FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Administración De Empresas

CREMA DE AJÍ DE COCONA

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

PINCHI RUIZ, PAUL

SANDOVAL FIGUEROA, THEO HANS

MORI IBARRA, SENDY NAZZIA

MESINAS CASTILLO, ENVER VLADIMIR

HUAMAN LIÑAN, LAURA

Lima – Perú
2017

DECLARACIÓN JURADA

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

Grupo Nº : 1

Integrantes :

Código de alumno	Apellidos y nombres	Firma
1320652	HUAMAN LIÑAN, LAURA	_____
1030145	MESINAS CASTILLO, ENVER VLADIMIR	_____
1320735	MORI IBARRA, SENDY NAZZIA	_____
1510199	PINCHI RUIZ, PAUL	_____
1520325	SANDOVAL FIGUEROA, THEO HANS	_____

La Molina, junio de 2017

Contenido

1. Capítulo I: Resumen Ejecutivo 9
2. Capitulo II: Información general....12
2.1. Nombre de la empresa y horizonte de evaluación 12
2.1.1. Nombre de la empresa 12
2.1.2. Horizonte de evaluación 12
2.2. Actividad económica, código CIUU....12
2.2.1. Comercialización de Ají de Cocona 12
2.2.2. Código CIIU. : 1030 Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas 12
2.3. Definición del negocio 13
2.4. Descripción del producto o servicio....15
2.4.1. Ingredientes principales....15
2.4.2. La presentación del producto....17
2.5. Oportunidad de negocio....18
2.6. Estrategia genérica de la empresa....18
3. Capitulo III: Análisis del entorno 19
3.1. Análisis del Macro Entorno....19
3.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.....19
3.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. PEA. 19
3.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones. 21
3.1.4. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. 22
3.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto 26
3.2. Análisis del Micro entorno....27
3.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad: Mediano 27
3.2.2. Fuerza negociadora de los clientes: Mediano 28
3.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores: Alto 28
3.2.4. Amenaza de productos sustitutos: Alto....29
3.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada: Alto 29
4. Capítulo IV : Plan Estratégico....33
4.1. Visión y misión de la empresa....33
4.1.1. Visión....33
4.1.2. Misión 33
4.2. Análisis FODA....34
4.3. Estrategia genérica 35
4.4. Objetivos. 35

4.4.1. Objetivo General 35
4.4.2. Objetivos Específicos 35
5. Capítulo V: Estudio de Mercado 36
5.1. Investigación de Mercado 36
5.1.1. Investigación de mercado: Criterios de Segmentación. Marco Muestral. 36
5.1.2. Tipos de Investigación 37
5.1.2.1. Exploratoria: Focus group y Entrevistas a profundidad 37
5.1.2.2. Análisis de los resultados de las encuestas. 41
5.2. DEMANDA Y OFERTA 44
5.2.1. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL 44
5.2.2. ESTIMACION DE MERCADO DISPONIBLE 45
5.2.3. ESTIMACION DE MERCADO EFECTIVO 45
5.2.4. ESTIMACION MERCADO OBJETIVO 48
5.2.5. CUANTIFICACION ANUAL DE LA DEMANDA 48
5.2.6. Oferta histórica 50
5.2.7. Oferta proyectada 50
5.2.8. Programa de Ventas Anual en unidades físicas 51
5.2.9. Programa de ventas del primer año, en porcentajes y unidades físicas y en soles, desagregado en forma mensual. 53
5.2.10. Programa de ventas del segundo al cuarto año (2019 al 2021), en porcentajes, unidades físicas y en soles, desagregado en forma mensual. 54
5.3. Estrategias específicas de lanzamiento del producto 56
5.4. Mezcla de Marketing 56
5.4.1. Producto 56
5.4.2. Precio 57
5.4.3. Plaza 59
5.4.4. Promoción 60
6. CAPÍTULO VI ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL 63
6.1. ESTUDIO LEGAL 63
6.1.1. FORMA SOCIETARIA 63
6.1.2. REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES 64
6.1.3. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES 64
6.1.4. LEGISLACION LABORAL 68
6.1.5. LEGISLACION TRIBUTARIA 69
6.2. Estudio Organizacional 70
6.2.1. Organigrama Funcional 70
6.2.2. Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales 77

7. CAPÍTULO VII ESTUDIO TÉCNICO 86
7.1. Tamaño del Proyecto: Capacidad instalada de maquinarias y equipos. 86
7.2. Procesos: 88
7.2.1. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción y descripción 88
7.2.2. Programa de producción 91
7.2.3. Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto 92
7.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos. 93
7.2.5. Requerimiento de mano de obra 94
7.3. Tecnología para el proceso 96
7.3.1. Maquinarias y Equipos 96
7.3.2. Herramientas 97
7.4. Terrenos e Inmuebles. 99
7.4.1. Descripción del área de Producción, almacén y área administrativa 99
7.4.2. Plano con Proyecto: Distribución de las máquinas y equipos 100
7.5. Localización: Macro Localización y Micro Localización 102
7.6. Responsabilidad social frente al entorno 107
7.6.1. Impacto ambiental 108
7.6.2. Con los trabajadores 109
7.6.3. Con la comunidad 109
8. Capítulo VIII Estudio Económico y Financiero 110
8.1. Inversiones 110
8.1.1. Inversión en Activo Fijo 110
8.1.2. Inversión Activo Intangible 110
8.1.3. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado) 114
8.1.4. Estructura de inversiones 120
8.2. Financiamiento 121
8.2.1. Estructura de Financiamiento 121
8.2.2. Financiamiento del activo fijo y del capital de trabajo. Fuentes de financiamiento: Cronogramas. 122
8.3. Estudio de Ingresos y Costos 124
8.3.1. Ingresos anuales 124
8.3.1.1. Ingresos por ventas 124
8.3.1.2. Recuperación de Capital de trabajo 124
8.3.1.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo 125
8.4. Costos y Gastos anuales 126
8.4.1. Egresos Desembolsables 126
8.4.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales 126

8.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa 128
8.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos 128
8.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración 129
8.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas 130
8.4.2. Egresos no Desembolsables 131
8.4.2.1. Depreciación 131
8.4.2.2. Amortización de Intangibles 132
8.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario 133
9. Capítulo IX Estados Financieros Proyectados 134
9.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja 134
9.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado 134
9.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo 136
9.4. Flujo de Capital proyectado 136
9.5. Flujo de Caja Económico proyectado 136
9.6. Flujo del Servicio de la deuda 137
9.7. Flujo de Caja Financiero proyectado y Servicio de la Deuda 138
10. Capítulo X Evaluación Económico Financiera 139
10.1. Cálculo de la Tasa de Descuento 139
10.1.1. Costo de Oportunidad (Ke) 139
10.1.2. Costo de la deuda. (Kd) y Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) 139
10.2. Evaluación Económica Financiera 140
10.2.1. Indicadores de Rentabilidad 140
10.2.2. Análisis del Punto de equilibrio 142
10.3. Análisis de Sensibilidad y de riesgo 144
11. Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones 148
11.1. Conclusiones: 148
11.2. Recomendaciones: 149
12. XII. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS 150
12.1. BIBLIOGRAFÍA 150
12.2. ANEXOS 154

Índice de tablas

Tabla 1: Tabla de las actividades económicas con la CIIU
Tabla 2: Valor nutricional de la Cocona
Tabla 3: Valor nutricional del Sacha Culantro
Tabla 4: Datos Demográficos del Perú
Tabla 5: Tasa del crecimiento del Perú
Tabla 6: Crecimiento porcentual del Perú
Tabla 7: Tasa de inflación del Perú

Índice de figuras

Figura 1: Nombre y logo de la empresa
Figura 2: Logo de la empresa
Figura 3: representación impresa de la marca
Figura 4: Balanza comercial del Perú
Figura 5: Evolución del PBI del Perú

1. Capítulo I: Resumen Ejecutivo

El Perú es un país que tiene una gran diversidad agropecuaria y gastronómica lo que le da una ventaja competitiva frente a los demás países, además cuenta con capacidad de producción lo cual le permite tener una gran variedad de productos agropecuarios en distintas zonas y dicha producción se puede realizar durante todo el año

Los consumidores a la hora de realizar la compra de los productos picantes preparados buscan el sabor exótico que siempre han querido y que dicha preparación no afecte el medio ambiente, al tener estos 2 aspectos necesarios para los consumidores estarían dispuestos a pagar por un producto nuevo que le daría los mejor de nuestra amazonia al alcance de sus manos

En algunos estudios realizados indican que la demanda nacional e internacional de salsas y cremas de ajíes que se producen y comercializan en nuestro país han ido aumentando y esto se debe a la diversidad de sabores dependiendo del lugar de donde proviene sus ingredientes, Según La Agraria el consumo per cápita de ajíes en el Perú ha aumentado a 4.5 kilos ya que dicho producto es un ingrediente principal en los platos de la gastronomía peruana.

En el presente trabajo, la idea de negocio es la Crema de ají de Cocona el cual será un producto industrializado y entre sus principales ingredientes se tiene a la fruta conocida como Cocona y el ají Charapita que le dará el sabor picante al producto.

Se ha identificado que existe un mercado potencial ya que surge de la necesidad de los consumidores los cuales están dispuestos a tener en sus mesas un producto de calidad y sabor exótico que viene directo de nuestra amazonia peruana y de esta manera satisfacer sus costumbres culinarias que tienen en cada familia

Con este plan de negocios de elaboración, producción y comercialización de la crema de Aji de Cocona será solo al comienzo para satisfacer la necesidad del mercado limeño ofreciendo un producto de calidad, sin necesidad de influir de forma negativa con el medio ambiente

Con el auge de nuestra gastronomía y con la variedad de consumidores que se tiene a generado que los diversas salsas o cremas de los sabores y que se ofrecen al mercado para acompañarte a la hora del almuerzo sea aceptado, solicitado y siempre sea un acompañamiento esencial en la mesa. Los diversos tipo de ajíes que se tiene se consume a cualquier hora del día y su participación en el mercado es amplia.

Pero aunque el consumo de los diversos ajíes nativos ha ido en aumento el comercio de los mismos se ha visto muy limitado ya que la producción de los ingredientes para la preparación de las cremas en poco y en algunos casos es solo para el consumo directo. En Lima el acceso a estos productos nuevos son considerados gourmet y no está al alcance de todos y a la vez son distribuidos en pequeñas cantidades por unos pocos distribuidores o solo son presentados en los restaurantes que los preparan para acompañar los platos que ofrecen al público en general.

Según un estudio realizado por Ipsos, del total de los hogares peruanos un 75% de ellos acompaña sus comidas con las cremas y/ salsas preparadas que ofrecen en el mercado y esto se debe que es una costumbre de los hogares acompañar sus platos con un toque de picante. También indica en dicho estudio que los hogares peruanos casi siempre prepara sus misma cremas según sus gustos, ya sea combinando los productos de la costa, sierra y selva para obtener ese saber exótico que ofrecen los productos peruanos

El primer mercado en donde se lanzara el producto es en Lima ya que es una de las principales consumidores de los tipos de ajíes que se tienen en la gastronomía y están dispuestos a realizar la compra de estas salsas preparadas ya que en la mayoría de los hogares no cuentan con el tiempo necesario para prepararlo ellos mismos y prefieren buscar los productos ya preparados y solo ponerlo en sus mesas para acompañar sus platos.

Entre los principales insumos se tiene a la **Cocona** el cual su producción se realiza en pequeñas cantidades el cual es para el consumo directos y el excedente es comercializado en los mercados locales y regionales donde se produce. La cocona se cosecha todo el año pero principalmente entre los meses de abril a octubre son los meses con mayor producción. Las ciudades en donde se comercializa en mayor cantidad es en Iquitos, Amazonas, Ucayali y Pucallpa, ahí es donde son adquiridos para ser distribuidos a nivel nacional. El otro insumo importante para preparación de la crema de ají de Cocona es el **Ají Charapita** el cual es conocido como el ají más picantes de la Amazonia y es este motivo que es el más consumido ya que se usa en los diversos platos que ofrece la Amazonia peruana ya que es un producto representativo de la región.

La oportunidad comercial que se tiene ahora con el mercado internacional es favorable ya que dichos consumidores están interesados en consumir productos naturales para tener una mejor alimentación y salud. También se tiene la oportunidad de presentar los productos naturales que ofrece el país en la Feria Internacional **WINTER FANCY FOOD SHOW** el cual se desarrolla en EE.UU en enero de todos los años. Aquí se dan a conocer una amplia variedad de productos innovadores y naturales que ofrecen los diversos mercados en el cual también exponen los representantes del Perú.

Se ha realizado un estudio del análisis del Macro y micro entorno de mercado el cual nos indica que el entorno es propicio para el ingreso de un nuevo producto ya que lo que se ofrecerá es algo innovador en sabor y con el cual los consumidores quedaran encantados, pero se debe tener presente a las marcas ya posicionadas las cuales crearan barreras de entrada a cualquier producto que pueda disminuir su participación en el mercado.

En el plan estratégico se realizó un análisis de los factores internos y externos en nuestra matriz FODA para el caso de nuestro producto Crema de Ají de Cocona.

En lo concerniente a Fortalezas se han encontrado cuatro factores, destacando en tres de ellos la eficiencia en los diferentes procesos de la empresa.

En las Debilidades se ha encontrado que el poco posicionamiento en el mercado es nuestra barrera a superar para sacar adelante este proyecto. En cuanto a las Oportunidades debemos destacar que al ser un mercado un tanto virgen, no tenemos barreras para el crecimiento de este producto.

Por su parte, en las Amenazas, como principal obstáculo tenemos a la naturaleza, debido a que la materia prima viene de una región natural con constantes lluvias y si le sumamos los fenómenos naturales que se presentan cada temporada, debemos prever estas contingencias.

Tomando en cuenta estos puntos individuales, hemos considerado las estrategias detalladas en la matriz para el éxito de nuestro proyecto. Finalmente presentamos nuestra estrategia genérica así como nuestros objetivos a largo (general) y corto (específicos) plazo.

2. Capitulo II: Información general

2.1. Nombre de la empresa y horizonte de evaluación

2.1.1. Nombre de la empresa

Razón social: SPELT SRL

Nombre Comercial: SPELT

Figura 1: Nombre y logo de la empresa

2.1.2. Horizonte de evaluación

El proyecto tendrá un periodo de evaluación de tres años, en este periodo de evaluación podremos obtener información que ayude a mejorar los costos y beneficios del proyecto, ajustar y alinear la utilización de los recursos. Logrando contar con la información ajustada a las realidades económicas y financieras del proyecto.

