UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIX DE ZAPALLO LOCHE CON ACEITUNAS NEGRAS

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

KATHERINE VANESSA RODRIGUEZ PEREZ –
Administración de Empresas

FLAVIA ANTONIELLA FRANCESSCA DELAUDE CESPEDES –
Marketing y Gestión Comercial

JAVIER ARTURO CRUCHAGA CHAVEZ –
Administración de Empresas

CLAUDIA JULISSA LIVIA ZUÑIGA –
Contabilidad

JOAANNE SHIRLEY SALGADO ALEGRE DE RAMIREZ –
Administración de Empresas

Asesor:
Carlos Flores Bashi

Lima – Perú
2019

INDICE

Resumen Ejecutivo 21

Capítulo I. Información General 23

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación 23

1.1.1. Razón social. 23

1.1.2. Razón comercial. 23

1.1.3. Tipo de empresa 23

1.1.4. Logo 23

1.1.5. Eslogan 23

1.1.6. Horizonte de evaluación. 24

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria 24

1.2.1. Actividad económica 24

1.2.2. Código CIIU. 24

1.3. Definición del negocio 25

1.3.1. Actividad económica 25

1.3.2. Modelo de Negocio 25

1.3.3. Modelo CANVAS. 27

1.3.4. Mapa de empatía 28

1.4. Descripción del producto 29

1.5. Oportunidades de negocio 30

1.6. Estrategia genérica de la empresa 30

Capítulo II. Análisis del Entorno 31

2.1. Análisis del Macroentorno 31

2.1.1. Del País (últimos 5 años). 31

2.1.2. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes. 31

2.1.2.1. Ciudades importantes. 31

2.1.3. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. 32

2.1.3.1. Tasa de crecimiento de la población. 32

2.1.3.2. Ingreso per cápita. 32

2.1.3.3. Población Económicamente Activa. 33

2.1.4. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones. 35

2.1.5. *Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.* 37

2.1.5.1. Producto Bruto Interno. 37

2.1.5.2. Tasa de Inflación. 37

2.1.5.3. Tasa de interés. 38
2.1.5.4. Tipo de cambio. 38
2.1.5.5. Riesgo país. 38
2.1.5.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto. 38
2.1.6. Del Sector (últimos 5 años). 39
2.1.6.1. Mercado internacional. 39
2.1.6.2. Mercado del consumidor. 39
2.1.6.3. Mercado de proveedores. 40
2.1.6.4. Mercado competidor. 40
2.1.6.5. Mercado distribuidor. 42
2.2. Análisis del Microentorno 44
2.2.1. Competidores actuales. 44
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes. 45
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores. 46
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos. 48
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada. 49
Capítulo III. Plan estratégico 50
3.1. Visión y misión de la empresa. 50
3.1.1. Visión. 50
3.1.2. Misión. 50
3.2. Análisis FODA 50
3.2.1. FODA 51
3.3. Objetivos. 51
Capítulo IV. Estudio de Mercado 52
4.1. Investigación de mercado 52
4.1.1. Criterios de Segmentación. 52
4.1.1.1. Segmentación Geográfica. 52
4.1.1.2. Segmentación Demográfica. 52
4.1.1.3. Segmentación Socioeconómica. 52
4.1.1.4. Segmentación Psicográfica. 53
4.1.1.5. Segmentación Conductual. 54
4.1.2. Marco muestral. 54
4.1.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra. 54
4.1.3. Entrevistas a profundidad. 56
4.1.4. Focus Group. 63
4.1.5. Encuestas. 66

4.2. Demanda y oferta.....82
4.2.1. Estimación del mercado potencial.....82
4.2.2. Estimación del mercado disponible.....85
4.2.3. Estimación del mercado efectivo.....86
4.2.4. Estimación del mercado objetivo.....88
4.2.5. Frecuencia de compra.....89
4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.....90
4.2.7. Estacionalidad.....91
4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado.....93
4.3. Mezcla de marketing.....114
4.3.1. Producto.....114
4.3.1.1. Marca......114
4.3.1.2. Envase......114
4.3.1.3. Etiqueta......115
4.3.1.4. Embalaje......116
4.3.2. Precio.....116
4.3.3. Plaza.....118
4.3.4. Promoción.....120
Capítulo V. Estudio Legal Y Organizacional.....123
5.1. Estudio legal.....123
5.1.1. Forma societaria.....123
5.1.2. Registro de marcas y patentes.....126
5.1.3. Licencias y autorizaciones.....129
5.1.4. Legislación laboral.....130
5.1.5. Legislación tributaria.....134
5.1.6. Resumen del capítulo.....137
5.2. Estudio organizacional.....138
5.2.1. Organigrama funcional.....138
5.2.2. Servicios tercerizados.....138
5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.....139
5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.....144
5.2.5. Aspectos Laborales.....145
Capítulo VI. Estudio Técnico.....154
6.1. Tamaño de proyecto.....154
6.1.1. Capacidad Instalada.....154
6.1.2. Capacidad Utilizada.....154

6.1.3. Capacidad Máxima. 155
6.2. Procesos 155
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción. 155
6.2.2. Programa de producción. 161
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos. 163
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos. 164
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa 165
6.3. Tecnología para el proceso 165
6.3.1. Maquinarias. 165
6.3.2. Equipos 166
6.3.3. Herramientas. 167
6.3.4. Útiles, Utensilios. 168
6.3.5. Mobiliario. 168
6.3.6. Útiles de oficina. 170
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos. 171
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso. 173
6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación, maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliarios por incremento de ventas 175
6.4. Localización 178
6.4.1. Macro localización. 178
6.4.2. Micro localización. 179
6.4.3. Gastos de adecuación. 180
6.4.4. Gastos de servicios. 181
6.4.5. Plano del centro de operaciones. 181
6.4.6. Descripción del centro de operaciones. 183
6.5. Responsabilidad social frente al entrono 184
6.5.1. Impacto ambiental. 184
6.5.2. Con los trabajadores. 185
6.5.3. Con la comunidad 186
Capítulo VII. Estudio económico y financiero 187
7.1. Inversiones 187
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable. 187
7.1.2. Inversión en Activo Intangible 188
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos. 189
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales. 191

7.1.5. Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado de caja)...192
7.1.6. Liquidación del IGV. 194
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones. 195
7.2. Financiamiento....195
7.2.1. Estructura de financiamiento. 195
7.2.2. Cronograma del Financiamiento del activo fijo. 197
7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo. 198
7.3. Ingresos anuales....200
7.3.1. Ingresos por ventas. 200
7.3.2. Recuperación de capital de trabajo. 201
7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo. 202
7.4. Costos y gastos anuales....203
7.4.1. Egresos desembolsables. 203
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos. 203
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa. 204
7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos. 205
7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración. 206
7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas 208
7.4.2. Egresos no desembolsables 209
7.4.2.1. Depreciación. 209
7.4.2.2. Amortización....209
7.4.2.3. Activo Fijo no Depreciable....212
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario. 213
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios 214
Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados 215
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja 215
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros 215
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal....216
8.4. Flujo de Caja Operativo 217
8.5. Flujo de Capital 218
8.6. Flujo de Caja Económico 218
8.7. Flujo del servicio de la deuda....219
8.8. Flujo de caja financiero 219
Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera....221
9.1. Cálculo de la tasa de descuento 221
9.1.1. Costo de oportunidad (Ke). 221

9.1.1.1. Cálculo del CAPM. 221
9.1.1.2. Cálculo COK Propio. 221
9.1.1.3. Costo de la deuda. 222
9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (WACC). 222
9.2. Evaluación económica financiera..... 222
9.2.1. Indicadores de Rentabilidad. 222
9.2.1.1. VANE y VANF 223
9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado 223
9.2.1.3. Período de recuperación descontado. 224
9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C). 224
9.2.2. Análisis del punto de equilibrio. 225
9.2.2.1. Costos variables, Costos fijos 226
9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo) 226
9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades 227
9.2.2.4. Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles . 227
9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo 227
9.3.1. Variables de entrada. 227
9.3.2. Variables de salida 228
9.3.3. Análisis unidimensional. 228
9.3.4. Análisis multidimensional 229
9.3.5. Variables críticas del proyecto..... 230
9.3.6. Perfil de riesgo..... 230
Conclusiones 231
Recomendaciones 232
Referencias..... 233
Anexo ……235

Índice de Figuras

FIGURA 1. LOGO DE ZAPEMOCHE 23
FIGURA 2. ESLOGAN 24
FIGURA 3. MAPA DE EMPATÍA DE ZAPEMOCHE 28
FIGURA 4. ZAPEMOCHE 29
FIGURA 5. OBJETIVOS Y VENTAJAS ESTRATÉGICAS DE ZAPEMOCHE 30
FIGURA 6. PRINCIPALES CIUDADES DEL PERÚ 31
FIGURA 7. TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL DE LA POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO 1940-2017 32
FIGURA 8. PERÚ: EVOLUCIÓN DE INGRESOS REAL PROMEDIO PER CÁPITA MENSUAL 2007 – 2017 (SOLES CONSTANTES) 33
FIGURA 9. LIMA METROPOLITANA EN EDAD DE TRABAJAR SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 2016 33
FIGURA 10. LIMA METROPOLITANA EN EDAD DE TRABAJAR SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 2016 34
FIGURA 11. REPORTE DE INFLACIÓN, MARZO 2018 – BCRP (* CIFRAS ESTIMADAS) 37
FIGURA 12. REPORTE DE INFLACIÓN, MARZO 2018 – BCRP 38
FIGURA 13. ESTILOS DE VIDA 40
FIGURA 14. PREMIO NACIONAL MYPE A OLIAMÉRICA 46
FIGURA 15. PÁGINA WEB DE OLIVICO 47
FIGURA 16. PÁGINA WEB DEL GMML 47
FIGURA 17. PRODUCTOS SUSTITUTOS 49
FIGURA 18. TABLAS PERUANAS DE COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS 57
FIGURA 19. TABLAS PERUANAS DE COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS 57
FIGURA 20. TABLAS PERUANAS DE COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS 57
FIGURA 21. FOTO FOCUS GROUP 1 65
FIGURA 22. FOTO DEL FOCUS GROUP 2 66
FIGURA 23. PREGUNTA 1: GÉNERO 67
FIGURA 24. PREGUNTA 2: RANGO DE EDAD 68
FIGURA 25. PREGUNTA 3: RANGO DE INGRESO MENSUAL EN EL HOGAR 68
FIGURA 26. PREGUNTA 5: CONSUME PIQUEOS GOURMET DE MANERA FRECUENTE 70
FIGURA 27. PREGUNTA 7: EN QUÉ OCASIONES CONSUME PIQUEO GOURMET 71
FIGURA 28. PREGUNTA 8: CONOCES EL TAPENADE 72
FIGURA 29. PREGUNTA 9: ESTARÍAS DISPUESTO A CONSUMIR TAPENADE 72
FIGURA 30. PREGUNTA 10: CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA TAPENADE 73
FIGURA 31. PREGUNTA 11: CUÁL ES EL MOTIVO POR EL CUAL COMPRARÍA TAPENADE 74

FIGURA 32. PREGUNTA 12: QUÉ ES LO QUE USTED TOMARÍA EN CUENTA AL MOMENTO DE COMPRAR TAPENADE 74
FIGURA 33. PREGUNTA 13: QUÉ MARCAS DE TAPENADE CONOCE 75
FIGURA 34. PREGUNTA 14: DÓNDE ES IMPORTANTE CONSEGUIR PIQUEOS GOURMET DE SU ELECCIÓN 76
FIGURA 35. PREGUNTA 15: ESTARÍAS DISPUESTO A COMPRAR NUESTRO TAPENADE A BASE A ZAPALLO LOCHE Y ACEITUNAS NEGRAS 77
FIGURA 36. PREGUNTA 16: CUÁL ES EL PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR NUESTRO TAPENADE EN PRESENTACIÓN DE 200 GR 78
FIGURA 37. PREGUNTA 17: CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍAS ZAPEMOCHE 78
FIGURA 38. PREGUNTA 18: CUÁNTAS UNIDADES DE ZAPEMOCHE COMPRARÍA EN CADA OCASIÓN DE COMPRA 79
FIGURA 39. PREGUNTA 19: A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA ENTERARSE DEL PRODUCTO 80
FIGURA 40. PREGUNTA 20: EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA COMPRAR EL PRODUCTO 81
FIGURA 41. PREGUNTA 21: EN QUÉ ESTACIÓN DEL AÑO ADQUIRIRÁS EL PRODUCTO 82
FIGURA 42. PREGUNTA 13: QUÉ MARCAS DE TAPENADE CONOCE 88
FIGURA 43. LOGO DE ZAPEMOCHE 114
FIGURA 44. ENVASE DE ZAPEMOCHE 115
FIGURA 45. ETIQUETA 115
FIGURA 46. EMBALAJE DE ZAPEMOCHE 116
FIGURA 47. DISTRIBUCIÓN CANAL 1 118
FIGURA 48. DISTRIBUCIÓN CANAL 2 119
FIGURA 49. LOGO DE ZAPEMOCHE 127
FIGURA 50. ESQUEMA DEL TRAMITE SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA 128
FIGURA 51. ESQUEMA GENERAL DE LA DETERMINACIÓN DEL IR 136
FIGURA 52. ORGANIGRAMA FUNCIONAL 138
FIGURA 53. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESOS DE PRODUCCIÓN 156
FIGURA 54. VISTA SATELITAL DEL DISTRITO DE ATE 181
FIGURA 55. PLANO DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DE LA PRIMERA PLANTA 182
FIGURA 56. PLANO DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DE LA SEGUNDA PLANTA 183
FIGURA 57. LOCAL DEL CENTRO DE OPERACIONES 184
FIGURA 58. SEPARACIÓN DE RESIDUOS 185
FIGURA 59. EMPRESA VERDE 185
FIGURA 60. APOYO ENTRE TRABAJADORES 186
FIGURA 61. INVERSIÓN 196

FIGURA 62. PUNTO DE EQUILIBRIO 225

Índice de Tablas

Tabla 1. Código CIIU 24
Tabla 2. Características – ZapeMoche 25
Tabla 3. Ingredientes 29
Tabla 4. Principales países Importadores 35
Tabla 5. Principales países exportadores del Mundo, referente a esta partida arancelaria. 36
Tabla 6. Mercado internacional 39
Tabla 7. Países exportadores 41
Tabla 8. Principales empresas exportadoras 42
Tabla 9. Tiendas Wong Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana 42
Tabla 10. Tiendas Vivanda Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana. 43
Tabla 11. Tiendas Tottus Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana 43
Tabla 12. Tiendas Plaza Vea Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana 43
Tabla 13. Ferias Naturistas Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana 43
Tabla 14. Competidores actuales 44
Tabla 15. Clientes consumidores 45
Tabla 16. Clientes canales 45
Tabla 17. FODA 51
Tabla 18. Segmentación geográfica 52
Tabla 19. Segmentación demográfica 52
Tabla 20. Segmentación socioeconómica 53
Tabla 21. Segmentación psicográfica 53
Tabla 22. Marco muestral 54
Tabla 23. Población proyectada en personas 2019 - 2024 55
Tabla 24. Población proyectada en personas 2019 por edades 55
Tabla 25. Resumen de entrevistas a profundidad 56
Tabla 26. Dato de Participantes Focus Group 1 64
Tabla 27. Dato de Participantes Focus Group 2 65
Tabla 28. Pregunta 1: Género 67
Tabla 29. Pregunta 2: Rango de edad 67
Tabla 30. Pregunta 3: Rango de ingreso mensual en el hogar 68
Tabla 31. Pregunta 4: Distrito de residencia 69
Tabla 32. Pregunta 5: consume piqueos gourmet de manera frecuente 69
Tabla 33. Pregunta 6: De qué depende su compra de un producto para piqueos gourmet 70

TABLA 34. PREGUNTA 7: EN QUÉ OCASIONES CONSUME PIQUEO GOURMET 70
TABLA 35. PREGUNTA 8: CONOCES EL TAPENADE 71
TABLA 36. PREGUNTA 9: ESTARÍAS DISPUESTO A CONSUMIR TAPENADE 72
TABLA 37. PREGUNTA 10: CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA TAPENADE 72
TABLA 38. PREGUNTA 11: CUÁL ES EL MOTIVO POR EL CUAL COMPRARÍA TAPENADE 73
TABLA 39. PREGUNTA 12: QUÉ ES LO QUE USTED TOMARÍA EN CUENTA AL MOMENTO DE COMPRAR TAPENADE 74
TABLA 40. PREGUNTA 13: QUÉ MARCAS DE TAPENADE CONOCE 75
TABLA 41. PREGUNTA 14: DÓNDE ES IMPORTANTE CONSEGUIR PIQUEOS GOURMET DE SU ELECCIÓN 75
TABLA 42. PREGUNTA 15: ESTARÍAS DISPUESTO A COMPRAR NUESTRO TAPENADE A BASE A ZAPALLO LOCHE Y ACEITUNAS NEGRAS 76
TABLA 43. PREGUNTA 16: CUÁL ES EL PRECIO PROMEDIO QUE PAGARÍA POR NUESTRO TAPENADE EN PRESENTACIÓN DE 200 GR 77
TABLA 44. PREGUNTA 17: CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍAS ZAPEMOCHE 78
TABLA 45. PREGUNTA 18: CUÁNTAS UNIDADES DE ZAPEMOCHE COMPRARÍA EN CADA OCASIÓN DE COMPRA 79
TABLA 46. PREGUNTA 19: A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA ENTERARSE DEL PRODUCTO 79
TABLA 47. PREGUNTA 20: EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA COMPRAR EL PRODUCTO 80
TABLA 48. PREGUNTA 21: EN QUÉ ESTACIÓN DEL AÑO ADQUIRIRÁS EL PRODUCTO 81
TABLA 49. MERCADO POTENCIAL 2020 (EN PERSONAS) 82
TABLA 50. MERCADO POTENCIAL 2021 (EN PERSONAS) 83
TABLA 51. MERCADO POTENCIAL 2022 (EN PERSONAS) 83
TABLA 52. MERCADO POTENCIAL 2023 (EN PERSONAS) 84
TABLA 53. MERCADO POTENCIAL 2024 (EN PERSONAS) 84
TABLA 54. MERCADO POTENCIAL 2020 – 2024 (EN PERSONAS) 85
TABLA 55. PREGUNTA 5: USTED CONSUME PIQUEOS GOURMET DE MANERA FRECUENTE 85
TABLA 56. MERCADO DISPONIBLE EN PERSONAS 2020 - 2024 86
TABLA 57. PREGUNTA 15: ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR NUESTRO TAPENADE A BASE DE ZAPALLO LOCHE Y ACEITUNAS NEGRAS 86
TABLA 58. MERCADO EFECTIVO GENERAL EN PERSONAS 2020 - 2024 87
TABLA 59. PREGUNTA 16: CUÁL ES EL PRECIO PROMEDIO QUE USTED PAGARÍA POR NUESTRO ZAPEMOCHE EN PRESENTACIÓN DE 200GR 87
TABLA 60. MERCADO EFECTIVO GENERAL EN PERSONAS 2020 - 2024 88
TABLA 61. TASAS DE MERCADO OBJETIVO 2020 - 2024 89

TABLA 62. TOTAL MERCADO OBJETIVO EN PERSONAS 2020 - 2024 89
TABLA 63. PREGUNTA 17: FRECUENCIA DE COMPRA DE NUESTRO PRODUCTO 89
TABLA 64. PREGUNTA 18: ¿CUÁNTAS UNIDADES DE ZAPE MOCHE COMPRARÍA EN CADA OCASIÓN DE COMPRA? 90
TABLA 65. UNIDADES A DISTRIBUIR 2020 - 2024 90
TABLA 66. ESTACIONALIDAD TRIMESTRAL 91
TABLA 67. ESTACIONALIDAD TRIMESTRAL 2020 - 2024 91
TABLA 68. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2020 92
TABLA 69. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2021 - 2024 92
TABLA 70. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2020 93
TABLA 71. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2021 93
TABLA 72. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2022 94
TABLA 73. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2023 94
TABLA 74. % ESTACIONALIDAD MENSUAL 2024 95
TABLA 75. LUGARES DE VENTA DEL PRODUCTO 95
TABLA 76. PORCENTAJE DE REDISTRIBUCIÓN 95
TABLA 77. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2020 96
TABLA 78. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2021 96
TABLA 79. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2022 97
TABLA 80. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2023 97
TABLA 81. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2024 98
TABLA 82. RESUMEN DEL PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES EN TIENDAS GOURMET 2020 - 2024 98
TABLA 83. VALOR DE VENTAS EN TIENDAS GOURMET 98
TABLA 84. INGRESOS EN TIENDAS GOURMET 2020 (IMPORTE EN SOLES) 99
TABLA 85. INGRESOS EN TIENDAS GOURMET 2021 (IMPORTE EN SOLES) 99
TABLA 86.INGRESOS EN TIENDAS GOURMET 2022 (IMPORTE EN SOLES) 100
TABLA 87.INGRESOS EN TIENDAS GOURMET 2023 (IMPORTE EN SOLES) 100
TABLA 88. INGRESOS EN TIENDAS GOURMET 2024 (IMPORTE EN SOLES) 101
TABLA 89. RESUMEN INGRESOS TOTALES EN TIENDAS GOURMET 2020 – 2024 (IMPORTE EN SOLES) 101
TABLA 90. UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2020 102
TABLA 91. UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2021 102
TABLA 92. UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2022 103
TABLA 93. UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2023 103
TABLA 94. UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2024 104

TABLA 95. RESUMEN DE UNIDADES A VENDER EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2020 - 2024 104
TABLA 96. VALOR VENTA NETO EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 104
TABLA 97. INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2020 (IMPORTE EN SOLES) 105
TABLA 98. INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2021 (IMPORTE EN SOLES) 105
TABLA 99. INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2022 (IMPORTE EN SOLES) 106
TABLA 100. INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2023 (IMPORTE EN SOLES) 106
TABLA 101.INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2024 (IMPORTE EN SOLES) 107
TABLA 102. RESUMEN DE INGRESOS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS 2020 - 2024 (IMPORTE EN SOLES) 107
TABLA 103. UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2020 108
TABLA 104. UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2021 108
TABLA 105. UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2022 109
TABLA 106. UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2023 109
TABLA 107. UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2024 110
TABLA 108. RESUMEN EN UNIDADES A VENDER EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2020 - 2024 110
TABLA 109. VALOR VENTA NETO EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 110
TABLA 110. INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2020 (IMPORTE EN SOLES) 111
TABLA 111. INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2021 (IMPORTE EN SOLES) 111
TABLA 112. INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2022 (IMPORTE EN SOLES) 112
TABLA 113. INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2023 (IMPORTE EN SOLES) 112
TABLA 114. INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS 2024 (IMPORTE EN SOLES) 113
TABLA 115. TOTAL DE INGRESOS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS E INGRESOS TOTALES 2020 - 2024 (IMPORTE EN SOLES) 113
TABLA 116. PRECIOS DE COMPETIDORES 116
TABLA 117. PRECIO DEL PRODUCTO 117
TABLA 118. PRECIO DEL PRODUCTO 117
TABLA 119. FERIAS NATURISTAS 118
TABLA 120. LISTA DE BIOMARKETS 119
TABLA 121. LISTA DE TIENDAS NATURISTAS 119

TABLA 122. CAMPAÑA DE LANZAMIENTO....122
TABLA 123. SOCIEDADES ANALIZADAS....124
TABLA 124. DISTRIBUCIÓN DE LOS APORTES DE LOS ACCIONISTAS....124
TABLA 125. ACTIVIDADES PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA....126
TABLA 126. REGISTRO DE MARCA....129
TABLA 127. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES....130
TABLA 128. DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA Y PEQUEÑA EMPRESA....131
TABLA 129. CUADRO COMPARATIVO DE BENEFICIOS LABORALES....131
TABLA 130. LEGISLACIÓN TRIBUTARIA....135
TABLA 131. CUADRO VALORIZADO DE GASTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA....137
TABLA 132. SERVICIOS TERCERIZADOS....139
TABLA 133. PUESTO GERENTE GENERAL....140
TABLA 134. SUPERVISOR TÉCNICO....141
TABLA 135. ASISTENTE ADMINISTRATIVO....142
TABLA 136. ASISTENTE DE VENTAS....143
TABLA 137. OPERARIO....144
TABLA 138. FORMA DE CONTRATACIÓN....146
TABLA 139. RÉGIMEN LABORAL DE PUESTOS DE TRABAJO....146
TABLA 140. PLANILLA DEL PERSONAL PARA TODOS LOS AÑOS....147
TABLA 141. PLANILLA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA....147
TABLA 142. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA NOV. 2019 – DIC.2020....147
TABLA 143. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 2020 - 2024....148
TABLA 144. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA ADMINISTRATIVA....148
TABLA 145. PLANILLA DEL ÁREA DE VENTAS....148
TABLA 146. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE VENTAS NOV. 2019 – DIC.2024....149
TABLA 147. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE VENTAS NOV.2019 – DIC.2020....149
TABLA 148. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE VENTAS 2020 - 2024....149
TABLA 149. PLANILLA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN....150
TABLA 150. 150
TABLA 151. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERARIOS) 2020 - 2024 150
TABLA 152. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE PRODUCCIÓN (OPERARIOS)....151
TABLA 153. PLANILLA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN....151
TABLA 154. CUADRO DE PROVISIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN....151
TABLA 155. CUADRO DEL PAGO TOTAL DE LA PLANILLA DE PRODUCCIÓN....151
TABLA 156. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS NOV.2019 – DIC.2020....152

TABLA 157. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS 2020 - 2024 152
TABLA 158. RESUMEN TOTAL PAGO DE PLANILLAS Y % DE LAS VENTAS 152
TABLA 159. CUADRO DEL TOTAL DE GASTOS POR SERVICIOS TERCERIZADOS 152
TABLA 160. HORARIO DE TRABAJO DEL PERSONAL 153
TABLA 161. CAPACIDAD INSTALADA 154
TABLA 162. CAPACIDAD UTILIZADA 2020 - 2024 154
TABLA 163. CAPACIDAD MÁXIMA (PROCESO DE MEZCLADORA) 155
TABLA 164. DAP (DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESO) 157
TABLA 165. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO 160
TABLA 166. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR 2019 – 2024 161
TABLA 167. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) NOV.2019 - DIC.2020 161
TABLA 168. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2021 161
TABLA 169. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2022 162
TABLA 170. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2023 162
TABLA 171. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2024 162
TABLA 172. RESUMEN DEL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2019 - 2024 162
TABLA 173. RESUMEN DE SAMPLING Y STOCK DE ZAPEMOCHE 200 GR (UNIDADES) 2019 - 2024 163
TABLA 174. FRECUENCIA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA 163
TABLA 175. INSUMOS 163
TABLA 176. MATERIALES 164
TABLA 177. RESUMEN TOTAL DE MATERIAS PRIMAS 164
TABLA 178. RESUMEN TOTAL DE MATERIALES 164
TABLA 179. PROGRAMA DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS 2019 - 2024 164
TABLA 180. PROGRAMA DE COMPRAS DE MATERIALES 2019 - 2024 165
TABLA 181. PLANILLA DEL PERSONAL PARA TODOS LOS AÑOS 165
TABLA 182. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA 165
TABLA 183. MAQUINARIAS Y EQUIPOS PARA PRODUCCIÓN 166
TABLA 184. EQUIPOS DE PRODUCCIÓN 166
TABLA 185. EQUIPOS ÁREA ADMINISTRATIVA 166
TABLA 186. EQUIPOS ÁREA DE VENTAS 166
TABLA 187. HERRAMIENTAS DE TRABAJO 167
TABLA 188. ÚTILES DE LIMPIEZA 167
TABLA 189. ÚTILES, UTENSILIOS 168

TABLA 190. MOBILIARIOS DE PRODUCCIÓN 168
TABLA 191. MOBILIARIO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 169
TABLA 192. MOBILIARIO DEL ÁREA DE VENTAS 169
TABLA 193. ÚTILES DE OFICINA ÁREA DE PRODUCCIÓN 170
TABLA 194. ÚTILES DE OFICINA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 170
TABLA 195. ÚTILES DEL ÁREA DE VENTAS 171
TABLA 196. MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS 171
TABLA 197. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN 172
TABLA 198. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DEL ÁREA DE VENTAS 172
TABLA 199. MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS 173
TABLA 200. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS 2020 - 2024 173
TABLA 201. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA NOV. 2019 – DIC.2020 174
TABLA 202. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA 2020 - 2024 174
TABLA 203. PROGRAMA DE REPOSICIÓN DE UTENSILIOS 2020 - 2024 175
TABLA 204. REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN 175
TABLA 205. REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA 176
TABLA 206. REPOSICIÓN DE ÚTILES DE OFICINA PARA EL ÁREA DE VENTAS 176
TABLA 207. REPOSICIÓN DE MAQUINARIAS DE PRODUCCIÓN 177
TABLA 208. REPOSICIÓN DE EQUIPOS DE PRODUCCIÓN 177
TABLA 209. REPOSICIÓN DE EQUIPOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 177
TABLA 210. REPOSICIÓN DE EQUIPOS DEL ÁREA DE VENTAS 177
TABLA 211. REPOSICIÓN DE MOBILIARIO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA 178
TABLA 212. REPOSICIÓN DE MOBILIARIO DEL ÁREA DE VENTAS 178
TABLA 213. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE MACRO LOCALIZACIÓN 179
TABLA 214. VARIABLES DE MICRO LOCALIZACIÓN 180
TABLA 215. GASTOS DE ADECUACIÓN 180
TABLA 216. SERVICIOS 181
TABLA 217. CALENDARIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RSE 2020- 2024 186
TABLA 218. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES (IMPORTE EN SOLES) 187
TABLA 219. INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES (IMPORTE EN SOLES) 188
TABLA 220. GASTOS PREOPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES) 189
TABLA 221. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES 191
TABLA 222. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO MES 1 – MES 12 (IMPORTE EN SOLES) 192
TABLA 223. LIQUIDACIÓN DEL IGV (IMPORTE EN SOLES) 194

TABLA 224. RESUMEN DE INVERSIONES 195
TABLA 225. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (IMPORTE EN SOLES) 195
TABLA 226. FINANCIAMIENTO (IMPORTE EN SOLES) 195
TABLA 227. APORTE DE LOS SOCIOS (IMPORTE EN SOLES) 196
TABLA 228. FINANCIAMIENTO DEL ACTIVO FIJO 197
TABLA 229. CRONOGRAMA DE PAGOS DEL ACTIVO FIJO 197
TABLA 230. FINANCIAMIENTO DE LA DEUDA DEL ACTIVO FIJO 198
TABLA 231. FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO 198
TABLA 232. CRONOGRAMA DE PAGOS DEL CAPITAL DE TRABAJO 199
TABLA 233. FINANCIAMIENTO DE LA DEUDA DEL CAPITAL DE TRABAJO 199
TABLA 234. INGRESO POR VENTAS EN TIENDAS GOURMET (IMPORTE EN SOLES) 200
TABLA 235. INGRESO POR VENTAS EN FERIAS ECOLÓGICAS/ORGÁNICAS (IMPORTE EN SOLES) 200
TABLA 236. INGRESO POR VENTAS EN TIENDAS ORGÁNICAS ESPECIALIZADAS (IMPORTE EN SOLES) 200
TABLA 237. TOTAL INGRESO POR VENTAS (IMPORTE EN SOLES) 201
TABLA 238. RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO (IMPORTE EN SOLES) 201
TABLA 239. VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO (IMPORTE EN SOLES) 202
TABLA 240. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS (IMPORTE EN SOLES) 203
TABLA 241. PRESUPUESTO DE MATERIALES (IMPORTE EN SOLES) 203
TABLA 242. RESUMEN DE MATERIA PRIMA (IMPORTE EN SOLES) 203
TABLA 243. MANO DE OBRA - OPERARIOS 204
TABLA 244. MANO DE OBRA (IMPORTE EN SOLES) 204
TABLA 245. PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS (IMPORTE EN SOLES) 205
TABLA 246. PRESUPUESTOS DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN (IMPORTE EN SOLES) 207
TABLA 247. GASTOS DE VENTAS 208
TABLA 248. DEPRECIACIÓN 209
TABLA 249. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES 210
TABLA 250. AMORTIZACIÓN DE GASTOS PREOPERATIVOS (IMPORTE E SOLES) 211
TABLA 251. RESUMEN DE AMORTIZACIÓN DE GASTOS PREOPERATIVOS (IMPORTE EN SOLES) 211
TABLA 252. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES Y ADMINISTRATIVA (IMPORTE EN SOLES) 211
TABLA 253. ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE (IMPORTE EN SOLES) 212
TABLA 254. GASTO POR ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE 212
TABLA 255. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO (IMPORTE EN SOLES) 213
TABLA 256. PRECIO DE VENTA AL CANAL 213

TABLA 257. COSTO VARIABLE UNITARIO Y COSTO FIJO UNITARIO 214
TABLA 258. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS SIN GASTOS FINANCIEROS (IMPORTE EN SOLES) 215
TABLA 259. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS CON GASTOS FINANCIEROS Y ESCUDO FISCAL (IMPORTE EN SOLES) 216
TABLA 260.FLUJO DE CAJA OPERATIVO (IMPORTE EN SOLES) 217
TABLA 261.FLUJO DE CAPITAL (IMPORTE EN SOLES) 218
TABLA 262.FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (IMPORTE EN SOLES) 218
TABLA 263.FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (IMPORTE EN SOLES) 219
TABLA 264.FLUJO DE CAJA FINANCIERO (IMPORTE EN SOLES) 219
TABLA 265. LIQUIDACIÓN DEL IGV 220
TABLA 266. CÁLCULO DE CAPM 221
TABLA 267. CÁLCULO COK PROPIO 221
TABLA 268. CÁLCULO COK PROPIO 222
TABLA 269. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC) 222
TABLA 270. INDICADORES DE RENTABILIDAD 222
TABLA 271. VANE Y VANF 223
TABLA 272. TIRE Y TIRF 223
TABLA 273. PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO ECONÓMICO 224
TABLA 274. PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO FINANCIERO 224
TABLA 275. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO 224
TABLA 276. COSTOS VARIABLES Y FIJOS (IMPORTE EN SOLES) 226
TABLA 277. ESTADO DE RESULTADOS COSTEO DIRECTO (IMPORTE EN SOLES) 226
TABLA 278. PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES) 227
TABLA 279. PUNTO DE EQUILIBRIO (EN SOLES) 227
TABLA 280. VARIABLES DE ENTRADA 228
TABLA 281. VARIABLES DE SALIDA 228
TABLA 282. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL DE LA VARIABLE DEMANDA 228
TABLA 283. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL DE LA VARIACIÓN DEL PRECIO (IMPORTE EN SOLES). 229
TABLA 284. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL DE LA VARIACIÓN DE COSTOS DE MATERIA PRIMA (IMPORTE EN SOLES) 229
TABLA 285. ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 230
TABLA 286. VANE Y VANF 230
TABLA 287. VARIABLES CRÍTICAS EL PROYECTO 230

Índice de Anexo

ANEXO 1. ENCUESTA 235
ANEXO 2.TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR ALIMENTOS 2017 240
ANEXO 3.SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL 241
ANEXO 4. REGISTRO DE MARCA 242
ANEXO 5. SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO 244
ANEXO 6. BETA DAMORADAN COUNTRY RISK PREMIUM 245
ANEXO 7. RIESGO PAÍS PERÚ 246
ANEXO 8. TARIFARIO PLAZO FIJO FINANCIERA CREDINKA 247
ANEXO 9. TARIFARIO PLAZO FIJO FINANCIERA PROEMPRESA 247
ANEXO 10. TARIFARIO PLAZO FIJO CMAC TACNA 249
ANEXO 11. TARIFARIO PLAZO FIJO CREDISCOTIA 249
ANEXO 12. TARIFARIO PLAZO FIJO CMAC TRUJILLO 250

Resumen Ejecutivo

El negocio de este proyecto es la producción y comercialización del tapenade de aceitunas negras y zapallo moche bajo el nombre de ZapeMoche en la ciudad de Lima Metropolitana; nuestra estrategia es por diferenciación, ya que actualmente existe una gran variedad de tapenade pero el mix de aceituna con zapallo loche es único en su composición y por contar con un alto valor nutricional. ZapeMoche estará dirigido al nivel socioeconómico A y B, enfocados en la zona 6 y 7.

La presentación de nuestro producto es en envase de vidrio de 200 gr de mix de aceituna negra y zapallo loche, la cual presenta como principal característica el ser rica en vitamina A y E y el zapallo loche contiene proteínas, fibra, calcio, hierro y vitamina A y C y le agrega un sabor distinto con un toque dulce y es lo que lo diferencia de los demás tapenade existentes en el mercado nacional.

En los últimos años hemos experimentado el boom gastronómico en nuestro país lo que ha derivado en la revalorización de las marcas y productos peruanos, en nuestro caso hemos analizado que el zapallo loche es un producto natural autóctono de la zona norte de nuestro país específicamente del departamento de Lambayeque que si bien no es muy conocido queremos darlo a conocer ya que es un producto bandera de la cocina lambayecana. Adicionalmente, nuestro producto es 100% natural sin conservantes ni preservantes, sólo se añade el vinagre que es utilizado como un preservante natural. Es por ello que hemos decido ofrecer nuestro producto en las Ferias ecológicas- orgánicas, Tiendas Gourmet y Tiendas Orgánicas especializadas con un precio de S/. 8.50.

La gestión de nuestros proveedores es de vital importancia ya que es una oportunidad para agregar valor a la cadena de suministros especialmente porque son productos naturales y de consumo humano que tienen que estar a la altura de los requerimientos sanitarios establecidos; así como que los productos sean entregados a tiempo y con la calidad requerida con uniformidad, precio, y oportunidad para que la empresa pueda brindar el mejor producto

Según el análisis de factores determinamos que la macro localización es en el distrito de Lima y la micro localización es en el Distrito de Ate, donde hemos considerado los aspectos de distancia, cercanía a los proveedores, seguridad y fácil acceso a las vías de transporte público y privado.

Los días de trabajo laboral serán de lunes a sábado donde cada trabajador cumplirá 48 horas semanales. La empresa será constituida como una Sociedad Anónima Cerrada (SAC), iniciando sus operaciones con 07 operarios y 04 empleados de administración y

ventas asimismo se contará con servicios de terceros para la seguridad y vigilancia las 24 horas, limpieza y servicio transporte.

Necesitaremos una inversión total de S/245,3300, siendo los Gastos operativos el de mayor representación, 54.28% del total de la inversión.

Financiaremos el proyecto con S/170,000; con el aporte de los 5 accionistas de S/ 34,000 cada uno, lo que cubre el 69% del monto total de la inversión que incluye activo intangible, gastos pre operativos, inventarios y parte del capital de trabajo y Activo fijo depreciable.

Económicamente se puede indicar que el proyecto es rentable considerando que se obtiene un VANE positivo por S/159,524 y un TIRE por 51.08%, el cual es mayor al WACC del 25.58% que hemos calculado.

Tomando en cuenta el tema financiero se puede indicar que resulta rentable, ya que se obtendría un VANF de S/149,840 y un TIRF de 58.03% el cual es mayor al COK de 27.77% y la recuperación se efectúan antes del tercer año.

Capítulo I. Información General

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1. Razón social.

Tradiciones Peruanas Gourmet S.A.C.

1.1.2. Razón comercial.

ZapeMoche

1.1.3. Tipo de empresa.

Sociedad Anónima Cerrada

1.1.4. Logo.

Figura 1. Logo de ZapeMoche
Nota: Elaboración propia

1.1.5. Eslogan.

"Para que no te hagan roche, ten siempre ZapeMoche"

Justificación del Eslogan

Nuestro producto tiene como principal enfoque, que los clientes compartan en sus reuniones sociales y familiares nuestro ZapeMoche y que se vuelva indispensable para ellos consumirlo en sus eventos. Es por ello que nuestro Slogan "Para que no te hagan roche, ten siempre ZapeMoche", quiere dar a entender que cada reunión o evento que se realice el consumo de nuestro producto debe ser un requisito indispensable, porque sin él

la reunión no tendría el mismo éxito. También hicimos un juego de palabras que ayuden a recordar nuestro slogan usan un lenguaje coloquial entre las personas de nuestra ciudad.

Figura 2. Eslogan

Nota: Elaboración propia

1.1.6. Horizonte de evaluación.

El horizonte de evaluación será de 5 años, considerando el 2019 como año 0, de adecuación de operaciones, posteriormente empezamos a la fabricación y comercialización de nuestro producto desde el 2020 al 2024.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

1.2.1. Actividad económica.

Producción y comercialización.

1.2.2. Código CIIU.

1079 Elaboración de otros productos alimenticios.

Tabla 1.

Código CIIU

Partida	Descripción de la Partida
2103909000	Demás preparaciones para salsas y demás salsas preparadas

Nota: SUNAT 2019

1.3. Definición del negocio

Está dirigida a la producción y comercialización de salsa de aceituna con zapallo loche de uso gourmet.

1.3.1. Actividad económica.

Está dirigida a la producción y comercialización de salsa de aceituna con zapallo loche de uso gourmet.

1.3.2. Modelo de Negocio.

B2C, nuestro producto será de llegada directa al consumidor final.

Nuestro ZapeMoche es una salsa para platos gourmet, la cual presenta como principales insumos la aceituna negra, que es rica en vitamina A y E y el zapallo loche contiene proteínas, fibra, calcio, hierro y vitamina A y C.

Nuestra salsa tiene características muy atractivas e innovadoras, que promete insertarse en la mente de nuestros potenciales clientes demostrando ser un producto que cumple con las expectativas de un mercado exigente incluyendo a los entes más importantes de la cadena comercializadora.

Tabla 2.
Características – ZapeMoche

	Características	
PRODUCTO	Ingredientes: Zapallo loche, aceitunas negras, aderezo (cebolla, tomate, ajos, sal) y aceite vegetal.	
CARACTERÍSTICAS FISICOQUIMICAS	Humedad	
	Acidez	
	Índice de peróxido	
CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS	N. Mohos	Ausencia
	N. Levaduras	Ausencia
	N. Coliformes totales	Ausencia
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	*Color: Marrón oscuro - característico.	
	*Olor: Intenso/Característico al producto	
	*Sabor: Ácido levemente salado	
	*Textura: Pastosa homogénea	

Nota: Elaboración propia

A continuación, vamos a detallar un poco más los beneficios que nos otorgan nuestros principales ingredientes:

ZAPALLO:

- Está conformado por un 90% de agua con bajo contenido de caloría y grasas.
- Previene el cáncer, porque al ser rico en antioxidantes nos protege de la polución, los agentes químicos y tóxicos que producen cáncer.
- Ayuda a la salud del corazón, al contener bajo contenido en grasas y cero colesterol, disminuye el riesgo a contraer enfermedades cardiovasculares.

ACEITUNAS:

- Ayudan a regular muestro sistema intestinal, porque contiene un gran contenido en fibra.
- Las aceitunas son esenciales para nuestro organismo porque contienen Omega 3 y Omega 6
- También como el Zapallo previene a las enfermedades cardiacas gracias a las grasas insaturadas que permiten controlar los niveles de colesterol de nuestro cuerpo.

1.3.3. Modelo CANVAS.

Tabla 3.

Modelo CANVAS – ZapeMoche

<table>
<tr><th colspan="5">MODELO CANVAS “ZapeMoche”</th></tr>
<tr><th>Socios Clave</th><th>Actividades claves</th><th>Oferta de Valor:</th><th>Relación con clientes</th><th>Segmento de mercado</th></tr>
<tr>
<td rowspan="2">• Proveedores de materia prima.
• Proveedor de empaque.
• Grupos o asociaciones de consumo de comida saludable o naturista.</td>
<td>• Procesos de logística, almacenaje, distribución, comercialización.
• Procesos de elaboración y producción de producto.
• Investigación y desarrollo de nuevos productos.
• Campañas publicitarias.</td>
<td rowspan="2">• Nuevo sabor gracias al zapallo loche, reconocido en cocina norteña).
• Gran preocupación general por comer saludable, utilizando además frutos nacionales.
• Rico en fibra y con gran concentración de antioxidantes; rico en diversas vitaminas.</td>
<td rowspan="2">• Información y publicidad en marketing digital y redes sociales.
• Implementar una base de datos para recabar información del comportamiento del consumidor.</td>
<td rowspan="2">• Hombres y mujeres de 30 a 49 años.
• Dirigido a nivel socio económico A y B.
• Aplica a los distritos de: la zona 6 (San Miguel, Magdalena, Jesús María, Lince y Pueblo Libre) y zona 7 (La Molina, Surco, San Isidro, San Borja y Miraflores).</td>
</tr>
<tr>
<td>Recursos claves
• Materia prima (zapallo loche y aceitunas)
• Capital humano.
• Community Manager
• Infraestructura adecuada.
• Medios de distribución.</td>
<td>Canales
• Ferias ecológicas.
• Tiendas orgánicas especializadas.
• Tiendas Gourmet.</td>
</tr>
<tr><th colspan="3">Estructura de costos</th><th colspan="2">Fuente de ingresos</th></tr>
<tr>
<td colspan="3">• Costos de materia prima e insumos.
• Costos de distribución.
• Compra de maquinaria a utilizar.
• Pago de planilla, Impuestos, Almacén.</td>
<td colspan="2">• Pago en efectivo.
• Visa, MasterCard.
• Transferencia Bancaria.
• Crédito a 15 días.</td>
</tr>
</table>

Nota: Elaboración propia

1.3.4. Mapa de empatía.

Figura 3. Mapa de empatía de ZapeMoche

Nota: Elaboración propia

¿Qué piensa y siente?

Existe una expectativa positiva ya que se aprecia un gran mercado potencial.

¿Qué oye?

Sus familiares y amigos cercanos lo apoyan en esta decisión.

Algunos competidores se veían atraídos por entrar a este segmento, pero no lo han hecho por falta de presupuesto.

¿Qué ve?

Existe un mercado potencial, ya que no existe un tapenade con sabor dulce.

Personas de entre 30 a 49 años por gusto en comidas gourmet.

¿Qué dice y Hace?

Mantener comunicación constante con los clientes sobre su nueva línea y así empezar a dará conocer su nuevo producto.

Esfuerzo miedos

No llegar a los objetivos profesionales y personales.

No cumplir con los recursos económicos o financieros.

Resultados Beneficios

Trabajar en algún proyecto personal de nuestro gusto y conveniencia.

Logras que mis familiares y amigos se encuentren orgullosos de mis logros.

1.4. Descripción del producto

Nuestro producto es un mix de aceitunas negras con zapallo loche, elaborado artesanalmente, ya que hemos combinado ambos insumos de forma casera.

Dentro de los ingredientes adicionales que contiene tenemos un aderezo de ajo, cebolla roja y tomate para brindar un poco de “hecho en casa”. A su vez agregamos vinagre para su conservación y aceite vegetal para que pueda contar con una consistencia suave y fácil de usar en diferentes aperitivos

Nuestro envase de vidrio de 200gr es utilizado por que ayuda a nuestro producto a conservar sus sabores y no ser mezclados con el ambiente.

Tabla 3.

Ingredientes

Ingredientes
Aceituna
Zapallo loche
Cebolla roja
Tomate
Ajo
Vinagre
Otros

Nota: Elaboración propia

Figura 4. ZapeMoche

Nota: Elaboración propia

1.5. Oportunidades de negocio

Actualmente tenemos en el mercado variedad en salsa para uso de piqueos gourmet, sin embargo, hasta el momento no se ha realizado la producción de esta combinación de 2 insumos ricos en propiedades nutritivas como son la aceituna con el zapallo loche.

1.6. Estrategia genérica de la empresa

Nuestro producto se basa en la estrategia por diferenciación, ya que el producto ZapeMoche estará dirigido al NSE A y B, es decir que nuestro mercado objetivo está en los distritos, San Miguel, Magdalena, Jesús María, Lince y Pueblo Libre (zona 6), La Molina, Santiago de Surco, Miraflores, San Borja, San Isidro (zona 7).

ZapeMoche es un producto único en la composición que presenta, por tanto, tenemos ventaja de brindar un producto innovador que a su vez cuenta con alto valor nutricional al ser elaborado con productos nativos frescos y de excelente calidad. Actualmente en el mercado no existen productos elaborados a base de zapallo loche.

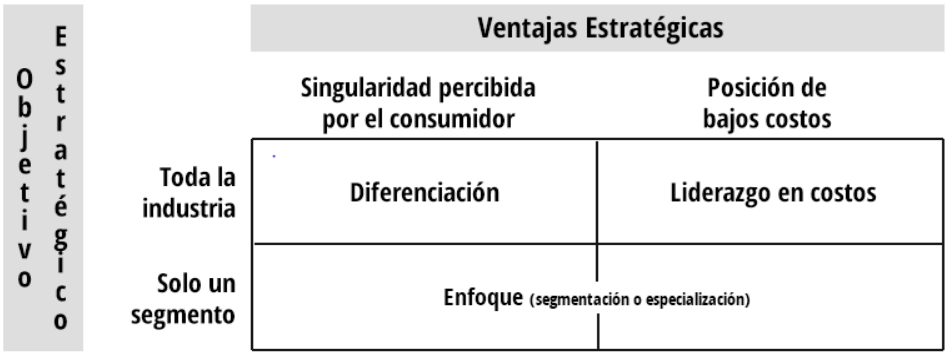


Figura 5. Objetivos y ventajas estratégicas de ZapeMoche

Nota: Elaboración propia

Capítulo II. Análisis del Entorno

2.1. Análisis del Macroentorno

2.1.1. Del País (últimos 5 años).

Nuestro país tiene actualmente una favorable economía en crecimiento sustentada por los consumidores privados y los anuncios de ejecuciones de proyectos de inversión pública y privada. También debemos agradecer este crecimiento a la implementación responsable de una política económica responsable.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, el Perú es una estrella en ascenso y está siendo conocido como un mercado emergente, contando con una sólida economía y baja vulnerabilidad.

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

2.1.2.1. Ciudades importantes.

De acuerdo al estudio de "Estimaciones y proyecciones de población" realizado en el 2018 por el INEI, Lima Metropolitana es considera la ciudad más importante del Perú, con una población de 10'965,300 habitantes y una superficie de 2,819 km².

Al ser Lima Metropolitana la ciudad con más población en nuestro país, la hemos considerado como inicio de nuestras operaciones y comercialización de producto.

PERU: 60 PRINCIPALES CIUDADES
2018 (En miles)

No.	CIUDAD/ CENTRO POBLADO	POBLACIÓN	%	% PERÚ URBANO
1	Lima Metropolitana	10,365.3	52.4	41.8
2	Arequipa	898.9	4.6	3.6
3	Trujillo	825.6	4.3	3.3
4	Chiclayo	586.7	3.0	2.4
5	Piura	464.4	2.3	1.9
6	Iquitos	449.8	2.3	1.8
7	Cusco	431.5	2.2	1.7
8	Chimbote	374.9	1.9	1.5
9	Huancayo	363.4	1.8	1.5
10	Pucallpa	329.2	1.7	1.3
11	Tacna	291.4	1.5	1.2
12	Ica	287.0	1.5	1.2
13	Juliaca	278.6	1.4	1.1
14	Cajamarca	214.3	1.1	0.9
15	Sullana	210.2	1.1	0.8
16	Ayacucho	193.8	1.0	0.8
17	Chincha	186.3	0.9	0.8
18	Huanuco	165.8	0.8	0.7
19	Tarapoto	145.3	0.7	0.6
20	Puno	142.6	0.7	0.6
21	Tumbes	115.6	0.6	0.5
22	Huaraz	111.8	0.6	0.5
23	Pisco	108.1	0.5	0.4
24	Talara	103.8	0.5	0.4
25	Cañete	102.7	0.5	0.4
26	Huacho	96.8	0.5	0.4
27	Paita	94.9	0.5	0.4
28	Huaral	92.3	0.5	0.4
29	Jaen	84.3	0.4	0.3
30	Puerto Maldonado	80.7	0.4	0.3

No.	CIUDAD/ CENTRO POBLADO	POBLACIÓN	%	% PERÚ URBANO
31	Barranca	73.0	0.4	0.3
32	Catacaos	72.3	0.4	0.3
33	Huanchaco	69.1	0.3	0.3
34	Ilo	67.8	0.3	0.3
35	Cerro De Pasco	67.6	0.3	0.3
36	Lambayeque	63.9	0.3	0.3
37	Huaura	62.8	0.3	0.3
38	Chulucanas	60.1	0.3	0.2
39	Yurimaguas	60.1	0.3	0.2
40	Moyobamba	59.7	0.3	0.2
41	Moquegua	58.5	0.3	0.2
42	Chancay	57.6	0.3	0.2
43	Abancay	55.3	0.3	0.2
44	Viru	54.6	0.3	0.2
45	Tingo María	53.5	0.3	0.2
46	Ferreñafe	50.2	0.3	0.2
47	La Union	48.1	0.2	0.2
48	Andahuaylas	46.9	0.2	0.2
49	Chepen	46.7	0.2	0.2
50	Sicuani	45.6	0.2	0.2
51	Huancavelica	44.8	0.2	0.2
52	Tambo Grande	43.5	0.2	0.2
53	Sechura	42.8	0.2	0.2
54	Tarma	42.1	0.2	0.2
55	Guadalupe	41.9	0.2	0.2
56	Perene	41.5	0.2	0.2
57	Nazca	40.5	0.2	0.2
58	Pichanaqui	40.2	0.2	0.1
59	Pimentel	40.2	0.2	0.1
60	Huamachuco	39.8	0.2	0.1
	TOTAL	19786.7	100.0	79.90

Figura 6. Principales ciudades del Perú

Nota: INEI – Estimaciones y proyecciones de población

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

2.1.3.1. Tasa de crecimiento de la población.

En el 2017 el INEI indicó, por medio de un estudio, que la población de Lima Metropolitana tuvo un crecimiento de población del 1,2 entre el año 2007-2017.

PERÚ: TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL DE LA POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1940 - 2017

(Porcentaje)

Departamento	1940-1961	1961-1972	1972-1981	1981-1993	1993-2007	2007-2017
Total	**2,2**	**2,9**	**2,5**	**2,2**	**1,5**	**0,7**
Amazonas	2,9	4,6	3,0	2,4	0,8	0,1
Áncash	1,5	2,0	1,4	1,2	0,8	0,2
Apurímac	0,5	0,6	0,5	1,4	0,4	0,0
Arequipa	1,9	2,9	3,2	2,2	1,6	1,8
Ayacucho	0,6	1,0	1,1	-0,2	1,5	0,1
Cajamarca	2,0	1,9	1,2	1,7	0,7	-0,3
Prov. Const. del Callao	4,6	3,8	3,6	3,1	2,2	1,3
Cusco	1,1	1,4	1,7	1,8	0,9	0,3
Huancavelica	1,0	0,8	0,5	0,9	1,2	-2,7
Huánuco	1,6	2,1	1,6	2,7	1,1	-0,6
Ica	2,9	3,1	2,2	2,2	1,6	1,8
Junín	2,1	2,7	2,2	1,6	1,2	0,2
La Libertad	2,0	2,8	2,5	2,2	1,7	1,0
Lambayeque	2,8	3,8	3,0	2,6	1,3	0,7
Lima	4,4	5,0	3,5	2,5	2,0	1,2
Loreto	2,8	2,9	2,8	3,0	1,8	-0,1
Madre de Dios	5,4	3,3	4,9	6,1	3,5	2,6

Figura 7. Tasa de crecimiento promedio anual de la población censada, según departamento 1940-2017

Nota: INEI - Perú: Perfil Sociodemográfico – Censo Nacional 2017

2.1.3.2. Ingreso per cápita.

En referencia al ingreso Per cápita del Perú, INEI indica que en el 2017 el promedio mensual ascendió a 962 soles, lo cual representaba un descenso del -1.5 comparado con el 2016.

