietudes en sus labores. - Asegurar el cumplimiento de las metas diarias de producción. - Gestionar y controlar los indicadores operativos (costos, productividad, calidad, entregas). - Verificar la calidad e higiene del producto durante su elaboración. - Establecer mejoras en los procesos de producción. - Mantener al equipo capacitado para la gestión de sus tareas diarias. - Elaborar y autorizar los requerimientos para la compra de materiales y/o de servicios requeridos para la producción.
Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 2000.00 - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 78.

Perfil Coordinador de Logística.

Puesto: Coordinador de Logística

Cantidad: 1

Perfil profesional:

- Grado Académico: Título universitario en Ing. Industrial, Administración o afines.
 - Especialización en logística o gestión de almacenes.
 - Experiencia: 3 años como jefe de almacén o supervisor de despacho en almacenes de productos alimenticios.
 - Conocimiento de Buenas Prácticas de Almacenamiento
 - Inglés intermedio y Excel avanzado.
 - Edad: 25 años a más.
 - Habilidades: Liderazgo, comunicación efectiva, puntualidad, responsabilidad, honradez.
-

Funciones:

- Gestionar y verificar el cumplimiento de las actividades de abastecimiento de insumos además del despacho y distribución de los productos finales.
 - Controlar y verificar el estado de ingresos de materiales e insumos.
 - Realizar el presupuesto de abastecimiento y coordinar las adquisiciones con los proveedores.
 - Garantizar el correcto, adecuado y oportuno control de entrega de material al área de producción.
 - Elaborar la distribución adecuada del almacén, determinando los espacios y las ubicaciones.
 - Establecer las rutas de reparto para el transportista supervisando el cumplimiento de los tiempos.
 - Supervisar y reportar los movimientos de materiales y productos verificando que se efectúen los registros en el sistema o kardex.
-

Condiciones Laborales:

- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla.
 - Beneficios sociales
 - Sueldo fijo mensual: S/. 2000.00
 - Buen ambiente de laboral.
-

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 79.
Perfil Operario de producción.

Puesto: Operario de producción
Cantidad: 3

Perfil profesional:
- Técnico Egresado de carreras técnicas afines a producción. - Contar con carnet de sanitario vigente. - Experiencia: 1 año en producción de productos alimenticios. - Inglés intermedio y Excel avanzado. - Edad: 23 años a más. - Habilidades: Flexibilidad horaria, puntualidad, orden y disciplina.

Funciones:
- Ejecutar de manera confiable y eficiente el proceso de elaboración del producto. - Operar adecuadamente las maquinarias y equipos de producción. - Reportar las incidencias al jefe del área a fin de garantizar la calidad del producto y establecer mejoras. - Realizar la manipulación y selección de los insumos cumpliendo con los procedimientos de higiene y saneamiento establecidos. - Participar en las capacitaciones realizadas - Realizar el llenado y envasado de las pastas elaboradas. - Otras funciones que le asigne el coordinador y supervisor del área.

Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 930.00 - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 80.
Perfil Asesor de ventas.

Puesto: Asesor de ventas
Cantidad: 3
Perfil profesional: - Técnico Egresado de carreras técnicas afines a marketing - Experiencia: 1 año como vendedor de productos de consumo masivo y manejo de canales digitales. - Ingles intermedio y Microsoft Office Intermedio. - Edad: 23 años a más. - Habilidades: Servicio al cliente, comunicación eficaz, habilidad de palabra, compromiso.
Funciones: - Recepcionar los pedidos de ventas de los distribuidores y los canales digitales haciendo el correcto seguimiento de entrega. - Realizar el proceso de venta con los clientes finales y distribuidores locales que incluye cotizar, emitir comprobantes y hacer seguimiento de cobranzas. - Visitar mini-Markets y/o bodegas vitrina ubicados en el Cono Norte ofreciendo y detallando los beneficios y características del producto para lograr la captación de nuevos puntos de venta. - Ejecutar las estrategias de fidelización al cliente manteniendo una relación fluida y cercana con nuestros consumidores a través de las redes sociales y otros canales de venta, siendo perceptivo para escuchar las necesidades de los consumidores y brindando soluciones con nuestro producto. - Reportar las incidencias al jefe del área a fin de garantizar la calidad del servicio y establecer mejoras. - Cumplir con las metas comerciales establecidas. - Otras funciones que le asigne el coordinador y supervisor del área
Condiciones Laborales: - Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 1000.00 + comisiones - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81.
Perfil Operario de almacén.

Puesto: Operario de almacén
Cantidad: 1
Perfil profesional: - Técnico Egresado de carreras técnicas afines a producción. - Contar con carnet de sanitario vigente. - Experiencia: 1 año trabajando en almacenes de productos alimenticios. - Inglés intermedio y Excel intermedio. - Edad: 23 años a más. - Habilidades: Flexibilidad horaria, puntualidad, orden y disciplina.
Funciones: - Ejecutar de manera confiable y eficiente las labores de almacenamiento y protección de materiales según los procedimientos establecidos. - Ejecutar las labores de estiba, recepción, despacho, clasificación, recuento físico, protección, medición y distribución almacenes de los materiales. - Realizar el despacho de productos terminados realizando el correcto registro para la toma de inventarios y auditorías. - Reportar las incidencias al jefe del área a fin de garantizar la calidad del producto y establecer mejoras. - Mantener el orden y limpieza de los almacenes. - Otras funciones que le asigne el coordinador y supervisor del área
Condiciones Laborales: - Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 930.00 - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 82.
Perfil Transportista.

Puesto: Transportista
Cantidad: 1
Perfil profesional:
- Contar con Brevete A2A o A2B vigente. - Buen récord de manejo - Conocimiento de rutas en Lima Norte. - Experiencia: 1 año en despacho, distribución o afines. - Edad: 25 años a más. - Habilidades: Confiabilidad, puntualidad, servicio al cliente,
Funciones:
- Realizar la entrega de la mercadería a los diferentes puntos de ventas según la ruta establecida y cumpliendo los horarios de entrega. - Cargar, ordenar y descargar la mercadería dentro de la unidad móvil asegurando que llegue en óptimo estado al cliente. - Brindar la atención y el soporte necesario al cliente durante la entrega en caso sea requerido. - Reportar las incidencias al jefe del área a fin de garantizar la calidad del servicio de y establecer mejoras. - Asegurar el correcto estado y mantenimiento del vehículo de carga asignado. - Otras funciones que le asigne el coordinador y supervisor del área
Condiciones Laborales:
- Contrato fijo y renovación cada 6 meses en planilla. - Beneficios sociales - Sueldo fijo mensual: S/. 1000.00 - Horario de trabajo de lunes a sábado de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. - Buen ambiente de laboral.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.4. Descripción de las actividades de los servicios tercerizados

Los servicios tercerizados son los siguientes:

- Asesoría Contable y tributaria
- Seguridad del local
- Limpieza y desinfección.

A continuación, el detallamos los servicios que incluyen estas tercerizaciones:

Servicios contables.

- Soporte contable, tributario y laboral constantes de acuerdo a la legislación vigente.
- Atención a consultas permanente a gerencia y al área de administración y finanzas
- Declaración y pago del impuesto a la Renta e IGV de acuerdo al régimen tributario.
- Registro de compras y ventas en los libros electrónicos
- Cálculo de planillas y emisión de las boletas de pago (gratificaciones, CTS y Liquidación de beneficios sociales)
- Elaboración de los Estado Financieros
- Responsable de control: Gerencia General y el Área de Administración y Finanzas
- Pago Mensual: S/. 450.00

Seguridad

- Instalación de un sistema de Video vigilancia en tiempo real para todas las áreas de la empresa.
- Ejecutar el protocolo de disuasión, detección, monitoreo y respuesta ante una señal de evento peligroso dando aviso a las fuerzas del orden y designados para prestar apoyo.
- Responsable de control: Gerencia General y el Área de Administración y Finanzas
- Pago Mensual: S/. 550.00

Servicio de limpieza.

- Ejecutar la limpieza y desinfección de la planta de producción, áreas comunes y oficinas de la empresa.
- Limpieza de suelos, muebles y cristales.
- Eliminación de residuos diariamente.
- Reposición de materiales como papel higiénico o servilletas.
- Mantenimientos de equipos limpios.
- Responsable de control: Gerencia General y el Área de Administración y Finanzas
- Pago Mensual: S/. 1000.00

6.2.5. Aspectos Laborales

6.2.5.1. Forma de contratación

La forma de contratación o forma de contrato determina el vínculo de la empresa con el trabajador, es importante definir cuáles serán las condiciones del servicio prestado, remuneración, plazos y otros aspectos importantes.

Según las labores permanentes que realizan nuestros colaboradores, la empresa optará por realizar la **contratación indefinida a plazo fijo**, a este tipo de contrato también se le conoce como contrato de tipo modal o a plazo determinado. Esta es una modalidad de contratación laboral que las empresas utilizan regularmente y pueden establecer una duración entre los 6 meses hasta los 5 años.

6.2.5.2. Régimen laboral

Como empresa que recién inicia sus actividades nos acogeremos al **Régimen Laboral Especial** que fue creado para fomentar el desarrollo de las MYPE y brindarles sus derechos laborales correspondientes a los trabajadores, así como condiciones de trabajo óptimas.

A continuación, un cuadro de los derechos laborales que cuentan los trabajadores acogidos por este régimen:

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Figura 83. Derechos laborales Régimen Laboral Especial.

Fuente: MINTRA.

6.2.5.3. Planilla

Tabla 83.
Cálculo del costo de planilla.

Puestos	Cantida d	Remuneració n Mensual	Gratificació n	CTS	Vacacione s	Essalud - SIS	Bonificació n Gratificació n	SCTR	Costo Mensual	Costo Anual
Administrador	1	S/. 4,000	S/.333.33	S/.166.67	S/.166.67	S/.360.00	S/.30.00		S/. 5,056.67	S/. 60,680
Coordinador Administrativo	1	S/. 2,000	S/.166.67	S/.83.33	S/.83.33	S/.180.00	S/.15.00		S/. 2,528.33	S/. 30,340
Coordinador de Marketing y ventas	1	S/. 2,000	S/.166.67	S/.83.33	S/.83.33	S/.180.00	S/.15.00		S/. 2,528.33	S/. 30,340
Asesor de ventas	4	S/. 1,000	S/.83.33	S/.41.67	S/.41.67	S/.90.00	S/.7.50		S/. 5,056.67	S/. 60,680
Coordinador de Producción	1	S/. 2,000	S/.166.67	S/.83.33	S/.83.33	S/.180.00	S/.15.00	S/.24.60	S/. 2,552.93	S/. 30,635
Operario de producción	3	S/. 930	S/.77.50	S/.38.75	S/.38.75	S/.83.70	S/.6.98	S/.11.44	S/. 3,561.34	S/. 42,736
Coordinador de Logística	1	S/. 2,000	S/.166.67	S/.83.33	S/.83.33	S/.180.00	S/.15.00	S/.24.60	S/. 2,552.93	S/. 30,635
Transportista	1	S/. 1,000	S/.83.33	S/.41.67	S/.41.67	S/.90.00	S/.7.50	S/.12.30	S/. 1,276.47	S/. 15,318
Operario de Almacén	1	S/. 930	S/.77.50	S/.38.75	S/.38.75	S/.83.70	S/.6.98	S/.11.44	S/. 1,187.11	S/. 14,245
Totales	14	S/. 15,860	S/.1,321.67	S/. 661	S/. 661	S/. 1,427	S/. 119	S/. 84	S/. 26,301	S/. 315,609

Fuente: Elaboración propia.

6.2.5.4. Horario de trabajo

Los horarios de trabajo establecidos para los trabajadores en planilla serán de acuerdo a las leyes laborales en el Perú que establecen como jornada máxima de trabajo ocho horas diarias o 48 horas semanales., en el siguiente cuadro detallamos cada puesto con su respectivo horario:

Tabla 84.
Horario de trabajo establecido.

Puesto de trabajo	Días	Hora ingreso	Refrigerio	Hora de salida	Horas diarias laboradas	Total de horas semanales
- Administrador	Lunes a sábado	8:00 a.m.	12:00 m. a 1:00 p.m.	5:00 p.m.	8	48
- Coordinador Administrativo						
- Coordinador de Marketing y ventas						
- Asesor de ventas						
- Coordinador de Producción						
- Operario de producción						
- Coordinador de Logística						
- Transportista						
- Operario de Almacén						

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VII Estudio de Técnico

7.1. Tamaño del Proyecto

7.1.1. Capacidad instalada

Para calcular la capacidad instalada de nuestra planta primero hallaremos el tiempo de producción de cada lote de pasta e identificamos las maquinarias que se usan en cada actividad.

Considerarnos la siguiente información para el cálculo del tiempo de producción:

Tabla 85.

Datos para el cálculo del tiempo de producción por lote.

Datos	Cantidad	Unidad de Medida
Cantidad producida x lote	50	kg.
Cantidad por Presentación	0.2	kg.
Unidades producidas x lote	250	Und.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, el cálculo de tiempo para producir un lote de 50 kg de aderezo en pasta munay:

Tabla 86

Cálculo del tiempo de producción de un lote de pasta roja y verde.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN DE 50 KG DE PASTA ROJA			TIEMPO DE PRODUCCIÓN DE 50 KG DE PASTA VERDE		
	Tiempo	Máquina Utilizada		Tiempo	Máquina Utilizada
Seleccionar	15		Seleccionar	15	
Pesar	15		Pesar	15	
Limpiar	20		Limpiar	20	
Precocer	25		Precocer	25	
Picar	20		Picar	20	
Pesar	15		Pesar	15	

Mezclar	25	Licuada Industrial de 50 Kg de capacidad	Mezclar	25	Licuada Industrial de 50 Kg de capacidad
Verificar	10		Verificar	10	
Envasar	230	Dosificadora de 10 kg x carga	Envasar	230	Dosificadora de 10 kg x carga
Etiquetar	60		Etiquetar	60	
Empaquetar	30		Empaquetar	30	
Tiempo Total del proceso	465	min	Tiempo Total del proceso	465	min
Unidades envasadas x min.	2.02	und/min	Unidades envasadas x min	2.02	und/min

Fuente: Elaboración propia.

Después de hacer estos cálculos podemos identificar que la actividad que define el tiempo de producción es el envasado que se hace a través de una maquina dosificadora, ya que esta actividad dura 30 minutos y por ende la que más tiempo dura.

Ahora, para calcular la capacidad instalada consideramos la capacidad de la máquina y el horario de trabajo establecido por día.

Tabla 87.

Datos a considerar para el cálculo de la capacidad instalada anual.

Datos a considerar	Cantidad	Unidad de medida	Cantidad	Unidad de medida
Tiempo de trabajo x día	8	horas	480	min
Días por semana	6	días		
Días trabajados x año	287	días		
% de tiempo productivo al día	80%			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 88.

Cálculo de la capacidad instalada anual de la maquinaria.

Máquina	Unidades envasadas x min	Unidades envasadas x hora	Horas productivas al día (80%)	Días por año	Total
Dosificadora de Pasta Roja	2.02	121	6.4	287	222,812
Dosificadora de Pasta Verde	2.02	121	6.4	287	222,812
Total capacidad instalada anual					445,624

Fuente: Elaboración propia.

7.1.2. Capacidad Utilizada

Tabla 89.

Capacidad utilizada anual de la maquinaria (Unidades envasadas).

Máquina	2021			
	Demanda	Capacidad	% utilización	% UT OCIOSA
Dosificadora de Pasta Roja	113,973	222,812	51%	49%
Dosificadora de Pasta Verde	40,045	222,812	18%	82%
	154,018	445,624	35%	65%
	2022			
	Demanda	Capacidad	% utilización	% UT OCIOSA
Dosificadora de Pasta Roja	136,907	222,812	61%	39%
Dosificadora de Pasta Verde	48,102	222,812	22%	78%
	185,009	445,624	42%	58%
	2023			
	Demanda	Capacidad	% utilización	% UT OCIOSA
Dosificadora de Pasta Roja	161,664	222,812	73%	27%
Dosificadora de Pasta Verde	56,801	222,812	25%	75%
	218,465	445,624	49%	51%
	2024			
	Demanda	Capacidad	% utilización	% UT OCIOSA
Dosificadora de Pasta Roja	188,365	222,812	85%	15%
Dosificadora de Pasta Verde	66,182	222,812	30%	70%
	254,548	445,624	57%	43%
	2025			
	Demanda	Capacidad	% utilización	% UT OCIOSA
Dosificadora de Pasta Roja	217,139	222,812	97%	3%
Dosificadora de Pasta Verde	76,292	222,812	34%	66%
	293,430	445,624	66%	34%

Fuente: Elaboración propia.

7.1.3. Capacidad Máxima.

Tabla 90.
Capacidad máxima anual de la maquinaria (Unidades envasadas).

Máquina	Envasado por minuto	Producción por hora	Horas por día	Días por año	Total
Dosificadora de Pasta Roja	2.02	121	8	365	354,209
Dosificadora de Pasta Verde	2.02	121	8	365	354,209
Capacidad máxima Total					708,417

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Procesos

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL ADEREZO EN PASTA MUNAY.

- Recepción de materias primas

Se recepciona la materia prima orgánica que son las hierbas y la paprika haciendo su respectiva revisión de estado en el que ingresan, deben estar frescas y en buen estado.

Esta actividad la realizan los operadores de almacén bajo la supervisión del control de calidad por parte del jefe de almacén.

También se recepcionan los materiales de packaging como envases de vidrio, etiquetas y cajas de empaque, verificando la cantidad y el estado de ingreso al almacén.

- Almacenamiento de la materia prima

El almacén contará con un cámara frigorífico para guardar los insumos orgánicos como la paprika, el cilantro, la espinaca, el romero, la muña, el paico, el chincho y los ajos, estas serán organizadas en jabas de plástico.

También contará con un almacén de productos secos e inorgánicos donde se almacenará la sal de mesa embolsada, los condimentos en polvo y el aceite de oliva, este almacén será un área fresca, seca y limpia.

Para el almacenamiento de los envases y materiales de empaquetado se ubicará un lugar fresco seco y limpio lejos de la humedad dentro del almacén de productos secos e inorgánicos.

- **Pesado y medición de las materias primas**

Para mantener la receta estandarizada se procederá a medir las cantidades necesarias de cada insumo de nuestro producto.

Se escoge y se selecciona la cantidad adecuada de cada insumo orgánico según el lote a preparar de aderezo para colocarlo en las balanzas electrónicas para su posterior salida del almacén.

En este proceso se pesará la sal de mesa, las especias, las hierbas y se medirá la cantidad requerida de aceite de oliva en miligramos o litros.

- **Limpieza de hierbas y especias**

Se limpiarán los insumos orgánicos como la paprika, el culantro, la espinaca y los ajos, retirando las raíces o el deshojo en caso del chincho, la muña y el paico para luego sumergirlos en agua y escurrirlos. Esta labor que se realiza con el fin de depurar los desechos orgánicos o tierra que se queda de las cosechas. (Se genera mermas)

La supervisión de este proceso se llevará a cabo por el coordinador de producción.

- **Pre cocción de la paprika**

Para facilitar el proceso de licuado, la paprika se guardará sumergida en agua 24 horas antes de su uso y luego se procederá a hervirla con un poco de agua a una temperatura de 100 C y por un tiempo de 5 a 10 minutos, para luego ser escurrida y llevada al siguiente al área de picado.

- **Picado de insumos orgánicos**

Para ayudar a la transformación de la materia prima y lograr una pasta homogénea es importante picar los ingredientes antes de poder hacer la mezcla.

En esta área es necesario tener tablas de picado o maquinas picadoras de vegetales y luego ser colocándolos en recipientes limpios para ingresar estos insumos a la mezcladora.

- **Pesado de los insumos orgánicos**

Se procederá a realizar nuevamente un pesado antes de colocar las hierbas, la paprika y los ajos en la licuadora industrial.

Es necesaria este nuevo pesado para mantener la receta estandarizada con la cantidad establecida y verificar el ingreso de las cantidades requeridas al mezclado.

Luego estos insumos pesados serán llevados al área de mezclado donde se obtendrá la pasta.

- **Mezclado.**

Se llevará a cabo la mezcla de los insumos orgánicos con el aceite de oliva y se irá agregando la sal de mesa, la pimienta y el comido.

Estas mezclas se realizarán de acuerdo a la receta de cada presentación para la obtención de nuestro aderezo en pasta roja y en pasta verde.

- **Mezclado de presentación: pasta roja**

Se procederá a licuar la paprika, las hojas de muña, el romero y los ajos con el aceite de oliva y se irá añadiendo las especias como la sal de mesa, la pimienta y el comino hasta obtener una pasta espesa y concentrada.

- **Mezclado de presentación: pasta verde**

Se procederá a licuar el cilantro, la espinaca, las hojas de chincho, las hojas de paico y los ajos con el aceite de oliva y se irá añadiendo las especias como la sal de mesa, la pimienta y el comino hasta obtener una pasta espesa y concentrada.

- **Control y Verificación**

Se realizará un control de la homogeneidad de la pasta y midiendo su consistencia.

Este control será realizado por el jefe de calidad y se tomará una pequeña muestra para este control.

- **Selección de envases**

Se contará la cantidad de frascos de vidrio, las etiquetas y las cajas a utilizar para luego llevarlos al área de envasado y empaquetado respectivamente.

- **Envasado del aderezo**

Se procederá a colocar 250 gramos en cada frasco de vidrio enroscando correctamente las tapas del frasco.

- **Etiquetado**

Se colocarán las etiquetas en cada frasco, estas contendrán la fecha de producción y de vencimiento.

- **Empaquetado y almacenamiento**

Se procederá a colocar los envases cerrados en caja de cartón, cada caja contendrá 24 unidades será embalada y estará rotulada según el lote.

Luego se trasladarán las cajas al almacén de productos terminados y serán apilados en pallets para luego ser distribuidos en todos los puntos de venta.