2.2. Actividad económica, código CIUU

2.2.1. Comercialización de Ají de Cocona

2.2.2. Código CIIU. : 1030 Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas

Tabla 1: Actividades económicas con la CIIU

TABLA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS CON LA CIIU REV. 4.0

CIIU Rev.	DESCRIPCION
1010	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE
1020	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS
1030	ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS,LEGUMBRES Y HORTALIZAS
1040	ELABORACIÓN DE ACEITES Y GRASAS DE ORIGEN VEGETAL Y ANIMAL
1050	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS
1061	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE MOLINERÍA.
1062	ELABORACIÓN DE ALMIDONES Y PRODUCTOS DERIVADOS DEL ALMIDÓN.
1071	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA
1072	ELABORACIÓN DE AZÚCAR
1073	ELABORACIÓN DE CACAO Y CHOCOLATE Y DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA
1074	ELABORACIÓN DE MACARRONES, FIDEOS, ALCUZCUS Y PRODUCTOS FARINÁCEOS SIMILARES
1075	ELABORACIÓN DE COMIDAS Y PLATOS PREPARADOS
1079	ELABORACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS N.C.P.
1080	ELABORACIÓN DE PIENSOS PREPARADOS PARA ANIMALES
1102	ELABORACIÓN DE VINOS
1103	ELABORACIÓN DE BEBIDAS MALTEADAS Y DE MALTA
1104	ELABORACIÓN DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS; PRODUCCIÓN DE AGUAS MINERALES Y OTRAS AGUAS EMBOTELLADAS
1200	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO
2599	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL N.C.P.
2825	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO
2826	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CUEROS
3311	REPARACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL

Fuente: Sunat-Tabla Anexa Nº 1: CIIU (Clasificación industrial internacional uniforme)

2.3. Definición del negocio

Empresa dedicada a la elaboración y venta del ají elaborado en base a la cocona, fruto exótico de la selva, con ají Charapita. Este producto se comercializará en los principales supermercados de Lima, y esperando tener la extensión de las ventas en las principales ciudades del país a un largo plazo.

Ofrecemos un producto del sabor de la selva a su mesa, donde el consumidor pueda disfrutar el sabor exótico del ají de cocona y adquirirlo de manera mucho más factible como en el supermercados más cerca a su hogar.

Modelo Canvas del negocio

SOCIOS CLAVES

- ✓ Asociación de productores de cocona del valle de Provisto- APROCOVAP (Tingo María)
- ✓ Trans Oriente Cargo SAC
- ✓ Principales supermercados de la ciudad de Lima y bodegas

ACTIVIDADES CLAVE

Elaboración, producción y comercialización de crema de ají de cocona

RECURSOS CLAVE

Infraestructura, licencias, maquinarias, fuerza de ventas, mano de obra

PROPUESTA DE VALOR

Crema de ají de cocona que trae el sabor de la selva al alcance de todos, con la textura, aroma y sabor de la selva para los paladares más exigentes. Sin saborizantes

RELACION CON LOS CLIENTES

Degustaciones en supermercados
brosure con información de nuestro productos (origen, beneficios, composición, y otros aspecto importante)

CANALES

Publicidad por web, redes sociales, ferias expoalimentarias

SEGMENTO DE CLIENTES

Población entre 12 a 60 años de la ciudad de Lima que tengan el agrado de consumir complementos picantes con sus comidas

ESTRUCTURA DE COSTO

Costos fijos: Gastos administrativos, luz, agua,
alquiler en local, licencias
Costos variables: Costos de producción y ventas

FUENTE DE INGRESOS

Venta de crema de ají de cocona

2.4. Descripción del producto o servicio.

Producto: El presente trabajo se desarrollará de acuerdo al plan comercial de “Ají de cocona” considerado unos de los frutos más exquisitos que nos brinda nuestra amazonia peruana.

Figura 2: Logo de la marca

Una combinación acertada del fruto exótico y reconocido como lo es la COCONA y el ají Charapita da lugar un sabor exquisito para el paladar convirtiéndose en el complemento ideal para la comida peruana. En esta oportunidad el ají de cocona que se ofrecemos está elaborado en base a la cocona (ingrediente primordial), ají Charapita, sashaculantro, sal, pimienta y aceite. En envases accesibles y prácticos para el público en general.

2.4.1. Ingredientes principales

A. **El fruto de Cocona:** Fruta que crece en zonas tropicales, principalmente en la Amazonía peruana (Amazonas, Ucayali e Iquitos) además de otras zonas de la Amazonía de Sudamérica.

   Esta fruta tiene un sabor ácido mayor que la naranja e inclusive del limón, pero al incluirla dentro de alguna preparación o darle algún tipo de tratamiento, nos ofrecerá un sabor agradable, el cual se ha extendido en zonas de la selva.

   Beneficios de la cocona

   Controla el colesterol: Al tono tener muchas calorías ni azúcares y alta contenido de fibra es suficiente para reducir el colesterol, aliviar la diabetes o el estreñimiento.

Previene enfermedades del aparato urinario: Controla el exceso de ácido úrico,

Combate desórdenes alimenticios: Contiene alto nivel de Vitamina B5, lo que la convierte una fruta que ayuda pacientes que sufren de anemia o que tienen problemas hemorrágicos.

Revitaliza el cabello: Las mujeres de la selva la utilizan también para dar brillo al cabello.

Alivia las quemaduras: Preparada con aceites alivian y sanan rápidamente las quemaduras

Valor Nutritivo

Los frutos sin ricos en hierro y vitamina B5(niacina), calcio, fósforo y pequeñas cantidades de caroteno, tiamina y riboflavina, es importante mencionar que es un fruto que se puede considerar altamente dietético debido a su bajo aporte calórico

Y fibra alimenticia

Valor Nutritivo: En 100g de pulpa de Cocona

Tabla 2: Valor nutricional de la Cocona

CONTIENE	CANTIDAD
Agua (g)	87.5
Energía (cal)	41.0
Proteínas (g)	0.9
Grasa (g)	0.7
Carbohidratos (g)	10.2
Cenizas (g)	0.7
Calcio (g)	16.0
Fósforo (mg)	30.0
Hierro (mg)	1.5
Caroteno (mg)	0.18
Tiamina (mg)	0.06
Riboflavina (mg)	0.10
Niacina (mg)	1.25
Ácido ascórbico reducido (mg)	4.50

Fuente: FAO 2006, Ficha Técnica: Cocona, Revisado el 25-11-13

B. Ají Charapita: La Amazonía cuenta con una gran variedad de ajíes unas más picantes que otras, pero sin duda el que se lleva el premio, debido a su sabor y aroma, es el Ají Charapita. Actualmente no se cuenta con una

investigación detallada de esta especie pero es muy conocida a nivel de nuestra Amazonía peruana.

Dentro de la gastronomía amazónica el Ají Charapita es muy popular tanto así que es usado en encurtidos naturales, macerados con limón, ensaladas y ceviches regionales, también para dar gusto y toque de sabor a las sopas regionales como: inchicapi, mazamorra de gamitana, caldo de gallina regional, entre otros platos típicos de la selva peruana.

C. Sacha Culantro: El sacha culantro es una hierba aromática muy similar a culantro con borde espinoso o aserrado. En el sabor y aroma, la especie es muy parecida al culantro pero son diferentes en la forma de hoja. Se encuentra distribuido en toda la región amazónica. Su cultivo se realiza a nivel de huerto familiar. Se usa como aromático en guisos, sopas, ensaladas y otros preparados. (Recuperado de: http://www.madeintingomaria.com/2015/09/el-sacha-culantro-la-planta-mas.htgr)

Valor nutritivo: 100g

Tabla 3. Valor nutricional del Sacha Culantro

CONTIENE	CANTIDAD
Energía (cal)	38.0
Proteínas (g)	1.9
Lípidos (g)	0.5
Carbohidratos (g)	8.1
Fibra (g)	2.1
Calcio (g)	195.0
Hierro (g)	4.9
Fósforo (mg)	68.0
Caroteno (mg)	0.76
Tiamina (mg)	0.06
Riboflavina (mg)	0.22
Niacina (mg)	1.00
Ácido Ascórbico (mg)	0.70

Fuente: FAO 2006, Ficha Técnica: Cocona, Revisado el 25-11-13

2.4.2. La presentación del producto

Figura 3: Representación de la marca

El producto será lanzado al mercado en dos presentaciones: sachet por 85gr. Y sachet en tamaño familiar de 225gr con aplicativo con tapa rosca

2.5. Oportunidad de negocio.

La gastronomía peruana es una de las reconocidas a nivel mundial, los diferentes platos típicos de las tres regiones naturales nos exhortan a degustar de sus deliciosas comidas así como sus completos que los convierten en una delicia en nuestra mesa. Los peruanos acostumbrados a saborear el “picantito” en sus comidas nos hacen ofrecen este deliciosa ají que acompañará día a día en sus comidas, Accesible por sus presentaciones y precios módicos nuestro productos tiene como objetivo cubrir la gran demanda de los ajíes de mesa en nuestra comida peruana.

Ya no será necesario realizar largo viajes a la selva o esperar grandes colas en los restaurantes selváticos para saborear este delicioso ají, ahora el público tendrá a la mano su ají de cocona para acompañar su comida de todos los días.

2.6. Estrategia genérica de la empresa.

Nuestra estrategia a desplegar será la de enfoque dado que nos concentraremos un grupo específico de consumidores. Los mercados reducidos con economía de escala favorables para la adquisición de nuestro producto.

3. Capitulo III: Análisis del entorno

3.1. Análisis del Macro Entorno

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

El Perú es un país democrático ubicado sobre 1’285,220 km² de terreno y 200 millas marinas del Océano Pacífico, así como 60 millones de hectáreas en la Antártida. Es el tercer país más grande de América del Sur, uno de los 19 más extensos del mundo y es el quinto País más poblado de Sudamérica. Cuenta con una población estimada de habitantes de 31´488,625 los cuales 15 millones 772 mil 385 son hombres y 15 millones 716 mil 240 son mujeres, presenta una moderada densidad de población, 24 habitantes por Km^2. El Perú cuenta con 24 departamentos, divididos en 195 provincias, más una provincia constitucional, la de Callao, siendo sus principales ciudades Prov. Const. Del Callao, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura.

Tabla X: Datos Demográficos

Nombre Oficial	República del Perú
Superficie	1 285 220 Km2
Población estimada	31´488,625 Pers. (2016)
Capital	Lima
Principales Ciudades	Prov. Const. Del Callao, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura
Esperanza de vida	74.6 Años
Idioma	Español
Moneda	Nuevo Sol (PEN)
Sistema Político	República Constitucional

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

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

Según los datos estadísticos del INEI el Perú cuenta con 31´488,625 habitantes y además de acuerdo a las proyecciones se espera que para el 2021 superemos los 33 millones y 40 millones de habitantes al 2050.

Tabla X: Tasa de crecimiento poblacional

AÑO	POBLACION	HOMBRES	MUJERES	TASA DE CRECIMIENTO
2012	30,135,875	15,103,003	15,032,872	1.13
2013	30,475,144	15,271,062	15,204,082	1.13
2014	30,814,175	15,438,887	15,375,288	1.11
2015	31,151,643	15,605,814	15,545,829	1.10
2016	31,488,625	15,772,385	15,716,240	1.08

Ingreso Per cápita

Población Económicamente Activa

Al final del año 2015 según la data de INEI la PEA a nivel nacional alcanzo las 16’498,100 personas, presentando un incremento anual del 1.006% con respecto al año anterior.

Si bien podemos notar que la PEA viene creciendo constantemente, en otras palabras, los índices de empleo vienen aumentando reduciendo a la vez los índices de pobreza en nuestro País

Tabla X: Población Económicamente Activa (PEA)

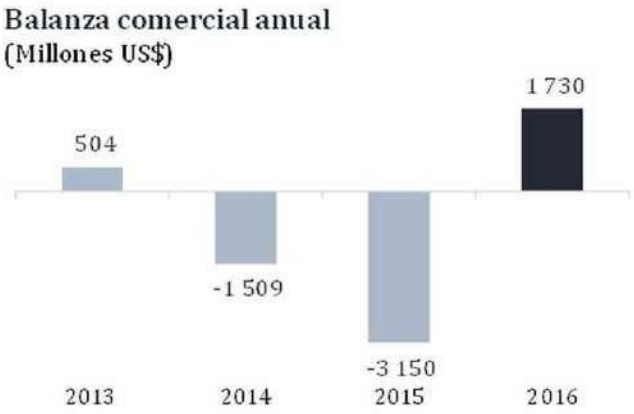
2011	2012	2013	2014	2015
15 949.1	**16 142.1**	**16 328.8**	**16 396.4**	**16 498.1**

Imagen x

3.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

La balanza comercial peruana cerró el 2016 con un superávit de US$1.730 millones tras el incremento de 7,6% de las exportaciones durante el año

Imagen x



Balanza comercial
(Millones US$)

	Diciembre				Año			
	2015	2016	Dif.	Var. %	2015	2016	Dif.	Var. %
1. Exportaciones	**3 224**	**4 031**	**807**	**25,0**	**34 236**	**36 838**	**2 602**	**7,6**
Productos tradicionales	2 126	2 829	703	33,1	23 291	26 004	2 713	11,6
Productos no tradicionales	1 090	1 193	103	9,5	10 857	10 733	-123	-1,1
Otros	8	9	1	10,4	87	100	13	14,5
2. Importaciones	**3 003**	**3 008**	**5**	**0,2**	**37 385**	**35 107**	**-2 278**	**-6,1**
Bienes de consumo	685	736	51	7,5	8 791	8 612	-180	-2,0
Insumos	1 232	1 323	92	7,4	15 923	15 115	-808	-5,1
Bienes de capital	1 035	930	-105	-10,2	12 007	11 116	-890	-7,4
Otros bienes	52	19	-33	-63,1	664	264	-400	-60,2
3. BALANZA COMERCIAL	**221**	**1 023**	**802**		**-3 150**	**1 730**	**4 880**	

Fuente: Sunat y BCRP.

La balanza comercial deja atrás dos años consecutivos de déficit, en los que se llegó a un pico diferencial de US$3.150 millones el 2015.

En diciembre, por sexto mes consecutivo, se obtuvo un superávit que alcanzó los US$1.023 millones. Este es el monto más alto desde los US$1.290 millones reportados en similar mes del 2011, agregó el **BCR**.

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

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

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

Producto Bruto Interno

El instituto de economía y desarrollo empresarial (IEPD) de la cámara de comercio de Lima proyecto que el producto bruto interno peruano se situara en 3.8% en el 2016 y 4.2% en el 2017 [2].

Imagen x

PRODUCTO BRUTO INTERNO

	2012	2013	2014	2015	2016
1. Demanda Interna	7.3	7.3	2.2	3.1	0.9
a. Consumo privado	7.4	5.7	3.9	3.4	3.4
b. Consumo público	8.1	6.7	6.1	9.8	-0.5
c. Inversión bruta interna	6.5	11.4	-3.2	-0.7	-4.9
Inversión bruta fija	16.3	7.7	-2.5	-5.0	-5.0
- Privada	15.5	6.9	-2.3	-4.4	-6.1
- Pública	19.9	10.7	-3.4	-7.3	-0.5
2. Exportaciones	5.8	-1.3	-0.8	3.5	9.7
4. Importaciones	10.7	4.2	-1.4	2.5	-2.3
3. Producto Bruto Interno	6.0	5.8	2.4	3.3	3.9

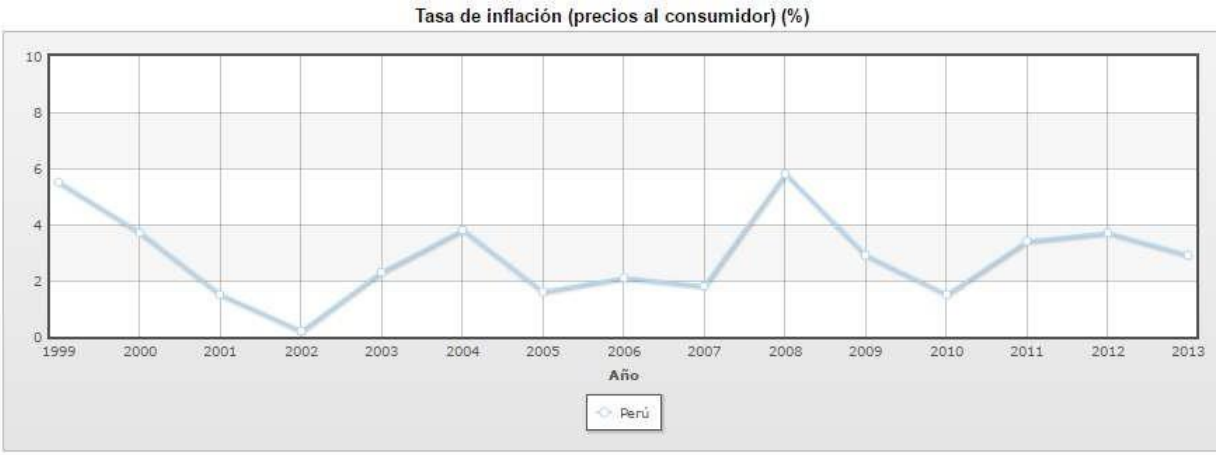
Fuente: INEI y BCR.