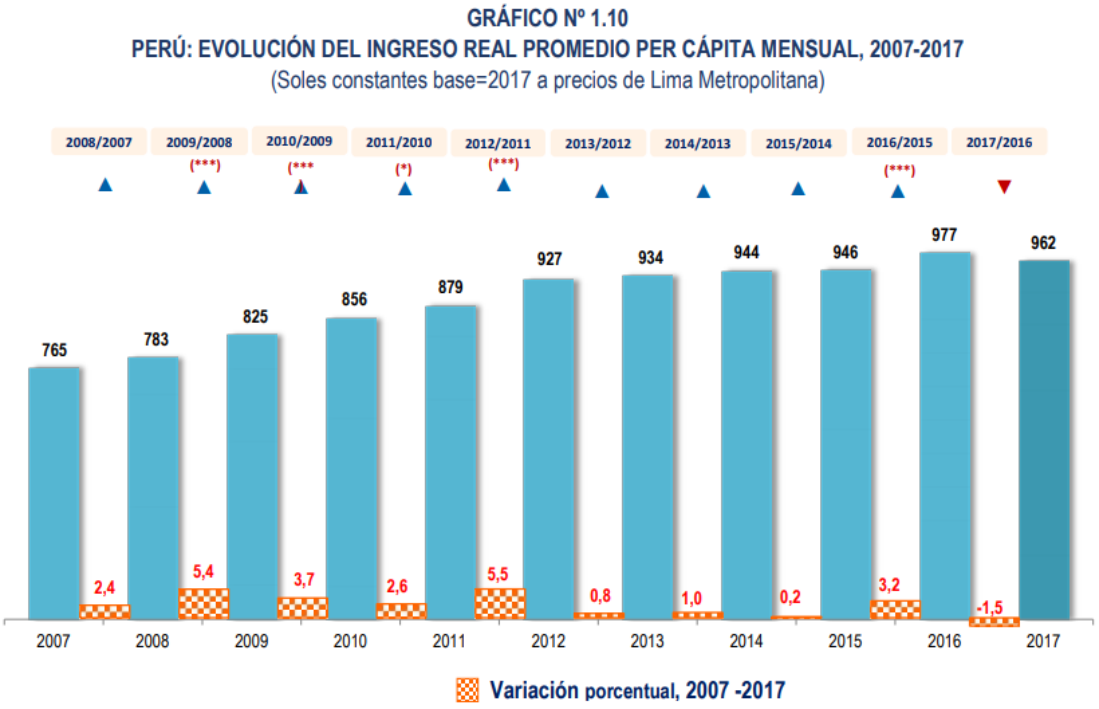


Figura 8. Perú: evolución de ingresos real promedio Per Cápita mensual 2007 – 2017 (soles constantes)

Nota: INEI de la encuesta nacional de hogares 2007 - 2017

2.1.3.3. Población Económicamente Activa.

Entre enero y marzo 2018, la población económicamente activa de Lima Metropolitana equivalía al 68,1% del total de la ciudad, el cual se dividía entre PEA Ocupado (91,9%) y PEA Desocupado (8.1%).

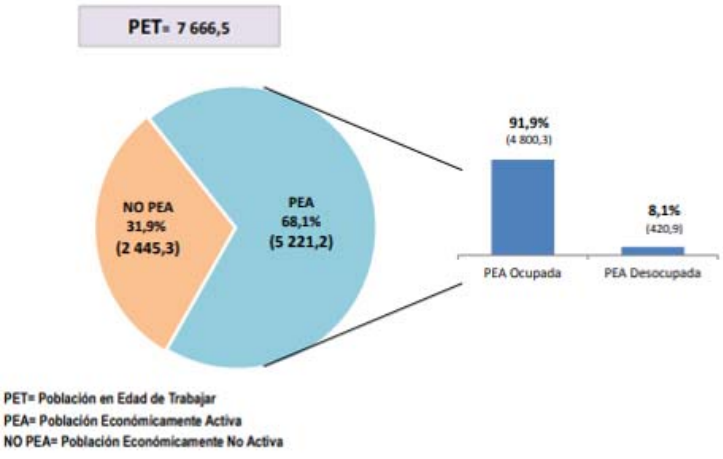


Figura 9. Lima Metropolitana en edad de trabajar según condición de actividad 2016

Nota: INEI de la encuesta permanente de empleo 2016

Características	Ene-Feb-Mar 17	Ene-Feb-Mar 18	Variación	
			Absoluta (Miles)	Porcentual (%)
Total	**5 186,2**	**5 221,2**	**35,0**	**0,7**
Sexo				
Hombre	2 837,8	2 824,7	- 13,1	- 0,5
Mujer	2 348,4	2 396,5	48,1	2,1
Grupos de edad				
De 14 a 24 años	1 202,1	1 169,4	- 32,7	- 2,7
De 25 a 44 años	2 710,2	2 682,7	- 27,5	- 1,0
De 45 y más años	1 274,0	1 369,1	95,1	7,5
Nivel de Educación				
Primaria 1/	399,3	429,5	30,2	7,6
Secundaria	2 497,4	2 536,6	39,2	1,6
Superior no universitaria	947,3	943,8	- 3,5	- 0,4
Superior universitaria	1 342,2	1 311,3	- 30,9	- 2,3

1/ Incluye Inicial y Sin nivel.

Figura 10. Lima Metropolitana en edad de trabajar según condición de actividad 2016

Nota: INEI de la encuesta permanente de empleo 2017 – 2018

2.1.4. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Aquí tenemos el listado con los principales países importadores de esta partida arancelaria, están son las exportaciones de Perú a los diversos países con este tipo de productos.

Tabla 4.

Principales países Importadores

Principales países Importadores	Valor Fob importado en 2014	Valor Fob importado en 2015	Valor Fob importado en 2016	Valor Fob importado en 2017	Valor Fob importado en 2018
Mundo	**USD 8,582.81**	**USD 8,036,152.00**	**USD 8,344,345.00**	**USD 8,969,097.00**	
Estados Unidos de América	USD 823,645.00	USD 868,983.00	USD 945,220.00	USD 998,044.00	USD 1,079,771.00
Reino Unido	USD 636,676.00	USD 581,065.00	USD 584,214.00	USD 629,020.00	USD 650,230.00
Canadá	USD 435,446.00	USD 457,989.00	USD 464,676.00	USD 490,780.00	USD 524,935.00
Francia	USD 425,403.00	USD 378,670.00	USD 397,391.00	USD 414,140.00	USD 452,464.00
Alemania	USD 399,579.00	USD 359,166.00	USD 372,967.00	USD 391,604.00	USD 430,779.00
Países Bajos	USD 358,952.00	USD 307,491.00	USD 339,725.00	USD 345,173.00	USD 386,420.00
Australia	USD 273,159.00	USD 262,217.00	USD 271,535.00	USD 288,488.00	USD 314,570.00
Japón	USD 273,891.00	USD 262,066.00	USD 260,375.00	USD 266,741.00	USD 273,548.00
Hong Kong, China	USD 193,780.00	USD 196,593.00	USD 220,197.00	USD 232,247.00	USD 236,242.00
México	USD 237,419.00	USD 206,456.00	USD 207,578.00	USD 205,019.00	USD 220,663.00
Corea, República de	USD 171,435.00	USD 176,356.00	USD 178,044.00	USD 190,659.00	USD 216,279.00

Nota: Trademap 2019

Tabla 5.

Principales países exportadores del Mundo, referente a esta partida arancelaria.

Principales países Exportadores	Valor Fob exportado en 2014	Valor Fob exportado en 2015	Valor Fob exportado en 2016	Valor Fob exportado en 2017	Valor Fob exportado en 2018
Mundo	**USD 8,948,889.00**	**USD 8,613,774.00**	**USD 8,856,155.00**	**USD 9,539,055.00**	
Estados Unidos de América	USD 1,073,192.00	USD 1,165,548.00	USD 1,175,496.00	USD 1,252,952.00	USD 1,294,685.00
China	USD 647,413.00	USD 877,215.00	USD 776,639.00	USD 923,898.00	USD 1,039,210.00
Alemania	USD 696,532.00	USD 617,738.00	USD 654,277.00	USD 736,733.00	USD 802,007.00
Tailandia	USD 559,513.00	USD 547,393.00	USD 560,262.00	USD 615,298.00	USD 693,155.00
Italia	USD 558,071.00	USD 514,000.00	USD 551,939.00	USD 592,098.00	USD 668,498.00
Países Bajos	USD 435,953.00	USD 364,087.00	USD 391,475.00	USD 399,381.00	USD 525,598.00
Reino Unido	USD 408,707.00	USD 369,914.00	USD 369,060.00	USD 369,307.00	USD 400,778.00
Bélgica	USD 349,701.00	USD 294,102.00	USD 304,943.00	USD 342,504.00	USD 385,670.00
México	USD 248,796.00	USD 270,425.00	USD 268,863.00	USD 306,473.00	USD 383,320.00
Japón	USD 240,830.00	USD 241,137.00	USD 280,234.00	USD 293,651.00	USD 326,445.00

Nota: Trademap 2019

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

2.1.5.1. Producto Bruto Interno.

Según el Reporte de Inflación del BCR a marzo 2019; el Producto Bruto Interno (PBI) del año 2018 alcanzó el 3.99% frente al del 2017 de 2.50% y se estima que PBI peruano en el 2019 y 2020 crecerá entre 4.00%.

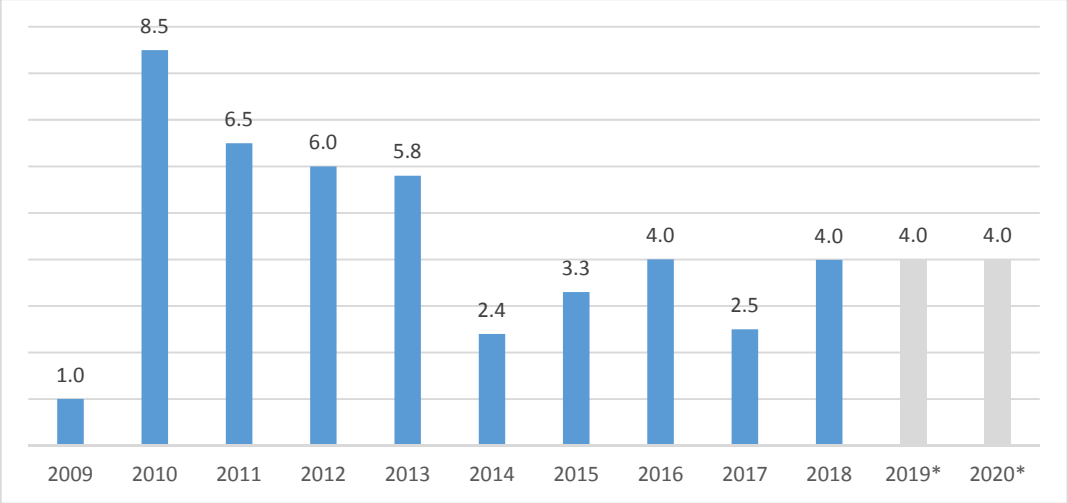


Figura 11. Reporte de Inflación, Marzo 2018 – BCRP (* cifras estimadas)
Nota: Elaboración propia

2.1.5.2. Tasa de Inflación.

Según el BCR la tasa de inflación de la economía peruana del 2018 fue de 2.19%, esto debido al aumento de los precios y alimento ya que en el año 2017 la inflación fue de 1.36%.

Asimismo, la inflación de los 2 primeros meses del año 2019 fue de 0.19 y de los últimos 12 meses hasta febrero 2019 fue de 2.00%.

Es necesario indicar que la inflación es una de las más bajas de Latinoamérica.

Inflación (Variación porcentual %)

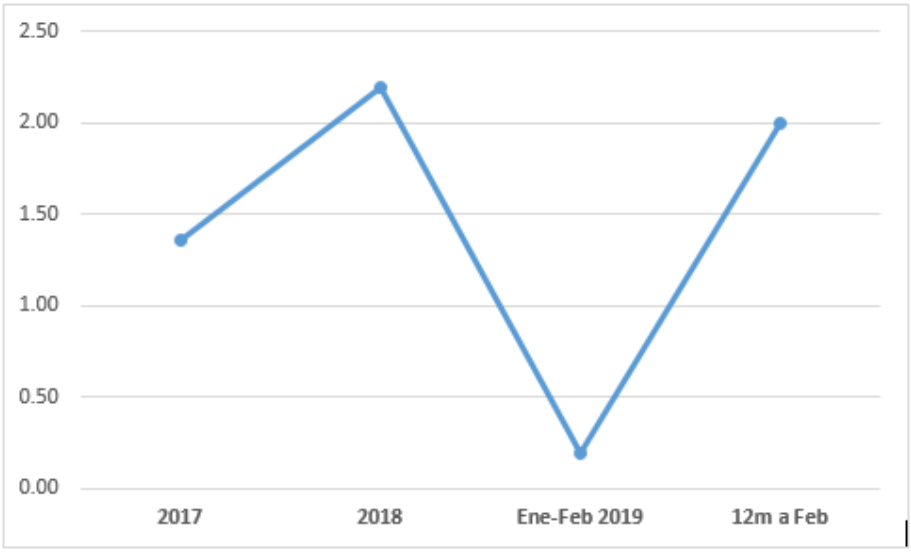


Figura 12. Reporte de Inflación, Marzo 2018 – BCRP

Nota: Elaboración propia

2.1.5.3. Tasa de interés.

Tasa de Interés de referencia en el 2018 fue 3.3% y el del 2017 de 2,75% (BCR).

2.1.5.4. Tipo de cambio.

Tipo de cambio según datos de Sunat cerró el 2017 compra S/ 3.238 - venta S/3.2451 y al cierre del 2018 Compra: S/. 3,36 - Venta: S/. 3,70.

2.1.5.5. Riesgo país.

El riesgo país de Perú al 2018 fue de 1.63 puntos porcentuales y al 2017 fue de 1.12 puntos porcentuales según PJ Morgan.

2.1.5.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

DIGESA es la entidad responsable para otorgar los permisos correspondientes para la producción de la salsa de aceituna con zapallo loche, es por ello que se solicitará los siguientes permisos:

- Habilitación Sanitaria se tramita en el Área de Habilitación Sanitaria por la normativa D.S. N° 007-98-SA; el costo para una MYPE es de 5% de la UIT.
- Validación Técnica Oficial del Plan HACCP se tramita en el Área de Habilitación Sanitaria por la normativa D.S. N° 007-98-SA; el costo para una MYPE es de 15% de la UIT.
- Certificado de Libre Comercialización se tramita en el Área de Habilitación Sanitaria por la normativa D.S. N° 034-98-SA; el costo para una MYPE es de 5% de la UIT.

Adicionalmente se registrará nuestra marca en INDECOPI mediante el proceso de Registro de marcas de productos, servicios, colectivas y de certificación en el área responsable de Dirección De Signos Distintivos según la normativa del Decreto Legislativo 823, Ley de Propiedad Industrial publicado el 24 de abril de 1996 con el costo de 13.90% de UIT (UIT = S/ 4200).

2.1.6. Del Sector (últimos 5 años).

2.1.6.1. Mercado internacional.

En el mercado internacional se puede indicar que Estados Unidos es el país que posee el 28% en participación de países importadores, es decir que es el país que posee el mayor mercado de aceptación de las aceitunas de mesa.

Tabla 6.

Mercado internacional

N°	País	% Valor	% Part.	Total Imp. 2015 (millón US$)
1	Estados Unidos	-4%	28%	422.65
2	Alemania	-10%	8%	133.09
3	Brasil	-2%	8%	121.94
4	Francia	-9%	7%	119.49
5	Federación Rusa	-9%	7%	110.51
6	Reino Unido	-14%	5%	84.05
7	Canadá	2%	3%	49.36
8	Bélgica	6%	3%	45.58
9	Australia	-3%	3%	41.41
10	Rumania	37%	2%	17.75
1000	Otros Países (135)	-29%	25%	504.66

Nota: COMTRADE 2015

2.1.6.2. Mercado del consumidor.

Nuestro mercado consumidor objetivo es la ciudad de Lima Metropolitana, ingresando con un producto innovador y de calidad, posicionándonos en la mente del consumidor y fidelizándolo con nuestra marca.

Basados en los Estilos de Vida de Arellano, nuestros consumidores son Sofisticados ya que tienden a consumir productos diferentes y prestigiosos (brinden estatus), y Modernas ya que siempre están usando lo último de la moda y tendencias de consumo, lo cual les brinda un nivel superior en el estilo de vida que llevan. Este estilo de vida representa los niveles económicos de A y B.

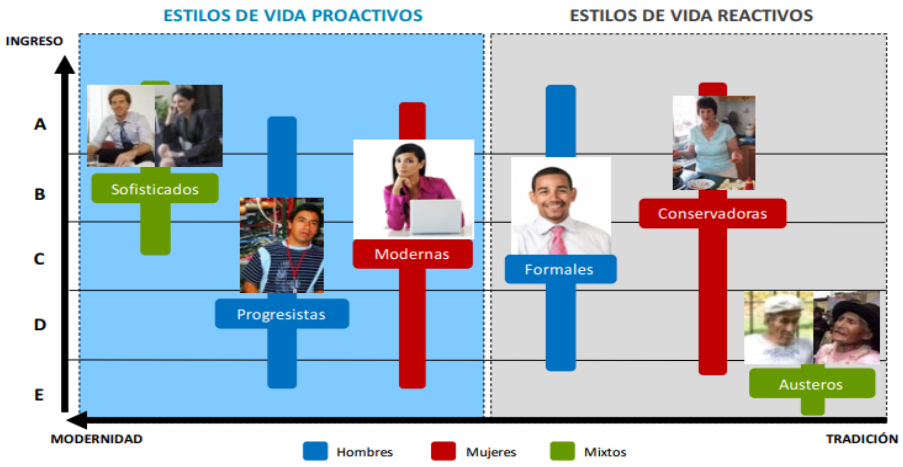


Figura 13. Estilos de vida

Nota: Arellano Marketing

2.1.6.3. Mercado de proveedores.

Siendo nuestros insumos principales la aceituna y el zapallo loche, hemos recabado la siguiente información en cuanto a nuestros posibles proveedores:

- En cuanto a la aceituna este año existe la posibilidad de recuperarse en cuanto a las exportaciones tales como se dieron en los años 2014 (US$ 47’690,000), ya que en los últimos 3 años esta se vio afectada por el Fenómeno del Niño y la competencia egipcia. Se descartó que las lluvias registradas en el Sur del país hayan afectado los cultivos de olivo, donde Tacna posee el 80% de ellos (24,000 hectáreas), seguida por Arequipa (5,000 hectáreas) e Ica (1000 hectáreas).
- Con respecto al zapallo loche, este vegetal crece únicamente en los valles de Lambayeque por tanto esta es la única región que provee de este producto.

Nosotros nos proveeremos de estos insumos del Mercado Mayorista de Santa Anita.

2.1.6.4. Mercado competidor.

Nuestro mercado nacional actualmente cuenta con una amplia gama de productos de tapenade de aceituna con diversos componentes más, esto ha generado la incorporación y el conocimiento de este tipo de productos en el mercado al cual nos vamos a dirigir; el sector Gourmet.

Nosotros a este tipo de salsa le otorgaremos un valor agregado ya que usaremos como componente principal el zapallo leche, un vegetal agradable al paladar, oriundo del norte de nuestro país. Esto nos permitirá ser los únicos en ofrecer este tipo de mixtura entre

ambos productos, generándonos una ventaja diferenciada frente a los competidores directos e indirectos.

Las principales marcas ya posicionadas en el mercado son:

- Cale
- Olivos del sur
- El olivar

En cuanto a las exportaciones nacionales peruanas de Salsas de aceituna, la empresa principal es Agroindustrias Nobex; siendo el principal país a exportar Estados Unidos.

A nivel mundial desde el año 2012 España tenía el 21% de participación en el mercado de salsas de aceituna y actualmente mantiene su hegemonía en el mercado exportador mundial.

Tabla 7.

Países exportadores

Producción Mundial de aceitunas de mesa	
Media Campaña 2012-2017	
España	21%
Egipto	17%
Turquía	15%
Argelia	9%
Grecia	7%
Siria	5%
Marruecos	4%
Resto	22%
TOTAL	100%

Nota: Consejo Oleícola Internacional

A nivel del mercado nacional el principal exportador de salsas de aceituna es la empresa Agroindustrias Nobex quien tiene una trayectoria de más de 20 años en el mercado peruano a continuación se pueden mencionar a las empresas del mercado nacional del año pasado.

Tabla 8.

Principales empresas exportadoras

Ruc	Razón Social	%Part. 2018
20342015108	Agroindustrias Nobex S.A.	24.39%
20546090435	Nobex Agroindustrial S.A.	18.68%
20532520950	Fundo la noria sociedad anónima cerrada - fundo la noria S.A.C.	11.47%
20318165051	Agroind y Comercializ. Guive E.I.R.L	4.24%
20533016066	Bascont Agroexport Sociedad Anónima Cerrada - Bascont Agroexport S.A.C.	4.11%
20519909945	Oliva Perú Sociedad Anónima Cerrada	3.88%
20532464359	Oliamérica Sociedad Anónima Cerrada -Oli.S.A.C.	3.38%
20519791413	Exportaciones Mirsa Empresa Individual De Responsabilidad Limitada	2.29%
20551456014	Tierra Orgánica S.A.C.	2.10%
20600015274	Agroindustrias Sur Oliva Sociedad Anónima Cerrada - Sur Oliva S.A.C.	1.92%

Nota: SUNAT 2018

2.1.6.5. Mercado distribuidor.

Nuestros competidores venden sus productos mayormente en Supermercados y Ferias Naturistas, de manera directa. Ahora con la ayuda de la tecnología el cliente también puede acceder a estos productos vía delivery desde la página web del supermercado de su preferencia.

A continuación, veremos una lista de los locales donde se distribuyen estos productos, se tomó en consideración las principales cadenas de supermercados y ferias naturistas más importantes de la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana:

Tabla 9.

Tiendas Wong Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana

Distrito	Dirección
San Isidro	Av. 2 de Mayo 1099 - San Isidro
Surco	Av. Benavides Cdra. 52 esq. con Los Artesanos - Surco
La Molina	Las Retamas 190 Urb. Los Sirius. La Molina
Miraflores	Av. Santa Cruz 771, Ov. Gutiérrez - Miraflores
San Borja	Calle Ucello 162 - San Borja
Camacho	Av. Javier Prado Este Cdra. 50 - CC. Camacho
San Miguel	Esq. Av. La Marina y Av. Universitaria - C.C. Plaza San Miguel

Nota: Elaboración propia

Tabla 10.

Tiendas Vivanda Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Distrito	Dirección
San Isidro	Av. Dos de Mayo 1410, Lima 15073, Lima
Surco	Av. La Encalada cuadra 5 esquina con av. Angamos Este cdra. 15
La Molina	Av. La Molina, cdra. 27, esquina con calle La Cascada

Nota: Elaboración propia

Tabla 11.

Tiendas Tottus Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana

Distrito	Dirección
San Isidro	Calle Las Begonias 785, San Isidro
Surco	Av. Javier Prado Este 4200, Santiago de Surco
La Molina	Av. la Fontana 790, La Molina
Miraflores	Avenida Comandante Espinar 719, Miraflores
San Borja	Av San Luis 2399, San Borja

Nota: Elaboración propia

Tabla 12.

Tiendas Plaza Vea Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana

Distrito	Dirección
San Isidro	Calle Ocharan Bloque V, San Isidro
Surco	Av. Caminos del Inca 333, Santiago de Surco
La Molina	Av. Raúl Ferrero 1205, La Molina
Miraflores	Av. Arequipa 4651, Miraflores
San Borja	Calle Morelli 181, San Borja
Jesús María	Avenida Brasil 1599, Jesús María
Magdalena	Jirón José Gálvez, Magdalena del Mar

Nota: Elaboración propia

Tabla 13.

Ferias Naturistas Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana

Feria	Dirección
Feria Ecológica de Barranco	Av. San Martin, Barranco 15063
Mercado Saludable la Molina	Alameda del Corregidor 525, La Molina 15024
Ecoferia San Borja	Av. San Borja Sur 231, San Borja 15036
Bioferia Surquillo	Jirón Narciso de la Colina 580, Surquillo 15047
Ecoferia Lince	Av. César Vallejo 4986, Cercado de Lima 15073

Nota: Elaboración propia

2.2. Análisis del Microentorno

2.2.1. Competidores actuales.

Existen en el mercado algunos competidores ya con un nombre ganado en el mercado, a continuación presentamos a los más importantes, los cuales están ubicados en los principales supermercados del país:

Tabla 14.

Competidores actuales

Marca	Detalle	Producto
Olivos del Sur	**Tipo:** Tapenade de alcachofas **Punto de venta:** cadena de supermercados Tottus. **Precio:** S/.9.05	
Calé	**Tipo:** Tapenade Mix de aceitunas **Punto de venta**: cadena de supermercados Wong. **Precio:** S/. 9.99	
Casa Verde	**Tipo:** Tapenade de pimiento piquillo. **Puntos de venta:** cadena de supermercados Plaza Vea. **Precio:** S/. 7.50	

Nota: Elaboración propia

Nivel de Fuerza: Alto

Sustento: Se asigna el nivel de fuerza ALTO, debido a que nuestros competidores directos corresponden a marcas establecidas con cierta trayectoria en el mercado nacional e internacional, ya que cuentan con diversas líneas de productos en la industria alimenticia. Estos productos se distribuyen en supermercados es decir en puntos específicos estando al alcance del público.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

A. A clientes consumidores:

Nuestro negocio está orientado al B2C, considerando el siguiente perfil:

Tabla 15.

Clientes consumidores

Características	Detalles
Edad	Entre 30 a 49 años de edad.
Sexo	Hombres y mujeres.
NSE	A y B
Estilo de vida	Personas modernas preocupadas por su salud.

Nota: Elaboración propia

Nivel de Fuerza: Alto

Sustento: Se considera alto porque nuestro producto con la variante del zapallo loche no es conocido aun y los clientes pueden optar por los productos sustitutos.

B. A clientes canales:

Tabla 16.

Clientes canales

Característica	Detalle
Bodegas Gourmet	
Ferias Naturistas	

Nota: Elaboración propia

Nivel de Fuerza: Alto

Comentario: Se le asigna el nivel de fuerza ALTO, debido a que al ser una empresa nueva aún no tenemos la confianza de los canales, somos sus “nuevos proveedores”.

Al ser nuevos los canales son los que en realidad van a poner las condiciones contractuales que a veces no pueden ser tan favorables.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Existen diferentes proveedores, pero vamos a mencionar a continuación los principales:

- **Oliamérica S.A.C.:**
  - Descripción de la empresa: Es una de las más reconocidas en el país, dedicada a la venta y distribución de todo tipo de aceitunas a nivel nacional e internacional.
  - Dirección: Asoc. 1ro. de setiembre, Mza. 04 Lote. 23 Augusto B. Leguía (ofic.01 – segundo piso) Tacna – Perú.

Figura 14. Premio Nacional MYPE a Oliamérica

Nota: Oliamérica S.A.C.

- **Olivico Organic:**
  - Descripción de la empresa: El fundo Chacra Blanca es una empresa familiar donde crecen y se producen aceitunas y aceite de oliva en la costa desértica del sur de Lima – Perú desde 1990.
  - Durante estos años han convertido el desierto en un bosque de olivos frondoso, aportando con ello al mejoramiento del medio ambiente.
  - Lo que empezó como un pequeño fundo familiar de fin de semana es ahora una empresa que da trabajo a más de 60 personas de las comunidades cercanas.
  - Dirección: Panamericana Sur km 60, FUNDO, Chacra Blanca-Pucusana.

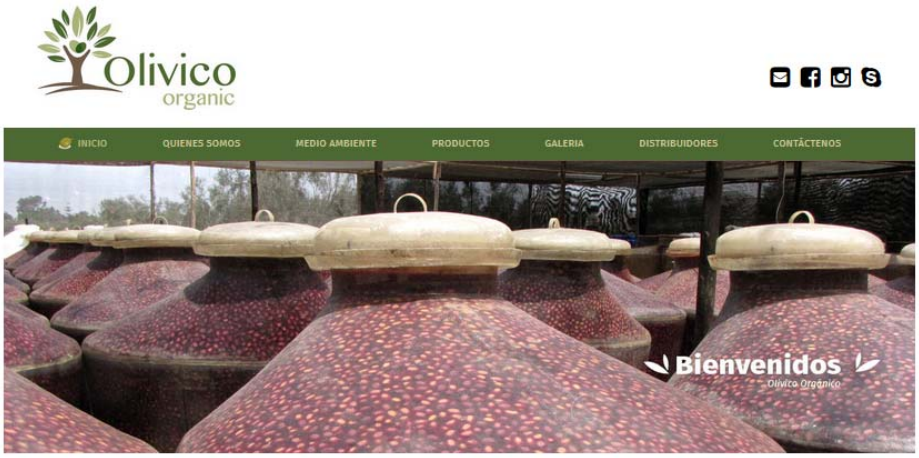


Figura 15. Página web de Olivico

Nota: Olivico

- **Gran Mercado Mayorista:**
    - Descripción: Gran Mercado donde se manejan excelentes precios por compra a volumen (por mayor) donde podemos encontrar zapallo loche, un ingrediente clave para nuestro producto.
    - Dirección: Av. La Cultura 808 Santa Anita.

Figura 16. Página web del GMML

Nota: GMML

- **Mercado Central:**

  - Descripción: En el mercado central también se encuentran diferentes productos a un excelente precio
  - Dirección: Jirón Cuzco 626-640, Cercado de Lima.

  Se debe tomar en consideración que tenemos contacto directo con fundos y chacras en el norte de país la cual sería la primera opción para obtener el zapallo loche.

  Los proveedores serán en función a:

  - Calidad
  - Marca
  - Garantía
  - Trato personalizado
  - Tiempo de respuesta

  Nivel de fuerza: Bajo

  Sustento: Existe un bajo poder de los proveedores, ya que existen diferentes alternativas, por lo tanto, podemos obtener ventajas en cuanto a precio y condiciones óptimas tales como financiamiento, lugar y tiempo de entrega, etc.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

El mercado existe productos sustitutos, también usan como base las aceitunas pero con diversas combinaciones. A continuación, veremos algunos de estos productos sustitutos:

OLIVOS DEL SUR

Tapenade Ají Limo OLIVOS DEL SUR Frasco 260g

OLIVOS DEL SUR

Tapenade con Alcachofas OLIVOS DEL SUR Frasco 260g

OLIVOS DEL SUR

Tapenade Tradicional OLIVOS DEL SUR Frasco 260g

Figura 17. Productos Sustitutos

Nota: Elaboración propia

Nivel de Fuerza: Alto

Comentario: El mercado presenta diversos productos sustitutos, que si bien es cierto están con precios competitivos, no ofrecen las características diferenciadoras que otorga ZapeMoche.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

Dentro de las principales barreras de entrada podemos encontrar:

- Alta inversión inicial necesaria para la compra de maquinarias y equipos, requeridos para el proceso de elaboración del producto.
- Buen nivel de posicionamiento de la competencia presente actualmente, amplia diversidad de productos sustitutos.

Nivel de fuerza: Bajo

Sustento: Existe un bajo poder de barreras de entrada, ya que es de sencilla elaboración.

Capítulo III. Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

3.1.1. Visión.

Ser la empresa líder en este tipo de producto a nivel de Lima Metropolitana y principales ciudades del país, posicionándonos en el mercado gourmet con una gestión ambiental y social responsable, dando a conocer lo mejor de nuestro país.

3.1.2. Misión.

Brindamos el mejor servicio a cada uno de nuestros clientes, entregando productos de alta calidad cumpliendo con los estándares y certificaciones internacionales que el mercado requiere; proporcionando un comercio justo entre proveedores y cliente final, con una adecuada responsabilidad social dentro de la organización.

3.2. Análisis FODA

3.2.1. FODA

Tabla 17.
FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: Integrantes con experiencia en diversas áreas empresariales **F2:** Uno de los socios del proyecto empresarial es procedente de la ciudad de Lambayeque y posee red de contactos en la región **F3**: Contamos con una red de contactos para la participación en Bioferias organizadas en Lima Metropolitana.	**D1:** Poco conocimiento técnico en el sector de industria alimentario. **D2:** Bajo poder de negociación con los posibles proveedores. **D3**: Obtención de créditos comerciales con altas tasas de interés.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIA FO**	**ESTRATEGIA DO**
O1. Existe gran número de proveedores de nuestros principales insumos en Lima, donde es nuestro centro de operación. **O2:** Capacidad de crecimiento y posicionamiento en el mercado. **O3:** Creciente demanda en productos nativos alimenticios a consecuencias del boom de la gastronomía peruana.	**O1-F1:** Obtener los precios más competitivos, luego de negociación. Firmar acuerdos. **O3-F3:** Construir una red de tiendas en las ecoferias para aumentar la distribución y alcance del producto.	**O1-D3:** Solicitar a entidad bancaria acceso a capital de trabajo para los años futuros. **O3-D3:** Obtener asesoría sobre el sector, con ello aprovecharemos la demanda de los productos nativos que existe hoy en día.
AMENAZAS	**ESTRATEGIA FA**	**ESTRATEGA DA**
A1. Competidores de nombre que ya se encuentran posicionados en el mercado como Calé, El Olivar. **A2**: Plagas y enfermedades que afecten los cultivos de zapallo loche y aceitunas. **A3:** Los desastres naturales como el fenómeno del niño, sequías, que afecten la producción y/o traslado de nuestros principales insumos (zapallo loche y aceituna).	**A1-F1:** Crear alianzas con proveedores de prestigio para que promuevan o impulsen nuestro producto. **A2-F1:** Creación de nuevos productos. Diversificación de cartera de productos. **A3-F1:** Tener una política de stock de seguridad.	**A2-A3-D1:** Capacitaciones constantes al personal para mitigar riesgos en el uso de las maquinarias y buenas prácticas logísticas

Nota: Elaboración propia

3.3. Objetivos.

- Lograr ofrecer un producto que cumpla con las exigencias que el mercado objetivo establezca. Para que esto sea posible, realizar una buena selección de proveedores.
- Tener planes de contingencia por si alguna función no se logra completar en el tiempo indicado.
- Determinar los recursos materiales y humanos necesarios que se necesitan para poner en marcha el plan de operaciones.
- Concretar las metas trazadas en el plazo de 5 años.

Capítulo IV. Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

4.1.1. Criterios de Segmentación.

Para la segmentación de nuestro mercado objetivo se tomó en consideración los siguientes criterios:

4.1.1.1. Segmentación Geográfica.

Se ha optado por los distritos que comprenden las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Tabla 18.

Segmentación geográfica

Distrito	Población Total
Zona 6	
Jesús María	76,300
Lince	53,400
Pueblo Libre	81,000
Magdalena	58,000
San Miguel	143,500
Zona 7	
Miraflores	87,600
San Isidro	58,000
San Borja	119,000
La Molina	181,300
Surco	364,000
TOTAL	**1´253,900**

Nota: CPI

4.1.1.2. Segmentación Demográfica.

Tabla 19.

Segmentación demográfica

Características	Detalles
Edad	Entre 30 a 49 años de edad.
Sexo	Hombres y mujeres.
NSE	A y B

Nota: Elaboración propia

4.1.1.3. Segmentación Socioeconómica.

Nos dirigimos a los NSE A y B, siendo ellos los de mayor poder adquisitivo y nivel educativo, por lo que podemos decir que estas personas tienen mayor capacidad de compra, así como, mayor acceso a información vía web para el conocimiento de ventajas y beneficios de consumir un producto sano y de buena calidad.

Tabla 20.

Segmentación socioeconómica

	Nivel Socioeconómico A	Nivel Socioeconómico B
Ocupación del jefe de hogar	Empresarios y/o Altos Ejecutivos Profesionales Con ingreso mensual permanente	Trabajadores dependientes de mando medio, en el sector privado o medianas empresas. Profesionales independientes. Funcionarios Públicos con ingresos quincenales o mensuales
Ingreso promedio familiar	Ingreso Familiar promedio de S/. 10,600 mensuales	Ingreso familiar promedio de S/. 3,350 mensuales
Gastos en educación	Gastos en educación mensual de S/. 1,100 promedio	Gastos de Educación de S/. 430 mensual en promedio
Alimentación	Representa el 19% del presupuesto familiar	Representa el 37% del presupuesto familiar
Vivienda, bienes y servicios (Agua, luz teléfono, internet y cable)	La mayoría cuenta con vivienda propia ya cancelada. Son principalmente casas independientes, pero también algunos departamentos, muy pocos son alquilados. Gastan alrededor de S/. 600 al mes en servicios (agua, luz y teléfono)	La mayoría tiene una vivienda propia comprada acabada o autoconstruida. Algunos ocupan vivienda alquilada. Gastan alrededor de S/. 400 al mes en servicios (agua, luz y teléfono)

Nota: APEIM

4.1.1.4. Segmentación Psicográfica.

Tabla 21.

Segmentación psicográfica

Estilos de vida	Descripción
Los Sofisticados	Se aventuran a proar novedades, el cambio constante es un valor en sí, toman al precio como indicador de calidad, Marcas son importantes símbolos de diferenciación, son sensibles a las tendencias y a las modas.
Los Modernos	Buscan legitimidad social, interesados en su apariencia, abiertos al mundo, interesados en simplificar labores del hogar, integran sus distintas facetas en el consumo.

Nota: Arellano Marketing

4.1.1.5. Segmentación Conductual.

- Hombres y mujeres que tengan vida social activa.
- Que gusten de productos gourmet y que estén dispuestos a probar nuevos sabores.
- Que concurran de manera frecuente a las diferentes Bioferias y bodegas gourmet.

4.1.2. Marco muestral.

En el marco muestral del proyecto estará dirigido a hombres y mujeres del nivel socioeconómico A y B de la zona 6 y 7 de lima metropolitana entre 30 a 49 años.

Tabla 22.
Marco muestral

Distrito	Población 2019	A	B	Factor Nse	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	Total edad (30-49)	Mercado Potencial 2019	% de cuota	Cuota distribuida
La Molina	178,616	35.90%	43.20%	**79.10%**	7.57%	7.82%	6.96%	6.97%	**29.33%**	41,434	15.13%	15
Surco	358,220	35.90%	43.20%	**79.10%**	7.76%	8.13%	7.13%	7.20%	**30.22%**	85,631	31.27%	31
San Isidro	56,407	35.90%	43.20%	**79.10%**	6.84%	7.50%	7.23%	7.40%	**28.97%**	12,925	4.72%	5
San Borja	116,473	35.90%	43.20%	**79.10%**	7.72%	7.85%	6.83%	6.86%	**29.26%**	26,959	9.85%	10
Miraflores	85,259	35.90%	43.20%	**79.10%**	8.13%	7.73%	6.59%	7.31%	**29.75%**	20,066	7.33%	7
Jesús María	74,496	16.20%	58.10%	**74.30%**	7.51%	7.36%	6.53%	6.76%	**28.16%**	15,586	5.69%	6
Pueblo Libre	79,205	16.20%	58.10%	**74.30%**	7.30%	7.06%	6.66%	7.22%	**28.24%**	16,619	6.07%	6
Lince	52,267	16.20%	58.10%	**74.30%**	7.73%	7.66%	7.44%	6.69%	**29.52%**	11,465	4.19%	4
San Miguel	141,008	16.20%	58.10%	**74.30%**	7.84%	7.75%	6.86%	7.00%	**29.45%**	30,857	11.27%	11
Magdalena del Mar	56,875	16.20%	58.10%	**74.30%**	7.87%	7.40%	6.63%	7.13%	**29.03%**	12,268	4.48%	4
Total	**1,198,826**									**273,810**	***100.00%***	**100**

Nota: APEIM

4.1.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra.

n = 100 encuestas

Para desagregar la muestra tomaremos en cuenta el número de personas según INEI. Tomando en cuenta una tasa de crecimiento de 1% según INEI proyectamos la población de personas del 2019 al 2024.

Desagregación de la muestra:

- Para desagregar la muestra tomaremos en cuenta el número de personas según INEI.
- Tomando en cuenta una tasa de crecimiento de 1% según INEI Proyectamos la población de personas del 2019 al 2024.

Tabla 23.

Población proyectada en personas 2019 - 2024

	Población en personas 2015	2019	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	171,646	178,616	180,402	182,206	184,028	185,868	187,727
Surco	344,242	358,220	361,802	365,420	369,074	372,765	376,493
San Isidro	54,206	56,407	56,971	57,541	58,116	58,697	59,284
San Borja	111,928	116,473	117,638	118,814	120,002	121,202	122,414
Miraflores	81,932	85,259	86,112	86,973	87,843	88,721	89,608
Jesús María	71,589	74,496	75,241	75,993	76,753	77,521	78,296
Pueblo Libre	76,114	79,205	79,997	80,797	81,605	82,421	83,245
Lince	50,228	52,267	52,790	53,318	53,851	54,390	54,934
San Miguel	135,506	141,008	142,418	143,842	145,280	146,733	148,200
Magdalena	54,656	56,875	57,444	58,018	58,598	59,184	59,776
Total	**1,152,047**	**1,198,826**	**1,210,815**	**1,222,922**	**1,235,150**	**1,247,502**	**1,259,977**

Nota: INEI

Una vez proyectada la población se procede a desagregar la muestra en base a los factores sociodemográficos antes mencionados, obteniendo así el número de encuestas a realizar por distrito.

Tabla 24.

Población proyectada en personas 2019 por edades

Distrito	Población 2019	A	B	Factor Nse	30 - 34	35 – 39	40 - 44	45 - 49	Total edad (30-49)	Mercado Potencial 2019	% de cuota	Cuota distribuida
La Molina	178,616	35.90%	43.20%	79.10%	7.57%	7.82%	6.96%	6.97%	29.33%	41,434	15.13%	15
Surco	358,220	35.90%	43.20%	79.10%	7.76%	8.13%	7.13%	7.20%	30.22%	85,631	31.27%	31
San Isidro	56,407	35.90%	43.20%	79.10%	6.84%	7.50%	7.23%	7.40%	28.97%	12,925	4.72%	5
San Borja	116,473	35.90%	43.20%	79.10%	7.72%	7.85%	6.83%	6.86%	29.26%	26,959	9.85%	10
Miraflores	85,259	35.90%	43.20%	79.10%	8.13%	7.73%	6.59%	7.31%	29.75%	20,066	7.33%	7
Jesús María	74,496	16.20%	58.10%	74.30%	7.51%	7.36%	6.53%	6.76%	28.16%	15,586	5.69%	6
Pueblo Libre	79,205	16.20%	58.10%	74.30%	7.30%	7.06%	6.66%	7.22%	28.24%	16,619	6.07%	6
Lince	52,267	16.20%	58.10%	74.30%	7.73%	7.66%	7.44%	6.69%	29.52%	11,465	4.19%	4
San Miguel	141,008	16.20%	58.10%	74.30%	7.84%	7.75%	6.86%	7.00%	29.45%	30,857	11.27%	11
Magdalena del Mar	56,875	16.20%	58.10%	74.30%	7.87%	7.40%	6.63%	7.13%	29.03%	12,268	4.48%	4
Total	1,198,826									273,810	100.00%	100

Nota: APEIM 2017

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Las entrevistas a profundidad que hemos realizado han tenido como fin obtener información relevante para nuestro plan de negocio en temas de distribución y elaboración del producto.

Tabla 25.

Resumen de entrevistas a profundidad

	Entrevista N° 1	Entrevista N°2	Entrevista N° 3	Entrevista N° 4
Fecha	02/04/2019	03/04/2019	03/04/2019	06/04/2019
Nombre del Entrevistado	Valia Aparicio Camargo	Rosa Céspedes Mozo	Enrique Holler Neyra	José Luis Alcántara Mariño
Especialidad	Nutricionista	Contadora Pública	Financiero	Ingeniero Industrial
Empresa donde Labora	Marsh Rehder	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	Álicorp	Marsh Rehder
Cargo que desempeña	Nutricionista	Coordinadora de Bienestar Social	Jefe de Planeamiento y Análisis Financiero	Consultor de Seguridad Ocupacional

Nota: Elaboración propia

PROYECTO: ZapeMoche

Entrevistas en profundidad 1

Entrevista Experto

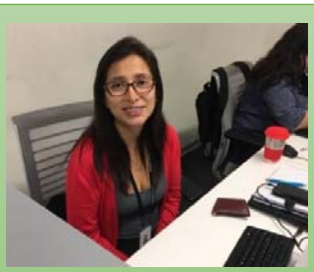
Objetivo: Por medio de esta entrevista esperamos conocer desde una perspectiva nutricional, las características de los insumos que estamos utilizando para la elaboración de ZapeMoche.

NOMBRE : Valia Aparicio Camargo

PROFESIÓN : Nutricionista

EDAD : 29 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 2 de abril 2019



1.- ¿Qué tan importante es en la alimentación consumir aceitunas negras (valor nutricional)?

Las aceitunas negras son un de alto valor biológico debido que cuenta con ácidos grasos mono insaturados esenciales como omega 3 y omega 6 que ambos tiene efectos saludables en el organismo. Además de presentar minerales que benefician el metabolismo de nutrientes.

CÓDIGO		NOMBRE DEL ALIMENTO	Energía <ENERC>	Energía <ENERC>	Agua <WATER>	Proteínas <PROCNT>	Grasa total <FAT>	Carbohidratos totales <CHOCDF>	Carbohidratos disponibles <CHOAVL>	Fibra dietaria <FIBTG>
			kcal	kJ	g	g	g	g	g	g
C	1	Abridores	57	239	82,0	0,8	0,1	16,4	14,9	1,5
C	2	Aceituna de botija	298	1247	57,5	0,8	32,1	7,3	•	•
C	3	Aceitunas negras preparadas	292	1224	41,0	2,2	22,4	30,3	27,1	3,2

Figura 18. Tablas peruanas de composición de alimentos

Nota: María Reyes García; Iván Gómez-Sánchez Prieto; Cecilia Espinoza Barrientos.-- 10ma ed. – Lima: Ministerio de Salud, Instituto Nacional de Salud, 2017

2.- ¿Qué tan importante es en la alimentación consumir de zapallo loche (que valor nutricional tiene)? ¿Es una fruta o verdura?

El Zapallo es una verdura, que presenta una alta concentración de agua, baja en carbohidratos y grasa por lo que es se recomienda para aquella persona que busca bajar de peso; ya que presenta un aporte calórico de 5 calorías en 100g. Por otro lado, presenta un alto contenido en potasio (219mg) que regular el agua tanto dentro como fuera de las células en conjunto con el sodio.

CÓDIGO		NOMBRE DEL ALIMENT	Energía <ENERC>	Energía <ENERC>	Agua <WATER>	Proteínas <PROCNT>	Grasa total <FAT>	Carbohidratos totales <CHOCDF>	Carbohidratos disponibles <CHOAVL>	Fibra dietaria <FIBTG>
			kcal	kJ	g	g	g	g	g	g
B	88	Zapallo loche	58	242	79,8	2,6	0,2	16,2	13,9	2,3

Figura 19. Tablas peruanas de composición de alimentos

Nota: María Reyes García; Iván Gómez-Sánchez Prieto; Cecilia Espinoza Barrientos.-- 10ma ed. – Lima: Ministerio de Salud, Instituto Nacional de Salud, 2017

Cenizas <ASH>	Calcio <CA>	Fósforo <P>	Zinc <ZN>	Hierro <FE>	β caroteno equivalentes totales <CARTBQ>	Vitamina A equivalentes totales <VITA>	Tiamina <THIA>	Riboflavina <RIBF>	Niacina <NIA>	Vitamina C <VITC>	Ácido fólico	Sodio <NA>	Potasio <K>	CÓDIGO	
g	mg	mg	mg	mg	µg	µg	mg	mg	mg	mg	µg	mg	mg		
1,1	38	30	0,40	0,33	324	54	0,05	0,08	0,52	7,44	•	17	219	B	88

Figura 20. Tablas peruanas de composición de alimentos

Nota: María Reyes García; Iván Gómez-Sánchez Prieto; Cecilia Espinoza Barrientos.-- 10ma ed. – Lima: Ministerio de Salud, Instituto Nacional de Salud, 2017

PROYECTO: ZapeMoche

Entrevistas en profundidad 2

Entrevista Experto

Objetivo: En la entrevista numero 2 quisimos conocer como es el desarrollo de las Ferias Agropecuarias y los requisitos necesarios para ingresar.

NOMBRE : Rosa Céspedes Mozo

PROFESIÓN : Contadora Pública

EDAD : 61 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 29 de marzo 2019

Descripción de su perfil: Contadora Pública con experiencia ejerciendo cargos en el MTC como Asesora de RR.HH, Directora de Remuneraciones y Pensiones, Directora de la Dirección de Trasporte Terrestre Nacional e Internacional y actualmente Coordinadora de Bienestar Social.

1.- ¿Cuál es la temática de la Feria "De la Chacra a la Olla"?

Es una Feria Agropecuaria destinada a promover el consumo productos naturales y peruanos en los trabajadores del MTC, teniendo la ventaja de obtenerlos a un precio menor que el mercado.

El evento es realizado en explanada del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el cual cuenta con 3,000 trabajadores y tienen como única fecha de realización los días de pago de cada mes (entre el 22 y 23).

2.- ¿Cuáles son los requisitos que debe tener una empresa para poder participar?

Deben enviar una carta a la Oficina General de Gestión y Recursos Humanos y esta a su vez lo traslada a la Coordinación de Bienestar Social para que se pueda difundir a los trabajadores la participación de la empresa en la actividad.

Cada empresa se encarga de la instalación de su stand, ya que la MTC solo proporciona el toldo donde se encontrarán las empresas.

3.- ¿Se debe realizar algún pago o entregar al Ministerio un porcentaje de la venta?

No realiza ningún pago a la entidad (MTC) ya que el propósito de la feria es apoyar a la micro y pequeña empresa peruana emprendedora a ser conocida y tener una ventana más para comercializar sus productos.

4.- ¿Cuántas ferias realizan al mes?

En el pasado mes de marzo realizamos 3 tipos de ferias como “Del campo a tu mesa”, “A comer pescado y “Feria Bimbo”, en las cuales se presentan los productos para todos los trabajadores de Ministerio.

5.- ¿El precio de debemos vender es el mismo que en tienda?

No, ya que la ventaja del evento es que el personal del MTC encuentre lo productos a un precio mucho más bajo que en las tiendas, así que los participantes de la feria deben respetar este criterio para poder comercializar sus productos con nosotros.

6. En las ferias que realizaron en el pasado marzo, ¿En cuál participaríamos nosotros con nuestro producto?

Ustedes estarían en los días que se realiza “Del campo a tu mesa” ya que tienen un producto con una verdura peruana como el zapallo loche, y esto estaría dentro de los criterios de la feria.

Conclusiones: Con la entrevista a uno de los canales por el cual comercializaremos nuestro producto, hemos tenido un enfoque de precio que va a ir destinado a este destino. Teniendo en cuenta que no realizaremos el pago de un porcentaje de las ventas realizadas podemos ingresar a este canal con un precio neto de S/. 6.00, lo que nos permitirá captar una gran cantidad de clientes obteniendo un margen de ganancia.

PROYECTO: ZapeMoche

Entrevistas en profundidad 3

Entrevista Experto

Objetivo: Nuestro objetivo es conocer un poco más sobre los productos que se comercializan por medio de Álicorp que sean similares a nosotros y también ver lo que le ocurre aquellos productos que no se terminan vendiendo en la tienda original.

NOMBRE : Enrique Holler Neyra

PROFESIÓN : Economista

EDAD : 32 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 29 de marzo 2019

1.- ¿Cuál es el modelo de negocio en Alicorp? Qué capacidades tiene la empresa?

Venta a cliente final (consumo masivo) y a empresas (B2B), cuenta con una venta anual de 21,600 toneladas para consumo masivo y 19,700 para B2B, a través de su marca premium Alacena (NSE A-B) y económicas como Alpesa y Nicolini (NSE B-C).

2.- ¿Quién es su (s) competencia directa?

Los principales competidores son Hellmans, Heinz, y Walabí.

3.- ¿Que productos son de mayor demanda en el mercado local actualmente?

Alacena es el producto que se vende más a través de consumo masivo, y Alpesa en el segmento industrial (B2B).

4.- ¿Qué diferencia hay entre desperdicio y merma, qué impacto tiene para la organización?

El desperdicio se toma como todo material (materia prima, envase, etc.) que no puede ser reprocesado para venta, principalmente serían componentes de envases por discontinuidad.

Merma sería todo producto no vendido por pronto vencimiento o por problemas de producción, normalmente se reprocesa para ser vendido como consumo animal a un margen bastante inferior.

5.- ¿Cuál es tu producto estrella?

La marca Alacena en general, cuenta con el mayor volumen del total de la cartera y un margen superior al promedio.

6.- ¿Qué profesional nos podría ayudar a verificar si nuestra empresa está cumpliendo con lo que indica la norma sobre seguridad y salud en el trabajo?

En este caso puede ser un ingeniero industrial con especialidad en seguridad y salud ocupacional ya que ante alguna visita de SUNAFIL, es el que debe firmar las actas de conformidad a la empresa que todo se encuentra bien.

Conclusión: Por medio de esta entrevista hemos aclarado el tema de la diferencia entre merma y desperdicio enfocado en una empresa líder en producción y comercialización de consumo masivo. De esta manera sabemos que la merca de un producto puede ser reprocesado para poder venderlo nuevamente pero a un bajo precio y de esta manera obtener un mínimo de ganancia o recupero de la inversión.

PROYECTO: ZapeMoche

Entrevistas en profundidad 4

Entrevista Experto

Objetivo: Con esta entrevista deseamos conocer más sobre la implementación del proceso del ZapeMoche y también saber el cuidado que debemos tener para no infringir las de leyes de seguridad y salud en el trabajo.

NOMBRE : José Luis Alcántara Mariño

PROFESIÓN : Ingeniero Industrial

EDAD : 33 años

FECHA DE LA ENTREVISTA: 29 de marzo 2019

1**.- ¿Por qué es importante que una empresa tenga una buena estructura en su proceso?**

Por qué es parte de la identidad de la empresa (know how) de como realizan las cosas.

También esto te ayuda a estandarizar la elaboración y resultado del producto.

Reducción de costos (reducir reproceso, productos con errores)

Mapear, controlar y monitorear sus procesos (gestión de procesos)

2.- ¿Qué tipo de criterios debemos tener en cuenta al momento de armar el proceso de nuestro ZapeMoche?

Debes tener en cuenta los siguientes puntos

a.- Entradas o imputs (insumos, especificaciones y materiales para la elaboración del producto).

b.- Proceso (conversión de las entradas en salidas):

- Procedimiento
- Ficha técnica del producto
- Herramientas (maquinaria)
- Recurso humano

c.- Salida de procesos u outputs (producto terminado)

d.- Partes interesadas (capitalistas, el ministerio de salud, colegio nutricionista, y clientes) todo depende de la empresa y lo que elabora.

3.- ¿Existe alguna ley que nos obligue a tener un proceso estructurado?