7.2.1. Diagrama del proceso de producción

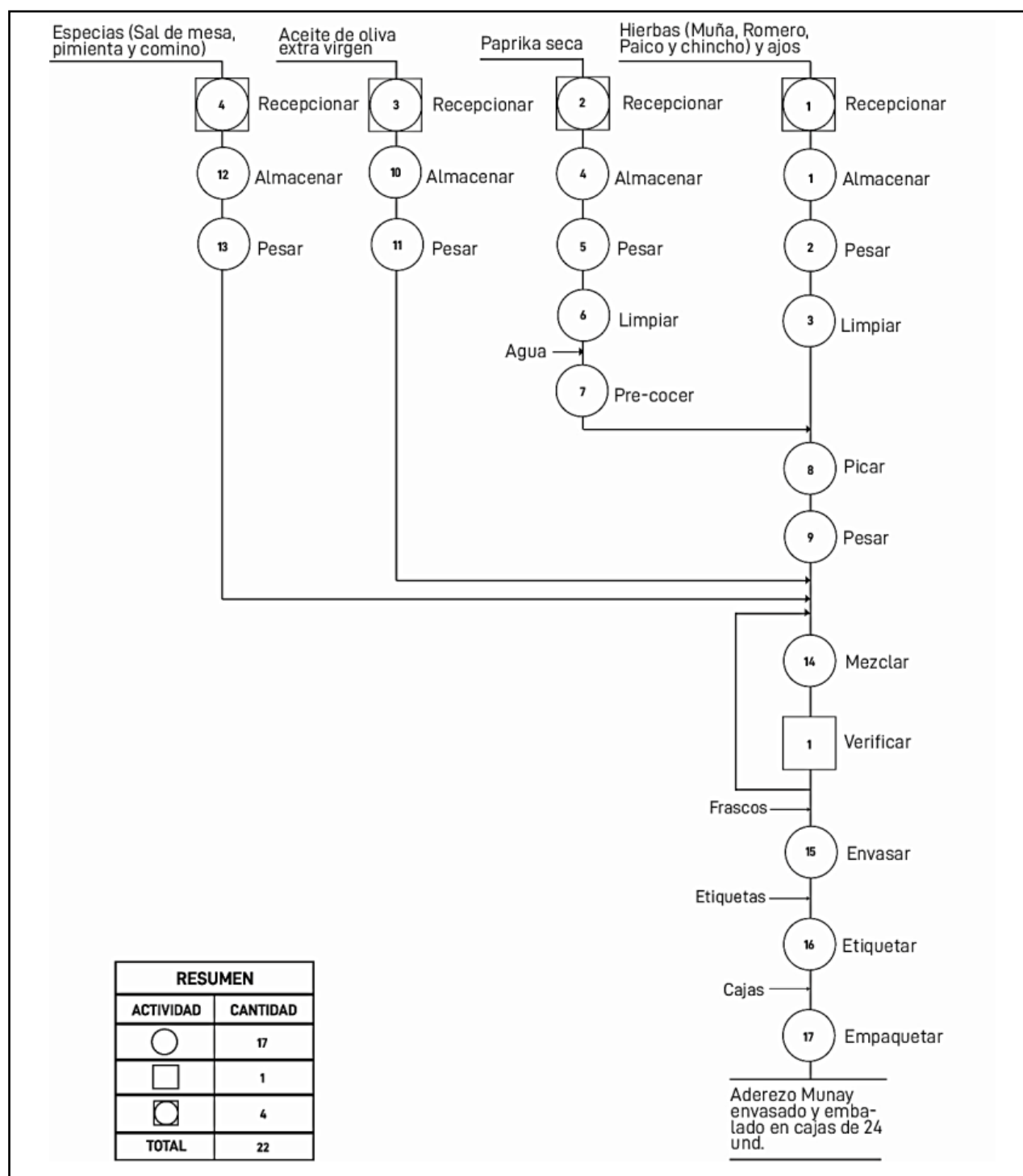


Figura 84. Diagrama procesos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 92.
Datos para el cálculo de tiempos de producción.

Datos a considerar	Cantidad	Unidad de medida	Cantidad	Unidad de medida
Tiempo de trabajo x día	8	horas	480	min
Días trabajados x mes	24	días		
Meses trabajados x año	12	meses		

Fuente: Elaboracion propia.

Con estos calculamos la produccion en cada año que se desarrollara el proyecto, en la asiguiente tabla se pueden visualizar los resultados.

Tabla 93.
Cálculo de producción en unidades.

CALCULO DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES						
Tipo de producción	2021	2022	2023	2024	2025	
Producción x día	583	701	828	964	1111	unidades
Producción x hora	73	88	103	121	139	unidades

Fuente: Elaboracion propia.

Una vez calculado las unidades de produccion, ahora calcularemos las cantidades a producir en Kg. Para ello consideraremos los siguientes datos:

Tabla 94.
Datos para el cálculo de producción en kg.

Datos	Cantidad	Unidad de Medida
Cantidad producida x lote	50	kg.
Cantidad por Presentación	0.2	kg.
Unidades producidas x lote	250	Und.

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 95.
Cálculo de producción en kg.

CALCULO DE PRODUCCIÓN EN KG						
Tipo de producción	2021	2022	2023	2024	2025	
Producción x día	116.68	140.16	165.50	192.84	222.30	kg
Producción x hora	15	18	21	24	28	kg

Fuente: Elaboracion propia.

Para hacer le calulo del requerimiento de produccion por año planteremos las siguientes variables:

Tabla 96.
Variables de producción.

Variables de producción	
Sampling	1%
Merma	1%
Stock de PT	5%

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 97.
Crecimiento de las variables de producción por año.

Variable	2021	2022	2023	2024	2025	
%Sampling	1.000%	1.00100%	1.002%	1.003%	1.004%	incremento anual de 1%
%Merma	1.000%	1.001%	1.002%	1.003%	1.004%	incremento anual de 1%
Stock de PT	5%	9%	13%	17%	21%	incremento anual de 4%

Fuente: Elaboracion propia.

A continuación observamos el programa de producción de cada presentación para los 5 años que dura el proyecto.

Tabla 98.
Programa producción en kg para cada presentación.

RESUMEN PROGRAMA PRODUCCIÓN EN KG							
	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASTA ROJA	Demanda		22,795	27,381	32,333	37,673	43,428
	Sampling	19.0	228	274	324	378	436
	Merma	19.0	228	274	324	378	436
	Inventario Final	95	1,140	2,464	4,203	6,404	9,120
	Inventario		1,140	2,354	4,058	6,221	8,894
	Producción	133.0	23,441	28,230	33,536	39,313	45,593 kg
PASTA VERDE	Demanda		8,009	9,620	11,360	13,236	15,258
	Sampling	6.7	80.1	96	114	133	153
	Merma	6.7	80.1	96	114	133	153
	Inventario Final	33	400	866	1,477	2,250	3,204
	Inventario		400	827	1,426	2,186	3,125
	Producción	46.7	8,236	9,919	11,783	13,813	16,019 kg
Producción Total		179.7	31,676	38,148	45,319	53,125	61,613 kg

Fuente: Elaboración propia.

7.2.3. Necesidad de materias primas e insumos

Primero calcularemos la cantidad requerida de materia primas e insumos para la fabricación de una unidad de presentación roja y verde de 200 gr.

Tabla 99.
Requerimiento para fabricar una unidad de 200 gr.

Requerimiento para fabricar una unidad de 200 gr.					
	Materia Prima	Unidad de Medida	%	Cantidad en gramos	Clasificación
PASTA ROJA	Paprika	gr	50%	100	Materia Prima
	Muñía	gr	3%	5	Materia Prima
	Romero	gr	3%	5	Materia Prima
	Ajos	gr	5%	10	Materia Prima
	Sal de mesa	gr	3%	7	Materia Prima
	Pimienta	gr	3%	7	Materia Prima
	Comino	gr	3%	7	Materia Prima
	Aceite de Oliva	gr	30%	60	Materia Prima
	Frasco de vidrio	Unid		1	Insumo
			100%	200	
	Culantro	gr	25%	50	Materia Prima

PASTA VERDE	Espinaca	gr	25%	50	Materia Prima
	Chincho	gr	3%	5	Materia Prima
	Paico	gr	3%	5	Materia Prima
	Ajos	gr	5%	10	Materia Prima
	Sal de mesa	gr	3%	7	Materia Prima
	Pimienta	gr	3%	7	Materia Prima
	Comino	gr	3%	7	Materia Prima
	Aceite de Oliva	gr	30%	60	Materia Prima
	Frasco de vidrio	Unid		1	Insumo
			100%	200	

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 100.

Necesidad de Materia prima e Insumos por presentación.

Necesidad de Materia prima e Insumos por presentación								
	Materia prima e Insumos	Unidad	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASTA ROJA	Producción total	kg	133	23,441	28,230	33,536	39,313	45,593
	Paprika	kg	13	2,344	2,823	3,354	3,931	4,559
	Muña	kg	1	117	141	168	197	228
	Romero	kg	1	117	141	168	197	228
	Ajos	kg	1	234	282	335	393	456
	Sal de mesa	kg	1	156	188	224	262	304
	Pimienta	kg	1	156	188	224	262	304
	Comino	kg	1	156	188	224	262	304
	Aceite de Oliva	ml	8	1,406	1,694	2,012	2,359	2,736
	Frasco de vidrio	Unid	133	23,441	28,230	33,536	39,313	45,593
	Producción total	kg	47	8,236	9,919	11,783	13,813	16,019
PASTA VERDE	Culantro	kg	2	412	496	589	691	801
	Espinaca	kg	2	412	496	589	691	801
	Chincho	kg	0	41	50	59	69	80
	Paico	kg	0	41	50	59	69	80
	Ajos	kg	0	82	99	118	138	160
	Sal de mesa	kg	0	55	66	79	92	107
	Pimienta	kg	0	55	66	79	92	107
	Comino	kg	0	55	66	79	92	107
	Aceite de Oliva	ml	3	494	595	707	829	961
	Frasco de vidrio	Unid	47	8,236	9,919	11,783	13,813	16,019
	Producción total	kg	47	8,236	9,919	11,783	13,813	16,019

Fuente: Elaboracion propia.

7.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Para realizar el cálculo de compra de materias primas e insumos nos basaremos en el valor de venta de estos. A continuación, los valores calculados para cada uno.

Tabla 101.

Valor de venta de las materias primas e insumos.

UNIDAD DE VENTA Y VALOR DE MATERIA PRIMA E INSUMOS					
Materiales Directos					
Materia Prima e Insumos	Unidad de Medida	Valor		I.G.V	Precio x kg.
Paprika	kg	S/.	7.20	S/. 1.30	S/8.50
Muña	kg	S/.	6.78	S/. 1.22	S/8.00
Romero	kg	S/.	7.20	S/. 1.30	S/8.50
Culantro	kg	S/.	2.12	S/. 0.38	S/2.50
Espinaca	kg	S/.	2.54	S/. 0.46	S/3.00
Chincho	kg	S/.	7.20	S/. 1.30	S/8.50
Paico	kg	S/.	2.54	S/. 0.46	S/3.00
Ajos	kg	S/.	7.29	S/. 1.31	S/8.60
Sal de mesa	kg	S/.	1.02	S/. 0.18	S/1.20
Pimienta	kg	S/.	18.64	S/. 3.36	S/22.00
Comino	kg	S/.	22.03	S/. 3.97	S/26.00
Aceite de Oliva	ml	S/.	15.25	S/. 2.75	S/18.00
Aceite Vegetal	ml	S/.	3.81	S/. 0.69	S/4.50
Frasco de vidrio	Unid	S/.	0.55	S/. 0.10	S/0.65
Etiquetas Stikers	Und	S/.	0.17	S/. 0.03	S/0.20
Materiales Indirectos					
Cajas de 24 und Impresas	Und	S/.	2.12	S/. 0.38	S/ 2.50

Fuente: Elaboracion propia.

Una vez que tenemos estos valores calcularemos la cantidad requerida para cada tipo de presentación:

Tabla 102.

Valor de materia prima e insumos para producir una und de pasta roja.

VALOR DE MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA PRODUCIR UNA UND DE PASTA ROJA				
Materiales Directos				
200	%	Gr	Costo sin IGV	
Paprika	40%	80	S/.	0.58
Muña	10%	20	S/.	0.14
Romero	5%	10	S/.	0.07
Ajos	5%	10	S/.	0.07
Sal de mesa	3%	7	S/.	0.01
Pimienta	3%	7	S/.	0.12
Comino	3%	7	S/.	0.15
Aceite de Ol.	10%	20	S/.	0.31
Aceite Vegetal	20%	40	S/.	0.15
Frasco de vidrio		1	S/.	0.55
Etiquetas Stikers		1	S/.	0.17
	100.0%	200	S/.	2.31

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 103.

Valor de materia prima e insumos para producir una und de pasta verde.

VALOR DE MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA PRODUCIR UNA UND DE PASTA VERDE				
Materiales Directos				
200	%	Gr	Costo sin IGV	
Culantro	25%	50	S/.	0.11
Espinaca	25%	50	S/.	0.13
Chincho	3%	5	S/.	0.04
Paico	3%	5	S/.	0.01
Ajos	5%	10	S/.	0.07
Sal de mesa	3%	7	S/.	0.01
Pimienta	3%	7	S/.	0.12
Comino	3%	7	S/.	0.15
Aceite de Ol.	10%	20	S/.	0.31
Aceite Vegetal	20%	40	S/.	0.15
Frasco de vidrio		1	S/.	0.55
Etiquetas Stikers		1	S/.	0.17
	100%	200	S/.	1.81

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 104.

Consolidado de compra por año / precio en soles.

CONSOLIDADO DE COMPRA POR AÑO / PRECIO EN SOLES							
Materia Prima e Insumos	Unidad de Medida	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paprika	kg	S/. 76.63	S/. 13,508.11	S/. 16,268.05	S/. 19,326.04	S/. 22,654.82	S/. 26,274.17
Muña	kg	S/. 18.03	S/. 3,178.38	S/. 3,827.78	S/. 4,547.30	S/. 5,330.55	S/. 6,182.16
Romero	kg	S/. 9.58	S/. 1,688.51	S/. 2,033.51	S/. 2,415.76	S/. 2,831.85	S/. 3,284.27
Culantro	kg	S/. 4.95	S/. 872.44	S/. 1,050.70	S/. 1,248.20	S/. 1,463.20	S/. 1,696.96
Espinaca	kg	S/. 5.94	S/. 1,046.93	S/. 1,260.84	S/. 1,497.84	S/. 1,755.84	S/. 2,036.35
Chincho	kg	S/. 1.68	S/. 296.63	S/. 357.24	S/. 424.39	S/. 497.49	S/. 576.97
Paico	kg	S/. 0.59	S/. 104.69	S/. 126.08	S/. 149.78	S/. 175.58	S/. 203.64
Ajos	kg	S/. 13.10	S/. 2,308.62	S/. 2,780.31	S/. 3,302.94	S/. 3,871.85	S/. 4,490.42
Sal de mesa	kg	S/. 1.22	S/. 214.76	S/. 258.63	S/. 307.25	S/. 360.17	S/. 417.71
Pimienta	kg	S/. 22.33	S/. 3,937.18	S/. 4,741.61	S/. 5,632.92	S/. 6,603.15	S/. 7,658.08
Comino	kg	S/. 26.39	S/. 4,653.03	S/. 5,603.73	S/. 6,657.09	S/. 7,803.73	S/. 9,050.46
Aceite de Oliva	ml	S/. 54.82	S/. 9,663.99	S/. 11,638.51	S/. 13,826.26	S/. 16,207.74	S/. 18,797.10
Aceite Vegetal	ml	S/. 27.41	S/. 4,831.99	S/. 5,819.25	S/. 6,913.13	S/. 8,103.87	S/. 9,398.55
Frasco de vidrio	Unid	S/. 99.15	S/. 17,448.87	S/. 21,013.97	S/. 24,964.08	S/. 29,263.98	S/. 33,939.21
Etiquetas	und	S/. 30.51	S/. 5,368.88	S/. 6,465.84	S/. 7,681.26	S/. 9,004.30	S/. 10,442.84
Total sin I.G.V		S/. 392.33	S/. 69,123.02	S/. 76,780.21	S/. 91,213.00	S/. 106,923.83	S/. 124,006.06
I.G.V		S/. 70.62	S/. 12,442.14	S/. 13,820.44	S/. 16,418.34	S/. 19,246.29	S/. 22,321.09
Total Con I.G.V		S/. 462.95	S/. 81,565.16	S/. 90,600.65	S/. 107,631.34	S/. 126,170.12	S/. 146,327.15

Fuente: Elaboracion propia.

7.2.5. Requerimiento de mano de obra directa

Para calcular la cantidad de mano de obra requerida, primero calcularemos la producción por año, por mes y por día.

Tabla 105.

Cálculo producción anual en kg.

Cálculo producción anual en kg					
Producción por Año	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Aderezo pasta roja	23,441	28,230	33,536	39,313	45,593
Aderezo pasta verde	8,236	9,919	11,783	13,813	16,019
Total prod. x AÑO	31,676	38,148	45,319	53,125	61,613

kg

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 106.

Cálculo producción mensual en kg.

Cálculo producción mensual en kg					
Producción mensual	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Aderezo pasta roja	1,953	2,352	2,795	3,276	3,799
Aderezo pasta verde	686	827	982	1,151	1,335
Total prod. x MES	2,640	3,179	3,777	4,427	5,134

kg

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 107.

Cálculo producción diaria en kg.

Cálculo producción diaria en kg					
Producción diaria	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Aderezo pasta roja	81	98	116	137	158
Aderezo pasta verde	29	34	41	48	56
Total prod. x DÍA	110	132	157	184	214

Fuente: Elaboracion propia.

Ahora teniendo en cuenta que el proyecto tiene dos líneas de producción: pasta roja y pasta verde, la planta contara con una licuadora industrial para cada línea y la licuadora industrial procesa hasta 50 kg por lote, calcularemos la cantidad de lotes por día.

Tabla 108.
Datos a considerar para el cálculo de lotes por día.

Datos a considerar	Cantidad	Unidad de medida	Cantidad	Unidad de medida
Tiempo de trabajo x día	8	horas	480	min
Días trabajados x mes	24	días		
Meses trabajados x año	12	meses		

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 109.
Calculo Lotes x día.

Calculo Lotes x día					
Lote por día	50 kg x lote				
	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Lote pasta roja	1.6	2.0	2.3	2.7	3.2
Lote pasta verde	0.6	0.7	0.8	1.0	1.1
Lote total diario	2.2	2.6	3.1	3.7	4.3

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 110.
Cálculo Horas Hombre requerido.

Cálculo Horas Hombre requerido					
Horas Hombre requeridas	7.75 horas x lote				
	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Pasta roja HH REQ.	12.6	15.2	18.0	21.2	24.5
Pasta verde HH RQ.	4.4	5.3	6.3	7.4	8.6
Total HH requerido	17.0	20.5	24.4	28.6	33.2

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 111.
Cálculo operarios x jornada laboral de 8 horas.

Cálculo operarios x jornada laboral de 8 horas					
MOD (Mano obra directa)	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Operarios pasta roja	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00
Operario pasta verde	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00
Total de Operarios	3.00	3.00	4.00	4.00	6.00

Fuente: Elaboracion propia.

7.3. Tecnología para el proceso.

7.3.1. Maquinarias

El proceso de producción de nuestro producto requerirá las siguientes máquinas para su correcta elaboración:

Cámara Frigorífica

Para el proceso de almacenamiento se requerirá una cámara frigorífica con las siguientes características:

- Dimensiones de 4 metros x 4 metros y un alto de 2 metros.
- Temperatura de hasta -40°C .
- Construida con paneles de poliuretano.
- Compresores herméticos.
- Panel de control electrónico con alarmas y sensores.
- Piso aislado removible en poliuretano con aluminio estriado para cámaras pequeñas.



Figura 86. Modelo de cámara frigorífica de poliuretano.

Licuada Industrial:

Para el proceso de mezclado se requerirá una licuadora industrial para cada presentación o tipo de pasta, este equipo contará con las siguientes especificaciones:

- Capacidad de hasta 50 LITROS
- Material de acero inoxidable
- Cuchillas de 6 puntas
- Palanca de descarga
- Vaso con pico de descarga



Figura 87. Modelo de licuadora industrial de 50 kg de capacidad.

Dosificadora

Para el proceso de envasado utilizaremos una Dosificador o llenador para cada presentación o línea de producción, esta máquina debe contar con las siguientes características:

- Capacidad de hasta 10 kg
- Equipo neumático y con fácil gradualidad
- Fácil de recargar
- Activación a pedal
- Ideal para llenar cremas o pastas.



Figura 88. Modelo de dosificadora industrial semiautomática a pedal.

Tabla 112.
Inversión de maquinarias para producción.

Requerimiento de maquinarias							
Área Operativa	MAQUINARIA	Capacidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Producción	Cámara frigorífica	4 m x4 m x 2.5 m / 2 a 5°C	1	S/. 22,000	S/. 22,000	S/. 3,960	S/. 25,960
	Licuada Industrial	50 kg / lote	2	S/. 5,000	S/. 10,000	S/. 1,800	S/. 11,800
	Dosificadora Semiautomática	90 Kg /accionamiento	2	S/. 5,115	S/. 10,230	S/. 1,841	S/. 12,071
	Furgoneta	3 m3	1	S/. 25,424	S/. 25,424	S/. 4,576	S/. 30,000
	TOTAL MAQUINARIA						S/. 67,654

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.2. Equipos requeridos por cada área

Tabla 113.
Equipos producción.

Producción	Equipos Producción / Almacén	Característica	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Producción	Cocina industrial	2 hornillas	1	S/. 600	S/. 600	S/. 108	S/. 708
	Balanza electrónica	100 kg	1	S/. 950	S/. 950	S/. 171	S/. 1,121
	Mesa de trabajo	2m x 1m / acero inox	1	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 324	S/. 2,124

	HP INTEL						
	3.3ghz./						
Pc escritorio	4GB RAM	2	S/. 650	S/. 1,300	S/. 234	S/. 1,534	
	DDR3/						
	250GB						
Celular	Samsung	2	S/. 350	S/. 700	S/. 126	S/. 826	
Paleta	2 ton.	1	S/.				
hidráulica			1,200	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416	
Total Equipos de Producción				S/.	S/.	S/.	
				6,550.00	1,179.00	7,729.00	

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 114.
Equipos de administración.

	Equipos Administración	Característica	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Administración	Pc escritorio	HP INTEL 3.3ghz./ 4GB RAM DDR3/ 250GB	2	S/. 650.00	S/. 1,300.00	S/. 234.00	S/. 1,534.00
	Celular	Samsung	1	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 63.00	S/. 413.00
	Impresora	Epson L310 Multifuncional	1	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 708.00
	Horno Microondas		1	S/. 300	S/. 300	S/. 54	S/. 354
	Total Equipos de Administración				S/. 2,550.00	S/. 459.00	S/. 3,009.00

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 115.
Equipos de ventas.

	Equipos Ventas	Característica	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Ventas	Pc escritorio	HP INTEL 3.3ghz./ 4GB RAM DDR3/ 250GB	3	S/. 650	S/. 1,950	S/. 351	S/. 2,301
	Laptop	Laptop HP 15,6" Core i3 1TB 4GB	1	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 252	S/. 1,652
	Celular	Samsung	2	S/. 350	S/. 700	S/. 126	S/. 826
	POS	IZI SMART	1	S/. 100	S/. 85	S/. 15	S/. 100
	Pizarra acrílica		1	S/. 90	S/. 90	S/. 16	S/. 106
	Total Equipos de Ventas				S/. 4,225	S/. 760	S/. 4,985

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.3. Herramientas

Tabla 116.

Herramientas de producción.

Requerimiento de herramientas por áreas						
	Herramientas Producción	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Producción	Set de 4 Cuchillos	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
	Tamizador inoxidable	1	S/. 70.00	S/. 70.00	S/. 12.60	S/. 82.60
	Colador industrial de acero	1	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 15.30	S/. 100.30
	Cucharones de acero inox.	2	S/. 35.00	S/. 70.00	S/. 12.60	S/. 82.60
	Escurridor de acero	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
	Olla industrial	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
	Tabla de picar	2	S/. 50.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
	TOTAL HERRAMIENTAS			S/. 625.00	S/. 112.50	S/. 738

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.4. Utensilios

Se considerarán útiles de oficina, limpieza y seguridad para cada área que tienen un tiempo de uso para luego ser repuestos según el programa de reposición, se compraran en cantidades necesarias de cada tipo para no generar sobrecostos.

Tabla 117.

Utensilios de producción.

	UTENSILIOS PRODUCCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
Producción	Mascarillas 100 und	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
	Guantes 100 und	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
	Mandiles	3	S/. 6.00	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 21.24
	Secadores	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
	Trapos	6	S/. 1.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
	Botiquín Kit	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 23.60
	Recogedor	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
	Escoba	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
	Baldes	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.90	S/. 5.90
	Mameluco Drill	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
	Botas punta de acero	4	S/. 80.00	S/. 320.00	S/. 57.60	S/. 377.60
	Cinta Masking tape	3	S/. 4.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
	Escalera	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
	Calculadora	2	S/. 10.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 23.60
	Plumones	6	S/. 3.00	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 21.24

Cinta embalaje	12	S/. 2.00	S/. 24.00	S/. 4.32	S/. 28.32
Trapo industrial kg	5	S/. 3.00	S/. 15.00	S/. 2.70	S/. 17.70
Total			S/. 754.00	S/. 135.72	S/. 889.72

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 118.