Tasa de inflación

Según INEI el Perú cerró el año 2016 con una inflación de 3.23 por ciento, menor a la del 2015 pero superior al rango meta establecido por el banco central, por un alza en los precios de los alimentos y la energía en medio de una apreciación de la moneda local. Esta variable suministra el cambio porcentual anual de los precios al consumidor comparado con los precios al consumidor del año pasado. [3]

[1] http://elcomercio.pe/economia/peru/balanza-comercial-cerro-2016-superavit-us1730-grls-noticia-1965346
[2] http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.htgr
[3] http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.htgr

Imagen X:



Country	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Perú	5,5	3,7	1,5	0,2	2,3	3,8	1,6	2,1	1,8	5,8	2,9	1,5	3,4	3,7	2,9

Tabla X:

Tasa	**%**
2012	3.7
2013	2.9
2014	3.2
2015	3.5
2016	3.2

Tasa de interés

La **tasa** de interés de **referencia** es la que establece la entidad encargada de la **política monetaria** de cada país para influenciar en el precio de las operaciones crediticias de muy corto plazo entre diferentes entidades bancarias, es decir, para servir de **referencia** a la **tasa** de interés interbancaria según IPE el BCR acordó mantener la tasa de interés de referencia de la política monetaria en 4.25% y afirmó que esta decisión es consistente con una proyección de inflación que converge gradualmente a 2% en el horizonte de efectividad de la política monetaria.

La entidad monetaria justificó su decisión al señalar que las expectativas de inflación a 12 meses continúan disminuyendo gradualmente y los efectos de los aumentos de los precios de algunos alimentos, servicios públicos y del tipo de cambio sobre la inflación han sido menores que en los meses anteriores.

Asimismo, precisó que la actividad económica local viene creciendo a un ritmo cercano a su potencial y la economía mundial continúa registrando señales mixtas de recuperación en la producción y el empleo, así como una menor volatilidad en los mercados financieros.

El **BCR** indicó que se espera que la tasa de inflación se mantenga alrededor del límite superior del rango meta en los siguientes meses y continúe la tendencia decreciente en el 2017, estimándose que se ubique en 2% al cierre de dicho año.

Tipo de cambio en el Perú

El tipo de cambio es la actividad monetaria del país donde hace de agente regulador del sistema financiero.

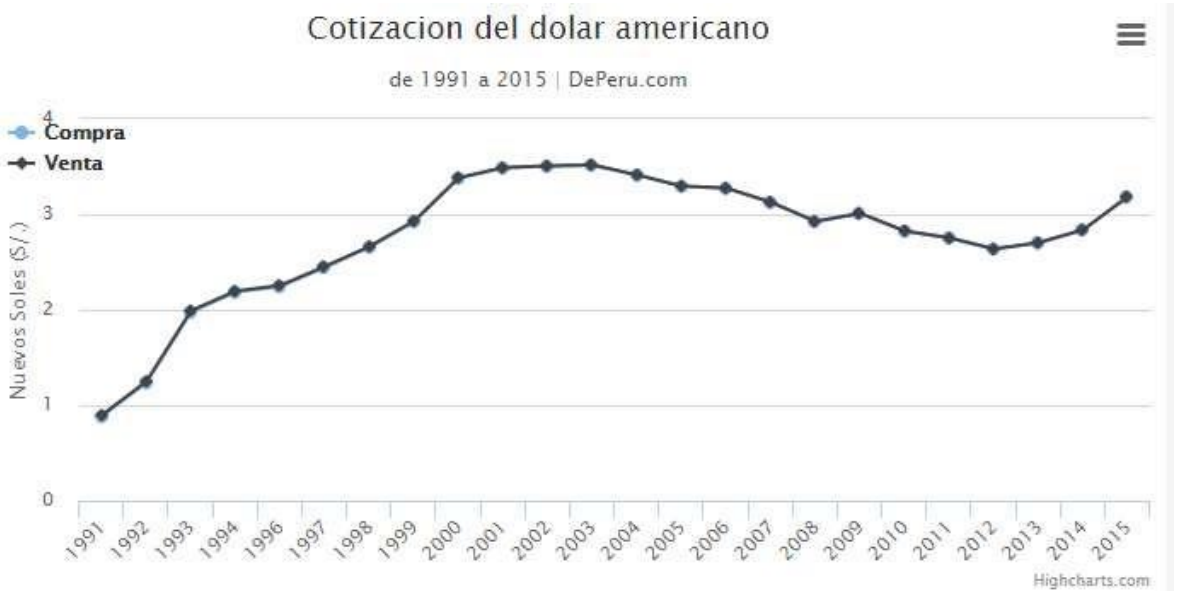
El tipo de cambio, es lo que se paga o es el precio de una divisa respecto a otra. Usualmente es la cantidad de moneda nacional que debe ser entregada a cambio de una unidad de moneda extranjera.

Tabla x

Tipo de cambio	interbancario	bancario
2011	S/. 2.753	S/. 2.754
2012	S/. 2.637	S/. 2.638
2013	S/. 2.701	S/. 2.703
2014	S/. 2.837	S/. 2.839
2015	S/. 3.182	S/. 3.186
2016	S/. 3.373	S/. 3.378

fuente BCRP

Imagen x



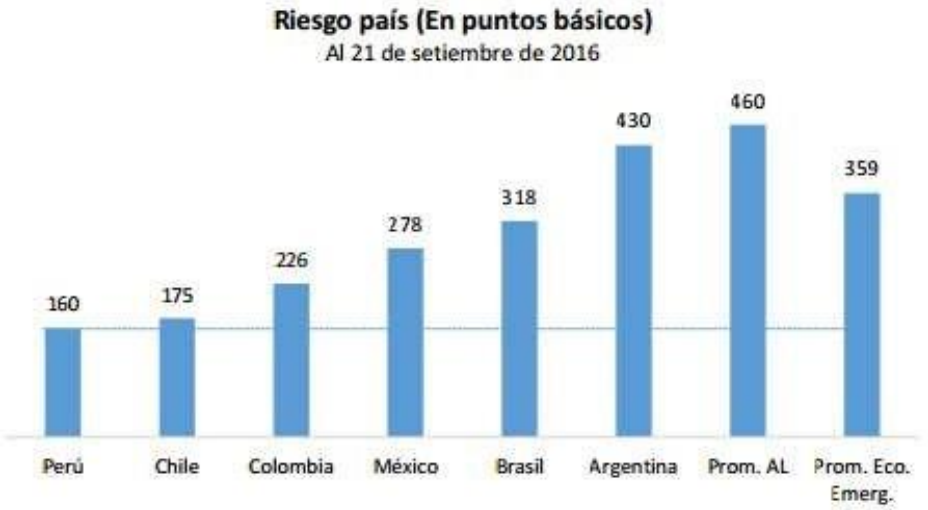
Riesgo país

RIESGO PAÍS DE PERÚ ES EL MÁS BAJO EN LA REGIÓN EN LO QUE VA DEL AÑO

El riesgo país del Perú, medido por el EMBIG, bajó a 160 puntos básicos al 21 de setiembre último, el más bajo entre las principales economías de América Latina. En lo que va de este año, nuestro riesgo país se ubicó por debajo del de Chile (175 puntos básicos), de Colombia (226 puntos básicos), México (278 puntos básicos), Brasil (318 puntos básicos) y Argentina (430 puntos básicos). Desde fines del año pasado, el riesgo país peruano bajó 80 puntos básicos respecto a los 240 puntos en los que cerró diciembre de 2015. El nivel registrado al 21 de setiembre de este año, es casi la tercera parte del riesgo país promedio de América Latina (460 puntos) y menos de la mitad del promedio de las economías emergentes (359 puntos). Entre el 14 y 21 de este mes, los indicadores de riesgo país bajaron en medio de datos positivos de la economía china y la decisión de la Reserva Federal de Estados Unidos de mantener su tasa de interés en setiembre.[4]

[4] http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2016/nota-informativa-2016-09-23.pdf

Imagen x



3.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

LEY 28304 - Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo .- La presente Ley tiene por objeto impulsar la creación y el establecimiento, el crecimiento y el desarrollo de la competitividad de la Micro y Pequeña Empresa Descentralizada (MYPE Descentralizada) con la finalidad de insertarlas en la economía sub-nacional, nacional e internacional, de manera que los recursos de los departamentos y regiones sean utilizados eficientemente según su disponibilidad y potencial, se promueva la descentralización productiva, se desarrollen los corredores económicos y ciudades intermedias y se fortalezcan las cadenas de valor.[5]

LEY 28015 - de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.- Objeto de la Ley La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.[6]

[5] http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/28304-jul-26-2004.pdf

[6] http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

3.2. Análisis del Micro entorno

3.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad: Mediano

- En la actualidad, el mercado enfocado a ajíes de cocona es casi virgen, debido a que solo este producto se puede encontrar en marcas artesanales, las cuales estacionalmente pueden ser encontradas en supermercados.
- Este producto por no haber sido desarrollado a gran escala en el mercado peruano, se puede afirmar que es uno que se diferencia por su origen selvático.
- Existe una oportunidad en el crecimiento de consumo de ajíes, considerando la demanda per – cápita de los peruanos de 4.5 kilos al año. Así mismo, es un producto representativo de la gastronomía peruana[7].
- Así mismo, hay una tendencia de la exportación del ají, considerando que el Perú ha experimentado un crecimiento del 12% en el primer trimestre del 2015[8]
- No existen requerimientos altos para abandonar este mercado, debido a que la manufactura de estos productos es artesanal. Sin embargo, aquellas corporaciones que sí lo manufacturan y han invertido en maquinaria para la producción y envasado tendrán que depreciarlas en línea recta para venderlas al valor actual del mercado.
- En la actualidad, los grandes competidores se han basado en desarrollar mini envases y otros tanto medianos y grandes, respondiendo a la necesidad del consumidor de poder acompañarlos en sus loncheras (almuerzos), el mediano para un uso doméstico (familiar) y el grande para la producción de producto a mayor escala en restaurantes. Considerando precios que van desde los S/0.30; S/2.00 y S/6.50 respectivamente.
- Nuestros principales clientes serán las personas que comen picantes en Lima Metropolitana.

[7] http://adexperu.org.pe/prensa/notas-de-prensa/item/860-cada-peruano-consume-4-5-kilos-de-ajies-frescos-al-ano
[8] http://gestion.pe/economia/exportaciones-peruanas-ajies-y-pimientos-aumentaron-12-primer-semestre-2015-2141693

3.2.2. **Fuerza negociadora de los clientes**: Mediano

- El 75% de los hogares peruanos consumen salsas picantes, el cual es considerado como una costumbre a nivel nacional[9].
- El 89% de hogares peruanos acompañan sus comidas con ají.
- Tendencia a demandar productos nativos, como lo es la cocona (ají Charapita).
- Respecto a la tentativa de futuros compradores a las que abordaría esta nueva propuesta de productos en el rubro de: crema de ají cocona, sería tanto el mercado B2C, *business to consumer*, el cual estaría dirigido al cliente final (personas que gustan de acompañar sus comidas con un toque picante), como al BSB, *business to business*, para quienes se desarrollarían presentaciones especiales, tomando en cuenta la producción a gran escala de potajes con este característico toque especial.
- Los atributos más importantes para el consumidor en la elección y compra de ajíes son la frescura de los frutos, el sabor y el nivel de pungencia. Así mismo, el aroma, la textura y el tamaño, los cuales son catalogados como no tan relevantes. Es por ello que su poder de negociación de demandar este producto es bajo.
- Existe un mercado cautivo, los turistas receptivos (procedentes del exterior) por demandar este tipo de productos.
- Los mercados internacionales, quienes demandan más este tipo de productos son: España (588,861 toneladas), Italia (371,391 toneladas) y Alemania (287,889 toneladas). Sin embargo, el destino de la producción de la cocona es el país vecino de Chile.

3.2.3. **Fuerza negociadora de los proveedores:** Alto

- La cocona (ají Charapita) es considerado como el primer ají nativo de la selva[10].

[9] http://larepublica.pe/16-03-2012/el-75-de-hogares-peruanos-consume-salsas-o-cremas-picantes-preparadas-en-base-aji-amarillo

[10]https://www.bioversityinternational.org/fileadmin/_migrated/uploads/tx_news/Guia_de_oportunidades_de_mercado_para_los_ajies_nativos_de_Peru_1729.pdfhttps://www.bioversityinternational.org/fileadmin/_migrated/uploads/tx_news/Guia_de_oportunidades_de_mercado_para_los_ajies_nativos_de_Peru_1729.pdf

- El Perú produce 11,500 hectáreas de ajíes, de acuerdo a estadísticas al 2015[11]
- Existen hasta 50 variedades de ajíes en la Selva Peruana. (ají de cocona, rocoto, pinchito de mono, etc.)
- Los proveedores de los principales insumos, siendo el más importante: la cocona, serán distribuidores de los sectores de Tarapoto y Tingo María. Debido a los niveles históricos de producción su demanda no será una barrera para la producción.

3.2.4. **Amenaza de productos sustitutos:** Alto

- La amenaza sería alta, ya que el producto tendrá que competir no solo con otros productos similares embazados. Además tendrá a los productos naturales que se adquieren en los mercados, tal es el caso del ají limo, ají amarillo, rocoto.
- Los principales productos sustitutos serían los productos con picante tal es el caso de Tarí, Uchukuta, rocoto y demás salsa que pueden acompañar las comidas diarias, como mostaza, kétchup, mayonesa, salsa golf entre otras.
- Aquellos que sean tan representativos en el acompañamiento de una comida, en términos de picante. Pero, en donde la preferencia esté de acuerdo al origen de la comida. Por ejemplo, en el Perú, el ingreso de la comida Texano Mexicana puede representar un indicador de las preferencias de consumo por parte del cliente final, haciendo así que se genere una demanda cautiva. En efecto, la producción de estos no se da en el Perú, por lo que deben de ser importados.
- En cuanto a precio, una botella de tabasco o ajíes picantes como los que ofrece Colombia pueden llegar a superar un precio promedio de S/25.00 soles.