No existe ninguna ley, es más bien una buena práctica, la cual se encuentra en la ISO9001: 2015, que es una certificación de calidad para gestionar los procesos con una calidad óptima.

Por ejemplo les ayuda a saber cuánto material necesitarán para la cantidad que tienen estimado hacer en un tiempo.

También si quieres exportar al extranjero, te solicitan tener esta certificación para poder entrar a su país y de esta manera pueden tener una buena oportunidad de negocio.

4.- En referencia al tema de seguridad y salud ocupacional, ¿qué cuidados debemos tener en el lugar donde se realice la elaboración del ZapeMoche?

Deben tener cuidado en primer en la elaboración del producto debido a que el proceso del ZapeMoche conlleva que los trabajadores tengan contacto con elementos punzocortantes, trabajos en caliente, trabajos de pie (ergonomía), contacto con alimentos perecibles (mal estado), estrés laboral, movimientos repetitivos.

5.- ¿Cuáles son los riesgos de la empresa si no cumplimos con esos puntos?

Multas por parte de SUNAFIL, gastos por demandas legales de los trabajadores, gastos por lesiones de los trabajadores (ausencia laboral y o descansos médicos), indemnizaciones.

Todo ello conllevaría a una mala imagen y reputación de la empresa ante los clientes.

Conclusiones: Gracias a esta entrevista, hemos obtenido conocimiento de la importancia de elaborar un esquema de procesos, lo cual nos permitirá tener un orden de la elaboración del ZapeMoche, lo cual hará, como principal beneficio, que reduzcamos costos en el uso de los materiales utilizados y mantener el sabor estándar de nuestro producto.

Otra información importante obtenida de la entrevista, es el cuidado que debemos tener en el ámbito de "seguridad y salud en el trabajo", ya que las personas que elaborarán el producto estarán en constante contacto con materiales que pueden ser perjudiciales para su salud si no son usados de la manera correcta.

4.1.4. Focus Group.

Hemos optado por desarrollar esta investigación cualitativa para que podamos obtener de las personas entrevistadas la perspectiva actual del producto desarrollado y con ellos poder realizar las mejoras necesarias para que el ZapeMoche sea un producto a gusto de los consumidores.

La opinión de las personas nos ha dado un aporte bastante importante ya que hemos podido rescatas que hay algunas mejoras con respecto a la cantidad de ácido acético que debemos usar, ya que el alto uso de este insume contrarresta los sabores de los ingredientes principales.

Los focus group fueron desarrollados con 5 y 8 personas respectivamente y un moderador integrante del grupo que se encargó de desarrollar la dinámica.

A continuación presentaremos la guía de pautas y las conclusiones más importantes que hemos obtenido:

"Estudio cualitativo para evaluar el lanzamiento de ZapeMoche"

Dirigido a:

- Hombres y mujeres entre 30 y 49 años del NSE A y B, pertenecientes a los distritos de la zona 6 y 7.

Fase 1: Introducción

- Presentación del moderador.
- Explicación de la dinámica del focus group.
- Presentación de cada uno de los participantes.

Fase 2: Información del producto

En esta etapa realizamos una introducción de ZapeMoche, dando a conocer el origen de la idea, los ingredientes principales en la elaboración del producto y los beneficios nutricionales de cada uno de ellos.

Fase 3: Degustación de ZapeMoche

En esta etapa presentamos el producto para que puedan probar y sentir los sabores que contiene. El acompañamiento que usamos en esta oportunidad fueron las tostadas gourmet y galleta de soda, de esta manera pudimos saber, en cada grupo cual fue la perspectiva de ambas combinaciones.

En este punto cada uno de los participantes aporto puntos diferentes pero a su vez coincidieron en un punto importante del sabor que desarrollaremos en las conclusiones.

Fase 4: Cierre

Agradecimos la participación de cada una de las personas que asistieron y recolectamos sus correos electrónicos para poder hacer alguna consulta posterior.

Focus Group 1: Realizado el jueves 4 de abril del 2019 a las 3:00pm en las oficinas de IBM Perú ubicado en La Molina. Contamos con la participación de 5 personas.

Tabla 26.

Dato de Participantes Focus Group 1

N°	Nombre	Edad	Ocupación	Distrito de Residencia
1	John Man	34	Ingeniero de Sistemas	La Molina
2	Roberto Lora	49	Especialista en Storage	San Borja
3	Luis Antonio Lazo	36	Ingeniero de Sistemas	Santiago de Surco
4	Alex Berrocal	41	Administrador	Lince
5	Carlos Vivanco	39	Ingeniero de Sistemas	Jesús María

Nota: Elaboración propia

Figura 21. Foto Focus Group 1

Nota: Elaboración propia

Focus Group 2:

Realizado el 10 de abril del 2019 a las 3:00pm en las oficinas de Repsol. Contamos con la participación de 5 personas

Tabla 27.

Dato de Participantes Focus Group 2

N°	Nombre	Edad	Ocupación	Distrito de Residencia
1	Cecilia Huaricancha	34	Administradora	Santiago de Surco
2	Christian Meza	49	Ingeniero Industrial	San Isidro
3	Hugo Vásquez	31	Contador	Jesús María
4	Víctor Tello	35	Abogado	Miraflores
5	Scott Echegaray	30		Santiago de Surco

Nota: Elaboración propia

Figura 22. Foto del Focus Group 2

Nota: Elaboración propia

Conclusiones del Focus Group

- En cuanto al sabor, algunos participantes coincidieron que el sabor contenía un grado alto de acides.
- Les parecido novedoso e innovador la combinación de ambos ingredientes (zapallo loche y aceitunas)
- Varios participantes desconocían el origen del zapallo loche como vegetal peruano pero se dieron con una gran sorpresa de que, sin saberlo, lo habían comido en platillos de origen lambayecano como el arroz con pato y el cabrito norteño.
- Una de las ideas que se puede rescatar es la propuesta de acompañamiento, no solo de galletas, sino también con un pan recién salido del horno y en pastas, ya que relacionaron el producto con el consumo de vino.
- Les llamo el color naranja del producto si tiene contenido de aceituna y les pareció ideal el no tener tanto sabor de este ingrediente ya que muchas personas no gustan de este.

Otro aporte importante es el uso de aceite de oliva, el cual fue usado en la preparación, pero también a gusto de los participantes contenía mucha cantidad y no podían diferenciar el sabor del zapallo loche que era nuevo para ellos.

4.1.5. Encuestas.

1. Indique su género

Tabla 28.

Pregunta 1: Género

		%
Masculino	92	61.00%
Femenino	59	39.00%
Total	**150**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

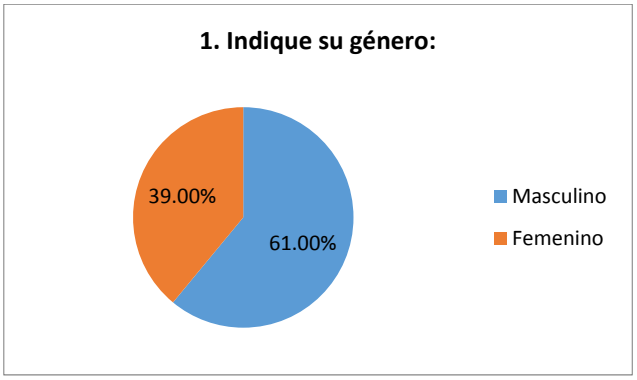


Figura 23. Pregunta 1: Género

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El resultado nos muestra que tenemos un mayor número de personas de sexo masculino, pero dentro de nuestra segmentación cumple con los criterios que manejamos.

2. Rango de edad

Tabla 29.

Pregunta 2: Rango de edad

		%
De 30 a 34 años	46	30.50%
De 35 a 39 años	54	36.20%
De 40 a 44 años	20	13.30%
De 45 a 49 años	16	10.50%
Otros(fin de la encuesta)	14	9.50%
Total	**150**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

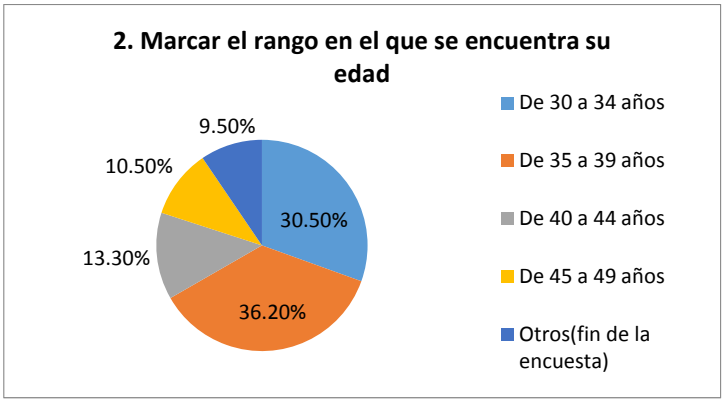


Figura 24. Pregunta 2: Rango de edad

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El rango promedio de las persona que contestaron la encuesta es de 30 a 39 años ya que estas equivalen a un 66.70% del total.

3. ¿ingreso mensual en el hogar?

Tabla 30.

Pregunta 3: Rango de ingreso mensual en el hogar

		%
De 0-2999 (fin de la encuesta)	17	12.30%
Entre 3000 y 4000	36	26.40%
Entre 4001 y 5000	33	24.50%
Entre 5001 y 6000	21	15.10%
De 6001 a más	30	21.70%
Total	**136**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

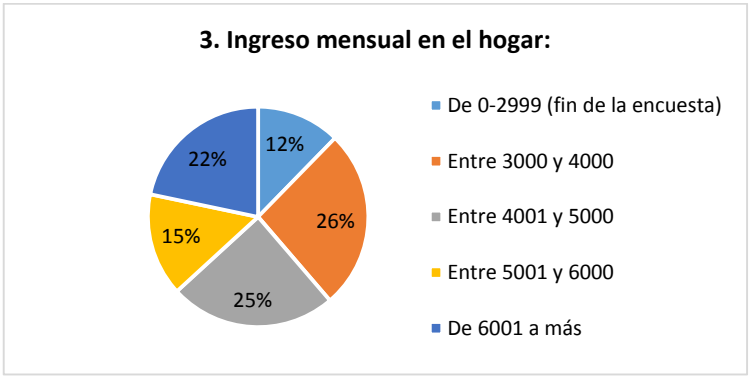


Figura 25. Pregunta 3: Rango de ingreso mensual en el hogar

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: De acuerdo al nivel socioeconómico que tenemos segmentado (A y B), el 87.7% de nuestros encuestados perciben los ingresos necesarios para considerarlos aptos.

4. ¿En qué distrito vive?

Tabla 31.
Pregunta 4: Distrito de residencia

		%
La Molina	15	12.57%
Surco	31	25.98%
San Isidro	5	3.92%
San Borja	10	8.18%
Miraflores	7	6.09%
Jesús María	6	4.73%
Pueblo Libre	6	5.04%
Lince	4	3.48%
San Miguel	11	9.36%
Magdalena	4	3.72%
Otros	19	15.97%
Total	**119**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: Más del 25% de los encuestados viven en el distrito de Surco y el 12.57% en el distrito de La Molina.

Sección II: Perfil del consumidor

5. ¿Usted consume piqueos gourmet de manera frecuente?

Tabla 32.
Pregunta 5: consume piqueos gourmet de manera frecuente

		%
Si	73	73%
No(fin de la encuesta)	27	27%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

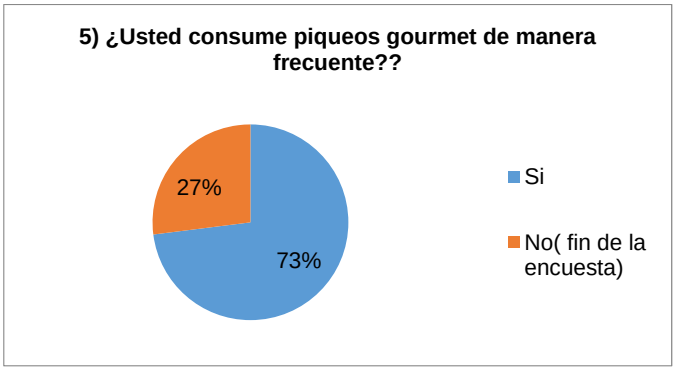


Figura 26. Pregunta 5: Consume piqueos gourmet de manera frecuente

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: 73% de nuestros encuestados nos indicaron que si consumen piqueos gourmet, esto nos da un panorama favorable para poder ampliar más el panorama de consumo de nuestro producto.

6. ¿De qué depende su compra de un producto para piqueos gourmet?

Tabla 33.

Pregunta 6: De qué depende su compra de un producto para piqueos gourmet

	1	2	3	4	5
Innovación	46.67%	45.45%	47.92%	32.43%	21.31%
Precio	26.67%	42.42%	22.92%	44.59%	28.69%
Calidad	26.67%	12.12%	29.17%	22.97%	50.00%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En base a la encuesta, las personas consideran que al momento de comprar un producto gourmet consideran la calidad como punto más importante, en segundo lugar el precio y luego la innovación.

7. ¿En qué ocasiones consume piqueo gourmet?

Tabla 34.

Pregunta 7: En qué ocasiones consume piqueo gourmet

		%
Reuniones sociales	37	50.9%
Reuniones laborales	8	10.40%
Reuniones familiares	22	30.20%
consumo personal	6	8.50%
Total	**73**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

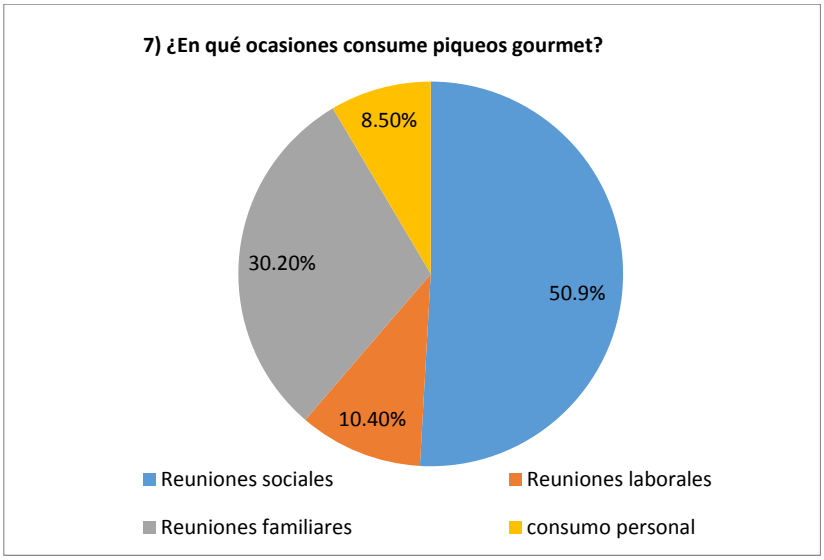


Figura 27. Pregunta 7: En qué ocasiones consume piqueo gourmet

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: La mayoría de tiene como principal ocasión de compra las reuniones sociales, obteniendo un 50,9% y en segundo lugar las reuniones familiares con un 30.2%.

8. ¿Conoces el TAPENADE?

Tabla 35.

Pregunta 8: Conoces el TAPENADE

		%
Sí	37	50.5%
No	36	49.5%
Total	**73**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

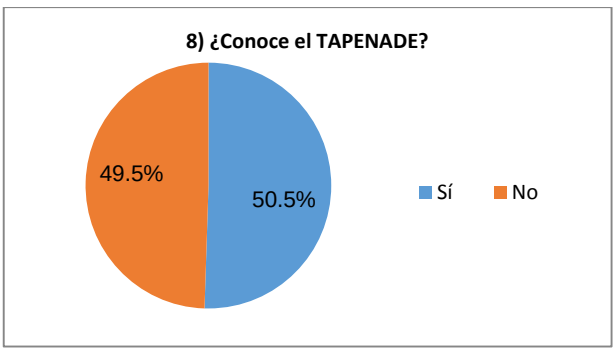


Figura 28. Pregunta 8: Conoces el TAPENADE

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En esta ocasión tenemos un resultado similar en cada respuesta ya que el 50,5% de las personas conoce los tapenades pero también el 49.5% no sabe de la existencia del producto. Consideramos que este último resultado tiene mucho que ver el nombre más no el producto general.

9. ¿Estarías dispuesto a consumir Tapenade?

Tabla 36.

Pregunta 9: Estarías dispuesto a consumir Tapenade

		%
Sí	50	68.90%
No	6	8.50%
Tal vez	17	22.60%
Total	**73**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

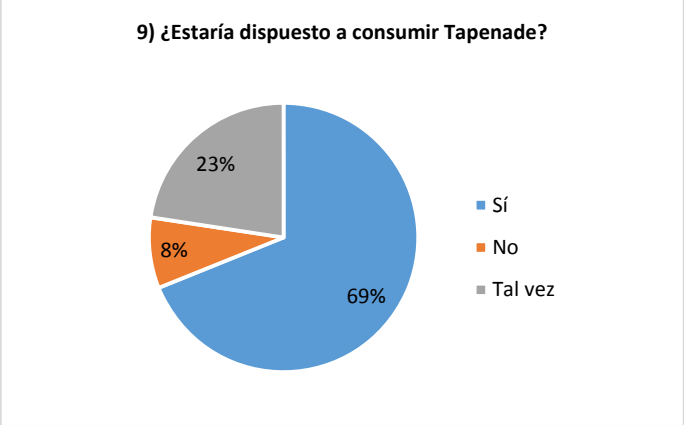


Figura 29. Pregunta 9: Estarías dispuesto a consumir Tapenade

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: Tenemos una respuesta satisfactoria por parte de los clientes ya que el 68,9% estaría dispuesto a consumir el tapenade en general.

10. ¿Con que frecuencia compraría Tapenade?

Tabla 37.

Pregunta 10: Con qué frecuencia compraría Tapenade

		%
1 vez a la semana	6	8.90%
1 vez al mes	44	65.30%
2 veces al mes	17	25.80%
Total	**67**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

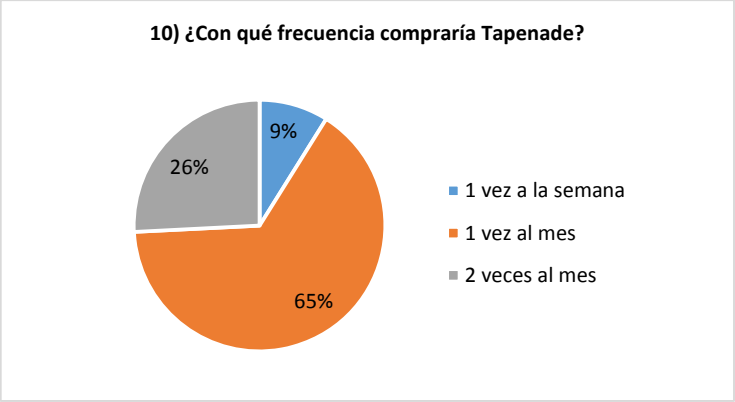


Figura 30. Pregunta 10: Con qué frecuencia compraría Tapenade

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: Los encuestados nos indican que de consumir el tapenade lo harían, en mayoría, 1 vez al mes con un resultado de 65.3%.

11. ¿Cuál es el motivo por el cual compraría Tapenade?

Tabla 38.

Pregunta 11: Cuál es el motivo por el cual compraría Tapenade

	1	2	3	4	5
Para consumo personal	12.99%	19.51%	34.62%	37.21%	73.02%
Para regalo	15.58%	46.34%	48.08%	48.84%	25.40%
Para la venta	71.43%	34.15%	17.31%	13.95%	1.59%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

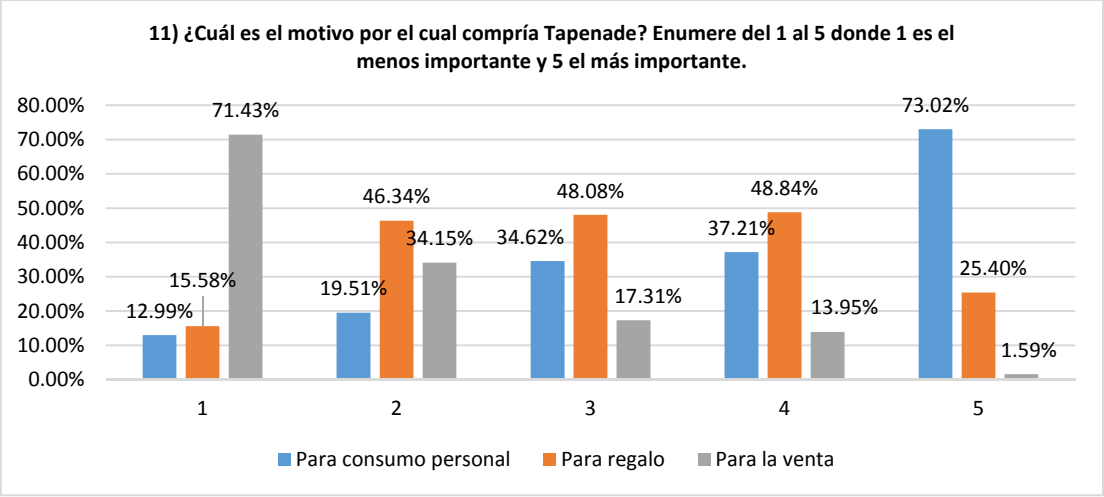


Figura 31. Pregunta 11: Cuál es el motivo por el cual compraría Tapenade

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El motivo principal por el cual los encuestados comprarían el tapenade seria en primer lugar de importancia para consumo personal y en segundo lugar para regalo.

12. ¿Qué es lo que usted tomaría en cuenta al momento de comprar Tapenade?

Tabla 39.

Pregunta 12: Qué es lo que usted tomaría en cuenta al momento de comprar Tapenade

	1	2	3	4	5
Sabor	20.00%	2.17%	17.65%	5.65%	36.41%
Valor nutricional	20.00%	19.57%	22.55%	20.16%	17.44%
Presentación del envase	15.00%	30.43%	19.61%	29.03%	12.31%
Precio del producto	10.00%	19.57%	16.67%	27.42%	18.97%
Marca	35.00%	28.26%	23.53%	17.74%	14.87%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

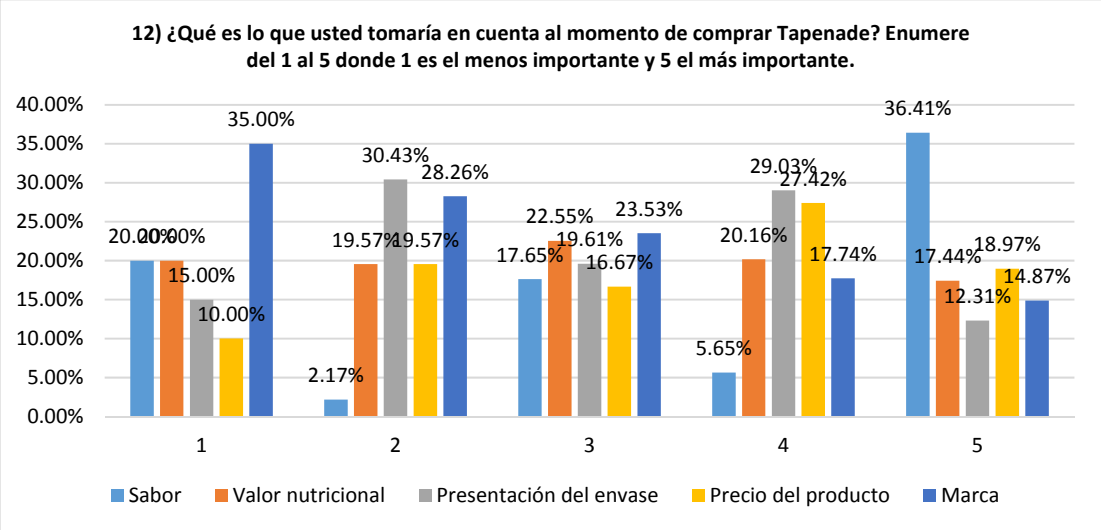


Figura 32. Pregunta 12: Qué es lo que usted tomaría en cuenta al momento de comprar Tapenade

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El primer factor por el cual las personas comprarían el tapenade seria en primer lugar por Sabor y luego por la presentación del envase y precio.

13. ¿Qué marcas de Tapenade conoce?

Tabla 40.

Pregunta 13: Qué marcas de Tapenade conoce

		%
Casa verde	17	25.00%
Cale	17	26.00%
Olivos del Sur	16	24.00%
Otros	13	25.00%
Total	**67**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

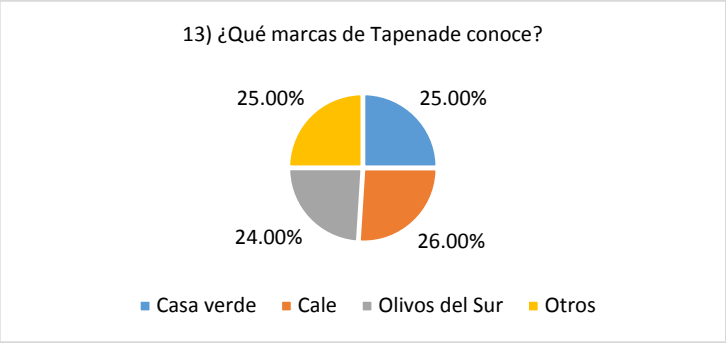


Figura 33. Pregunta 13: Qué marcas de Tapenade conoce

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: Los encuestados nos indican que conocen, en primer lugar, otras marcas de tapenades, pero en segundo lugar figura la marca Cale con un 26,87%.

14. ¿Dónde es importante conseguir piqueos gourmet de su elección?

Tabla 41.

Pregunta 14: Dónde es importante conseguir piqueos gourmet de su elección

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Supermercados	39.84%	37.84%	20.69%	33.33%	33.33%
Ferias ecológicas	27.64%	35.14%	27.59%	55.56%	33.33%
Biomarkets	32.52%	27.03%	51.72%	11.11%	33.33%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

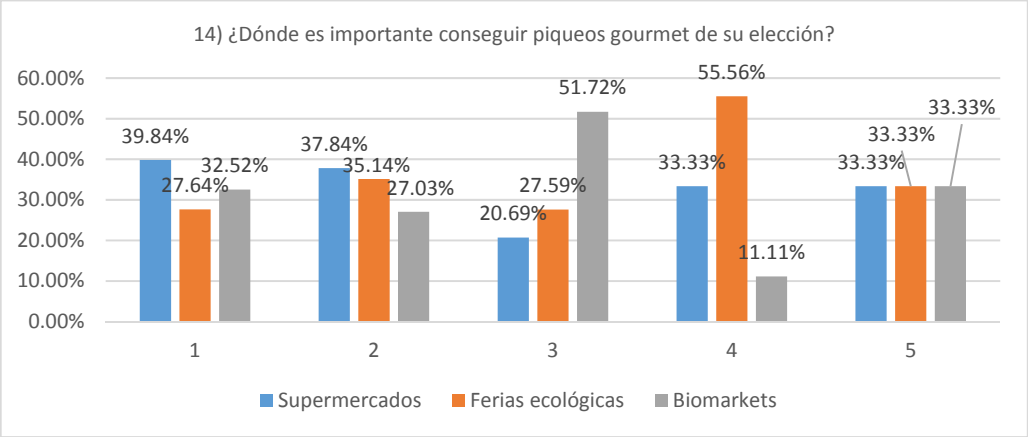


Figura 34. Pregunta 14: Dónde es importante conseguir piqueos gourmet de su elección

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En este coso las personas consideran que es muy importante encontrar el producto en un supermercado, luego un Biomarket y tercer lugar pero también importante en Ferias ecológicas.

Sección III: Validación del producto

15. ¿Estarías dispuesto a comprar nuestro Tapenade a base a zapallo loche y aceitunas negras?

Tabla 42.

Pregunta 15: Estarías dispuesto a comprar nuestro Tapenade a base a zapallo loche y aceitunas negras

		%
Sí	60	89.5%
No	7	10.5%
Total	**67**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

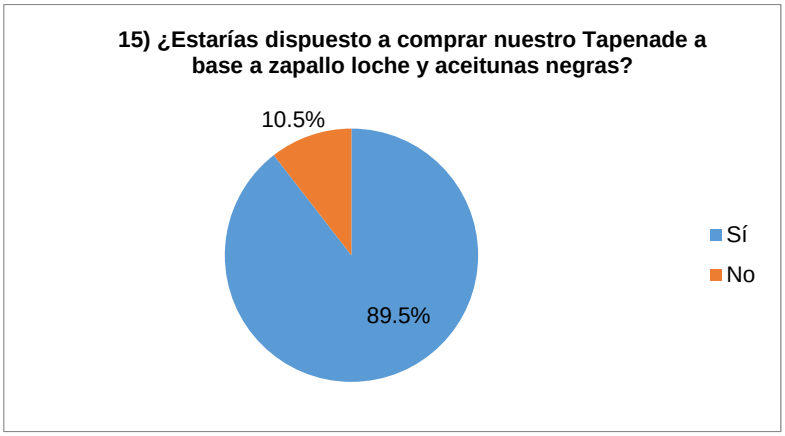


Figura 35. Pregunta 15: Estarías dispuesto a comprar nuestro Tapenade a base a zapallo loche y aceitunas negras

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En este punto tenemos una gran acogida a nuestro producto ya que las personas, sabiendo los ingredientes que contiene, estarían dispuestos a comprarlo siendo un 89.5% los que proporcionaron una respuesta satisfactoria.

16. ¿Cuál es el precio promedio que pagaría por nuestro Tapenade en presentación de 200 gr?

Tabla 43.

Pregunta 16: Cuál es el precio promedio que pagaría por nuestro Tapenade en presentación de 200 gr

	%
S/.6 a S/.6.99	22.80%
S/.7 a S/.7.99	26.70%
S/.8 a S/.8.99	27.70%
S/.9 a S/.9.99	18.80%
S/.10 a S/.10.99	4.00%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

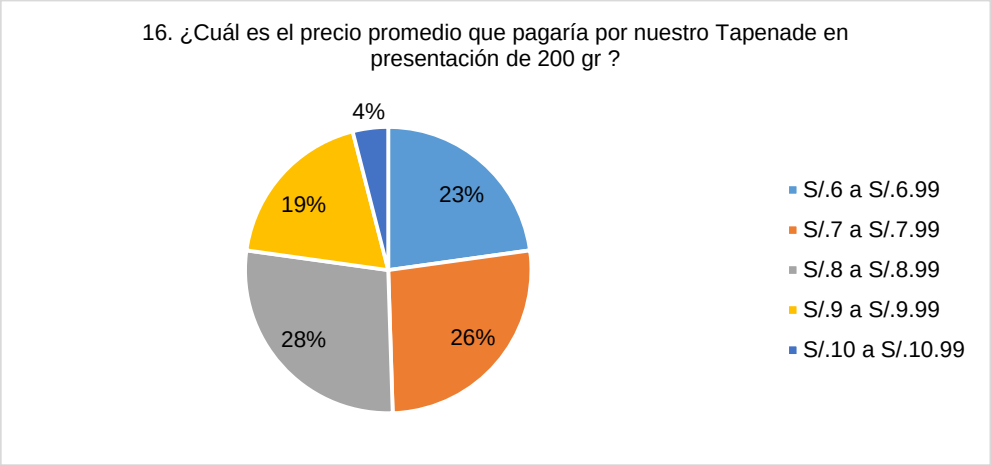


Figura 36. Pregunta 16: Cuál es el precio promedio que pagaría por nuestro Tapenade en presentación de 200 gr

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El precio que las personas estarían dispuestos a pagar por ZapeMoche es entre S/. 6 – S/. 9.00 soles, teniendo como principal monto S/.8.00 a S/.8.99 obteniendo 27.70%.

17. ¿Con qué frecuencia comprarías ZapeMoche?

Tabla 44.
Pregunta 17: Con qué frecuencia comprarías ZapeMoche

	%
Semanal	11.00%
Quincenal	30.90%
Mensual	45.40%
Bimestral	12.70%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

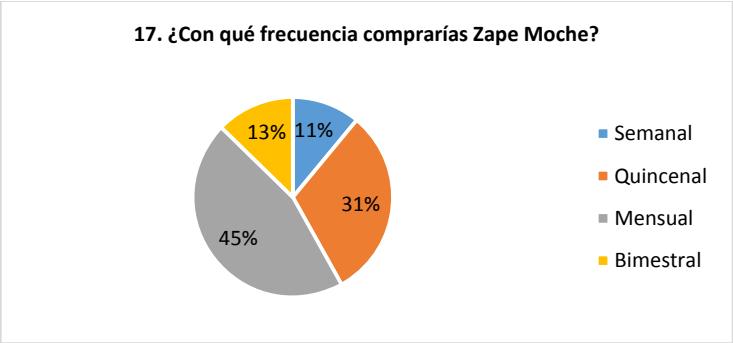


Figura 37. Pregunta 17: Con qué frecuencia comprarías ZapeMoche

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: La frecuencia con la que comprarían nuestro producto es de manera mensual, obteniendo un 45.40% de cobertura.

18. ¿Cuántas unidades de ZapeMoche compraría en cada ocasión de compra?

Tabla 45.

Pregunta 18: Cuántas unidades de ZapeMoche compraría en cada ocasión de compra

	%
1 unidad	55.40%
2 unidades	27.40%
3 unidades a más	17.20%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

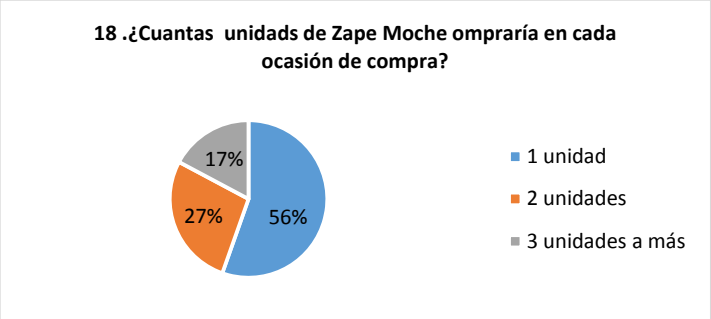


Figura 38. Pregunta 18: Cuántas unidades de ZapeMoche compraría en cada ocasión de compra

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En este caso, las personas comprarían inicialmente una unidad de ZapeMoche al mes, ya que en la encuesta obtuvo un 55.40%.

19. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto?

Tabla 46.

Pregunta 19: A través de qué medios le gustaría enterarse del producto

	1	2	3	4	5
Degustación	12.20%	8.00%	17.50%	28.09%	45.61%
Redes sociales	4.88%	20.00%	20.00%	30.34%	31.58%
Página web	17.07%	24.00%	36.25%	29.21%	16.67%
Periódicos	66%	48%	26%	12%	6%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

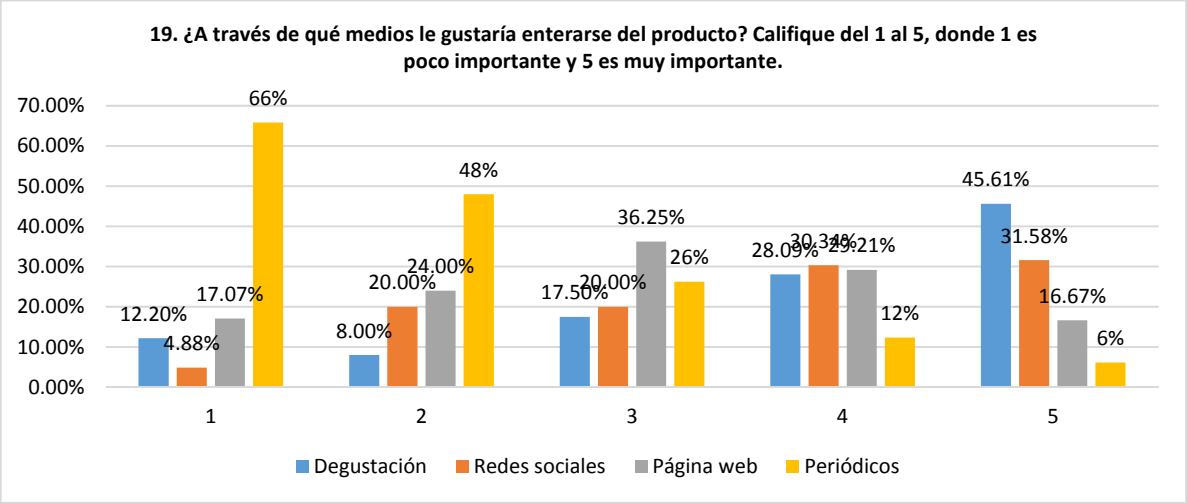


Figura 39. Pregunta 19: A través de qué medios le gustaría enterarse del producto

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: En este punto las personas consideran que la forma más importante de enterarse del producto es por medio de degustaciones y redes sociales.

20. ¿En qué lugar le gustaría comprar el producto?

Tabla 47.

Pregunta 20: En qué lugar le gustaría comprar el producto

	%
Tiendas gourmet	15.51%
Supermercados	39.57%
Ferias ecológicas/orgánicas	20.32%
Tiendas orgánicas especializadas	13.90%
Online	10.70%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

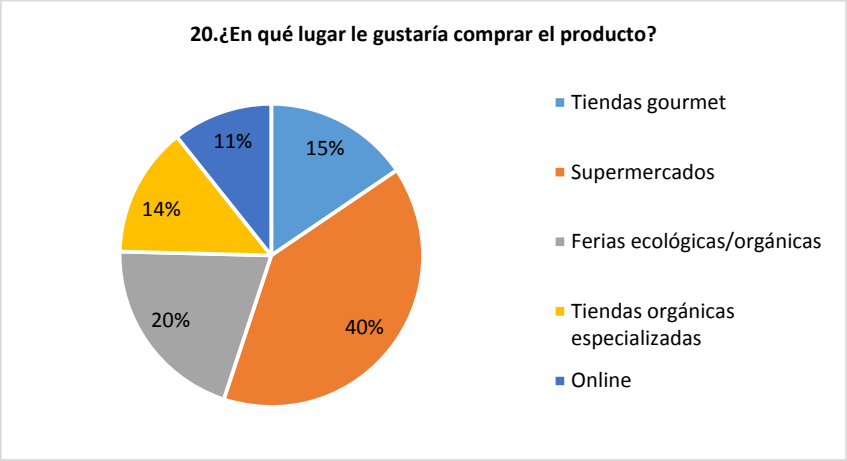


Figura 40. Pregunta 20: En qué lugar le gustaría comprar el producto

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: El principal lugar donde desean encontrar el producto es en supermercado con un 39.57% y luego ferias ecológicas/orgánicas con 20.32%

21. ¿En qué estación del año adquirirás el producto?

Tabla 48.

Pregunta 21: En qué estación del año adquirirás el producto

	%
Verano	12.80%
Otoño	11.90%
Invierno	13.40%
Primavera	11.60%
Todo el año	50.30%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

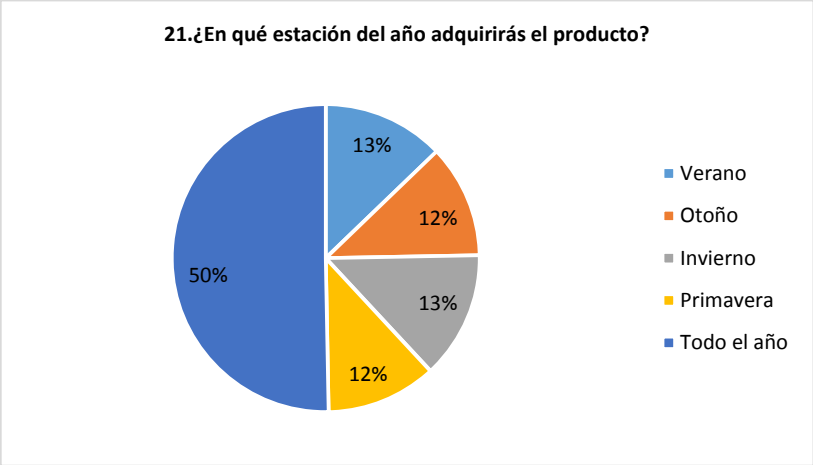


Figura 41. Pregunta 21: En qué estación del año adquirirás el producto

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Análisis: Para las personas, la adquisición del producto puede ser en cualquier estación del año ya que ha obtenido un 50.30% en la encuesta, ello refleja lo poco relevante la temporada.

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

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

Para hallar el mercado potencial se procede a multiplicar la población proyectada 2020-2024 por cada factor sociodemográfico, obteniéndose:

Tabla 49.
Mercado Potencial 2020 (en personas)

	Población Total 2020	NSE A y B	Total edad (30-49)	Mercado potencial 2020
La Molina	180,402	79.10%	29.33%	41,849
Surco	361,802	79.10%	30.22%	86,487
San Isidro	56,971	79.10%	28.97%	13,055
San Borja	117,638	79.10%	29.26%	27,228
Miraflores	86,112	79.10%	29.75%	20,267
Jesús María	75,241	74.30%	28.16%	15,741
Pueblo Libre	79,997	74.30%	28.24%	16,785
Lince	52,790	74.30%	29.52%	11,580
San Miguel	142,418	74.30%	29.45%	31,166
Magdalena del Mar	57,444	74.30%	29.03%	12,391
Total	**1,210,815**			**276,549**

Nota: Elaboración propia

Tabla 50.

Mercado Potencial 2021 (en personas)

	Población Total 2021	NSE A y B	Total edad (30-49)	Mercado potencial 2021
La Molina	182,206	79.10%	29.33%	42,267
Surco	365,420	79.10%	30.22%	87,352
San Isidro	57,541	79.10%	28.97%	13,185
San Borja	118,814	79.10%	29.26%	27,501
Miraflores	86,973	79.10%	29.75%	20,469
Jesús María	75,993	74.30%	28.16%	15,899
Pueblo Libre	80,797	74.30%	28.24%	16,953
Lince	53,318	74.30%	29.52%	11,696
San Miguel	143,842	74.30%	29.45%	31,477
Magdalena del Mar	58,018	74.30%	29.03%	12,514
Total	**1,222,922**			**279,313**

Nota: Elaboración propia

Tabla 51.

Mercado Potencial 2022 (en personas)

	Población Total 2022	NSE A y B	Total edad (30-49)	Mercado potencial 2022
La Molina	184,028	79.10%	29.33%	42,690
Surco	369,074	79.10%	30.22%	88,225
San Isidro	58,116	79.10%	28.97%	13,317
San Borja	120,002	79.10%	29.26%	27,776
Miraflores	87,843	79.10%	29.75%	20,674
Jesús María	76,753	74.30%	28.16%	16,058
Pueblo Libre	81,605	74.30%	28.24%	17,122
Lince	53,851	74.30%	29.52%	11,813
San Miguel	145,280	74.30%	29.45%	31,792
Magdalena del Mar	58,598	74.30%	29.03%	12,639
Total	**1,235,150**			**282,106**

Nota: Elaboración propia

Tabla 52.

Mercado Potencial 2023 (en personas)

	Población Total 2023	NSE A y B	Total edad (30-49)	Mercado potencial 2023
La Molina	185,868	79.10%	29.33%	43,116
Surco	372,765	79.10%	30.22%	89,108
San Isidro	58,697	79.10%	28.97%	13,450
San Borja	121,202	79.10%	29.26%	28,053
Miraflores	88,721	79.10%	29.75%	20,881
Jesús María	77,521	74.30%	28.16%	16,218
Pueblo Libre	82,421	74.30%	28.24%	17,293
Lince	54,390	74.30%	29.52%	11,931
San Miguel	146,733	74.30%	29.45%	32,110
Magdalena del Mar	59,184	74.30%	29.03%	12,766
Total	**1,247,502**			**284,926**

Nota: Elaboración propia

Tabla 53.

Mercado Potencial 2024 (en personas)

	Población Total 2024	NSE A y B	Total edad (30-49)	Mercado potencial 2024
La Molina	187,727	79.10%	29.33%	43,548
Surco	376,493	79.10%	30.22%	89,999
San Isidro	59,284	79.10%	28.97%	13,585
San Borja	122,414	79.10%	29.26%	28,334
Miraflores	89,608	79.10%	29.75%	21,090
Jesús María	78,296	74.30%	28.16%	16,381
Pueblo Libre	83,245	74.30%	28.24%	17,466
Lince	54,934	74.30%	29.52%	12,050
San Miguel	148,200	74.30%	29.45%	32,431
Magdalena del Mar	59,776	74.30%	29.03%	12,894
Total	**1,259,977**			**287,778**

Nota: Elaboración propia

Tabla 54.

Mercado Potencial 2020 – 2024 (en personas)

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	41,849	42,267	42,690	43,116	43,548
Surco	86,487	87,352	88,225	89,108	89,999
San Isidro	13,055	13,185	13,317	13,450	13,585
San Borja	27,228	27,501	27,776	28,053	28,334
Miraflores	20,267	20,469	20,674	20,881	21,090
Jesús María	15,741	15,899	16,058	16,218	16,381
Pueblo Libre	16,785	16,953	17,122	17,293	17,466
Lince	11,580	11,696	11,813	11,931	12,050
San Miguel	31,166	31,477	31,792	32,110	32,431
Magdalena del Mar	12,391	12,514	12,639	12,766	12,894
Mercado potencial en personas	**276,549**	**279,313**	**282,106**	**284,926**	**287,778**

Nota: Elaboración propia

4.2.2. Estimación del mercado disponible

Mercado Disponible= Mercado Potencial * Factor mercado disponible

Para hallar el factor del mercado disponible se procede a considerar las siguientes preguntas filtro:

Pregunta 5. Usted consume piqueos gourmet de manera frecuente

Tabla 55.

Pregunta 5: Usted consume piqueos gourmet de manera frecuente

		%
Si	**73**	**73%**
No(fin de la encuesta)	27	27%
Total	**100**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Factor Mercado Disponible	**73%**

Tabla 56.

Mercado Disponible en personas 2020 - 2024

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	30,550	30,855	31,164	31,475	31,790
Surco	63,136	63,767	64,404	65,049	65,699
San Isidro	9,530	9,625	9,721	9,819	9,917
San Borja	19,876	20,076	20,276	20,479	20,684
Miraflores	14,795	14,942	15,092	15,243	15,396
Jesús María	11,491	11,606	11,722	11,839	11,958
Pueblo Libre	12,253	12,376	12,499	12,624	12,750
Lince	8,453	8,538	8,623	8,710	8,797
San Miguel	22,751	22,978	23,208	23,440	23,675
Magdalena del Mar	9,045	9,135	9,226	9,319	9,413
Mercado disponible en personas	**201,880**	**203,898**	**205,935**	**207,997**	**210,079**

Nota: Elaboración propia

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

Mercado Efectivo= Mercado Disponible *Disposición de compra* factor precio

SECCION 3: VALIDACION DEL PRODUCTO

Pregunta 15. ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro tapenade a base de zapallo loche y aceitunas negras?

Tabla 57.

Pregunta 15: Estaría dispuesto a comprar nuestro tapenade a base de zapallo loche y aceitunas negras

		%
Sí	60	89.5%
No	7	10.5%
Total	**67**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Factor disposición de compra 89.50%

Tabla 58.

Mercado Efectivo general en personas 2020 - 2024

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	27,342	27,615	27,892	28,170	28,452
Surco	56,507	57,071	57,642	58,219	58,801
San Isidro	8,529	8,614	8,700	8,788	8,876
San Borja	17,789	17,968	18,147	18,329	18,512
Miraflores	13,242	13,373	13,507	13,642	13,779
Jesús María	10,284	10,387	10,491	10,596	10,702
Pueblo Libre	10,966	11,077	11,187	11,298	11,411
Lince	7,565	7,642	7,718	7,795	7,873
San Miguel	20,362	20,565	20,771	20,979	21,189
Magdalena del Mar	8,095	8,176	8,257	8,341	8,425
Mercado efectivo general en personas	**180,681**	**182,488**	**184,312**	**186,157**	**188,020**

Nota: Elaboración propia

Mercado efectivo por presentación= Mercado efectivo general* Factor precio

Pregunta 16: ¿Cuál es el precio promedio que usted pagaría por nuestro ZapeMoche en presentación de 200gr?

Tabla 59.

Pregunta 16: Cuál es el precio promedio que usted pagaría por nuestro ZapeMoche en presentación de 200gr

	%
S/.6 a S/.6.99	22.8%
S/.7 a S/.7.99	26.7%
S/.8 a S/.8.99	**27.7%**
S/.9 a S/.9.99	**18.8%**
S/.10 a S/.10.99	**4%**
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia

Factor precio	**50.5%**

Tabla 60.

Mercado Efectivo general en personas 2020 - 2024

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	13,808	13,946	14,085	14,226	14,368
Surco	28,536	28,821	29,109	29,401	29,695
San Isidro	4,307	4,350	4,394	4,438	4,482
San Borja	8,983	9,074	9,164	9,256	9,349
Miraflores	6,687	6,753	6,821	6,889	6,958
Jesús María	5,193	5,245	5,298	5,351	5,405
Pueblo Libre	5,538	5,594	5,649	5,705	5,763
Lince	3,820	3,859	3,898	3,936	3,976
San Miguel	10,283	10,385	10,489	10,594	10,700
Magdalena del Mar	4,088	4,129	4,170	4,212	4,255
Total mercado efectivo en personas	**91,243**	**92,156**	**93,077**	**94,008**	**94,951**

Nota: Elaboración propia

4.2.4. Estimación del mercado objetivo

Mercado Objetivo= Mercado Efectivo * Tasas de mercado objetivo

Para efectos del mercado objetivo seguiremos la metodología de recordación de marca

Tomaremos en cuenta que el 25% del competidor más pequeño basados en la respuestas de la pregunta 13 de la encuesta.

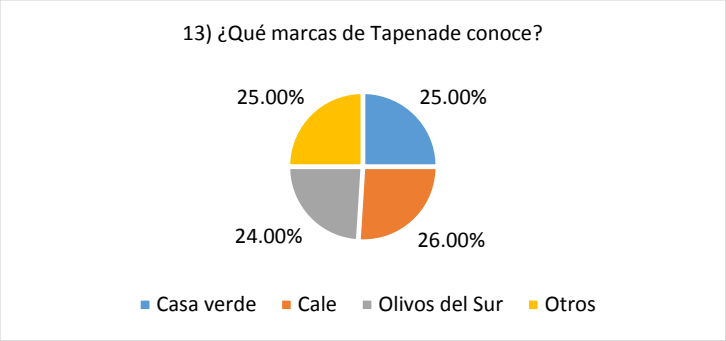


Figura 42. Pregunta 13: Qué marcas de Tapenade conoce

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por ZapeMoche

Tasa de mercado objetivo 2020(25%*24%) = 6.00%

Esta tasa crecería geométricamente a la tasa de crecimiento del sector alimentos:

Tasa de crecimiento del sector alimentos 2017 5%

Tabla 61.

Tasas de mercado objetivo 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Tasas de mercado objetivo	6.00%	6.300%	6.62%	6.95%	7.29%

Nota: El Comercio

Tabla 62.

Total Mercado Objetivo en personas 2020 - 2024

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	828	879	932	988	1,048
Surco	1,712	1,816	1,926	2,042	2,166
San Isidro	258	274	291	308	327
San Borja	539	572	606	643	682
Miraflores	401	425	451	478	507
Jesús María	312	330	350	372	394
Pueblo Libre	332	352	374	396	420
Lince	229	243	258	273	290
San Miguel	617	654	694	736	780
Magdalena del Mar	245	260	276	293	310
Total mercado objetivo en personas	**5,473**	**5,805**	**6,158**	**6,529**	**6,924**

Nota: Elaboración propia

4.2.5. Frecuencia de compra.

Para hallar la frecuencia de compra utilizaremos las respuestas a la pregunta 17 y 18 de nuestra encuesta.

Pregunta 17. ¿Con qué frecuencia compraría nuestro producto?

Tabla 63.

Pregunta 17: Frecuencia de compra de nuestro producto

	%	veces al año	ponderado	
Semanal	11%	52.00	5.72	
Quincenal	31%	24.00	7.42	
Mensual	45%	12.00	5.45	
Bimestral	13%	6.00	0.76	
Total	**100%**		**19.35**	**veces al año**

Nota: Elaboración propia

Pregunta 18. ¿Cuántas unidades de Zape Moche compraría en cada ocasión de compra?

Tabla 64.

Pregunta 18: ¿Cuántas unidades de Zape Moche compraría en cada ocasión de compra?

	%	Unidades	Ponderado	
1 unidad	55.40%	1.00	0.55	
2 unidades	27.40%	2.00	0.55	
3 unidades a más	17.20%	3.00	0.52	
Total	**100%**		**1.62**	**unidades en cada ocasión de compra**

Nota: Elaboración propia

31 **unidades** al año una persona perteneciente al mercado objetivo compraría

Total de unidades que una persona perteneciente al mercado objetivo compraría al año: 19.35 * 1.62 = 31 unidades.

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda

Demanda de producto por año = Mercado objetivo * frecuencia de compra

Tabla 65.

Unidades a distribuir 2020 - 2024

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La Molina	25,668	27,249	28,892	30,628	32,488
Surco	53,072	56,296	59,706	63,302	67,146
San Isidro	7,998	8,494	9,021	9,548	10,137
San Borja	16,709	17,732	18,786	19,933	21,142
Miraflores	12,431	13,175	13,981	14,818	15,717
Jesús María	9,672	10,230	10,850	11,532	12,214
Pueblo Libre	10,292	10,912	11,594	12,276	13,020
Lince	7,099	7,533	7,998	8,463	8,990
San Miguel	19,127	20,274	21,514	22,816	24,180
Magdalena del Mar	7,595	8,060	8,556	9,083	9,610
Unidades de 200 gr de ZapeMoche	**169,663**	**179,955**	**190,898**	**202,399**	**214,644**

Nota: Elaboración propia

4.2.7. Estacionalidad.

Pregunta 21. ¿En qué estación del año compraría nuestro producto?

Tabla 66.

Estacionalidad Trimestral

	%	Distribución de todo el año	Total estacionalidad
Verano	12.80%	12.58%	25.38%
Otoño	11.90%	12.58%	24.48%
Invierno	13.40%	12.58%	25.98%
Primavera	11.60%	12.58%	24.18%
Todo el año	50.30%		**100.00%**
Total	**100%**		

Nota: Elaboración propia

Tabla 67.

Estacionalidad Trimestral 2020 - 2024

Año	Verano(Enero-marzo)	Otoño(abril junio)	Invierno(Julio-setiembre)	Primavera(octubre-diciembre)	Total
2,020	**17.8%**	**20.80%**	**25.98%**	**35.459%**	**100.00%**
2,021	25.38%	24.48%	25.98%	24.18%	100.00%
2,022	25.38%	24.48%	25.98%	24.18%	100.00%
2,023	25.38%	24.48%	25.98%	24.18%	100.00%
2,024	25.38%	24.48%	25.98%	24.18%	100.00%

Nota: Elaboración propia

Cabe señalar que en el primer trimestre sucede que se suele castigar 30% de la estacionalidad al igual que en el segundo trimestre se castiga un 15% de modo que aproximadamente se logre el 40% de las ventas en el primer semestre porque la marca aún es débil los 6 primeros meses del primer año.

Se supone que a partir del séptimo mes la imagen de marca es más sólida, por ende ya no se castiga a partir de ese mes.

Este fenómeno solo sucede en el primer año de operación 2020.

Tabla 68.