Útiles de oficina y limpieza de administración.

	UTENSILIOS ADM	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc.IGV
Administración	Archivador cartón oficio	10	S/. 4.83	S/. 48.31	S/. 8.69	S/. 57.00
	Cuaderno Anillado A4	6	S/. 10.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
	Papel Bond A4 (Millar)	3	S/. 9.50	S/. 28.50	S/. 5.13	S/. 33.63
	Caja Lapiceros (50 und)	1	S/. 21.00	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
	lápiz (pack 6 unidades)	2	S/. 5.32	S/. 10.64	S/. 1.92	S/. 12.56
	borrador (pack 6 unidades)	2	S/. 2.71	S/. 5.42	S/. 0.98	S/. 6.40
	corrector	3	S/. 2.71	S/. 8.13	S/. 1.46	S/. 9.59
	plumón	3	S/. 1.50	S/. 4.50	S/. 0.81	S/. 5.31
	Engrampador	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
	Perforador	1	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 1.44	S/. 9.44
	Grapas (caja 500 unid.)	2	S/. 3.50	S/. 7.00	S/. 1.26	S/. 8.26
	Cinta adhesiva	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
	Calculadora	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
	Ligas (caja)	1	S/. 7.80	S/. 7.80	S/. 1.40	S/. 9.20
	Regla	1	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.36	S/. 2.36
	Sobre manila A4 (PACK 50 unid.)	1	S/. 8.30	S/. 8.30	S/. 1.49	S/. 9.79
	Desinfectante x gl	12	S/. 10.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
	Quitagrasa en pasta	12	S/. 5.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
	Trapos	12	S/. 1.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
	Bolsas de basura 1 ciento	5	S/. 10.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
	Jabón Líquido x lt	6	S/. 3.50	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
	Toallas und	3	S/. 5.00	S/. 15.00	S/. 2.70	S/. 17.70
	Trapeador und	6	S/. 2.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
	Papel Higiénico x plancha	12	S/. 15.00	S/. 180.00	S/. 32.40	S/. 212.40
	Tachos de basura	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
	Total			S/. 831.60	S/. 18.86	S/. 123.65

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 119.

Útiles de oficina para ventas.

Vent	UTENSILIOS VENTAS	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc.IGV
-------------	--------------------------	-----------------	-----------------------	----------------------	------------	----------------------

Archivador cartón oficio	10	S/. 4.83	S/. 48.31	S/. 8.69	S/. 57.00
Cuaderno Anillado A4	6	S/. 10.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
Papel Bond A4 (Millar)	3	S/. 9.50	S/. 28.50	S/. 5.13	S/. 33.63
Caja Lapiceros (50 und)	1	S/. 21.00	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
lápiz (pack 6 unidades)	1	S/. 5.32	S/. 5.32	S/. 0.96	S/. 6.28
borrador (pack 6 unidades)	1	S/. 2.71	S/. 2.71	S/. 0.49	S/. 3.20
Corrector	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Plumón	3	S/. 1.50	S/. 4.50	S/. 0.81	S/. 5.31
Engrampador	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Perforador	1	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 1.44	S/. 9.44
Grapas (caja 500 und.)	2	S/. 3.50	S/. 7.00	S/. 1.26	S/. 8.26
Cinta adhesiva	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Calculadora	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
Ligas (caja)	1	S/. 7.80	S/. 7.80	S/. 1.40	S/. 9.20
Regla	1	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.36	S/. 2.36
Sobre manila A4 (PACK 50 und.)	1	S/. 8.30	S/. 8.30	S/. 1.49	S/. 9.79
Total			S/. 231.44	S/. 41.66	S/. 273.09

Fuente: Elaboracion propia

7.3.5. Mobiliario requerido por área

Tabla 120.

Mobiliario para cada área.

Requerimiento de Mobiliario por Área						
Administración	Mobiliario Administración	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
	Armario (archivador)	2	S/. 450	S/. 900	S/. 162	S/. 1,062
	Escritorio para pc	2	S/. 220	S/. 440	S/. 79	S/. 519
	Mesa reunión	1	S/. 450	S/. 450	S/. 81	S/. 531
	Sillas giratorias	10	S/. 190	S/. 1,900	S/. 342	S/. 2,242
				S/. 3,690	S/. 664	S/. 4,354
Ventas	Mobiliario Administración	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
	Escritorio para pc	2	S/. 400	S/. 800	S/. 144	S/. 944
	silla giratoria	2	S/. 180	S/. 360	S/. 65	S/. 425
	Armario (archivador)	2	S/. 450	S/. 900	S/. 162	S/. 1,062
	Total ventas			S/. 2,060	S/. 371	S/. 2,431
Producción	Mobiliario Producción y Almacén	Cantidad	Costo Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo Inc. IGV
	Estantería metálica ranurada	4	S/. 120	S/. 480	S/. 86	S/. 566
	Escritorio para pc	4	S/. 400	S/. 1,600	S/. 288	S/. 1,888

silla giratoria	4	S/. 180	S/. 720	S/. 130	S/. 850
Estantería	8	S/. 200	S/. 1,600	S/. 288	S/. 1,888
Mesa De Trabajo De Acero Inoxidable 60 X 110 X 90 Cm	6	S/. 600	S/. 3,600	S/. 648	S/. 4,248
Total Almacén y Distrib			S/. 7,520	S/. 1,354	S/. 8,874

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.6. Programa de Mantenimiento

Tabla 121.

Programa de mantenimiento para máquinas y equipos de cada área.

	Maquinari a y equipo	Unidades	Veces año	Costo por servicio	Costo por año	2021	2022	2023	2024	2025
Producción	Cámara frigorífica	1	1	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450
	Licuada Industrial	2	1	S/. 100	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
	Dosificador a Semiautom ática	2	1	S/. 200	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400
	Furgoneta	1	1	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500
	Paleta hidráulica	1	1	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100
	Balanza electrónica	1	1	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80
Administración	Pc escritorio	2	1	S/. 50	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100
	Celular	1	1	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
	Impresora	1	1	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80	S/. 80
	Horno Microonda s	1	1	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
Ventas	Pc escritorio	3	1	S/. 50	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150
	Laptop	1	1	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
	Celular	2	1	S/. 50	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100
TOTAL SIN IGV					S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160
IGV					S/. 389	S/. 389	S/. 389	S/. 389	S/. 389	S/. 389
TOTAL CON IGV					S/. 2,549	S/. 2,549	S/. 2,549	S/. 2,549	S/. 2,549	S/. 2,549

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.7. Programa de reposición de herramientas y utensilios

Tabla 122.

Programa de reposición para producción.

	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Veces al año	Costo de reposición	2021	2022	2023	2024	2025
Producción	Mascarillas 100 und	1	S/. 50.00	Trimestral	4	S/. 200.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0
	Guantes 100 und	1	S/. 50.00	Trimestral	4	S/. 200.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0	S/. 800.0
	Mandiles	3	S/. 6.00	Trimestral	4	S/. 72.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0
	Secadores	3	S/. 2.00	Trimestral	4	S/. 24.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0
	Trapos	6	S/. 1.00	Trimestral	4	S/. 24.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0	S/. 96.0
	Botiquín Kit	1	S/. 20.00	Semestral	2	S/. 40.0	S/. 80.0	S/. 80.0	S/. 80.0	S/. 80.0	S/. 80.0
	Recogedor	1	S/. 10.00	Semestral	2	S/. 20.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0
	Escoba	1	S/. 10.00	Semestral	2	S/. 20.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0	S/. 40.0
	Baldes	1	S/. 5.00	Semestral	2	S/. 10.0	S/. 20.0	S/. 20.0	S/. 20.0	S/. 20.0	S/. 20.0
	Mameluco Drill	6	S/. 20.00	Anual	1	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0
	Botas punta de acero	4	S/. 80.00	Anual	1	S/. 320.0	S/. 320.0	S/. 320.0	S/. 320.0	S/. 320.0	S/. 320.0
	Cinta Masking tape	3	S/. 4.00	Trimestral	4	S/. 48.0	S/. 192.0	S/. 192.0	S/. 192.0	S/. 192.0	S/. 192.0
	Plumones	6	S/. 3.00	Trimestral	4	S/. 72.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0	S/. 288.0
	Cinta embalaje	12	S/. 2.00	Trimestral	4	S/. 96.0	S/. 384.0	S/. 384.0	S/. 384.0	S/. 384.0	S/. 384.0
	Trapo industrial	5	S/. 3.00	Trimestral	4	S/. 60.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0
Costo sin IGV							S/. 3,804.0	S/. 3,804.0	S/. 3,804.0	S/. 3,804.0	S/. 3,804.0
IGV							S/. 684.7	S/. 684.7	S/. 684.7	S/. 684.7	S/. 684.7
Total							S/. 4,488.7	S/. 4,488.7	S/. 4,488.7	S/. 4,488.7	S/. 4,488.7

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 123.

Programa de reposición para administración.

	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Veces al año	Costo de reposición	Costo por año	2021	2022	2023	2024	2025
Administración	Archivador cartón oficina	10	S/. 4.83	Anual	1	S/. 48.31	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3
	Cuaderno Anillado A4	6	S/. 10.00	Anual	1	S/. 60.00	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0
	Papel Bond A4 (Millar)	3	S/. 9.50	Semestral	2	S/. 28.50	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0
	Caja Lapiceros (50 und)	1	S/. 21.00	Anual	1	S/. 21.00	S/. 21.0	S/. 21.0	S/. 21.0	S/. 21.0	S/. 21.0	S/. 21.0
	lápiz (pack 6 unidades)	2	S/. 5.32	Trimestral	4	S/. 10.64	S/. 42.6	S/. 42.6	S/. 42.6	S/. 42.6	S/. 42.6	S/. 42.6
	borrador (pack 6 unidades)	2	S/. 2.71	Trimestral	4	S/. 5.42	S/. 21.7	S/. 21.7	S/. 21.7	S/. 21.7	S/. 21.7	S/. 21.7
	Corrector	3	S/. 2.71	Trimestral	4	S/. 8.13	S/. 32.5	S/. 32.5	S/. 32.5	S/. 32.5	S/. 32.5	S/. 32.5
	Plumón	3	S/. 1.50	Trimestral	4	S/. 4.50	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0
	Engrampador	1	S/. 6.00	Anual	1	S/. 6.00	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0
	Perforador	1	S/. 8.00	Anual	1	S/. 8.00	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0
	Grapas (caja 500 unid.)	2	S/. 3.50	Semestral	2	S/. 7.00	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0
	Cinta adhesiva	3	S/. 2.00	Semestral	2	S/. 6.00	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0
	Calculadora	1	S/. 10.00	Anual	1	S/. 10.00	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0
	Ligas (caja)	1	S/. 7.80	Anual	1	S/. 7.80	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8
	Regla	1	S/. 2.00	Anual	1	S/. 2.00	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0
	Sobre manila A4 (PACK 50 unid.)	1	S/. 8.30	Anual	1	S/. 8.30	S/. 8.3	S/. 8.3	S/. 8.3	S/. 8.3	S/. 8.3	S/. 8.3

Desinfectante x gl	12	S/. 10.00	Semestral	2	S/. 120.00	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0	S/. 240.0
Quitagrasa en pasta	12	S/. 5.00	Semestral	2	S/. 60.00	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0
Trapos	12	S/. 1.00	Semestral	2	S/. 12.00	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0
Bolsas de basura 1 ciento	5	S/. 10.00	Semestral	2	S/. 50.00	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0
Jabón Líquido x lt	6	S/. 3.50	Semestral	2	S/. 21.00	S/. 42.0	S/. 42.0	S/. 42.0	S/. 42.0	S/. 42.0	S/. 42.0
Toallas und	3	S/. 5.00	Semestral	2	S/. 15.00	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0	S/. 30.0
Trapeador und	6	S/. 2.00	Semestral	2	S/. 12.00	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0
Papel Higiénico 1 plancha	12	S/. 15.00	Anual	1	S/. 180.00	S/. 180.0	S/. 180.0	S/. 180.0	S/. 180.0	S/. 180.0	S/. 180.0
Tachos de basura	6	S/. 20.00	Anual	1	S/. 120.00	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 120.0
						Costo sin IGV	S/. 1,249.2	S/. 1,249.2	S/. 1,249.2	S/. 1,249.2	S/. 1,249.2
						IGV	S/. 224.8	S/. 224.8	S/. 224.8	S/. 224.8	S/. 224.8
						Total	S/. 1,474.0	S/. 1,474.0	S/. 1,474.0	S/. 1,474.0	S/. 1,474.0

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 124.
Programa de reposición para ventas.

	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Veces al año	Costo de reposición	Costo por año	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	Archivador cartón oficio	10	S/. 4.83	Anual	1	S/. 48.31	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3	S/. 48.3
	Cuaderno Anillado A4	6	S/. 10.00	Anual	1	S/. 60.00	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 60.0
	Papel Bond A4 (Millar)	3	S/. 9.50	Semestral	2	S/. 28.50	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0	S/. 57.0

Caja Lapiceros (50 und)	1	S/. 21.00	Trimestral	4	S/. 21.00	S/. 84.0	S/. 84.0	S/. 84.0	S/. 84.0	S/. 84.0	S/. 84.0
Lápiz (pack 6 unidades)	1	S/. 5.32	Trimestral	4	S/. 5.32	S/. 21.3	S/. 21.3	S/. 21.3	S/. 21.3	S/. 21.3	S/. 21.3
borrador (pack 6 unidades)	1	S/. 2.71	Trimestral	4	S/. 2.71	S/. 10.8	S/. 10.8	S/. 10.8	S/. 10.8	S/. 10.8	S/. 10.8
Corrector	3	S/. 2.00	Trimestral	4	S/. 6.00	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0	S/. 24.0
Plumón	3	S/. 1.50	Trimestral	4	S/. 4.50	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0	S/. 18.0
Engrampador	1	S/. 6.00	Anual	1	S/. 6.00	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0	S/. 6.0
Perforador	1	S/. 8.00	Anual	1	S/. 8.00	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0	S/. 8.0
Grapas (caja 500 unid.)	2	S/. 3.50	Semestral	2	S/. 7.00	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0	S/. 14.0
Cinta adhesiva	3	S/. 2.00	Semestral	2	S/. 6.00	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0	S/. 12.0
Calculadora	1	S/. 10.00	Anual	1	S/. 10.00	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0	S/. 10.0
Ligas (caja)	1	S/. 7.80	Anual	1	S/. 7.80	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8	S/. 7.8
Regla	1	S/. 2.00	Anual	1	S/. 2.00	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0	S/. 2.0
Sobre manila A4 (PACK 50 unid.)	1	S/. 8.30	Anual	2	S/. 8.30	S/. 16.6	S/. 16.6	S/. 16.6	S/. 16.6	S/. 16.6	S/. 16.6
						Costo sin IGV	S/. 399.8	S/. 399.8	S/. 399.8	S/. 399.8	S/. 399.8
						IGV	S/. 72.0	S/. 72.0	S/. 72.0	S/. 72.0	S/. 72.0
						Total	S/. 471.8	S/. 471.8	S/. 471.8	S/. 471.8	S/. 471.8

Fuente: Elaboracion propia.

7.3.8. Programa de compras posteriores

Realizando un análisis de los requerimientos del proyecto, se realizarán solo compras de útiles de oficina, utensilios y algunas herramientas durante el periodo de operación, no contemplando maquinarias ni equipos debido a que en periodos de incremento de la demanda

optaremos por adicionar otro turno de trabajo y/o operarios de producción para cubrir dicha demanda de producción.

Tabla 125.

Programa de compras posteriores de herramientas y equipos para cada área.

Programa de compra posterior de herramientas									
Herramientas y equipos	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Costo de Reposición	2021	2022	2023	2024	2025
Producción	Set de 4 Cuchillos	1	S/. 100.00	Anual	S/. 100.00	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0
	Tamizador inoxidable	1	S/. 70.00	Anual	S/. 70.00	S/. 70.0	S/. 70.0	S/. 70.0	S/. 70.0
	Colador industrial de acero	1	S/. 85.00	Anual	S/. 85.00	S/. 85.0	S/. 85.0	S/. 85.0	S/. 85.0
	Cucharones de acero inox.	2	S/. 35.00	Anual	S/. 70.00	S/. 70.0	S/. 70.0	S/. 70.0	S/. 70.0
	Escurridor de acero	1	S/. 100.00	Anual	S/. 100.00	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0
	Olla industrial	1	S/. 100.00	Anual	S/. 100.00	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0
	Tabla de picar	2	S/. 50.00	Anual	S/. 100.00	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0	S/. 100.0
	PC de escritorio	2	S/. 650.00	Cada 3 años	S/. 1,300.00			S/. 1,300.0	
	Celulares	2	S/. 350.00	Cada 3 años	S/. 700.00			S/. 700.0	
Herramientas y equipos	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Costo de Reposición	2021	2022	2023	2024	2025
Administración	PC de escritorio	2	S/. 650.00	Cada 3 años	S/. 1,300.00			S/. 1,300.0	
	Celulares	1	S/. 350.00	Cada 3 años	S/. 350.00			S/. 350.0	
	Impresora	1	S/. 600.00	Cada 3 años	S/. 600.00			S/. 600.0	

	Herramientas y equipos	Cantidad	Costo Unitario	Frecuencia de reposición	Costo de Reposición	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	PC de escritorio	3	S/. 650.00	Cada 3 años	S/. 1,950.00				S/. 1,950.0	
	Laptop	1	S/. 1,400.00	Cada 3 años	S/. 1,400.00				S/. 1,400.0	
	Celulares	2	S/. 350.00	Cada 3 años	S/. 700.00				S/. 700.0	
Costo sin IGV					S/. 8,925.00	S/. 625.0	S/. 625.0	S/. 625.0	S/. 8,925.0	S/. 625.0
IGV					S/. 1,606.50	S/. 112.5	S/. 112.5	S/. 112.5	S/. 1,606.5	S/. 112.5
Total					S/. 10,531.50	S/. 737.5	S/. 737.5	S/. 737.5	S/. 10,531.5	S/. 737.5

Fuente: Elaboracion propia.

7.4. Localización

Es imperativo realizar un correcto análisis sobre la ubicación geográfica y funcionamiento de nuestra empresa, es importante tener en cuenta todas las consideraciones, procesos externos e internos alineados a las características y necesidades de nuestro giro. Estamos considerando tener un solo local en las que funcionen diversas áreas como: administración, producción y almacén.

En ese sentido, hemos considerado diversos aspectos en los que se ha identificado posibles ubicaciones para nuestro local, así mismo, hemos alineando a esta búsqueda, los estudios de mercados que se realizaron en el proyecto, específicamente, el criterio de segmentación geográfica que nos ha dado el marco geográfico de los diversos distritos comprendidos en las zonas 1 y 2 de Lima Norte.

7.4.1. Macro localización.

Por lo tanto y según lo expuesto, en un primer análisis destacamos tres locales candidatos a considerar con su respectiva ubicación en los distritos de Los Olivos, Comas y San Martín de Porres, todas en avenidas principales.



Figura 89. Locales candidatos.

Fuente: Elaboración propia.

El local seleccionado debe contar con 02 plantas, la distribución de estas será bajo las condiciones siguientes:

- La primera planta será de uso para almacén, despacho y producción.
- La segunda planta para oficinas administrativas, ventas, marketing y otros.

Se tendrá a consideración la evaluación de factores como: acceso a las principales vías, cercanía a nuestros canales de distribución, disponibilidad de mano de obra, cercanía a proveedores de materia prima e insumos, costo de renta mensual por las instalaciones, servicios públicos disponibles, aspectos legales de registro municipal, seguridad, área del local y otros.

En sentido, se desarrolla el análisis de los factores de acuerdo a una escala de clasificación, según detalle:

Tabla 126.
Escala de clasificación.

Escala de calificación	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Excelente
Calificación	2	4	6	8	10

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 127.
Cuadro de los factores de análisis de la macro localización.

Factores de Análisis	Peso	Comas		Los Olivos		San Martín de Porres	
		Calificaci ón	Pondera do	Calificaci ón	Pondera do	Calificaci ón	Pondera do
Acceso a principales vías	10%	7	0.7	7	0.7	8	0.8
Cercanía a nuestros canales de distribución, clientes.	20%	8	1.6	8	1.6	7	1.4
Cercanía a los proveedores de materias primas e insumos	20%	9	1.8	8	1.6	7	1.4
Costo del alquiler por el m2 según distrito.	20%	6	1.2	8	1.6	8	1.6
Aspectos y permisos legales de reg. municipal	10%	7	0.7	8	0.8	7	0.7

Consideraciones para el despacho de la mercancía.	10%	6	0.6	9	0.9	6	0.6
Seguridad, acceso al lugar.	10%	7	0.7	7	0.7	7	0.7
Total	100 %		7.3		7.9		7.2

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al análisis de las variables se determina al local del distrito de Los Olivos como el idóneo para los intereses de la organización, ello tras la obtención de un ponderado de 7.9 sobre los demás candidatos.

Tabla 128.

Cuadro de locales candidatos.

Características	Mapa de Geo localización	Exterior - Fachada
Zona 1: Distrito de Comas. Dirección: Av. Universitaria 6617 Área total: - Primera planta: 200 m² - Segunda planta: 180m² Renta mensual: S/ 3,500.00 - Planta 1: S/ 1,750.00 - Planta 2: S/ 1,750.00 Fácil acceso al lugar.		
Zona 2: Distrito: Los Olivos Dirección: Av. Canta Callao 1516 o Av. Los Sauces 105 Área total: - Primera planta: 250 m² - Segunda planta: 125m² (F) Renta mensual: S/ 3,200.00 - Planta 1: S/ 2,000.00		

- Planta 2: S/ 1,200.00
Fácil acceso al lugar.

Zona 2:

Distrito: San Martín de Porres.

Dirección:

Av. Izaguirre 1510.

Área total:

- Primera planta: 180 m²

- Segunda planta: 180m²

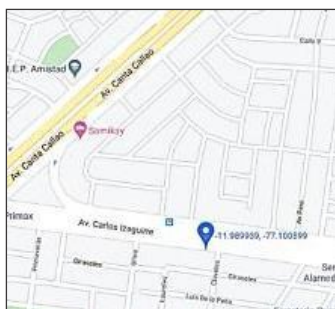
Renta mensual: S/

3,600.00

- Planta 1: S/ 1,800.00

- Planta 2: S/ 1,800.00

Difícil acceso al lugar.



Fuente: Elaboración propia.

7.4.2. Micro localización.

Tras el análisis de macro localización, se realizó la elección de un local en el Distrito de Los Olivos, con el propósito de ver más opciones en el distrito se realizó las coordinaciones con otro local ubicado a la Altura de la cuadra 6 en la Av. Huandoy, distrito de Los Olivos y se aplicó la ponderación adecuada con la propuesta elaborada en el plan macro con las mismas consideraciones de clasificación, según detalle:

Tabla 129.

Cuadro de los factores de análisis de la micro localización.

Factores de Análisis	Peso	Avenida Santa Callao		Avenida Huandoy	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Costo de la renta mensual	30%	9	2.7	7	2.1
Dimensiones en m ² de las plantas 1 y 2.	30%	9	2.7	6	1.8
Consideraciones para el despacho de la mercancía.	20%	8	1.6	7	1.4

Seguridad, acceso al lugar.	20%	7	1.4	7	1.4
Total	100%		8.4		6.7

Fuente: Elaboración propia.