3.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada: Alto

- En la actualidad, el competidor cuya participación en el mercado es más alta y ha desarrollado fuertemente las cremas de ajíes es Alicorp, siendo Uchucuta y el Tari los productos estrella en esta categoría.

[11] http://larepublica.pe/impresa/economia/778764-peru-produjo-11500-hectareas-de-ajies-y-pimientos-el-2015-segun-minagri

- Las barreras de entrada, básicamente se centran en la capacidad de producción, administración de la cadena de valor y la garantía de la higiene en cada uno de sus procesos. En este sentido, se puede considerar una inversión moderada de tratarse de dirigirse al mercado local. Sin embargo, del caso de tratarse de exportar se debe de invertir montos más altos, en términos de empaques que sean aceptados en función a los países de penetración.
- Las barreras de entrada más importante serán los supermercados, debido a las condiciones que estos imponen a los nuevos productos para poder ser ofrecidos en sus locales. Por otro lado las barreras de entrada para las bodegas.
- Entre los principales competidores y sustitutos para nuestro producto encontramos a las siguientes empresas:

  - Alicorp
  - Productos Encurtidos S.A.C
  - Compañía de salsas Perú S.A.C
  - Quechua Food S.A.C
  - Cafda S.R.L
  - Lopesa Industrial S.A.C
  - Productos Alimenticios Tresa

Luego de haber analizado cada uno de los puntos, se puede resumir la industria en el siguiente cuadro:

Análisis del micro entorno	Nivel
Competidores actuales: Nivel de competitividad	Mediano
Fuerza negociadora de los clientes	Mediano
Fuerza negociadora de los proveedores	Alto
Amenaza de productos sustitutos	Alto
Competidores potenciales barreras de entrada	Alto

En este sentido, se puede concluir que por las características de los factores, en dos de los criterios analizados es mediano y “alto” en cuanto a competidores potenciales, llegando así a la conclusión que este mercado es atractivo para invertir, sobretodo del punto de vista del sabor que este

proyecto aportaría a la culinaria peruana, tomando esta ventaja competitiva como la oportunidad para diferenciarse en esta categoría, posicionándose como el pionero, sosteniéndose también la ventaja comparativa de los demás ajíes que se pueden ofrecer en el mundo, oportunidad que se puede explotar no solo en el mercado interno, sino en el externo, a través de la exportación.

Análisis de Porter del Negocio

4. Capítulo IV : Plan Estratégico

4.1. Visión y misión de la empresa

4.1.1. Visión

“Ser reconocidos como un participante importante en la producción y comercialización de Ají de Cocona, actuando con integridad y eficiencia. Llevando un producto de alta calidad para el disfrute de nuestros consumidores.”

4.1.2. Misión

“SPELT S.R.L es una compañía productora y comercializadora de crema de Ají de Cocona. Contribuimos al desarrollo de las comunidades productoras de nuestra materia prima, y llevamos nuestros productos a los hogares, brindando un alto grado de calidad y sabor.”

4.2. Análisis FODA.

FACTORES INTERNOS / FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Producto de alto valor nutritivo. 2. Eficiente gestión de estructura de costos. 3. Eficiente cadena de distribución. 4. Eficiencia en la calidad de la producción.	1. Inversión económica limitada. 2. Único producto de introducción. 3. Poco posicionamiento de mercado.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIA FO(OFENSIVAS)**	**ESTRATEGIA DO(REORIENTACIÓN)**
1. Crecimiento de consumo de ajíes per cápita en el Perú. **2.** Poca oferta del producto en la actualidad. **3.** Tendencia a consumir productos naturales, sin saborizantes. **4.** Las materias primas no son estacionales por lo que se puede producir todo el año.	1. (F1, O1, O2, O3) Ofrecer el producto con publicidad resaltando estos valores nutritivos además del sabor natural. 2. (F2, F3, F4, O4) Establecer alianzas con asociaciones de productores de materia prima en las distintas regiones de acuerdo a la fecha de cosecha.	1. (D2, D1, O1, O3) Desarrollar nuevos productos con la misma calidad y garantía de sabor. 2. (D1, O1, O3) Inversión eficiente en maquinaria que nos permita la producción en mayor volumen. 3. (D1, O4) Planificar las adquisiciones de materia prima para reducir la merma.
AMENAZAS	**ESTRATEGIA FA(DEFENSIVAS)**	**ESTRATEGIA DA(SUPERVIVENCIA)**
1. Problemas para el traslado de materia prima en temporada de lluvias. 2. Empresas de alimentos competidoras con recursos importantes de inversión. 3. Poder de negociación de compradores para introducción del producto.	1. (F2, F3, F4, A1) Crear planes de contingencia para el eficiente abastecimiento de la materia prima. 2. (F3, F4, A3) Compromiso de abastecimiento permanente para los establecimientos del comprador.	1. (D2, D3, A2, A3) Posicionar el producto a fin de abrir el mercado a nuevos ítems. 2. (D1, A2, A3) Crear alianzas o estrategias de integración con socios claves para la producción y distribución.

4.3. Estrategia genérica.

La empresa producirá un producto innovador en cuanto a sabor que será percibido así por los consumidores. Nuestra estrategia a desplegar será la de **enfoque** dado que nos concentraremos un grupo específico de consumidores. Los mercados reducidos con economía de escala favorables para la adquisición de nuestro producto

4.4. Objetivos.

4.4.1. Objetivo General

Afianzarnos en el mercado alimenticio con esta propuesta al finalizar nuestro horizonte de evaluación.

4.4.2. Objetivos Específicos

- Tener una penetración del 2% del mercado en el primer año e incrementarla en 1% al año.
- Contar con una planta de procesamiento y distribución propia al finalizar el tercer año de labores.
- Producción de otros productos alimenticios alternativos y/o complementarios.
- Ampliación de mercado ofreciendo otras presentaciones del producto.

5. Capítulo V: Estudio de Mercado

5.1. Investigación de Mercado

5.1.1. Investigación de mercado: Criterios de Segmentación. Marco Muestral.

SEXO	HOMBRES Y MUJERES
EDAD	15 A 74
NSE	B, C
DISTRITOS	**Zona 2:** Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras. **Zona 4:** Cercado, Rímac, Breña, La Victoria **Zona 5:** Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino. **Zona 6:** Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.

FUENTE: INEI 2016

Negocio B2C:

$$\mathbf{385} = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2}$$

Z: 95% = 1.96 *E: 5% = 0.05 P: 50% = 0.50 Q: 50% = 0.50*

En donde

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Marco Muestral

ZONAS	POBLACION TOTAL	ENTRE 15 A 74 AÑOS	% ENTRE 15 A 74 AÑOS	% NSE-B	% NSE-C	TOTAL AÑO 0	% CUOTA	Nº ENCUESTA
ZONA 2	1,288,228	950,648	34.57%	20.5%	50.70%	234,000	46.29%	178
ZONA 4	684,429	512,125	18.62%	21.60%	45.00%	63,522	12.56%	48
ZONA 5	1,369,877	987,239	35.90%	11.90%	40.20%	184,663	36.53%	141
ZONA 6	388,093	299,803	10.90%	48.80%	22.70%	23,371	4.62%	18
TOTAL	**3,730,627**	**2,749,815**				**505,555**	**100.00%**	

- Zona 1: Ventanilla, Puente Piedra, Comas, Carabayllo.

- Zona 2: Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.
- Zona 3: San Juan de Lurigancho.
- Zona 4**:** Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.
- Zona 5: Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.
- Zona 6: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.
- Zona 7: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.
- Zona 8: Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.
- Zona 9: Villa El Salvador, Villa maría del Triunfo, Lurín, Pachacamac.
- Zona 10: Callao, Bellavista, La Perla, La Punta y Carmen de la Legua.

5.1.2. Tipos de Investigación

5.1.2.1. Exploratoria: Focus group y Entrevistas a profundidad.

Focus Group

Fecha: 24 de abril 2017
Lugar: Cafetería campus II Usil
Participantes: hombre y mujeres de 25 a 35 años
Producto a presentar: Crema de Ají de Cocona
Link: https://www.youtube.com/watch?v=3A2mjUi5TTg

Objetivos:

- Conocer el perfil del cliente
- Identificación de la necesidad del producto en el mercado
- Conocer la opinión del consumidor sobre la crema de ají de cocona.

Para la ejecución de este focus se reunión a un grupo de consumidores entre 25 a 35 años y fueron guiados por una de las integrantes del grupo de trabajo. La reunión se llevó a cabo en la cafetería de USIL campus 2, se comenzó el focus con la pregunta básica de que si consumiría un nuevo sabor de crema de ají y la mayoría respondió que si ya que están buscando un nuevo complemento para acompañar sus comidas diarias. Otro objetivo es conocer los hábitos de consumo de los potenciales clientes y saber que otros productos similares consumen a la crema de ají de cocona

Conclusiones

La idea del ingreso de este nuevo producto para acompañar las comidas de los clientes fue muy aceptada ya que el sabor diferente del ají de cocona le puede dar a sus platos otro gusto.
También indicaron que la combinación de los ingredientes para su preparación es perfecta ya que se puede medir el grado de picante en la crema de ají.

En cuanto a la presentación mencionaron que sería mejor en los envases Doypack de 95 gr y 220 gr ya que les facilitaría el consumo del producto y es más practico ya que lo pueden llevar en su lonchera.

Con respecto al lugar de compra, la mayoría indico que por tener poco tiempo en realizar las compras, lo realizan comúnmente en los supermercados en cantidad y en algunos casos en las tiendas más cercanas (cuando se quedaron sin el producto).

Al momento de preguntar por el nombre más adecuado para el nuevo producto se les dio varias opciones y el que recibió aceptación por mayoría fue el nombre de SHAPIKA ya que les da la idea de picor en el producto que ofrecemos.

En conclusión se puede indicar que el producto fue bien aceptado ya que los potenciales consumidores siempre están en busca de nuevo sabores y sensaciones al momento de adquirir un nuevo producto con el cual ira acompañado de sus comidas diarias.

Entrevistas a profundidad

Nos apoyamos en un profesor de la escuela de Chef de la Universidad San Ignacio de Loyola y en el administrador del restaurante DON IGNACIO. En ambas entrevistas el objetivo fue tener una perspectiva de parte de ellos con respecto a la crema de ají de Cocona, su preparación y en que otros platos los combinaría para ofrecer a sus comensales.

Entrevista 1

Perfil del experto

Nombre: JORGE HOLZ

Profesión: CHEF DOCENTE CONSULTOR

Experiencia: 16 años

Fecha entrevista: 29 de abril 2017

Su especialidad: Comida internacional, cocina Mediterránea, italiana y peruana.

Conoce el ají de Cocona: si y la idea de ponerlo en la mesa para complementar las comidas diarias es buena pero se debe tener presente que al ser un producto industrializado es un poco difícil mantener el sabor al que uno está acostumbrado, por lo cual deben saber la combinación perfecta para que no sea rechazado la nueva crema de ají

¿Qué opina de este producto?: el sabor único que ofrece este complemento me gusto y el sabor acido que ofrece es único, por lo cual siempre está viendo los distintos tipos de combinaciones que puedo hacerle. La forma de prepararla son diversas desde licuarlo para hacerlo más fácil al servirlo o solo picar los ingredientes y darle la mejor presentación que se puede

¿Lo ha preparado alguna vez?, ¿cómo lo prepara? Esa crema es el más conocido y consumido en la zona oriente del país, su preparación es sencilla y los ingredientes son fáciles de conseguir en dicha región

¿Qué ingredientes utiliza?: los insumos básicos como la Cocona y Ají Charapita y los demás ingredientes para darle ese sabor

¿Con que comidas recomendaría usar como complemento? Esta crema puede ser el complemento de diversos tipos de comida desde los clásicos platos de fondo de la selva como los Patacones, Juanes, etc. hasta los platos de las diversas regiones del país

Recomendaría la crema de ají de cocona para acompañar las comidas de la costa y sierra

Alguna recomendación o apreciación final con respecto a este producto: la crema de ají de cocona al industrializarlo podría variar el sabor.

Entrevista 2

Perfil del experto

Nombre: FRANK PONCE

Profesión: CHEF EJECUTIVO

Experiencia: más de 7 AÑOS

Fecha entrevista: 29 de abril 2017

Su especialidad: Cocina Italiana, japonesa y peruana de la costa

Conoce el ají de Cocona: si, además lo considere para la preparación de algunos platos y la mezcla de los ingredientes me pareció estupendo, ya que ofrece a los comensales otra idea de los sabores que se les puede ofrecer, también siempre le gusta combinar los ingredientes de los diversas platos que se preparan.

¿Qué opina de este producto?: casi todos los comensales complementan sus comidas diarias con productos picantes y la mezcla del ají Charapita con la fruta de la cocona no es la excepción. El grado de picante que ofrece es lo que buscan los clientes y el sabor diferente que ofrece. También lo prepara para su consumo y con la mezcla de los ingredientes puede controlar el grado de picante que tiene este aderezo.

¿Lo ha preparado alguna vez?, ¿cómo lo prepara?: los ingredientes necesarios para la preparación de la crema de ají de cocona también lo uso en ensaladas, platos de fondo ya que siempre le gusta probar cosas nueva para ofrecer a sus comensales, también lo mezclo en las comidas marinas como jalea, ceviche, etc.

Que ingredientes utiliza: los ingredientes básicos como la misma Cocona, ají Charapita, cebolla, ajos

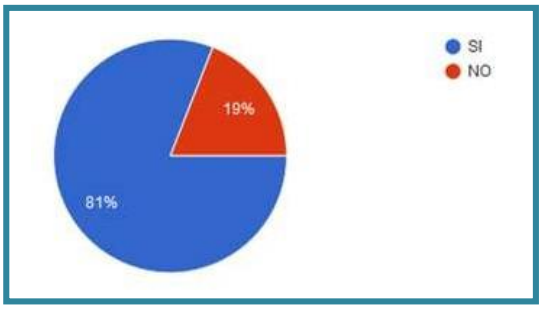
Con que comidas recomendaría usar como complemento: iría como buen complemento para el ceviche o tiradito ya que el sabor agridulce que ofrece sería algo nuevo para los comensales.

Recomendaría la crema de ají de cocona para acompañar las comidas de la costa y sierra: claro; ya que la mayoría de los clientes siempre pide acompañar sus platos con alguna crema picante, en los platos como lomo saltado, arroz con pato, etc.; Siempre lo acompañar con alguna crema para darle ese sabor adicional que buscan.

5.1.2.2. Análisis de los resultados de las encuestas.

Presentación de resultados tabulación y gráficos

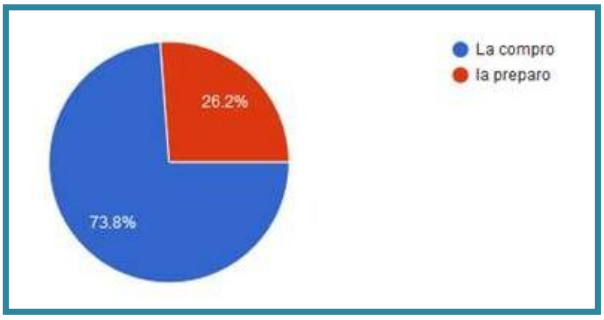
1. ¿Consumes ají para acompañar tus comidas diarias?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	312	81%
No	73	19%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: EL gráfico nos refleja que más del 80 % de los encuestados consume ají en sus comidas diarias.