% Estacionalidad mensual 2020

	Estacionalidad 2020
Enero	4.92%
Febrero	5.92%
Marzo	6.92%
Abril	6.93%
Mayo	7.93%
Junio	5.93%
Julio	9.66%
Agosto	7.66%
Septiembre	8.66%
Octubre	10.82%
Noviembre	11.82%
Diciembre	12.82%
Total	**100.00%**

Nota: Elaboración propia

*Datos de apoyo al gráfico:

- Verano: curva de aprendizaje, base febrero
- Otoño: base abril, mayo día de la madre
- Invierno: base septiembre, julio fiestas patrias
- Primavera: base noviembre, diciembre fiestas patrias

Tabla 69.

% Estacionalidad mensual 2021 - 2024

	Estacionalidad 2021-2024
Enero	**7.46%**
Febrero	**9.46%**
Marzo	**8.46%**
Abril	**8.16%**
Mayo	**9.16%**
Junio	**7.16%**
Julio	**9.66%**
Agosto	**7.66%**
Septiembre	**8.66%**
Octubre	**7.06%**
Noviembre	**8.06%**
Diciembre	**9.06%**
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia

***** Datos de apoyo al gráfico:

- Verano: campaña verano, base marzo
- Otoño: base abril, mayo día de la madre
- Invierno: base septiembre, julio fiestas patrias
- Primavera: base noviembre, diciembre fiestas patria

4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado.

PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES:

Tabla 70.

% Estacionalidad mensual 2020

	Estacionalidad 2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4.92%	8,349	8,349
Febrero	5.92%	10,045	10,045
Marzo	6.92%	11,742	11,742
Abril	6.93%	11,765	11,765
Mayo	7.93%	13,462	13,462
Junio	5.93%	10,069	10,069
Julio	9.66%	16,387	16,387
Agosto	7.66%	12,993	12,993
Septiembre	8.66%	14,690	14,690
Octubre	10.82%	18,357	18,357
Noviembre	11.82%	20,053	20,053
Diciembre	12.82%	21,750	21,750
Total	**100.000%**	**169,662**	**169,662**

Nota: Elaboración propia

Tabla 71.

% Estacionalidad mensual 2021

	Estacionalidad 2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	7.458%	13,422	13,422
Febrero	9.458%	17,021	17,021
Marzo	8.458%	15,221	15,221
Abril	8.158%	14,681	14,681
Mayo	9.158%	16,481	16,481
Junio	7.158%	12,882	12,882
Julio	9.658%	17,381	17,381
Agosto	7.658%	13,782	13,782
Septiembre	8.658%	15,581	15,581
Octubre	7.058%	12,702	12,702
Noviembre	8.058%	14,501	14,501
Diciembre	9.058%	16,301	16,301

Total	**100.000%**	**179,956**	**179,956**

Nota: Elaboración propia

Tabla 72.

% Estacionalidad mensual 2022

	Estacionalidad 2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	7.458%	14,238	14,238
Febrero	9.458%	18,056	18,056
Marzo	8.458%	16,147	16,147
Abril	8.158%	15,574	15,574
Mayo	9.158%	17,483	17,483
Junio	7.158%	13,665	13,665
Julio	9.658%	18,438	18,438
Agosto	7.658%	14,620	14,620
Septiembre	8.658%	16,529	16,529
Octubre	7.058%	13,474	13,474
Noviembre	8.058%	15,383	15,383
Diciembre	9.058%	17,292	17,292
Total	**100.000%**	**190,899**	**190,899**

Nota: Elaboración propia

Tabla 73.

% Estacionalidad mensual 2023

	Estacionalidad 2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	7.458%	15,096	15,096
Febrero	9.458%	19,144	19,144
Marzo	8.458%	17,120	17,120
Abril	8.158%	16,512	16,512
Mayo	9.158%	18,536	18,536
Junio	7.158%	14,488	14,488
Julio	9.658%	19,548	19,548
Agosto	7.658%	15,500	15,500
Septiembre	8.658%	17,524	17,524
Octubre	7.058%	14,286	14,286
Noviembre	8.058%	16,310	16,310
Diciembre	9.058%	18,334	18,334
Total	**100.000%**	**202,398**	**202,398**

Nota: Elaboración propia

Tabla 74.

% Estacionalidad mensual 2024

	Estacionalidad 2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	7.458%	16,009	16,009
Febrero	9.458%	20,302	20,302
Marzo	8.458%	18,155	18,155
Abril	8.158%	17,511	17,511
Mayo	9.158%	19,658	19,658
Junio	7.158%	15,365	15,365
Julio	9.658%	20,731	20,731
Agosto	7.658%	16,438	16,438
Septiembre	8.658%	18,585	18,585
Octubre	7.058%	15,150	15,150
Noviembre	8.058%	17,297	17,297
Diciembre	9.058%	19,443	19,443
Total	**100.000%**	**214,644**	**214,644**

Nota: Elaboración propia

Programa de ventas en unidades e Ingresos por canal de distribución:

20) ¿en qué lugar le gustaría comprar el producto?

Tabla 75.

Lugares de venta del producto

	%
Tiendas gourmet	15.51%
Supermercados	39.57%
Ferias ecológicas/orgánicas	20.32%
Tiendas orgánicas especializadas	13.90%
Online	10.70%
Total	**100%**

Nota: Elaboración propia

Tabla 76.

Porcentaje de redistribución

	%	Redistribución
Tiendas gourmet	15.5%	31.2%
Ferias ecológicas/orgánicas	20.3%	40.9%
Tiendas orgánicas especializadas	13.9%	28.0%
Total	**49.7%**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Tiendas Gourmet:

Tabla 77.

Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2020

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	2,603	2,603
Febrero	3,132	3,132
Marzo	3,661	3,661
Abril	3,669	3,669
Mayo	4,198	4,198
Junio	3,140	3,140
Julio	5,110	5,110
Agosto	4,052	4,052
Septiembre	4,581	4,581
Octubre	5,724	5,724
Noviembre	6,253	6,253
Diciembre	6,782	6,782
Total unidades	**52,905**	**52,905**

Nota: Elaboración propia

Tabla 78.

Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2021

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,185	4,185
Febrero	5,308	5,308
Marzo	4,746	4,746
Abril	4,578	4,578
Mayo	5,139	5,139
Junio	4,017	4,017
Julio	5,420	5,420
Agosto	4,298	4,298
Septiembre	4,859	4,859
Octubre	3,961	3,961
Noviembre	4,522	4,522
Diciembre	5,083	5,083
Total unidades	**56,116**	**56,116**

Nota: Elaboración propia

Tabla 79.

Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2022

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,440	4,440
Febrero	5,630	5,630
Marzo	5,035	5,035
Abril	4,856	4,856
Mayo	5,452	5,452
Junio	4,261	4,261
Julio	5,749	5,749
Agosto	4,559	4,559
Septiembre	5,154	5,154
Octubre	4,202	4,202
Noviembre	4,797	4,797
Diciembre	5,392	5,392
Total unidades	**59,527**	**59,527**

Nota: Elaboración propia

Tabla 80.

Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2023

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,707	4,707
Febrero	5,970	5,970
Marzo	5,338	5,338
Abril	5,149	5,149
Mayo	5,780	5,780
Junio	4,518	4,518
Julio	6,096	6,096
Agosto	4,833	4,833
Septiembre	5,464	5,464
Octubre	4,455	4,455
Noviembre	5,086	5,086
Diciembre	5,717	5,717
Total unidades	**63,113**	**63,113**

Nota: Elaboración propia

Tabla 81.

Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2024

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,992	4,992
Febrero	6,331	6,331
Marzo	5,661	5,661
Abril	5,460	5,460
Mayo	6,130	6,130
Junio	4,791	4,791
Julio	6,465	6,465
Agosto	5,126	5,126
Septiembre	5,795	5,795
Octubre	4,724	4,724
Noviembre	5,394	5,394
Diciembre	6,063	6,063
Total unidades	**66,932**	**66,932**

Nota: Elaboración propia

Tabla 82.

Resumen del Programa de Ventas en unidades en tiendas gourmet 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr	52,905	56,116	59,527	63,113	66,932
Total unidades	**52,905**	**56,116**	**59,527**	**63,113**	**66,932**

Nota: Elaboración propia

Tabla 83.

Valor de Ventas en Tiendas Gourmet

	Tiendas gourmet
Valor venta al canal	**S/. 5.00**
Precio de venta al canal	5.90
Margen del canal 40%	S/. 2.36
Precio de venta al público aprox.	S/. 8.26

Nota: Elaboración propia

Ingresos:

Tabla 84.

Ingresos en tiendas gourmet 2020 (importe en soles)

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	13,015.00	13,015.00
Febrero	15,660.00	15,660.00
Marzo	18,305.00	18,305.00
Abril	18,345.00	18,345.00
Mayo	20,990.00	20,990.00
Junio	15,700.00	15,700.00
Julio	25,550.00	25,550.00
Agosto	20,260.00	20,260.00
Septiembre	22,905.00	22,905.00
Octubre	28,620.00	28,620.00
Noviembre	31,265.00	31,265.00
Diciembre	33,910.00	33,910.00
Valor venta	**264,525.00**	**264,525.00**
IGV	47,614.50	47,614.50
Ingresos	**312,139.50**	**312,139.50**

Nota: Elaboración propia

Tabla 85.

Ingresos en tiendas gourmet 2021 (importe en soles)

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	20,925.00	20,925.00
Febrero	26,540.00	26,540.00
Marzo	23,730.00	23,730.00
Abril	22,890.00	22,890.00
Mayo	25,695.00	25,695.00
Junio	20,085.00	20,085.00
Julio	27,100.00	27,100.00
Agosto	21,490.00	21,490.00
Septiembre	24,295.00	24,295.00
Octubre	19,805.00	19,805.00
Noviembre	22,610.00	22,610.00
Diciembre	25,415.00	25,415.00
Valor venta	**280,580.00**	**280,580.00**
IGV	50,504.40	50,504.40
Ingresos	**331,084.40**	**331,084.40**

Nota: Elaboración propia

Tabla 86.

Ingresos en tiendas gourmet 2022 (importe en soles)

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	22,200.00	22,200.00
Febrero	28,150.00	28,150.00
Marzo	25,175.00	25,175.00
Abril	24,280.00	24,280.00
Mayo	27,260.00	27,260.00
Junio	21,305.00	21,305.00
Julio	28,745.00	28,745.00
Agosto	22,795.00	22,795.00
Septiembre	25,770.00	25,770.00
Octubre	21,010.00	21,010.00
Noviembre	23,985.00	23,985.00
Diciembre	26,960.00	26,960.00
Valor venta	**297,635.00**	**297,635.00**
IGV	53,574.30	53,574.30
Ingresos	**351,209.30**	**351,209.30**

Nota: Elaboración propia

Tabla 87.

Ingresos en tiendas gourmet 2023 (importe en soles)

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	23,535.00	23,535.00
Febrero	29,850.00	29,850.00
Marzo	26,690.00	26,690.00
Abril	25,745.00	25,745.00
Mayo	28,900.00	28,900.00
Junio	22,590.00	22,590.00
Julio	30,480.00	30,480.00
Agosto	24,165.00	24,165.00
Septiembre	27,320.00	27,320.00
Octubre	22,275.00	22,275.00
Noviembre	25,430.00	25,430.00
Diciembre	28,585.00	28,585.00
Valor venta	**315,565.00**	**315,565.00**
IGV	56,801.70	56,801.70
Ingresos	**372,366.70**	**372,366.70**

Nota: Elaboración propia

Tabla 88.

Ingresos en tiendas gourmet 2024 (importe en soles)

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	24,960.00	24,960.00
Febrero	31,655.00	31,655.00
Marzo	28,305.00	28,305.00
Abril	27,300.00	27,300.00
Mayo	30,650.00	30,650.00
Junio	23,955.00	23,955.00
Julio	32,325.00	32,325.00
Agosto	25,630.00	25,630.00
Septiembre	28,975.00	28,975.00
Octubre	23,620.00	23,620.00
Noviembre	26,970.00	26,970.00
Diciembre	30,315.00	30,315.00
Valor venta	**334,660.00**	**334,660.00**
IGV	60,238.80	60,238.80
Ingresos	**394,898.80**	**394,898.80**

Nota: Elaboración propia

Tabla 89.

Resumen Ingresos totales en tiendas gourmet 2020 – 2024 (importe en soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr	264,525.00	280,580.00	297,635.00	315,565.00	334,660.00
Total valor venta	**264,525.00**	**280,580.00**	**297,635.00**	**315,565.00**	**334,660.00**
IGV	47,614.50	50,504.40	53,574.30	56,801.70	60,238.80
Ingresos	**312,139.50**	**331,084.40**	**351,209.30**	**372,366.70**	**394,898.80**

Nota: Elaboración propia

Ferias ecológicas/orgánicas:

Mercados de Barrio 40.9%

Tabla 90.

Unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2020

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	3,411	3,411
Febrero	4,104	4,104
Marzo	4,798	4,798
Abril	4,807	4,807
Mayo	5,501	5,501
Junio	4,114	4,114
Julio	6,696	6,696
Agosto	5,309	5,309
Septiembre	6,002	6,002
Octubre	7,501	7,501
Noviembre	8,194	8,194
Diciembre	8,887	8,887
Total unidades	**69,324**	**69,324**

Nota: Elaboración propia

Tabla 91.

Unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2021

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	5,484	5,484
Febrero	6,955	6,955
Marzo	6,219	6,219
Abril	5,999	5,999
Mayo	6,734	6,734
Junio	5,264	5,264
Julio	7,102	7,102
Agosto	5,631	5,631
Septiembre	6,366	6,366
Octubre	5,190	5,190
Noviembre	5,925	5,925
Diciembre	6,661	6,661
Total unidades	**73,530**	**73,530**

Nota: Elaboración propia

Tabla 92.

Unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2022

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	5,818	5,818
Febrero	7,378	7,378
Marzo	6,598	6,598
Abril	6,364	6,364
Mayo	7,144	7,144
Junio	5,584	5,584
Julio	7,534	7,534
Agosto	5,974	5,974
Septiembre	6,754	6,754
Octubre	5,506	5,506
Noviembre	6,286	6,286
Diciembre	7,066	7,066
Total unidades	**78,006**	**78,006**

Nota: Elaboración propia

Tabla 93.

Unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2023

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	6,168	6,168
Febrero	7,822	7,822
Marzo	6,995	6,995
Abril	6,747	6,747
Mayo	7,574	7,574
Junio	5,920	5,920
Julio	7,987	7,987
Agosto	6,333	6,333
Septiembre	7,160	7,160
Octubre	5,837	5,837
Noviembre	6,664	6,664
Diciembre	7,491	7,491
Total unidades	**82,698**	**82,698**

Nota: Elaboración propia

Tabla 94.

Unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2024

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	6,541	6,541
Febrero	8,295	8,295
Marzo	7,418	7,418
Abril	7,155	7,155
Mayo	8,032	8,032
Junio	6,278	6,278
Julio	8,471	8,471
Agosto	6,717	6,717
Septiembre	7,594	7,594
Octubre	6,190	6,190
Noviembre	7,068	7,068
Diciembre	7,944	7,944
Total unidades	**87,703**	**87,703**

Nota: Elaboración propia

Tabla 95.

Resumen de unidades a vender en ferias ecológicas/orgánicas 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr	69,324	73,530	78,006	82,698	87,703
Total unidades	**69,324**	**73,530**	**78,006**	**82,698**	**87,703**

Nota: Elaboración propia

Tabla 96.

Valor venta neto en ferias ecológicas/orgánicas

	Ferias ecológicas/orgánicas
Valor venta al canal	**S/. 5.00**
Precio de venta al canal	5.90
Margen del canal 30%	S/. 1.77
Precio de venta al público aprox.	**S/. 7.67**

Nota: Elaboración propia

Ingresos:

Tabla 97.

Ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2020 (importe en soles)

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	17,055.00	17,055.00
Febrero	20,520.00	20,520.00
Marzo	23,990.00	23,990.00
Abril	24,035.00	24,035.00
Mayo	27,505.00	27,505.00
Junio	20,570.00	20,570.00
Julio	33,480.00	33,480.00
Agosto	26,545.00	26,545.00
Septiembre	30,010.00	30,010.00
Octubre	37,505.00	37,505.00
Noviembre	40,970.00	40,970.00
Diciembre	44,435.00	44,435.00
Valor venta	**346,620.00**	**346,620.00**
IGV	62,391.60	62,391.60
Ingresos	**409,011.60**	**409,011.60**

Nota: Elaboración propia

Tabla 98.

Ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2021 (importe en soles)

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	27,420.00	27,420.00
Febrero	34,775.00	34,775.00
Marzo	31,095.00	31,095.00
Abril	29,995.00	29,995.00
Mayo	33,670.00	33,670.00
Junio	26,320.00	26,320.00
Julio	35,510.00	35,510.00
Agosto	28,155.00	28,155.00
Septiembre	31,830.00	31,830.00
Octubre	25,950.00	25,950.00
Noviembre	29,625.00	29,625.00
Diciembre	33,305.00	33,305.00
Valor venta	**367,650.00**	**367,650.00**
IGV	66,177.00	66,177.00
Ingresos	**433,827.00**	**433,827.00**

Nota: Elaboración propia

Tabla 99.

Ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2022 (importe en soles)

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	29,090.00	29,090.00
Febrero	36,890.00	36,890.00
Marzo	32,990.00	32,990.00
Abril	31,820.00	31,820.00
Mayo	35,720.00	35,720.00
Junio	27,920.00	27,920.00
Julio	37,670.00	37,670.00
Agosto	29,870.00	29,870.00
Septiembre	33,770.00	33,770.00
Octubre	27,530.00	27,530.00
Noviembre	31,430.00	31,430.00
Diciembre	35,330.00	35,330.00
Valor venta	**390,030.00**	**390,030.00**
IGV	70,205.40	70,205.40
Ingresos	**460,235.40**	**460,235.40**

Nota: Elaboración propia

Tabla 100.

Ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2023 (importe en soles)

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	30,840.00	30,840.00
Febrero	39,110.00	39,110.00
Marzo	34,975.00	34,975.00
Abril	33,735.00	33,735.00
Mayo	37,870.00	37,870.00
Junio	29,600.00	29,600.00
Julio	39,935.00	39,935.00
Agosto	31,665.00	31,665.00
Septiembre	35,800.00	35,800.00
Octubre	29,185.00	29,185.00
Noviembre	33,320.00	33,320.00
Diciembre	37,455.00	37,455.00
Valor venta	**413,490.00**	**413,490.00**
IGV	74,428.20	74,428.20
Ingresos	**487,918.20**	**487,918.20**

Nota: Elaboración propia

Tabla 101.

Ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2024 (importe en soles)

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	32,705.00	32,705.00
Febrero	41,475.00	41,475.00
Marzo	37,090.00	37,090.00
Abril	35,775.00	35,775.00
Mayo	40,160.00	40,160.00
Junio	31,390.00	31,390.00
Julio	42,355.00	42,355.00
Agosto	33,585.00	33,585.00
Septiembre	37,970.00	37,970.00
Octubre	30,950.00	30,950.00
Noviembre	35,340.00	35,340.00
Diciembre	39,720.00	39,720.00
Valor venta	**438,515.00**	**438,515.00**
IGV	78,932.70	78,932.70
Ingresos	**517,447.70**	**517,447.70**

Nota: Elaboración propia

Tabla 102.

Resumen de ingresos en ferias ecológicas/orgánicas 2020 - 2024 (importe en soles)

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
ZapeMoche 200 gr	346,620.00	367,650.00	390,030.00	413,490.00	438,515.00
Total valor venta	**346,620.00**	**367,650.00**	**390,030.00**	**413,490.00**	**438,515.00**
IGV	62,391.60	66,177.00	70,205.40	74,428.20	78,932.70
Ingresos	**409,011.60**	**433,827.00**	**460,235.40**	**487,918.20**	**517,447.70**

Nota: Elaboración propia

Tiendas orgánicas especializadas:

Tiendas orgánicas especializadas	**28.0%**

Tabla 103.

Unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2020

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	2,334	2,334
Febrero	2,808	2,808
Marzo	3,283	3,283
Abril	3,289	3,289
Mayo	3,764	3,764
Junio	2,815	2,815
Julio	4,581	4,581
Agosto	3,632	3,632
Septiembre	4,107	4,107
Octubre	5,132	5,132
Noviembre	5,606	5,606
Diciembre	6,081	6,081
Total unidades	**47,432**	**47,432**

Nota: Elaboración propia

Tabla 104.

Unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2021

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	3,752	3,752
Febrero	4,759	4,759
Marzo	4,255	4,255
Abril	4,104	4,104
Mayo	4,608	4,608
Junio	3,601	3,601
Julio	4,859	4,859
Agosto	3,853	3,853
Septiembre	4,356	4,356
Octubre	3,551	3,551
Noviembre	4,054	4,054
Diciembre	4,557	4,557
Total unidades	**50,309**	**50,309**

Nota: Elaboración propia

Tabla 105.

Unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2022

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	3,981	3,981
Febrero	5,048	5,048
Marzo	4,514	4,514
Abril	4,354	4,354
Mayo	4,888	4,888
Junio	3,820	3,820
Julio	5,155	5,155
Agosto	4,087	4,087
Septiembre	4,621	4,621
Octubre	3,767	3,767
Noviembre	4,301	4,301
Diciembre	4,834	4,834
Total unidades	**53,370**	**53,370**

Nota: Elaboración propia

Tabla 106.

Unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2023

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,220	4,220
Febrero	5,352	5,352
Marzo	4,786	4,786
Abril	4,616	4,616
Mayo	5,182	5,182
Junio	4,050	4,050
Julio	5,465	5,465
Agosto	4,333	4,333
Septiembre	4,899	4,899
Octubre	3,994	3,994
Noviembre	4,560	4,560
Diciembre	5,126	5,126
Total unidades	**56,583**	**56,583**

Nota: Elaboración propia

Tabla 107.

Unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2024

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	4,476	4,476
Febrero	5,676	5,676
Marzo	5,076	5,076
Abril	4,896	4,896
Mayo	5,496	5,496
Junio	4,296	4,296
Julio	5,796	5,796
Agosto	4,596	4,596
Septiembre	5,196	5,196
Octubre	4,235	4,235
Noviembre	4,836	4,836
Diciembre	5,436	5,436
Total unidades	**60,011**	**60,011**

Nota: Elaboración propia

Tabla 108.

Resumen en unidades a vender en tiendas orgánicas especializadas 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr	47,432	50,309	53,370	56,583	60,011
Total unidades	**47,432**	**50,309**	**53,370**	**56,583**	**60,011**

Nota: Elaboración propia

Tabla 109.

Valor venta neto en tiendas orgánicas especializadas

	Tiendas orgánicas especializadas
Valor venta neto	**S/. 5.00**
Precio de venta al canal	S/. 5.90
Margen del canal 35%	S/. 2.07
Precio de venta al público aprox.	S/. 7.97

Nota: Elaboración propia

Ingresos:

Tabla 110.

Ingresos en tiendas orgánicas especializadas 2020 (importe en soles)

2020	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	11,670.00	11,670.00
Febrero	14,040.00	14,040.00
Marzo	16,415.00	16,415.00
Abril	16,445.00	16,445.00
Mayo	18,820.00	18,820.00
Junio	14,075.00	14,075.00
Julio	22,905.00	22,905.00
Agosto	18,160.00	18,160.00
Septiembre	20,535.00	20,535.00
Octubre	25,660.00	25,660.00
Noviembre	28,030.00	28,030.00
Diciembre	30,405.00	30,405.00
Valor venta	**237,160.00**	**237,160.00**
IGV	42,688.80	42,688.80
Ingresos	**279,848.80**	**279,848.80**

Nota: Elaboración propia

Tabla 111.

Ingresos en tiendas orgánicas especializadas 2021 (importe en soles)

2021	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	18,760.00	18,760.00
Febrero	23,795.00	23,795.00
Marzo	21,275.00	21,275.00
Abril	20,520.00	20,520.00
Mayo	23,040.00	23,040.00
Junio	18,005.00	18,005.00
Julio	24,295.00	24,295.00
Agosto	19,265.00	19,265.00
Septiembre	21,780.00	21,780.00
Octubre	17,755.00	17,755.00
Noviembre	20,270.00	20,270.00
Diciembre	22,785.00	22,785.00
Valor venta	**251,545.00**	**251,545.00**
IGV	45,278.10	45,278.10
Ingresos	**296,823.10**	**296,823.10**

Nota: Elaboración propia

Tabla 112.

Ingresos en tiendas orgánicas especializadas 2022 (importe en soles)

2022	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	19,905.00	19,905.00
Febrero	25,240.00	25,240.00
Marzo	22,570.00	22,570.00
Abril	21,770.00	21,770.00
Mayo	24,440.00	24,440.00
Junio	19,100.00	19,100.00
Julio	25,775.00	25,775.00
Agosto	20,435.00	20,435.00
Septiembre	23,105.00	23,105.00
Octubre	18,835.00	18,835.00
Noviembre	21,505.00	21,505.00
Diciembre	24,170.00	24,170.00
Valor venta	**266,850.00**	**266,850.00**
IGV	48,033.00	48,033.00
Ingresos	**314,883.00**	**314,883.00**

Nota: Elaboración propia

Tabla 113.

Ingresos en tiendas orgánicas especializadas 2023 (importe en soles)

2023	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	21,100.00	21,100.00
Febrero	26,760.00	26,760.00
Marzo	23,930.00	23,930.00
Abril	23,080.00	23,080.00
Mayo	25,910.00	25,910.00
Junio	20,250.00	20,250.00
Julio	27,325.00	27,325.00
Agosto	21,665.00	21,665.00
Septiembre	24,495.00	24,495.00
Octubre	19,970.00	19,970.00
Noviembre	22,800.00	22,800.00
Diciembre	25,630.00	25,630.00
Valor venta	**282,915.00**	**282,915.00**
IGV	50,924.70	50,924.70
Ingresos	**333,839.70**	**333,839.70**

Nota: Elaboración propia

Tabla 114.

Ingresos en tiendas orgánicas especializadas 2024 (importe en soles)

2024	ZapeMoche 200 gr	Total
Enero	22,380.00	22,380.00
Febrero	28,380.00	28,380.00
Marzo	25,380.00	25,380.00
Abril	24,480.00	24,480.00
Mayo	27,480.00	27,480.00
Junio	21,480.00	21,480.00
Julio	28,980.00	28,980.00
Agosto	22,980.00	22,980.00
Septiembre	25,980.00	25,980.00
Octubre	21,175.00	21,175.00
Noviembre	24,180.00	24,180.00
Diciembre	27,180.00	27,180.00
Valor venta	**300,055.00**	**300,055.00**
IGV	54,009.90	54,009.90
Ingresos	**354,064.90**	**354,064.90**

Nota: Elaboración propia

Tabla 115.

Total de Ingresos en tiendas orgánicas especializadas e ingresos totales 2020 - 2024 (importe en soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr	237,160.00	251,545.00	266,850.00	282,915.00	300,055.00
Total valor venta	**237,160.00**	**251,545.00**	**266,850.00**	**282,915.00**	**300,055.00**
IGV	42,688.80	45,278.10	48,033.00	50,924.70	54,009.90
Ingresos	**279,848.80**	**296,823.10**	**314,883.00**	**333,839.70**	**354,064.90**
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
ZapeMoche 200 gr	848,305.00	899,775.00	954,515.00	1,011,970.00	1,073,230.00
Total valor venta	**848,305.00**	**899,775.00**	**954,515.00**	**1,011,970.00**	**1,073,230.00**
IGV	152,694.90	161,959.50	171,812.70	182,154.60	193,181.40
Total Ingresos	**1,000,999.90**	**1,061,734.50**	**1,126,327.70**	**1,194,124.60**	**1,266,411.40**

Nota: Elaboración propia

4.3. Mezcla de marketing

4.3.1. Producto.

4.3.1.1. Marca.

Cuando pensamos en el nombre de nuestro producto, quisimos enfocarnos en que el cliente tenga un juego de palabras relacionadas con el producto estrella que es el zapallo loche y la ciudad donde se crece el producto. Es por ello que elegimos “ZapeMoche”, este nombre contiene la palabra “Zape” que identifica el zapallo y “Moche” que es la cultura que se desarrolló en la región de Lambayeque.

Los colores que usaremos son el color negro por ser un tono elegante a la vista de las personas y dorado asemejando la majestuosidad que caracteriza a la cultura Moche.

Figura 43. Logo de ZapeMoche
Nota: Elaboración propia

4.3.1.2. Envase.

El producto será presentado en un envase de vidrio de 200gr ya que este material permitirá al producto preservar sus sabores y aromas ya que el oxígeno no puede traspasarlo.

Figura 44. Envase de ZapeMoche
Nota: Elaboración propia

4.3.1.3. Etiqueta.

Nuestra etiqueta se caracteriza por tener colores negros por una tendencia a asociarlo a la elegancia, y colores dorados en honor a la cultura Moche, la cual se ha caracterizado en la historia por la gran cantidad de oro utilizado.

También, bordeará la parte central del frasco una franja con un diseño de la consulta moche en dolores dorados.

Por otro lado la tipografía “Monotype Cursiva” es utilizada para el nombre de la empresa ya que nos da una sensación de elegancia pero con un poco de tendencia antigua.

Figura 45. Etiqueta
Nota: Elaboración propia

4.3.1.4. Embalaje.

Los frascos serán comercializados por medio de un embalaje de cartón corrugado plano con divisiones internas del mismo material que permitirá el ingreso de 50 frascos.

Figura 46. Embalaje de ZapeMoche

Nota: Elaboración propia

4.3.2. Precio.

Precio de competidores

De acuerdo con nuestras investigaciones en los puntos de venta y basándonos en los resultados de nuestra encuesta, las marcas con las que competimos directamente son Olivos del Sur con S/. 9.05, Calé S/. 9.99 y Casa Verde S/. 7.50.

Tabla 116.

Precios de competidores

Marca y Precio	Producto
Olivo del Sur **Precio:** S/.9.05	
Calé **Precio:** S/. 9.99	
Casa Verde **Precio:** S/. 7.50	

Nota: Elaboración propia

- **Costo unitario del producto**

Como mencionamos en el punto anterior, y también basándonos en la pregunta de nuestra encuesta “¿Cuál es el precio promedio que pagaría por el Zape Moche de acuerdo al tamaño requerido?”, optamos por colocar un precio de penetración al mercado de S/. 8,50, siendo menor al de la competencia. Con ello queremos llegar a los clientes con un precio bajo para poder posicionarnos en el mercado.

Tabla 117.

Precio del producto

	Tiendas gourmet
Precio promedio sugerido al publico	**S/. 8.50**
IGV	18%
Valor venta unitario	S/. 7.20
Margen aproximado del canal 30%	S/. 2.16
Valor venta neto	**S/. 5.04**

Nota: Elaboración propia

Elaboración de Costo Unitario

Tabla 118.

Precio del producto

Cant. De Mat. Prima		**Precios**
50 gr. Aceituna	S/	0.45
100 gr. Zapallo loche	S/	1.02
30 gr. Cebolla roja	S/	0.07
30 gr. Tomate	S/	0.05
0.5 gr. Ajo	S/	0.10
Vinagre	S/	0.04
Otros	S/	0.09
Total	S/	1.81

Otros		**Precios**
Frascos	S/	0.50
Sticker	S/	0.20
Transporte y logística	S/	0.50
Otros	S/	0.06
Total	S/	1.26

Costo por unidad	**S/**	**3.07**

Nota: Elaboración propia

4.3.3. Plaza.

- Comercialización del producto:

En el caso de nuestros productos, utilizaremos los dos principales canales de comercialización.

En primer lugar, usaremos el canal 1 que se desarrolla de productor a consumidor, en este caso lo usaremos cuando realicemos la venta de los productos en ferias ecológicas y orgánicas como por ejemplo la feria que realiza el Ministerio de Transportes y Comunicaciones “Feria de Vida Saludable”, la cual abarca a 3000 personas (personal del todo el Ministerio). En este caso, como no existe un pago por las instalaciones colocaremos el producto con precio de S/. 6.00, de esta manera aplicaremos la temática de dicha feria que es “de la fábrica directa al consumidor”.

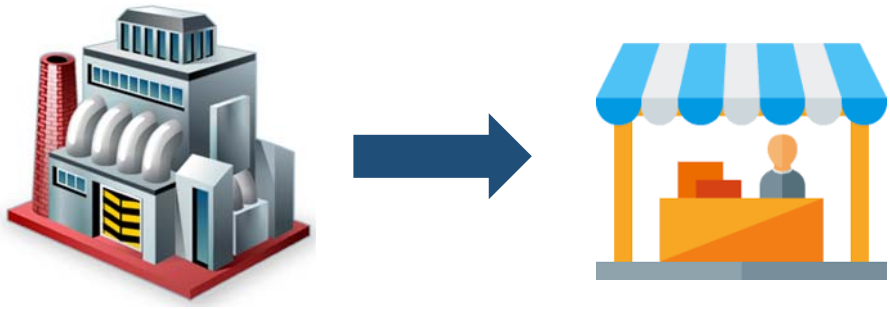


Figura 47. Distribución canal 1

Nota: Elaboración propia

Tabla 119.

Ferias Naturistas

Feria	Dirección
Madre Natura	Av. La Encalada 300, Santiago de Surco
Vacas Felices	Parque Reducto No. 2 Av. Benavides y Via Expresa Miraflores
Bioferia Miguel Dasso	Calle Miguel Dasso 200, San Isidro
Bioferia Saludable La Molina	Alameda del Corregidor 525, La Molina
Mara Biomarket	Av. Camino Real 1251, San Isidro
The Green Natural	Calle Cantuarias 140, Miraflores
La Menta Biomarket	Las Casuarinas 149, Surco
Feria Ecológica de Barranco	Av. San Martin, Barranco 15063
Mercado Saludable la Molina	Alameda del Corregidor 525, La Molina 15024
Ecoferia San Borja	Av. San Borja Sur 231, San Borja 15036
Bioferia Surquillo	Jirón Narciso de la Colina 580, Surquillo 15047
Ecoferia Lince	Av. César Vallejo 4986, Cercado de Lima 15073

Nota: Elaboración propia

En segundo lugar tendremos como otro punto de comercialización de ZapeMoche la venta por medio de tiendas especializadas en productos gourmet, tiendas naturistas, minimarkets y bodegas gourmet como se muestra.

Figura 48. Distribución canal 2

Nota: Elaboración propia

Tabla 120.

Lista de Biomarkets

Biomarkets	Dirección
Madre Natura	Av. La Encalada 300, Santiago de Surco
Vacas Felices	Parque Reducto No. 2 Av. Benavides y Via Expresa Miraflores
Bioferia Miguel Dasso	Calle Miguel Dasso 200, San Isidro
Bioferia Saludable La Molina	Alameda del Corregidor 525, La Molina
Bioferia Agropecuaria	Av. Brasil 32, Magdalena del Mar
Mara Biomarket	Av. Camino Real 1251, San Isidro
The Green Natural	Calle Cantuarias 140, Miraflores
La Menta Biomarket	Las Casuarinas 149, Surco

Nota: Elaboración propia

Tabla 121.

Lista de Tiendas Naturistas

Tienda	Dirección
Kaita	Av. Arequipa 2584, San Isidro 15046 · (01) 4402136
Mundo Natural	Mcdo. El Edén San Borja, Av. San Luis 1965 · (01) 3463585
Santa Natura	Torres de Limatambo, Av. Angamos 2449 · (01) 2237151
Eco tienda Walwa	Av. Flora Tristán 655, La Molina 15024 · (01) 3489387
El templo de la vida	Av. Benavides 4692, Surco 15039 · (01) 2820416
Madre Natura e Hijos	Calle Chiclayo 815, Miraflores 15074 · (01) 4454096
Cosecha del Paraíso	Av. José Gálvez 210, Miraflores 15074
Rogreda tienda naturista	Av. Arnaldo Márquez 1480, Jesús María 15072 · (01) 4316803
Tienda naturista Romero	Nueva 193, San Miguel 15087 · (01) 3489387

Nota: Elaboración propia

4.3.4. Promoción.

El objetivo principal de nuestra empresa es llegar a transmitir al consumidor las características diferenciadoras que tiene nuestro producto frente a los demás diferentes tipos de tapenade que existen en el Mercado.

4.3.4.1. Promoción para todos los años.

Objetivos:

A través de este tipo de promociones daremos a conocer las bondades y beneficios de nuestro producto. Según la investigación de mercado, en nuestras encuestas. En referencia a la pregunta: ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? la mayoría de las respuestas fueron de preferencia por Degustación y Redes Sociales.

Motivo por el cual hemos decidido utilizar la promoción, basada inicialmente en el Marketing Digital, a través de las redes sociales, esto nos permitirá contar con un contacto permanente con nuestros clientes. Estamos confiados en establecer un vínculo personal, generando una experiencia en el consumo de nuestro producto y los resultados que se obtengan de estos.

Actividades Calendarizadas:

Lo que buscamos es que ZapeMoche, genere una red de contactos obtenidos buscando una publicidad viralizable; esto nos permitirá ahorrar costos de difusión en el mercado objetivo.

- Realizaremos y asistiremos a campañas para el día de la madre, Fiestas Patrias, festividades y eventos como Mistura, campaña Navideña, etc.
- En referencia a los siguientes 5 años, los principales objetivos son dar a conocer nuestra marca y fidelizar a nuestros clientes a través de campañas digitales:

Promociones por Twitter:

- Entraran a un sorteo semanal los que realicen los Retweets, a las publicaciones realizadas por la propia marca.
- Se sorteará de forma semanal a los seguidores “Followers”, esta elección se realizará de forma aleatoria entre los seguidores antiguos y nuevos en forma conjunta.

Otros medios digitales en general:

- Sorteos por cupones de descuento que busquen que los clientes compartan su experiencia con ZapeMoche.
- Comunicación de nuestra presencia en eventos: a través de fotos evidenciar la participación de nuestra marca en diferentes eventos y/o ferias referidas al sector.

Presencial:

- Para la ubicación del stand utilizaremos jalavista y la instalación de Banners publicitarios a la entrada de las ferias y en el stand.
- Se programará el volanteo en las zonas circundantes de las bioferias y bodegas gourmet.

Festividades y Eventos que se realizaran durante el año:

Día de la Madre:

Promoción del 2do producto con 50% de descuento.

Fiestas Patrias:

Promoción de compra 3 unidades. Por el precio de 2.

Evento Mistura

Promoción de compra 3, paga 2. Esto nos servirá como conexión con potenciales clientes para la penetración de nuestros productos en las ferias.

Evento Navideño:

Promoción de compra 3, paga 2

4.3.4.2. Campaña de lanzamiento.

- **Página web:** Tendremos nuestra página web utilizando la plataforma Wix, ya que podemos personalizarla y detallar las novedades de nuestra empresa, estar más en contacto con nuestros clientes y presentar nuestros precios.
- **Redes sociales:** Utilizaremos como medio de promoción para nuestro producto fan pages en Facebook, Twitter entre otros.
- **Folletería:** En los folletos habrá información sobre nuestra versión de ZapeMoche, informando sobre sus beneficios y el modo de uso.
- **Tarjetas personales:** Estas van a ser entregadas junto con la folletería tanto en la feria como en las reuniones que pueda tener algunos de los socios o representante de ventas.

Tabla 122.

Campaña de lanzamiento

	Campaña de Lanzamiento					
	Julio	**Agosto**	**Setiembre**	**Octubre**	**Noviembre**	**Diciembre**
WEB	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**
Hosting & Plantillas de Diseño Web	50	50	50	50	50	50
Dominio (".com", ".net", ".org", ".biz")						
Correo	20	20	20	20	20	20
Google Adwords (CEO & CEM)	100	100	100	100	100	100
Google banners (Adsence)	30	30	30	30	30	30
REDES SOCIALES	**240**	**240**	**240**	**240**	**240**	**240**
Instagram posts (3 post semanales)	120	120	120	120	120	120
Facebook (3 post semanales)	120	120	120	120	120	120
AUSPICIOS	**380**	**380**	**380**	**380**	**380**	**380**
Ferias	150	150	150	150	150	150
Personal de venta	80	80	80	80	80	80
Banderolas - Banners para ferias	50	50	50	50	50	50
Sampling					100	100
TOTAL SOLES (AÑO 0)	**720**	**720**	**720**	**720**	**820**	**820**

Nota: Elaboración propia

4.3.4.3. Promoción para todos los años.

Objetivos:

A través de este tipo de promociones daremos a conocer las bondades y beneficios de nuestro producto. Según la investigación de mercado, en nuestras encuestas. En referencia a la pregunta: ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? , la mayoría de las respuestas fueron de preferencia por Degustación y Redes Sociales.

Motivo por el cual hemos decidido utilizar la promoción, basada inicialmente en el Marketing Digital, a través de las redes sociales, esto nos permitirá contar con un contacto permanente con nuestros clientes. Estamos confiados en establecer un vínculo personal, generando una experiencia en el consumo de nuestro producto y los resultados que se obtengan de estos.

Actividades Calendarizadas:

- Lo que buscamos es que ZapeMoche, genere una red de contactos obtenidos buscando una publicidad viralizable; esto nos permitirá ahorrar costos de difusión en el mercado objetivo.
- Realizaremos y asistiremos a campañas para el día de la madre, Fiestas Patrias, festividades y eventos como Mistura, campaña Navideña, etc.
- En referencia a los siguientes 5 años, los principales objetivos son dar a conocer nuestra marca y fidelizar a nuestros clientes a través de campañas digitales:

Promociones por Twitter:

- Entraran a un sorteo semanal los que realicen los Retweets, a las publicaciones realizadas por la propia marca.
- Se sorteará de forma semanal a los seguidores “Followers”, esta elección se realizará de forma aleatoria entre los seguidores antiguos y nuevos en forma conjunta.

Otros medios digitales en general:

- Sorteos por cupones de descuento que busquen que los clientes compartan su experiencia con ZapeMoche.
- Comunicación de nuestra presencia en eventos: a través de fotos evidenciar la participación de nuestra marca en diferentes eventos y/o ferias referidas al sector.

Presencial:

- Para la ubicación del stand utilizaremos jalavista y la instalación de Banners publicitarios a la entrada de las ferias y en el stand.
- Se programará el volanteo en las zonas circundantes de las bioferias y bodegas gourmet.

Capítulo V. Estudio Legal Y Organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria.

Nuestro grupo gerencial, según la ley Nº 26887 Ley General de Sociedades que se rige en el Perú; hemos convenido constituir una Sociedad Anónima Cerrada, la cual hemos revisado las características de los tipos de empresa y hemos convenido constituir una SAC, ya que es una sociedad dinámica y debido a que los accionistas somos 5 y no van a superar a los 20; se constituye en un solo acto con lo cual se inscribe las acciones de los socios; que al ser acciones nominativas se puede aportar en bienes o en efectivo; asimismo, al ser una empresa con responsabilidad limitada estas acciones no se inscriben en Registros Públicos.

Hemos indicado que es una sociedad dinámica ya que no es necesario conformar un directorio, pero si Junta General de accionistas las cuales se pueden convocar mediante correo electrónico.

Tabla 123.

Sociedades analizadas

Tipos de empresa	Constitución	Órganos	Capital	Acciones
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.	Entre 2 a 20 socios	Junta General de Socios y Gerencia	Capital definido por aportes de cada socio	Se debe inscribir en Registros Públicos
Sociedad Anónima Cerrada SAC	Entre 2 a 20 accionistas	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia	Capital definido por aportes de cada socio	Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones
Sociedad Anónima SA	2 a más accionistas	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia	Capital definido por aportes de cada socio	Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones

Nota: Elaboración Propia

Hemos convenido que cada accionista tenga el mismo derecho igualitario en la sociedad, es por ello que cada uno aportaremos el 20% del total del capital a constituir.

Tabla 124.

Distribución de los aportes de los accionistas

Nº	Socios	Aporte
1	Cruchaga Chávez, Javier Arturo	S/. 34,000

2	Delaude Céspedes, Flavia	S/. 34,000
3	Livia Zúñiga, Claudia	S/. 34,000
4	Rodríguez Pérez, Katherine	S/. 34,000
5	Salgado Alegre, Joaanne	S/. 34,000

Nota: Elaboración Propia

a. Actividades:

Para la constitución de la empresa Tradiciones Peruanas Gourmet S.A.C nos hemos asesorado con el programa Tu empresa del Ministerio de la Producción, el cual está destinado a apoyar a las micro y pequeñas empresas brindando información y las acompaña de manera personalizada en la formalización de la empresa, esto debido a tienen la finalidad de contribuir con el aumento de la productividad en el país.

Es por ello que nos dirigimos Produce: CDE – Tu Empresa ubicado Av. Guardia Civil 834, San Isidro donde nos derivaron con un abogado y nos brindaron asesoría para constituir la empresa:

1. Reserva de preferencia registral: Nos solicitaron 5 posibles nombres de la empresa, demora 24 horas, nos dan un código para visualizar el nombre final asignado en Registros Públicos. El cual se tiene que imprimir. Este trámite si se realiza en Produce no tiene costo.
2. Regresar al centro con los siguientes documentos en USB
    a. Reserva del nombre
    b. Llenar un formato de datos de la persona jurídica (Declaración Jurada: formato que incluye información de la empresa, intervinientes y aportes)
    c. DNI de los accionistas
    d. Recibo de Luz o Agua
    e. El abogado el día anterior brinda un listado con los CIU para el objeto social de la empresa.

Se entrega el USB y en 1 hora aproximadamente realizan la minuta y te derivan a la notaria que tiene convenio con Produce.

En este caso fuimos a la Notaria Carpio Valdez ubicada en Av. Mariscal Oscar R. Benavides (antes Diagonal) 380 Of. 205 – Miraflores-Lima donde nos informaron que ahí se firma la minuta y el pago notarial por convenio es de S/ 145.00 y el pago registral es S/ 80 soles aproximadamente y en 7 días calendario nos entregan el testimonio y la inscripción en Registros Públicos.

Después se dirige a la SUNAT con el testimonio de constitución, la copia registral y un recibo de servicios, donde en el mismo día se inscribe y nos brindan el número de RUC.

b. Valorización:

Tabla 125.

Actividades para constituir una empresa

Actividades	Detalle	Plazo	Valor de Venta	IGV	Precio de Venta
Búsqueda del nombre	Se realiza en la página de SUNARP y mediante Produce no tiene Costo	24 horas	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Reserva del Nombre	Se realiza en la página de SUNARP y mediante Produce no tiene Costo	24 horas	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Minuta de constitución	Elaboración de la minuta se realiza en Produce no tiene Costo	24 horas	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Testimonio de Constitución	Se lleva la minuta a la Notaria	7 días calendario	122.88	22.12	145.00
Inscripción en registros Públicos	La Notaria realiza el tramite	Min 7 días máx. 30 días calendario	80.00	-	80.00
RUC	Se inscribe a la empresa en SUNAT	24 horas	Gratuito	Gratuito	Gratuito
		Monto Soles Total:	202.88	22.12	225.00

Nota: SUNARP – Elaboración propia

5.1.2. Registro de marcas y patentes.

El registro de la marca y patente lo debemos realizar únicamente ante INDECOPI.

a. Actividades:

Constituida formalmente la empresa, el siguiente trámite es registrar la marca para lo cual se requiere acercarse a la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI, ente competente gestionar el registro de nuestra marca.

Figura 49. Logo de ZapeMoche

Nota: Elaboración propia

El primer paso para registrar nuestra marca ZapeMoche es verifica que la marca que hemos creado no incurra en una prohibición al registro como signos engañosos, signos genéricos o que vayan contra la moral.

Segundo paso es identificar la clase o categoría según la Clasificación de Niza y Peruanizado para el adecuado llenado de las solicitudes.

Tercer paso es la Búsqueda Fonética y/o Figurativa que nos permitirán conocer la existencia de marcas o signos distintivos similares o idénticos, registrados o solicitados con anterioridad, por lo que podrían impedir que se inscriba nuestra marca. Se tiene que presentar los siguientes requisitos:

1. El nombre o razón social del solicitante y su número de DNI o RUC, según corresponda.
2. Los datos del titular, del signo distintivo materia de la búsqueda y la clase o clases de la Clasificación Internacional en los que se encuentren los productos o servicios que desea se realice la indagación.
3. Presentar el pago de tasa según corresponda

   El cuarto paso y si la propuesta es viable se inicia el trámite correspondiente.

Según la página oficial de INDECOPI (2019) nos detalla el trámite, según los siguientes pasos:

- Se debe presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente el cual se obtiene de la página web de Indecopi.
- Indicar los datos de identificación del solicitante; para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único del Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).

- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros). Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- La Orden de Publicación correspondiente le será entregada después de 15 días hábiles de haber presentado la solicitud de registro, en la Unidad de Trámite Documentario.
- Una vez que es aceptada la Solicitud de Registro, usted se deberá acercar a la Oficina del Diario Oficial “El Peruano” y solicitar la publicación por única vez (costo asumido por el solicitante). Si el signo solicitado está constituido por un logotipo, envase o envoltura debe adjuntarlo en un tamaño de 3x3cm.
- Dentro del plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su publicación en el diario oficial El Peruano.
- El solicitante debe presentar un documento que le permita demostrar la cesión de su firma legalizada. Una vez efectuada por una persona natural, se presentara una declaración jurada de bien propio de libre disposición.

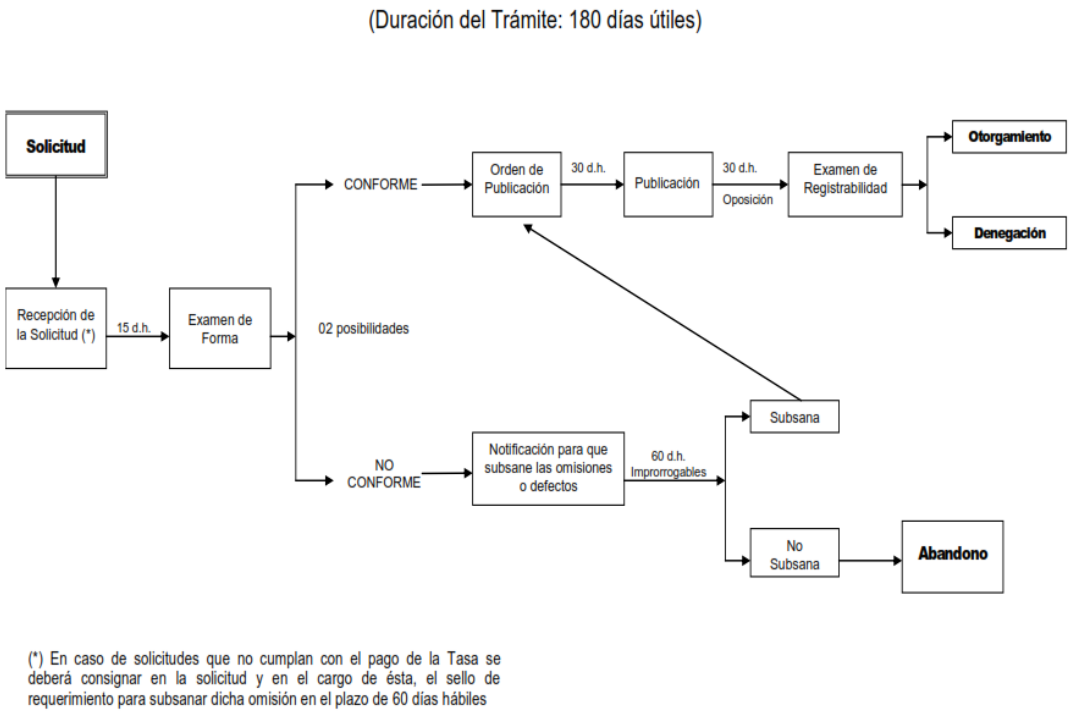


Figura 50. Esquema del Tramite Solicitud de Registro de Marca

Nota: INDECOPI

b. Valorización:

Tabla 126.
Registro de marca

Actividad	S/.
Búsqueda fonética y figurativa	69.45
Solicitud de registro	534.99
Publicación en el Diario El Peruano	250.00
Costo Total	**S/. 854.44**

Nota: INDECOPI

Se otorga por 10 años renovables por periodos iguales, siempre y cuando se realice el trámite de renovación. Es decir, se cuenta con 6 meses antes de vencimiento del registro, y si este periodo ya pasó se tiene un periodo de gracia de 6 meses vencido el registro.

5.1.3. Licencias y autorizaciones.

a. Actividades.

Permisos Municipales: Municipalidad de Ate - Vitarte

La Licencia Municipal de funcionamiento es una autorización del distrito en el cual la empresa va a desarrollar su actividad económica la cual está ubicada en la Municipalidad de Ate Vitarte

Requisitos para la solicitud de la licencia de funcionamiento:

- Verificar que el local se encuentre en una zonificación conforme
- Llenar el Formulario que actúa como una Declaración Jurada de la empresa firmada por el representante legal
- Inicio de procedimientos Trámite Documentario DIGESA.
- Procedimiento a seguir es el de Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano.

Autorizaciones: DIGESA

La Institución responsable de la Habilitación Sanitaria el cual se puede definir como el proceso en el cual la planta de procesamiento puede cumplir con las condiciones necesarias para la fabricación del ZapeMoche así como la implementación del Sistema HACCP, donde se realiza y se emite un certificado de Validación Técnica Oficial del Plan

HACCP donde Digesa certifica que los componentes del Plan HACCP son aplicados correctamente.

Autorizaciones de Código de Barras

El código de barras es la representación gráfica que en nuestro caso es de 12 dígitos definido como UPC que sirve para identificar a nuestro producto en el Mercado minorista de todo el mundo. Este código de barra lo emite la empresa GS1 la cual administra la base del mundo

Tiene un costo de US$ 25.00 por un código de barras registrado, proporcionado en 3 formatos de imagen y con documentos de garantía y soporte (RegistroCodigodebarras.com, 2019).

b. Valorización.

Tabla 127.

Licencias y autorizaciones

Actividad	S/.
Licencia de Funcionamiento – Municipalidad de Ate Vitarte (más de 100 m2 hasta 500 m2)	200.4
Inspección Técnica - Compatibilidad de Uso (más de 100	131.6
Certificado de Defensa Civil	82.4
Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano	210
Habilitación Sanitaria de Fábrica de Alimentos y Bebidas	876
Validación Técnica del Plan HACCP	875.27
Código de Barras	83.75
Costo Total	**2,459.42**

Nota: Elaboración propia

5.1.4. Legislación laboral.

a. Actividades:

Los trabajadores es necesario que estén bajo las condiciones de un contrato de trabajo, el cual es el acuerdo de voluntades entre el trabajador y el empleador para la prestación de servicios personales y subordinados, a cambio de una remuneración. El acuerdo podrá ser escrito, o verbal; ya que es un acuerdo el cual beneficia a ambas partes y que facilitará el funcionamiento de la empresa.

En nuestro país, el contrato a plazo indeterminado es la regla general de contratación. Este contrato supone una estabilidad en el empleo; en nuestro caso el

Gerente General por un tema de representación y manejo de sus funciones tendrá un contrato indeterminado.

Adicionalmente, celebraremos en forma escrita contrato de naturaleza temporal ya que al ser una empresa nueva y por inicio de actividades la ley nos faculta celebrarlo hasta por 3 años para los demás trabajadores.

La empresa trabajará bajo el régimen especial para la micro y pequeña empresa.

Tabla 128.

Definición de Microempresa y Pequeña Empresa

	Trabajadores (Promedio al Año)	**Ventas Anuales (Rus,Rer Y Rg)**
Microempresa	De 1 hasta 10	Hasta el monto máximo 150 UIT
Pequeña Empresa	De 1 hasta 100	Hasta 1700 UIT

Nota: MYPE – Elaboración propia

Según el Ministerio de la producción nuestra empresa está clasificada como pequeña empresa.