En tal sentido, mediante el análisis de los factores de las variables se determina al local de la Av. Canta Callao con una ponderación de 8,4 sobre la propuesta de puntaje 6.7. Se define el análisis para el local con dirección en el cruce la Av. Los Sauces 105 con la Av. Canta Callao 1516, distrito de Los Olivos. Cabe resaltar la importancia de considerar diversos factores de las variables macro y micro que apoyaron a la decisión.

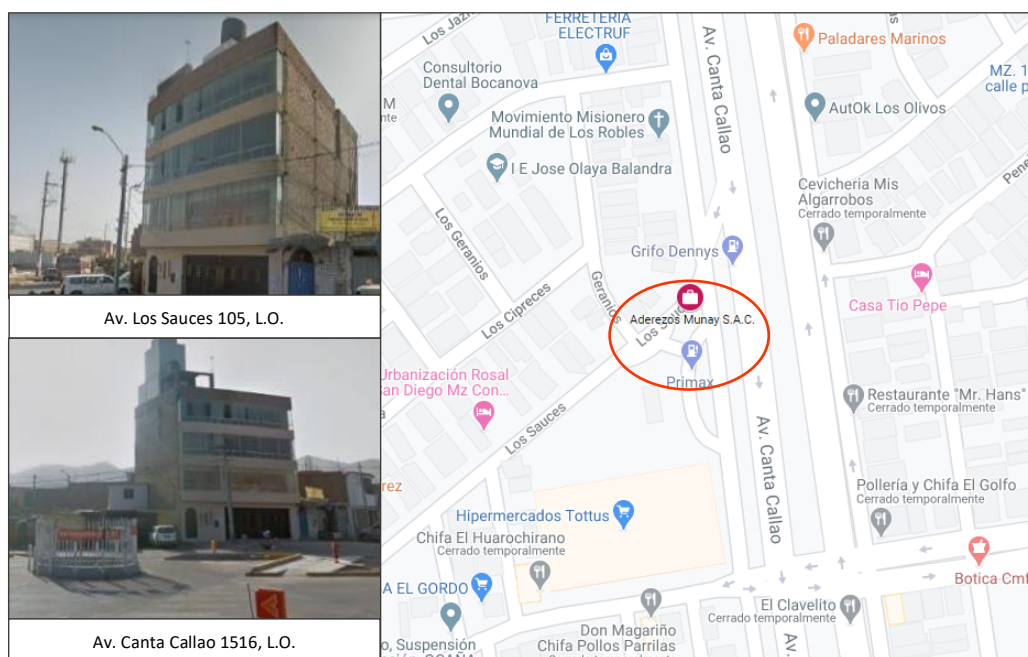


Figura 90. Ubicación del local de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

El local en cuestión cuenta cuatro plantas, se negoció el alquiler de las dos primeras plantas, la primera planta con 250 m² donde se realizará las instalaciones del almacén, despacho, producción y la segunda planta con 125 m², frontis, para oficinas administrativas y otros.

Se realizaron las negociaciones del arrendamiento del inmueble para ambas plantas con una renta mensual por un monto de total de S/ 3,200.00 incluido I.G.V., planta piso 1 por un monto de S/ 2,000.00 y la planta piso 2, frontis, por un monto de S/ 1,200.00, con un tiempo de arrendamiento de 5 años, con posibilidad a renovación previa comunicación escrita.



Figura 91. Frontis de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Contamos con una adecuada ubicación estrategia con respecto a nuestros clientes, canales de distribución, proveedores y fuerza laboral en general.

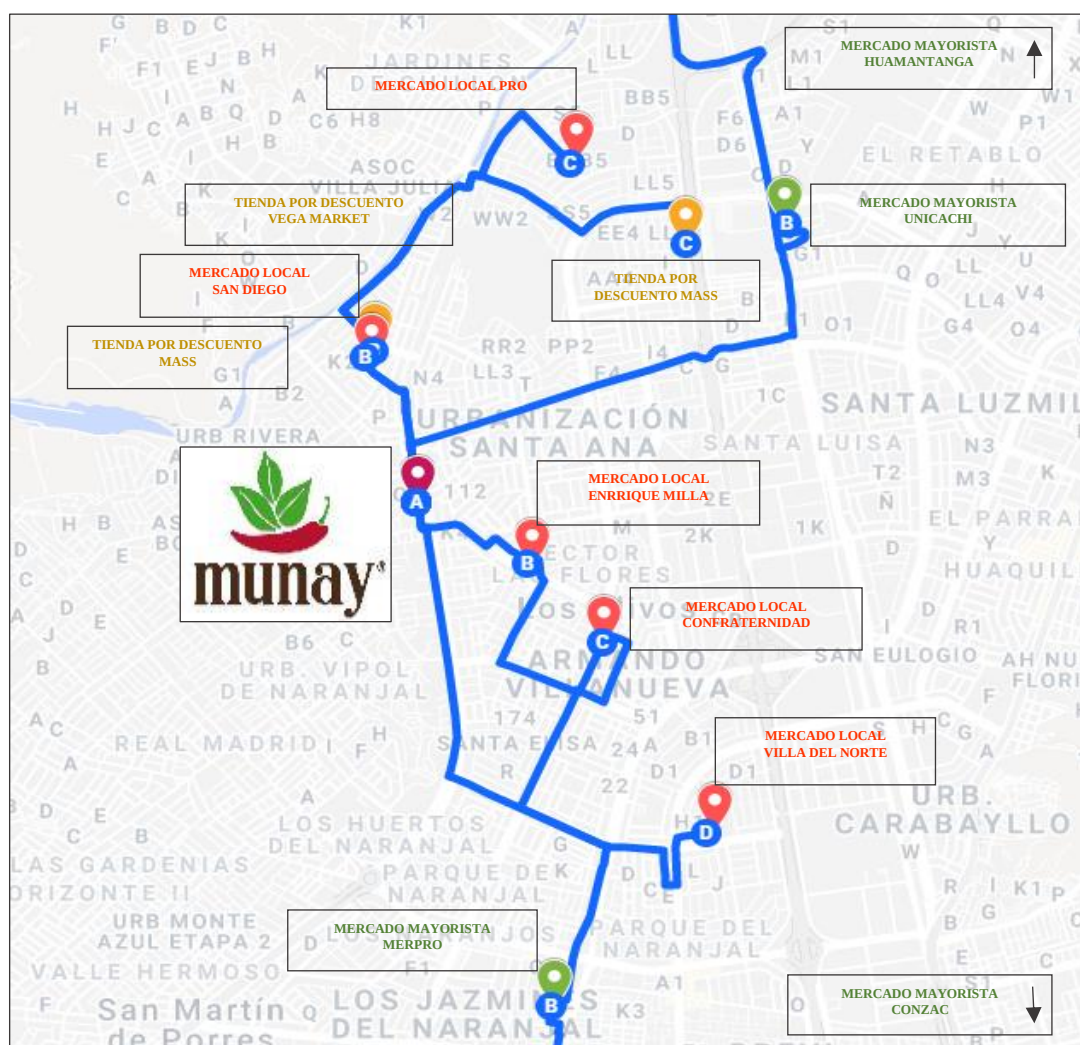


Figura 92. Ubicación de la empresa y puntos de distribución.
Fuente: Elaboración propia.

Para la implementación de los ambientes de la empresa, consideramos los siguientes puntos para los gastos de adecuación:

Tabla 130.
Gastos de adecuación.

Descripción	Marca	Cantidad	Costo unitario	Total	IGV	Total precio venta
Drywall más instalación por m2, de 12.7mm 1.22 x 2.44 metros + accesorios	Gypalc RH	30	S/. 35.00	S/. 889.83	S/. 160.17	S/. 1,050.00

Instalaciones y reparaciones eléctricas en general, toma corrientes	-	1	S/. 80.00	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
Canaleta con adhesivo Blanco 20x12mm	Schneider Electric	23	S/. 7.50	S/. 146.19	S/. 26.31	S/. 172.50
Pintura (4L) 37 m2 x 4 L	American Colors	10	S/. 29.00	S/. 245.76	S/. 44.24	S/. 290.00
Pack Foco Led 12-90W Luz Fría x 5 Unidades	Osram	6	S/. 23.00	S/. 116.95	S/. 21.05	S/. 138.00
Interruptor Termomagnético 3x32A 220V-10KA	Bticino	6	S/. 33.00	S/. 167.80	S/. 30.20	S/. 198.00
Lámpara de emergencia 2x9LED 4W	PowerForce	5	S/. 44.90	S/. 190.25	S/. 34.25	S/. 224.50
Cemento Apu Portland GU x 42.5 kg	Apu	2	S/. 20.00	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00
Reparaciones y mantenimiento de albañilería	-	1	S/. 150.00	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00
Lavadero de acero inoxidable	ImagasPerú	1	S/. 160.00	S/. 135.59	S/. 24.41	S/. 160.00
Reparaciones e instalaciones de gasfitería	-	1	S/. 120.00	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
Juego de accesorios para inodoro	Imp	2	S/. 23.90	S/. 40.51	S/. 7.29	S/. 47.80
Lavamanos Lara azul	D'acqua	2	S/. 59.90	S/. 101.53	S/. 18.27	S/. 119.80
Detector de humo 12-24V	Hagroy	5	S/. 57.90	S/. 245.34	S/. 44.16	S/. 289.50
Extintor 12kg con colgador de pared	PQS ABC	3	S/. 169.00	S/. 429.66	S/. 77.34	S/. 507.00
Instalación y conectividad de puntos de redes, cable UTP , coaxial	UTP CAT5E	40	S/. 2.30	S/. 77.97	S/. 14.03	S/. 92.00
Total			S/3,117.88	S/ 561.22	S/3,679.10	

Fuente: Elaboración propia.

7.4.4. Gastos de servicios.

Para los gastos de servicio se tomarán en consideración los siguientes ítems.

Tabla 131.

Gastos de alquiler del local.

Descripción	Área m ²	Valor de Alquiler
Alquiler de Planta 1	250	S/. 2,000.00
Alquiler de Planta 2	120	S/. 1,200.00
Total	370	S/. 3,200.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 132.

Gastos de servicios básicos.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor de Venta	IGV	Precio de Venta
Servicio básico de Luz	1	S/. 750.00	S/. 635.59	S/. 114.41	S/. 750.00
Servicio básico de Agua	1	S/. 350.00	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00
Internet fijo + Telefonía fija	1	S/. 113.00	S/. 95.76	S/. 17.24	S/. 113.00
Telefonía Móvil RPC	4	S/. 39.00	S/. 132.20	S/. 23.80	S/. 156.00
Total			S/.1,160.17	S/. 208.83	S/.1,369.00

Fuente: Elaboración propia.

7.4.5. Plano del centro de operaciones.

En los siguientes planos detallaremos como se distribuirá las dos plantas del local que hemos escogido para este proyecto:



Figura 93. Plano de distribución planta 1.

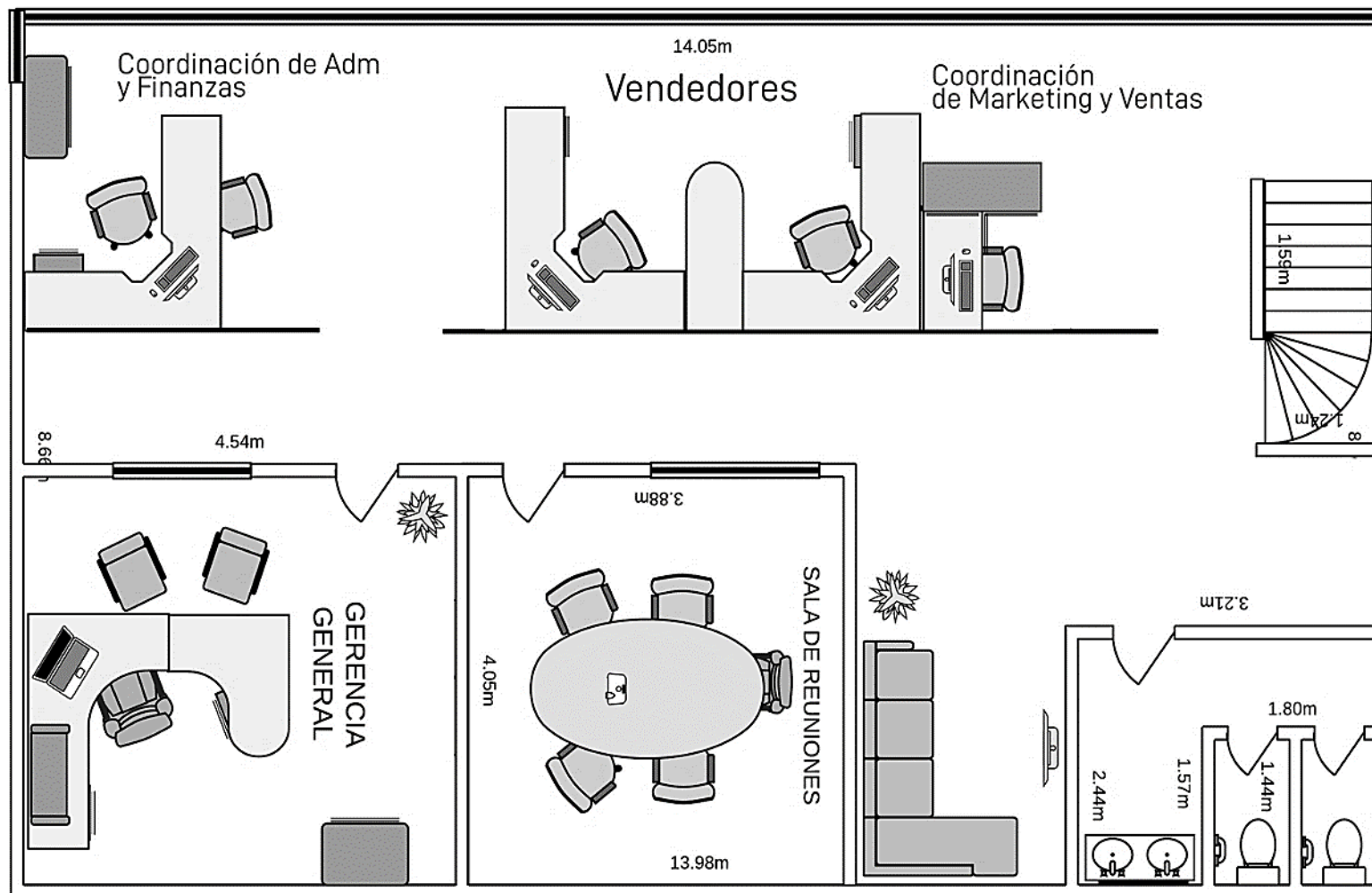


Figura 94. Plano de distribución planta 2.

7.4.6. Descripción del centro de operaciones.

- **CONTROL DE INGRESO:** Oficina encargada de llevar el registro de visitas a las instalaciones, además del control y verificación de ingreso del personal sea externo-interno, nuestros clientes, proveedores y visitas previa cita.
- **ALMACEN:** Ambiente en el que se guarda el producto terminado tras el empaque y etiquetado para la posterior distribución, además sirve para almacenar los insumos, repuestos, y materia prima no perecible.
- **RECEPCIÓN Y DESPACHO:** Oficina encargada de realizar los trámites y la documentación de diversas operaciones de recepción de mercadería, insumos o repuestos, esta área también se encarga de coordinar la elaboración e impresión de las guías de remisión y de transporte para despacho.
- **ZONA DE CARGA;** Espacio asignado para la unidad de transporte encargada de la distribución del producto terminado a los canales de distribución.
- **AREA DE PRODUCCIÓN:** Espacio asignado a diversas Áreas que comprenden el proceso de producción de producto, como:
 - Área de Revisión de mercaderías o insumos, encargada de la recepción y verificación del estado y calidad de las compras de materia prima e insumos, así como repuestos y otros.
 - Área de pesaje, encargada de realizar el pesaje de los productos a procesar en las diversas áreas mediante el uso de 02 balanzas eléctricas.
 - Área de limpieza y lavado, encargada del correcto lavado de los insumos y materia prima a procesar en el producto.
 - Área de cocción, implantada con una cocina industrial para los temas de cocción de materias primas a procesar.

- Área de picado, implementada para realizar el picado de las diversas materias primas a procesar.
- Área de mezclado del producto final, implementada con 02 licuadoras industriales para el correcto mezclado de los componentes del producto.
- Área de envasado o dosificado de producto final, implementada con 02 máquinas dosificadoras con el propósito de obtener un producto de calidad correctamente envasado.
- Área de empaque y etiquetado de producto terminado, espacio establecido para el tema relacionado al packing y etiquetado de nuestro producto terminado.
- Cámara frigorífica, cámara Adquirida para la conservación de la materia prima orgánica del producto.
- Cafetín: espacio asignado para el personal, este puede ser de uso para comedor y momentos de descanso.

7.5. Responsabilidad social frente al entorno.

7.5.1. Impacto ambiental.

Para la fabricación de nuestro producto se está empleando compuesto naturales.

Durante su proceso de la fabricación del producto, los desechos que se produce no tendrán repercusiones en el medio ambiente, ya que su composición físicoquímica no es nociva para el ser humano.

Además, la basura que se acumule tanto en las áreas de producción como en las oficinas, serán recicladas en tachos de basura correctamente señalizados para ser sacadas en horarios de recolección de la misma.

GRIS	NARANJA	VERDE	AMARILLO	AZUL
Desechos en general	Orgánicos	Envases de Vidrio	Plástico y envase Metálicos	Papel
1	2	3	4	5



Figura 95. Clasificación de basureros.

7.5.2. Con los trabajadores

En nuestra empresa los trabajadores son nuestro punto de fuerza para salir adelante y como tal, les brindaremos seguridad como prioridad en todas las áreas de la empresa, esto se llevará a cabo mediante equipos de seguridad como botiquín de primeros auxilios, extintores, señales de seguridad, etc.



Figura 96. Extintores y tipo de fuego.

En nuestro caso vamos a utilizar el tipo C, este extintor es apto para fuegos tipo ABC. Actúan químicamente interrumpiendo la reacción en cadena.

Equipos de proteccion personal

Para la proctecion del sistema respiratorio se usaran este tipo de mascarillas



Figura 97. Mascarilla.

Proteccion para los ojos, imprecindible para evitar cualquier contacto con el producto y pueda ocasionar un daño total o parcial de la vista.



Figura 98. Lentes industriales.

El mandil industrial, con la finalidad de mantener la higuiene del producto y del trabajador.



Figura 99. Mandil industrial.

Tomando en cuenta el ambito fisico y mental de los trabajadores se aplicaran algunas medidas como brindarles algunos cursos de capacitación que le permita y nos permita el desarrollo. Asi tambien, celebrar actividades de integración como:

Tabla 133.
Presupuesto anual de responsabilidad social.

PRESUPUESTO ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL												
ITEM	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
DIA DE LA MADRE						S/.450						
DIA DEL PADRE						S/.450						
ANIVERSARIO DE LA EMPRESA								S/.750				
NAVIDAD												S/.1,200
REUNION FIN DE AÑO												S/.1,200
CHARLAS MOTIVACIONALES	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150	S/.150
CAMPAÑAS DE SALUD		S/.450			S/.450			S/.450				S/.450
CAPACITACIONES	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500

CUMPLEAÑOS	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100	S/.100
TOTAL RESP. SOCIAL	S/.750	S/.1,200	S/.750	S/.750	S/.1,200	S/.1,650	S/.750	S/.1,950	S/.750	S/.750	S/.750	S/.3,600

Fuente: Elaboración propia.

7.5.3. Con la comunidad.

Tenemos el grado de apoyar a la comunidad tomando personal de las zonas aledañas que cumplan con el perfil que requiere la empresa.

No es un producto inflamable por no contar con insumos artificiales el cual de igual manera contribuimos con la comunidad.

Debido a estas ventajas de nuestro producto aporta un gran avance y también aporta grandes beneficios para nuestra salud.

Capítulo VIII Evaluación Económica Financiera

8.1. Inversión.

8.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para la inversión de activos fijos depreciables consideraremos máquinas, equipos y mobiliario.

Tabla 134.

Inversión de activos fijos depreciables en cada área.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES							
ITEM	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV	
PRODUCCIÓN	Cámara frigorífica	Maquinaria	1	S/. 22,000	S/. 22,000	S/. 3,960	S/. 25,960
	Licuada Industrial	Maquinaria	2	S/. 5,000	S/. 10,000	S/. 1,800	S/. 11,800
	Dosificadora Semiautomática	Maquinaria	2	S/. 5,115	S/. 10,230	S/. 1,841	S/. 12,071
	Furgoneta	Maquinaria	1	S/. 34,080	S/. 34,080	S/. 6,134	S/. 40,214
	Cocina industrial	Equipo	1	S/. 600	S/. 600	S/. 108	S/. 708
	Balanza electrónica	Equipo	1	S/. 950	S/. 950	S/. 171	S/. 1,121
	Mesa de trabajo	Equipo	1	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 324	S/. 2,124
	Pc escritorio	Equipo	2	S/. 650	S/. 1,300	S/. 234	S/. 1,534
	Celular	Equipo	2	S/. 350	S/. 700	S/. 126	S/. 826
	Paleta hidráulica	Equipo	4	S/. 120	S/. 480	S/. 86	S/. 566
	Estantería metálica ranurada	Mobiliario	4	S/. 120	S/. 480	S/. 86	S/. 566
	Escritorio para pc	Mobiliario	4	S/. 400	S/. 1,600	S/. 288	S/. 1,888
	silla giratoria	Mobiliario	4	S/. 180	S/. 720	S/. 130	S/. 850

	Estanterías	Mobil iario	8	S/. 200	S/. 1,600	S/. 288	S/. 1,888
	Mesa De Trabajo De Acero Inoxidable 60 X 110 X 90 Cm	Mobil iario	6	S/. 600	S/. 3,600	S/. 648	S/. 4,248
	TOTAL ACTIVOS FIJOS: PRODUCCIÓN			S/. 90,140	S/. 16,225	S/. 106,365	
	ITEM	TIPO	CANT IDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
ADMINISTRACIÓN	Pc escritorio	Equip o	2	S/. 650	S/. 1,300	S/. 234	S/. 1,534
	Celular	Equip o	1	S/. 350	S/. 350	S/. 63	S/. 413
	Impresora	Equip o	1	S/. 600	S/. 600	S/. 108	S/. 708
	Horno	Equip o	1	S/. 300	S/. 300	S/. 54	S/. 354
	Armario (archivador)	Mobil iario	2	S/. 450	S/. 1,949	S/. 351	S/. 2,300
	Escritorio para pc	Mobil iario	2	S/. 220	S/. 424	S/. 76	S/. 500
	Mesa reunión	Mobil iario	1	S/. 450	S/. 450	S/. 81	S/. 531
	Sillas giratorias	Mobil iario	10	S/. 190	S/. 1,900	S/. 342	S/. 2,242
	TOTAL ACTIVOS FIJOS: ADMINISTRACIÓN			S/. 7,273	S/. 1,309	S/. 8,582	
	ITEM	TIPO	CANT IDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
VENTAS	Pc escritorio	Equip o	3	S/. 650	S/. 1,950	S/. 351	S/. 2,301
	Laptop	Equip o	1	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 252	S/. 1,652
	Celular	Equip o	2	S/. 350	S/. 700	S/. 126	S/. 826
	POS	Equip o	1	S/. 100	S/. 424	S/. 76	S/. 500
	Pizarra acrílica	Equip o	1	S/. 90	S/. 90	S/. 16	S/. 106
	Escritorio para pc	Mobil iario	2	S/. 400	S/. 800	S/. 144	S/. 944
	silla giratoria	Mobil iario	2	S/. 180	S/. 360	S/. 65	S/. 425
	Armario (archivador)	Mobil iario	2	S/. 450	S/. 900	S/. 162	S/. 1,062

TOTAL ACTIVOS FIJOS: VENTAS	S/. 6,624	S/. 1,192	S/. 7,816
------------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 135.
Resumen de activos fijos por área.