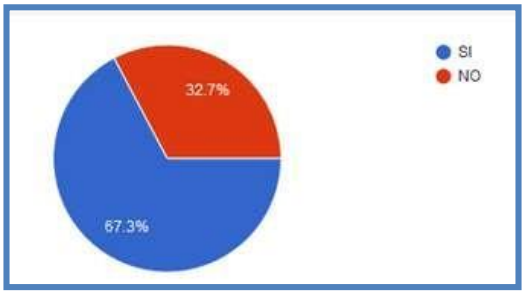
2. ¿Compra el ají o lo prepara?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
La compro	285	74%
La preparo	100	26%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: Obtuvimos como resultado que más de 70% de encuestados refiere comprar ají para acompañar sus comidas.

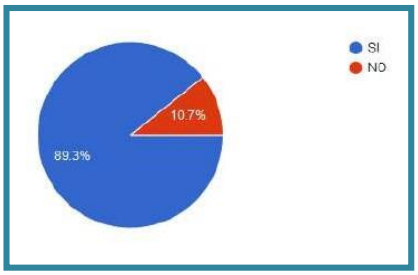
3. **¿Ha probado algún tipo de ají de la selva?**



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	260	67%
No	125	33%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: El grafico refleja que el 67% de los encuestados ha probado alguna vez un ají de la selva. Y solo un 33% no ha probado ajíes de la selva.

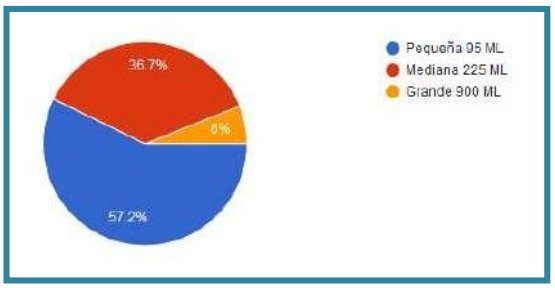
4. **¿Le gustaría consumir una crema de ají de cocona para acompañar sus comidas?**



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	344	89%
No	41	11%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: El gráfico manifiesta que el 89% de encuestados sí estaría dipuesto a consumir el ají de cocona, lo cual nos refleja un posible mercado potencial favorable para nuestro porducto.

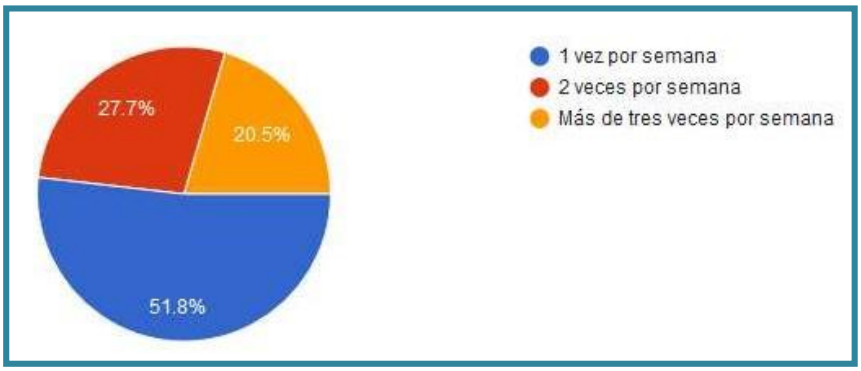
5. **¿En qué tamaño le gustaría adquirir la crema de ají de cocona?**



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Pequeña 95 gr	220	57%
Mediana 225 gr	141	37%
Grande 900 gr	23	6%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: Los resultos nos refleja que los cuestados están dispuesto a comprar crema de ají de cocona en las presentaciones de 95gr y 225gr sumando ambos resultados un 94% de aprobación.

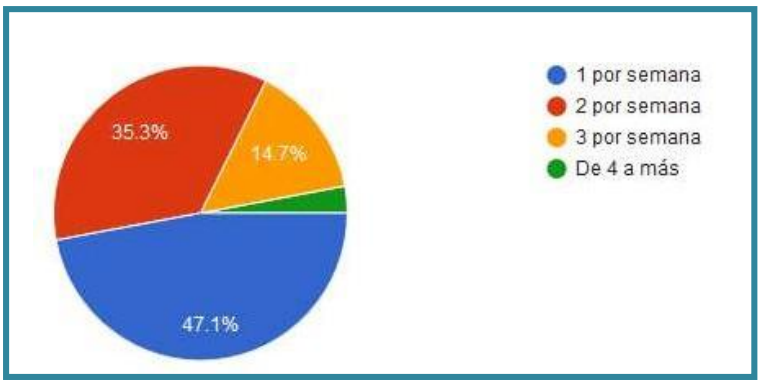
6. **Con qué frecuencia compraría la crema de ají de cocona?**



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	199	52%
2 vez por semana	107	28%
Más de tres veces por semana	79	11%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: Los resultados arrojan que más del 50% compraría aji de cocona una vez por semana y con resultado de 28% dos veces por semana.

7. ¿Cuántas unidades comprarías de crema de ají de cocona?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 und por semana	181	47%
2 und por semana	136	35%
3 und por semana	57	15%
De 4 und a más	12	3%
TOTAL	**385**	**100%**

Interpretación de datos: El gráfico refleja que un 47% de cuestados compraría 1 unid de crema de aji de cocona una vez por seman y con un reultado de 35% compraría dos unid por semana.

5.2. DEMANDA Y OFERTA

5.2.1. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

Criterio de segmentación

Tabla x

SEXO	**HOMBRES Y MUJERES**
EDAD	13 A 74 AÑOS
NSE	B Y C
DISTRITOS	**ZONA 2:** Independencia, Los Olivos, San Martin de Porres **ZONA 4:** Cercado, Rímac, Breña, La Victoria. **ZONA 5:** Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino. **ZONA 6:** Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel

A continuación, mostramos los resultados para el 2017, 2018,2019 y 2020

Tabla de mercado potencial por zonas expresado en número de personas

Tabla x

MERCADO POTENCIAL	2017	2018	2019	2020
ZONA 2	975431	988064	1000860	1013822
ZONA 4	525476	532281	539175	546158
ZONA 5	1012976	1026095	1039384	1052845
ZONA 6	307619	311603	315638	319726
TOTAL	2821501	2858042	2895057	2932550

5.2.2. ESTIMACION DE MERCADO DISPONIBLE

Para calcular el mercado disponible se utilizó la siguiente pregunta.

¿Consumirías ají para acompañar tus comidas?

Mercado potencial * 0.81

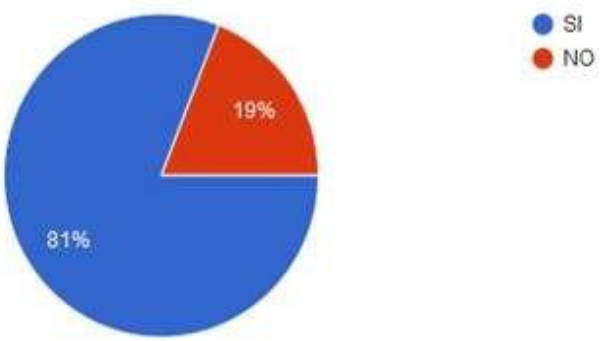


Tabla x

MERCADO DISPONIBLE	2017	2018	2019	2020
ZONA 2	790099	800332	810697	821196
ZONA 4	425635	431148	436732	442388
ZONA 5	820510	831137	841901	852804
ZONA 6	249171	252398	255667	258978
TOTAL	2285416	2315014	2344996	2375366

Expresado en número de personas

5.2.3. ESTIMACION DE MERCADO EFECTIVO

Dado que la empresa comercializa dos presentaciones, primero identificamos las personas que estarían interesadas. Se pudo identificar a las personas a través de la siguiente pregunta. ¿Has probado algún tipo de ají de la selva?

Mercado disponible * 0.673

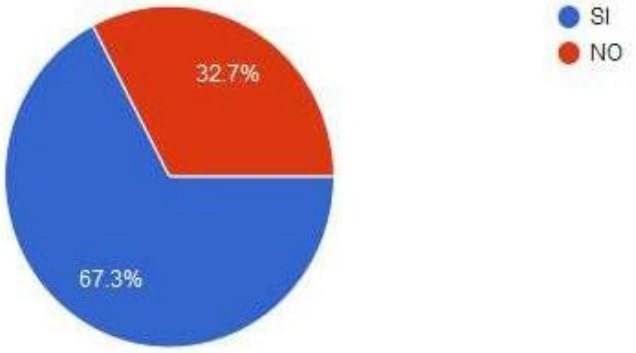
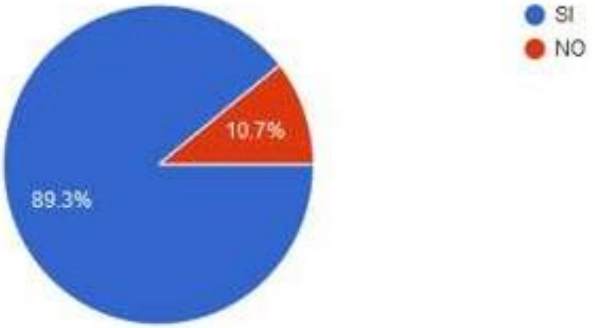


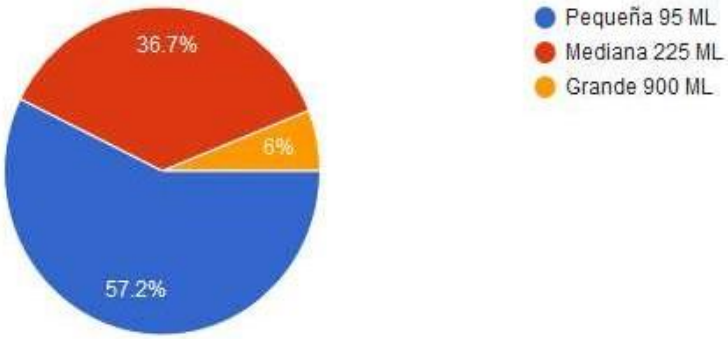
Tabla x

MERCADO EFECTIVO 1	2017	2018	2019	2020
ZONA 2	531737	538623	545599	552665
ZONA 4	286453	290162	293920	297727
ZONA 5	552204	559355	566599	573937
ZONA 6	167692	169864	172064	174292
TOTAL	1538085	1558005	1578182	1598621

Luego buscamos encontrar gustos sobre el consumo y la preferencia en tamaño. Para ello se utilizó las siguientes preguntas. ¿Le gustaría consumir una crema de ají de cocona para acompañar sus comidas?



¿En qué tamaño le gustaría adquirir la crema de ají de cocona?



Total cuadro 1 * 0.893 * 0.94

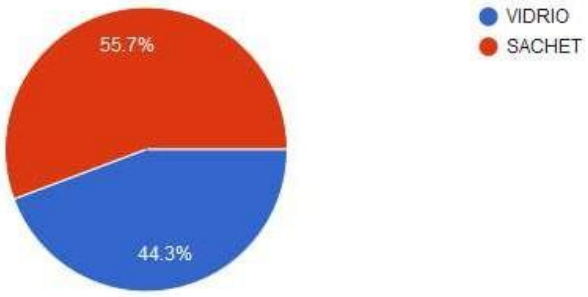
Tabla X:

MERCADO EFECTIVO 2	2017	2018	2019	2020
ZONA 2	446350	452131	457987	463918
ZONA 4	240454	243568	246723	249918
ZONA 5	463531	469534	475615	481774
ZONA 6	140764	142587	144434	146304
TOTAL	1291099	1307820	1324758	1341915

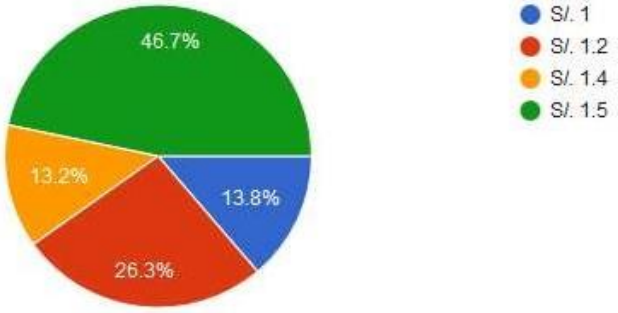
Expresado en número de personas

Para conocer la presentación y los precios aproximados de los productos se utilizaron las siguientes preguntas.

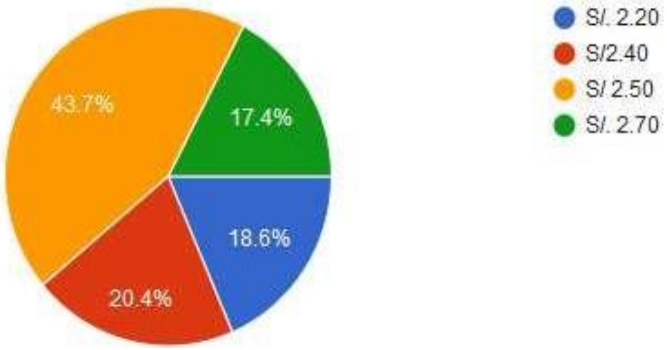
En cuanto al envase ¿qué tipo prefieres?



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en un envase de 95 gr?



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en un envase de 225 gr?



Total cuadro 2 * 0.557* 0.467* 0.437

Tabla X:

PRECIO	2017	2018	2019	2020
95 GR	335839	340189	344595	349057
220 GR	314265	318335	322458	326634
TOTAL	650105	658524	667053	675692

Expresado en número de personas

5.2.4. ESTIMACION MERCADO OBJETIVO

Según un estudio preparado por Ipsos Apoyo para Alicorp, el 89% de hogares del Perú acompaña sus comidas con alguna salsa o crema picante, El mercado total de salsas envasadas en Perú crecerá por encima de 15% en el presente año, en términos de volumen, en relación al 2011, impulsado por las salsas picantes, informó la empresa Alicorp.

Mercado de salsas envasadas cerrara año con crecimiento de 12% según Centro de Documentación para la Innovación de la Cadena de Suministro para en encontrar el mercado objetivo se tomará en cuenta que nuestra participación en el mercado en el escenario optimista seria de 3% y contando con el crecimiento en el mercado de 12% el grupo tomará como crecimiento conservador de 1%

Tabla x

MERCADO OBJETIVO	2017	2018	2019	2020
PARTICIPACION Y CRECIMIENTO	3%	4%	5%	6%
TOTAL	19503	26341	33353	40541

5.2.5. CUANTIFICACION ANUAL DE LA DEMANDA

Frecuencia de compra

Para encontrar la frecuencia de compra se utilizó las siguientes preguntas

¿Con que frecuencia compraría la crema de ají de cocona?

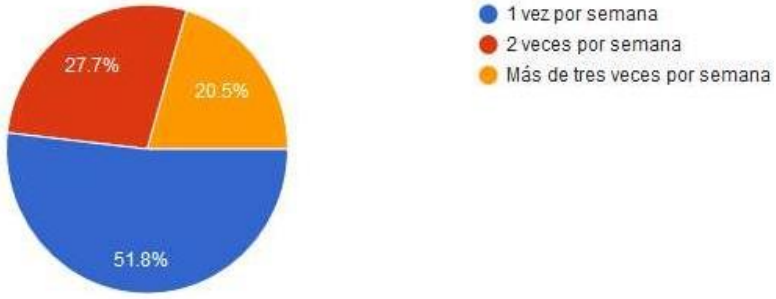


Tabla x

	CANTIDAD	PORCENTAJE	AL AÑO	FRECUENCIA
1 VEZ POR SEMANA	199	51.80%	52	27.01
2 VECES POR SEMANA	107	27.70%	26	7.22
3 A MAS POR SEMANA	79	20.50%	17	3.56
	385			37.79

¿Cuántas unidades comprarías de crema de ají de cocona?