A) Requisitos para inscripción en el REMYPE:

Los requisitos indispensables para inscribir a la empresa son:

- Se deberá contar con al menos un trabajador
- Cumplir con las características de la MYPE detalladas en la Tabla Nº 128; en lo que respecta a promedio de trabajadores al año y las ventas anuales de 1700 UITs
- No pertenecer grupos económicos o vinculación económica, ya que la suma de las empresas no está incluidas en las características de las Mypes. También se encuentran excluidas de este régimen las unidades económicas que se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines
- Conocer la clave Sol de la empresa para poder afiliarse al sistema

B) Pasos para inscripción:

- Requisitos Básicos: Ruc, Usuario SOL y clave SOL
- Registrarse en la página web: https://www.sunat.gob.pe/xssecurity/SignOnVerification.htm?logout&signonForwardAction=https://luna.mintra.gob.pe/si.remype/index.jsp
- Se debe de registrar a los socios y trabajadores
- Se envía la solicitud y se imprime

Tabla 129.

Cuadro comparativo de Beneficios laborales

Beneficios de los trabajadores	Régimen general	Microempresa	Pequeña empresa
Remuneración Mínima vital	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
Jornada máxima de trabajo	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
Derecho al refrigerio	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo		
Descanso semanal obligatorio	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados		
Licencia prenatal y post natal	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 49 días de descanso pre-natal y 49 días de descanso postnatal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año		
Licencia por paternidad	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 10 días con ocasión del nacimiento de su hijo		
Vacaciones truncas	Son vacaciones truncas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones truncas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		
Vacaciones	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.

Compensación por tiempo de servicios (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No corresponde el pago de dicho beneficio.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
Seguro de salud	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semicontributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
Indemnización por despido arbitrario	Una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.

Nota: (CRECEMYPE, 2019)

Adicionalmente, como empleadores tenemos la obligación de registrar y formalizar a los trabajadores en el T-Registro; así como presentar mensualmente por internet, el PDT-PLAME.

El T-Registro es el sistema de registro de información laboral de los empleadores, trabajadores y otros prestador de servicios así como los derechohabientes.

EL PDT-Plame es la información mensual de los ingresos que perciben las personas inscritas en el T-registro así como el cálculo de sus tributos como el ONP, Essalud, la cual Sunat es el responsable de la recaudación.

5.1.5. Legislación tributaria.

a. Actividades:

Actualmente, nuestro sistema de recaudación tributaria en el Perú tenemos 04 régimen por el cual debemos de alinearnos:

NRUS: Nuevo Régimen Único Simplificado, el cual está orientado a bodegas, puestos de mercados, zapaterías, etc.

RER: Régimen Especial de Renta, es para un negocio un poco más grande y se desea entregar facturas y tener una contabilidad más simple.

RMT: Régimen Mype Tributario; es donde las empresas sus ingresos netos no van a superar 1,700 UIT el cual es nuestro caso

RG: Régimen General es para la empresa que sus ingresos superan a 1,700 UIT.

En nuestro caso hemos elegido el régimen Mype tributario el cual al vender estamos obligados a entregar facturas, boletas de ventas o tickets. Además podemos emitir otros documentos complementarios a los comprobantes de pago como Notas de Crédito, Notas de débito, guías de remisión remitente y/o transportistas en los casos que se realice traslado de mercancías. Es necesario indicar que desde el 2018 las nuevas empresas que se constituyan están obligadas a emitir comprobantes electrónicos.

Sobre el llevado de libros contables en el Régimen Mype tributario es de acuerdo a los ingresos obtenidos según lo siguiente:

1) Ingresos Netos Anuales hasta 300 UIT esta obligados a llevar los siguientes libros:
   a) Registros de Ventas
   b) Registro de Compras
   c) Libro Diario de Formato Simplificado
2) Ingresos Brutos anuales desde 300 UIT y que no superen los 500 UIT de ingresos brutos anuales esta obligados a llevar los siguientes libros:
   a) Registros de Ventas
   b) Registro de Compras
   c) Libro Diario
   d) Libro Mayor
3) Ingresos Brutos Anuales mayores a 500 UIT y que no superen los ingresos netos anuales de 1700 UIT esta obligados a llevar los siguientes libros:
   a) Registros de Ventas
   b) Registro de Compras
   c) Libro Diario
   d) Libro Mayor

e) Libro de Inventarios y Balances

Es importante mencionar que estos libros también pueden ser llevados de forma electrónica a través del Sistema de Libros Electrónicos – SLE.

b. Valoración:

Tabla 130.
Legislación tributaria

CONCEPTOS	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO
¿Cuándo declarar?	De acuerdo al cronograma de vencimientos mensuales Recuerda que para acogerte al RMT, la declaración jurada mensual debe efectuarse dentro de la fecha de vencimiento, según el último digito del RUC
¿Presenta la declaración anual del Impuesto a la Renta?	Si, además de realizar declaración y pagos a cuenta mensuales Pago a cuenta mensual de Impuesto a la renta: • Para contribuyentes que no superen las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. • Para contribuyentes que en cualquier mes superen los 300 UIT de ingresos, netos anuales: pagarán de acuerdo a lo previsto en el artículo 85º de la Ley del Impuesto a la Renta. Impuesto a la Renta anual: • Hasta 15 UIT: 10% • Más de 15 UIT: 29.50 % IGV:18%
¿Cómo declarar?	Mediante el Declara Fácil 621 IGV - Renta Mensual, por internet con tu Clave SOL. Por internet: mediante cargo en cuenta (previo convenio de afiliación con el banco) tarjeta de crédito o débito, con cuenta de detracciones, NPS y mediante boleta de pago N° 1662.
¿En qué bancos de puede pagar?	Interbank, Scotiabank, Banco Continental, Banco de Crédito, Banco de la Nación, Banco de Comercio, Banco BanBif, Santander, Citibank, Banco GNB, o Banco Pichincha.

Nota: Elaboración propia

Para obtener el Impuesto resultante previamente se deben realizar los ajustes tributarios, que estarán conformados por las adiciones o deducciones que se efectúen sobre la utilidad contable considerando las pautas desarrolladas en la Ley del Impuesto a la Renta para la determinación del Impuesto.

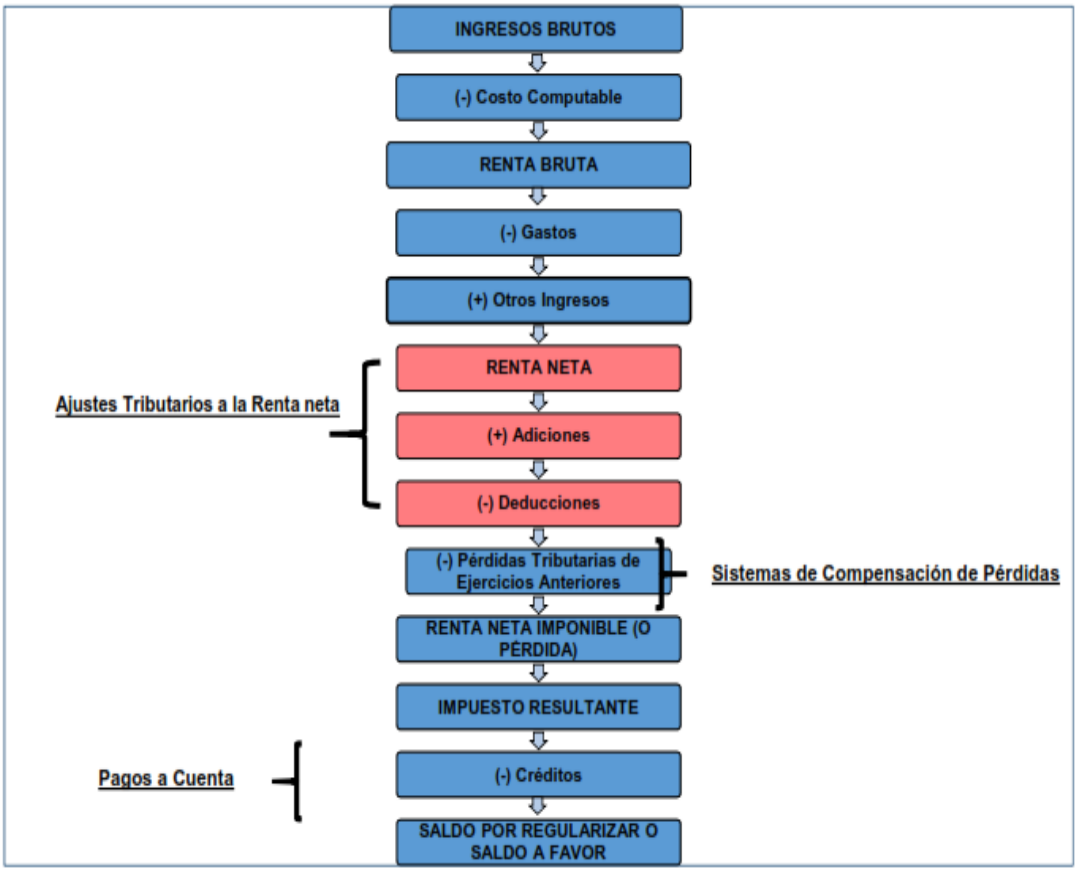


Figura 51. Esquema General De La Determinación Del IR

Nota: Elaboración propia

5.1.6. Resumen del capítulo.

Cuadro valorizado de todos los puntos anteriores

Tabla 131.

Cuadro Valorizado de gastos para la constitución de la empresa

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta	Producción		Administrativo		Ventas	
Constitución de la empresa						**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**
De acuerdo al Capital Social (de S/ 75,000 a S/ 120,000)	1	930	930		930	0%	0	100%	930	0%	0
Búsqueda y Reserva del Nombre	1	24	24		24	0%	0	100%	24	0%	0
Derecho de Calificación RRPP	1	80	80		40	0%	0	100%	80	0%	0
Gastos Notariales	1	122.88	122.88	22.12	145			100%	122.88		
Marcas y patentes						**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**
Marcas y patentes	1	724.1	724.1	130.34	854.44	0%	0	80%	579.28	20%	144.82
Licencias y autorizaciones						**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**	**% Dist.**	**Total**
Licencia de Funcionamiento – Municipalidad de Ate Vitarte (más de 100 m2 hasta 500 m2)	1	200.4	200.4	0	200.4	0%	0	80%	160.32	20%	40.08
Inspección Técnica - Compatibilidad de Uso (más de 100	1	131.6	131.6	0	131.6	80%	105.28	20%	26.32	0%	0
Certificado de Defensa Civil	1	82.4	82.4	0	82.4	80%	65.92	20%	16.48	0%	0
Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano	1	210	210	0	210	100%	210	0%	0	0%	0
Habilitación Sanitaria de Fábrica de Alimentos y Bebidas	1	876	876.00	0	876	100%	876	0%	0.00	0%	0.00
Validación Técnica del Plan HACCP	1	875.27	875.27	0	875.27	100%	875.27	0%	0	0%	0
Código de Barras	1	83.75	83.75	0	83.75	100%	83.75	0%	0	0%	0
TOTAL		**4,340**	**4,340**	**152**	**4,453**		**2,216**		**1,939**		**185**

Nota: Elaboración propia

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

La empresa Tradiciones Peruanas Gourmet S.A.C. tendrá un organigrama de tipo funcional, el cual permitirá detallar las funciones a cada una de sus unidades organizadas, las cuales se detallarán de modo jerárquico e integrativas para el correcto funcionamiento de la empresa.

El organigrama de la empresa se designará de la siguiente manera:

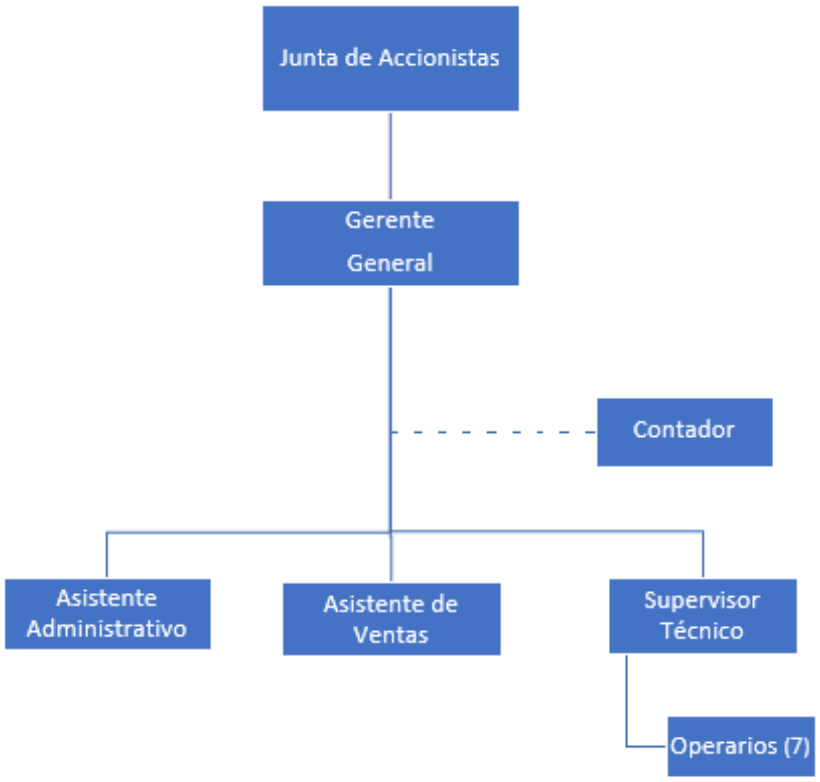


Figura 52. Organigrama Funcional

Nota: Elaboración Propia

5.2.2. Servicios tercerizados.

La empresa tercerizará los servicios de las siguientes áreas:

- Contador
- Limpieza
- Seguridad
- Transporte

Tabla 132.

Servicios Tercerizados

Cargo	Área	Cantidad
Contador	Administrativa	1
Seguridad	Administrativa	2
Limpieza	Administrativa	1
Transporte	Administrativa	1

Nota: Elaboración Propia

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

- **Gerente General**.- Planificar, organizar, dirigir y controlar toda la empresa. Responde ante dificultades que se presentan en el día a día, además de establecer siempre el clima y ambiente laboral adecuado para el buen funcionamiento de la organización.
- **Asistente Administrativo**.- Apoya directamente en todas las funciones al Gerente General, así como en pagos menores, archiva la documentación de su área, monitora todos los procesos, al personal de limpieza y de seguridad. Apoya al contador externo.
- **Asistente de Ventas**.- Se encarga de coordinar mediante redes sociales y mail las ventas y distribución, también tiene como función promocionar y subir toda la información de la empresa, descuentos, promociones. También tiene la función de cobros cuando se realizan pedidos, llevando toda la documentación correspondiente debidamente archivada. Manejo de las redes sociales de la empresa para contactos y venta.
- **Supervisor Técnico**.- Evalúa todo el proceso de fabricación y elaboración, además debe supervisar y capacitar a los operarios. Debe tener experiencia en cuanto a manejo de maquinaria de nivel industrial. De preferencia Ingeniero especialista en la industria alimentaria.
- **Operarios**. - Debe contar con experiencia en el manejo de maquinaria industrial y ser capaz de minimizar tiempos y evitar accidentes laborales por manipulación de productos o maquinaria. Conocimientos generales y experiencia en cocina.

Tabla 133.

Puesto Gerente General

Nombre de puesto	**Gerente General**		
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Superior	Sí	Administrador, Ing. Industrial, Carreras afines.
Experiencia	Más de dos (2) años de experiencia. De preferencia		
Otros	Con conocimiento en el rubro de alimentación		
	Líder de grupo		
Habilidades	Trabajo en equipo		
	Trabajo bajo presión		
Acciones y resultados esperado	Toma de decisiones		
	Planear, Organizar, Controlar y Dirigir.		
	Administrar los recursos económicos y materiales de la empresa		
	Mantener el orden y liderazgo de la empresa		
	Mantener el orden y liderazgo de la empresa		
	Responder ante dificultades diarias.		
Condiciones de Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato Indeterminado		
Remuneración	3,500 soles		
Ubicación	Administrativa		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes a viernes de 9:00 am a 6:00pm		
Tipo de Sueldo	Pago fijo		

Nota: Elaboración Propia

Tabla 134.

Supervisor Técnico

Descripción y perfil del puesto			
Nombre de puesto	Jefe		
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Superior	Sí	Ing. Industrias Alimentarias, Ing. Industrial, Carreras afines.
Experiencia	Más de dos (2) años de experiencia en el rubro industrial, de preferencia en lo relacionado al sector de alimentos		
Otros			
	Líder de grupo		
Habilidades	Trabajo en equipo		
	Trabajo bajo presión		
Acciones y resultados esperado	Toma de decisiones		
	Administrar los recursos económicos y materiales de su unidad		
	Certificar la calidad de los procesos		
	Certificar la calidad de los productos		
	Mantener el orden y liderazgo de su unidad		
	Capacitación del personal		
	Supervisar y controlar a su personal		
Condiciones de Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato Indeterminado		
Remuneración	2,000 soles		
Ubicación	Administrativa		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes a viernes de 9:00 am a 6:00pm / Sábados de 9:00 am a 6:00 pm		
Tipo de Sueldo	Pago fijo		

Nota: Elaboración Propia

Tabla 135.

Asistente Administrativo

Nombre de puesto	**Asistente Administrativo**			
Competencias				
	Grado de instrucción	Título	Oficio	
Educación	Técnico	Si	Administración, carreras afines.	Marketing,
Experiencia	Un (1) año de experiencia en área administrativa.			
Otros	De preferencia con conocimiento en rubro de alimentos.			
	Conocimientos contabilidad			
Habilidades	Trabajo en equipo			
	Trabajo bajo presión			
Acciones y resultados esperado	Responsable de pagos menores			
	Responsable de ofimática			
	Responsable de archivo de documentos del área.			
	Coordina reuniones o actividades entre los trabajadores			
Condiciones de Puesto				
Tipo de Contrato	Contrato Indeterminado			
Remuneración	1,800 soles			
Ubicación	Administrativa			
Beneficios Sociales	Si			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes de 8:30 am a 5:30pm / Sábados de 8:30am a 1:00 pm			
Tipo de Sueldo	Pago fijo			

Nota: Elaboración Propia

Tabla 136.

Asistente de Ventas

Descripción y perfil del puesto			
Nombre de puesto	Asistente de ventas		
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Oficio
Educación	Técnico	Si	Administración, Marketing, carreras afines
Experiencia	Un (1) año de experiencia, de preferencia en el rubro de alimentos.		
Otros			
Habilidades	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión conocimientos contabilidad		
Acciones y resultados esperado	Cuadre de caja Ventas de manera presencial y virtual Manejo de redes sociales Archivo de documentos del área		
Condiciones de Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato determinado		
Remuneración	1,000 soles		
Ubicación	Administrativa		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes a viernes de 8:30 am a 5:30pm / Sábados de 8:30am a 1:00pm		
Tipo de Sueldo	Pago Variable		

Nota: Elaboración Propia

Tabla 137.

Operario

Descripción y perfil del puesto			
Nombre de puesto	Recortador Habilitador		
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Oficio
Educación	Secundaria Completa	No	Recortador Habilitador
Experiencia	Más de un (1) año de experiencia en el rubro industrial. De preferencia		
Otros	Con conocimiento en rubro de alimentos Facilidad de comunicación		
Habilidades	Conocimiento general en cocina Trabajo bajo presión		
Acciones y resultados esperado	Manejo de maquinaria industrial Conocimiento en mantenimiento de maquinaria Verificación del control de calidad durante todo el proceso.		
Condiciones de Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato determinado		
Remuneración	950 soles		
Ubicación	Administrativa		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes a viernes de 9:00 am a 6:00 pm / Sábados de 9:00 a 6:00pm		
Tipo de Sueldo	Pago fijo		

Nota: Elaboración Propia

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

- **Contador**. - Se encarga de llevar con responsabilidad todas las tareas que le competen como la facturación de la empresa, control de costos, gastos, emisión de comprobantes, retención, salarios, beneficios sociales e impuestos.
  El contador no tiene un horario fijo, se recibe su visita de manera quincenal.
- **Limpieza**. – Tiene como función limpiar toda la empresa, manteniéndola con la pulcritud debida. Mantiene el orden de los desechos y organiza para tratar de reciclar y colaborar con el medio ambiente e instituciones que los necesiten.
- **Seguridad**. - Debe ser una persona con amplia experiencia en el rubro, sin antecedentes de ningún tipo ante la ley, y de preferencia tener recomendaciones de sus anteriores empleos, debido a que su cargo es de confianza.

- **Transporte**. - Su función será la distribución de nuestros productos a nuestros canales y clientes, esta distribución puerta a puerta se realizará en horarios previamente pactados y coordinados.

5.2.5. Aspectos Laborales.

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

Las formas de contratación de la empresa a constituir serán mediante convocatoria en las páginas y plataformas que ofrecen servicios de dotación de personal más conocidas tales como Linkedin, EmpleosPerú, Computrabajo entre otros. Luego de la fase de entrevistas con cada postulante la cual nos refieran las páginas indicadas, se procederá a escoger a los perfiles que calcen con las necesidades y lineamientos de la institución para luego ser llamados a entrevista personal con el Gerente General de la empresa. En el caso especial del Supervisor Técnico y los operarios se pondrá énfasis en el currículo y experiencia previa con la manipulación de alimentos y procesamiento de los mismos, ya que se necesita que desde el comienzo de operaciones las máquinas operen a capacidad tope sin descuidar las BPM (Buenas Prácticas de manipulación) en lo que se refiere a la elaboración de alimentos.

Con esto, se realizarán dos tipos de contrataciones:

- Planilla: En este régimen se tomará en cuenta a los trabajadores que laboren en jornada completa dentro de la empresa (48 horas a la semana) quienes gozarán todos sus beneficios de acuerdo a ley. Con nuestro esquema organizacional serían las siguientes personas: Gerente General, Asistente Administrativo, Supervisor Técnico, Asistente de ventas y Operarios.
- Servicios Tercerizados: Esta modalidad de contratación ya es una gran realidad, muy importante. El año pasado (2018) la empresa Global Research Marketing, realizó una serie de encuestas que dieron como resultado que la gran mayoría (80%) de las empresas entrevistadas, tenían servicios tercerizados. En nuestro caso el servicio Contable, Servicio de Limpieza, Servicio de Transporte y Servicio de Seguridad las 24 horas.

Tabla 138.

Forma de Contratación

CARGO	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	Contrato Indeterminado
Asistente Administrativo	Contrato Determinado
Asistente Ventas	Contrato Determinado
Supervisor Técnico	Contrato Determinado
Operario (7)	Contrato Determinado
Contador	Servicios Tercerizados
Servicio de Limpieza	Servicios Tercerizados
Transporte	Servicios Tercerizados
Seguridad	Servicios Tercerizados

Nota: Elaboración propia

b. Régimen laboral de puestos de trabajo:

Tabla 139.

Régimen laboral de puestos de trabajo

REGIMEN	PEQUEÑA EMPRESA
	Remuneración Mínima Vital (RMV) = 930 soles
	Jornada laboral máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales
BENEFICIOS	Remuneración por sobretiempo
SOCIALES	Descanso semanal y en días feriados
	Descanso vacacional de 15 días
	Cobertura de seguridad social – Essalud
	Indemnización por despido de 20 días por año de servicios
INDEMNIZACION POR	
DESPIDO	Equivale a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios.
ARBITRARITO	
SEGURO	
COMPLEMENTARIO DE	Cobertura de seguro de vida y seguro complementario (SCTR)
TRABAJO DE RIESGO	

Nota: Elaboración propia

c. Planillas para todos los años del proyecto:

Tabla 140.

Planilla del personal para todos los años

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual - Año 1	Remuneración Mensual - Año 2	Remuneración Mensual - Año 3	Remuneración Mensual - Año 4	Remuneración Mensual - Año 5
Administrativa	Gerente General	1	1	1	1	1	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Administrativa	Asistente Administrativo	1	1	1	1	1	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
Ventas	Asistente de ventas	1	1	2	2	2	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Producción	Supervisor Técnico	1	1	1	1	1	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Producción	Operario	7	7	7	8	8	950	950	950	950	950
	Total de Trabajadores	**11**	**11**	**12**	**13**	**13**					

Nota: Elaboración propia

Tabla 141.

Planilla del área Administrativa

Área	Puestos	Cant. de trabajadores año 1	Cant. de trabajadores año 2	Cant. de trabajadores año 3	Cant. de trabajadores año 4	Cant. de trabajadores año 5	Remuneración Mensual en S/ 2020	Remuneración Mensual en S/ 2021	Remuneración Mensual en S/ 2022	Remuneración Mensual en S/ 2023	Remuneración Mensual en S/ 2024
Administrativa	Gerente General	1	1	1	1	1	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500	S/. 3,500
Administrativa	Asistente Administrativo	1	1	1	1	1	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800

Nota: Elaboración propia

Tabla 142.

Cuadro de provisiones del área administrativa Nov. 2019 – Dic.2020

Cuadro de provisiones	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Gerente General	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
Asistente de Gerencia	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Total Sueldo Bruto	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**	**5,300.00**
Gratificación(1/12)	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67	441.67
Total Sueldo	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**	**5,741.67**
CTS(1/24)	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24	239.24
Essalud (9%)	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75	39.75
SCTR 1% del sueldo	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00
Gasto total Administrativo	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**	**6,550.65**

Nota: Elaboración propia

Tabla 143.

Cuadro de provisiones del área administrativa 2020 - 2024

Cuadro de provisiones	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00
Asistente Administrativo	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00
Total Sueldo Bruto	**63,600.00**	**63,600.00**	**63,600.00**	**63,600.00**	**63,600.00**
Gratificación (1/12)	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00
Total Sueldo	**68,900.00**	**68,900.00**	**68,900.00**	**68,900.00**	**68,900.00**
CTS (1/24)	2,870.83	2,870.83	2,870.83	2,870.83	2,870.83
Essalud (9%)	5,724.00	5,724.00	5,724.00	5,724.00	5,724.00
Bono ley (9% de las gratificaciones)	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00
SCTR 1% del sueldo	636.00	636.00	636.00	636.00	636.00
Gasto total Administrativo	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**

Nota: Elaboración propia

Tabla 144.

Cuadro del pago total de la planilla administrativa.

Cuadro de pagos	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	63,600.00	63,600.00	63,600.00	63,600.00	63,600.00
Gratificación		883.33	0.00		0.00	0.00	0.00		2,650.00	0.00		0.00		2,650.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00
Pago de CTS		0.00		0.00	0.00		1,435.42						1,435.42		2,870.83	2,870.83	2,870.83	2,870.83	2,870.83
Essalud		477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	5,724.00	5,724.00	5,724.00	5,724.00	5,724.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		79.50							238.50					238.50	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00
SCTR 1% del sueldo	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	53.00	636.00	636.00	636.00	636.00	636.00
Pago Total planilla administrativa	**5,353.00**	**6,792.83**	**5,830.00**	**5,830.00**	**5,830.00**	**5,830.00**	**7,265.42**	**5,830.00**	**8,718.50**	**5,830.00**	**5,830.00**	**5,830.00**	**7,265.42**	**8,718.50**	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**	**78,607.83**

Nota: Elaboración propia

Tabla 145.

Planilla del Área de Ventas

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual en S/ 2020	Remuneración Mensual en S/ 2021	Remuneración Mensual en S/ 2022	Remuneración Mensual en S/ 2023	Remuneración Mensual en S/ 2024
Ventas	Asistente de ventas	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 146.

Cuadro de provisiones del área de ventas Nov. 2019 – Dic.2024

Cuadro de provisiones	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Vendedor	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Total Sueldo Bruto	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**1,000.00**	**12,000.00**	**12,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**
Gratificación(1/12)	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	1,000.00	1,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Total Sueldo	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**1,083.33**	**13,000.00**	**13,000.00**	**26,000.00**	**26,000.00**	**26,000.00**
CTS(1/24)	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	541.67	541.67	1,083.33	1,083.33	1,083.33
Essalud (9%)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00	1,080.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	90.00	90.00	180.00	180.00	180.00
SCTR 1% del sueldo	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00	120.00	240.00	240.00	240.00
Gasto planilla fija de ventas	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,235.97**	**14,831.67**	**14,831.67**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**
Comisión ventas 0.5%			**208.70**	**251.10**	**293.55**	**294.13**	**336.58**	**251.73**	**409.68**	**324.83**	**367.25**	**458.93**	**501.33**	**543.75**	**4,241.53**	**4,498.88**	**4,772.58**	**5,059.85**	**5,366.15**
Total gasto planilla ventas	**1,235.97**	**1,235.97**	**1,444.67**	**1,487.07**	**1,529.52**	**1,530.10**	**1,572.55**	**1,487.70**	**1,645.65**	**1,560.80**	**1,603.22**	**1,694.90**	**1,737.30**	**1,779.72**	**19,073.19**	**19,330.54**	**34,435.91**	**34,723.18**	**35,029.48**

Nota: Elaboración propia

Tabla 147.

Cuadro del pago total de la planilla de ventas Nov.2019 – Dic.2020

Cuadro de pagos	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Sueldo Bruto	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Gratificación		166.67	0.00		0.00	0.00	0.00		500.00	0.00		0.00		500.00
Pago de CTS							270.83						270.83	
Essalud		90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		15.00							45.00					45.00
SCTR 1% del sueldo	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Comisión ventas 0.5%	0.00	0.00	208.70	251.10	293.55	294.13	336.58	251.73	409.68	324.83	367.25	458.93	501.33	543.75
Pago total de ventas	**1,010.00**	**1,281.67**	**1,308.70**	**1,351.10**	**1,393.55**	**1,394.13**	**1,707.41**	**1,351.73**	**2,054.68**	**1,424.83**	**1,467.25**	**1,558.93**	**1,872.16**	**2,188.75**

Nota: Elaboración propia

Tabla 148.

Cuadro del pago total de la planilla de ventas 2020 - 2024

Cuadro de pagos	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	12,000.00	12,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Gratificación	1,000.00	1,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Pago de CTS	541.67	541.67	1,083.33	1,083.33	1,083.33
Essalud	1,080.00	1,080.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	90.00	90.00	180.00	180.00	180.00
SCTR 1% del sueldo	120.00	120.00	240.00	240.00	240.00
Comisión ventas 0.5%	4,241.53	4,498.88	4,772.58	5,059.85	5,366.15
Pago total de ventas	**19,073.19**	**19,330.54**	**34,435.91**	**34,723.18**	**35,029.48**

Nota: Elaboración propia

Tabla 149.

Planilla del Área de Producción

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual en S/ 2020	Remuneración Mensual en S/ 2021	Remuneración Mensual en S/ 2022	Remuneración Mensual en S/ 2023	Remuneración Mensual en S/ 2024
Producción	Operario	7	7	7	8	8	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 150.

Cuadro de provisiones del área de producción Nov.2019 – Dic.2020

Cuadro de provisiones	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Operario de producción	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00
Total Sueldo Bruto	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**
Gratificación(1/12)	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17
Total Sueldo	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**
CTS(1/24)	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17
Essalud (9%)	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50
Bono ley(9% de las gratificaciones)	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88
Sctr(1%)	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50
Costo MOD	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**

Nota: Elaboración propia

Tabla 151.

Cuadro de provisiones del área de producción (operarios) 2020 - 2024

Cuadro de provisiones	2020	2021	2022	2023	2024
Operario de producción	79,800.00	79,800.00	79,800.00	91,200.00	91,200.00
Total Sueldo Bruto	**79,800.00**	**79,800.00**	**79,800.00**	**91,200.00**	**91,200.00**
Gratificación(1/12)	6,650.00	6,650.00	6,650.00	7,600.00	7,600.00
Total Sueldo	**86,450.00**	**86,450.00**	**86,450.00**	**98,800.00**	**98,800.00**
CTS(1/24)	3,602.08	3,602.08	3,602.08	4,116.67	4,116.67
Essalud (9%)	7,182.00	7,182.00	7,182.00	8,208.00	8,208.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	598.50	598.50	598.50	684.00	684.00
Sctr(1%)	798.00	798.00	798.00	912.00	912.00
Costo MOD	**98,630.58**	**98,630.58**	**98,630.58**	**112,720.67**	**112,720.67**

Nota: Elaboración propia

Tabla 152.

Cuadro del pago total de la planilla de producción (operarios)

Cuadro de pagos	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	79,800.00	79,800.00	79,800.00	91,200.00	91,200.00
Gratificación		1,108.33	0.00		0.00	0.00	0.00		3,325.00	0.00		0.00		3,325.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	7,600.00	7,600.00
Pago de CTS		0.00		0.00	0.00		1,801.04						1,801.04		3,602.08	3,602.08	3,602.08	4,116.67	4,116.67
Essalud		598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	7,182.00	7,182.00	7,182.00	8,208.00	8,208.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		99.75							299.25					299.25	598.50	598.50	598.50	684.00	684.00
Sctr(1%)	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	798.00	798.00	798.00	912.00	912.00
Pago planilla MOD	**6,716.50**	**8,523.08**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**9,116.04**	**7,315.00**	**10,939.25**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**9,116.04**	**10,939.25**	**98,630.58**	**98,630.58**	**98,630.58**	**112,720.67**	**112,720.67**

Nota: Elaboración propia

Tabla 153.

Planilla del Área de Producción

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual en S/ 2020	Remuneración Mensual en S/ 2021	Remuneración Mensual en S/ 2022	Remuneración Mensual en S/ 2023	Remuneración Mensual en S/ 2024
Producción	Supervisor Técnico	1	1	1	1	1	2000	2000	2000	2000	2000

Nota: Elaboración propia

Tabla 154.

Cuadro de provisiones del área de producción

Cuadro de provisiones	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Supervisor Técnico	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Total Sueldo Bruto	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**2,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**	**24,000.00**
Gratificación (1/12)	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Total Sueldo	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**2,166.67**	**26,000.00**	**26,000.00**	**26,000.00**	**26,000.00**	**26,000.00**
CTS(1/24)	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	90.28	1,083.33	1,083.33	1,083.33	1,083.33	1,083.33
Essalud (9%)	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Sctr(1%)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Costo MOI	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**2,471.94**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**

Nota: Elaboración propia

Tabla 155.

Cuadro del pago total de la planilla de producción

Cuadro de pagos	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Gratificación		333.33	0.00		0.00	0.00	0.00		1,000.00	0.00		0.00		1,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Pago de CTS		0.00		0.00	0.00		541.67						541.67		1,083.33	1,083.33	1,083.33	1,083.33	1,083.33
Essalud		180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		30.00							90.00					90.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Sctr(1%)	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Pago planilla MOI	**2,020.00**	**2,563.33**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,741.67**	**2,200.00**	**3,290.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,741.67**	**3,290.00**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**	**29,663.33**

Nota: Elaboración propia

Tabla 156.

Resumen Total pago de planillas Nov.2019 – Dic.2020

Cuadro resumen	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Pago Total planilla administrativa	5,353.00	6,792.83	5,830.00	5,830.00	5,830.00	5,830.00	7,265.42	5,830.00	8,718.50	5,830.00	5,830.00	5,830.00	7,265.42	8,718.50
Pago total de ventas	1,010.00	1,281.67	1,308.70	1,351.10	1,393.55	1,394.13	1,707.41	1,351.73	2,054.68	1,424.83	1,467.25	1,558.93	1,872.16	2,188.75
Pago planilla MOD	6,716.50	8,523.08	7,315.00	7,315.00	7,315.00	7,315.00	9,116.04	7,315.00	10,939.25	7,315.00	7,315.00	7,315.00	9,116.04	10,939.25
Pago planilla MOI	2,020.00	2,563.33	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,741.67	2,200.00	3,290.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,741.67	3,290.00
Total pago de planillas	**15,099.50**	**19,160.92**	**16,653.70**	**16,696.10**	**16,738.55**	**16,739.13**	**20,830.53**	**16,696.73**	**25,002.43**	**16,769.83**	**16,812.25**	**16,903.93**	**20,995.28**	**25,136.50**

Nota: Elaboración propia

Tabla 157.

Resumen Total pago de planillas 2020 - 2024

Cuadro resumen	2020	2021	2022	2023	2024
Pago Total planilla administrativa	78,607.83	78,607.83	78,607.83	78,607.83	78,607.83
Pago total de ventas	19,073.19	19,330.54	34,435.91	34,723.18	35,029.48
Pago planilla MOD	98,630.58	98,630.58	98,630.58	112,720.67	112,720.67
Pago planilla MOI	29,663.33	29,663.33	29,663.33	29,663.33	29,663.33
Total pago de planillas	**225,974.94**	**226,232.29**	**241,337.66**	**255,715.02**	**256,021.32**

Nota: Elaboración propia

Tabla 158.

Resumen Total pago de planillas y % de las ventas

	2020	2021	2022	2023	2024
Valor de ventas en S/	848,305.00	899,775.00	954,515.00	1,011,970.00	1,073,230.00
Total pago de planillas	**225,974.94**	**226,232.29**	**241,337.66**	**255,715.02**	**256,021.32**
% de las ventas	26.64%	25.14%	25.28%	25.27%	23.86%

Nota: Elaboración propia

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

Tabla 159.

Cuadro del total de gastos por servicios tercerizados

Servicios tercerizados	Monto en S/	frecuencia	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Contador	500	Mensual	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	6000	6000	6000	6000
Servicio de Limpieza	930	Mensual	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	11160	11160	11160	11160	11160
Seguridad	1,200	Mensual	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400	14400	14400	14400	14400
Transporte	3,000	Mensual			3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000	36000	36000	36000	36000
Total servicios tercerizados			**2630**	**2630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**5630**	**67560**	**67560**	**67560**	**67560**	**67560**

Nota: Elaboración propia

e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Tabla 160.

Horario de trabajo del personal

PERSONAL	HORARIO LUNES A VIERNES	HORARIO SÁBADOS
Gerente General	9:00 AM - 6:00 PM	
Asistente Administrativo	8:30 AM - 5:30 PM	8:30 AM - 1:00 PM
Supervisor Técnico	9:00 AM - 6:00 PM	9:00 AM - 6:00 PM
Asistente de ventas	8:30 AM - 5:30 PM	8:30 AM - 1:00 PM
Operarios	9:00 AM - 6:00 PM	9:00 AM - 6:00 PM
Seguridad	2 Turnos de 12 horas	2 Turnos de 12 horas
Limpieza	8:30 AM - 5:30 PM	8:30 AM - 1:00 PM

Nota: Elaboración propia

Capítulo VI. Estudio Técnico

6.1. Tamaño de proyecto

6.1.1. Capacidad Instalada.

a. Criterios.

Para hallar la capacidad instalada del proyecto se tomó en cuenta el proceso más lento que es ejecutado en la máquina mezcladora.

A continuación, se detallará la capacidad de esta máquina en términos anuales con respecto al producto terminado

b. Cálculos.

Tabla 161.

Capacidad instalada

Proceso de mezclado(Mezcladora)	Mezclado 2/ Marmita
Capacidad en kg	100
Horas efectivas de trabajo al día de este proceso	2
Capacidad diaria en kg	200
Capacidad mensual en kg(asumiendo 24 días laborales)	4,800
Capacidad anual instalada en Kg	57,600
Unidades producidas 200gr (capacidad anual x 1000 / 200)	288,000

Nota: Elaboración Propia

Lo que se puede determinar con este cálculo es el monto máximo referente a unidades producidas que se pueden obtener, teniendo como cuello de botella a la Marmita, involucrado directamente en el proceso de mezclado.

6.1.2. Capacidad Utilizada.

a. Criterios.

Para hallar la capacidad utilizada se procederá a realizar un contraste entre el programa de producción y la capacidad instalada para ver la evolución año a año de este concepto.

b. Cálculos.

Tabla 162.

Capacidad utilizada 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Total unidades a producir (200 gr cada una)	178,622	186,158	197,684	209,076	220,492
Capacidad instalada	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
Porcentaje de utilización de capacidad instalada	62.02%	64.64%	68.64%	72.60%	76.56%
Porcentaje de capacidad ociosa	37.98%	35.36%	31.36%	27.40%	23.44%

Nota: Elaboración Propia

6.1.3. Capacidad Máxima.

a. Criterios.

Se tomará en cuenta que se trabajaran 24 horas del día, es decir 3 turnos en un escenario utópico o condiciones supra normales con el fin de saber cuánto se puede producir en un día como máximo sin interrupciones.

Cálculos:

Capacidad máxima asumiendo 3 turnos de 8 horas.

Tabla 163.

Capacidad Máxima (proceso de mezcladora)

Capacidad en kg	**100**
Capacidad diaria en Kg (2 horas efectivas diarias en un turno de 8 horas)	200
Capacidad diaria máxima asumiendo 3 turnos (24 horas)	600
Capacidad anual máxima ((600 x 24 días) x 12 meses)	172,800

Nota: Elaboración Propia

Hay que tener en consideración que se efectuará una capacidad máxima de 3 turnos, generando 600 kg/día multiplicado por 24 días laborables al mes (tiempo que estamos contemplando), multiplicado por 12. Esto nos dará un total de 172,800 kg anuales producidos.

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

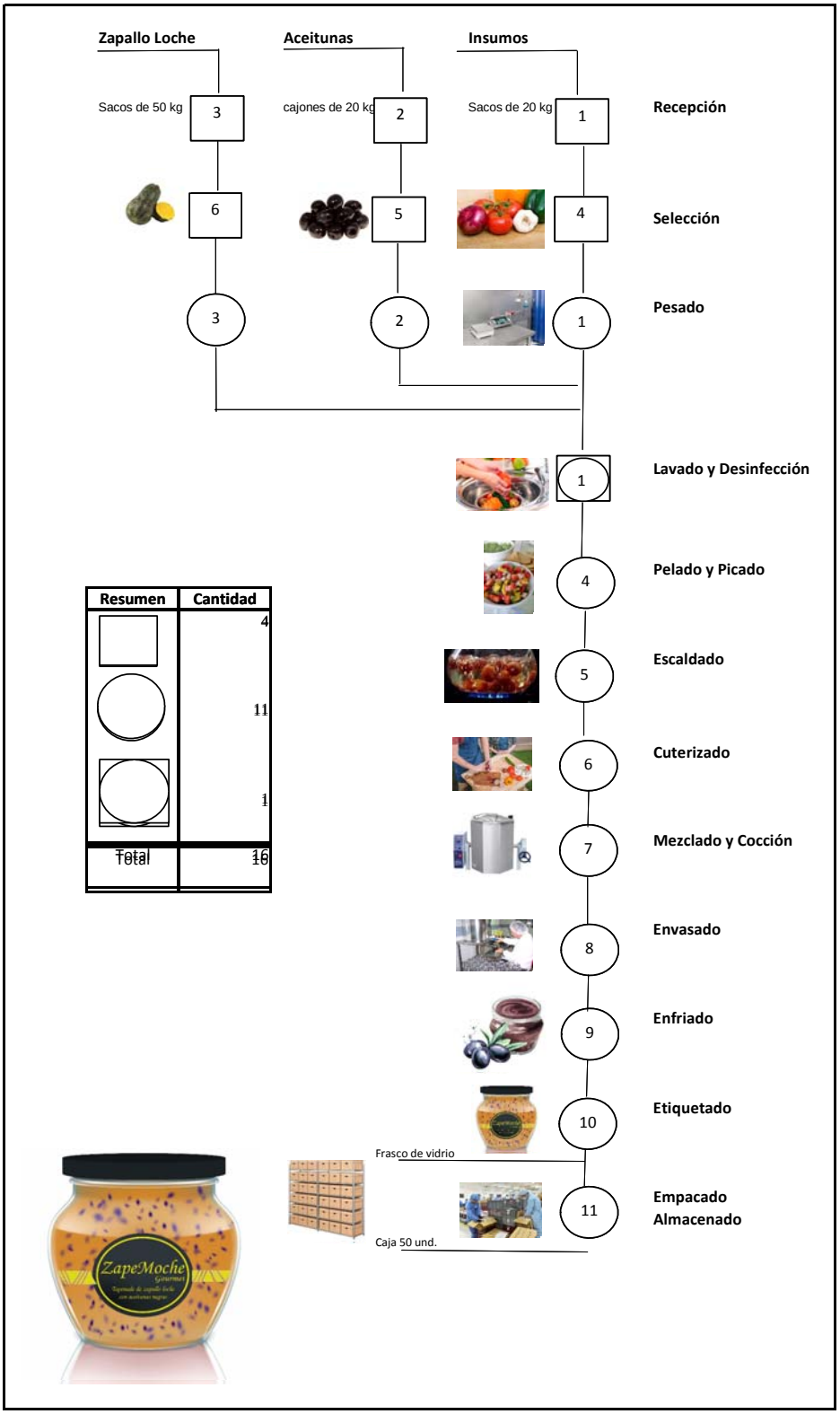


Figura 53. Diagrama de flujo del procesos de producción

Nota: Elaboración propia

Tabla 164.

DAP (Diagrama de Análisis de Proceso)

Operario/material/equipo									
Diagrama Nº: 1 Hoja Nº: 1			RESUMEN						
Objeto: TAPENADE DE ZAPALLO LOCHE			Actividad				Actual	Prop	Econ
			Operación				11		
			Transporte				13		
Actividad: Mix de piqueos Industrializado Natural			Espera						
			Inspección				3		
			Almacena						
Método: Actual/Propuesto			Distancia						
Lugar: Planta			Tiempo				60 min.		
Operario: A.N.L Nº 7			Costo						
			M Obra				7 op.		
Compuesto por: Ing. Alimentos Fecha: 26/06/2019			Material						
Aprobado por: Empresa Comercializadora. Fecha: 29/06/19			Total						
DESCRIPCIÓN	d	t	○	⇨	D	□	▽	Observación	
Recepción de Ingredientes								Ingredientes , MP.	
Selección de Materia prima								R1: Frutos dañados	
Pesado de Materia prima								Según formulación	
Lavado y Desinfección								R2: Agua con residuos	
Pelado y Trozado								R3: Cáscaras En cubos pequeños 0.5 cm.	
Escaldado								Inspección	
Cuterizado									
Mezclado y Cocción								T° 80°C	
Envasado								T° 80°C	
Enfriado								Agua fría	
Etiquetado									
Empacado									
Almacenado									

Nota: Elaboración propia

Descripción de las Etapas:

Recepción:

Se recibe las unidades de materias primas, verificando los aspectos de calidad de los productos para la elaboración (pH, índice de maduración, aspectos organolépticos)

Selección:

Consiste en separar las unidades que no cumplen con las características requeridas para la elaboración (tamaño, integridad, aspecto), en esta etapa se determina el grado de madurez del producto, este debe tener un grado de madurez de 75% para poder procesarlo.

Pesado:

Las materias primas son pesadas y registradas en el formato de control de recepción. Luego del visto bueno del ingeniero encargado de inspección a materias primas, se procede a enviarlo al área de procesos.

Lavado y desinfección:

El producto es lavado con agua potable para retirar la suciedad superficial, luego es sumergido en agua clorada, el agua se clora en una solución de hipoclorito de sodio a una concentración de 50 ppm, durante 5 minutos.

Pelado y trozado:

Los zapallos se cortan manualmente con cuchillos de acero inoxidable que permitan separar la cáscara sin penetrar la pulpa. Se cortan en cubos de 2cm de lado para facilitar el siguiente proceso. La merma de cáscara se pesa hasta obtener los rendimientos finales.

Escaldado:

Se sumerge el producto en agua caliente para 85° para eliminar las bacterias.

Cuterizado:

Se colocan los cubos de zapallo en un cutter industrial a velocidad 1 por un tiempo de 3 minutos para disminuir el tamaño de los cubos de manera homogénea.

Mezclado y Cocción:

Se realiza en una marmita, el cual por vapor de aire caliente se pasteuriza la mezcla a una temperatura de 80°C con la finalidad de eliminar las bacterias y llevarlo a una temperatura segura. Se mezcla hasta quedar una masa uniforme.

Las cantidades se añaden según la formulación se en esta etapa se da el punto final y la estandarización del producto final

Envasado:

El envasado es en caliente a una temperatura de 80°C y se utilizan los envases de vidrio de 200 gramos con tapas twist off. Al llenar 200g del producto en los envases, estos se tapan aún calientes y se llevan al siguiente proceso.

Enfriado:

Se llevan los frascos a unas tinas de acero inoxidable con agua helada a 2°C para que se lleve a cabo el shock térmico y se forme un vacío en la tapa del frasco.

Etiquetado:

Una vez formado el vacío en los frascos, se retiran del agua, se secan y se etiquetan. Estas etiquetas llevan toda la información del producto que según la norma D.S. 007-98 SA describe los aspectos del producto.

Empacado:

En este proceso se colocan los frascos en las cajas de cartón. Cada caja de cartón debe contener 50 unidades de ZapeMoche de 200 gramos. Luego se sellan las cajas y se paletiza.

Almacenado:

Las cajas se apilan y se transportan al almacén de producto terminado, el cual esta acondicionado a una temperatura de 18°C +/-2°C y HR: 60. Este almacén debe ser en un lugar seco y fresco, sin exposición a la luz y sobre pallets.

Tabla 165.

Ficha técnica del producto

	FICHA TÉCNICA ZAPEMOCHE	**Código: FT - 0319 T.Z**
		N° Revisión: 03
		Fecha: Abril 2019
		Página 1 de 1
NOMBRE DEL PRODUCTO	Tapenade a base de zapallo loche, aceitunas negras y especies.	
ELABORACIÓN	El Tapenade es el producto resultante de acondicionar el zapallo loche, aceitunas negras molidas previamente seleccionadas sin adición de colorantes ni preservantes, especies y sometidos posteriormente a un tratamiento térmico para garantizar su conservación.	
PRODUCTO	Ingredientes: Zapallo loche, aceitunas negras, aderezo (cebolla, tomate, ajos, sal) y aceite vegetal.	
CARACTERÍSTICAS FISICOQUIMICAS	Humedad	
	Acidez	
	Índice de peróxido	
CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS	N. Mohos	Ausencia
	N. Levaduras	Ausencia
	N. Coliformes totales	Ausencia
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	*Color: Marrón oscuro - característico.	
	*Olor: Intenso/Característico al producto	
	*Sabor: Ácido levemente salado	
	*Textura: Pastosa homogénea	
ENVASE PRIMARIO	Frasco de vidrio con tapa twist off	
PRESENTACION	200 gramos	
VIDA ÚTIL	1 año en buenas condiciones de almacenamiento	
TRANSPORTE DEL PRODUCTO	Buena ventilación, ambiente limpio y seco, unidad cerrada. Temperatura 18°C y 23°C	
ALMACENAMIENTO	En un lugar limpio, fresco y seco. Se recomienda temperaturas menores entre 18°C y 23°C, proteger de la luz directa. Una vez abierto refrigerar.	
ETIQUETA PRODUCTO	Nombre del Producto - Peso - Marca - Fecha de Vencimiento - N° Lote - Datos de la empresa - Condiciones de almacenamiento - Ingredientes - Registro sanitario.	
IDENTIFICACION DEL LOTE	Día/ Mes/ Año	
USO PREVISTO	Consumo directo como salsa o acompañamiento	
RANGO DE EDADES	Mayores de 6 años.	

Nota: Elaboración propia

6.2.2. Programa de producción.

Premisas para el programa de producción ZapeMoche 200 gr

Tabla 166.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr 2019 – 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr		169,661	179,955	190,903	202,394	214,646
Sampling	1.00%	2.00%	1.75%	1.50%	1.25%	1.00%
Inventario final		10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
Merma de producto terminado		2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%

Nota: Elaboración Propia

Tabla 167.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr (unidades) Nov.2019 - Dic.2020

2019-2020			nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	Set-20	oct-20	nov-20	dic-20	Total
ZapeMoche 200 gr																	
Unidades vendidas		Unid.			8348	10044	11742	11765	13463	10069	16387	12993	14690	18357	20053	21750	169,661
Sampling	2%	Unid.	848	848	167	201	235	235	269	201	328	260	294	367	401	435	3,393
Merma	2%	Unid.	17	17	167	201	235	235	269	201	328	260	294	367	401	435	
Inventario final	10%	Unid.			835	1004	1174	1177	1346	1007	1639	1299	1469	1836	2005	2175	
Inventario inicial		Unid.			0	835	1004	1174	1177	1346	1007	1639	1299	1469	1836	2005	
ZapeMoche 200 gr a producir			865	865	9,517	10,615	12,381	12,238	14,171	10,132	17,674	13,173	15,447	19,458	21,025	22,790	178,622

Nota: Elaboración Propia

Tabla 168.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr (unidades) 2021

2021			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
ZapeMoche 200 gr	%														
Unidades vendidas		Unidades	13421	17022	15220	14681	16481	12882	17381	13782	15581	12702	14501	16301	179,955
Sampling	1.75%	Unidades	235	298	266	257	288	225	304	241	273	222	254	285	3,149
Merma	2.00%	Unidades	268	340	304	294	330	258	348	276	312	254	290	326	
Inventario final	10.00%	Unidades	1342	1702	1522	1468	1648	1288	1738	1378	1558	1270	1450	1630	
Inventario inicial		Unidades	2175	1342	1702	1522	1468	1648	1288	1738	1378	1558	1270	1450	
ZapeMoche 200 gr a producir			13,091	18,020	15,611	15,178	17,279	13,005	18,483	13,939	16,345	12,890	15,225	17,092	186,158

Nota: Elaboración Propia

Tabla 169.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr (unidades) 2022

2022			Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Total
ZapeMoche 200 gr	%														
Unidades vendidas		Unid.	14239	18056	16147	15574	17484	13665	18438	14620	16529	13475	15384	17292	190,903
Sampling	1.5%	Unid.	214	271	242	234	262	205	277	219	248	202	231	259	2,864
Merma	2%	Unid.	285	361	323	311	350	273	369	292	331	270	308	346	
Inventario final	10%	Unid.	1424	1806	1615	1557	1748	1367	1844	1462	1653	1348	1538	1729	
Inventario inicial		Unid.	1630	1424	1806	1615	1557	1748	1367	1844	1462	1653	1348	1538	
ZapeMoche 200 gr a producir			14,531	19,070	16,521	16,062	18,287	13,761	19,561	14,750	17,298	13,641	16,113	18,088	197,684

Nota: Elaboración Propia

Tabla 170.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr (unidades) 2023

2023			Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Set-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Total
ZapeMoche 200 gr	%														
Unidades vendidas		Unidades	15095	19144	17119	16512	18536	14488	19548	15499	17523	14286	16310	18334	202,394
Sampling	1.25%	Unidades	189	239	214	206	232	181	244	194	219	179	204	229	2,530
Merma	2.00%	Unidades	302	383	342	330	371	290	391	310	350	286	326	367	
Inventario final	10.00%	Unidades	1510	1914	1712	1651	1854	1449	1955	1550	1752	1429	1631	1833	
Inventario inicial		Unidades	1729	1510	1914	1712	1651	1854	1449	1955	1550	1752	1429	1631	
ZapeMoche 200 gr a producir			15,366	20,171	17,473	16,988	19,341	14,554	20,689	15,598	18,295	14,427	17,042	19,132	209,076

Nota: Elaboración Propia

Tabla 171.