ACTIVOS FIJOS	Año 0
Producción	S/85,183.73
Administración	S/7,272.88
Ventas	S/12,551.19
TOTAL COSTO DE ACTIVO FIJO (SIN IGV)	S/105,007.80
IGV	S/18,901.40
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO DEPRECIABLE (INC. IGV)	S/123,909.20

Fuente: Elaboración propia.

8.1.2. Inversión en Activo Intangible.

Para calcular la inversión de activos intangibles del proyecto consideraremos los costos de obtención de las licencias, las patentes y los tramites de constitución.

Tabla 136.
Inversión de activos intangibles por cada área.

INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES						
ITEM	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
PRODUCCIÓN	Registro Sanitario DIGESA	Licencias y autorizaciones	1	S/. 246.00	S/. 246.00	S/. 44.28
	Valid. Tec. Oficial Plan HACCP	Otras autorizaciones	2	S/. 985.30	S/. 1,970.60	S/. 354.71
	Requerimiento Código de Barras	Otras autorizaciones	8	S/. 27.28	S/. 218.24	S/. 39.28
	TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: PRODUCCIÓN			S/. 2,434.84	S/. 438.27	S/. 2,873.11

ADMINISTRACIÓN	Búsqueda de Nombre en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 4.24	S/. 4.24	S/. 0.76	S/. 5.00
	Reserva de nombre en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 3.05	S/. 20.00
	Elaboración de escritura pública e inscripción en Sunarp	Tramite de constitución	1	S/. 279.66	S/. 279.66	S/. 50.34	S/. 330.00
	Licencia de Funcionamiento	Licencias y autorizaciones	1	S/. 236.44	S/. 236.44	S/. 42.56	S/. 279.00
	Defensa Civil	Licencias y autorizaciones	1	S/. 161.86	S/. 161.86	S/. 29.14	S/. 191.00
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: ADMINISTRACIÓN					S/. 699.15	S/. 125.85	S/. 825.00
VENTAS	Búsqueda Fonética - figurativa	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 32.59	S/. 32.59	S/. 5.87	S/. 38.46
	Registro de Marca	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 453.38	S/. 453.38	S/. 81.61	S/. 534.99
	Registro nombre comercial	Trámites para el registro de marcas y patentes	1	S/. 453.38	S/. 453.38	S/. 81.61	S/. 534.99
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE: VENTAS					S/. 939.36	S/. 169.08	S/. 1,108.44

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 137.
Resumen de activos intangibles por área.

ACTIVOS INTANGIBLES	Año 0
Producción	S/. 2,434.84
Administración	S/. 699.15

Ventas	S/. 939.36
TOTAL COSTO DE ACTIVO INTANGIBLE (SIN IGV)	S/. 4,073.35
IGV	S/. 733.20
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVO INTANGIBLE (INC IGV)	S/. 4,806.55

Fuente: Elaboración propia.

8.1.3. Inversión de gastos pre operativos.

Para los gastos preoperativos consideraremos los gastos de adecuación del local, utensilios, herramientas, equipos, costos de planillas y entre otros, requeridos para iniciar el proyecto. Estos gastos se ejecutarán en el periodo pre operativo que dura 4 meses.

Tabla 138.

Inversión de gastos pre operativos de producción.

INVERSION EN GASTOS PREOPERATIVOS						
ITEM	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
PRODUCCIÓN	Drywall más instalación por m2, de 12.7mm 1.22 x 2.44 metros + accesorios	30	S/. 35.00	S/. 889.83	S/. 160.17	S/. 1,050.00
	Instalaciones y reparaciones eléctricas en general, toma corrientes	1	S/. 80.00	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
	Canaleta con adhesivo Blanco 20x12mm	23	S/. 7.50	S/. 146.19	S/. 26.31	S/. 172.50
	Pintura (4L) 37 m2 x 4 L	10	S/. 29.00	S/. 245.76	S/. 44.24	S/. 290.00

Pack Foco Led 12-90W Luz Fría x 5 Unidades	Gastos de adecuación del local	6	S/. 23.00	S/. 116.95	S/. 21.05	S/. 138.00
Interruptor Termomagnético 3x32A 220V-10KA	Gastos de adecuación del local	6	S/. 33.00	S/. 167.80	S/. 30.20	S/. 198.00
Lámpara de emergencia 2x9LED 4W	Gastos de adecuación del local	5	S/. 44.90	S/. 190.25	S/. 34.25	S/. 224.50
Cemento Apu Portland GU x 42.5 kg	Gastos de adecuación del local	2	S/. 20.00	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00
Reparaciones y mantenimiento de albañilería	Gastos de adecuación del local	1	S/. 150.00	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00
Lavadero de acero inoxidable	Gastos de adecuación del local	1	S/. 160.00	S/. 135.59	S/. 24.41	S/. 160.00
Reparaciones e instalaciones de gasfitería	Gastos de adecuación del local	1	S/. 120.00	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
Juego de accesorios para inodoro	Gastos de adecuación del local	2	S/. 23.90	S/. 40.51	S/. 7.29	S/. 47.80
Lavamanos Lara azul	Gastos de adecuación del local	2	S/. 59.90	S/. 101.53	S/. 18.27	S/. 119.80
Detector de humo 12-24V	Gastos de adecuación del local	5	S/. 57.90	S/. 245.34	S/. 44.16	S/. 289.50
Extintor 12kg con colgador de pared	Gastos de adecuación del local	3	S/. 169.00	S/. 429.66	S/. 77.34	S/. 507.00
Instalación y conectividad de puntos de redes, cable UTP, coaxial	Gastos de adecuación del local	40	S/. 2.30	S/. 77.97	S/. 14.03	S/. 92.00
Garantía Alquiler de Planta 1 (Taller y Almacén)	Gastos de alquiler	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 360.00	S/. 2,360.00
Alquiler de Planta 1 (Taller y Almacén)	Gastos de alquiler	4	S/. 2,000.00	S/. 8,000.00	S/. 1,440.00	S/. 9,440.00

Servicio básico de Luz	Servicios Básicos	0.8	S/. 750.00	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00
Servicio básico de Agua	Servicios Básicos	0.8	S/. 350.00	S/. 237.29	S/. 42.71	S/. 280.00
Telefonía Móvil - Cel	Servicios Básicos	0.5	S/. 132.20	S/. 56.02	S/. 10.08	S/. 66.10
Transporte y Coord	Servicios Básicos	0.5	S/. 113.00	S/. 47.88	S/. 8.62	S/. 56.50
Internet Fijo + Línea	Servicios Básicos	0.5	S/. 113.00	S/. 47.88	S/. 8.62	S/. 56.50
Coordinador de Producción	Personal	1	S/. 10,211.73	S/. 10,211.73	S/. -	S/. 10,211.73
Operario de producción	Personal	2	S/. 9,496.91	S/. 9,496.91	S/. -	S/. 9,496.91
Coordinador de Logística	Personal	1	S/. 10,211.73	S/. 10,211.73	S/. -	S/. 10,211.73
Transportista	Personal	1	S/. 5,105.87	S/. 5,105.87	S/. -	S/. 5,105.87
Operario de Almacén	Personal	1	S/. 4,748.46	S/. 4,748.46	S/. -	S/. 4,748.46
Seguridad	Servicios Tercerizados	4	S/. 550.00	S/. 2,200.00	S/. 396.00	S/. 2,596.00
Limpieza	Servicios Tercerizados	4	S/. 1,000.00	S/. 4,000.00	S/. 720.00	S/. 4,720.00
Mascarillas 100 und	Utensilios	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Guantes 100 und	Utensilios	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Mandiles	Utensilios	3	S/. 6.00	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 21.24
Secadores	Utensilios	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Trapos	Utensilios	6	S/. 1.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Botiquín Kit	Utensilios	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 23.60
Recogedor	Utensilios	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
Escoba	Utensilios	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
Baldes	Utensilios	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.90	S/. 5.90
Mameluco Drill	Utensilios	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
Botas punta de acero	Utensilios	4	S/. 80.00	S/. 320.00	S/. 57.60	S/. 377.60
Cinta Masking tape	Utensilios	3	S/. 4.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
Escalera	Utensilios	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00

Calculadora	Utensilios	2	S/. 10.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 23.60
Plumones	Utensilios	6	S/. 3.00	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 21.24
Cinta embalaje	Utensilios	12	S/. 2.00	S/. 24.00	S/. 4.32	S/. 28.32
Trapo industrial kg	Utensilios	5	S/. 3.00	S/. 15.00	S/. 2.70	S/. 17.70
Set de 4 Cuchillos	Herramienta s	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
Tamizador inoxidable	Herramienta s	1	S/. 70.00	S/. 70.00	S/. 12.60	S/. 82.60
Colador industrial de acero	Herramienta s	1	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 15.30	S/. 100.30
Cucharones de acero inox.	Herramienta s	2	S/. 35.00	S/. 70.00	S/. 12.60	S/. 82.60
Escurreidor de acero	Herramienta s	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
Olla industrial	Herramienta s	1	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
Tabla de picar	Herramienta s	2	S/. 50.00	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS:				S/.	S/.	S/.
PRODUCCIÓN				61,321.25	3,878.38	65,199.62

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 139.
Inversión de gastos pre operativos de ventas.

VENTAS	ITEM	TIPO	CANTI DAD	COSTO UNIT. S/.	COST O SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
	Diseño Web	Plataformas digitales	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 180.00	S/. 1,180.00
	Hosting	Plataformas digitales	anual	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 27.00	S/. 177.00
	Dominio	Plataformas digitales	anual	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
	Anuncios en Facebook Ads	Plataformas digitales	4	S/. 200.00	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 344.00
	Anuncios en Google Ads	Plataformas digitales	4	S/. 200.00	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 344.00
	Alquiler de Stand de Feria	Ferias locales	1	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 90.00	S/. 590.00
	Mobiliari o Stand de Ferias	Ferias locales	1	S/. 800.00	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 944.00
	Decoració n de Stand de feria	Ferias locales	1	S/. 800.00	S/. 800.00	S/. 144.00	S/. 944.00

Impulsadores de Stand Feria (Disfraces)	Ferias locales	2	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00	S/. 360.00	S/. 1,360.00
Banners publicitarios de 200 cm x 100 cm	Material gráfico	2	S/. 60.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 81.60
Impresión tarjetas de presentación	Material gráfico	4	S/. 50.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
Impresiones volantes 1/4 A4	Material gráfico	3	S/. 100.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00
Afiches publicitarios A6	Material gráfico	1	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Adquisición de módulos publicitarios desarmables	Activaciones (Merchandising, Regalos)	1	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00
Polos publicitarios	Activaciones (Merchandising, Regalos)	250	S/. 2.50	S/. 625.00	S/. 112.50	S/. 115.00
Bolsas ecológicas	Activaciones (Merchandising, Regalos)	250	S/. 2.50	S/. 625.00	S/. 112.50	S/. 115.00
Mandiles publicitarios	Activaciones (Merchandising, Regalos)	250	S/. 3.00	S/. 750.00	S/. 135.00	S/. 138.00
Utensilios de cocina	Activaciones (Merchandising, Regalos)	100	S/. 5.00	S/. 500.00	S/. 90.00	S/. 95.00
Menaje para degustación	Activaciones (Merchandising, Regalos)	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
Coordinador de Marketing y ventas	Personal	1	S/. 10,113.33	S/. 10,113	S/. -	S/. 10,113.33
Asesor de ventas	Personal	2	S/. 9,405.40	S/. 9,405	S/. -	S/. 9,405.40
Garantía de Alquiler de Planta	Gastos de alquiler	1	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 708.00

2 - Of. Ventas						
Alquiler de Planta	Gastos de alquiler	4	S/. 600.00	S/. 2,400.00	S/. 432.00	S/. 2,832.00
2 - Of. Ventas						
Telefonía Móvil - Cel	Servicios Básicos	0.5	S/. 156.00	S/. 66.10	S/. 11.90	S/. 78.00
Vendedores						
Internet Fijo + Línea	Servicios Básicos	0.3	S/. 113.00	S/. 28.73	S/. 5.17	S/. 33.90
Servicio básico de Luz	Servicios Básicos	0.1	S/. 750.00	S/. 63.56	S/. 11.44	S/. 75.00
Servicio básico de Agua	Servicios Básicos	0.1	S/. 350.00	S/. 29.66	S/. 5.34	S/. 35.00
Archivador cartón oficina	Útiles de oficina	10	S/. 4.83	S/. 48.31	S/. 8.69	S/. 57.00
Cuaderno Anillado A4	Útiles de oficina	6	S/. 10.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
Papel Bond A4 (Millar)	Útiles de oficina	3	S/. 9.50	S/. 28.50	S/. 5.13	S/. 33.63
Caja Lapiceros (50 und)	Útiles de oficina	1	S/. 21.00	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
lápiz (pack 6 unidades)	Útiles de oficina	1	S/. 5.32	S/. 5.32	S/. 0.96	S/. 6.28
borrador (pack 6 unidades)	Útiles de oficina	1	S/. 2.71	S/. 2.71	S/. 0.49	S/. 3.20
corrector	Útiles de oficina	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
plumón	Útiles de oficina	3	S/. 1.50	S/. 4.50	S/. 0.81	S/. 5.31
Engrapador	Útiles de oficina	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Perforador	Útiles de oficina	1	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 1.44	S/. 9.44
Grapas (Caja 500 unid.)	Útiles de oficina	2	S/. 3.50	S/. 7.00	S/. 1.26	S/. 8.26
Cinta adhesiva	Útiles de oficina	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Calculadora	Útiles de oficina	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
Ligas (caja)	Útiles de oficina	1	S/. 7.80	S/. 7.80	S/. 1.40	S/. 9.20
Regla	Útiles de oficina	1	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.36	S/. 2.36
Sobre manila A4	Útiles de oficina	1	S/. 8.30	S/. 8.30	S/. 1.49	S/. 9.79

(PACK
50 und.)

TOTAL DE GASTOS	S/.	S/.	S/.
VENTAS	33,518	2,519.91	31,291.13

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 140.
Inversión de gastos pre operativos de administración.

ITEM	TIPO	CANTI DAD	COSTO UNIT. S/.	COSTO SIN IGV	IGV 18 %	COSTO INC. IGV
Garantía						
Alquiler de Planta 2 - Of. Administ	Gastos de alquiler	1	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 708.00
Alquiler de Planta 2 - Of. Administ	Gastos de alquiler	4	S/. 600.00	S/. 2,400.00	S/. 432.00	S/. 2,832.00
Internet Fijo + Línea	Servicios Básicos	0.2	S/. 113.00	S/. 19.15	S/. 3.45	S/. 22.60
Servicio básico de Luz	Servicios Básicos	0.1	S/. 750.00	S/. 63.56	S/. 11.44	S/. 75.00
Servicio básico de Agua	Servicios Básicos	0.1	S/. 350.00	S/. 29.66	S/. 5.34	S/. 35.00
Administ	Personal	1	S/. 20,226.67	S/. 20,226.67	S/. 3,640.80	S/. 23,867.47
Asistente Administ	Personal	1	S/. 7,585.00	S/. 7,585.00	S/. -	S/. 7,585.00
Contabili	Servicios Tercerizados	4	S/. 450.00	S/. 1,800.00	S/. -	S/. 1,800.00
Archivad or cartón oficio	Útiles de oficina	10	S/. 4.83	S/. 48.31	S/. 8.69	S/. 57.00
Cuaderno Anillado A4	Útiles de oficina	6	S/. 10.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
Papel Bond A4 (Millar)	Útiles de oficina	3	S/. 9.50	S/. 28.50	S/. 5.13	S/. 33.63
Caja Lapiceros (50 und)	Útiles de oficina	1	S/. 21.00	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
lápiz (pack 6 unidades)	Útiles de oficina	2	S/. 5.32	S/. 10.64	S/. 1.92	S/. 12.56
borrador (pack 6 unidades)	Útiles de oficina	2	S/. 2.71	S/. 5.42	S/. 0.98	S/. 6.40

corrector	Útiles de oficina	3	S/. 2.71	S/. 8.13	S/. 1.46	S/. 9.59
plumón	Útiles de oficina	3	S/. 1.50	S/. 4.50	S/. 0.81	S/. 5.31
Engrampador	Útiles de oficina	1	S/. 6.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Perforador	Útiles de oficina	1	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 1.44	S/. 9.44
Grapas (caja 500 unid.)	Útiles de oficina	2	S/. 3.50	S/. 7.00	S/. 1.26	S/. 8.26
Cinta adhesiva	Útiles de oficina	3	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 7.08
Calculadora	Útiles de oficina	1	S/. 10.00	S/. 10.00	S/. 1.80	S/. 11.80
Ligas (caja)	Útiles de oficina	1	S/. 7.80	S/. 7.80	S/. 1.40	S/. 9.20
Regla	Útiles de oficina	1	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.36	S/. 2.36
Sobre manila A4 (PACK 50 unid.)	Útiles de oficina	1	S/. 8.30	S/. 8.30	S/. 1.49	S/. 9.79
Desinfectante x gl	Útiles de limpieza	12	S/. 10.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
Quitagrasa en pasta	Útiles de limpieza	12	S/. 5.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
Trapos	Útiles de limpieza	12	S/. 1.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
Bolsas de basura 1 ciento	Útiles de limpieza	5	S/. 10.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Jabón Líquido x lt	Útiles de limpieza	6	S/. 3.50	S/. 21.00	S/. 3.78	S/. 24.78
Toallas und	Útiles de limpieza	3	S/. 5.00	S/. 15.00	S/. 2.70	S/. 17.70
Trapeador und	Útiles de limpieza	6	S/. 2.00	S/. 12.00	S/. 2.16	S/. 14.16
Papel Higiénico 1 plancha	Útiles de limpieza	12	S/. 15.00	S/. 180.00	S/. 32.40	S/. 212.40
Tachos de basura	Útiles de limpieza	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
			S/.	S/.	S/.	S/.
			33,555.63	4,350.71	37,906.35	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 141.
Resumen de gastos pre operativos por área.

GASTOS PRE-OPERATIVOS	Año 0
Producción	S/. 61,321.25
Ventas	S/. 33,518.22
Administración	S/. 33,555.63
Total de costo activo fijo (Sin IGV)	S/. 128,395.10
IGV	S/. 23,111.12
Total	S/. 151,506.22

Fuente: Elaboración propia.

8.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

La inversión de inventarios iniciales considera Materia prima e Insumos para la producción del año 0.

Tabla 142.
Inversión del Inventario inicial del año 0.

Inventario Inicial de Materias primas e insumos del año 0						
Material directo						
Descripción	Total sin I.G.V		I.G.V		Total Con I.G.V	
Paprika	S/.	76.63	S/.	13.79	S/.	90.42
Muña	S/.	18.03	S/.	3.25	S/.	21.28
Romero	S/.	9.58	S/.	1.72	S/.	11.30
Culantro	S/.	4.95	S/.	0.89	S/.	5.84
Espinaca	S/.	5.94	S/.	1.07	S/.	7.01
Chincho	S/.	1.68	S/.	0.30	S/.	1.99
Paico	S/.	0.59	S/.	0.11	S/.	0.70
Ajos	S/.	13.10	S/.	2.36	S/.	15.45
Sal de mesa	S/.	1.22	S/.	0.22	S/.	1.44
Pimienta	S/.	22.33	S/.	4.02	S/.	26.35
Comino	S/.	26.39	S/.	4.75	S/.	31.15
Aceite de Oliva	S/.	54.82	S/.	9.87	S/.	64.69
Aceite Vegetal	S/.	27.41	S/.	4.93	S/.	32.34
Frasco de vidrio	S/.	99.15	S/.	17.85	S/.	117.00
Etiquetas	S/.	30.51	S/.	5.49	S/.	36.00

Totales	S/.	392.33	S/.	70.62	S/.	462.95
----------------	-----	--------	-----	-------	-----	--------

Fuente: Elaboración propia.

8.1.5. Inversión en Capital de Trabajo.

Para calcular el capital d trabajo del proyecto se analizará los ingresos y egresos del año 1, según las siguientes políticas:

Tabla 143.

Políticas de cobranzas de las ventas.

POLÍTICAS DE COBRANZAS DE LAS VENTAS	
Cuentas por cobrar	%
Contado	70%
Cobranza a 30 días	20%
Cobranza a 60 días	10%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 144.

Política de pagos a proveedores.

POLÍTICA DE PAGOS A PROVEEDORES	
Cuentas por pagar	%
Contado	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 145.

Políticas de salarios.

POLÍTICAS DE SALARIOS		
CTS	Se paga en Nov	(De Mayo a Oct)
	Se paga en Mayo	(De Nov a Abril)
Gratificaciones	Se paga en Jul y Dic	
Sueldos y Comisiones	Se paga mensual	
ESSalud	Se paga al mes siguiente	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 146.
Políticas laborales.

POLÍTICAS LABORALES	
Pago del IGV al Estado	Se paga al mes siguiente
Pago a cuenta del Impuesto a la Renta al Estado	Se paga al mes siguiente
No existe Impuesto a la Renta Anual	
Fuente: Elaboración propia.	

Tabla 147.
Ingresos del año 1.

INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 65,261.94	S/. 65,261.94	S/. 65,261.94	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 65,261.94	S/. 65,261.94	S/. 65,261.94
Contador	S/. 45,683.36	S/. 45,683.36	S/. 45,683.36	S/. 30,455.57	S/. 30,455.57	S/. 30,455.57	S/. 30,455.57	S/. 30,455.57	S/. 30,455.57	S/. 45,683.36	S/. 45,683.36	S/. 45,683.36
Cobranza 30 días		S/. 13,052.39	S/. 13,052.39	S/. 13,052.39	S/. 8,701.59	S/. 8,701.59	S/. 8,701.59	S/. 8,701.59	S/. 8,701.59	S/. 8,701.59	S/. 13,052.39	S/. 13,052.39
Cobranza 60 días			S/. 6,526.19	S/. 6,526.19	S/. 6,526.19	S/. 4,350.80	S/. 4,350.80	S/. 4,350.80	S/. 4,350.80	S/. 4,350.80	S/. 4,350.80	S/. 6,526.19
Meses anteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos sin IGV	S/. 45,683.36	S/. 58,735.75	S/. 65,261.94	S/. 50,034.15	S/. 45,683.36	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 43,507.96	S/. 58,735.75	S/. 63,086.54	S/. 65,261.94
IGV	S/. 11,747.15	S/. 11,747.15	S/. 11,747.15	S/. 7,831.43	S/. 7,831.43	S/. 7,831.43	S/. 7,831.43	S/. 7,831.43	S/. 7,831.43	S/. 11,747.15	S/. 11,747.15	S/. 11,747.15
Ingresos inc. IGV	S/. 57,430.51	S/. 70,482.89	S/. 77,009.09	S/. 57,865.59	S/. 53,514.79	S/. 51,339.39	S/. 51,339.39	S/. 51,339.39	S/. 51,339.39	S/. 70,482.89	S/. 74,833.69	S/. 77,009.09

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 148.
Egresos del año 1.

EGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Materiales	S/. 7,374.91	S/. 7,062.56	S/. 8,099.16	S/. 7,062.56	S/. 7,062.56	S/. 9,489.20	S/. 7,062.56	S/. 7,062.56	S/. 8,099.16	S/. 7,062.56	S/. 7,062.56	S/. 12,526.02
Materia prima e insumos	S/. 6,006.92	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22	S/. 5,742.22
Utensilios / útiles de oficina y limpieza			S/. 878.47			S/. 2,056.47			S/. 878.47			S/. 4,630.05
Materiales de embalaje	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00	S/. 243.00
IGV	S/. 1,124.99	S/. 1,077.34	S/. 1,235.46	S/. 1,077.34	S/. 1,077.34	S/. 1,447.50	S/. 1,077.34	S/. 1,077.34	S/. 1,235.46	S/. 1,077.34	S/. 1,077.34	S/. 1,910.75
Personal	S/. 19,053.31	S/. 20,429.41	S/. 20,429.41	S/. 20,429.41	S/. 24,251.91	S/. 20,429.41	S/. 28,074.41	S/. 20,429.41	S/. 20,429.41	S/. 20,429.41	S/. 24,251.91	S/. 28,074.41
Administrador	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67	S/. 4,196.67
Asistente Administrativo	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75	S/. 1,573.75
Coordinador de Marketing y ventas	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33
Asesor de ventas	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45	S/. 1,951.45
Coordinador de Producción	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33
Operario de producción	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18	S/. 2,927.18
Coordinador de Logística	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33	S/. 2,098.33

Transportista	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17	S/. 1,049.17
Operario de Almacén	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73	S/. 975.73
Gratificación							S/. 7,645.00					S/. 7,645.00
CTS					S/. 3,822.50						S/. 3,822.50	
Essalud – SIS		S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10	S/. 1,376.10
SCTR	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38	S/. 84.38
Servicios	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 7,505.00	S/. 10,053.80
Servicio básico de Luz	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59	S/. 635.59
Servicio básico de Agua	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 296.61
Internet fijo + Telefonía fija	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76	S/. 95.76
Telefonía Móvil RPC	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20	S/. 132.20
Alquiler local	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00
Mantenimiento de maquinarias y equipos												S/. 2,160.00
Asesoría Contable	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Seguridad por video vigilancia	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00	S/. 550.00

Limpieza y mantenimiento	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
IGV Servicios	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,144.83	S/. 1,533.63
Promoción y Publicidad	S/. 472.00	S/. 2,242.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 4,956.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 472.00	S/. 2,489.80
Plan de Hosting y Dominio web												S/. 210.00
Campaña de anuncios Redes Sociales y Google Ads	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Merchandising							S/. 3,800.00					
Impulsadoras para ferias y actividades		S/. 1,000.00										S/. 1,000.00
Alquiler de Stand de Feria		S/. 500.00										S/. 500.00
IGV Promoción y Publicidad	S/. 72.00	S/. 342.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 756.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 72.00	S/. 379.80
Responsabilidad Social	S/. -	S/. 531.00	S/. 413.00	S/. 413.00	S/. -	S/. 1,062.00	S/. -	S/. 1,416.00	S/. 472.00	S/. 413.00	S/. -	S/. 1,534.00
Charlas Preventivas y festividades	S/. -	S/. 450.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. -	S/. 900.00	S/. -	S/. 1,200.00	S/. 400.00	S/. 350.00	S/. -	S/. 1,300.00
IGV Responsabilidad Social	S/. -	S/. 81.00	S/. 63.00	S/. 63.00	S/. -	S/. 162.00	S/. -	S/. 216.00	S/. 72.00	S/. 63.00	S/. -	S/. 234.00

Impuestos S/-	S/. -	S/. 456.8 3	S/. 587.3 6	S/. 652.6 2	S/. 500.3 4	S/. 456.83	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 587.3 6	S/. 630.8 7
Pago IGV (al estado)	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Pago a cuenta del Impuesto a la Renta (1%)		S/. 456.8 3	S/. 587.3 6	S/. 652.6 2	S/. 500.3 4	S/. 456.83	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 435.0 8	S/. 587.3 6	S/. 630.8 7
Préstamos	S/. 3,457. 06	S/. 3,457 .06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457.0 6	S/. 3,457 .06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457. 06	S/. 3,457 .06
Activo Fijo	S/. 1,800. 80	S/. 1,800 .80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800.8 0	S/. 1,800 .80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800. 80	S/. 1,800 .80
Capital de trabajo	S/. 1,656. 26	S/. 1,656 .26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656.2 6	S/. 1,656 .26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656 .26	S/. 1,656. 26	S/. 1,656 .26
Total de egresos efectivo	S/. 37,862 .28	S/. 41,68 3.87	S/. 40,96 2.99	S/. 39,99 1.65	S/. 43,24 8.88	S/. 42,871. 50	S/. 51,49 0.11	S/. 40,77 7.11	S/. 40,86 9.71	S/. 39,77 4.11	S/. 43,33 5.89	S/. 58,76 5.96
Saldo de caja (ingresos - egresos)	-S/ 37,862 .28	S/ 28,79 9.03	S/ 36,04 6.10	S/ 17,87 3.93	S/ 10,26 5.91	S/ 8,467.8 9	-S/ 150.7 2	S/ 10,56 2.28	S/ 10,46 9.68	S/ 30,70 8.78	S/ 31,49 7.80	S/ 18,24 3.13
Saldo de caja inicial	S/ -	-S/ 37,86 2.28	-S/ 9,063. 25	S/ 26,98 2.85	S/ 44,85 6.78	S/ 55,122. 70	S/ 63,59 0.59	S/ 63,43 9.86	S/ 74,00 2.14	S/ 84,47 1.83	S/ 115,1 80.61	S/ 146,6 78.41
Saldo de caja final (acumulado)	-S/ 37,862 .28	-S/ 9,063 .25	S/ 26,98 2.85	S/ 44,85 6.78	S/ 55,12 2.70	S/ 63,590. 59	S/ 63,43 9.86	S/ 74,00 2.14	S/ 84,47 1.83	S/ 115,1 80.61	S/ 146,6 78.41	S/ 164,9 21.53

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 149.
Cálculo del capital de trabajo.

Máximo déficit mensual acumulado	S/.42,874
Caja mínima (3 días de egreso)	S/.4,287
Necesidad de capital de trabajo	S/.47,161
Ratio Capital de trabajo	7.23%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 150.
Capital de trabajo por todos los años del proyecto.

Capital de Trabajo	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025	Liquidación
Ventas		S/652,619	S/783,937	S/925,698	S/1,078,593	S/1,243,349	
Capital de trabajo Necesario		S/47,161	S/56,651	S/66,895	S/77,944	S/89,851	
Inversión de Capital de trabajo	-S/47,161	-S/9,490	-S/10,244	-S/11,049	-S/11,906		
Recuperación de Capital de trabajo							S/89,851

Fuente: Elaboración propia.

8.1.6. Liquidación de IGV.

Tabla 151.
Liquidación de IGV para el año 1.

IGV	Año 0	Ene ro	Feb rer o	Ma rzo	Abr il	Ma yo	Jun io	Juli o	Ago sto	Seti em bre	Oct ubr e	Nov iem bre	Dici em bre
IGV Vent as		S/1 1,74 7.15	S/1 1,74 7.15	S/1 1,74 7.15	S/7, 831. 43	S/7, 831. 43	S/7, 831. 43	S/7, 831. 43	S/7, 831. 43	S/7, 831. 43	S/1 1,74 7.15	S/1 1,74 7.15	S/1 1,74 7.15
IGV Mate riales		S/1, 124. 99	S/1, 077. 34	S/1, 235. 46	S/1, 077. 34	S/1, 077. 34	S/1, 447. 50	S/1, 077. 34	S/1, 077. 34	S/1, 235. 46	S/1, 077. 34	S/1, 077. 34	S/1, 910. 75
IGV Servi cios		S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/7, 505. 00	S/1 0,36 0.60
IGV Mark eting		S/1,	S/5,	S/1,	S/1,	S/1,	S/1,	S/1	S/1,	S/1,	S/1,	S/1,	S/6,

		829.	900.	829.	829.	829.	829.	1,38	829.	829.	829.	829.	147.
		00	00	00	00	00	00	7.00	00	00	00	00	80
IGV													
Resp		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
onsa		S/8	S/1,	S/8	S/8	S/1,	S/1,	S/8	S/2,	S/8	S/8	S/8	S/4,
bilida		85.0	416.	85.0	85.0	416.	947.	85.0	301.	85.0	85.0	85.0	248.
d		0	00	0	0	00	00	0	00	0	0	0	00
Socia													
l													
IGV													
Activ	-												
os	S/1												
Tang	8,90												
ibles	1.40												
IGV													
Activ	-												
os	S/7												
Intan	33.2												
gibles	0												
IGV													
Gast													
os	-												
Pre	S/2												
Oper	2,83												
ativo	8.92												
s													
IGV													
Inven	-												
tarios	S/7												
Inicia	0.62												
les													
IGV	-												
neto	S/4	S/4	-	S/2	-	-	-	-	-	-	S/4	S/4	-
	2,54	03.1	S/4,	92.6	S/3,	S/3,	S/4,	S/1	S/4,	S/3,	50.8	50.8	S/1
	4.15	6	151.	8	464.	995.	897.	3,02	880.	623.	1	1	0,92
			19		91	91	07	2.91	91	03			0.00
Crédi	-												
to	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/5	S/5	S/7	S/7	S/7	S/7	S/7	S/8
fiscal	2,54	2,14	6,29	5,99	9,46	3,46	8,35	1,38	6,26	9,88	9,43	8,98	9,90
	4.15	0.99	2.18	9.49	4.40	0.31	7.38	0.29	1.19	4.23	3.42	2.61	2.61
Pago	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.	S/0.
de	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
IGV													

Fuente: Elaboración propia.

8.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

Una vez hechos los cálculos de inversión procedernos a calcular el monto total para ejecutar el financiamiento.

Tabla 152.

Estructura de inversión para el proyecto.

Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo fijo depreciable	S/105,008	S/18,901	S/123,909	37.04%
Activo intangible	S/4,073	S/733	S/4,807	1.44%
Gastos Pre-Operativos	S/126,883	S/22,839	S/149,722	44.75%
Inventarios iniciales	S/392	S/71	S/463	0.14%
Capital de trabajo	S/47,161	S/8,489	S/55,651	16.63%
Total	S/283,518	S/51,033	S/334,551	100%

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que los gastos pre operativos muestran el monto más alto de inversión.

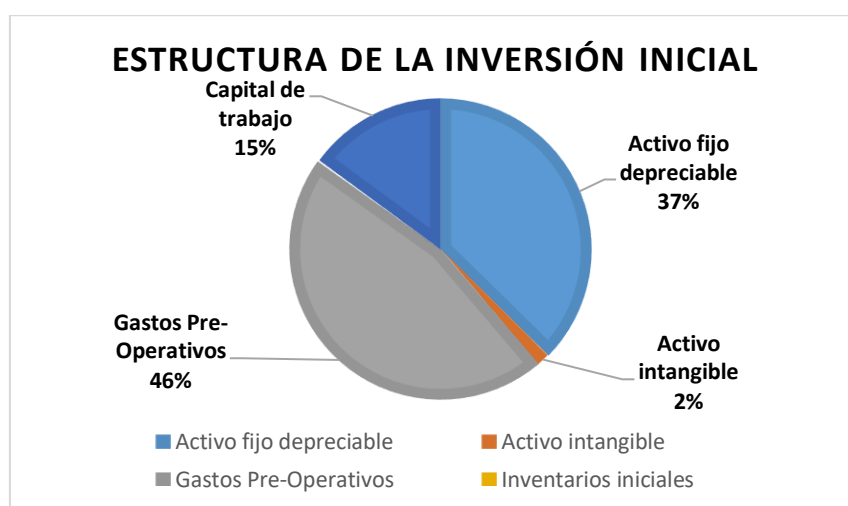


Figura 100. Estructura de inversión inicial.

8.2. Financiamiento.

8.2.1. Estructura de Financiamiento.

Tabla 153.

Estructura de inversión para el proyecto.

Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Préstamo	Capital propio
Activo fijo depreciable	S/105,008	S/18,901	S/123,909	S/60,000	S/63,909
Activo intangible	S/4,073	S/733	S/4,807		S/4,807
Gastos Pre-Operativos	S/126,883	S/22,839	S/149,722	S/50,001	S/99,721
Inventarios iniciales	S/392	S/71	S/463		S/463
Capital de trabajo	S/47,161	S/8,489	S/55,651		S/55,651
Total	S/283,518	S/51,033	S/334,551	S/110,001	S/224,550
	S/105,008	S/18,901	S/123,909	S/60,000	S/63,909

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 154.

Aporte de los socios.

Accionista	% de participación	Monto
Rosa Cieza	20%	S/44,910
Mayra Franco	20%	S/44,910
Johanna León	20%	S/44,910
Edver Luna	20%	S/44,910
Miguel Jara	20%	S/44,910
Total	100%	S/224,550

Fuente: Elaboración propia.

8.2.2. Financiamiento del Activo Fijo.

Tabla 155.

Financiamiento del Activo Fijo.

Financiamiento del Activo Fijo	
Tasa de Préstamo Bancario (TEA)	21.00%
Monto a financiar (Soles)	S/60,000.00
Tasa de interés mensual (%)	1.60%

Periodo de financiamiento (meses)	48
Cuota Fija (Soles)	S/1,801

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 156.
Caja lima metropolitana.

Entidad financiera:	CAJA LIMA METROPOLITANA
Tipo de Producto:	EMPRESARIAL
Producto:	COMERCIAL
Moneda:	SOLES
Monto Desembolso:	S/60,000.00
Tipo Cuota:	CUOTAS FIJAS
Frecuencia:	MENSUAL
Periodo (meses):	48
SBS CMCP Lima Abril 2020	
TCEA:	21.00%
TEM:	1.60%
TOTALES	
Total Intereses:	S/26,438.27
Total Monto Capital :	S/60,000.00
Monto Total a pagar x 48 meses:	S/86,438.27

Fuente: Elaboración propia.

8.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

Tabla 157.
Financiamiento de capital de trabajo.

Financiamiento de capital de trabajo	
Tasa de Préstamo Bancario (TEA)	28%
Monto a financiar (Soles)	S/50,001.00
Tasa de interés mensual (%)	2.08%
Periodo de financiamiento (meses)	48
Cuota Fija (Soles)	S/1,656.26

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 158.
BBVA Continental.

Entidad financiera:	BBVA Continental
Tipo de Producto:	EMPRESARIAL
Producto:	COMERCIAL
Moneda:	SOLES
Monto Desembolso:	S/50,001.00
Tipo Cuota:	CUOTAS FIJAS
Frecuencia:	MENSUAL
Periodo (meses):	48
SBS BBVA Prestamo Comercial Enero 2020	
TCEA:	28.00%
TEM	2.08%
TOTALES	
Total Intereses:	S/29,499.64
Total Monto Capital :	S/50,001.00
Monto Total a pagar x 48 meses:	S/79,500.64

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 159.
Resumen de financiamiento.

Financiamiento	Total a pagar	Préstamo	Interés	Escudo fiscal
Activo fijo	S/. 86,438.27	S/. 60,000.00	S/. 26,438.27	S/. 2,643.83
Capital de trabajo	S/. 79,500.64	S/. 50,001.00	S/. 29,499.64	S/. 2,949.96
S/.	165,938.91	S/. 110,001.00		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 160.
Resumen de interés y escudo fiscal en los 4 años.

Financiamiento	2021			2022			2023			2024		
	Total a pagar	Interés	Escudo fiscal	Total a pagar	Interés	Escudo fiscal	Total a pagar	Interés	Escudo fiscal	Total a pagar	Interés	Escudo fiscal
Activo fijo	S/ 21,609.57	S/ 10,591.62	S/ 1,059.16	S/ 21,609.57	S/ 8,277.85	S/ 827.79	S/ 21,609.57	S/ 547.82	S/ 547.82	S/ 21,609.57	S/ 2,090.60	S/ 209.06

							09.57					
Capi tal de trab ajo	S/ 19,875.16	S/ 11,563.21	S/ 1,156.32	S/ 19,875.16	S/ 9,235.86	S/ 923.59	S/ 19,875.16	S/ 625.69	S/ 625.69	S/ 19,875.16	S/ 2,443.73	S/ 244.37
Tota l	S/ 41,484.73	S/ 22,154.83	S/ 2,215.48	S/ 41,484.73	S/ 17,513.71	S/ 1,751.37	S/ 41,484.73	S/ 1,173.50	S/ 1,173.50	S/ 41,484.73	S/ 4,534.33	S/ 453.43

Fuente: Elaboración propia.

8.3.Ingresos Anuales.

8.3.1. Ingresos por ventas.

Tabla 161.

Resumen de interés y escudo fiscal en los 4 años.

Presentación	Valor de Venta	IGV	Precio al consumidor	Margen de Guanacia	Precio Distrib sin IGV	Precio Distrib (Inc. IGV)
PASTA ROJA	S/4.24	S/0.76	S/5.00	20%	S/ 3.39	S/4.00
PASTA VERDE	S/4.24	S/0.76	S/5.00	20%	S/ 3.39	S/4.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 162.

Programa de ventas anuales por presentación en unidades.

Demanda	2020	2021	2022	2023	2024
Pasta Roja	113973	136907	161664	188365	217139
Pasta Verde	40045	48102	56801	66182	76292
	154018	185009	218465	254548	293430

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 163.

Programa de ventas anuales por presentación.

Tamaño/año	2020	2021	2022	2023	2024
Pasta Roja	S/ 482,938.35	S/ 580,113.08	S/ 685,016.60	S/ 798,158.57	S/ 920,078.46

Pasta Verde	S/	S/	S/	S/	S/
	169,681.04	203,823.51	240,681.51	280,434.09	323,270.81
Total sin IGV	S/	S/	S/	S/	S/
	652,619.39	783,936.59	925,698.10	1,078,592.66	1,243,349.27
IGV	S/	S/	S/	S/	S/
	117,471.49	141,108.59	166,625.66	194,146.68	223,802.87
Total inc. IGV	S/	S/	S/	S/	S/
	770,090.88	925,045.18	1,092,323.76	1,272,739.33	1,467,152.14

Fuente: Elaboración propia.

8.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

Tabla 164.

Recuperación de capital de trabajo.

Capital de Trabajo	Recuperación de capital de trabajo						Liquidación
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		S/652,619	S/783,937	S/925,698	S/1,078,593	S/1,243,349	
Capital de trabajo Necesario		S/47,161	S/56,651	S/66,895	S/77,944	S/89,851	
Inversión de Capital de trabajo	-S/47,161	-S/9,490	-S/10,244	-S/11,049	-S/11,906		
Recuperación Capital de trabajo							S/89,851

Fuente: Elaboración propia.

8.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo.

Tabla 165.

Fórmula para el cálculo del valor de desecho.

Valor de desecho (VD)= $VL + ((VM - VL) * (1 - t \text{ IR}))$
VM= Valor de mercado (estimado)
VL= Valor en libros
t IR= Tasa de impuesto a la renta

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 166.
Valor neto de desecho neto del activo fijo.

Item	Tipo	Can- tida d	Cost o unita rio S/.	Valor Vent a	IGV 18 %	Preci o Vent a	Vi da Úti l (años)	Depr eciación (5 años)	Valo r en libro s (5 años)	Valo r Mer cado (Esti mad o)	Val or Mer cad o (Sol es)	Valo r de dese cho
Cámara frigorífica	Maquinaría	1	S/22,000.00	S/22,000.00	S/3,960.00	S/25,960.00	10	S/11,000.00	S/11,000.00	S/0.50	S/1,100.00	S/4,020.50
Licuada Industrial Dosificadora Semiautomática	Maquinaría	2	S/5,000.00	S/10,000.00	S/1,800.00	S/11,800.00	10	S/5,000.00	S/5,000.00	S/0.50	S/500.00	S/1,827.50
Furgoneta	Maquinaría	1	S/34,080.00	S/34,080.00	S/6,134.40	S/40,214.40	5	S/34,080.00	S/0.00	S/0.50	S/3,408.00	S/2,402.64
Cocina industrial	Equipo	1	S/600.00	S/600.00	S/108.00	S/708.00	10	S/300.00	S/300.00	S/0.40	S/240.00	S/105.42
Balanza electrónica	Equipo	1	S/950.00	S/950.00	S/171.00	S/1,121.00	10	S/475.00	S/475.00	S/0.40	S/380.00	S/166.92
Mesa de trabajo	Equipo	1	S/1,800.00	S/1,800.00	S/324.00	S/2,124.00	10	S/900.00	S/900.00	S/0.40	S/720.00	S/316.26
Pc escritorio	Equipo	2	S/650.00	S/1,300.00	S/234.00	S/1,534.00	3	S/2,166.67	S/866.67	S/0.40	S/173.33	S/133.47
Celular	Equipo	2	S/350.00	S/700.00	S/126.00	S/826.00	3	S/1,166.67	S/466.67	S/0.40	S/93.33	S/71.87
Paleta hidráulica	Equipo	4	S/120.00	S/480.00	S/86.40	S/566.40	10	S/240.00	S/240.00	S/0.40	S/190.20	S/84.34
Estantería metálica ranurada	Mobiliario	4	S/120.00	S/480.00	S/86.40	S/566.40	10	S/240.00	S/240.00	S/0.40	S/190.20	S/84.34
Escritorio para pc	Mobiliario	4	S/400.00	S/1,600.00	S/288.00	S/1,888.00	10	S/800.00	S/800.00	S/0.40	S/640.00	S/281.12
silla giratoria	Mobiliario	4	S/180.00	S/720.00	S/129.60	S/849.60	10	S/360.00	S/360.00	S/0.30	S/210.60	S/121.43
Estanterías	Mobiliario	8	S/200.00	S/1,600.00	S/288.00	S/1,888.00	10	S/800.00	S/800.00	S/0.40	S/640.00	S/281.12
Mesa De Trabajo De Acero Inoxidable 60 X	Mobiliario	6	S/600.00	S/3,600.00	S/648.00	S/4,248.00	10	S/1,800.00	S/1,800.00	S/0.40	S/144.00	S/632.52

ADMINISTRACIÓN	110 X 90 Cm												
	Total				S/90, 140.0 0	S/16, 225. 20	S/106 ,365. 20		S/64, 443.3 3	S/25, 696. 67		S/6, 252. 17	S/11, 988. 30
	Item	Tipo	Can tida d	Cost o Unit ario	Valor Vent a	IGV	Preci o Vent a						
	Pc escritorio	Equi po	2	S/65 0.00	S/1,3 00.00	S/23 4.00	S/1,5 34.00	3	S/2,1 66.67	- S/86 6.67	S/0.4 0	S/17 3.33	- S/13 3.47
	Celular	Equi po	1	S/35 0.00	S/350 .00	S/63. 00	S/413 .00	3	S/58 3.33	- S/23 3.33	S/0.4 0	S/46 .67	- S/35. 93
	Impresor a	Equi po	1	S/60 0.00	S/600 .00	S/10 8.00	S/708 .00	3	S/1,0 00.00	- S/40 0.00	S/0.4 0	S/80 .00	- S/61. 60
	Horno Microond as	Equi po	1	S/30 0.00	S/300 .00	S/54. 00	S/354 .00	10	S/15 0.00	S/15 0.00	S/0.4 0	S/12 .00	S/52. 71
	Armario (archivad or)	Mob iliari o	2	S/45 0.00	S/900 .00	S/16 2.00	S/1,0 62.00	10	S/45 0.00	S/45 0.00	S/0.5 0	S/45 .00	S/16 4.48
	Escritorio para pc	Mob iliari o	2	S/22 0.00	S/440 .00	S/79. 20	S/519 .20	10	S/22 0.00	S/22 0.00	S/0.5 0	S/22 .00	S/80. 41
	Mesa reunión	Mob iliari o	1	S/45 0.00	S/450 .00	S/81. 00	S/531 .00	10	S/22 5.00	S/22 5.00	S/0.5 0	S/22 .50	S/82. 24
Ventas	Sillas giratorias	Mob iliari o	10	S/19 0.00	S/1,9 00.00	S/34 2.00	S/2,2 42.00	10	S/95 0.00	S/95 0.00	S/0.5 0	S/95 .00	S/34 7.23
	Total				S/6,2 40.00	S/1,1 23.2 0	S/7,3 63.20		S/5,7 45.00	S/49 5.00		S/49 6.50	S/49 6.07
	Item	Tipo	Can tida d	Cost o Unit ario	Valor Vent a	IGV	Preci o Vent a						
	Pc escritorio	Equi po	3	S/65 0.00	S/1,9 50.00	S/35 1.00	S/2,3 01.00	3	S/3,2 50.00	- S/1,3 00.0 0	S/0.4 0	S/26 0.00	- S/20 0.20
	Laptop	Equi po	1	S/1,4 00.0 0	S/1,4 00.00	S/25 2.00	S/1,6 52.00	3	S/2,3 33.33	- S/93 3.33	S/0.4 0	S/18 6.67	- S/14 3.73
	Celular	Equi po	2	S/35 0.00	S/700 .00	S/12 6.00	S/826 .00	3	S/1,1 66.67	- S/46 6.67	S/0.3 0	S/70 .00	- S/88. 32
	POS	Equi po	1	S/10 0.00	S/100 .00	S/18. 00	S/118 .00	10	S/50. 00	S/50. 00	S/0.3 0	S/3. 00	S/16. 87
	Pizarra acrílica	Equi po	1	S/90. 00	S/90. 00	S/16. 20	S/106 .20	10	S/45. 00	S/45. 00	S/0.5 0	S/4. 50	S/16. 45
	Escritorio para pc	Mob iliari o	2	S/40 0.00	S/800 .00	S/14 4.00	S/944 .00	10	S/40 0.00	S/40 0.00	S/0.5 0	S/40 .00	S/14 6.20

silla giratoria	Mobiliario	2	S/180.00	S/360.00	S/64.80	S/424.80	10	S/180.00	S/180.00	S/0.50	S/18.00	S/65.79
Armario (archivador)	Mobiliario	2	S/450.00	S/900.00	S/162.00	S/1,062.00	10	S/450.00	S/450.00	S/0.50	S/45.00	S/164.48
Total				S/6,300.00	S/1,134.00	S/7,434.00		S/7,875.00	S/1,575.00		S/627.17	S/22.46
TOTAL ES				S/102,680.00	S/18,482.40	S/121,162.40		S/78,063.33	S/24,616.67		S/7,375.83	S/12,461.91

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 167.