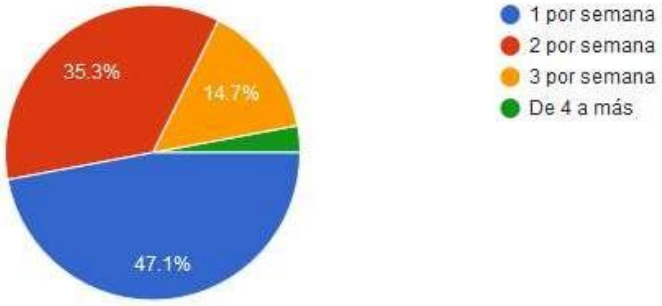


Tabla x

	CANTIDAD	PORCENTAJE	PROMEDIO	FRECUENCIA
1 UNIDAD POR SEMANA	181	47.10%	1	0.47
2 UNIDADES POR SEMANA	136	35.30%	2	0.71
3 UNIDADES POR SEMANA	57	14.70%	3	0.44
4 UNIDADES A MAS	11	2.90%	4	0.12
	385			1.73
			FRECUENCIA	65.54
TOTAL DEMANDA ANUAL	1278164	1726290	2185809	2656940

Expresado en número de personas

5.2.6. Oferta histórica

Se presenta la oferta histórica de cocona, al ser un producto nuevo para el mercado peruano y al no existir información acerca de las cremas de ají con las que competiríamos, hemos realizado nuestro análisis de la oferta histórica en base a uno de nuestros insumos principales, la cocona; es así que en el siguiente cuadro presentamos la información obtenida tanto del INEI a través de su publicación *"Compendio Estadístico Perú 2014"*, en cuyo capítulo 12 desarrolla la información del sector agrario, así como de SIICEX, organismo de Promperú, en su reporte *"Exportación del Producto Cocona según sus Principales Mercados en US$ 2012 – 2017"*.

Cuadro N° X: Oferta Histórica de Cocona

Año	Producción TM	Exportación TM	Prod Consumo Nacional TM	Coeficiente de Variación/Año
2012	9,079.00	131.99	8,947.01	
2013	9,907.00	608.53	9,298.47	
2014	10,374.71	4,376.29	5,998.42	0.3896
2015	11,048.00	7,968.31	3,079.69	
2016	11,721.29	2,710.65	9,010.64	
2017*	12,394.57	7,836.62	4,557.95	

FUENTE: Elaboración propia

*Información a abril de 2017 y proyectada a diciembre

5.2.7. Oferta proyectada

Partiendo de la producción nacional de cocona y con la información de las exportaciones podemos deducir la oferta para el consumo nacional, con la información que hemos recolectado para nuestra producción hemos deducido cuál es la cantidad mínima que podría ser destinada para la fabricación de nuestro producto, usando esta data histórica y la data calculada es posible realizar la proyección para los siguientes 5 años. Realizaremos el análisis de los datos obtenidos desde 2012 hasta 2017 para encontrar la proyección de oferta hasta el año 2022.

Cuadro N° X: Oferta Proyectada

FUENTE: Elaboración propia

5.2.6 Demanda insatisfecha

Estimamos la demanda insatisfecha con los datos de la demanda proyectada y la oferta proyectada calculadas en los puntos anteriores.

Cuadro N° X: Demanda insatisfecha

Año	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Diferencia	Demanda Potencial
2018	158.34	552.41	394.07	71%
2019	220.03	699.46	479.43	69%
2020	305.74	850.22	544.48	64%
2021	424.85	1,004.77	579.92	58%
2022	590.36	1,163.18	572.82	49%

FUENTE: Elaboración propia

5.2.8. Programa de Ventas Anual en unidades físicas

Establecemos los precios de cada producto de acuerdo al resultado de las encuestas. Teniendo como resultado que un 46.7% de encuestados estaría dispuesto a pagar S/. 1.50 por el producto en envase de 95gr y un 43.7% pagaría S/. 2.50 por el producto en envase de 220gr.

CUADRO N° X: Valor de venta por producto (en soles)

PRODUCTO	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Shapica 95g	0.93	0.17	1.10
Shapica 225g	1.36	0.24	1.60

FUENTE: Elaboración propia / Encuesta

De esta base y de la proyección de la demanda, estableceremos el estimado de ventas por estacionalidad por año.

CUADRO N° X: Venta total por año y por producto (en unidades)

PRODUCTO	2018	2019	2020
95 g	891,789	1,129,173	1,372,557
225 g	834,501	1,056,635	1,284,384
TOTAL VENTAS	**1,726,290**	**2,185,809**	**2,656,940**

FUENTE: Elaboración propia.

5.2.9. Programa de ventas del primer año, en porcentajes y unidades físicas y en soles, desagregado en forma mensual.

Se efectúa el programa de ventas del primer año, al ser esta la etapa de introducción existe un ajuste que se afianza hacia el fin del año uno.

Cuadro N° X: Ventas con ajuste de estacionalidad por mes por producto (en unidades y en soles). Año 1 (2018)

2018	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacio. / Empaque	6.3%	6.3%	6.4%	8.0%	8.0%	8.0%	8.6%	8.7%	8.7%	10.3%	10.3%	10.4%	100%
95 g	56,183	56,183	57,075	71,343	71,343	71,343	76,694	77,586	77,586	91,854	91,854	92,746	891,789
225 g	52,574	52,574	53,408	66,760	66,760	66,760	71,767	72,602	72,602	85,954	85,954	86,788	834,501
Total Unidades	**108,756**	**108,756**	**110,483**	**138,103**	**138,103**	**138,103**	**148,461**	**150,187**	**150,187**	**177,808**	**177,808**	**179,534**	**1,726,290**
95 g	52,374	52,374	53,205	66,506	66,506	66,506	71,494	72,326	72,326	85,627	85,627	86,458	831,329
225 g	71,286	71,286	72,418	90,522	90,522	90,522	97,311	98,443	98,443	116,547	116,547	117,679	1,131,527
Total Soles	**123,660**	**123,660**	**125,623**	**157,028**	**157,028**	**157,028**	**168,806**	**170,768**	**170,768**	**202,174**	**202,174**	**204,137**	**1,962,855**
IGV	22,259	22,259	22,612	28,265	28,265	28,265	30,385	30,738	30,738	36,391	36,391	36,745	353,314
Total Soles	**145,919**	**145,919**	**148,235**	**185,294**	**185,294**	**185,294**	**199,191**	**201,507**	**201,507**	**238,565**	**238,565**	**240,882**	**2,316,169**

FUENTE: Elaboración propia.

5.2.10. Programa de ventas del segundo al cuarto año (2019 al 2021), en porcentajes, unidades físicas y en soles, desagregado en forma mensual.

Se presenta el programa de ventas desde el segundo al cuarto año, de acuerdo a los datos obtenidos se establece que no existe estacionalidad por ser el ají, en cualquiera de sus variedades, un producto de consumo habitual.

Cuadro N° X: Ventas con ajuste de estacionalidad por mes por producto (en unidades y en soles). Año 2 (2019)

2019	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacio. / Empaque	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	100%
95 g	93,721	93,721	94,851	93,721	93,721	94,851	93,721	93,721	94,851	93,721	93,721	94,851	1,129,173
225 g	87,701	87,701	88,757	87,701	87,701	88,757	87,701	87,701	88,757	87,701	87,701	88,757	1,056,635
Total Unidades	**181,422**	**181,422**	**183,608**	**181,422**	**181,422**	**183,608**	**181,422**	**181,422**	**183,608**	**181,422**	**181,422**	**183,608**	**2,185,809**
95 g	87,367	87,367	88,420	87,367	87,367	88,420	87,367	87,367	88,420	87,367	87,367	88,420	1,052,619
225 g	118,916	118,916	120,349	118,916	118,916	120,349	118,916	118,916	120,349	118,916	118,916	120,349	1,432,726
Total Soles	**206,284**	**206,284**	**208,769**	**206,284**	**206,284**	**208,769**	**206,284**	**206,284**	**208,769**	**206,284**	**206,284**	**208,769**	**2,485,345**
IGV	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578	447,362
Total Soles	**243,415**	**243,415**	**246,347**	**243,415**	**243,415**	**246,347**	**243,415**	**243,415**	**246,347**	**243,415**	**243,415**	**246,347**	**2,932,707**

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro N° X: Ventas con ajuste de estacionalidad por mes por producto (en unidades y en soles). Año 3 (2020)

2020	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacio. / Empaque	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	8.3%	8.3%	8.4%	100%
95 g	113,922	113,922	115,295	113,922	113,922	115,295	113,922	113,922	115,295	113,922	113,922	115,295	1,372,557
225 g	106,604	106,604	107,888	106,604	106,604	107,888	106,604	106,604	107,888	106,604	106,604	107,888	1,284,384
Total Unidades	**220,526**	**220,526**	**223,183**	**220,526**	**220,526**	**223,183**	**220,526**	**220,526**	**223,183**	**220,526**	**220,526**	**223,183**	**2,656,940**
95 g	106,199	106,199	107,478	106,199	106,199	107,478	106,199	106,199	107,478	106,199	106,199	107,478	1,279,502
225 g	144,548	144,548	146,289	144,548	144,548	146,289	144,548	144,548	146,289	144,548	144,548	146,289	1,741,537
Total Soles	**250,746**	**250,746**	**253,767**	**250,746**	**250,746**	**253,767**	**250,746**	**250,746**	**253,767**	**250,746**	**250,746**	**253,767**	**3,021,039**
IGV	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678	543,787
Total Soles	**295,881**	**295,881**	**299,445**	**295,881**	**295,881**	**299,445**	**295,881**	**295,881**	**299,445**	**295,881**	**295,881**	**299,445**	**3,564,826**

FUENTE: Elaboración propia.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.3. Estrategias específicas de lanzamiento del producto

5.4. Mezcla de Marketing

5.4.1. Producto

Como resultado de las encuestas y focus groups realizados por nuestro grupo; se pudo recopilar información que brindan aportes importantes a nuestro producto a desarrollar.

Aportes que nos permiten poder competir en el mercado de las salsas picantes en el país.

a) Logo:

Nuestro logo muestra el principal ingrediente del cual será la crema de ají, que es La Cocona, fruto de la selva peruana.

Se puede también observar el color verde que representa el color del sacha culantro, ingrediente que acompaña en la preparación del producto, además del ají charapita que es el ingrediente que le da el picante a la crema de ají de cocona.

b) Envase.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas por nuestro grupo, se pudo concluir que los consumidores de la crema de ají de cocona, tienen preferencia por los envases de sachet Doy pack, en presentaciones de 95gr y 220gr.

Envase 220gr

Envase 95gr

5.4.2. Precio

Para determinar el precio aproximado de nuestro producto, se tiene en consideración los precios de los productos de nuestros principales competidores.

a) Tarí

Elabora salsa de ají, en donde el ingrediente principal es el ají amarillo, acompañado de cebolla, huacatay entre otras especies.

Cuenta con presentaciones de 10gr, 85gr y 400gr en envases Doypack.

El precio de este producto es de S/. 1.45 por 85 gr – S/. 6.10 por 400gr.

b) Rocoto Molido

Elabora crema de rocoto, en donde el rocoto molido va acompañado de cebolla, aceite vegetal, sal, ajo entre otros ingredientes complementarios.

Cuenta con presentaciones de 100 gr, en envases Doypack.

El precio por este producto es de S/. 1.29

c) Uchucuta

Elabora cremas picantes la cual ha logrado mezclar en las medidas precisas rocoto, con huacatay, cebolla, perejil y hierbas aromáticas, inspiradas en las recetas del sur del país.

Cuenta con presentaciones de 85gr S/. 1.49 y 400 gr S/. 5.49.

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS

	Tarí		Crema de Rocoto	Uchucuta		Shapika	
	Presentación		Presentación	Presentación		Presentación	
	85 gr	400 gr	85 gr	100 gr	400gr	95 gr	225 gr
Precio	S/ 1.45	S/ 6.10	S/ 1.29	S/ 1.49	S/ 5.49	S/ 1.95	S/ 2.70

Costo Unitarios y Precios del producto (en soles)

PRODUCTO	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Shapika 95gr	0.93	0.17	1.10
Shapika 225gr	1.36	0.24	1.60

Precio sugerido al público: Al realizar las encuestas verificamos que el 46.7% de los encuestados estarían dispuestos a pagar S/. 1.50 soles por el empaque de 95 gr y el 43.7% estarían dispuestos a pagar 2.50 por el empaque de 220 gr.

Se tomó el criterio de análisis de precios de la competencia. Tomando como base el precio de venta de la empresa ALICORP, que son los que tienen más participación de mercado en este rubro.

5.4.3. Plaza

a) Describir los canales de comercialización que operan en el mercado y seleccionar la forma de comercialización para el producto.

Se ha desarrollado esta estrategia de distribución intensiva, aumentando el número de puntos de venta para maximizar la cobertura del territorio de las ventas y una cifra de ventas considerables.

- **Supermercados**

  Esto se debe principalmente a las facilidades de pago que se les da en estos establecimientos y las ofertas o promociones que realizan.

  El ingreso a las grandes cadenas de supermercados es una gestión difícil alcanzar; por ello, hemos decidido llevar el proyecto a un escenario más conservador, concentrando nuestra producción en dos cadenas de retails frecuentadas por nuestro mercado objetivo: Plaza Vea y Metro.

  Cabe mencionar que los canales de distribución de nuestro producto ser indirecto, en donde el productor, oferta sus productos a un intermediario para que este termine ofreciéndolo al consumidor final.