Programa de Producción ZapeMoche 200 gr (unidades) 2024

2024			Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Ago-24	Set-24	Oct-24	Nov-24	Dic-24	Total
ZapeMoche 200 gr	%														
Unidades vendidas		Unidades	16009	20302	18155	17511	19658	15365	20732	16439	18585	15149	17298	19443	214,646
Sampling	1.00%	Unidades	160	203	182	175	197	154	207	164					1,442
Merma	2.00%	Unidades	320	406	363	350	393	307	415	329	372	303	346	389	
Inventario final	10.00%	Unidades	1601	2030	1816	1751	1966	1537	2073	1644	1859	1515	1730	1944	
Inventario inicial		Unidades	1833	1601	2030	1816	1751	1966	1537	2073	1644	1859	1515	1730	
ZapeMoche 200 gr a producir			16,257	21,340	18,485	17,972	20,462	15,397	21,891	16,503	19,171	15,108	17,859	20,046	220,492

Nota: Elaboración Propia

Tabla 172.

Resumen del programa de producción ZapeMoche 200 gr (unidades) 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ZapeMoche 200 gr a producir	1,731	178,622	186,158	197,684	209,076	220,492

Nota: Elaboración Propia

Tabla 173.

Resumen de sampling y stock de ZapeMoche 200 gr (unidades) 2019 - 2024

Resumen de sampling y stock	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sampling	1,731	3,393	3,149	2,864	2,530	1,442
Stock inicial	0	0	2175	1630	1729	1833
Stock final	0	2,175	1,630	1,729	1,833	1,944

Nota: Elaboración Propia

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Tabla 174.

Frecuencia de compra de Materia Prima

ZapeMoche 200 gr a producir	Cantidad en gramos o unidad	Unidad de medida	Precio Kg/litro	% merma	Costo por kilo/unidad	Costo unitario	Frecuencia de compra
Insumos						0.98	
Aceitunas Negras	42.0	Gramos	9.00	3.00%	9.00	0.39	Semanal
Zapallo Loche	85.0	Gramos	3.42	8.00%	3.42	0.31	Semanal
Cebolla Roja	24.6	Gramos	1.20	1.00%	1.20	0.03	Semanal
Tomate	15.0	Gramos	1.30	8.00%	1.30	0.02	Semanal
Ajo	0.4	Gramos	2.20	1.00%	2.20	0.00	Mensual
Vinagre	10.0	Ml	6.00	0.00%	5.08	0.05	Mensual
Aceite vegetal	23.0	Ml	9.00	0.00%	7.63	0.18	Mensual
Especies (sal, pimienta y orégano)	0.2	Gramos	9.00	0.00%	7.63	0.00	Mensual
Materiales						2.16	
Frasco	1.0	Unidad	0.51	1.00%	0.4322	0.44	Trimestral
Tapa	1.0	Unidad	0.11	0.00%	0.0932	0.09	Trimestral
Etiqueta	1.0	Unidad	0.20	2.00%	0.1695	0.17	Trimestral
Caja (50 unidades)	1.0	Unidad	1.70	1.00%	1.4407	1.46	Trimestral
						3.14	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 175.

Insumos

Insumos ZapeMoche 200 gr	unidad	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Aceitunas Negras	Kg	37	37	412	459	536	529	613	438	765	570	668	842	910	986	7727	8053	8552	9045	9538
Zapallo Loche	Kg	79	79	874	974	1137	1123	1301	930	1622	1209	1418	1786	1930	2092	16398	17089	18147	19193	20241
Cebolla Roja	Kg	21	21	236	263	307	304	352	251	438	327	383	483	522	565	4431	4618	4904	5186	5469
Tomate	Kg	14	14	154	172	201	198	230	164	286	213	250	315	341	369	2894	3016	3202	3387	3572
Ajo	Kg	0.35	0.35	3.84	4.29	5.00	4.94	5.73	4.09	7.14	5.32	6.24	7.86	8.49	9.21	72.16	75.21	79.86	84.47	89.08
Vinagre	Lt	9	9	95	106	124	122	142	101	177	132	154	195	210	228	1786	1862	1977	2091	2205
Aceite vegetal	Lt	20	20	219	244	285	281	326	233	407	303	355	448	484	524	4108	4282	4547	4809	5071
Especies (sal, pimienta y orégano)	Kg	0.17	0.17	1.90	2.12	2.48	2.45	2.83	2.03	3.53	2.63	3.09	3.89	4.20	4.56	35.72	37.23	39.54	41.82	44.10

Nota: Elaboración Propia

Tabla 176.

Materiales

Materiales ZapeMoche 200 gr	unidad	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Frasco	Unidad	874	874	9612	10722	12505	12360	14313	10234	17851	13305	15602	19653	21235	23018	180409	188020	199661	211167	222696
Tapa	Unidad	865	865	9517	10615	12381	12238	14171	10132	17674	13173	15447	19458	21025	22790	178622	186158	197684	209076	220492
Etiqueta	Unidad	883	883	9707	10828	12629	12483	14455	10335	18028	13437	15756	19847	21445	23245	182195	189882	201637	213258	224901
Caja (50 unidades)	Unidad	17	17	192	214	250	247	286	205	357	266	312	393	425	460	3608	3760	3993	4223	4454

Nota: Elaboración Propia

Tabla 177.

Resumen Total de materias primas

Resumen total de materias primas	Unidad	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Aceitunas Negras	Kg	37	37	412	459	536	529	613	438	765	570	668	842	910	986	7727	8053	8552	9045	9538
Zapallo Loche	Kg	79	79	874	974	1137	1123	1301	930	1622	1209	1418	1786	1930	2092	16398	17089	18147	19193	20241
Cebolla Roja	Kg	21	21	236	263	307	304	352	251	438	327	383	483	522	565	4431	4618	4904	5186	5469
Tomate	Kg	14	14	154	172	201	198	230	164	286	213	250	315	341	369	2894	3016	3202	3387	3572
Ajo	Kg	0.35	0.35	3.84	4.29	5.00	4.94	5.73	4.09	7.14	5.32	6.24	7.86	8.49	9.21	72.16	75.21	79.86	84.47	89.08
Vinagre	Lt	9	9	95	106	124	122	142	101	177	132	154	195	210	228	1786	1862	1977	2091	2205
Aceite vegetal	Lt	20	20	219	244	285	281	326	233	407	303	355	448	484	524	4108	4282	4547	4809	5071
Especies (sal, pimienta y orégano)	Kg	0.17	0.17	1.90	2.12	2.48	2.45	2.83	2.03	3.53	2.63	3.09	3.89	4.20	4.56	35.72	37.23	39.54	41.82	44.10

Nota: Elaboración Propia

Tabla 178.

Resumen Total de materiales

Materiales	Unidad	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Frasco	Unidad	874	874	9612	10722	12505	12360	14313	10234	17851	13305	15602	19653	21235	23018	180409	188020	199661	211167	222696
Tapa	Unidad	865	865	9517	10615	12381	12238	14171	10132	17674	13173	15447	19458	21025	22790	178622	186158	197684	209076	220492
Etiqueta	Unidad	883	883	9707	10828	12629	12483	14455	10335	18028	13437	15756	19847	21445	23245	182195	189882	201637	213258	224901
Caja (50 unidades)	Unidad	17	17	192	214	250	247	286	205	357	266	312	393	425	460	3608	3760	3993	4223	4454

Nota: Elaboración Propia

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 179.

Programa de compras de Materias primas 2019 - 2024

Programa de compras materia prima	Unidad de pedido	Frecuencia de compra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Aceitunas Negras	cajones de 20 kg	semanal	2	2	21	23	27	26	31	22	38	29	33	42	46	49	386	403	428	452	477
Zapallo Loche	Sacos de 50 kg	semanal	2	2	18	20	23	23	27	19	33	25	29	36	39	42	328	342	363	384	405
Cebolla Roja	Sacos de 20 kg	semanal	2	2	12	14	16	16	18	13	22	17	20	25	27	29	222	231	246	260	274
Tomate	Sacos de 20 kg	semanal	1	1	8	9	11	10	12	9	15	11	13	16	18	19	145	151	161	170	179
Ajo	kg	Mensual	1	1	4	5	6	5	6	5	8	6	7	8	9	10	73	76	80	85	90
Vinagre	Botella de 5 Lt	Mensual	2	2	19	22	25	25	29	21	36	27	31	39	42	46	358	373	396	419	441
Aceite vegetal	Galonera de 20 Lt	Mensual	1	1	11	13	15	15	17	12	21	16	18	23	25	27	206	215	228	241	254
Especies (sal, pimienta y orégano)	Kg	Mensual	1	1	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	36	38	40	42	45

Nota: Elaboración Propia

Tabla 180.

Programa de compras de Materiales 2019 - 2024

Programa de compra de materiales	Unidad de pedido	Frecuencia de compra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Frasco	Ciento	Trimestral	17		328			369			468			639			1804	1880	1997	2112	2227
Tapa	Ciento	Trimestral	17		325			365			463			633			1786	1862	1977	2091	2205
Etiqueta	Ciento	Trimestral	18		332			373			472			645			1822	1899	2016	2133	2249
Caja (50 unidades)	Ciento	Trimestral	1		7			7			9			13			36	38	40	42	45

Nota: Elaboración Propia

6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa

Tabla 181.

Planilla del personal para todos los años

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual - Año 1	Remuneración Mensual - Año 2	Remuneración Mensual - Año 3	Remuneración Mensual - Año 4	Remuneración Mensual - Año 5
Producción	Operario	7	7	7	8	8	930	930	1,023	1,023	1,023

Nota: Elaboración propia

Tabla 182.

Requerimiento de mano de obra directa

	2020	2021	2022	2023	2024
	169663	179955	190898	202399	214644
Unidades de 200 gr de ZapeMoche	14138.6	14996.3	15908.2	16866.6	17887.0
	471.3	499.9	530.3	562.2	596.2
Tiempo trabajado en min.	480	480	480	480	480
% eficiencia del personal	95%	100%	100%	100%	100%
Tiempo necesario para la elaboración (min.)	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2
Cantidad de mano de obra requerida	6.4	6.5	6.8	7.3	7.7

Nota: Elaboración propia

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

En este punto presentaremos las necesidades de máquinas para la producción de ZapeMoche:

Tabla 183.

Maquinarias y equipos para Producción

Maquinarias para Producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Cutter industrial	2	2800	2,373	4,746	854	5,600	5	80	anual
Marmita (capacidad 100 litros/kilos	2	4130	3,500	7,000	1,260	8,260	5	200	anual
Deshuesadora Individual	1	2950	2,500	2,500	450	2,950	5	100	anual
Tapadora Manual/Selladora	1	1900	1,610	1,610	290	1,900	5	50	anual
Etiquetadora	1	80	68	68	12	80	1	50	anual
Congeladora 650Lts	1	6264	5,308	5,308	956	6,264	5	100	anual
			Total	21,232	3,822	25,054			

Nota: Elaboración Propia

6.3.2. Equipos.

Tabla 184.

Equipos de Producción

Equipos de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años
Olla de 30 litros	2	375	318	636	114	750	4
balanza industrial de piso	1	290	246	246	44	290	3
Tina acero inoxidable	1	400	339	339	61	400	3
				1,220	220	1,440	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 185.

Equipos área administrativa

Equipos área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Computadora	3	1000	847	2,542	458	3,000	4	50	mensual
Aire acondicionado	1	2500	2,119	2,119	381	2,500	3	150	semestral
Impresora	1	1500	1,271	1,271	229	1,500	3	250	trimensual
Televisor	1	1200	1,017	1,017	183	1,200	3	20	mensual
Set de Cámaras de seguridad	1	1500	1,271	1,271	229	1,500	4	50	semestral
				8,220	1,480	9,700			

Nota: Elaboración Propia

Tabla 186.

Equipos área de ventas

Equipos área ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Computadora	1	1000	847	847	153	1,000	4	80	anual
Impresora	1	500	424	424	76	500	3	50	anual
				1,271	229	1,500			

Nota: Elaboración Propia

6.3.3. Herramientas.

Tabla 187.

Herramientas de trabajo

Herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Mascarilla	300	0.15	0.13	38	7	45	mensual
Guantes	600	0.18	0.15	92	16	108	mensual
Mandiles	420	1.17	0.99	415	75	490	mensual
Botas de caucho	14	15.00	12.71	178	32	210	Anual
Uniformes	7	35.00	29.66	208	37	245	Anual
Dispensador de agua	1	50.00	42.37	42	8	50	Mensual
Guantes de calor	4	12.00	10.17	41	7	48	Semestral
Total				1,014	182	1,196	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 188.

Útiles de limpieza

Útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Papel higiénico x 30 unid.	2	25.0	21	42	8	50	mensual
Tacho de basura	2	12.0	10	20	4	24	semestral
escoba	5	10.0	8	42	8	50	semestral
recogedor	5	6.0	5	25	5	30	semestral
Contenedores de basura	1	20.0	17	17	3	20	semestral
Bolsa de basura pequeña x 100 unid.	4	7.0	6	24	4	28	mensual
Bolsa de basura Grande x 100	4	13.0	11	44	8	52	mensual
Jabón Liquido	6	12.0	10	61	11	72	mensual
Trapo Waipe x 10 unid.	8	2.5	2	17	3	20	mensual
Alcohol 1L	6	10.0	8	51	9	60	mensual
Desinfectante líquido	6	10.0	8	51	9	60	mensual
Papel toalla x 6 unid.	4	7.5	6	25	5	30	mensual
Total				420	76	496	

Nota: Elaboración Propia

6.3.4. Útiles, Utensilios.

Tabla 189.

Útiles, utensilios

Detalle	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Cuchillo	10.00	10.00	8	85	15	100	semestral
Espátulas metálicas	5.00	6.00	5	25	5	30	semestral
Bowl	5.00	12.00	10	51	9	60	semestral
Palas de mano	3.00	15.00	13	38	7	45	semestral
pinzas	5.00	8.00	7	34	6	40	semestral
cucharas	30.00	2.50	2	64	11	75	semestral
escurridor	4.00	20.00	17	68	12	80	anual
balanza electrónica	1.00	100.00	85	85	15	100	anual
tabla para picar + bandeja inoxidable	3.00	60.00	51	153	27	180	anual
tazas medidoras	6.00	15.00	13	76	14	90	anual
Total				678	122	800	

Nota: Elaboración Propia

6.3.5. Mobiliario.

Tabla 190.

Mobiliarios de producción

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Cocina 4 hornillas	1.00	2300.00	1,949.15	1,949.15	350.85	2,300.00	5.00	200.00	anual
Lavaplatos	2.00	800.00	677.97	1,355.93	244.07	1,600.00	5.00	100.00	anual
Mesa de trabajo 5 niveles	2.00	890.00	754.24	1,508.47	271.53	1,780.00	5.00	0.00	0.00
Campana extractora	1.00	800.00	677.97	677.97	122.03	800.00	5.00	200.00	anual
Lavadero especial	1.00	3630.00	3,076.27	3,076.27	553.73	3,630.00	5.00	150.00	anual
				8,568	1,542	10,110			

Nota: Elaboración Propia

Tabla 191.

Mobiliario del área administrativa

Mobiliario área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Escritorios	4.00	300.00	254.24	1,016.95	183.05	1,200.00	3.00	30.00	anual
Sillas de escritorio	4.00	90.00	76.27	305.08	54.92	360.00	3.00	20.00	anual
impresora multifuncional	1.00	450.00	381.36	381.36	68.64	450.00	3.00	70.00	anual
estantes	5.00	200.00	169.49	847.46	152.54	1,000.00	5.00	50.00	anual
cafetera	1.00	120.00	101.69	101.69	18.31	120.00	2.00	-	
horno microondas	1.00	350.00	296.61	296.61	53.39	350.00	5.00	-	
frigobar	1.00	750.00	635.59	635.59	114.41	750.00	5.00	-	
mesa de reuniones	1.00	700.00	593.22	593.22	106.78	700.00	5.00	-	-
silla de directorio	6.00	169.00	143.22	859.32	154.68	1,014.00	5.00	-	-
				5,037	907	5,944			

Nota: Elaboración Propia

Tabla 192.

Mobiliario del área de ventas

Mobiliario área ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Escritorios	1.00	300.00	254.24	254.24	45.76	300.00	3.00	50.00	anual
Sillas de escritorio	1.00	169.00	143.22	143.22	25.78	169.00	3.00	20.00	anual
				397	72	469			

Nota: Elaboración Propia

6.3.6. Útiles de oficina.

Tabla 193.

Útiles de oficina área de producción

Útiles de oficina área de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Set Lapiceros color azul x4	1.00	4.30	3.64	4	1	4	mensual
Set de lápiz x4	1.00	4.50	3.81	4	1	5	mensual
Post-it Amarillo 3x3	4.00	3.00	2.54	10	2	12	mensual
Engrapador metal	3.00	8.00	6.78	20	4	24	mensual
Grapas (caja 1000u)	5.00	0.80	0.68	3	1	4	mensual
Clips	5.00	0.80	0.68	3	1	4	mensual
Sobre manila pack 50	3.00	9.70	8.22	25	4	29	mensual
Folder manila x 25	3.00	14.50	12.29	37	7	44	mensual
Tampón	2.00	3.60	3.05	6	1	7	semestral
Bandeja porta documentos 2 pisos	2.00	20.00	16.95	34	6	40	semestral
Archivador oficio Lomo alto	5.00	5.70	4.83	24	4	29	anual
tijera	1.00	6.70	5.68	6	1	7	anual
				176	32	208	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 194.

Útiles de oficina del área administrativa

Útiles de oficina área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Set Lapiceros color azul x4	1.00	4.30	4	4	1	4	mensual
Set de lápiz x4	1.00	4.50	4	4	1	5	mensual
Post-it Amarillo 3x3	4.00	3.00	3	10	2	12	mensual
Engrapador metal	3.00	8.00	7	20	4	24	mensual
Grapas (caja 1000)	5.00	0.80	1	3	1	4	mensual
Clips	5.00	0.80	1	3	1	4	mensual
Sobre manila pack 50	3.00	9.70	8	25	4	29	mensual
Folder manila x 25	3.00	14.50	12	37	7	44	mensual
Tampón	2.00	3.60	3	6	1	7	mensual
Libro de actas	1.00	11.80	10	10	2	12	anual
Bandeja porta documentos 2 pisos	2.00	20.00	17	34	6	40	semestral
Archivador oficio Lomo alto	5.00	5.70	5	24	4	29	anual
				180	32	213	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 195.

Útiles del área de ventas

Útiles de oficina área de ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Set Lapiceros color azul x4	1.00	4.30	4	4	1	4	mensual
Set de lápiz x4	1.00	4.50	4	4	1	5	mensual
Post-it Amarillo 3x3	4.00	3.00	3	10	2	12	mensual
Engrapador metal	3.00	8.00	7	20	4	24	mensual
Grapas (caja 1000u)	5.00	0.80	1	3	1	4	mensual
Clips	5.00	0.80	1	3	1	4	mensual
Sobre manila pack 50	3.00	9.70	8	25	4	29	mensual
Folder manila x 25	3.00	14.50	12	37	7	44	mensual
Tampón	2.00	3.60	3	6	1	7	mensual
Bandeja porta documentos 2 pisos	2.00	20.00	17	34	6	40	semestral
Archivador oficio Lomo alto	5.00	5.70	5	24	4	29	anual
tijera	1.00	6.70	6	6	1	7	anual
				176	32	208	

Nota: Elaboración Propia

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 196.

Mantenimiento de maquinarias y equipos

Mantenimiento Maquinarias y equipos de producción	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Nov-20	2020	2021	2022	2023	2024
Cutter industrial	2	80	Anual	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
Marmita (capacidad 100 litros/kilos	2	200	Anual	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Deshuesadora Individual	1	100	Anual	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Tapadora Manual/Selladora	1	50	Anual	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Etiquetadora	1	50	Anual	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Congeladora 650Lts	1	100	Anual	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Cocina 4 hornillas	1.00	200.00	Anual	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Lavaplatos	2.00	100.00	Anual	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Mesa de trabajo 5 niveles	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Campana extractora	1.00	200.00	Anual	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Lavadero especial	1.00	150.00	Anual	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
			Costo mantenimiento Maquinarias	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610
			IGV	290	290	290	290	290	290
			Monto	1,900	1,900	1900	1,900	1,900	1,900

Nota: Elaboración Propia

Tabla 197.

Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos del área de administración

Mantenimiento equipos y mobiliario área administración	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Computadora	3	50	mensual	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
Aire acondicionado	1	150	semestral						150						150	300	300	300	300	300
Impresora	1	250	trimensual			250			250			250			250	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Televisor	1	20	mensual	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240	240	240	240	240
Set de Cámaras de seguridad	1	50	anual												50	50	50	50	50	50
Sillas de escritorio	4	20	anual												80	80	80	80	80	80
Escritorios	4	30	anual												120	120	120	120	120	120
Sillas de escritorio	4	20	anual												80	80	80	80	80	80
impresora multifuncional	1	70	anual												70	70	70	70	70	70
estantes	5	50	anual						250						250	500	500	500	500	500
			Costo mantenimiento Maquinarias	170	170	420	170	170	820	170	170	420	170	170	1,220	4,240	4,240	4,240	4,240	4,240
			IGV	31	31	76	31	31	148	31	31	76	31	31	220	763	763	763	763	763
			Monto	170	170	420	170	170	820	170	170	420	170	170	1,220	4,240	4,240	4,240	4,240	4,240

Nota: Elaboración Propia

Tabla 198.

Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos del área de ventas

Mantenimiento equipos y mobiliarios área ventas	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Computadora	1	80	anual												80	80	80	80	80	80
Impresora	1	50	anual												50	50	50	50	50	50
Escritorios	1	50	anual												50	50	50	50	50	50
Sillas de escritorio	1	20	anual												20	20	20	20	20	20
Camión	1	250	mensual	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
			Costo mantenimiento Maquinarias	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	450	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
			IGV	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	81	576	576	576	576	576
			Monto	295	295	295	295	295	295	295	295	295	295	295	531	3,776	3,776	3,776	3,776	3,776

Nota: Elaboración Propia

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

Tabla 199.

Mantenimiento de maquinarias y equipos

Reposición de herramientas	Cant.	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Mascarilla	300.00	0.15	0.13	38.14	mensual	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14	38.14
Guantes	600.00	0.18	0.15	91.53	mensual	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53
Mandiles	420.00	1.17	0.99	415.25	mensual	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25
Botas de caucho	14.00	15.00	12.71	177.97	Anual	177.97												177.97	
Uniformes	7.00	35.00	29.66	207.63	Anual	207.63												207.63	
Dispensador de agua	1.00	50.00	42.37	42.37	Mensual	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37
Guantes de calor	4.00	12.00	10.17	40.68	Semestral	40.68						40.68						40.68	
					Total, valor de venta	1013.56	587.29	587.29	587.29	587.29	587.29	627.97	587.29	587.29	587.29	587.29	587.29	1013.56	587.29
					IGV	182.44	105.71	105.71	105.71	105.71	105.71	113.03	105.71	105.71	105.71	105.71	105.71	182.44	105.71
					Monto	1196.00	693.00	693.00	693.00	693.00	693.00	741.00	693.00	693.00	693.00	693.00	693.00	1196.00	693.00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 200.

Programa de reposición de herramientas 2020 - 2024

Reposición de herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	2020	2021	2022	2023	2024
Mascarilla	300.00	0.15	0.13	38.14	mensual	457.63	457.63	457.63	457.63	457.63
Guantes	600.00	0.18	0.15	91.53	mensual	1098.31	1098.31	1098.31	1098.31	1098.31
Mandiles	420.00	1.17	0.99	415.25	mensual	4983.05	4983.05	4983.05	4983.05	4983.05
Botas de caucho	14.00	15.00	12.71	177.97	Anual	177.97	177.97	177.97	177.97	177.97
Uniformes	7.00	35.00	29.66	207.63	Anual	207.63	207.63	207.63	207.63	207.63
Dispensador de agua	1.00	50.00	42.37	42.37	Mensual	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Guantes de calor	4.00	12.00	10.17	40.68	Semestral	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36
					Total valor de venta	7514.41	7514.41	7514.41	7514.41	7514.41
					IGV	1352.59	1352.59	1352.59	1352.59	1352.59
					Monto	8867.00	8867.00	8867.00	8867.00	8867.00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 201.

Programa de reposición de útiles de limpieza Nov. 2019 – Dic.2020

Reposición de útiles de limpieza	Cant.	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Papel higiénico x 30 unid.	2.00	25.00	21.19	42.37	mensual	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37
Tacho de basura	2.00	12.00	10.17	20.34	semestral	20.34						20.34						20.34	
escoba	5.00	10.00	8.47	42.37	semestral	42.37						42.37						42.37	
recogedor	5.00	6.00	5.08	25.42	semestral	25.42						25.42						25.42	
Contenedores de basura	1.00	20.00	16.95	16.95	semestral	16.95						16.95						16.95	
Bolsa de basura pequeña x 100 unid.	4.00	7.00	5.93	23.73	mensual	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73	23.73
Bolsa de basura Grande x 100	4.00	13.00	11.02	44.07	mensual	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07	44.07
Jabón Liquido	6.00	12.00	10.17	61.02	mensual	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02
Trapo Waipe x 10 unid.	8.00	2.50	2.12	16.95	mensual	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95
Alcohol 1L	6.00	10.00	8.47	50.85	mensual	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Desinfectante líquido	6.00	10.00	8.47	50.85	mensual	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Papel toalla x 6 unid.	4.00	7.50	6.36	25.42	mensual	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
					Total valor de venta	420.34	315.25	315.25	315.25	315.25	315.25	420.34	315.25	315.25	315.25	315.25	315.25	420.34	315.25
					IGV	75.66		56.75	56.75	56.75	56.75	75.66	56.75	56.75	56.75	56.75	56.75	75.66	56.75
					Monto	496.00		372.00	372.00	372.00	372.00	496.00	372.00	372.00	372.00	372.00	372.00	496.00	372.00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 202.

Programa de reposición de útiles de limpieza 2020 - 2024

Reposición de útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	2020	2021	2022	2023	2024
Papel higiénico x 30 unid.	2.00	25.00	21.19	42.37	mensual	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Tacho de basura	2.00	12.00	10.17	20.34	semestral	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
escoba	5.00	10.00	8.47	42.37	semestral	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
recogedor	5.00	6.00	5.08	25.42	semestral	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Contenedores de basura	1.00	20.00	16.95	16.95	semestral	33.90	33.90	33.90	33.90	33.90
Bolsa de basura pequeña x 100 unid.	4.00	7.00	5.93	23.73	mensual	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75
Bolsa de basura Grande x 100	4.00	13.00	11.02	44.07	mensual	528.81	528.81	528.81	528.81	528.81
Jabón Liquido	6.00	12.00	10.17	61.02	mensual	732.20	732.20	732.20	732.20	732.20
Trapo Waipe x 10 unid.	8.00	2.50	2.12	16.95	mensual	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39
Alcohol 1L	6.00	10.00	8.47	50.85	mensual	610.17	610.17	610.17	610.17	610.17
Desinfectante líquido	6.00	10.00	8.47	50.85	mensual	610.17	610.17	610.17	610.17	610.17
Papel toalla x 6 unid.	4.00	7.50	6.36	25.42	mensual	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08
					Total valor de venta	3993.22	3993.22	3993.22	3993.22	3993.22
					IGV	719	719	719	719	719
					Monto	4712	4712	4712	4712	4712

Nota: Elaboración Propia

Tabla 203.

Programa de reposición de utensilios 2020 - 2024

Reposición de utensilios	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Nov-19	May-20	Nov-20	2020	2021	2022	2023	2024
Cuchillo	10.00	10.00	8.47	84.75	semestral	84.75	84.75	84.75	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Espátulas metálicas	5.00	6.00	5.08	25.42	semestral	25.42	25.42	25.42	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Bowl	5.00	12.00	10.17	50.85	semestral	50.85	50.85	50.85	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69
Palas de mano	3.00	15.00	12.71	38.14	semestral	38.14	38.14	38.14	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27
pinzas	5.00	8.00	6.78	33.90	semestral	33.90	33.90	33.90	67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
cucharas	30.00	2.50	2.12	63.56	semestral	63.56	63.56	63.56	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12
escurridor	4.00	20.00	16.95	67.80	anual	67.80		67.80	67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
balanza electrónica	1.00	100.00	84.75	84.75	anual	84.75		84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
tabla para picar + bandeja inoxidable	3.00	60.00	50.85	152.54	anual	152.54		152.54	152.54	152.54	152.54	152.54	152.54
tazas medidoras	6.00	15.00	12.71	76.27	anual	76.27		76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27
					Total valor de venta	677.97	296.61	677.97	974.58	974.58	974.58	974.58	974.58
					IGV	122.03	53.39	122.03	175.42	175.42	175.42	175.42	175.42
					Monto	800.00	350.00	800.00	1150.00	1150.00	1150.00	1150.00	1150.00

Nota: Elaboración Propia

6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación, maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliarios por incremento de ventas.

Tabla 204.

Reposición de útiles de oficina para el área de producción

Reposición de útiles de oficina área producción	Frecuencia de recompra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Set Lapiceros color azul x4	mensual	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	43.73	43.73	43.73	43.73	43.73
Set de lápiz x4	mensual	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	45.76	45.76	45.76	45.76	45.76
Post-it Amarillo 3x3	mensual	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	122.03	122.03	122.03	122.03	122.03
Engrapador metal	mensual	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	244.07	244.07	244.07	244.07	244.07
Grapas (caja 1000u)	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Clips	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Sobre manila pack 50	mensual	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	295.93	295.93	295.93	295.93	295.93
Folder manila x 25	mensual	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	442.37	442.37	442.37	442.37	442.37
Tampón	semestral	6.10						6.10						6.10		12.20	12.20	12.20	12.20	12.20
Bandeja porta documentos 2 pisos	semestral	33.90						33.90						33.90		67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
Archivador oficio Lomo alto	anual	24.15												24.15		24.15	24.15	24.15	24.15	24.15
	Total valor venta	170.42	106.27	106.27	106.27	106.27	106.27	146.27	106.27	106.27	106.27	106.27	106.27	170.42	106.27	1379.41	1379.41	1379.41	1379.41	1379.41
	IGV	30.68	19.13	19.13	19.13	19.13	19.13	26.33	19.13	19.13	19.13	19.13	19.13	30.68	19.13	248.29	248.29	248.29	248.29	248.29
	Monto	201.10	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	172.60	125.40	125.40	125.40	125.40	125.40	201.10	125.40	1627.70	1627.70	1627.70	1627.70	1627.70

Nota: Elaboración Propia

Tabla 205.

Reposición de útiles de oficina para el área administrativa

Reposición de útiles de oficina área administrativa	Frecuencia de recompra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Set Lapiceros color azul x4	mensual	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	43.73	43.73	43.73	43.73	43.73
Set de lápiz x4	mensual	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	45.76	45.76	45.76	45.76	45.76
Post-it Amarillo 3x3	mensual	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	122.03	122.03	122.03	122.03	122.03
Engrapador metal	mensual	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	244.07	244.07	244.07	244.07	244.07
Grapas (caja 1000u)	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Clips	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Sobre manila pack 50	mensual	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	295.93	295.93	295.93	295.93	295.93
Folder manila x 25	mensual	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	442.37	442.37	442.37	442.37	442.37
Tampón	mensual	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	73.22	73.22	73.22	73.22	73.22
Libro de actas	anual	10.00												10.00		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Bandeja porta documentos 2 pisos	semestral	33.90						33.90						33.90		67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
Archivador oficio Lomo alto	anual	24.15												24.15		24.15	24.15	24.15	24.15	24.15
	Total valor venta	180.42	112.37	112.37	112.37	112.37	112.37	146.27	112.37	112.37	112.37	112.37	112.37	180.42	112.37	1450.42	1450.42	1450.42	1450.42	1450.42
	IGV	32.48	20.23	20.23	20.23	20.23	20.23	26.33	20.23	20.23	20.23	20.23	20.23	32.48	20.23	261.08	261.08	261.08	261.08	261.08
	Monto	212.90	132.60	132.60	132.60	132.60	132.60	172.60	132.60	132.60	132.60	132.60	132.60	212.90	132.60	1711.50	1711.50	1711.50	1711.50	1711.50

Nota: Elaboración Propia

Tabla 206.

Reposición de útiles de oficina para el área de ventas

Reposición de útiles de oficina área ventas	Frecuencia de recompra	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Set Lapiceros color azul x4	mensual	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	3.64	43.73	43.73	43.73	43.73	43.73
Set de lápiz x4	mensual	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	45.76	45.76	45.76	45.76	45.76
Post-it Amarillo 3x3	mensual	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	122.03	122.03	122.03	122.03	122.03
Engrapador metal	mensual	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	20.34	244.07	244.07	244.07	244.07	244.07
Grapas (caja 1000u)	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Clips	mensual	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Sobre manila pack 50	mensual	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	24.66	295.93	295.93	295.93	295.93	295.93
Folder manila x 25	mensual	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	36.86	442.37	442.37	442.37	442.37	442.37
Tampón	mensual	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	6.10	73.22	73.22	73.22	73.22	73.22
Bandeja porta documentos 2 pisos	semestral	33.90						33.90						33.90		67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
Archivador oficio Lomo alto	anual	24.15												24.15		24.15	24.15	24.15	24.15	24.15
tijera	anual	5.68												5.68		5.68	5.68	5.68	5.68	5.68
	Total valor venta	176.10	112.37	112.37	112.37	112.37	112.37	146.27	112.37	112.37	112.37	112.37	112.37	176.10	112.37	1446.10	1446.10	1446.10	1446.10	1446.10
	IGV	31.70	20.23	20.23	20.23	20.23	20.23	26.33	20.23	20.23	20.23	20.23	20.23	31.70	20.23	260.30	260.30	260.30	260.30	260.30
	Monto	207.80	132.60	132.60	132.60	132.60	132.60	172.60	132.60	132.60	132.60	132.60	132.60	207.80	132.60	1706.40	1706.40	1706.40	1706.40	1706.40

Nota: Elaboración Propia

Tabla 207.

Reposición de maquinarias de producción

Reposición de Maquinarias de producción	Reposición en años	2020	2021	2022	2023	2024
Etiquetadora	1.00	68	68	68	68	68
	Total valor venta	68	68	68	68	68
	IGV	12	12	12	12	12
	Monto total	80	80	80	80	80

Nota: Elaboración Propia

Tabla 208.

Reposición de equipos de producción

Reposición de Equipos de producción	Frecuencia de recompra	2020	2021	2022	2023	2024
Olla de 30 litros	4.00				636	
balanza industrial de piso	3.00			246		
Tina acero inoxidable	3.00			339		
	Total valor venta	0	0	585	636	0
	IGV	0.0	0.0	105.3	114.4	0.0
	Monto total	0	0	690	750	0

Nota: Elaboración Propia

Tabla 209.

Reposición de equipos del área administrativa

Reposición de Equipos área administrativa	Frecuencia de recompra	2020	2021	2022	2023	2024
Computadora	4.00				2542	
Aire acondicionado	3.00			2119		
Impresora	3.00			1271		
Televisor	3.00			1017		
Set de Cámaras de seguridad	4.00				1271	
	Total valor venta	0	0	4407	3814	0
	IGV	0.0	0.0	793.2	686.4	0.0
	Monto total	0	0	5200	4500	0

Nota: Elaboración Propia

Tabla 210.

Reposición de equipos del área de ventas

Reposición de Equipos área ventas	Frecuencia de recompra	2020	2021	2022	2023	2024
Computadora	4.00				847	
Impresora	3.00			424		
	Total valor venta	0	0	424	847	0
	IGV	0.0	0.0	76.3	152.5	0.0
	Monto total	0	0	500	1000	0

Nota: Elaboración Propia

Tabla 211.

Reposición de mobiliario del área administrativa

Reposición de mobiliario área administrativa	Frecuencia de recompra	2020	2021	2022	2023	2024
Escritorios	3.00			1017		
Sillas de escritorio	3.00			305		
impresora multifuncional	3.00			381		
Cafetera	2.00		102		102	
	Total valor venta	0	102	1703	102	0
	IGV	0.0	18.3	306.6	18.3	0.0
	Monto total	0	120	2010	120	0

Nota: Elaboración Propia

Tabla 212.

Reposición de mobiliario del área de ventas

Reposición de mobiliario área ventas	Frecuencia de recompra	2020	2021	2022	2023	2024
Escritorios	3.00			254		
Sillas de escritorio	3.00			143		
Camión	3.00			10169		
	Total valor venta	0	0	10567	0	0
	IGV	0.0	0.0	1902.1	0.0	0.0
	Monto total	0	0	12469	0	0

Nota: Elaboración Propia

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización.

A continuación, procederemos a seleccionar el lugar donde nos ubicaremos y funcionará las instalaciones de elaboración de nuestro producto, para esto evaluaremos los posibles lugares y/o terrenos en sectores geográficos que nos permitan tener en condiciones óptimas el desarrollo de nuestro proyecto, donde consideraremos los siguientes factores:

- Cercanía a proveedores.
- Disponibilidad de transporte.
- Presencia de servicios generales como agua, luz, telefonía, combustible, etc.
- Permisos Municipales.
- Infraestructura segura.
- Costo de Alquiler
- Costo de operación

Matriz de decisión de Macro – Localización

Hemos considerado 3 distritos, los cuales consideramos poseen todos los factores contemplados para el desarrollo del proyecto.

- Santa Anita
- Ate
- Chorrillos

Después de evaluar los posibles lugares con las variables detalladas a continuación, hemos escogido el distrito de Ate.

Tabla 213.

Criterios de evaluación de Macro Localización

		Distritos Evaluados					
		Santa Anita		Ate		Chorrillos	
Variable	**Peso**	**Calif**	**Pond**	**Calif**	**Pond**	**Calif**	**Pond**
Cercanía de proveedores	0.2	7	1.4	8	1.6	7	1.05
Disponibilidad de materia prima	0.2	10	2	10	2	8	1.6
Servicios generales	0.15	8	1.2	8	1.2	8	1.2
Disponibilidad de transporte	0.15	10	1.5	10	1.5	10	1.5
Infraestructura	0.1	7	0.7	8	0.8	8	0.8
Costo de operación	0.2	8	1.6	8	1.6	7	1.4
Total	1		8.4		8.7		7.9

Nota: Elaboración propia

6.4.2. Micro localización.

Después de haber escogido en distrito (Macro) nos enfocamos a buscar la zona idónea dentro del distrito de Ate para instalar nuestra planta.

Los criterios contemplados para la elección del lugar son los siguientes:

- Localización de zona urbana
- Costo de terrenos
- Tamaño del local
- Cercanía a avenidas principales
- Disponibilidad de servicios generales como agua, luz, telefonía, gas, etc.)
- Cercanía a zona comercial e industrial
- Impuestos

Entre las posibles opciones, teniendo en cuenta los criterios detallados líneas arriba, contamos con los siguientes puntos o direcciones:

- Calle Vulcano 136 – Ate
- Los Quechuas – Urb. Salamanca.
- Av. Nicolas Ayllón 881 - Ate

Tabla 214.

Variables de micro localización

		ATE					
		Vulcano		Los Quechuas		Nicolás Ayllón	
Variable	**Peso**	**Calif**	**Pond**	**Calif**	**Pond**	**Calif**	**Pond**
Pagos de servicios	0.25	9	2.25	9	2.25	9	2.25
Costo de alquiler	0.25	9	2.25	8	2	7	1.75
Adecuación de local	0.15	8	1.2	5	0.75	7	1.05
Traslado del personal	0.2	8	1.6	6	1.2	6	1.2
Acceso para descargar	0.15	9	1.35	7	1.05	8	1.2
Total	**1**		**8.65**		**7.25**		**7.45**

Nota: Elaboración propia

Finalmente hemos optado por Calle Vulcano, al encontrarse en una zona céntrica y cercana de nuestros proveedores de materia prima y de uno de nuestros mercados objetivo (Zona 7).

6.4.3. Gastos de adecuación.

El local donde operaremos mide 144 mt2., por tanto, el alquiler mensual será de S/ 3,500, en donde se tiene que hacer el depósito de una garantía y 1 mes adelantado.

Las instalaciones cuentan con los servicios de agua, desagüe, luz y teléfono. En cuanto al servicio de gas, se está gestionando la pronta instalación ya que es fundamental contar con este servicio para la elaboración de nuestro producto.

Adicionalmente el local necesita limpieza y pintado de las paredes, cambios de focos, interruptores, revisión de grifería.

También debemos contar con la instalación de refrigeradoras especiales para la conservación de los insumos y el producto y las cocinas industriales para la cocción de las mismas.

Tabla 215.

Gastos de adecuación

Detalle	**Importe S/.**
Local	10,500
Grifería	500
Pinturas	300
Iluminación	300
Total S/.	11,600

Nota: Elaboración propia

6.4.4. Gastos de servicios.

En cuanto a los servicios, estos se estarían facturando por los siguientes montos:

Tabla 216.
Servicios

Servicios	Importe S/.
Agua	600
Luz	1,000
Teléfono / Internet / Cable	150
Gas	140
Total S/.	1,890

Nota: Elaboración propia

6.4.5. Plano del centro de operaciones.

A continuación mostraremos imágenes vista desde satélite y el mapa que comprende al distrito de Ate.

Figura 54. Vista satelital del distrito de Ate

Nota: Google Maps

Plano del Local de operaciones de la empresa:

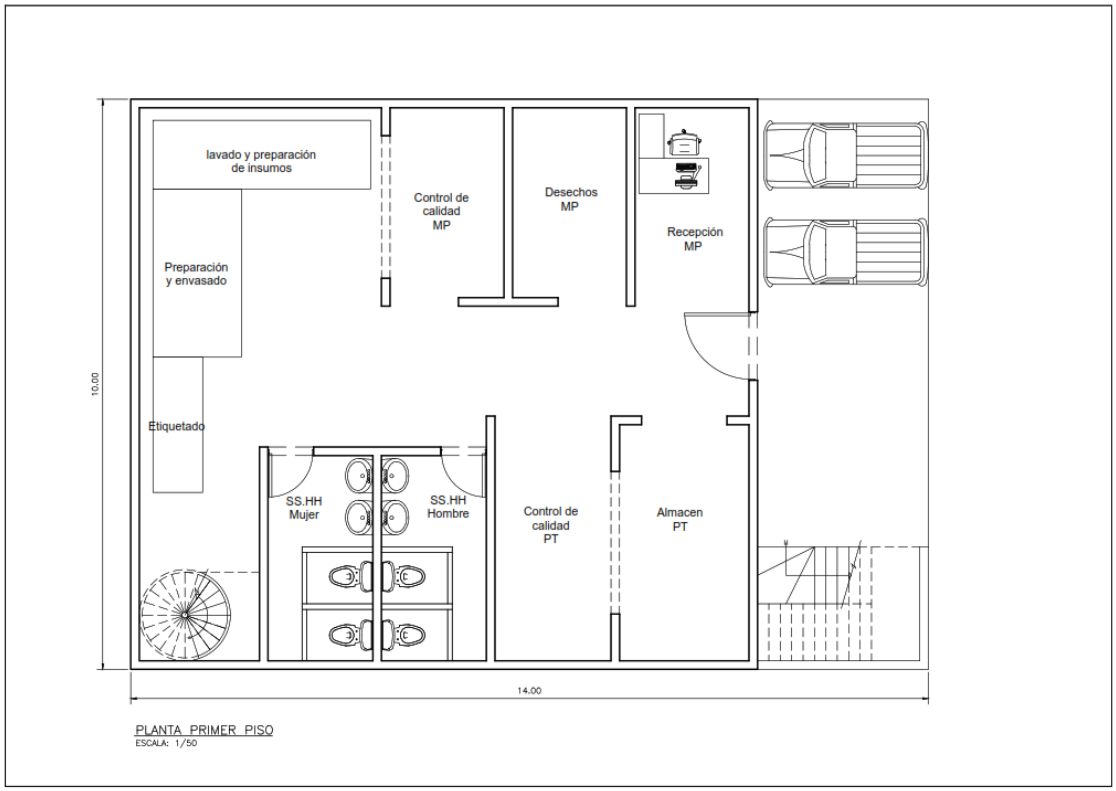


Figura 55. Plano de la distribución de las áreas de la primera planta

Nota: Elaboración propia

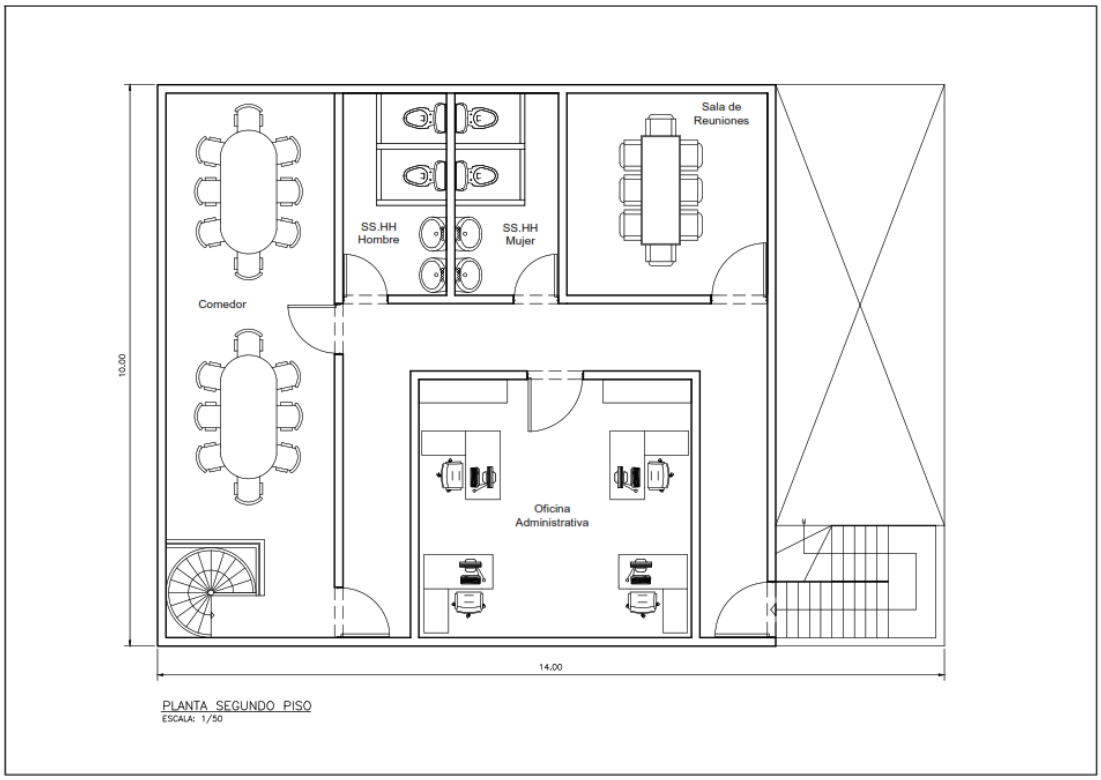


Figura 56. Plano de la distribución de las áreas de la segunda planta

Nota: Elaboración propia

6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

El local el cual hemos elegido se encuentra ubicado en la zona industrial de Ate, que se encuentra cerca del mercado de mayoristas de Santa Anita de donde nos proveeremos de nuestros principales insumos. A su vez al estar en un lugar céntrica de la zona y tener las vías de acceso en buen estado no tendremos inconvenientes para el traslado de los colaboradores y demás proveedores entre ellos (envases, etiquetas, cajas, etc.)

Figura 57. Local del centro de operaciones

Nota: Google Maps

6.5. Responsabilidad social frente al entrono

6.5.1. Impacto ambiental.

La empresa está comprometida con el cuidado y preservación del medio ambiente, motivo por el cual nos enfocaremos en el uso eficiente de los recursos e insumos, realizaremos la separación correcta de los residuos, usaremos cartón para el embalaje de los frascos, para el producto en sí hemos elegido el vidrio. También realizaremos la separación de las tapitas de plástico lo cual nos ayudará al compromiso con la responsabilidad social con la comunidad.

Figura 58. Separación de residuos

Nota: Google

Figura 59. Empresa verde

Nota: Google

6.5.2. Con los trabajadores.

Nos comprometemos a brindar una estabilidad social y emocional de nuestros colaboradores.

Programar capacitaciones para una operación saludable de nuestra empresa y a su vez fomentar el desarrollo personal y profesional de los empleados.

Crear un ambiente de sana convivencia donde todos podamos desarrollar nuestras funciones con tranquilidad y de esta manera contar con un agradable clima laboral.

Figura 60. Apoyo entre trabajadores

Nota: Google

6.5.3. Con la comunidad.

Estamos comprometidos con nuestra sociedad por tanto buscaremos realizar actividades filantrópicas lo cual nos permitirá agregar valor y bienestar a nuestra comunidad. Promoveremos a nuestros colaboradores y juntos realizaremos actividades de voluntariado y donaciones a las zonas en la que operamos.

Con la separación de los elementos de residuos, realizaremos la recolección de tapitas de plástico para generar fondos para la clínica San Juan de Dios, participaremos en conjunto con la organización “Ayúdanos a ayudar”, seremos un centro de acopio donde el fin es lograr la mayor cantidad de tapitas de plástico, para luego realizar la venta de estas y comprar con lo recaudado sillas de ruedas para los pacientes de la clínica.

Por medio de donaciones conseguimos los bidones de agua de mesa donde procedemos a colocar las tapitas, obteniendo por cada bidón 3 Kg, de tapitas. El pago por cada kilo de tapitas es de S/.0.80, es decir que por cada bidón nos pagarían S/2.40, de esta manera con lo recaudado con las demás empresas que también funcionan como centros de acopio conseguiremos más sillas de ruedas.

Tabla 217.

Calendarización de las actividades de RSE 2020- 2024

Actividad	Ene-Mar	Abr-Jun	Jul-Set	Oct-Dic
Recolección de tapitas de plástico	x	x	x	x
Conteo de tapitas recolectadas	28-Mar	28-Jun	28-Set	20-Dic
Entrega de las tapitas recolectadas	30-Mar	30-Jun	30-Set	22-Dic

Nota: Elaboración propia

Capítulo VII. Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para el inicio de nuestras actividades estamos tomando la inversión inicial de los activos fijos depreciables de la empresa considerando el costo con IGV. Los activos considerados son aquellos que sobrepasan el ¼ de UIT (S/. 1,050.00):

Tabla 218.

Inversión en activos fijos depreciables (importe en soles)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	IGV	Total Precio
Operaciones			**26,189.83**	**4,714.17**	**30,904.00**
Cutter industrial	2	2,373	4,746	854	5,600
Marmita (capacidad 50 litros/kilos)	2	3,500	7,000	1,260	8,260
Deshuesadora Individual	1	2,500	2,500	450	2,950
Tapadora Manual/Selladora	1	1,610	1,610	290	1,900
Congeladora 650 Lts	1	5,308	5,308	956	6,264
Cocina 4 hornillas	1.00	1,949	1,949	351	2,300
Lavadero especial	1.00	3,076	3,076	554	3,630
Administración			**4,661**	**839**	**5,500**
Aire acondicionado	1	2,119	2,119	381	2,500
Impresora	1	1,271	1,271	229	1,500
Set de Cámaras de seguridad	1	1,271	1,271	229	1,500
Total activo fijo depreciable			**30,851**	**5,553**	**36,404**

Nota: Elaboración Propia.

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

En el siguiente cuadro mostraremos los costos de inversión inicial de aquellos activos que son intangibles:

Tabla 219.

Inversión en activos intangibles (importe en soles)

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa			**S/. 372.88**	**S/. 52.72**	**S/. 425.60**
Búsqueda del Nombre	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Reserva del Nombre	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Minuta de Constitución	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Testimonio de Constitución	1	S/. 123	S/. 122.88	S/. 22.118	S/. 145.00
Inscripción en Registros Públicos	1	S/. 80	S/. 80.00	S/. 0.000	S/. 80.00
Ruc	1	S/. 0	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Legalización de Hojas Sueltas (notaria)	1000	0.17	S/. 170.00	S/. 30.60	S/. 200.60
Marcas y patentes			**S/. 815.31**	**S/. 38.14**	**S/. 853.45**
Búsqueda fonética y figurativa	1	S/. 69.45	S/. 69.45	S/. 0.00	S/. 69.45
Solicitud de Registro	1	S/. 534.00	S/. 534.00	S/. 0.00	S/. 534.00
Publicación El Peruano	1	S/. 250.00	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00
Licencias y autorizaciones			**S/. 2,459.42**	**S/. 442.70**	**S/. 2,902.12**
Licencias de funcionamiento - Municipalidad Ate	1	S/. 200.40	S/. 200.40	S/. 36.07	S/. 236.47
Inspección técnica	1	S/. 131.60	S/. 131.60	S/. 23.69	S/. 155.29
Certificado de Defensa Civil	1	S/. 82.40	S/. 82.40	S/. 14.83	S/. 97.23
Registro Sanitario de alimentos de consumo humano	1	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 37.80	S/. 247.80
Habilitación Sanitaria de fábrica de alimentos y bebidas	1	S/. 876.00	S/. 876.00	S/. 157.68	S/. 1,033.68
Validación técnica del plan HACCP	1	S/. 875.27	S/. 875.27	S/. 157.55	S/. 1,032.82
Código de barras	1	S/. 83.75	S/. 83.75	S/. 15.08	S/. 98.83
TOTAL			**S/. 3,647.61**	**S/. 533.55**	**S/. 4,181.16**

Nota: Elaboración propia

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Detallamos en el siguiente cuadro los gastos pre-operativos para iniciar las operaciones de la empresa:

Tabla 220.
Gastos preoperativos (importe en soles)

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activos fijos no depreciables			**18,146.61**	**3,266.39**	**21,413.00**
Operaciones y producción			**7,881.36**	**1,418.64**	**9,300.00**
Etiquetadora	1	68	68	12	80
Olla de 30 litros	2	318	636	114	750
Balanza industrial de piso	1	246	246	44	290
Tina acero inoxidable	1	339	339	61	400
Extintores	15	203	3051	549	3600
Lavaplatos	2.00	678	1356	244	1600
Mesa de trabajo 5 niveles	2.00	754	1508	272	1780
Campana extractora	1.00	678	678	122	800
Administración			**8597**	**1547**	**10144**
Computadora	3	847.457627	2542	458	3000
Televisor	1.00	1016.95	1017	183	1200
Escritorios	4.00	254.24	1017	183	1200
Sillas de escritorio	4.00	76.27	305	55	360
Impresora multifuncional	1.00	381.36	381	69	450
Estantes	5.00	169.49	847	153	1000
Cafetera	1.00	101.69	102	18	120
horno microondas	1.00	296.61	297	53	350
Frigobar	1.00	635.59	636	114	750
Mesa de reuniones	1.00	593.22	593	107	700
Silla de directorio	6.00	143.22	859	155	1014
Ventas			**1669**	**300**	**1969**
Computadora	1.00	847.46	847	153	1000
Impresora	1.00	423.73	424	76	500
Escritorios	1.00	254.24	254	46	300
Sillas de escritorio	1.00	143.22	143	26	169
Utensilios, Enseres			**2,644.49**	**476.01**	**3,120.50**
Útiles de producción			**2,111.86**	**380.14**	**2,492.00**
Herramientas			1,013.56	182.44	1,196.00
Útiles de limpieza			420.34	75.66	496.00
Utensilios			677.97	122.03	800.00
Útiles de Administración			**532.63**	**95.87**	**628.50**
Útiles de oficina área administrativa			532.63	95.87	628.50
Acondicionamiento de Local			**39,892.00**	**7,180.56**	**47,072.56**

Marketing de Lanzamiento(etapa pre-operativa)			**4,000.00**	**720.00**	**4,720.00**
WEB			900.00	162.00	1,062.00
REDES SOCIALES			600.00	108.00	708.00
AUSPICIOS			2,500.00	450.00	2,950.00
Remuneraciones Nov-diciembre			**34,260.42**	**0.00**	**34,260.42**
Pago Total planilla administrativa			12,145.83	0.00	12,145.83
Pago total de ventas			2,291.67	0.00	2,291.67
Pago planilla MOD			15,239.58	0.00	15,239.58
Pago planilla MOI			4,583.33	0.00	4,583.33
Servicios básicos y diversos Nov-diciembre			**8,056.61**	**503.39**	**8,560.00**
Energía eléctrica(luz)/trifásico			1,694.92	305.08	2,000.00
Agua			423.73	76.27	500.00
Gas			254.24	45.76	300.00
Teléfono+ internet			423.73	76.27	500.00
Contador			1,000.00	0	1,000.00
Servicio de Limpieza			1,860.00	0.00	1,860.00
Seguridad			2,400.00	0.00	2,400.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	**2.00**	**2,966.10**	**5,932.20**	**1,067.80**	**7,000.00**
SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			**112,932.33**	**13,214.14**	**126,146.48**
Garantía(2 meses)	**2.00**	**2,966.10**	**5,932.20**	**1,067.80**	**7,000.00**
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			**118,864.54**	**14,281.94**	**133,146.48**

Nota: Elaboración propia

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

En el cuadro mostramos los costos de la materia prima de los meses de noviembre y diciembre 2019, los cuales son para sampling.