Resumen del valor neto de desechos neto del activo.

Área	Valor Venta	Depreciación (5 años)	Valor libros	Valor mercado (Soles)	Valor de desecho
Administración	S/85,184	S/57,637	S/28,880	S/5,535	S/10,441
	S/6,240	S/5,745	S/1,995	S/497	S/727
	S/11,580	S/13,257	S/2,590	S/1,048	S/942
Total	S/103,004	S/76,639	S/33,465	S/7,079	S/12,111
			IGV del valor comercial		S/1,274
			Valor comercial con IGV		S/13,385

Fuente: Elaboración propia.

8.4. Costos y gastos anuales.

8.4.1. Egresos Desembolsables.

El objetivo es calcular los costos de producción, los gastos de administración y ventas para todos los años del proyecto, incluyendo cómo se cargarían en el Estado de Ganancias y Pérdidas y en el Flujo de Caja.

8.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 168.

Programa de compras de materia prima por año.

Programa de compras de materia prima por año						
Materia Prima e Insumos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paprika	S/. 76.63	S/. 13,508.11	S/. 16,268.05	S/. 19,326.04	S/. 22,654.82	S/. 26,274.17
Muña	S/. 18.03	S/. 3,178.38	S/. 3,827.78	S/. 4,547.30	S/. 5,330.55	S/. 6,182.16
Romero	S/. 9.58	S/. 1,688.51	S/. 2,033.51	S/. 2,415.76	S/. 2,831.85	S/. 3,284.27
Culantro	S/. 4.95	S/. 872.44	S/. 1,050.70	S/. 1,248.20	S/. 1,463.20	S/. 1,696.96
Espinaca	S/. 5.94	S/. 1,046.93	S/. 1,260.84	S/. 1,497.84	S/. 1,755.84	S/. 2,036.35
Chincho	S/. 1.68	S/. 296.63	S/. 357.24	S/. 424.39	S/. 497.49	S/. 576.97
Paico	S/. 0.59	S/. 104.69	S/. 126.08	S/. 149.78	S/. 175.58	S/. 203.64
Ajos	S/. 13.10	S/. 2,308.62	S/. 2,780.31	S/. 3,302.94	S/. 3,871.85	S/. 4,490.42
Sal de mesa	S/. 1.22	S/. 214.76	S/. 258.63	S/. 307.25	S/. 360.17	S/. 417.71
Pimienta	S/. 22.33	S/. 3,937.18	S/. 4,741.61	S/. 5,632.92	S/. 6,603.15	S/. 7,658.08

Comino	S/. 26.39	S/. 4,653.03	S/. 5,603.73	S/. 6,657.09	S/. 7,803.73	S/. 9,050.46
Aceite de Oliva	S/. 54.82	S/. 9,663.99	S/. 11,638.51	S/. 13,826.26	S/. 16,207.74	S/. 18,797.10
Aceite Vegetal	S/. 27.41	S/. 4,831.99	S/. 5,819.25	S/. 6,913.13	S/. 8,103.87	S/. 9,398.55
Frasco de vidrio	S/. 99.15	S/. 17,448.87	S/. 21,013.97	S/. 24,964.08	S/. 29,263.98	S/. 33,939.21
Etiquetas	S/. 30.51	S/. 5,368.88	S/. 6,465.84	S/. 7,681.26	S/. 9,004.30	S/. 10,442.84
Total sin I.G.V	S/. 392.33	S/. 69,123.02	S/. 76,780.21	S/. 91,213.00	S/. 106,923.83	S/. 124,006.06
I.G.V	S/. 70.62	S/. 12,442.14	S/. 13,820.44	S/. 16,418.34	S/. 19,246.29	S/. 22,321.09
Total Con I.G.V	S/. 462.95	S/. 81,565.16	S/. 90,600.65	S/. 107,631.34	S/. 126,170.12	S/. 146,327.15

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 169.
Mano de obra directa.

Mano de obra directa						
Concepto	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración	S/. 7,440	S/. 33,480	S/. 33,480	S/. 44,640	S/. 44,640	S/. 66,960
Gratificación	S/. 620	S/. 2,790	S/. 2,790	S/. 3,720	S/. 3,720	S/. 5,580
CTS	S/. 310	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 2,790	S/. 2,790	S/. 2,790
Vacaciones	S/. 310	S/. 1,395	S/. 1,395	S/. 2,790	S/. 2,790	S/. 2,790
ESSALUD	S/. 670	S/. 3,013	S/. 3,013	S/. 6,026	S/. 6,026	S/. 6,026
Bonificación	S/. 56	S/. 251	S/. 251	S/. 502	S/. 502	S/. 502
SCTR	S/. 92	S/. 412	S/. 412	S/. 824	S/. 824	S/. 824
Total Mano	S/. 9,497	S/. 42,736	S/. 42,736	S/. 61,292	S/. 61,292	S/. 85,472

**de
obra
directa**

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.3. Presupuesto de Costos indirectos.

Tabla 170.
Presupuesto de Costos indirectos de fabricación.

	CIF					
Concep tos	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Materia l indirect o						
Utensili os de segurid ad,	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
limpiez a,	1,268.00	3,804.00	3,804.00	3,804.00	3,804.00	3,804.00
embalaj e, etc.						
Materia les de embalaj e	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	15.89	2,796.29	3,367.62	4,000.65	4,689.74	5,438.98
Gastos distribu ción local(c ombusti ble y peajes)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,400.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Total MI (sin IGV)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,683.89	13,800.29	14,371.62	15,004.65	15,693.74	16,442.98
Mano de obra indirec ta						
Co ordinad	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	30,277.79	90,833.37	90,833.37	90,833.37	90,833.37	90,833.37

ores y Operari os						
Tr ansporti sta						
Total						
MOI	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
(Sin	30,277.79	90,833.37	90,833.37	90,833.37	90,833.37	90,833.37
IGV)						
Servici						
os						
Se						
rvicio	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
básico	2,033.90	6,101.69	6,101.69	6,101.69	6,101.69	6,101.69
de Luz						
Se						
rvicio	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
básico	949.15	2,847.46	2,847.46	2,847.46	2,847.46	2,847.46
de						
Agua						
Te						
lefonía						
Móvil -	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Cel	224.07	672.22	672.22	672.22	672.22	672.22
Transp						
orte y						
Coord						
Int						
ernet	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Fijo +	191.53	574.58	574.58	574.58	574.58	574.58
Línea						
Al						
quiler	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
local	8,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
(Planta						
1)						
M						
antenim	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
iento de	-	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
maquin						
arias y						
equipos						
Se						
rvicios	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
terceriz	6,200.00	18,600.00	18,600.00	18,600.00	18,600.00	18,600.00
ados						
Total	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Servici	17,598.65	54,955.95	54,955.95	54,955.95	54,955.95	54,955.95

os (sin IGV)						
Total CIF (sin IGV)	51,560.33	159,589.61	160,160.94	160,793.97	161,483.06	162,232.29
IGV	3,830.86	12,376.12	12,478.96	12,592.91	12,716.94	12,851.81
Total CIF (con IGV)	55,391.19	171,965.73	172,639.90	173,386.88	174,200.00	175,084.10

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.4. Presupuesto de Gastos Administrativos.

Tabla 171.
Presupuesto de Gastos Administrativos.

Conceptos	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Material indirecto						
Utensilios de oficina y limpieza		S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17
Total MI (sin IGV)	S/. -	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17	S/. 1,249.17
Personal Adm						
Administrador y Asist.	S/. 27,811.67	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00
Total MOI (Sin IGV)	S/. 27,811.67	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00	S/. 83,435.00
Servicios						
Servicio básico de Luz	S/. 254.24	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71

Servicio básico de Agua	S/. 118.64	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93
Internet Fijo + Línea	S/. 76.61	S/. 229.83	S/. 229.83	S/. 229.83	S/. 229.83	S/. 229.83
Alquiler local (Planta 2)	S/. 2,400.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
Mantenimiento de equipos		S/. 1,474.01	S/. 1,474.01	S/. 1,474.01	S/. 1,474.01	S/. 1,474.01
Servicios tercerizados	S/. 1,800.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00
Total Servicios (sin IGV)	S/. 4,649.49	S/. 15,422.49	S/. 15,422.49	S/. 15,422.49	S/. 15,422.49	S/. 15,422.49
Total CIF (sin IGV)	S/. 32,461.16	S/. 100,106.65	S/. 100,106.65	S/. 100,106.65	S/. 100,106.65	S/. 100,106.65
IGV	S/. 836.91	S/. 3,000.90	S/. 3,000.90	S/. 3,000.90	S/. 3,000.90	S/. 3,000.90
Total CIF (con IGV)	S/. 33,298.07	S/. 103,107.55	S/. 103,107.55	S/. 103,107.55	S/. 103,107.55	S/. 103,107.55

Fuente: Elaboración propia.

8.4.1.5. Presupuesto de Gastos Ventas.

Tabla 172.
Presupuesto de Gastos Ventas.

Conceptos	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Material indirecto						
Utensilios de oficina		S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83

Total MI (sin IGV)	S/. -	S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83	S/. 399.83
Personal Adm						
Coo						
rd y As.	S/. 19,518.73	S/. 58,556.20	S/. 58,556.20	S/. 72,664.30	S/. 72,664.30	S/. 72,664.30
Ventas						
Total MOI (Sin IGV)	S/. 19,518.73	S/. 58,556.20	S/. 58,556.20	S/. 72,664.30	S/. 72,664.30	S/. 72,664.30
Servicios						
Serv						
icio	S/. 254.24	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71	S/. 762.71
básico de Luz						
Serv						
icio	S/. 118.64	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93	S/. 355.93
básico de Agua						
Inter						
net Fijo + Línea	S/. 114.92	S/. 344.75	S/. 344.75	S/. 344.75	S/. 344.75	S/. 344.75
Tele						
fonía Móvil - Vendedores	S/. 264.41	S/. 793.22	S/. 793.22	S/. 793.22	S/. 793.22	S/. 793.22
Alq						
uiler local (Planta 2)	S/. 2,400.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
Man						
tenimiento de equipos		S/. 2,160.00	S/. 2,160.00	S/. 2,160.00	S/. 2,160.00	S/. 2,160.00
Total Servicios (sin IGV)	S/. 3,152.20	S/. 11,616.61	S/. 11,616.61	S/. 11,616.61	S/. 11,616.61	S/. 11,616.61
Total CIF (sin IGV)	S/. 22,670.94	S/. 70,572.64	S/. 70,572.64	S/. 84,680.74	S/. 84,680.74	S/. 84,680.74
IGV	S/. 567.40	S/. 2,162.96	S/. 2,162.96	S/. 2,162.96	S/. 2,162.96	S/. 2,162.96
Total CIF (con IGV)	S/. 23,238.33	S/. 72,735.59	S/. 72,735.59	S/. 86,843.69	S/. 86,843.69	S/. 86,843.69

Fuente: Elaboración propia.

8.4.2. Egresos No Desembolsables.

Depreciación, Amortización y Gastos por Activos No Depreciables.

Tabla 173.

Egresos no desembolsables.

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES					
Conceptos	2021	2022	2023	2024	2025
DEPRECIACION	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
ACTIVOS FIJOS	15,612.67	15,612.67	15,612.67	15,612.67	15,612.67
Producción (CIF)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	12,888.67	12,888.67	12,888.67	12,888.67	12,888.67
Gastos Administrativos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,149.00	1,149.00	1,149.00	1,149.00	1,149.00
Gastos Ventas	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,575.00	1,575.00	1,575.00	1,575.00	1,575.00
AMORTIZACION	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
ACTIVOS INTANGIBLES	4,073.35	-	-	-	-
Producción (CIF)	S/.				
	2,434.84				
Gastos Administrativos	S/.				
	699.15				
Gastos Ventas	S/.				
	939.36				
GASTO POR					
ACTIVOS NO DEPRECIABLES	S/.				
	128,395.10				
Producción (CIF)	S/.				
	61,321.25				
Gastos Administrativos	S/.				
	33,555.63				
Gastos Ventas	S/.				
	33,518.22				

TOTAL EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	148,081.11	15,612.67	15,612.67	15,612.67	15,612.67

Fuente: Elaboración propia.

8.4.3. Costos Fijos y variable unitario.

Se calcula a partir de los costos de insumos, materiales, mano de obra directa y el CIF de la siguiente manera: **“Costo unitario de producción = Costo de producción / volumen de producción anual”**

Tabla 174.
Volumen de producción anual.

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN ANUAL					
Conceptos	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades Pasta Roja	113,973	136,907	161,664	188,365	217,139
Unidades Pasta Verde	40,045	48,102	56,801	66,182	76,292
Total de unidades	154,018	185,009	218,465	254,548	293,430

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 175.
Costos variables unitarios.

COSTO VARIABLE	COSTOS VARIABLES UNITARIOS					
	MP	S/69,123	S/76,780	S/91,213	S/106,924	S/124,006
	MOD	S/42,736	S/42,736	S/61,292	S/61,292	S/85,472
	CIF	S/166,550	S/168,511	S/170,673	S/173,044	S/175,643
	Total de costos de producción	S/278,409	S/288,027	S/323,178	S/341,260	S/385,122

COSTO VARIABLE UNITARIO					
COSTO VARIABLE UNITARIO PROMEDIO	S/1.81	S/1.56	S/1.48	S/1.34	S/1.31
MP	S/0.61	S/0.56	S/0.56	S/0.57	S/0.57
MOD	S/0.37	S/0.31	S/0.38	S/0.33	S/0.39
CIF	S/1.46	S/1.23	S/1.06	S/0.92	S/0.81

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 176.
Costo total unitario.

COSTO TOTAL UNITARIO					
MP	S/69,123	S/76,780	S/91,213	S/106,924	S/124,006
MOD	S/42,736	S/42,736	S/61,292	S/61,292	S/85,472
CIF	S/166,550	S/168,511	S/170,673	S/173,044	S/175,643
Gastos Administración	S/107,692	S/107,692	S/107,692	S/107,692	S/107,692
Gastos de Ventas	S/170,606	S/175,716	S/204,863	S/210,762	S/237,621
Total de costos variables y fijos	S/556,707	S/571,435	S/635,733	S/659,714	S/730,434
COSTOS TOTAL UNITARIO PROMEDIO	S/4.88	S/4.17	S/3.93	S/3.50	S/3.36
MP	S/0.61	S/0.56	S/0.56	S/0.57	S/0.57
MOD	S/0.37	S/0.31	S/0.38	S/0.38	S/0.39
CIF	S/1.46	S/1.23	S/1.06	S/0.92	S/0.81
Gastos Administración	S/0.94	S/0.79	S/0.67	S/0.57	S/0.50
Gastos de Ventas	S/1.50	S/1.28	S/1.27	S/1.12	S/1.09

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 177.
Costo unitario pasta roja.

COSTO UNITARIO PASTA ROJA					
COSTOS VARIABLES UNITARIOS					
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/1.83	S/1.58	S/1.50	S/1.37	S/1.34
COSTO TOTAL UNITARIO					
COSTOS TOTAL UNITARIO	S/3.64	S/3.42	S/3.53	S/3.43	S/3.58

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 178.
Costo unitario pasta verde.

COSTOS UNITARIO PASTA VERDE					
COSTOS VARIABLES UNITARIOS					
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/1.73	S/1.49	S/1.41	S/1.27	S/1.24
COSTO TOTAL UNITARIO					
COSTOS TOTAL UNITARIO	S/3.54	S/3.33	S/3.44	S/3.34	S/3.48

Fuente: Elaboración propia

Capítulo IX Estados Financieros proyectados

9.1. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 179.

Estados de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros					
Impuesto a la renta %	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%
	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS (S/.)	S/652,61 9	S/783,93 7	S/925,69 8	S/1,078,59 3	S/1,243,34 9
Materia Prima (S/.)	S/69,123	S/76,780	S/91,213	S/106,924	S/124,006
Mano de obra Directa (S/.)	S/42,736	S/42,736	S/61,292	S/61,292	S/85,472
Costos Indirectos de Fabricación (S/.)	S/166,55 0	S/168,51 1	S/170,67 3	S/173,044	S/175,643
COSTOS DE VENTAS (S/.)	S/278,40 9	S/288,02 7	S/323,17 8	S/341,260	S/385,122
UTILIDAD BRUTA (S/.)	S/374,21 1	S/495,90 9	S/602,52 0	S/737,333	S/858,228
Gastos Administrativos (S/.)	S/107,69 2	S/107,69 2	S/107,69 2	S/107,692	S/107,692
Gastos de ventas (S/.)	S/170,60 6	S/175,71 6	S/204,86 3	S/210,762	S/237,621
Depreciación (S/.)	S/15,328	S/15,328	S/15,328	S/15,328	S/15,328
Amortizaciones (S/.)	S/4,073				
UTILIDAD OPERATIVA (S/.)	S/76,511 3	S/197,17 3	S/274,63 7	S/403,551	S/497,588
Impuesto a la renta (S/.)	S/22,571	S/58,166	S/81,018	S/119,048	S/146,788
UTILIDAD NETA (S/.)	S/53,941 7	S/139,00 7	S/193,61 9	S/284,504	S/350,799

Fuente: Elaboración propia.

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

Tabla 180.

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

Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal					
Impuesto a la renta %	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%
	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS(S/.)	S/652,6 19	S/783,9 37	S/925,6 98	S/1,078,5 93	S/1,243,3 49

Materia Prima (S/.)	S/69,12 3	S/76,78 0	S/91,21 3	S/106,924	S/124,006
Mano de obra Directa (S/.)	S/42,73 6	S/42,73 6	S/61,29 2	S/61,292	S/85,472
Costos Indirectos de Fabricación (S.)	S/166,5 50	S/168,5 11	S/170,6 73	S/173,044	S/175,643
COSTOS DE VENTAS (S/.)	S/278,4 09	S/288,0 27	S/323,1 78	S/341,260	S/385,122
UTILIDAD BRUTA (S/.)	S/374,2 11	S/495,9 09	S/602,5 20	S/737,333	S/858,228
Gastos Administrativos (-)	S/107,6 92	S/107,6 92	S/107,6 92	S/107,692	S/107,692
Gastos de ventas (-)	S/170,6 06	S/175,7 16	S/204,8 63	S/210,762	S/237,621
Depreciación (-)	S/15,32 8	S/15,32 8	S/15,32 8	S/15,328	S/15,328
Amortizaciones (-)	S/4,073	S/0	S/0	S/0	S/0
UTILIDAD OPERATIVA (S/.)	S/76,51 1	S/197,1 73	S/274,6 37	S/403,551	S/497,588
Gastos Financieros (-)	S/41,48 5	S/41,48 5	S/41,48 5	S/41,485	S/0
Escudo Fiscal (+)	S/2,215	S/1,751	S/1,174	S/453	S/0
UTILIDAD ANTES DE IR (S/.)	S/37,24 2	S/157,4 40	S/234,3 26	S/403,551	S/497,588
Impuesto a la renta (S/.)	S/10,98 6	S/46,44 5	S/69,12 6	S/119,048	S/146,788
UTILIDAD NETA (S/.)	S/26,25 6	S/110,9 95	S/165,2 00	S/284,504	S/350,799

Fuente: Elaboración propia.

9.3. Flujo de Caja Operativo.

Tabla 181.
Flujo de Caja Operativo.

Flujo de Caja Operativo					
Impuesto a la renta %	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%	29.50%
	AÑO 0	2021	2022	2023	2024
VENTAS(S/.)	S/.-	S/652,619	S/783,937	S/925,698	S/1,078,593
COSTOS DE VENTAS (S/.)	S/.118,353. 58	S/.579,277 .70	S/.629,601 .53	S/.716,751 .21	S/.778,761 .37
Materia Prima	S/.392.33	S/69,123	S/76,780	S/91,213	S/106,924
Mano de obra Directa	S/.4,748.46	S/42,736	S/42,736	S/61,292	S/61,292
Costos Indirectos de Fabricación	S/.50,918.6 6	S/166,550	S/168,511	S/170,673	S/173,044

		S/107,692	S/107,692	S/107,692	S/107,692
Gastos Administrativos	S/.35,821.09				
Gastos de ventas	S/.26,473.04	S/170,606	S/175,716	S/204,863	S/210,762
Impuesto a la renta	S/-	S/22,571	S/58,166	S/81,018	S/119,048
FCO (Flujo de Caja Operativo)	S/.(118,353.58)	S/73,342	S/154,335	S/208,947	S/299,831

Fuente: Elaboración propia.

9.4. Flujo de Capital.

Tabla 182.
Flujo de Capital.

Flujo de capital							
Concepto	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACIÓN
<i>Activo fijo depreciable</i>	- S/105,008						
<i>Activo intangible</i>	- S/4,073						
<i>Gastos Pre-Operativos</i>	- S/126,883						S/3,200
<i>Inventarios iniciales</i>	- S/392						
<i>Capital de trabajo</i>	- S/47,161	- S/9,490	- S/10,244	- S/11,049	- S/11,906	S/0	
<i>Recuperación de capital de trabajo</i>							S/89,851
<i>Valor desecho neto del activo fijo</i>							S/13,385
Total	-S/283,518	S/9,490	S/10,244	S/11,049	S/11,906	S/0	S/106,435

Fuente: Elaboración propia.

9.5. Flujo de caja económico.

Tabla 183.

Flujo de Caja Económico.