Los puntos de venta de nuestro mercado objetivo según las Zonas 2, 4,5 y 6 de Lima son:

CUADRO N°: SUPERMERCADOS - PUNTOS DE VENTAS REFERENCIALES PARA DISTRIBUCIÓN DEL AJÍ PROCESADO DE COCONA

Tienda o Retail	Distrito	Dirección
Metro	Cercado de lima	Av. R. Oscar Benavides Nro. 3002
Metro	Los Olivos	Av. Universitaria, Lote 1, Mz. E, Urb. El Retablo,
Metro	Chaclacayo	Av. Nicolás Ayllón Nro. 965-975, Chaclacayo
Metro	Lince	Av. General Arenales Nro. 1737,
Plaza Vea	Cercado de Lima	Av. Inca Garcilaso De La Vega N°1383
Plaza Vea	Los Olivos	Av. Antúnez de Mayolo Cdra 9 Esquina con Calle Orión Mz B1 Lt 2 – Urb. Mercurio
Plaza Vea	Chaclacayo	Avenida Nicolás de Ayllón 582-598
Plaza Vea	Lince	Av. Arequipa No 2250

Elaboración Propia

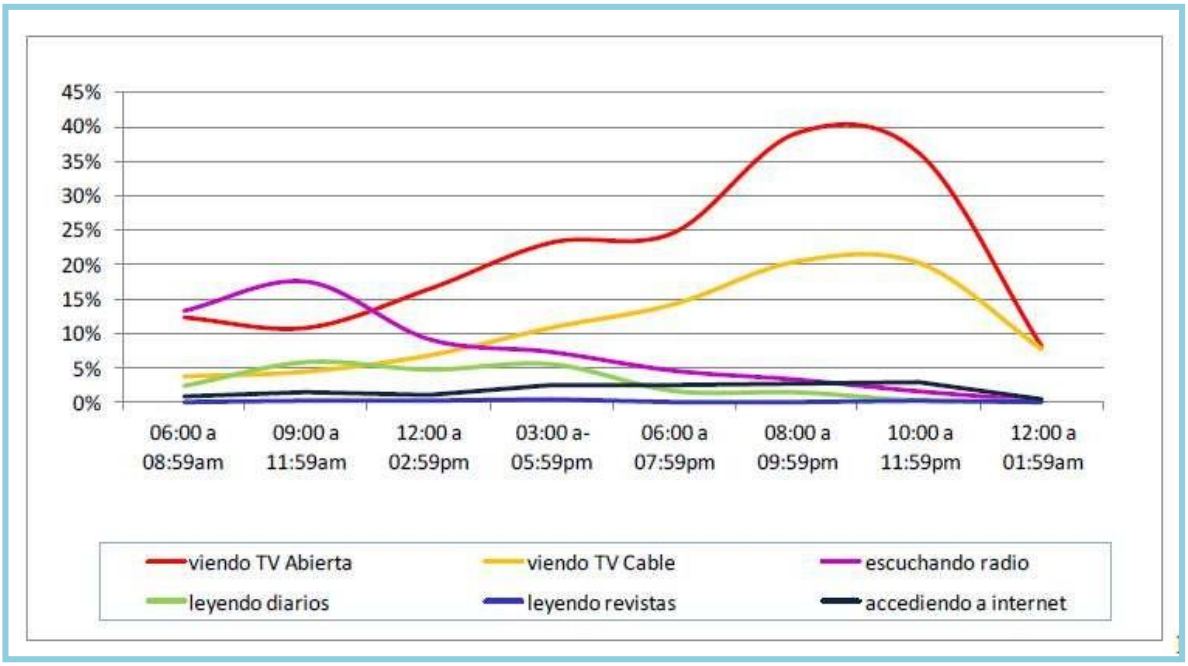
5.4.4. Promoción

Desarrollar las formas de promoción y publicidad seleccionadas para el producto. Diagrama de Flujo de Proceso de Comercialización

La promoción juega un papel fundamental para lograr el posicionamiento, lograr los resultados y objetivos esperados del negocio.

Bajo este principio en base de investigaciones propias y fuentes secundarias hemos basado nuestras estrategias promocionales inicialmente a través de redes sociales y pagina web sin costo.

GRÁFICO N°01: USO DE MEDIOS POR HORARIO



Fuente: OMD Agencia de medios

- **Participación en Ferias:**

Una de las maneras de promocionar nuestro producto, es a través de la participación de ferias gastronómicas ya que es una buena forma de difundir el producto y además de aprovechar la asistencia de productores, importadores, representantes de ventas, organismos de promoción, proveedores de maquinaria especializada, clientes y proveedores en general.

En las ferias se puede lograr encontrar orientación acerca del mercado, establecer contactos y promocionar los productos, y hasta lograr una posible venta.

- **Página Web:**

Asimismo, consideramos que otra manera de hacer conocido nuestro producto, es a través del uso de las funciones de internet. Esto se puede lograr con ayuda de la información que brindemos en la página web de la empresa, resaltando la calidad de nuestro producto y los procesos que realizamos para que tengamos un producto optimo y competitivo.

Tabla N° X

CUADRO DE GASTOS DE PROMOCIÓN AÑOS 2018-2019-202019

COSTOS DE PROMOCION	Dic-17	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
TOTAL POR AÑO		S/. 68,478.72	S/. 86,706.98	S/. 105,395.88
TOTAL POR MES		S/. 5,706.56	S/. 7,225.58	S/. 8,782.99
GASTOS POR INTRODUCCION Y DEGUSTACIÓN	4400			
GASTOS POR PAGINA WEB	0	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
GASTOS PARTICIPACION EN FERIAS	0	S/. 700.00	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00
GASTOS POR PROMOCION EN DIARIOS	0	S/. 1,606.56	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
GASTOS POR DIFUSION EN RADIO	0	S/. 2,400.00	3725.58	S/. 5,082.99
TOTAL	4400	S/. 5,706.56	S/. 7,225.58	S/. 8,782.99

6. CAPÍTULO VI ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

6.1. ESTUDIO LEGAL

6.1.1. FORMA SOCIETARIA

El presente proyecto estará definido por una sociedad comercial de responsabilidad limitada. Siendo denominado SPELT S.R.L.

Ventajas

La responsabilidad de los socios está limitada al monto de sus aportaciones

Menor reglamentación

Valor relativamente bajo de los bienes básicos mínimos

Los socios participan en la gestión de la sociedad

Es menos costosa que otras sociedades

No existe monto mínimo de capital requerido

Desventajas

Restricciones a la transmisión de participaciones por sucesión

Restricciones a la ampliación del capital

El capital es indivisible

Solo se pueden aportar a la sociedad bienes o derechos susceptibles de valoración.

Cuadro x

DIFERENCIAS ENTRE UNA SRL Y SAC	
SRL	SAC
- En la S.R.L el capital está representado en participaciones que se distribuyen a los socios en función a su aporte de capital social - Las participaciones deben ser iguales y otorgar los mismos derechos a los socios - Asimismo la titularidad de las participaciones de la S.R.L si es información de carácter público, pues así lo establece la Ley General de Sociedades.	- En la S.A.C como en todas las sociedades anónimas, el capital social está representado por acciones que se distribuyen entre los accionistas. - Ahora bien debido a la naturaleza de las sociedades anónimas, la titularidad de las acciones es un aspecto que no tiene carácter público - Es por este motivo que cuando se realiza una transferencia de acciones, esta no requiere ser inscrita en los RRPP
En cuanto a la reserva legal, la cual se encuentra prevista en el 229 de la Ley General de Sociedades, el cual se encuentra dentro del libro de sociedades anónimas, para lo cual esta obligación es sólo exigible a este tipo de sociedades. Quedando la SRL fuera y no obligada de realizar Reserva Legal, aunque sus socios pueden realizar reservas voluntarias si lo consideran pertinente.	

6.1.2. REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES

Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).
- ✓ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
- ✓ Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- ✓ Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- ✓ Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- ✓ 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).
- ✓ Consignar la(s) actividad(es) económica(s) que se desea(n) distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenecen (Clasificación Internacional de Niza).
- ✓ Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- ✓ Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- ✓ Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa Nº 104 San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

6.1.3. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES

Licencia Municipal de Funcionamiento (comercial, industrial y/o de servicios) establecimiento con área mayor a 100m2 hasta 500m2

Solicitud con carácter de Declaración Jurada que incluya:

- ✓ Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería, tratándose de personas Jurídicas o naturales según corresponda.
- ✓ DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas Jurídicas u otros entre colectivos o tratándose de personas naturales o jurídicas, según corresponda.
- ✓ Vigencia de poder del representante legal, en case de personas naturales o jurídicas u otros entes colectivos, tratándose de representación de personas naturales, se requiere carta poder con firma legalizada.
- ✓ Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad.

Derecho de Trámite S/. 135.80 y tiempo de 15 DIAS

DIGESA

El Registro Sanitario se otorga por producto o grupo de productos y fabricante. Se considera grupo de productos aquellos elaborados por fabricante, que tienen la misma composición cualitativa de ingredientes básicos que identifica al grupo y que comparten los mismos aditivos alimentarios.

La reinscripción en el Registro Sanitario se sujeta a las mismas condiciones, requisitos y plazos establecidos para la inscripción. De existir requisitos, elementos o cambios en la normativa, sobrevinientes a las condiciones bajo las cuales se otorgó el registro sanitario, se exigirá la adecuación.

El documento se entregará en un plazo máximo de siete (7) días hábiles.

Precio S/ 390 adicional el Certificado de Libre Comercialización de alimentos de Consumo Humano fabricados y/o elaborado en el país que es de S/ 70.8

Requisitos

a) Inscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano.

1. Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE) www.vuce.gob.pe. Para Obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago

Bancario (CPB), esta solicitud tiene carácter de Declaración Jurada e incluye la siguiente información:

- ✓ Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Único de Contribuyente de la persona natural o jurídica que solicita la inscripción o reinscripción.
- ✓ Nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto y marca del producto.
- ✓ Nombre o razón social, dirección y país del establecimiento de fabricación.
- ✓ Resultados análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento Internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation).
- ✓ Resultado de Análisis bromatológico procesado y emitido por laboratorio acreditado por el Instituto Nacional de Calidad - INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), para los Alimentos de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.
- ✓ Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional. (Código SIN)
- ✓ Condiciones de conservación y almacenamiento.
- ✓ Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo, material y presentaciones.

- ✓ Periodo de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- ✓ Sistema de identificación del Lote de producción.
- ✓ Proyecto de rotulado, conforme las disposiciones del presente Reglamento.

2. Certificado de Libre Comercialización o Certificado de Uso emitido por la autoridad competente del país del fabricante o exportador si el producto es importado.

DEFENSA CIVIL

ITSE Básica Ex Ante

De acuerdo al D.S. N° D.S. N° 58-2014-PCM, corresponde este tipo de inspección a establecimientos con las siguientes características:
Las edificaciones de hasta dos niveles, el sótano se considera un nivel, con un área mayor a cien metros cuadrados (100 m2) hasta quinientos metros cuadrados (500 m2), tales como: tiendas, stands, puestos, áreas comunes de los edificios multifamiliares, establecimientos de hospedaje, restaurantes, cafeterías, edificación de salud, templos, bibliotecas, entre otros.
Requisitos:

1. Solicitud de inspección
2. Copia de plano de ubicación
3. Copia de plano de arquitectura (distribución)
4. Copia de los protocolos de prueba de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
5. Copia del Plan de Seguridad
6. Copia del certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra
7. Copia de los certificados de conformidad emitido por OSINERGMIN, cuando corresponda.
8. Pago de derecho de trámite

CÓDIGO – CONCEPTO	ÁREA OCUPADA DEL ESTABLECIMIENTO	PAGO S/
2816 - ISTE Básica Ex Ante	De 101 a 500 m2	157.80
2817 - Levantamiento de Observaciones	De 101 a 500 m2	84.10

6.1.4. LEGISLACION LABORAL

LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA LEY Nº 28015

El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.

Créase el Régimen Laboral Especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.
Incluye los siguientes derechos:

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

6.1.5. LEGISLACION TRIBUTARIA

El **Régimen General al Impuesto a la Renta**, es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores).

¿Qué comprobantes de pago debe exigir por la adquisición de insumos y bienes o al recibir prestación de servicios?

- Cuando se adquiere bienes y/o se reciba la prestación de servicios necesarios para generar sus rentas, se debe exigir que se otorguen facturas, recibos por honorarios, o tickets que den derecho al crédito fiscal y/o que permitan sustentar gasto o costo para efectos tributarios, pudiendo emitir liquidaciones de compra. También están considerados los recibos de luz, agua, teléfono, y recibos de arrendamiento.

¿Qué comprobante debe emitir por la venta de sus mercaderías?

- Si el cliente tiene RUC debe extender una factura que actualmente es electrónica para las Pymes. Si es consumidor final y no tiene RUC, debe emitir una boleta de venta, ticket o cinta emitida por máquina registradora que no otorgue derecho a crédito fiscal o que sustente gasto o costo para efectos tributarios.
- Por ventas a consumidores finales menores a S/. 5.00, no es necesario emitir comprobante de pago, salvo que el comprador lo exija. En estos casos, al final del día, debe emitir una boleta de venta que comprenda el total de estas ventas menores, conservando el original y copia de dicha Boleta para control de la SUNAT.
- Para sustentar el traslado de mercadería debe utilizar guías de remisión.
- ¿Qué libros de contabilidad debe llevar?
- Si es persona natural y los ingresos brutos anuales llegan hasta 100 UIT debe llevar los siguientes libros:

- Libros de Caja y Bancos
- Libro de Inventarios y Balances
- Registro de Compras
- Registros de Ventas e Ingresos
- Y con más de 100 UIT debe llevar contabilidad completa.

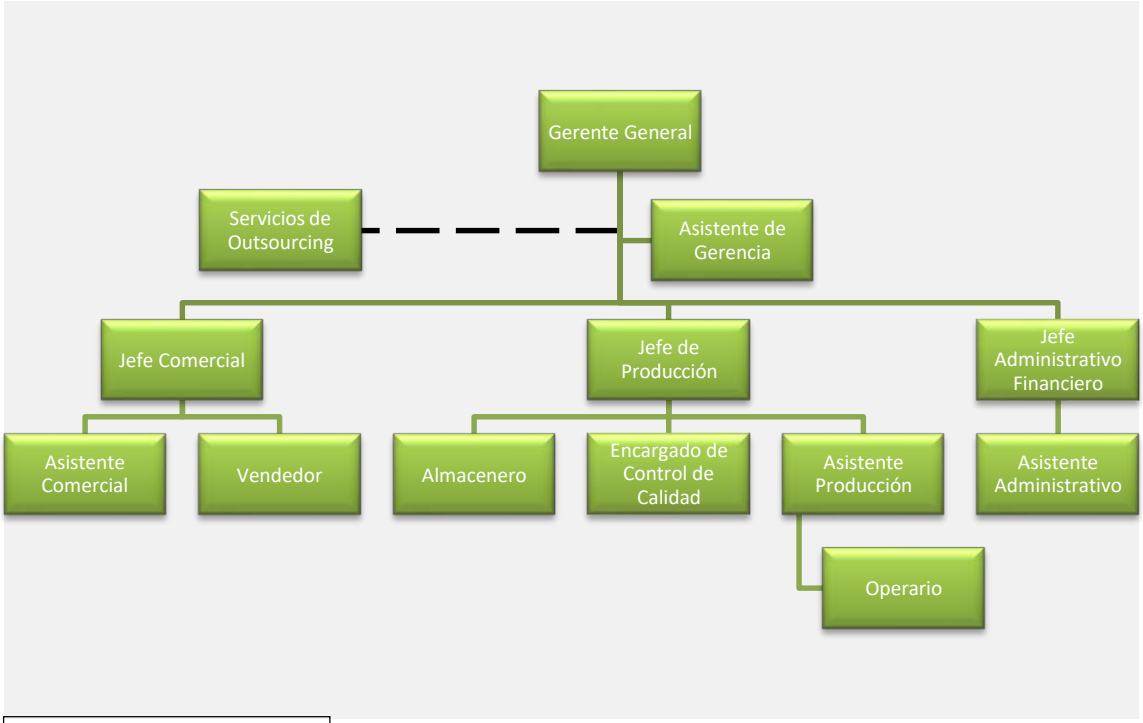
Si es persona jurídica debe llevar contabilidad completa en todos los casos. Asimismo, debe llevar adicionalmente cualquier otro libro especial a que estuviera obligada debido al tipo de organización o a otras circunstancias particulares (planillas, actas, etc.)

6.2. Estudio Organizacional

6.2.1. Organigrama Funcional

Contempla a todos los integrantes de la empresa quienes participan en la operación.