Tabla 221.

Inversión en inventarios iniciales

Compras materia prima	Unidad de pedido	nov-19	dic-19	Total	costo por unidad de pedido	Costo total	Igv	Monto
Aceitunas Negras	cajones de 20 kg	2.00	2.00	4.00	180.00	720.00	0.00	720.00
Zapallo Loche	Sacos de 50 kg	2.00	2.00	4.00	171.00	684.00	0.00	684.00
Cebolla Roja	Sacos de 20 kg	2.00	2.00	4.00	24.00	96.00	0.00	96.00
Tomate	Sacos de 20 kg	1.00	1.00	2.00	26.00	52.00	0.00	52.00
Ajo	kg	1.00	1.00	2.00	2.20	4.40	0.00	4.40
Vinagre	Botella de 5 Lt	2.00	2.00	4.00	25.42	101.69	18.31	120.00
Aceite vegetal	Galonera de 20 Lt	1.00	1.00	2.00	152.54	305.08	54.92	360.00
Especies (sal, pimienta y orégano)	Kg	1.00	1.00	2.00	7.63	15.25	2.75	18.00
Frasco	Ciento	17	0	17.00	43.22	734.75	132.25	867.00
Tapa	Ciento	17	0	17.00	9.32	158.47	28.53	187.00
Etiqueta	Ciento	18	0	18.00	16.95	305.08	54.92	360.00
Caja (50 unidades)	Ciento	1	0	1.00	144.07	144.07	25.93	170.00
					Total inventario inicial	**3,320.81**	**317.59**	**3,638.40**

Nota: Elaboración propia

7.1.5. Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado de caja).

El capital de trabajo es la cantidad de recursos a corto plazo que necesita una empresa para realizar sus actividades. Para averiguar nuestro capital de trabajo hemos utilizado el método de déficit acumulado. Se determinó como capital de trabajo, el monto S/. 60,970.09 considerando el total de egresos de gastos de ventas, costos de MOD y gastos administrativos.

A continuación presentamos la inversión del capital de trabajo:

Tabla 222.

Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12 (importe en soles)

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo Inicial de Caja												
Ventas Tiendas Gourmet	**13,015**	**15,660**	**18,305**	**18,345**	**20,990**	**15,700**	**25,550**	**20,260**	**22,905**	**28,620**	**31,265**	**33,910**
Ventas100% al crédito	13,015	15,660	18,305	18,345	20,990	15,700	25,550	20,260	22,905	28,620	31,265	33,910
Ventas netas Tiendas Gourmet	**13,015**	**15,660**	**18,305**	**18,345**	**20,990**	**15,700**	**25,550**	**20,260**	**22,905**	**28,620**	**31,265**	**33,910**
IGV Ventas	2,343	2,819	3,295	3,302	3,778	2,826	4,599	3,647	4,123	5,152	5,628	6,104
Total Ingresos	**15,358**	**18,479**	**21,600**	**21,647**	**24,768**	**18,526**	**30,149**	**23,907**	**27,028**	**33,772**	**36,893**	**40,014**
cobranza a 45 días		**15,358**	**18,479**	**21,600**	**21,647**	**24,768**	**18,526**	**30,149**	**23,907**	**27,028**	**33,772**	**36,893**
Ferias ecológicas/orgánicas	**17,055**	**20,520**	**23,990**	**24,035**	**27,505**	**20,570**	**33,480**	**26,545**	**30,010**	**37,505**	**40,970**	**44,435**
Ventas100% al contado	17,055	20,520	23,990	24,035	27,505	20,570	33,480	26,545	30,010	37,505	40,970	44,435
Ventas netas Eco ferias	**17,055**	**20,520**	**23,990**	**24,035**	**27,505**	**20,570**	**33,480**	**26,545**	**30,010**	**37,505**	**40,970**	**44,435**
IGV Ventas	3,070	3,694	4,318	4,326	4,951	3,703	6,026	4,778	5,402	6,751	7,375	7,998
Total Ingresos	**20,125**	**24,214**	**28,308**	**28,361**	**32,456**	**24,273**	**39,506**	**31,323**	**35,412**	**44,256**	**48,345**	**52,433**
cobranza al contado	**20,125**	**24,214**	**28,308**	**28,361**	**32,456**	**24,273**	**39,506**	**31,323**	**35,412**	**44,256**	**48,345**	**52,433**
Tiendas orgánicas especializadas	**11,670**	**14,040**	**16,415**	**16,445**	**18,820**	**14,075**	**22,905**	**18,160**	**20,535**	**25,660**	**28,030**	**30,405**
Ventas100% al crédito	11,670	14,040	16,415	16,445	18,820	14,075	22,905	18,160	20,535	25,660	28,030	30,405
Ventas netas tiendas orgánicas especializadas	**11,670**	**14,040**	**16,415**	**16,445**	**18,820**	**14,075**	**22,905**	**18,160**	**20,535**	**25,660**	**28,030**	**30,405**
IGV Ventas	2,101	2,527	2,955	2,960	3,388	2,534	4,123	3,269	3,696	4,619	5,045	5,473
Total Ingresos	**13,771**	**16,567**	**19,370**	**19,405**	**22,208**	**16,609**	**27,028**	**21,429**	**24,231**	**30,279**	**33,075**	**35,878**
cobranza al contado		**13,771**	**19,370**	**19,405**	**22,208**	**16,609**	**27,028**	**21,429**	**24,231**	**30,279**	**33,075**	**35,878**
Total cobranza	**20,125**	**53,342**	**66,157**	**69,366**	**76,311**	**65,649**	**85,060**	**82,901**	**83,550**	**101,563**	**115,192**	**125,204**
Total Egresos en Efectivo	**76,055**	**48,852**	**51,620**	**82,433**	**57,550**	**57,438**	**111,474**	**57,483**	**63,464**	**124,189**	**74,119**	**88,210**
Insumos totales sin IGV	**9,539**	**10,706**	**12,423**	**12,215**	**14,308**	**10,153**	**17,568**	**13,352**	**15,297**	**19,280**	**21,004**	**22,540**
Aceitunas Negras	3,780	4,140	4,860	4,680	5,580	3,960	6,840	5,220	5,940	7,560	8,280	8,820
Zapallo Loche	3,078	3,420	3,933	3,933	4,617	3,249	5,643	4,275	4,959	6,156	6,669	7,182
Cebolla Roja	288	336	384	384	432	312	528	408	480	600	648	696
Tomate	208	234	286	260	312	234	390	286	338	416	468	494
Ajo	9	11	13	11	13	11	18	13	15	18	20	22
Vinagre	483	559	636	636	737	534	915	686	788	992	1,068	1,169
Aceite vegetal	1,678	1,983	2,288	2,288	2,593	1,831	3,203	2,441	2,746	3,508	3,814	4,119
Especies (sal, pimienta y orégano)	15	23	23	23	23	23	31	23	31	31	38	38

IGV Insumos	**392**	**462**	**530**	**530**	**604**	**430**	**747**	**567**	**642**	**815**	**886**	**959**
Materiales	**23,842**	**0**	**0**	**26,681**	**0**	**0**	**33,840**	**0**	**0**	**46,324**	**0**	**0**
Frasco	14,176	0	0	15,948	0	0	20,227	0	0	27,618	0	0
Tapa	3,030	0	0	3,403	0	0	4,316	0	0	5,901	0	0
Etiqueta	5,627	0	0	6,322	0	0	8,000	0	0	10,932	0	0
Caja (50 unidades)	1,008	0	0	1,008	0	0	1,297	0	0	1,873	0	0
IGV materiales	4,291	0	0	4,803	0	0	6,091	0	0	8,338	0	0
Sueldos	**16,654**	**16,696**	**16,739**	**16,739**	**20,831**	**16,697**	**25,002**	**16,770**	**16,812**	**16,904**	**20,995**	**25,137**
Sueldo bruto área administrativa	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300
Sueldo bruto área ventas	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Sueldo bruto área MOD	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650	6,650
Sueldo bruto área MOI	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Gratificación	0	0	0	0	0	0	7,475	0	0	0	0	7,475
Pago de CTS	0	0	0	0	4,049	0	0	0	0	0	4,049	0
Essalud	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346	1,346
Bono ley(9% de las gratificaciones)	0	0	0	0	0	0	673	0	0	0	0	673
Sctr (1%)	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Comisión ventas 0.5%	209	251	294	294	337	252	410	325	367	459	501	544
Servicios y suministros sin IGV	**6,276.44**	**6,276.44**	**6,526.44**	**6,276.44**	**6,826.61**	**6,926.44**	**6,276.44**	**6,276.44**	**6,526.44**	**6,276.44**	**9,291.69**	**8,003.14**
Teléfono e Internet	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
IGV Teléfono e internet	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
Mantenimiento de equipos de producción y oficina	170	170	420	170	170	820	170	170	420	170	1,780	1,420
IGV mantenimiento	31	31	76	31	31	148	31	31	76	31	320	256
Recarga de extintores												477
IGV recarga de extintores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	86
Alquiler local	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966	2,966
IGV alquiler	534	534	534	534	534	534	534	534	534	534	534	534
Luz	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695	1,695
IGV energía	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305
Agua	424	424	424	424	424	424	424	424	424	424	424	424
IGV agua	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359
Reposición de herramientas	587	587	587	587	628	587	587	587	587	587	1,014	587
IGV herramientas	105.71	105.71	105.71	105.71	113.03	105.71	105.71	105.71	105.71	105.71	182.44	105.71
Reposición de utensilios y útiles de limpieza	315.25	315.25	315.25	315.25	716.95	315.25	315.25	315.25	315.25	315.25	1,098.31	315.25
IGV de reposición de utensilios y útiles de limpieza	56.75	56.75	56.75	56.75	129.05	56.75	56.75	56.75	56.75	56.75	197.69	56.75
Reposición de útiles de oficina	331.0	331.0	331.0	331.0	438.8	331.0	331.0	331.0	331.0	331.0	526.9	331.0
IGV de reposición de útiles de oficina	59.58	59.58	59.58	59.58	78.99	59.58	59.58	59.58	59.58	59.58	94.85	59.58
IGV servicios y suministros	1,129.76	1,129.76	1,174.76	1,129.76	1,228.79	1,246.76	1,129.76	1,129.76	1,174.76	1,129.76	1,672.51	1,440.56
Servicios tercerizados sin IGV	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**	**5,630**
Contador	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Servicio de Limpieza	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930
Seguridad	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Distribución	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
IGV servicios tercerizados	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**	**540**

Gastos de Prom. y Publicidad sin IGV	**1,850**	**1,200**	**750**	**1,460**	**1,200**	**1,050**	**1,700**	**750**	**570**	**1,670**	**570**	**1,820**
IGV publicidad	**333**	**216**	**135**	**263**	**216**	**189**	**306**	**135**	**103**	**301**	**103**	**328**
Activ. de Responsabilidad Social												
Gasto responsabilidad social sin IGV	**0**	**0**	**925**	**0**	**0**	**525**	**0**	**0**	**525**	**0**	**1,300**	**525**
IGV de evento responsabilidad social	0	0	167	0	0	95	0	0	95	0	234	95
Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta (1.0% de las ventas del mes pasado)		417	502	587	588	673	503	819	650	735	918	1,003
Pagos de IGV al Estado						7,705	6,562	5,935	9,322	10,668	5,397	14,613
)												
Cuotas del Préstamo activo fijo	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120
Cuotas del préstamo capital de trabajo	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458	4,458
Ingresos menos Egresos del mes	**(55,930)**	**4,490**	**14,537**	**(13,066)**	**18,761**	**8,211**	**(26,414)**	**25,418**	**20,086**	**(22,626)**	**41,072**	**36,993**
Saldo Acumulado	**(55,930)**	**(51,441)**	**(36,904)**	**(49,970)**	**(31,210)**	**(22,999)**	**(49,413)**	**(23,994)**	**(3,908)**	**(26,535)**	**14,538**	**51,531**
Máximo Déficit Mensual Acumul.	(55,930)	ES LA MAXIMA NECESIDAD DE DINERO QUE APARECE EN ENERO										
Caja Mínima Requerida 3 días del egreso más alto	(12,000)											
Inversión en Capital de Trabajo	**(67,930)**											

Nota: Elaboración Propia

7.1.6. Liquidación del IGV.

Tabla 223.

Liquidación del IGV (importe en soles)

	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
IGV ventas		**7,513**	**9,040**	**10,568**	**10,589**	**12,117**	**9,062**	**14,748**	**11,694**	**13,221**	**16,521**	**18,048**	**19,575**
IGV egresos	**20,686**	**6,686**	**2,348**	**2,547**	**7,266**	**2,588**	**2,500**	**8,814**	**2,372**	**2,553**	**11,124**	**3,435**	**3,361**
IGV compras m prima		392	462	530	530	604	430	747	567	642	815	886	959
IGV materiales		4,291	0	0	4,803	0	0	6,091	0	0	8,338	0	0
IGV servicios y suministros		1,130	1,130	1,175	1,130	1,229	1,247	1,130	1,130	1,175	1,130	1,673	1,441
IGV servicios tercerizados		540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
IGV publicidad		333	216	135	263	216	189	306	135	103	301	103	328
IGV responsabilidad social		0	0	167	0	0	95	0	0	95	0	234	95
IGV inversiones	20,686												
IGV neto	**(20,686)**	**827**	**6,692**	**8,021**	**3,323**	**9,528**	**6,562**	**5,935**	**9,322**	**10,668**	**5,397**	**14,613**	**16,214**
Crédito fiscal	(20,686)	(20,686)	(19,859)	(13,167)	(5,146)	(1,823)							
Neto a pagar		**(19,859)**	**(13,167)**	**(5,146)**	**(1,823)**	**7,705**	**6,562**	**5,935**	**9,322**	**10,668**	**5,397**	**14,613**	**16,214**

Nota: Elaboración Propia

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 224.

Resumen de Inversiones

	Valor	IGV	Monto total	%
Activo fijo depreciable	30,850.85	5,553.15	36,404.00	15%
Activo Intangible	3,647.61	533.55	4,181.16	2%
Gastos pre-operativos	118,864.54	14,281.94	133,146.48	54%
Inventarios	3,320.81	317.59	3,638.40	1%
Capital de trabajo	67,930.26	0.00	67,930.26	28%
Total	**224,614.06**	**20,686.24**	**245,300.30**	**100%**

Nota: Elaboración Propia

Esta inversión se divide en 14% activos fijos depreciables, 2% activos intangibles, 56% gastos pre-operativos, inventarios 2% y capital de trabajo 27%.

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de financiamiento.

El aporte societario es estructurado de la siguiente manera, considerando que el patrimonio es de S/. 150,000 entre los 5 accionistas

Tabla 225.

Estructura de Financiamiento (importe en soles)

	Monto de inversión	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	S/. 36,404	S/. 29,123	S/. 7,281
Activo Intangible	S/. 4,181		S/. 4,181
Gastos pre-operativos	S/. 133,146		S/. 133,146
Inventarios	S/. 3,638		S/. 3,638
Capital de trabajo	S/. 67,930	S/. 46,177	S/. 21,753
	S/. 245,300	**S/. 75,300**	**S/. 170,000**
		30.697%	**69.303%**

Nota: Elaboración Propia

Tabla 226.

Financiamiento (importe en soles)

Tipo de *Nota*	Monto	%
Deuda	**75,300**	31%
Capital Propio	170,000	69%
Total	**245,300**	**100%**

Nota: Elaboración Propia

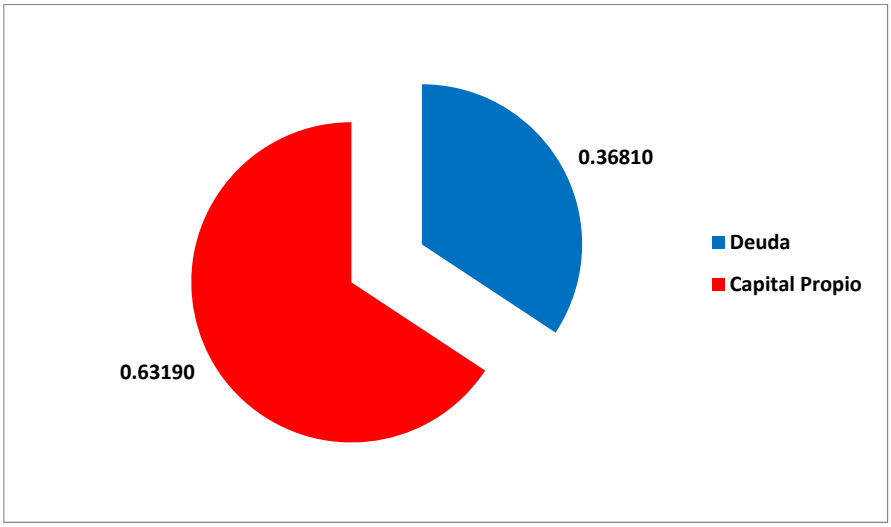


Figura 61. Inversión

Nota: Elaboración propia

Este aporte de los accionistas cubre un 63% de lo necesario para el proyecto. Para el monto faltante que equivale a 37% recurriremos a instituciones financieras.

Basándonos que debemos de financiar el 80% de los activos fijos depreciables; y considerando el total de lo aportado, hemos realizado dos préstamos a entidades financieras.

La prima de ellas es Mi Banco, a quien solicitamos el préstamo para activos fijos y Caja Huancayo para el capital de trabajo.

Tabla 227.

Aporte de los socios (importe en soles)

Aporte de cada socio	Monto
Socio 1	34,000
Socio 2	34,000
Socio 3	34,000
Socio 4	34,000
Socio 5	34,000
TOTAL	**170,000**

Nota: Elaboración Propia

Optamos por las entidades financieras mencionadas anteriormente ya que las otras instituciones consultadas nos daban una tasa más alta. Entre las instituciones consultadas tenemos a Caja Piura, con una TCEA del 32% para capital de trabajo y Caja Arequipa, con un TCEA del 28.32% para activos fijos.

7.2.2. Cronograma del Financiamiento del activo fijo.

En el caso del préstamo solicitado a Mi Banco, tendremos una TCEA del 25% y un TCEM del 1.88%. En el siguiente cuadro mostraremos el detalle del préstamo y el cronograma de pagos

Tabla 228.

Financiamiento del activo fijo

Préstamo activo fijo	**26723**	
TCEA(Mi banco)	25.00%	
TCEM	1.88%	
Plazo	3.00	años
Plazo	36.00	meses
Cuota Mensual	**1120**	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 229.

Cronograma de pagos del activo fijo

Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Saldo Final
1	29,123	547	574	1,120	28,550
2	28,550	536	584	1,120	27,965
3	27,965	525	595	1,120	27,370
4	27,370	514	606	1,120	26,764
5	26,764	502	618	1,120	26,146
6	26,146	491	629	1,120	25,517
7	25,517	479	641	1,120	24,875
8	24,875	467	653	1,120	24,222
9	24,222	455	666	1,120	23,557
10	23,557	442	678	1,120	22,879
11	22,879	429	691	1,120	22,188
12	22,188	416	704	1,120	21,484
13	21,484	403	717	1,120	20,767
14	20,767	390	730	1,120	20,037
15	20,037	376	744	1,120	19,293
16	19,293	362	758	1,120	18,535
17	18,535	348	772	1,120	17,763
18	17,763	333	787	1,120	16,976
19	16,976	319	802	1,120	16,175
20	16,175	304	817	1,120	15,358
21	15,358	288	832	1,120	14,526
22	14,526	273	847	1,120	13,679
23	13,679	257	863	1,120	12,815
24	12,815	241	880	1,120	11,936
25	11,936	224	896	1,120	11,039

26	11,039	207	913	1,120	10,127
27	10,127	190	930	1,120	9,197
28	9,197	173	948	1,120	8,249
29	8,249	155	965	1,120	7,284
30	7,284	137	983	1,120	6,300
31	6,300	118	1,002	1,120	5,298
32	5,298	99	1,021	1,120	4,278
33	4,278	80	1,040	1,120	3,238
34	3,238	61	1,059	1,120	2,178
35	2,178	41	1,079	1,120	1,099
36	1,099	21	1,100	1,120	0
Total		**11,201.24**	**29,123.44**	**40,324.68**	

Nota: Elaboración propia

Tabla 230.

Financiamiento de la deuda del activo fijo

	2019	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Préstamo	29,123.20					
Amortización		-7,638.93	-9,548.67	-11,935.84		
Interés		-5,802.63	-3,892.89	-1,505.72		
Total	**29,123.20**	**-13,441.56**	**-13,441.56**	**-13,441.56**	**0.00**	**0.00**

Nota: Elaboración Propia

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

En el caso del préstamo solicitado a Caja Huancayo, tendremos una TCEA del 32% y un TCEM del 2,34%. En el siguiente cuadro mostraremos el detalle del préstamo y el cronograma de pagos.

Tabla 231.

Financiamiento del capital de trabajo

Préstamo capital de trabajo	**60657**	
caja rural Huancayo TCEA	32.00%	
TCEM	2.34%	
Plazo	1.00	años
Plazo	12.00	meses
Cuota Mensual	**4,458**	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 232.

Cronograma de pagos del capital de trabajo

Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	46,177.10	1,080.81	3,377.52	4,458.33	318.84	42,799.58
2	42,799.58	1,001.75	3,456.58	4,458.33	295.52	39,343.00
3	39,343.00	920.85	3,537.48	4,458.33	271.65	35,805.52
4	35,805.52	838.05	3,620.28	4,458.33	247.22	32,185.24
5	32,185.24	753.32	3,705.01	4,458.33	222.23	28,480.23
6	28,480.23	666.60	3,791.73	4,458.33	196.65	24,688.50
7	24,688.50	577.85	3,880.48	4,458.33	170.47	20,808.02
8	20,808.02	487.03	3,971.30	4,458.33	143.67	16,836.72
9	16,836.72	394.08	4,064.25	4,458.33	116.25	12,772.47
10	12,772.47	298.95	4,159.38	4,458.33	88.19	8,613.09
11	8,613.09	201.60	4,256.73	4,458.33	59.47	4,356.36
12	4,356.36	101.96	4,356.37	4,458.33	30.08	-0.01
Totales		**7,322.85**	**46,177.11**	**53,499.96**		

Nota: Elaboración propia

Tabla 233.

Financiamiento de la deuda del capital de trabajo

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamo	46,177					
Amortización		-46,177				
Interés		-7,323				
Total cuota	**46,177**	**-53,500**	**0**	**0**	**0**	**0**

Nota: Elaboración Propia

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

En base a las ventas realizadas en los tres canales (tiendas gourmet, ferias ecológicas y tiendas orgánicas especializadas) hemos calcula los ingresos que obtendremos en los primeros 5 años, desglosando de forma mensual los ingresos del primer año.

Tabla 234.

Ingreso por ventas en tiendas gourmet (importe en soles)

Tiendas gourmet						**2020**											
	Ene	**Feb**	**Mar**	**Abr**	**May**	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Set**	**Oct**	**Nov**	**Dic**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Ventas Tiendas Gourmet	13015	15660	18305	18345	20990	15700	25550	20260	22905	28620	31265	33910	264525	280580	297635	315565	334660
Total valor venta	**13015**	**15660**	**18305**	**18345**	**20990**	**15700**	**25550**	**20260**	**22905**	**28620**	**31265**	**33910**	**264525**	**280580**	**297635**	**315565**	**334660**
IGV	2343	2819	3295	3302	3778	2826	4599	3647	4123	5152	5628	6104	47615	50504	53574	56802	60239
Facturación al crédito	**15358**	**18479**	**21600**	**21647**	**24768**	**18526**	**30149**	**23907**	**27028**	**33772**	**36893**	**40014**	**312140**	**331084**	**351209**	**372367**	**394899**
Cobranza a 45 días		**15358**	**18479**	**21600**	**21647**	**24768**	**18526**	**30149**	**23907**	**27028**	**33772**	**36893**					

Nota: Elaboración Propia

Tabla 235.

Ingreso por ventas en ferias ecológicas/orgánicas (importe en soles)

Ferias ecológicas/orgánicas						**2020**											
	Ene	**Feb**	**Mar**	**Abr**	**May**	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Set**	**Oct**	**Nov**	**Dic**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Ventas tiendas Ferias ecológicas/orgánicas	17055	20520	23990	24035	27505	20570	33480	26545	30010	37505	40970	44435	346620	367650	390030	413490	438515
Total valor venta	**17055**	**20520**	**23990**	**24035**	**27505**	**20570**	**33480**	**26545**	**30010**	**37505**	**40970**	**44435**	**346620**	**367650**	**390030**	**413490**	**438515**
IGV	3070	3694	4318	4326	4951	3703	6026	4778	5402	6751	7375	7998	62392	66177	70205	74428	78933
Facturación	**20125**	**24214**	**28308**	**28361**	**32456**	**24273**	**39506**	**31323**	**35412**	**44256**	**48345**	**52433**	**409012**	**433827**	**460235**	**487918**	**517448**
Cobranza al contado	**20125**	**24214**	**28308**	**28361**	**32456**	**24273**	**39506**	**31323**	**35412**	**44256**	**48345**	**52433**					

Nota: Elaboración Propia

Tabla 236.

Ingreso por ventas en tiendas orgánicas especializadas (importe en soles)

Tiendas orgánicas especializadas						**2020**											
	Ene	**Feb**	**Mar**	**Abr**	**May**	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Set**	**Oct**	**Nov**	**Dic**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Ventas tiendas orgánicas especializadas	11670	14040	16415	16445	18820	14075	22905	18160	20535	25660	28030	30405	237160	251545	266850	282915	300055
Total valor venta	**11670**	**14040**	**16415**	**16445**	**18820**	**14075**	**22905**	**18160**	**20535**	**25660**	**28030**	**30405**	**237160**	**251545**	**266850**	**282915**	**300055**
IGV	2101	2527	2955	2960	3388	2534	4123	3269	3696	4619	5045	5473	42689	45278	48033	50925	54010
Facturación	**13771**	**16567**	**19370**	**19405**	**22208**	**16609**	**27028**	**21429**	**24231**	**30279**	**33075**	**35878**	**279849**	**296823**	**314883**	**333840**	**354065**
Cobranza al 30 días		**13771**	**16567**	**19370**	**19405**	**22208**	**16609**	**27028**	**21429**	**24231**	**30279**	**33075**					

Nota: Elaboración Propia

Tabla 237.

Total Ingreso por ventas (importe en soles)

Total Ingresos	2020	2021	2022	2023	2024
Valor venta ZapeMoche	848305	899775	954515	1011970	1073230
Total Valor venta	**848305**	**899775**	**954515**	**1011970**	**1073230**
IGV	152695	161960	171813	182155	193181
Ingresos	**1001000**	**1061735**	**1126328**	**1194125**	**1266411**

Nota: Elaboración Propia

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

Es la recuperación del dinero invertido en el capital del trabajo tomando los 5 años de vida útil del proyecto.

Hemos obtenido un ratio de necesidad de capital de trabajo del 7.4278% dividiendo el capital de trabajo necesario y el ingreso, con ello podremos obtener el CTN basándonos en los ingresos obtenidos.

Tabla 238.

Recuperación de capital de trabajo (importe en soles)

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ingresos		848,305	899,775	954,515	1,011,970	1,073,230	
Capital de trabajo necesario		67,930	72,052	76,435	81,036	85,942	
Inversión capital de trabajo	-67,930	-4,122	-4,383	-4,601	-4,906		
Recuperación de capital de trabajo							85,942

Nota: Elaboración Propia

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

En el siguiente cuadro detallamos el valor de desechos netos de los activos fijos, el cual asciende a S/. 10,696.20.

Tabla 239.

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo (importe en soles)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Útil (años)	Deprec. (3años)	V.Libros (5º año)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Utilidad/Pérdida)	Ir 29.5%	Valor de Desecho
Operaciones			**S/. 26,189.83**	**S/. 4,714.17**	**S/. 30,904.00**		**S/. 26,189.83**	**S/. -**		**S/. 10,475.93**	**S/. 10,475.93**	**S/. 3,090.40**	**S/. 7,385.53**
Cutter industrial	2.00	S/. 2,372.88	S/. 4,745.76	S/. 854.24	S/. 5,600.00	3.00	S/. 4,745.76	0.00	40.0%	S/. 1,898.31	S/. 1,898.31	S/. 560.00	S/. 1,338.31
Marmita (capacidad 100 litros/kilos	2.00	S/. 3,500.00	S/. 7,000.00	S/. 1,260.00	S/. 8,260.00	3.00	S/. 7,000.00	0.00	40.0%	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	S/. 826.00	S/. 1,974.00
Deshuesadora Individual	1.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 450.00	S/. 2,950.00	3.00	S/. 2,500.00	0.00	40.0%	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 295.00	S/. 705.00
Tapadora Manual/Selladora	1.00	S/. 1,610.17	S/. 1,610.17	S/. 289.83	S/. 1,900.00	3.00	S/. 1,610.17	0.00	40.0%	S/. 644.07	S/. 644.07	S/. 190.00	S/. 454.07
Congeladora 650 Lts	1.00	S/. 5,308.47	S/. 5,308.47	S/. 955.53	S/. 6,264.00	3.00	S/. 5,308.47	0.00	40.0%	S/. 2,123.39	S/. 2,123.39	S/. 626.40	S/. 1,496.99
Cocina 4 hornillas	1.00	S/. 1,949.15	S/. 1,949.15	S/. 350.85	S/. 2,300.00	3.00	S/. 1,949.15	0.00	40.0%	S/. 779.66	S/. 779.66	S/. 230.00	S/. 549.66
Lavadero especial	1.00	S/. 3,076.27	S/. 3,076.27	S/. 553.73	S/. 3,630.00	3.00	S/. 3,076.27	0.00	40.0%	S/. 1,230.51	S/. 1,230.51	S/. 363.00	S/. 867.51
Administración			**S/. 4,661.02**	**S/. 838.98**	**S/. 5,500.00**		**S/. 4,661.02**	**0**		**S/. 1,610.17**	**S/. 1,610.17**	**S/. 475.00**	**S/. 1,135.17**
Aire acondicionado	1.00	S/. 2,118.64	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00	3.00	S/. 2,118.64	0.00	40.0%	S/. 847.46	S/. 847.46	S/. 250.00	S/. 597.46
Impresora	1.00	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 228.81	S/. 1,500.00	3.00	S/. 1,271.19	0.00	30.0%	S/. 381.36	S/. 381.36	S/. 112.50	S/. 268.86
Set de Cámaras de seguridad	1.00	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 228.81	S/. 1,500.00	3.00	S/. 1,271.19	0.00	30.0%	S/. 381.36	S/. 381.36	S/. 112.50	S/. 268.86
Total Activo fijo			**S/. 30,850.85**	**S/. 5,553.15**	**S/. 36,404.00**		**S/. 30,850.85**	**0**		**S/. 12,086.10**	**S/. 12,086.10**	**S/. 3,565.40**	**S/. 8,520.70**
											IGV (Valor mercado)		**S/. 2,175.50**
											Valor de desecho con IGV		**S/. 10,696.20**

Nota: Elaboración Propia

7.4. Costos y gastos anuales

7.4.1. Egresos desembolsables.

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 240.

Presupuesto de materia prima e insumos (importe en soles)

Insumos	Unidad de pedido	Costo por unidad de pedido	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Aceitunas Negras	Cajón de 20 kg	180.00	3,780	4,140	4,860	4,680	5,580	3,960	6,840	5,220	5,940	7,560	8,280	8,820	69,480	72,540	77,040	81,360	85,860
Zapallo Loche	Saco de 50 kg	171.00	3,078	3,420	3,933	3,933	4,617	3,249	5,643	4,275	4,959	6,156	6,669	7,182	56,088	58,482	62,073	65,664	69,255
Cebolla Roja	Saco de 20 kg	24.00	288	336	384	384	432	312	528	408	480	600	648	696	5,328	5,544	5,904	6,240	6,576
Tomate	Saco de 20 kg	26.00	208	234	286	260	312	234	390	286	338	416	468	494	3,770	3,926	4,186	4,420	4,654
Ajo	Kg.	2.20	9	11	13	11	13	11	18	13	15	18	20	22	161	167	176	187	198
Vinagre	Botella de 5 Lt.	25.42	483	559	636	636	737	534	915	686	788	992	1,068	1,169	9,102	9,483	10,068	10,653	11,212
Aceite vegetal	Galón de 20 Lt.	152.54	1,678	1,983	2,288	2,288	2,593	1,831	3,203	2,441	2,746	3,508	3,814	4,119	31,424	32,797	34,780	36,763	38,746
Especies (sal, pimienta y orégano)	Kg.	7.63	15	23	23	23	23	23	31	23	31	31	38	38	275	290	305	320	343
	Total sin IGV		**9,539**	**10,706**	**12,423**	**12,215**	**14,308**	**10,153**	**17,568**	**13,352**	**15,297**	**19,280**	**21,004**	**22,540**	**175,627**	**183,229**	**194,532**	**205,607**	**216,844**
	IGV		392	462	530	530	604	430	747	567	642	815	886	959	7,344	7,663	8,127	8,592	9,054
	Total con IGV		**9,931**	**11,168**	**12,953**	**12,745**	**14,911**	**10,583**	**18,315**	**13,919**	**15,938**	**20,096**	**21,890**	**23,499**	**182,971**	**190,891**	**202,659**	**214,199**	**225,898**

Nota: Elaboración Propia

Tabla 241.

Presupuesto de materiales (importe en soles)

Materiales	Unidad de pedido	Costo por unidad de pedido	Ene-20	Abr-20	Jul-20	Oct-20	2020	2021	2022	2023	2024
Frasco	Ciento	43.22	14,176	15,948	20,227	27,618	77,969	81,254	86,311	91,281	96,252
Tapa	Ciento	9.32	3,030	3,403	4,316	5,901	16,649	17,358	18,430	19,492	20,555
Etiqueta	Ciento	16.95	5,627	6,322	8,000	10,932	30,881	32,186	34,169	36,153	38,119
Caja (50 unidades)	Ciento	144.07	1,008	1,008	1,297	1,873	5,186	5,475	5,763	6,051	6,483
		Total sin IGV	**23,842**	**26,681**	**33,840**	**46,324**	**130,686**	**136,273**	**144,673**	**152,977**	**161,408**
		IGV	4,291	4,803	6,091	8,338	23,524	24,529	26,041	27,536	29,054
		Total con IGV	**28,133**	**31,484**	**39,931**	**54,662**	**154,210**	**160,802**	**170,714**	**180,513**	**190,462**

Nota: Elaboración Propia

Tabla 242.

Resumen de materia prima (importe en soles)

Total resumen materia prima	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Insumos	9,539	10,706	12,423	12,215	14,308	10,153	17,568	13,352	15,297	19,280	21,004	22,540	175,627	183,229	194,532	205,607	216,844
Materiales	23,842	0	0	26,681	0	0	33,840	0	0	46,324	0	0	130,686	136,273	144,673	152,977	161,408
Total valor de venta	**33,381**	**10,706**	**12,423**	**38,896**	**14,308**	**10,153**	**51,408**	**13,352**	**15,297**	**65,604**	**21,004**	**22,540**	**306,313**	**319,502**	**339,204**	**358,584**	**378,252**
IGV	4,683	462	530	5,333	604	430	6,838	567	642	9,154	886	959	30,868	32,192	34,169	36,128	38,108
Precio	**38,064**	**11,168**	**12,953**	**44,229**	**14,911**	**10,583**	**58,246**	**13,919**	**15,938**	**74,758**	**21,890**	**23,499**	**337,181**	**351,693**	**373,373**	**394,712**	**416,360**

Nota: Elaboración Propia

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 243.

Mano de Obra - operarios

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual en S/ 2020	Remuneración Mensual en S/ 2021	Remuneración Mensual en S/ 2022	Remuneración Mensual en S/ 2023	Remuneración Mensual en S/ 2024
Producción	Operario	7	7	7	8	8	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 244.

Mano de Obra (importe en soles)

Cuadro de provisiones	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Operario	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	79,800.00	79,800.00	79,800.00	91,200.00	91,200.00
Total Sueldo Bruto	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**6,650.00**	**79,800.00**	**79,800.00**	**79,800.00**	**91,200.00**	**91,200.00**
Gratificación(1/12)	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	554.17	6,650.00	6,650.00	6,650.00	7,600.00	7,600.00
Total Sueldo	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**7,204.17**	**86,450.00**	**86,450.00**	**86,450.00**	**98,800.00**	**98,800.00**
CTS(1/24)	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	300.17	3,602.08	3,602.08	3,602.08	4,116.67	4,116.67
Essalud (9%)	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	7,182.00	7,182.00	7,182.00	8,208.00	8,208.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	49.88	598.50	598.50	598.50	684.00	684.00
Sctr (1%)	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	798.00	798.00	798.00	912.00	912.00
Costo MOD	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**8,219.22**	**98,630.58**	**98,630.58**	**98,630.58**	**112,720.67**	**112,720.67**

Cuadro de pagos	Nov-19	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	79,800.00	79,800.00	79,800.00	91,200.00	91,200.00
Gratificación	0.00	1,108.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,325.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,325.00	6,650.00	6,650.00	6,650.00	7,600.00	7,600.00
Pago de CTS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,801.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,801.04	0.00	3,602.08	3,602.08	3,602.08	4,116.67	4,116.67
Essalud	0.00	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	598.50	7,182.00	7,182.00	7,182.00	8,208.00	8,208.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	0.00	99.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	299.25	0.00	0.00	0.00	0.00	299.25	598.50	598.50	598.50	684.00	684.00
Sctr (1%)	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	66.50	798.00	798.00	798.00	912.00	912.00
Pago planilla MOD	**6,716.50**	**8,523.08**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**9,116.04**	**7,315.00**	**10,939.25**	**7,315.00**	**7,315.00**	**7,315.00**	**9,116.04**	**10,939.25**	**98,630.58**	**98,630.58**	**98,630.58**	**112,720.67**	**112,720.67**

Nota: Elaboración propia

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.

En el presupuesto de costos indirectos estamos considerando la mano de obra indirecta y gastos generales desglosados a continuación.

Tabla 245.

Presupuesto de Costos Indirectos (importe en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Supervisor Técnico					
Básicos	24,000	24,000	26,400	26,400	26,400
Gratificación	2,000	2,000	2,200	2,200	2,200
Sub Total	26,000	26,000	28,600	28,600	28,600
Pago de CTS	1,083	1,083	1,192	1,192	1,192
Essalud	2,160	2,160	2,376	2,376	2,376
Bono ley(9% de las gratificaciones)	180	180	198	198	198
Sctr (1%)	240	240	264	264	264
Total gasto	**29,663**	**29,663**	**32,630**	**32,630**	**32,630**
Utensilios y herramientas	**13,861.61**	**13,861.61**	**13,861.61**	**13,861.61**	**13,861.61**
Mascarilla	458	458	458	458	458
Guantes	1,098	1,098	1,098	1,098	1,098
Mandiles	4,983	4,983	4,983	4,983	4,983
Botas de caucho	178	178	178	178	178
Uniformes	208	208	208	208	208
Dispensador de agua	508	508	508	508	508
Guantes de calor	81	81	81	81	81
Total herramientas	**7,514.41**	**7,514.41**	**7,514.41**	**7,514.41**	**7,514.41**
Papel higiénico x 30 unid.	508	508	508	508	508
Tacho de basura	41	41	41	41	41
Escoba	85	85	85	85	85
Recogedor	51	51	51	51	51
Contenedores de basura	34	34	34	34	34
Bolsa de basura pequeña x 100 unid.	285	285	285	285	285
Bolsa de basura Grande x 100	529	529	529	529	529
Jabón Liquido	732	732	732	732	732
Trapo Waipe x 10 unid.	203	203	203	203	203
Alcohol 1L	610	610	610	610	610
Desinfectante líquido	610	610	610	610	610
Papel toalla x 6 uni.	305	305	305	305	305
Cuchillo	169	169	169	169	169
Espátulas metálicas	51	51	51	51	51
Bowl	102	102	102	102	102
Palas de mano	76	76	76	76	76

Pinzas	68	68	68	68	68
Cucharas	127	127	127	127	127
Escurridor	68	68	68	68	68
Balanza electrónica	85	85	85	85	85
Tabla para picar + bandeja inoxidable	153	153	153	153	153
Tazas medidoras	76	76	76	76	76
Total Utensilios y útiles de limpieza	**4,968**	**4,968**	**4,968**	**4,968**	**4,968**
Útiles de oficina área producción	**1,379**	**1,379**	**1,379**	**1,379**	**1,379**
IGV Utensilios y herramientas	2,495.09	2,495.09	2,495.09	2,495.09	2,495.09
Servicios	**72,062.97**	**72,926.80**	**73,843.04**	**74,814.88**	**75,845.68**
Recarga de extintores	477	477	477	477	477
Teléfono e Internet 70%	1,780	1,780	1,780	1,780	1,780
energía eléctrica(luz) 70%	14,237	15,101	16,017	16,989	18,020
Agua 70%	3,559	3,559	3,559	3,559	3,559
Mantenimiento maquinaria y equipos de producción	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610
Servicio de Limpieza	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Seguridad	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
IGV. Serv.	12,971.33	13,126.82	13,291.75	13,466.68	13,652.22
alquiler local 70%	**24,915.25**	**24,915.25**	**24,915.25**	**24,915.25**	**24,915.25**
IGV alquiler	**4,484.75**	**4,484.75**	**4,484.75**	**4,484.75**	**4,484.75**
Total Gasto sin IGV	**140,503.16**	**141,367.00**	**145,249.57**	**146,221.41**	**147,252.21**
Total Gasto con IGV	**160,454.33**	**161,473.66**	**165,521.16**	**166,667.92**	**167,884.27**
IGV de Costos indirectos de fabricación - CIF	**19,951.17**	**20,106.66**	**20,271.58**	**20,446.51**	**20,632.06**

Nota: Elaboración Propia

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

Nuestra empresa considera los siguientes cuadros como gastos administrativos, teniendo en cuenta también un 20% de alquiler de local.

Tabla 246.

Presupuestos de Gastos de Administración (importe en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General					
Asistente Administrativo					
Básicos	63600	63600	69960	69960	69960
Gratificación	5300	5300	5830	5830	5830
Sub Total	68900	68900	75790	75790	75790
Pago de CTS	2871	2871	3158	3158	3158
Essalud	5724	5724	6296	6296	6296
Bono ley(9% de las gratificaciones)	477	477	525	525	525
SCTR 1% del sueldo	636	636	700	700	700
Total Gasto	**78608**	**78608**	**86469**	**86469**	**86469**
Servicios	**15833**	**16080**	**16342**	**16619**	**16914**
Teléfono e Internet 20%	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Energía eléctrica(luz) 20%	4067.80	4314.61	4576.39	4854.06	5148.57
Agua (20%)	1016.95	1016.95	1016.95	1016.95	1016.95
Contador	6000	6000	6000	6000	6000
Mantenimiento equipo de oficina	4240	4240	4240	4240	4240
IGV Servicios	1769.98	1814.41	1861.53	1911.51	1964.52
Alquiler local 20%	7119	7119	7119	7119	7119
Igv alquiler	1281.36	1281.36	1281.36	1281.36	1281.36
Útiles de Oficina	**1379.41**	**1379.41**	**1379.41**	**1379.41**	**1379.41**
Set Lapiceros color azul x4	43.73	43.73	43.73	43.73	43.73
Set de lápiz x4	45.76	45.76	45.76	45.76	45.76
Post-it Amarillo 3x3	122.03	122.03	122.03	122.03	122.03
Hojas Bond (millar)	244.07	244.07	244.07	244.07	244.07
Grapas (caja x 1000)	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Clips	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Sobre manila pack 50	295.93	295.93	295.93	295.93	295.93
Folder manila x 25	442.37	442.37	442.37	442.37	442.37
Tampón	12.20	12.20	12.20	12.20	12.20
Bandeja porta documentos 2 pisos	67.80	67.80	67.80	67.80	67.80
Archivador oficio Lomo alto	24.15	24.15	24.15	24.15	24.15
IGV Útiles de Oficina	248.29	248.29	248.29	248.29	248.29
Actividades Respons. Social	**3800.00**	**3870.00**	**4140.00**	**4210.00**	**4480.00**
IGV Activ. Respons. Social	**684.00**	**696.60**	**745.20**	**757.80**	**806.40**
Total Gasto sin IGV	**106739.10**	**107055.91**	**115448.48**	**115796.15**	**116360.66**
Total Gasto con IGV	**110722.73**	**111096.57**	**119584.86**	**119995.10**	**120661.23**
IGV Gastos administrativos	**3983.63**	**4040.65**	**4136.38**	**4198.96**	**4300.57**

Nota: Elaboración Propia

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas

Consideramos el siguiente cuadro como presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 247.

Gastos de Ventas

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Vendedor					
Básicos	12,000.00	12,000.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00
Gratificación	1,000.00	1,000.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00
Sub Total	13,000.00	13,000.00	28,600.00	28,600.00	28,600.00
Pago de CTS	541.67	541.67	1,191.67	1,191.67	1,191.67
Essalud	1,080.00	1,080.00	2,376.00	2,376.00	2,376.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	90.00	90.00	198.00	198.00	198.00
SCTR 1% del sueldo	120.00	120.00	264.00	264.00	264.00
Comisión ventas 0,5%	4,241.53	4,498.88	4,772.58	5,059.85	5,366.15
Total Gasto	**19,073.19**	**19,330.54**	**37,402.24**	**37,689.52**	**37,995.82**
Serv.	**40,242.71**	**40,366.12**	**40,497.01**	**40,635.84**	**40,783.10**
Teléfono e Internet 10%	254.24	254.24	254.24	254.24	254.24
Energía eléctrica(luz) 10%	2,033.90	2,157.30	2,288.19	2,427.03	2,574.29
Agua (10%)	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Útiles de oficina área ventas	1,446.10	1,446.10	1,446.10	1,446.10	1,446.10
Servicio de distribución	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
IGV Serv.	7,243.69	7,265.90	7,289.46	7,314.45	7,340.96
Alquiler local 10%	3,559.32	3,559.32	3,559.32	3,559.32	3,559.32
Igv alquiler	**640.68**	**640.68**	**640.68**	**640.68**	**640.68**
Publicidad y Marketing	**25,246.48**	**24,480.16**	**23,583.02**	**22,535.28**	**19,117.72**
Presupuesto de promoción	14,590	14,590	14,590	14,590	14,590
Sampling	10,656	9,890	8,993	7,945	4,528
IGV Publicidad y Marketing	2,626.20	2,626.20	2,626.20	2,626.20	2,626.20
Total Gasto sin IGV	**88,121.70**	**87,736.14**	**105,041.59**	**104,419.96**	**101,455.96**
IGV gastos de ventas	**10,510.57**	**10,532.78**	**10,556.34**	**10,581.33**	**10,607.84**
Pago área de ventas sin sampling	**87,975.79**	**88,378.76**	**106,604.91**	**107,056.01**	**107,536.07**

Nota: Elaboración Propia

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación.

Tabla 248.
Depreciación

Concepto	Cant.	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según Sunat	2020	2021	2022	2023	2024
Operaciones			**26,190**		**8,729.94**	**8,729.94**	**8,729.94**	**0.00**	**0.00**
Cutter industrial	2.00	2,372.88	4,745.76	33.33%	1,581.92	1,581.92	1,581.92		
Marmita (capacidad 50 litros/kilos)	2.00	3,500.00	7,000.00	33.33%	2,333.33	2,333.33	2,333.33		
Deshuesadora Individual	1.00	2,500.00	2,500.00	33.33%	833.33	833.33	833.33		
Tapadora Manual/Selladora	1.00	1,610.17	1,610.17	33.33%	536.72	536.72	536.72		
Congeladora 650 Lts	1.00	5,308.47	5,308.47	33.33%	1,769.49	1,769.49	1,769.49		
Cocina 4 hornillas	1.00	1,949.15	1,949.15	33.33%	649.72	649.72	649.72		
Lavadero especial	1.00	3,076.27	3,076.27	33.33%	1,025.42	1,025.42	1,025.42		
Administración			**4,661.02**		**1,553.67**	**1,553.67**	**1,553.67**	**0.00**	**0.00**
Aire acondicionado	1.00	2,118.64	2,118.64	33.33%	706.21	706.21	706.21		
Impresora	1.00	1,271.19	1,271.19	33.33%	423.73	423.73	423.73		
Set de Cámaras de seguridad	1.00	1,271.19	1,271.19	33.33%	423.73	423.73	423.73		
			30,850.85		**10,283.62**	**10,283.62**	**10,283.62**	**0**	**0**

Nota: Elaboración Propia

7.4.2.2. Amortización

Con respecto al tema de amortización de intangibles, se van a amortizar los intangibles a valor de venta y los gastos pre-operativos amortizables (no se considera el activo fijo).

Tabla 249.

Amortización de intangibles

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa			**S/. 372.88**	**S/. 52.72**	**S/. 425.60**
Búsqueda del Nombre	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Reserva del Nombre	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Minuta de Constitución	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Testimonio de Constitución	1	S/. 123	S/. 122.88	S/. 22.118	S/. 145.00
Inscripción en Registros Públicos	1	S/. 80	S/. 80.00	S/. 0.000	S/. 80.00
Ruc	1	S/. 0	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Legalización de Hojas Sueltas (notaria)	1000	0.17	S/. 170.00	S/. 30.60	S/. 200.60
Marcas y patentes			**S/. 815.31**	**S/. 38.14**	**S/. 853.45**
Búsqueda fonética y figurativa	1	S/. 69.45	S/. 69.45	S/. 0.00	S/. 69.45
Solicitud de Registro	1	S/. 534.00	S/. 534.00	S/. 0.00	S/. 534.00
Publicación El Peruano	1	S/. 250.00	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00
Licencias y autorizaciones			**S/. 2,459.42**	**S/. 442.70**	**S/. 2,902.12**
Licencias de funcionamiento - Municipalidad Ate	1	S/. 200.40	S/. 200.40	S/. 36.07	S/. 236.47
Inspección técnica	1	S/. 131.60	S/. 131.60	S/. 23.69	S/. 155.29
Certificado de Defensa Civil	1	S/. 82.40	S/. 82.40	S/. 14.83	S/. 97.23
Registro Sanitario de alimentos de consumo humano	1	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 37.80	S/. 247.80
Habilitación Sanitaria de fábrica de alimentos y bebidas	1	S/. 876.00	S/. 876.00	S/. 157.68	S/. 1,033.68
Validación técnica del plan Haccp	1	S/. 875.27	S/. 875.27	S/. 157.55	S/. 1,032.82
Código de barras	1	S/. 83.75	S/. 83.75	S/. 15.08	S/. 98.83
TOTAL			**S/. 3,647.61**	**S/. 533.55**	**S/. 4,181.16**

Nota: Elaboración Propia

- La norma permite amortizar los intangibles tanto en el primer año hasta en 10 años, ninguno es incorrecto.
- Para evitar pérdidas el primer año procederemos a amortizar en 5 años.

Tabla 250.

Amortización de gastos preoperativos (importe e soles)

	Valor	IGV	Importe
Utensilios, Enseres	2,644.49	476.01	3,120.50
Acondicionamiento del local	39,892.00	7,180.56	47,072.56
Marketing de Lanzamiento	4,000.00	720.00	4,720.00
Remuneraciones preoperativas	34,260.42	0.00	34,260.42
Servicios diciembre	8,056.61	503.39	8,560.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	5,932.20	1,067.80	7,000.00
Total gasto pre-operativo amortizables	**94,785.72**	**9,947.75**	**104,733.48**

Nota: Elaboración Propia

Tabla 251.

Resumen de Amortización de gastos preoperativos (importe en soles)

	2019	2020	2021	2022	2023
Amortización de Gasto preoperativos	18957.14	18957.14	18957.14	18957.14	18957.14
amortización operaciones 70%	13270.00	13270.00	13270.00	13270.00	13270.00
amortización administrativa 20%	3791.43	3791.43	3791.43	3791.43	3791.43
amortización ventas 10%	1895.71	1895.71	1895.71	1895.71	1895.71

Nota: Elaboración Propia

Tabla 252.

Amortización de intangibles y administrativa (importe en soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
Amortización de Intangibles	729.52	729.52	729.52	729.52	729.52
Amortización administrativa 100%	**729.52**	**729.52**	**729.52**	**729.52**	**729.52**

Nota: Elaboración Propia

7.4.2.3. Activo Fijo no Depreciable

Tabla 253.

Activo fijo no depreciable (importe en soles)

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activos fijos no depreciables			**18,146.61**	**3,266.39**	**21,413.00**
Operaciones y producción			**7,881.36**	**1,418.64**	**9,300.00**
Etiquetadora	1	68	68	12	80
Olla de 30 litros	2	318	636	114	750
Balanza industrial de piso	1	246	246	44	290
Tina acero inoxidable	1	339	339	61	400
Extintores	15	203	3051	549	3600
Lavaplatos	2.00	678	1356	244	1600
Mesa de trabajo 5 niveles	2.00	754	1508	272	1780
Campana extractora	1.00	678	678	122	800
Administración			**8597**	**1547**	**10144**
Computadora	3	847.457627	2542	458	3000
Televisor	1.00	1016.95	1017	183	1200
Escritorios	4.00	254.24	1017	183	1200
Sillas de escritorio	4.00	76.27	305	55	360
Impresora multifuncional	1.00	381.36	381	69	450
Estantes	5.00	169.49	847	153	1000
Cafetera	1.00	101.69	102	18	120
Horno microondas	1.00	296.61	297	53	350
Frigobar	1.00	635.59	636	114	750
Mesa de reuniones	1.00	593.22	593	107	700
Silla de directorio	6.00	143.22	859	155	1014
Ventas			**1669**	**300**	**1969**
Computadora	1.00	847.46	847	153	1000
Impresora	1.00	423.73	424	76	500
Escritorios	1.00	254.24	254	46	300
Sillas de escritorio	1.00	143.22	143	26	169

Nota: Elaboración Propia

Los gastos por activos fijos no depreciables se devengan como gasto el primer año de operaciones.

Tabla 254.

Gasto por activo fijo no depreciable

	2020	2021	2022	2023	2024
Operaciones y producción	7,881				
Administración	8,597				
Ventas	1,669				
Total gasto por activo fijo no depreciable	**18,147**	**0**	**0**	**0**	**0**

Nota: Elaboración Propia

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 255.