Flujo de caja económico					
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de caja operativo	-S/118,354	S/73,342	S/154,335	S/208,947	S/299,831
Flujo de caja capital	-S/283,518	-S/9,490	-S/10,244	-S/11,049	-S/11,906
Total		-S/13,333	-S/17,111	-S/20,713	-S/24,890

Fuente: Elaboración propia.

9.6. Flujo del Servicio de la Deuda.

Tabla 184.

Flujo de Servicio de la Deuda.

Flujo del servicio de la deuda							
Concepto	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Préstamo	S/. 224,550.09						
Desembolso de préstamo		- S/41,485	- S/41,485	- S/41,485	- S/41,485		
Escudo fiscal		S/2,215	S/1,751	S/1,174	S/453		
Total	S/. 224,550.09	- S/39,269	- S/39,733	- S/40,311	- S/41,031	S/0	S/0

Fuente: Elaboración propia.

9.7. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 185.

Flujo de Caja Financiero.

Flujo de caja financiero							
Concepto	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Flujo de caja financiero	S/. (177,321.36)	S/11,249	S/87,247	S/136,873	S/222,004	S/336,915	S/104,255

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo X Evaluación económica financiera

10.1. Cálculo de la Tasa de descuento.

10.1.1. Costo de oportunidad.

10.1.1.1. CAPM.

Tabla 186.
Cálculo del CAPM.

Concepto	Valor
Rendimiento del mercado (rm)	10.3%
Tasa libre de riesgo (rf)	2.3%
Beta desapalancada	0.68
% D	32.9%
% E	67.1%
Riesgo país (rp)	2.1%
Impuesto a la renta (t)	29.5%
Beta apalancada	1.23
COK (Perú)	14.2%

Fuente: Elaboración propia.

10.1.1.2. Costo de oportunidad COK propio.

Tabla 187.
Cálculo del Costo de Oportunidad COK propio.

Accionista	Alternativa de inversión	Valor
Rosa Cieza	Depósito a plazo fijo Caja Trujillo	4.00%
Mayra Franco	Depósito a plazo fijo Banco Ripley	6.40%
Johanna León	Depósito a plazo fijo Caja Arequipa	5.70%
Edver Luna	Depósito a plazo fijo Banco Azteca	5.75%
Miguel Jara	Depósito a plazo fijo Caja Arequipa	6.40%
Promedio de rentabilidad		5.65%
Factor riesgo		5.34
COK (Propio)		30.15%

Fuente: Elaboración propia.

10.1.1.3. Costo Promedio Ponderado de capital (WACC).

Tabla 188.

Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Concepto	Valor
Deuda / Capital total	33%
Capital propio / Capital total	67%
COK (ke)	30.15%
Costo de la deuda (kd)	24.5%
Impuesto a la renta (t)	29.5%
WACC	25.92%

Fuente: Elaboración propia.

10.2. Evaluación económica financiera.

10.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

10.2.1.1. VANE y VANF.

Tabla 189.

VANE.

VANE							
Concepto	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Flujo de caja económico	- S/401,87 1.45	S/50,51 8.74	S/126,9 79.89	S/177,1 84.65	S/263,0 35.02	S/336,9 15.14	S/104,255. 44
WACC	25.9%						
VANE	S/. 44,332.8 1						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 190.
VANF.

VANF							
Concepto	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Flujo de caja Financiero	- S/177,321.36	S/11,24 9.50	S/87,24 6.53	S/136,8 73.43	S/222,0 03.72	S/336,9 15.14	S/104,255. 44
COK	30.15%						
VANF	S/. 133,954.97						

Fuente: Elaboración propia.

10.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

Tabla 191.
Cálculo del TIRE y TIRF, TIR modificado.

TIRE							
Concepto	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Flujo de caja económico	- S/401,871.45	S/50,5 18.74	S/126,9 79.89	S/177,1 84.65	S/263,0 35.02	S/336,9 15.14	S/104,255 .44
WACC	26%						
VANE	S/44,33 2.81						
TIRE =	27.58%						
TIREM =	27.03%						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 192.
Cálculo del TIRE y TIRF, TIR modificado.

TIRF							
Concepto	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025	LIQUIDACION
Flujo de caja Financiero	- S/177,321.36	S/11,24 9.50	S/87,24 6.53	S/136,87 3.43	S/222,00 3.72	S/336,91 5.14	S/104,255. 44
COK	30%						
VANF	S/133,95 4.97						

TIRF = 49.44%

TIRFM = 43.59%

Fuente: Elaboración propia.

10.2.1.3. Periodo de recuperación descontado.

Tabla 193.

Periodo de recuperación descontado económico.

Periodo de recuperación descontado económico						
Flujo de caja económico	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
	-					
	S/401,871.45	S/50,518.74	S/126,979.89	S/177,184.65	S/263,035.02	S/336,915.14
Flujo de caja descontado						
	-					
	S/401,871.45	S/40,121.03	S/100,845.04	S/140,716.71	S/208,897.46	S/267,571.66
Flujo de caja acumulado						
	-					
	S/401,871.45	S/361,750.42	S/260,905.38	S/120,188.67	S/88,708.79	S/356,280.45
Periodo de recuperado descontado	3.85	Años				
	3	Años				
	10	Meses				
	7	días				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 194.

Periodo de recuperación descontado financiero.

Periodo de recuperación descontado financiero						
Flujo de caja financiero	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
	-S/177,321.36	S/11,249.50	S/87,246.53	S/136,873.43	S/222,003.72	S/336,915.14
Flujo de caja descontado						
	-S/177,321.36	S/8,643.49	S/67,035.37	S/105,165.90	S/170,575.28	S/258,866.80
Flujo de caja acumulado						
	-S/177,321.36	-S/168,677.87	-S/101,642.50	S/3,523.40	S/174,098.68	S/432,965.48
	3.52	Año				

Periodo de	3	Año
recupero	6	Meses
descontado	5	días

Fuente: Elaboración propia.

10.2.1.4. *Análisis Beneficio / Costo (B/C).*

Tabla 195.

Periodo de recuperación descontado económico.

Análisis Beneficio / Costo (B/C)		
Beneficio / Costo económico	S/.	1.11
Beneficio / Costo financiero	S/.	1.76

Fuente: Elaboración propia.

10.2.2. **Análisis de punto de equilibrio.**

10.2.2.1. *Costos variables, costos fijos.*

Tabla 196.

Punto de equilibrio de los costos variables y costos fijos

Punto de equilibrio de los costos variables y costos fijos					
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas (Soles)	S/652,619.39	S/783,936.59	S/925,698.10	S/1,078,592.66	S/1,243,349.27
Ventas (Cantidades)	154018.18	185009.04	218464.75	254547.87	293430.43
Precio de venta promedio	S/4.24	S/4.24	S/4.24	S/4.24	S/4.24
Mano de obra directa	S/42,736.10	S/42,736.10	S/61,292.21	S/61,292.21	S/85,472.21
Material directo	S/69,123.02	S/76,780.21	S/91,213.00	S/106,923.83	S/124,006.06
Total costos variables	S/111,859.12	S/119,516.32	S/152,505.20	S/168,216.04	S/209,478.27
Costos variables unitarios	S/1.81	S/1.56	S/1.48	S/1.34	S/1.31

Gastos administrativos	S/107,691.65	S/107,691.65	S/107,691.65	S/107,691.65	S/107,691.65
Gastos de venta	S/170,606.44	S/175,716.44	S/204,863.44	S/210,762.14	S/237,620.71
CIF	S/166,549.61	S/168,510.94	S/170,672.97	S/173,043.96	S/175,643.28
Total costos fijos	S/444,847.70	S/451,919.03	S/483,228.06	S/491,497.75	S/520,955.64
Punto de equilibrio (Cantidades)	183091.07	168597.56	175211.30	169678.78	178116.17
Punto de equilibrio (Soles)	S/775,809.63	S/714,396.44	S/742,420.76	S/718,977.86	S/754,729.55
	119%	91%	80%	67%	61%

Fuente: Elaboración propia.

10.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 197.

Punto de equilibrio del estado de resultados con costeo directo.

Punto de equilibrio del estado de resultados con costeo directo					
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas (Soles)	S/652,619.39	S/783,936.59	S/925,698.10	S/1,078,592.66	S/1,243,349.27
(-) Total costos variables	S/111,859.12	S/119,516.32	S/152,505.20	S/168,216.04	S/209,478.27
Margen de contribución	S/540,760.27	S/664,420.28	S/773,192.90	S/910,376.62	S/1,033,871.01
(-) Total costos fijos	S/444,847.70	S/451,919.03	S/483,228.06	S/491,497.75	S/520,955.64
EBITDA o utilidad operativa	S/95,912.57	S/212,501.25	S/289,964.84	S/418,878.87	S/512,915.36
(-) Gastos financieros	S/41,484.73	S/41,484.73	S/41,484.73	S/41,484.73	S/0.00
Utilidad antes de impuestos	S/54,427.84	S/171,016.52	S/248,480.11	S/377,394.14	S/512,915.36
(-) Impuestos	S/16,056.21	S/50,449.87	S/73,301.63	S/111,331.27	S/151,310.03
Utilidad neta	S/38,371.63	S/120,566.64	S/175,178.48	S/266,062.87	S/361,605.33

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 198.

Punto de equilibrio del estado de resultados con costeo directo y punto de equilibrio.

Punto de equilibrio del estado de resultados con costeo directo y punto de equilibrio					
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas (Soles)	S/775,809.63	S/714,396.44	S/742,420.76	S/718,977.86	S/754,729.55
(-) Costos variables	S/330,961.93	S/262,477.41	S/259,192.69	S/227,480.12	S/233,773.90
Margen de contribución	S/444,847.70	S/451,919.03	S/483,228.06	S/491,497.75	S/520,955.64
Costos fijos	S/444,847.70	S/451,919.03	S/483,228.06	S/491,497.75	S/520,955.64
EBIT o utilidad operativa	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

Fuente: Elaboración propia.

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

Tabla 199.

Estimación del punto de equilibrio en unidades.

Estimación del punto de equilibrio en unidades					
Ventas (unidades)	2021	2022	2023	2024	2025
Pasta roja	113,973	136,907	161,664	188,365	217,139
Pasta verde	40,045	48,102	56,801	66,182	76,292
Total	154,018	185,009	218,465	254,548	293,430

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 200.

Estimación del punto de equilibrio en unidades.

Estimación del punto de equilibrio en unidades					
Ventas (punto de equilibrio)	2021	2022	2023	2024	2025
Pasta roja	135,487	124,762	129,656	125,562	131,806
Pasta verde	47,604	43,835	45,555	44,116	46,310
Total	183,091	168,598	175,211	169,679	178,116

Fuente: Elaboración propia.

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

Tabla 201.

Punto de equilibrio en nuevos soles.

Punto de equilibrio en nuevos soles					
Ventas (soles)	2021	2022	2023	2024	2025
Pasta roja	S/482,938.35	S/580,113.08	S/685,016.60	S/798,158.57	S/920,078.46
Pasta verde	S/169,681.04	S/203,823.51	S/240,681.51	S/280,434.09	S/323,270.81
Total	S/652,619.39	S/783,936.59	S/925,698.10	S/1,078,592.66	S/1,243,349.27

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 202.

Estimación del punto de equilibrio en nuevos soles.

Estimación del punto de equilibrio en nuevos soles					
Ventas (punto de equilibrio)	2021	2022	2023	2024	2025
Pasta roja	S/574,099.13	S/528,653.37	S/549,391.36	S/532,043.62	S/558,499.87
Pasta verde	S/201,710.50	S/185,743.08	S/193,029.40	S/186,934.24	S/196,229.68
Total	S/775,809.63	S/714,396.44	S/742,420.76	S/718,977.86	S/754,729.55

Fuente: Elaboración propia.

10.3. Análisis de sensibilidad y riesgo.

10.3.1. Variables de entrada.

Para el análisis de sensibilidad y riesgo se ha seleccionado 3 variables de entrada las cuales consideramos las más susceptibles en algún cambio de nuestro micro entorno.

- Precio.
- Demanda.
- Costo de materia prima.

10.3.2. Variables de salida.

Para medir la variación de nuestras variables de entrada hemos considerado analizar las siguientes 3 variables de salida:

- VANF
- TIRE
- TIRF

Los resultados de los indicadores de rentabilidad seleccionados como variables de salida son los siguientes:

Tabla 203.
Variables de salida.

Variables de salida					
Precio		Demanda		Costos	
TIRE	11.53%	VANF	10.73%	VANF	12.71%
VANF	S/0.00	TIRE	S/0.00	TIRE	S/0.00
TIRF	30.15%	TIRF	30.15%	TIRF	30.15%

Nota: Elaboración propia.

10.3.3. Análisis Unidimensional.

Variación de precio: La variación máxima, con un VANF igual a 0, es de 5.56%, es decir, para que el proyecto ofrezca un retorno esperado, el precio del producto que brindamos no debería bajar de S/4.00.

Tabla 204.
Análisis de Unidimensional

Variable de entrada – Precio	
VANF = 0	
Disminución máxima de precio	-5.56%

	Normal	Ajustado
Pasta Roja	S/4.24	S/4.00
Pasta Verde	S/4.24	S/4.00
Variable de salida		
	Normal	Ajustado
TIRE	28%	12%
VANF	S/133,955	S/0.00
TIRF	49%	30%

Nota: Elaboración propia.

Variación de la Demanda: La variación máxima de nuestro producto demandadas con un VANF igual a 0, es de 0.27% esto quiere decir que, para que el presente proyecto ofrezca la rentabilidad exigida, la demanda de nuestro proyecto no debería bajar de 163165 und en la presentación de pasta roja y de 57328 und en la presentación de pasta verde a lo largo de la duración del proyecto.

Tabla 203.
Variables de salida.

Variable de entrada – Demanda		
VANF = 0		
Disminución máxima de la demanda		-0.27%
	Normal	Ajustado
Pasta Roja	163610	163165
Pasta Verde	57484	57328
Variable de salida		
	Normal	Ajustado
VANF	28%	11%
TIRE	S/133,955	S/0.00
TIRF	49%	30%

Nota: Elaboración propia.

Variación del costo de materia prima: De acuerdo al análisis de sensibilidad, el proyecto nos permite una variación máxima del costo de materia prima del S/.139587 esto nos indica que, para que el proyecto ofrezca el retorno esperado por los inversionistas, el costo de la

materia prima puede incrementarse hasta un 33.84% más de los costos actuales considerados en el proyecto. Este cálculo se establece planteando un VANF igual a 0.

Tabla 203.
Variables de salida.

Variable de entrada - Materia Prima		
VANF = 0		
Aumento máximo de materia prima		33.84%
	Normal	Ajustado
MP	S/566,698	S/706,285
Variable de salida		
	Normal	Ajustado
VANE	S/44,332.81	S/449,279
VANF	28%	13%
TIRE	S/133,954.97	S/0.00
TIRF	49%	30%

Nota: Elaboración propia.

10.3.4. Análisis Multidimensional

Para el análisis se considera la variación de todas las variables de entrada a la vez en tres escenarios: pesimista, normal y optimista.

Tabla 205.
Análisis multidimensional.

Análisis multidimensional			
	Pesimista	Normal	Optimista
Variables de entrada			
Precio	-5%	0%	5%
Demanda	-5%	0%	5%
Costos	15%	0%	-15%
Variables de Salida			
	Pesimista	Normal	Optimista
VANF	-S/. 284,921	S/. 133,955	S/. 592,018
TIRF	-18.99%	49.44%	140.19%

COK	30.15%	30.15%	30%
------------	--------	--------	-----

Nota: Elaboración propia.

10.3.5. Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas para nuestro proyecto son las siguientes:

- **La demanda:** La demanda de nuestro producto es una variable sensible por ello para asegurar las ventas de nuestros aderezos buscaremos impactar al público con una estratégica campaña de difusión en varios medios físicos y digitales. Con el fin de buscar llegar a esta demanda proyectada durante todo el proyecto, se establecerá un incremento gradual del presupuesto de ventas y marketing para la búsqueda y apertura de nuevos mercados. (Mayoristas y locales)
- **El precio:** Al ser un nuevo producto en el mercado peruano, el precio del mismo no puede ser tan elevado, tratando de ser un precio promedio comparado con el de nuestros competidores. Por ello, para mantener los márgenes de ganancias esperadas y mantener este precio para los consumidores, ofreceremos una presentación de 200 gr. mucho mayor a la que ofrecen nuestros competidores directos, resaltando lo natural y medicinal de nuestros aderezos.

10.3.6. Perfil de riesgo

El aderezo en pasta munay tiene un perfil de riesgo moderado, se recupera el capital invertido en el año 3 del proyecto, el presente estudio nos muestra y da las condiciones para realizar este proyecto de inversión en el mercado peruano.

Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones.

11.1. Conclusiones

El presente proyecto de investigación tendrá la siguiente estructura financiera siendo el 67% del capital propio que equivale a S/224.550 los cuales suplirán los gastos preoperativos y activos fijos depreciables. El 33% que es la diferencia equivale S/110.001 que en nuestro caso será el préstamo (Activo Fijo) que se realizará a la entidad financiera Caja Lima Metropolitana, este es destinado para la compra del activo fijo depreciable que vendría a ser la maquinaria y equipos, Activos intangibles, Capital de trabajo.

Es importante tener en cuenta que el presente proyecto es rentable ya que se considerando un VANE de S/44,332.81 y un TIRE de 27.58% el cual es mayor a la tasa del WACC 25.9% y nuestro periodo de recuperación de flujo económico es de 3 años 3 meses 10 días.

En cuanto al aspecto financiero se tiene que también resulta rentable ya que se obtiene una VANF de S/133,954.97 y un TIRF de 49.44% el cual resulta mayor que el COK 30% El periodo de recuperación del flujo financiero es de 3 años 6 meses 5 días.

Productos MUNAY S.A.C. es una empresa que se encuentra actualmente en la etapa de desarrollo, el cual está ingresando a un mercado altamente competitivo, y en el cual se está apostando por una estrategia de diferenciación gracias al estudio de mercado que se realizó.

Nuestro producto tiene tendencia a un alto consumo, debido a los beneficios que ofrece cada uno de sus insumos cuidadosamente seleccionados, y asimismo al hábito de sensibilización del constante consumo de alimentos saludables. En la actualidad debido al constante auge de la gastronomía nacional, existe una gran diversidad de productos e insumo para la preparación de platos, siendo estos en su gran mayoría contenedores de sustancias químicas como

conservantes, glutamato monosódico entre otros, las mismas que según diversos estudios realizados, son

En el desarrollo del estudio realizado precisamente, se concluyó la aceptación por parte del público encuestado y/o consultado. Así también, la retroalimentación que se obtuvo por parte de los especialistas los cuales tuvieron un importante y muy valioso aporte a la investigación realizada. Es así que se concibió un aderezo natural y saludable, libre de conservantes y productos nocivos para la salud, un producto muy innovador con aporte al constante crecimiento de nuestra gastronomía nacional.

11.2. Recomendaciones.

- Se recomienda que con el incremento de la demanda a través de campañas publicitarias atractivas para los clientes podamos realizar más variedad de productos según las preferencias de nuestros consumidores.
- Hacer un plan estratégico de mix de mercado para ser que nuestra marca sea posicionada en la mente de los consumidores en función a la salsa en pasta.
- Ampliar nuestro mercado a toda Lima Metropolitana y poder tener la aceptación de nuestros clientes satisfaciendo sus necesidades.
- Implementar un área de investigación donde identifique las necesidades insatisfechas de los clientes y de esta manera conocer sus gustos para saber qué productos se pueden incluir e innovar en nuestra empresa.
- Recomendar al área de marketing que realice capacitaciones a su fuerza de ventas de forma agresiva para la imbuersación de los productos brindando promociones o descuentos para poder fidelizar a nuestros clientes brindando un servicio de calidad.

- Por la presencia de nuevas empresas se debe considerar como evolucionan los mercados por las condiciones que ocurre en el país como la inestabilidad laboral y económica.
- Se recomienda también utilizar envases biodegradables que ayuden en la conservación de nuestro producto y al medio ambiente evitando su contaminación.
- Contar con un canal de abastecimiento alternativo de insumos en caso ocurriera algún contratiempo con nuestros proveedores principales.

Capítulo XII Referencias.

- Alva, J. (2015, 13 de abril). Las formas de contratación laboral y sus implicancias en el campo tributario. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2015/04/13/las-formas-de-contrataci-n-laboral-y-sus-implicancias-en-el-campo-tributario-parte-1/>
- Actividad económica de la industria. (2018, 25 de junio). Recuperado de <https://gestion.pe/fotogalerias/industria-le-sector-actividad-manufacturera-236770-noticia/?ref=gesr>
- Balanza comercial de importaciones y exportaciones. (2019, 08 de febrero). Recuperado de <https://peru21.pe/economia/balanza-comercial-alcanzo-superavit-us-7-049-millones-2018-458447>
- Dato del consumo de cremas y salsas en el Perú. (2012, 16 de marzo). Recuperado de <https://larepublica.pe/empresa/617638-el-75-de-hogares-peruanos-consume-salsas-o-cremas-picantes-preparadas-en-base-a-aji-amarillo/>
- Datos sobre el glutamato monosódico. (2019, 07 de diciembre). Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/glutamato-monosodico-heroe-o-villano-de-la-cocina-peruana-noticia/?ref=gesr>
- Datos de la población en el Perú. (2018, 25 de junio). Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>
- Datos de territorio y superficie del Perú. (2019, 19 de marzo). Recuperado de https://www.google.com/search?q=superficie+de+peru&rlz=1C1CHBD_es&oq=supearficie+de&aqs=chrome.1.69i57j0l5.4518j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Datos de la tasa de crecimiento poblacional. (2019, mayo). Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1665/index.html
- Datos del riesgo país. (2019, 24 de junio). Recuperado de <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-subio-seis-puntos-basicos-cerro-0-99-puntos-porcentuales-271214-noticia/>

Datos de las propiedades de la muña. Recuperado de <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-muna>

Datos de las propiedades del cilantro. Recuperado de <https://ecocosas.com/plantas-medicinales/cilantro/>

Datos de las propiedades del culantro o cilantro. Recuperado de <https://www.iperu.org/culantro-o-cilantro-planta-medicinal>

Datos de las propiedades de la espinaca. Recuperado de <https://www.zonadiet.com/comida/espinaca.htm>

Datos de las propiedades del paico. Recuperado de https://www.peruecologico.com.pe/flo_paico_1.htm

Datos de las propiedades del chincho. Recuperado de <https://www.jardineriaon.com/tagetes-elliptica.html>.

Datos de las propiedades del chincho. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Tagetes_elliptica

Instituto Metropolitano de Planificación. Mapa de ubicación de los mercados locales de cada uno de los distritos en el área interdistrital norte. (2014, julio). Recuperado de https://www.imp.gob.pe/images/Equipamiento/MERCADOS%20_NORTE.pdf

Investigación de mercados. (2019, 16 de marzo). Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2015.p>

Importancia del punto de equilibrio en las actividades comerciales. (2018, 29 de junio). Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/06/importancia-del-punto-de-equilibrio-en-las-actividades-comerciales/>

PBI, tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio. (2019, junio). Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/junio/reporte-de-inflacion-junio-2019.pdf>

Principales países para la exportación de salsas y ajíes. (2019). Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c2103%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c1

Perú: Población 2019. (2019, abril). Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

Resultado de la pobreza monetaria 2018. (2019, abril). Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/exposicion_evolucion-de-pobreza-monetaria-2018.pdf

Régimen laboral. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Tipo de sociedades en el Perú. (2016, 01 de marzo). Recuperado de <http://resultadolegal.com/tipos-de-sociedades-en-peru/>

Tasa de crecimiento poblacional económicamente activa. (2007 – 2017). Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/cap01.pdf