Costo de producción unitario (importe en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades vendidas	**169,661**	**179,955**	**190,903**	**202,394**	**214,646**
Materia Prima	306,313.04	319,501.57	339,204.42	358,583.71	378,252.32
Mano de Obra Directa	98,630.58	98,630.58	98,630.58	112,720.67	112,720.67
Costos Indirectos	140,503.16	141,367.00	142,283.24	143,255.08	144,285.88
Costo de producción	**545,446.79**	**559,499.15**	**580,118.25**	**614,559.46**	**635,258.87**
Costo unitario de producción	**3.2149**	**3.1091**	**3.0388**	**3.0365**	**2.9596**
Unidades vendidas	**169,661.00**	**179,955.00**	**190,903.00**	**202,394.00**	**214,646.00**
Gastos Administrativos	106,739.10	107,055.91	107,587.70	107,935.37	108,499.88
Gastos de Venta	88,121.70	87,736.14	102,075.26	101,453.63	98,489.62
Depreciación Activo Fijo	10,283.62	10,283.62	10,283.62	0.00	0.00
Amortización de Intangibles	729.52	729.52	729.52	729.52	729.52
Amortiz. Gasto Pre Operativo	18,957.14	18,957.14	18,957.14	18,957.14	18,957.14
Gasto por activo fijo no depreciable	18,146.61	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos operativos	**242,977.7**	**224,762.3**	**239,633.2**	**229,075.7**	**226,676.2**
Gasto operativo unitario	**1.432**	**1.249**	**1.255**	**1.132**	**1.056**
Costo total unitario	**4.65**	**4.36**	**4.29**	**4.17**	**4.02**

Nota: Elaboración Propia

Tabla 256.

Precio de venta al canal

Valor de venta al canal	**S/. 5.00**
Igv	**S/. 0.90**
Precio de venta al canal	**S/. 5.90**

Nota: Elaboración Propia

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios

Tabla 257.

Costo variable unitario y costo fijo unitario

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia Prima	1.81	1.78	1.78	1.77	1.76
Luz	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
Comisión ventas 0,5%	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
Sampling	0.06	0.05	0.05	0.04	0.02
Costos Variables	**2.01**	**1.98**	**1.97**	**1.96**	**1.93**
Margen de contribución unitario	2.99	3.02	3.03	3.04	3.07
Margen en %	**59.74%**	**60.49%**	**60.62%**	**60.88%**	**61.44%**
Mano de Obra Directa	0.58	0.55	0.52	0.56	0.53
Costos Indirectos Fijo	0.74	0.70	0.66	0.62	0.59
Gastos Administrativos Fijo	0.61	0.57	0.54	0.51	0.48
Gastos de Venta Fijo	0.42	0.40	0.45	0.43	0.40
Depreciación Activo Fijo	0.06	0.06	0.05	0.00	0.00
Amortización de Intangibles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización de Pre Operativos	0.11	0.11	0.10	0.09	0.09
(-) Activos fijos no depreciables	0.11	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos Fijos	**2.63**	**2.38**	**2.33**	**2.21**	**2.09**
Costo total unitario	**4.65**	**4.36**	**4.29**	**4.17**	**4.02**

Nota: Elaboración Propia

Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados

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

Las premisas que aplicaremos para nuestro proyecto en cuanto a la elaboración de los Estados Financieros serán los siguientes:

- Impuesto a la Renta utilizado para el ejercicio 2020-2024 es 29.5%.
- El Horizonte de evaluación es de 5 años.
- Los montos están expresados en soles.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

En el siguiente cuadro mostrado el estado de ganancias y pérdidas, donde el resultado es positivo.

Tabla 258.

Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros (importe en soles)

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ventas	**848305**	**899775**	**954515**	**1011970**	**1073230**	
(-) Costo de Ventas	**545447**	**559499**	**580118**	**614559**	**635259**	
(-) Materia Prima	306313	319502	339204	358584	378252	
(-) Mano de Obra	98631	98631	98631	112721	112721	
(-) Costos Indirectos	140503	141367	142283	143255	144286	
Utilidad Bruta	**302858**	**340276**	**374397**	**397411**	**437971**	
(-) Gastos Operativos	**242978**	**224762**	**239633**	**229076**	**226676**	
(-)Gastos Administrativos	106739	107056	107588	107935	108500	
(-)Gastos de Venta	88122	87736	102075	101454	98490	
(-)Depreciación Activo Fijo	10284	10284	10284	0	0	
(-)Amortización de Intangibles	730	730	730	730	730	
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	18957	18957	18957	18957	18957	
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	18147	0	0	0	0	
EBIT o Resultado Operativo	**59881**	**115514**	**134764**	**168335**	**211295**	
(+) Ingresos Financieros						
(-) Gastos Financieros						
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						12086.10
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)						0.00
Resultado antes de I. Renta	**59881**	**115514**	**134764**	**168335**	**211295**	**12086**
Pérdida del año anterior						
Base imponible	**59881**	**115514**	**134764**	**168335**	**211295**	**12086**
Impuesto a la renta 29.5%	5988	21791	27470	37374	50047	3565.40
Resultado Neto	**53892**	**93722**	**107293**	**130961**	**161248**	**8521**

Nota: Elaboración propia

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal

En base a los resultados de los ejercicios del periodo, tenemos los resultados de los estados de ganancias y pérdidas de Tradiciones Gourmet S.A.C. los cuales son positivos.

Tabla 259.

Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal (importe en soles)

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación	Análisis vertical				
Ventas	**848,305**	**899,775**	**954,515**	**1,011,970**	**1,073,230**		**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
(-) Costo de Ventas	**545,447**	**559,499**	**580,118**	**614,559**	**635,259**		64.30%	62.18%	60.78%	60.73%	59.19%
(-) Materia Prima	306,313	319,502	339,204	358,584	378,252		36.11%	35.51%	35.54%	35.43%	35.24%
(-) Mano de Obra	98,631	98,631	98,631	112,721	112,721		11.63%	10.96%	10.33%	11.14%	10.50%
(-) Costos Indirectos	140,503	141,367	142,283	143,255	144,286		16.56%	15.71%	14.91%	14.16%	13.44%
Utilidad Bruta	**302,858**	**340,276**	**374,397**	**397,411**	**437,971**		**35.70%**	**37.82%**	**39.22%**	**39.27%**	**40.81%**
(-) Gastos Operativos	**242,978**	**224,762**	**239,633**	**229,076**	**226,676**		28.64%	24.98%	25.11%	22.64%	21.12%
(-)Gastos Administrativos	106,739	107,056	107,588	107,935	108,500		12.58%	11.90%	11.27%	10.67%	10.11%
(-)Gastos de Venta	88,122	87,736	102,075	101,454	98,490		10.39%	9.75%	10.69%	10.03%	9.18%
(-)Depreciación Activo Fijo	10,284	10,284	10,284				1.21%	1.14%	1.08%	0.00%	0.00%
				0	0						
(-)Amortización de Intangibles							0.09%	0.08%	0.08%	0.07%	0.07%
	730	730	730	730	730						
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	18,957	18,957	18,957	18,957	18,957		2.23%	2.11%	1.99%	1.87%	1.77%
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	18,147										
		0	0	0	0						
EBIT o Resultado Operativo	**59,881**	**115,514**	**134,764**	**168,335**	**211,295**		**7.06%**	**12.84%**	**14.12%**	**16.63%**	**19.69%**
(+) Ingresos Financieros							0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Gastos Financieros	13,125	3,893	1,506				1.55%	0.43%	0.16%	0.00%	0.00%
				0	0						
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						12,086	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)							0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
						0					
Resultado antes de I. Renta	**46,755**	**111,621**	**133,258**	**168,335**	**211,295**	**12,086**	**5.51%**	**12.41%**	**13.96%**	**16.63%**	**19.69%**
Pérdida del año anterior											
Base imponible	**46,755**	**111,621**	**133,258**	**168,335**	**211,295**	**12,086**					
Impuesto a la renta 29.5%	4,676	20,643	27,026	37,374	50,047	3,565	0.55%	2.29%	2.83%	3.69%	4.66%
Resultado Neto	**42,080**	**90,978**	**106,232**	**130,961**	**161,248**	**8,521**	**4.96%**	**10.11%**	**11.13%**	**12.94%**	**15.02%**
Escudo Fiscal	**1,313**	**1,148**	**444**	**0**	**0**	**0**					

Nota: Elaboración propia

8.4. Flujo de Caja Operativo

Para el flujo operativo se procedió a restarle a los ingresos de los gastos incurridos en el proyecto y el impuesto a la renta del estado de ganancias y pérdidas y la liquidación correspondiente de impuestos.

Tabla 260.

Flujo de Caja Operativo (importe en soles)

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ingresos por Ventas		**1001000**	**1061735**	**1126328**	**1194125**	**1266411**	
(-) Costos operativos		**867648**	**928152**	**980071**	**1035532**	**1080949**	
(-) Materia Prima		337181	351693	373373	394712	416360	
(-) Mano de Obra Directa		98631	98631	98631	112721	112721	
(-) Costos Indirectos		160454	161474	162555	163702	164918	
(-) Gastos Administrativos		110723	111097	111724	112134	112800	
(-) Gastos de Venta		87976	88379	103639	104090	104570	
(-) Impuesto a la Renta		5988	21791	27470	37374	50047	3565
(-) Pago de IGV		66696	95088	102680	110800	119533	3243
Flujo de caja operativo		**133352**	**133582**	**146257**	**158593**	**185462**	**0.00**

Nota: Elaboración propia

8.5. Flujo de Capital

En el siguiente cuadro mostramos el desembolso que se ha realizado en cada periodo.

Tabla 261.

Flujo de Capital (importe en soles)

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Activo fijo depreciable	-36404						
Activo Intangible	-4181						
Gastos pre-operativos	-133146						
Inventarios	-3638						
Capital de trabajo	-67930	-4121.60	-4383.45	-4600.86	-4905.56		85941.72
Recuperación de garantía							7000
Valor salvamento activo fijo + Igv							14262
Flujo de capital	**-245300**	**-4122**	**-4383**	**-4601**	**-4906**	**0**	**107203**

Nota: Elaboración propia

8.6. Flujo de Caja Económico

Mostramos en el siguiente cuadro el flujo de caja económico proyectado para la empresa.

Tabla 262.

Flujo de Caja Económico (importe en soles)

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja operativo		133352	133582	146257	158593	185462	0.00
Flujo de capital	-245300	-4122	-4383	-4601	-4906	0	107203
Flujo de caja económico	-245300	129230	129199	141656	153687	185462	107203

Nota: Elaboración propia

8.7. Flujo del servicio de la deuda

Realizaremos 2 préstamos:

- Mi Banco
- Caja Huancayo (Capital de trabajo)

Tabla 263.

Flujo de Caja Económico (importe en soles)

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Préstamo	75300						
Cuotas de reembolso del préstamo		-66942	-13442	-13442	0	0	0
Escudo Fiscal		1313	1148	444	0	0	0
Flujo del servicio de la deuda	**75300.30**	**-65628.97**	**-12293.16**	**-12997.37**	**0.00**	**0.00**	**0.00**

Nota: Elaboración propia

8.8. Flujo de caja financiero

Este es el flujo de la circulación de efectivo donde evidenciaremos las entradas y salidas de capital de nuestra empresa, esto nos permitirá comprobar la rentabilidad.

Tabla 264.

Flujo de Caja Financiero (importe en soles)

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja económico	-245300	129230	129199	141656	153687	185462	107203
Flujo del servicio de la deuda	75300.30	-65628.97	-12293.16	-12997.37	0.00	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-170000	63601	116906	128658	153687	185462	107203

Nota: Elaboración propia

Tabla 265.

Liquidación del IGV

Liquidación de igv anual	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
IGV ventas		152695	161960	171813	182155	193181	
IGV garantía							1067.80
IGV venta de activo fijo							2175.50
IGV materia prima		-30868	-32192	-34169	-36128	-38108	
IGV cif		-19951.17	-20106.66	-20271.58	-20446.51	-20632.06	
IGV gastos adm		-3983.63	-4040.65	-4136.38	-4198.96	-4300.57	
IGV gasto de ventas		-10510.57	-10532.78	-10556.34	-10581.33	-10607.84	
IGV inversiones	-20686.24						
IGV neto	**-20686.24**	**87381.98**	**95087.78**	**102679.83**	**110799.51**	**119533.26**	**3243.29**
Crédito fiscal	-20686.24	-20686.24					
neto a pagar		**66695.74**	**95087.78**	**102679.83**	**110799.51**	**119533.26**	**3243.29**

Nota: Elaboración propia

Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad (Ke).

9.1.1.1. Cálculo del CAPM.

Tabla 266.

Cálculo de CAPM

Concepto	Base	Sigla	Dato
Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2009-2018	RM	13.49%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2009-2018	TLR	2.28%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	69.30%
% Financiamiento	Estructura de financiamiento del proyecto	D	30.70%
Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	I	29.50%
Beta Desapalancada	Food Processing	BD	0.61
Riesgo País mayo 2019	BCR	RP	1.16%
Beta Apalancado	BA = BD*{1+(D/E)*(1-I)}	BA	0.80
Costo Capital Propio a/	**KP = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP**	**KP**	**12.4%**

Nota: Elaboración propia

Debemos de calcular el CAPM del proyecto, para lo cual debemos de buscar el Beta Desapalancada de una industria muy similar la cual en nuestro caso es de Comida procesada y lo ubicamos en el Damodaran Country Risk Premium y un horizonte de tiempo adecuado por ejemplo 10 años para el rendimiento del mercado USA y la tasa libre de riesgo USA. Luego el riesgo país lo tomamos del Índice del JP Morgan (Gestión 2019).

Se utiliza la fórmula y se tiene que el CAPM asciende a 13.10%, valor que está por debajo de la tasa de préstamo, la cual es invalida.

9.1.1.2. Cálculo COK Propio.

Tabla 267.

Cálculo COK Propio

Inversionista	Alternativa de Inversión	Tasa
Socio 1 Flavia Delaude	Financiera CredinKa	5.30%
Socio 2 Javier Cruchaga	Financiera Proempresa	5.60%
Socio 3 Claudia Livia	CMAC TACNA	5.20%
Socio 4 Katherine Rodríguez	CREDISCOTIA	5.00%
Socio 5 Joaane Salgado	CMAC TRUJILLO	4.95%
Cok promedio		**5.21%**
Factor de riesgo		**5.33**
Cok neto		**27.77%**

Nota: Elaboración propia

Factor riesgo= TCEA neta más alta+ cok promedio/cok promedio

Factor riesgo = (22,56%+5,21%)/5,21%= 5,33

Como se puede apreciar en el cuadro la Financiera Proempresa que le ofrece en una cuenta a plazo la mayor tasa de interés de 5.60% anual de rentabilidad y la menor tasa para la socia Joaane Delgado que invierte en cuenta a de CMAC Trujillo le rendiría 4.95% anual.

Luego se promedian todas las rentabilidades, obteniendo 5.21%, es decir si todos los accionistas invierten su dinero en estas alternativas de inversión en promedio obtendrían una rentabilidad de 5.21% al año.

9.1.1.3. Costo de la deuda.

Tabla 268.

Cálculo COK Propio

	TCEA	TCEA neta	Institución Financiera
Deuda activo fijo	25.00%	17.63%	Mi Banco
Deuda capital de trabajo	32.00%	22.56%	Caja Huancayo

Nota: Elaboración propia

9.1.2. Costo promedio ponderado de capital (WACC).

Tabla 269.

Costo promedio ponderado de capital (WACC)

Concepto	Monto	%	Costo neto	wacc
Deuda activo fijo	29,123	11.87%	17.63%	2.0925%
Deuda capital de trabajo	46,177	18.82%	22.56%	4.2469%
Capital propio	170,000	69.30%	27.77%	19.2454%
Total	**245,300**			**25.58%**

Nota: Elaboración propia

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

Tabla 270.

Indicadores de rentabilidad

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja económico	-245,300	129,230	129,199	141,656	153,687	185,462	107,203
Flujo de caja financiero	-170,000	63,601	116,906	128,658	153,687	185,462	107,203

Nota: Elaboración propia

9.2.1.1. VANE y VANF

Tabla 271.
VANE y VANF

VANE	**159,524**
VANF	**149,840**

Nota: Elaboración propia

En el cuadro; la primera fila corresponde a los indicadores de rentabilidad económicos y el segundo a los financieros. El análisis se realiza sobre el flujo de caja económico pero se utiliza el WACC; mientras que en el segundo cuadro tenemos el flujo de caja financiero y lo analizamos con el COK propio.

El VANE es de 159,524, valor muy cercano a los 245,300 de la inversión total del proyecto y es mayor a cero.

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado

Tabla 272.
TIRE y TIRF

TIRE	**51.08%**
TIRF	58.03%
TIRME	38.98%
TIRMF	43.12%

Nota: Elaboración propia

La TIR económica es de 51,08% y es mayor al WACC y al COK propio. Este valor indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece en el proyecto.

El VAN Financiero es de 149,640, menor al VAN Económico, ya que el flujo de caja financiero es menor al económico

La TIR financiera es de 58.03% mayor al COK y la TIR modificada sigue el mismo comportamiento.

Tanto los indicadores económicos como los financieros se encuentran en rangos aceptables.

Considerando una tasa del wacc% para las Reinversiones del TIRME y cok para las reinversiones del TIRMF.

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

Tabla 273.

Periodo de Recuperación descontado Económico

Flujo Económico Descontado	**-245300.30**	**102902.98**	**81919.12**	**71519.29**	**61786.07**	**59370.52**	**27326.65**
Acumulado	**-245300.30**	**-142397.32**	**-60478.20**	**11041.09**	**72827.16**	**132197.68**	**159524.33**
Período de Recupero Económico	2.84562	años					
Equivalente a:	2.00	años	10.1	meses			

Nota: Elaboración propia

Tabla 274.

Periodo de Recuperación descontado Financiero

Flujo Financiero Descontado	**-170000.00**	**49778.12**	**71610.80**	**61680.98**	**57666.41**	**54464.21**	**24639.67**
Acumulado	**-170000.00**	**-120221.88**	**-48611.09**	**13069.89**	**70736.31**	**125200.52**	**149840.19**
Período de Recupero Financiero	2.79	años					
Equivalente a:	2.00	año	9	meses			

Nota: Elaboración propia

Para calcular el Periodo de Recuperación descontado, primero se debe calcular los flujos de caja descontados y acumulados. Para el caso de los indicadores económicos se utiliza el WACC y para los indicadores financieros el COK.

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

Tabla 275.

Relación Beneficio/Costo

Relación B/C Económico:	1.65
Relación B/C Financiero:	1.88

Nota: Elaboración propia

Para el caso del beneficio/costo económico el resultado se interpreta así: Se espera 1.62 nuevos soles en beneficios por cada un nuevo sol en costos; Mientras que el beneficio/costo financiero esperado es de 1.92 nuevos soles en beneficios por cada un nuevo sol en costos.

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.

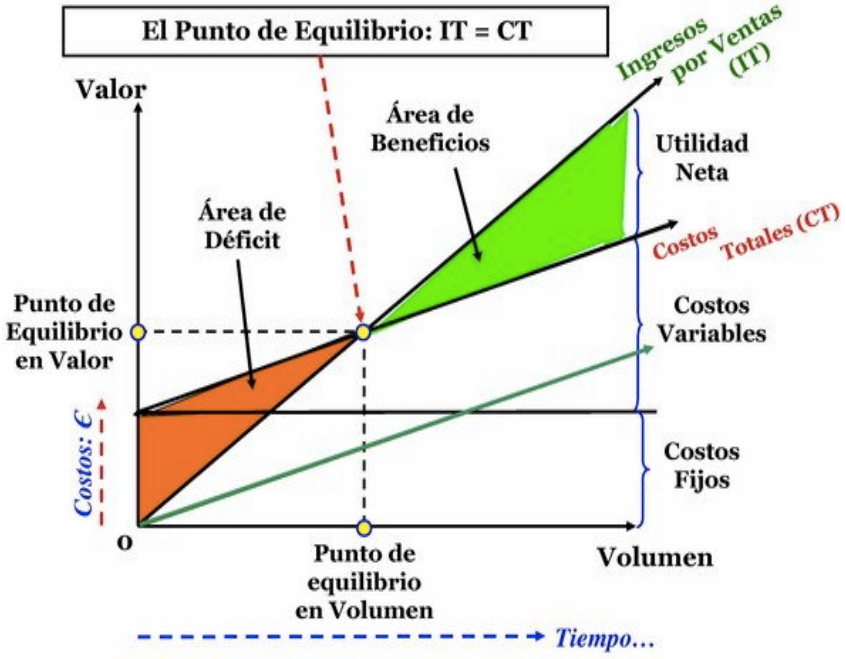


Figura 62. Punto de equilibrio

Nota: USIL, 2019

9.2.2.1. Costos variables, Costos fijos

Tabla 276.

Costos Variables y Fijos (importe en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	**848305**	**899775**	**954515**	**1011970**	**1073230**
Venta en Unidades	**169661**	**179955**	**190903**	**202394**	**214646**
Valor de Venta Promedio	**5.00**	**5.00**	**5.00**	**5.00**	**5.00**
Materia Prima	306313	319502	339204	358584	378252
Luz	20339	21573	22882	24270	25743
Comisión ventas 0,5%	4241.53	4498.88	4772.58	5059.85	5366.15
Sampling	10656.48	9890.16	8993.02	7945.28	4527.72
Costos Variables	**341550**	**355464**	**375852**	**395859**	**413889**
Costo Variable Unitario Promedio	**2.01**	**1.98**	**1.97**	**1.96**	**1.93**
Mano de Obra Directa	98631	98631	98631	112721	112721
Costos Indirectos Fijo	126266	126266	126266	126266	126266
Gastos Administrativos Fijo	102671	102741	103011	103081	103351
Gastos de Venta Fijo	71190	71190	86021	86021	86021
Depreciación Activo Fijo	10284	10284	10284	0	0
Amortización de Intangibles	730	730	730	730	730
Amortización de Pre Operativos	18957	18957	18957	18957	18957
(-) Activos fijos no depreciables	18147	0	0	0	0
Costos Fijos	**446874**	**428798**	**443900**	**447776**	**448046**

Nota: Elaboración propia

9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo)

Tabla 277.

Estado de Resultados Costeo Directo (importe en soles)

Resultados (Costeo Directo)	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	848305	899775	954515	1011970	1073230
(-) Costos Variables	341550	355464	375852	395859	413889
Margen de Contribución	506755	544311	578663	616111	659341
(-) Costos Fijos	446874	428798	443900	447776	448046
Utilidad Operativa	**59881**	**115514**	**134764**	**168335**	**211295**
(+) Ingresos Financieros					
(-) Gastos Financieros	13125	3893	1506	0	0
(-) Pérdida Venta Activo Fijo					
(+) Otros Ingresos					
Resultado antes de I. Renta	**46755**	**111621**	**133258**	**168335**	**211295**
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	4676	20643	27026	37374	50047
Resultado Neto	**42080**	**90978**	**106232**	**130961**	**161248**

Nota: Elaboración propia

9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{(Precio-Costo Variable Unitario)}}$$

Tabla 278.

Punto de equilibrio (unidades)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Punto de Equilibrio (en unidades)=Costos fijos/(valor de venta promedio-costo variable promedio)	149613	141765	146444	147096	145860

Nota: Elaboración propia

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

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Razón del Margen de Contribución}}$$

Tabla 279.

Punto de equilibrio (en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Punto de Equilibrio (En Soles)	748065	708825	732220	735480	729300

Nota: Elaboración propia

Para el cálculo del punto de equilibrio lo primero es calcular los costos variables y costos fijos año a año en promedio, para luego repartirlo entre todos los productos o servicios del proyecto.

Los resultados nos indican que para el año 1 el costo variable unitario promedio es de 2.01 nuevos soles y los costos fijos ascienden a 446,874 nuevos soles, generando un punto de equilibrio en cantidades de 149,613 y en nuevos soles de 748,065. La idea es la misma para los siguientes años.

Estos resultados se interpretan así: para que la empresa no gane ni pierda debe vender 149,613 y cualquier unidad por encima de esta cantidad representará ganancias.

9.3. Análisis de Sensibilidad y Riesgo

9.3.1. Variables de entrada.

Para el análisis de sensibilidad se necesita identificar las variables de entrada que se utilizarán, en nuestro caso se evaluara la Demanda, Precio y Costo de materia ya que se trata de 3 variables importantes para nuestro proyecto

Tabla 280.

Variables de entrada

variables de entrada
Demanda
Precio
Costos de materia prima

Nota: Elaboración propia

9.3.2. Variables de salida

Tabla 281.

Variables de Salida

VANE	159,524.33
VANF	149,840.19
TIRE	51.08%
TIRF	58.03%
Cok	27.77%
Wacc	25.58%

Nota: Elaboración propia

9.3.3. Análisis unidimensional.

Una vez elegidas las 5 variables de entrada, se realiza el análisis unidimensional, el cual consiste en evaluar qué pasa con las variables de salida cuando se mueve una variable de entrada a la vez.

VANF = 0

Reducción máxima de la demanda = -11,86%

Tabla 282.

Análisis Unidimensional de la variable demanda

		VANF = 0
Variable demanda	**Base**	**Reducción máxima de la demanda**
Demanda	0.00%	-11.86%
VANE	159,524.33	5,050.82
VANF	149,840.19	0.00
TIRE	51.08%	26.2%
TIRF	58.03%	27.8%
Cok	27.77%	27.8%
Wacc	25.58%	25.4%

Nota: Elaboración propia

VANF = 0

Reducción máxima del precio = -7.37%

Tabla 283.

Análisis Unidimensional de la variación del Precio (importe en soles)

	VANF = 0	
Variable Precio	**Base**	**Reducción máxima del precio**
Precio	0.00%	-7.37%
VANE	159,524.33	5,986.63
VANF	149,840.19	0.00
TIRE	51.08%	26.22%
TIRF	58.03%	27.77%
Cok	27.77%	27.77%
Wacc	25.58%	25.35%

Nota: Elaboración propia

VANF = 0

Aumento máximo de las materias primas = +19.28%

Tabla 284.

Análisis Unidimensional de la variación de costos de materia prima (importe en soles)

	VANF = 0	
Variable Costo de materia primas	**Base**	**Aumento máximo el precio de todas las materias primas**
Costo de materias primas	0.00%	19.28%
VANE	159,524.33	7,389.19
VANF	149,840.19	0.00
TIRE	51.08%	26.28%
TIRF	58.03%	27.77%
Cok	27.77%	27.77%
Wacc	25.58%	25.25%

Nota: Elaboración propia

9.3.4. Análisis multidimensional

Una vez realizado el análisis unidimensional, se tienen identificadas las variables más críticas del proyecto, es decir, cuáles impactan más en el proyecto si se mueven en un punto porcentual. Entonces el análisis multidimensional consiste en hacer variar de 2 a más variables para evaluar el impacto de dicha variación en el proyecto. En el análisis multidimensional también se consideran escenarios del tipo pesimista, base y optimista indicando la probabilidad de ocurrencia de cada uno de ellos.

Tabla 285.

Análisis Multidimensional

	Pesimista	Base	Optimista
Demanda	-10%	0%	10%
Precio	-5%	0%	5%
Costo de Materia Prima	10%	0%	0%
VANE	-147,769.17	159,524.33	381,553.98
VANF	-150,225.52	149,840.19	361,861.54
TIRE	6.6%	51.1%	86%
TIRF	6.0%	58.0%	102%
Probabilidades de ocurrencia	**15%**	**70%**	**15%**

Nota: Elaboración propia

Tabla 286.

VANE Y VANF

VANE esperado	146,734.75
VANF esperado	136,633.54

Nota: Elaboración propia

9.3.5. Variables críticas del proyecto.

Como resultado del análisis unidimensional y multidimensional se pueden identificar las variables críticas del proyecto, es decir, las que más afectan en VAN Financiero en su variación, en otras palabras las que son más sensibles.

Tabla 287.

Variables críticas el proyecto

	Variación máxima permitida	Tipo de variable
Demanda	-11.86%	Variable sensible/limite a ser critica
Precio	-7.37%	Variable crítica
Costo de Materia Prima	19.28%	Variable sensible

Nota: Elaboración propia

9.3.6. Perfil de riesgo.

Debido a la existencia de 2 variables crítica el perfil de riesgo del proyecto es moderado alto. Se sugiere considerar entrar a supermercados a partir del tercer año para abarcar más zonas geográficas.

Conclusiones

- Una vez elaborado el estudio y el plan de marketing y de haber realizado un adecuado análisis financiero, se pone en consideración algunas conclusiones y recomendaciones.
- Se requiere una inversión total de S/245,3300, siendo los Gastos operativos el de mayor representación, 54.28% del total de la inversión.
- Se financiará de la siguiente manera:
  - Recursos Propios que ascienden a S/170,000; con el aporte de los 5 accionistas de S/ 34,000 cada uno, lo que cubre el 69% del monto total de la inversión que incluye activo intangible, gastos pre operativos, inventarios y parte del capital de trabajo y Activo fijo depreciable.
  - Recursos a través de terceros que en nuestro caso fueron a entidades financieras que ascienden a S/75,300, que cubre el 31% del monto total de la inversión que incluye la diferencia del capital de trabajo y Activo fijo depreciable requerido.
- Tenemos 2 tipos de financiamiento para la compra de activo fijo y el financiamiento de capital de trabajo de los dos el que tiene mayor costo es por capital de trabajo, siendo el costo neto de la deuda incluyendo el impuesto de 22.56%.
- Económicamente se puede indicar que el proyecto es rentable considerando que se obtiene un VANE positivo por S/159,524 y un TIRE por 51.08%, el cual es mayor al WACC del 25.58% que hemos calculado.

  Tomando en cuenta el tema financiero se puede indicar que resulta rentable, ya que se obtendría un VANF de S/149,840 y un TIRF de 58.03% el cual es mayor al COK de 27.77% y la recuperación se efectúan antes del tercer año.

Recomendaciones

Debido a que uno de nuestros mayores costos es la Materia prima, será necesario lograr contratos con algunos proveedores, para tener asegurado el abastecimiento y estabilidad de los precios de la fruta en un tiempo determinado.

Reforzar las relaciones con los proveedores de modo que para el segundo y tercer año se puedan realizar compras al crédito.

Ingresar a los Supermercados a partir del tercer año donde ya nos hemos hecho conocidos en el mercado y se hará más fácil ubicar nuestro producto.

Se debe de ampliar el proyecto a nivel nacional, validando el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan como precios, costos, demanda y oferta.

Al tener un posicionamiento reconocido de marca, se podría evaluar ampliar la gama de productos en el mix ofreciendo nuevos sabores como por ejemplo aceituna con ají amarillo, aceituna con choclo, etc.

Se recomienda implementar el proyecto, por la rentabilidad obtenida en los análisis financieros.

Referencias

Bautista López, J. M., Castro Villacorta, J. L., De La Cruz Cano, K. A., & Campoblanco Lobatón, E. C. (2017). Plan financiero de la empresa Alicorp SAA y subsidiarias.

BCRP. (2019). Reporte de Inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2019-2020. Obtenido de Banco Central de Reserva del Perú: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2019.pdf

BCRP. (s.f.). BCRP. Obtenido de BCRP: https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tipo-de-cambio-nominal

Diario Gestión. (2019,15 de mayo). Riesgo país de Perú subió cuatro puntos básicos a 1.16 puntos porcentuales. Obtenido de Diario Gestión: https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-subio-cuatro-puntos-basicos-cierra-1-16-puntos-porcentuales-267048

DIGESA. (2019). Pago teleproceso digesa según tupa_v2. Obtenido de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/lista_pagos_tupas-5.pdf

INDECOPI. (2019). Registro de marca y otros signos. Obtenido de: https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos

INEI. (2007). Población migrante en los cinco años anteriores al censo de 2007, según departamento, 2002-2007 (Migración reciente). Obtenido de INEI: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/Cap03043.xls

INEI. (2017). CIIU Rev. 4. Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Actividades Económicas. Obtenido de http://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/frm_buscar_lista.asp

López Bonilla, C., Espejo Joya, R., & Mansilla Samaniego, R. (2014). El loche (Cucurbita moschata Duchesne ex Lam.), su historia, cultivo, características agroclimáticas, genéticas y composición del fruto (No. F01. L86). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima (Perú).

Municipalidad de Ate. (2019). Texto Único de Procedimientos Administrativos TUPA. Obtenido de: http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/tupa_licencia_funcionamiento_2019.pdf

Oblitas, I. (2011, 25 de mayo). Adaptación de un producto para exportación. Obtenido de: https://www.registrocodigodebarras.com/#!compra-ahora/c10g1

Ravelo, J. (2012). Las mypes en el Perú. Strategia, (26), 45-47.

Registro Código de barras - América Latina. (2019). Código de barras en Perú. Obtenido de: https://www.registrocodigodebarras.com/#!compra-ahora/c10g1

SUNARP. (2019). Seguimiento de Estado de Títulos. Obtenido de SUNARP: https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces

Tello, M. D. (2011). Indicadores del sector MYPE informal en el Perú: valor agregado, potencial exportador, capacidad de formalizarse y requerimientos de normas técnicas peruanas de sus productos.

Anexo

Anexo 1. **ENCUESTA**

Nuestra encuesta fue realizada bajo los criterios de segmentaciòn ya establecidos para ZapeMoche de 31 de maro hasta el 02 de abril del 2019.

Proyecto Integrador - Zape Moche

*Obligatorio

1. **Nombre y apellido**

2. **1) Edad** *
   Marca solo un óvalo.
   - 30 - 35 años
   - 36 - 40 años
   - 41 - 45 años
   - 46 - 50 años
   - Otro: _____

3. **2) Género** *
   Marca solo un óvalo.
   - Hombre
   - Mujer

4. **3) Distrito donde vives** *
   Marca solo un óvalo.
   - Barranco
   - La Molina
   - Miraflores
   - San Borja
   - San Isidro
   - Surco
   - Otro: _____

5. **4) Ingreso mensual en el hogar** *
   Marca solo un óvalo.
   - S/. 0 - S/. 2,999 (fin de la encuesta)
   - S/. 3,000 – S/. 4,000
   - S/.4,001 – S/. 5,000
   - S/. 5,001 – S/. 6,000
   - S/. 6,001 – a más

6. **5) ¿Usted consume piqueos gourmet de manera frecuente?**
   Marca solo un óvalo.
   - Si
   - No

7. **6) ¿De qué depende su compra de un producto para piqueos gourmet? Enumere del 1 al 5 donde 1 es el menos importante y 5 el más importante.**

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Innovación	◯	◯	◯	◯	◯
Precio	◯	◯	◯	◯	◯
Calidad	◯	◯	◯	◯	◯

8. **7) ¿En qué ocasiones consume piqueos gourmet?**

Marca solo un óvalo.

- ◯ Reuniones Sociales
- ◯ Reuniones Laborales
- ◯ Reuniones Familiares
- ◯ Consumo Personal

9. **La tapenade es una pasta de aceitunas machacadas y aceite de oliva, típica de la Provenza. También puede llevar ajo, hierbas diversas, atún, vinagre balsámico, zumo de limón o brandy. Su nombre proviene de la palabra provenzal tapena(tápena o alcaparra). Puede hacerse con aceitunas negras o verdes.**

10. **8) ¿Conoce el TAPENADE?**

Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No

11. **9) ¿Estaría dispuesto a consumir Tapenade?**
Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

12. **10) ¿Con qué frecuencia compraría Tapenade?**
Marca solo un óvalo.

- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes
- 2 veces al mes

13. **11) ¿Cuál es el motivo por el cual compría Tapenade? Enumere del 1 al 5 donde 1 es el menos importante y 5 el más importante.**
Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Para consumo personal					
Para regalo					
Para venta					

14. **12) ¿Qué es lo que usted tomaría en cuenta al momento de comprar Tapenade? Enumere del 1 al 5 donde 1 es el menos importante y 5 el más importante.**
Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Sabor					
Valor Nutricional					
Presentación del envase					
Precio del producto					
Marca					

15. **13) ¿Qué marcas de Tapenade conoce?**
Marca solo un óvalo.

- Casa Verde

- Cale

- Olivos del Sur

- Ninguno

16. **14) ¿Dónde es importante conseguir piqueos gourmet de su elección?**
Marca solo un óvalo por fila.

	Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Supermercados	◯	◯	◯	◯	◯
Ferias Ecológicos	◯	◯	◯	◯	◯
Bio Market's	◯	◯	◯	◯	◯

17. **Nuestro producto "Zape Moche" es un tapenade basado en zapallo loche (originario de Lambayeque - Perú y principal ingrediente de la cocina de dicha región) y aceitunas negras (originario del sur del Perú).**

18. **15) ¿Estarías dispuesto a comprar nuestro Tapenade a base a zapallo loche y aceitunas negras?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Si
- ◯ No

19. **16) ¿En qué tamaño le gustaría encontrar a Zape Moche?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ 160gr
- ◯ 200gr
- ◯ 260gr

20. **17) ¿Cuál es el precio promedio que pagaría por el Zape Moche de acuerdo al tamaño requerido?**
Marca solo un óvalo por fila.

	De 6 a 8 soles	De 8 a 10 soles	más de 10 soles
160gr	◯	◯	◯
200gr	◯	◯	◯
260gr	◯	◯	◯

21. **18) ¿Con qué frecuencia comprarías Zape Moche en la presentación de 200 gr?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Semanal
- ◯ Quincenal
- ◯ Mensual
- ◯ Bimensual

22. **19) ¿Cuantos Zape Moche de 200gr compraría en cada ocasión?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ 1 unidad
- ◯ 2 unidades
- ◯ 3 unidades a más

23. **20) ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? Califique del 1 al 5, donde 1 es poco importante y 5 es muy importante.**
Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Degustación	◯	◯	◯	◯	◯
Redes Sociales	◯	◯	◯	◯	◯
Página Web	◯	◯	◯	◯	◯
Periódicos	◯	◯	◯	◯	◯

24. **21) ¿En qué lugar le gustaría comprar el producto?**
Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Tiendas Gourmet (Il Pastificio, Punto Gourmet, Piazzola)
- ☐ Supermercados (Wong, Vivanda, Plaza Vea)
- ☐ Ferias ecológicas/ orgánicas.
- ☐ Tiendas Naturistas
- ☐ Online
- ☐ Otro: _____

25. **22) ¿En qué estación del año adquirirás el producto?**
Marca solo un óvalo.

- ◯ Verano
- ◯ Primavera
- ◯ Otroño
- ◯ Invierno
- ◯ Indiferene

*Anexo 2.***TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR ALIMENTOS 2017**

GESTIÓN Suscríbete

Produce: Industria alimentaria crecería alrededor de 5% en el 2017

En el periodo enero - setiembre, la industria alimentaria registró un crecimiento de 8.8% respecto a similar periodo del 2016, señaló Produce.

El sector alimentos posee un peso de 3,3% en la economía nacional. (Foto: USI)

REDACCIÓN GESTIÓN / 08.12.2017 - 01:55 PM

El ministro de la Producción, Pedro Olaechea, estimó que la industria alimentaria crecería un 5% en el 2017 impulsada, principalmente, por el buen desempeño de la pesca industrial, que alentó la mayor producción de congelados, harina y aceite de pescado en el primer semestre del año.

Proyectó que este sector también se vería beneficiado con la expansión de las actividades vinculadas a la elaboración de aceites de origen vegetal, fabricación de productos cárnicos y productos alimenticios diversos.

Señaló que en el periodo enero - setiembre la industria alimentaria, que aporta el 20% al PBI manufacturero, registró un crecimiento de 8.8% respecto a similar periodo del 2016.

"Pese a que el fenómeno el Niño Costero afectó el procesamiento de conservas de frutas y vegetales, el sector ha logrado un importante avance", sostuvo el titular de la Producción.

Destacó que las actividades del sector alimentos son las de mayor arrastre de empleo en la economía peruana, superando a los sectores como madera, bebidas y prendas de vestir.

"La industria de alimentos es una de las más relevantes, no solo por el peso que tiene en la economía, sino por los encadenamientos que genera respecto a otras industrias y la generación de empleo directo e indirecto, pues por cada 61 empleos generados en la industria peruana, nueve corresponden a este sector", acotó el ministro Olaechea.

*Anexo 3.***SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL**

SERVICIOS >> **Consulta de estado de solicitudes >> Reserva de Denominación**

sunarp
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA

2019- V1327413

1. RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

CONSTITUCION

2. DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL

Tradiciones Peruanas Gourmet S.A.C
Tradiciones Norteñas Gourmet S.A.C
Tradiciones Gourmet Peruanas S.A.C
Tradiciones Peruanas Gourmet S.A.C

3. TIPO DE PERSONA JURÍDICA

Tipo de persona juridica

SOCIEDADES ANONIMAS

4. DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA

Departamento	Provincia
LIMA	LIMA

5. DATOS DEL SOLICITANTE

LIVIA	ZUÑIGA	CLAUDIA
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres

Identificado(a) con: DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD No: 40213632
Domiciliado(a) en: SERGIO BERNALES 257 SURQUILLO
Correo Electrónico: **claudia.livia@gmail.com**

6. SOLICITO:

La inscripcion de (acto o derecho):

RESERVA DE DENOMINACION

7. INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA

TRADICIONES PERUANAS GOURMET S.A.C	RUC: 20515657119

8. ASIENTO

<ANONIMO>

"No olvide imprimir este documento, y presentarlo en la Oficina Registral correspondiente, cancelando los derechos registrales en plazo de tres días hábiles contados desde el mismo día o desde el día hábil siguiente(si es que aquél es inhábil) de llenada la solicitud"

Anexo 4. **REGISTRO DE MARCA**

PERÚ | Presidencia del Consejo de Ministros | INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE ☐ **N° de Solicitantes** (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

☐ PERSONA NATURAL	☐ PERSONA JURÍDICA Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): ☐ Micro ☐ Pequeña ☐ Mediana ☐ Otra: _____
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	**Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda):** Persona Natural: DNI ☐ C.E. ☐ PASAPORTE ☐ / Persona Jurídicas RUC ☐
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección: **Distrito:** **Provincia:** **Departamento:** **Referencias de domicilio:**	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	**Número de teléfono fijo y/o celular**

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

☐ **Se adjunta documentación que acredita representación.**

☐ **Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°:** _____
(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)

☐ **Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N°**_____ **Asiento N°**_____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____ Fecha de pago_____

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):

☐ Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera **(Llenar ANEXO C)**

5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca:	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	6.3. Reproducción del Signo
☐ **Denominativa** (compuesto sólo por palabras y/o números) ☐ **Denominativa con grafía** (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) ☐ **Mixta** (combinación de palabras y elementos gráficos) ☐ **Tridimensional** (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) ☐ **Figurativa** (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) ☐ **Otros:** _____		**En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.** Se sugiere enviar **copia fiel del mismo logotipo** al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.

6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: **SI** ☐ **NO** ☐
(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)

6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)

Clase	**Productos y/o servicios** (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	**Nombre y/o calidad del firmante**

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.
Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.
PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.
Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.
Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Anexo 5. SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

MUNICIPALIDAD DE ATE
GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO
SUB GERENCIA DE PROMOCION Y FORMALIZACION EMPRESARIA Y TURISMO

FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Ley N° 28976 - Ley de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias

N° EXP :	
N° ITSE (RA-RMA)	
N° recibo de pago:	

I MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)

Licencia de Funcionamiento (Items 6, 7, 8 solo completar secciones I, II y III)

1 Indeterminada
2 Temporal
3 Cesionario
4 Mercado, galeria y centro comercial
5 Duplicado
6 Cambio denomin. o nombre comerc. persona jurídica
7 Cese de actividades
8 Transferencia de licencia
9 Otros

Datos por Cambios o modificaciones

Nota Item: 2 indicar periodo, **3** indicar N° Lic. Principal, **5 y 7** indicar N° Lic., **6** indicar N° Lic. y nombre de la nueva denominación o nombre comercial, 8 indicar N° Lic. y adjuntar copia simple de contrato, **9** indicar N° Lic.

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres / Razón social			
N° DNI/N° C.E.	**N° RUC**	**N° Teléfono**	**Correo electrónico**
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	**N°/Int./Mz./Lt./Otros**	**Urb./AA.HH./Otros**	**Distrito y Provincia**

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellidos y Nombres	N° DNI/N° C.E.	N° Partida Electrónica y Asiento de Inscripción SUNARP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Dirección (Av./Ca./Jr./Psje./Otros - N°/Mz./Lt./Int./Otros	Urb./Asoc./Coop./AA.HH./Otros

Código CIIU*	Giro/s*	Función*	Zonific.*	ATN*

Área total solicitada (m2)

Autorización Sectorial (de corresponder)

Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización

Nombre comercial	Croquis de ubicación geográfica

Zona y Sector geografico*		horario autorizado			
			a		

V DECLARACION JURADA

Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR X)

Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).	
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	
Cuento con titulo profesional vihgente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	

Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación esta sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

Observaciones o comentarios del solicitante:

Fecha:

Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado

Nombres y Apellidos: ----------

DNI: ----------

VERIFICACION DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*

☐ **ITSE Riesgo bajo** ☐ **ITSE Riesgo medio** ☐ **ITSE Riesgo alto** ☐ **ITSE Riesgo muy alto**

Nombres y Apellidos:

Firma y sello del calificador municipal

*** Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad**

Anexo 6. **BETA DAMORADAN COUNTRY RISK PREMIUM**

Date updated:	*05-ene-19*	
Created by:	Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu	
What is this data?	Total Beta (beta for completely undiversified investor)	US companies
Home Page:	http://www.damodaran.com	
Data website:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html	
Companies in each indu	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls	
Variable definitions:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm	

Industry Name	Number of firms	Average Unlevered Beta	Average Levered Beta	Average correlation with the	Total Unlevered Beta	Total Levered Beta
Advertising	48	0.87	1.22	17.11%	5.07	7.11
Aerospace/Defense	85	1.09	1.24	29.02%	3.76	4.27
Air Transport	18	0.63	1.02	33.49%	1.89	3.05
Apparel	50	0.76	0.93	18.27%	4.18	5.09
Auto & Truck	14	0.34	0.79	22.84%	1.50	3.47
Auto Parts	52	0.97	1.17	23.04%	4.20	5.07
Bank (Money Center)	10	0.43	0.71	45.25%	0.95	1.58
Banks (Regional)	633	0.40	0.57	28.82%	1.40	1.98
Beverage (Alcoholic)	31	1.05	1.30	17.03%	6.15	7.63
Beverage (Soft)	37	1.04	1.18	19.41%	5.38	6.06
Broadcasting	24	0.51	1.02	27.34%	1.86	3.73
Brokerage & Investment	38	0.46	1.21	41.15%	1.11	2.93
Building Materials	42	0.91	1.10	33.82%	2.71	3.24
Business & Consumer Se	168	1.00	1.22	23.86%	4.19	5.10
Cable TV	14	0.76	1.13	49.70%	1.53	2.28
Chemical (Basic)	39	1.12	1.55	24.29%	4.62	6.38
Chemical (Diversified)	6	1.49	1.82	49.23%	3.03	3.69
Chemical (Specialty)	89	0.99	1.17	29.46%	3.36	3.97
Coal & Related Energy	23	0.97	1.17	18.20%	5.31	6.42
Computer Services	119	1.05	1.27	23.60%	4.43	5.38
Computers/Peripherals	57	1.50	1.68	25.99%	5.77	6.46
Construction Supplies	48	1.15	1.45	33.41%	3.44	4.35
Diversified	23	1.14	1.36	36.71%	3.12	3.70
Drugs (Biotechnology)	481	1.43	1.51	22.28%	6.42	6.78
Drugs (Pharmaceutical)	237	1.38	1.47	19.33%	7.13	7.58
Education	35	1.11	1.28	21.76%	5.09	5.87
Electrical Equipment	116	1.18	1.32	21.34%	5.54	6.20
Electronics (Consumer &	19	1.22	1.19	16.04%	7.63	7.43
Electronics (General)	160	0.96	1.02	23.68%	4.06	4.29
Engineering/Constructior	52	0.81	1.01	32.48%	2.49	3.10
Entertainment	120	1.21	1.33	15.55%	7.81	8.55
Environmental & Waste S	91	0.96	1.19	20.11%	4.77	5.93
Farming/Agriculture	33	0.50	0.72	25.38%	1.95	2.83
Financial Svcs. (Non-bar	259	0.08	0.70	25.43%	0.30	2.76
Food Processing	83	0.61	0.81	19.95%	3.06	4.06
Food Wholesalers	18	1.23	1.62	21.78%	5.67	7.46

Anexo 7. **RIESGO PAÍS PERÚ**

GESTIÓN Suscríbete

Riesgo país de Perú subió cuatro puntos básicos y cierra en 1.16 puntos porcentuales

Perú, con 1.16 puntos porcentuales, reportó el riesgo país más bajo de la región, según el banco de inversió JP Morgan.

(Foto: Getty)

REDACCIÓN GESTIÓN / 15.05.2019 - 07:12 PM

El riesgo país de Perú cerró la sesión de hoy en 1.16 puntos porcentuales, ajustado después del cierre, subiendo cuatro puntos básicos respecto a la sesión anterior, según el EMBI+ Perú calculado por el banco de inversión JP Morgan.

Perú (1.16 puntos porcentuales) reportó el riesgo país más bajo de la región, seguido de Colombia (1.93 puntos) y Méxic (2.07 puntos).

Indicador

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

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

Anexo 8. **TARIFARIO PLAZO FIJO FINANCIERA CREDINKA**

Financiera CREDINKA una empresa DIVISO

DEPÓSITO A PLAZO FIJO (*).

PERIODO MONEDA NACIONAL	TEA MONEDA NACIONAL				
	PERSONA NATURAL			PERSONA JURÍDICA (*)	
	Hasta S/ 50,000	De S/50,001 a S/100,000	Más de S/ 100,000	Hasta S/100,000	Más de S/100,000
De 30 a 59 días	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
De 60 a 89 días	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
De 90 a 119 días	3.80%	3.90%	4.00%	3.25%	3.25%
De 120 a 179 días	4.30%	4.40%	4.50%	3.50%	3.50%
De 180 a 269 días	4.80%	4.90%	5.00%	3.55%	3.60%
De 270 a 359 días	5.05%	5.15%	5.25%	3.70%	3.75%
De 360 a 539 días	5.30%	5.40%	5.50%	3.90%	4.00%
De 540 a 719 días	5.55%	5.60%	5.70%		
De 720 a más	5.75%	5.80%	5.90%		

Anexo 9. **TARIFARIO PLAZO FIJO FINANCIERA PROEMPRESA**

Proempresa - Depósito a Plazo Fijo Soles

Institución:	Financiera Proempresa
Producto:	**Depósito a Plazo Fijo**
Moneda:	**Soles**
Minimo Apertura:	**S/ 100.00**
Fondo Seguro (FSD):	**Si**

Compara más Depósitos a Plazo

Renovación automática de sus depósitos a tasa de interés vigenteNo le cobramos costos de mantenimiento ni portes.

Costo de Mantenimiento: S/ 0.00

Saldo Promedio Mensual	Plazo	Tasa Efectiva - TEA
S/ 5,000 a S/ 14,999	1081 días a más	6.30%
S/ 15,000 a S/ 49,999	31 días a 90 días	3.45%
S/ 15,000 a S/ 49,999	91 días a 180 días	4.40%
S/ 15,000 a S/ 49,999	181 días a 360 días	5.60%
S/ 15,000 a S/ 49,999	361 días a 720 días	6.00%
S/ 15,000 a S/ 49,999	721 días a 1080 días	6.30%
S/ 15,000 a S/ 49,999	1081 días a más	6.40%
S/ 50,000 a S/ 99,999	31 días a 90 días	3.50%
S/ 50,000 a S/ 99,999	91 días a 180 días	4.60%
S/ 50,000 a S/ 99,999	181 días a 360 días	5.80%
S/ 50,000 a S/ 99,999	361 días a 720 días	6.15%
S/ 50,000 a S/ 99,999	721 días a 1080 días	6.40%
S/ 50,000 a S/ 99,999	1081 días a más	6.50%
S/ 100,000 a más	31 días a 90 días	3.70%
S/ 100,000 a más	91 días a 180 días	4.70%
S/ 100,000 a más	181 días a 360 días	6.00%
S/ 100,000 a más	361 días a 720 días	6.25%
S/ 100,000 a más	721 días a 1080 días	6.50%
S/ 100,000 a más	1081 días a más	6.70%

Requisitos

- Original y Copia del DNI vigente

Anexo 10. **TARIFARIO PLAZO FIJO CMAC TACNA**

CAJA TACNA

Tasas de Interés Pasivas

2. Depósitos Para Personas Naturales

2.3.2 Depósito Plazo Fijo Convencional

PLAZO FIJO Personas Naturales (Moneda Nacional)	de 31 a 60 días TREA	de 61 a 90 días TREA	de 91 a 180 días TREA	de 181 a 360 días TREA	de 361 a 400 días TREA	de 401 a 720 días TREA	de 721 a 1079 días TREA	1080 días TREA
De 100 a 10,000	2.00%	2.00%	2.80%	4.20%	5.00%	5.05%	5.20%	5.40%
10,000.01 a 25,000	2.00%	2.20%	3.00%	4.20%	5.20%	5.25%	5.30%	5.50%
25,000.01 a 50,000	2.20%	2.20%	3.20%	4.40%	5.20%	5.25%	5.30%	5.60%
50,000.01 a 100,000	2.30%	2.40%	3.25%	4.40%	5.40%	5.45%	5.60%	5.70%
100,000.01 a 500,000	2.50%	2.60%	3.80%	4.90%	5.60%	5.65%	5.80%	6.00%
Más de 500,000.01	2.90%	2.90%	4.00%	5.00%	5.80%	5.85%	6.00%	6.20%

Anexo 11. **TARIFARIO PLAZO FIJO CREDISCOTIA**

CrediScotia FINANCIERA

DEPÓSITO A PLAZO

Contiene cambios vigentes desde: 07.05.2019 — **Última actualización: 07.05.2019**

Concepto	Tarifas M. N. (S/)	Tarifas M. E. (US$)	Forma de Aplicación	Observaciones
Tasas (*)				
Personas				
Hasta S/ 25,000.00				
30 días	2.50%			
90 días	2.75%			
180 días	3.50%			
360 días	5.00%			
540 días	5.30%			
720 días	5.50%			
1080 días	5.50%			
Más de S/ 25,000.00				
30 días	2.50%			
90 días	2.75%			
180 días	3.50%			
360 días	5.00%			
540 días	5.30%			
720 días	5.50%			
1080 días	5.50%			

Anexo 12. **TARIFARIO PLAZO FIJO CMAC TRUJILLO**

Cuenta Plazo Fijo
Dpto. de La Libertad

Personas Naturales

NUEVOS SOLES
Tasa Efectiva Anual (Año Base 360 días)

Monto del Depósito		Tasa Efectiva Anual según días del depósito					
Desde	Hasta	De 60 a 89	De 90 a 179	De 180 a 359	De 360 a 719	De 720 a 1,079	De 1,080
S/ 150.00	S/ 19,999.99	1.95%	2.60%	3.75%	4.80%	5.00%	5.10%
S/ 20,000.00	S/ 49,999.99	2.00%	2.65%	4.10%	4.95%	5.25%	5.70%
S/ 50,000.00	S/ 99,999.99	2.25%	3.00%	4.15%	5.00%	5.50%	5.80%
S/ 100,000.00	a más	2.60%	3.25%	4.25%	5.25%	5.80%	6.00%