Cuadro N° X: Organigrama Funcional SPELT SRL



FUENTE: Elaboración propia

Cuadro N° X: Servicios Outsourcing

Contador	Administración	1
Servicio de Limpieza	Administración	2
Servicio de Vigilancia	Operaciones	2

6.2.1. Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones, Responsabilidades

Gerente General: Dirigir, coordinar y supervisar las normas para el correcto desarrollo de las actividades de la empresa. Remover y celebrar los contratos de los empleados de la empresa. Supervisar los estudios correspondientes para atraer más proveedores a la empresa, y así hacer que la cartera de productos aumente. Representar a la empresa como persona jurídica. Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos. Adaptar los reglamentos y manuales de funciones necesarias para el buen funcionamiento de la empresa.

Asistente de Gerencia: Redacción de cartas dirigidas a funcionarios externos de la compañía a solicitud del Gerente General para transmisión de la información respectiva. Puesto de confianza, firma pagos electrónicos y espera con esta información a la GG. Pago electrónico de planillas de sueldo y pago a proveedores. Responsable de la administración de la caja chica. Responsable de los archivos de GG. Atención a las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes de la oficina. Realizar los arreglos de viaje coordinando con la sede y la agencia de viajes las correspondientes aprobaciones / emisiones de tickets. Distribución y selección de la correspondencia de entrada y salida, a fin de tomar acción en los casos pertinentes. Control y manejo de implementos de oficina para Gerencia General. Manejo de programas informáticos a nivel usuario. Preparación y coordinación de reuniones internas/externas para la Gerencia General. Apoyar la gestión de visitas para Gerencia General.

Jefe Comercial: Gestionar ventas y marketing en los mercados que se atiende. Analizar necesidades de nuevos productos. Planificar

las ventas por cada canal que maneja. Planificar y realizar lanzamiento de nuevos productos. Evaluar niveles de rentabilidad de nuevos productos. Negociar con los clientes las mejores condiciones contractuales, y una mayor llegada al mercado consumidor. Gestionar el apoyo en la cobranza de los vendedores. Ejecutar el mercadeo de los productos de la empresa.

Asistente Comercial: Atención de pedidos. Atención al público que visita (cotizaciones, pedidos, etc.). Recepción de O/C y convertirlas en pedidos. Coordinación con el equipo de ventas. Actividades administrativas (coordinaciones con créditos y cobranzas, etc.). Brindar apoyo en gestión de reclamos. Atender trámites, devoluciones. Atender los requerimientos de los vendedores. Coordinar con el área de producción la compra de productos e insumos para atender su demanda. Analiza las necesidades de las áreas de ventas. Elaboración del material promocional y merchandising. Priorización de actividades gráficas. Elaboración de material gráfico.

Vendedor: Generar las ventas de todos los productos de la compañía en su zona de trabajo. Desarrollo de nuevos clientes en la zona de trabajo asignada. Realizar las cobranzas de sus respectivas cuentas en su zona de trabajo, así como proporcionar los estados de cuenta y asesorar en el pago de las mismas. Debe encargarse de la correcta ejecución del material de merchandising en su zona de trabajo. Asesorar a sus clientes en el manejo de Inventarios adecuados y manejo del producto. Brindar información de precios, descuentos, stock e información técnica del producto a sus clientes.

Jefe de Producción: Supervisar la elaboración y hacer seguimiento al programa de producción, estableciendo los índices de medición apropiados. Aprobar los programas de mantenimiento preventivo y correctivo, el adecuado uso del software respectivo, así como un seguimiento y control al nivel de gastos. Administrar el

almacenaje de productos que se entregan a Planta para ser usados en los procesos de producción. Constatar la correcta aplicación de los procedimientos respectivos para asegurar la calidad del producto y los procesos de planta. Garantizar la entrega oportuna del producto, dentro de los niveles de servicio al cliente y calidad establecidos. Asegurar la oportuna disponibilidad de productos. Asegurar el uso eficiente de las líneas de producción. Analizar los costos de producción, ver mejoras en el proceso para disminuirlos. Asegurar el cumplimiento de las políticas de Seguridad y Salud Ocupacional dentro de la planta.

Almacenero: Garantizar la seguridad de la mercadería, verificando su correcto almacenamiento, su correcta preservación, y asegurando que sus condiciones de almacenamiento sean las adecuadas. Seguimiento del flujo del material en almacenamiento (revisión de Kardex). Toma de inventarios diarios de los productos con problemas por mal despacho o recepción. Toma de inventarios cíclicos y responsabilidad por el stock en caso de faltantes. Recepción de la mercadería (conteo físico y validación de documentos de recepción). Acomodo y embalado de mercadería para su almacenamiento. Velar por el orden y limpieza de su área de trabajo. Controlar el flujo de ingreso y salida, manteniendo el stock acorde a los movimientos de almacén.

Encargado de Control de Calidad: Verificar que los productos cumplan con las especificaciones técnicas correspondientes para ofrecer productos de calidad óptima. Realizar la inspección por muestreo verificando visualmente el proceso de verificación del producto en todos los puntos de control. Realizar ensayos tipo (no rutinarios). Realizar los ensayos para la certificación de los productos. Registrar las inspecciones debidamente. Controlar que los productos defectuosos estén identificados y sean retirados. Realizar los ensayos bajo las condiciones y métodos establecidos

en las normas de fabricación. Responsable de los manejos de equipos, instrumentos, herramientas, etc., pertenecientes al área.

Asistente de Producción: Supervisar que la planta se encuentre libre de obstáculos y condiciones inseguras. Supervisar que el producto terminado salga con la calidad especificada. Hacer respetar el horario de trabajo. Manejo y supervisión del personal de planta. Cumplir con los estándares de rendimiento. Manejo de los registros de la información de producción. Elaboración de presupuestos de la producción. Seguimiento al cumplimiento al programa de producción. Elaborar resúmenes de la información del proceso productivo con la finalidad de tomar decisiones.

Operario de Producción: Recibe el plan de fabricación, con las anotaciones de los ingredientes que se utilizarán, los parámetros que tiene que controlar (ej.: temperatura a la que se tiene que llevar a cabo el proceso, parámetros de calidad, medio ambiente, etc.), inspecciones a realizar y la documentación a registrar. Entiende y aclara todas las dudas de la orden de fabricación con el Asistente de Producción. Recibe las materias primas e ingredientes, aditivos y coadyuvantes, materiales auxiliares, envases y embalajes. Comprueba que las materias recibidas son las que se necesitan para el proceso productivo, y que cumplen las especificaciones necesarias para su posterior utilización. Identifica y registra lotes de materias primas, materiales, productos intermedios, productos acabados, según las especificaciones establecidas por la empresa, mediante anotaciones en los registros diseñados para esta finalidad. Realiza las operaciones de transformación y elaboración establecidas por el plan de fabricación del producto a manufacturar: Prepara y acondiciona el espacio de trabajo aplicando las medidas establecidas por la empresa (ej.: de seguridad, higiene y protección medioambiental necesarias para evitar riesgos de contaminación de productos, accidentes laborales y contaminación ambiental). Somete a tratamientos previos de manipulación (ej.: selección,

clasificación, lavado, pelado, escaldado) los ingredientes para homogeneizar cualidades o acondicionarlos para posteriores transformaciones, según la ficha de fabricación. Controla, hace funcionar y modifica los parámetros de fabricación de la maquinaria usada para la fabricación de un producto, según los valores establecidos en la ficha de fabricación. Los procesos pueden ser: tratamientos mecánicos (ej.: reducción de tamaño, prensado, mezcla, separación, homogeneización; tratamientos bioquímicos (ej.: fermentación)); transformación por aplicación de calor (ej.: freír, cocer); disminución de la actividad de agua (evaporación, deshidratación, liofilización y concentración); transferencia de materia (extracción y destilación); conservación por aplicación de calor (pasteurización, esterilización); conservación por aplicación de frío (refrigeración y congelación), etc.

Controla y regula los procesos automáticos de la maquinaria. Maneja y controla el funcionamiento de maquinaria y equipos que intervienen en la fabricación. Mantiene la maquinaria y los utensilios en las condiciones idóneas que garanticen la higiene de los equipos. Realiza los procesos de mantenimiento, limpieza, desinfección y acondicionamiento, establecidos en el plan de trabajo. Registra, identifica y segrega productos defectuosos o no conformes para su posterior análisis según los protocolos establecidos en la empresa. Realiza el almacenamiento de los productos en condiciones adecuadas para asegurar su conservación y características organolépticas, después de utilizarlos en la fabricación programada. Registra los resultados de los controles de parámetros de proceso y de las inspecciones que marca el plan de trabajo para cada producto. Gestiona adecuadamente los residuos (limpieza de equipos y maquinaria, restos, subproductos intermedios, etc.). Adopta en todo momento las medidas establecidas en la normativa de la empresa, y trabaja según las prácticas correctas de seguridad en el trabajo.

Jefe Administrativo Financiero: Asegurar la provisión de los recursos financieros oportunamente, y al menor costo del mercado, así como verificar su correcto uso por la organización. Proveer información financiera y contable, oportuna y confiable. Verificar el cumplimiento de las normas y procedimientos legales. Establecer procedimientos internos para efectos de control de riesgos dentro de las operaciones de la empresa. Gestionar la aprobación de créditos, de acuerdo a los niveles definidos. Análisis de las inversiones. Análisis del presupuesto de gastos. Elaborar parte financiera del Plan Estratégico.

Asistente Administrativo: Elaborar el flujo de caja (real y proyectado). Presupuestar los planes estratégicos. Negociar con bancos para conseguir mejores condiciones de financiamiento. Gestionar los seguros de toda la empresa. Verificar la caja disponible de la empresa. Enviar reportes de tesorería al Jefe Administrativo Financiero. Programación de pagos. Responsable de custodia de caja chica y de asegurar disposición de efectivo en todo momento. Tramitar operativamente lo correspondiente a Transferencias Bancarias, Cartas Fianzas, Cartas de Crédito, BCR, DUA y/u otro trámite relacionado al área. Coordinar dichas operaciones con las entidades bancarias. Seguimiento de las mismas. Procesar los pagos electrónicos y pagos con cheque de acuerdo a la disponibilidad de caja. Compra / Venta de dólares para las operaciones de la empresa. Responsable de la emisión y entrega a proveedores de los Certificados de Retención. Responsable de las liquidaciones de caja chica del personal de la empresa. Atender consultas / Informar a proveedores sobre los programas de pagos respectivos. Contratación y liquidación de los colaboradores. Asegurar que los colaboradores tengan los niveles adecuados de capacitación y habilidades, para sus puestos respectivos. Proporcionar servicios y atención necesarios, para que los trabajadores cumplan sus funciones de la mejor manera. Coordinar con las áreas involucradas para la liquidación de nómina

oportuna. Gestionar los servicios con intermediación o tercerización: Contador, vigilancia y limpieza.

6.2.2. Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales

Forma de contratación:

La forma de contratación se establece para cada posición de la estructura.

Cuadro N° X: Tipo de contrato por puesto

Cargo	Tipo de contrato
Gerente General	Contrato indeterminado
Jefe Comercial	Contrato indeterminado
Jefe de Producción	Contrato indeterminado
Jefe Administrativo Financiero	Contrato indeterminado
Asistente de Gerencia	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Asistente Comercial	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Vendedor	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Almacenero	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Asistente de Producción	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Encargado Control de Calidad	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Asistente Administrativo	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Operario de Producción	Contrato de trabajo sujeto a modalidad
Contador	Contrato de locación de servicios
Personal de Limpieza	Contrato de locación de servicios
Personal de Vigilancia	Contrato de locación de servicios

FUENTE: Mintra y PE

Régimen Laboral:

Hemos considerado la Ley Nº 28015, Ley de Promoción y Formalización de la MYPE con sus modificatorias: D. Leg. N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente, Decreto Supremo Nº 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad,

Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente y Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, las mismas que faculta acogernos al Régimen Laboral Especial tanto al micro como a la pequeña empresa, estando en vigencia a partir del 02.07.2013, siendo conocedores además que brinda beneficios y facilidades en la constitución y la puesta de empresa en marcha. El régimen laboral al que estaremos adscritos como empresa societaria corresponde al Régimen Especial Laboral de la Ley MYPE.

Remuneración:

Establecemos la composición de las remuneraciones del personal de la empresa.

Cuadro N° X: Remuneraciones por puesto

PUESTO	SUELDO FIJO	SUELDO VARIABLE
GERENTE GENERAL	5,800.00	
JEFE COMERCIAL	3,800.00	
JEFE DE PRODUCCIÓN	4,000.00	
JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO	4,000.00	
ASISTENTE DE GERENCIA	1,500.00	
ASISTENTE COMERCIAL	850.00	
VENDEDOR	850.00	350.00
VENDEDOR	850.00	350.00
ALMACENERO	850.00	
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	850.00	
ENCARGADO DE CONTROL DE CALIDAD	1,000.00	
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	850.00	

FUENTE: Elaboración propia

Planilla de Remuneraciones Mensual

Cuadro N° X: Remuneración Mensual – Inicio de Actividades (Dic. 2017)

DNI	Cargo	Sueldo Básico Mes	Sueldo Variable	CTS	Vacaciones	GRATIFICACION	Bonif. Grati. 9% Grati.	TOTAL INGRESOS	Essalud 9%	TOTAL APORTES EMPLEADOR
00000001	Gerente General	5,800.00	0.00	248.98	241.67	483.33	43.50	6,817.48	543.75	543.75
00000002	Jefe Comercial	3,800.00	0.00	163.13	158.33	316.67	28.50	4,466.63	356.25	356.25
00000003	Jefe de Producción	4,000.00	0.00	171.71	166.67	333.33	30.00	4,701.71	375.00	375.00
00000004	Asistente Administrativo	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000005	Vendedor	850.00	350.00	36.49	35.42	70.83	6.38	1,349.11	111.19	111.19
00000006	Vendedor	850.00	350.00	36.49	35.42	70.83	6.38	1,349.11	111.19	111.19
00000007	Encargado de Control de Calidad	1,000.00	0.00	42.93	41.67	83.33	7.50	1,175.43	93.75	93.75
00000008	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000009	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000010	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000011	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
T O T A L E S		**20,550.00**	**700.00**	**882.18**	**856.25**	**1,712.50**	**154.13**	**24,855.05**	**1,989.56**	**1,989.56**

FUENTE: Elaboración propia

Planilla de Remuneraciones Mensual

Cuadro N° X: Remuneración Mensual – Actividades Normales (Ene. 2018)

DNI	Cargo	Sueldo Básico Mes	Sueldo Variable	CTS	Vacaciones	GRATIFICACION	Bonif. Grati 9% Grat	TOTAL INGRESOS	Essalud 9%	TOTAL APORTES EMPLEADOR
00000001	Gerente General	5,800.00	0.00	248.98	241.67	483.33	43.50	6,817.48	543.75	543.75
00000002	Jefe Comercial	3,800.00	0.00	163.13	158.33	316.67	28.50	4,466.63	356.25	356.25
00000003	Jefe de Producción	4,000.00	0.00	171.71	166.67	333.33	30.00	4,701.71	375.00	375.00
00000004	Jefe Administrativo Financiero	4,000.00	0.00	171.71	166.67	333.33	30.00	4,701.71	375.00	375.00
00000005	Asistente de Gerencia	1,500.00	0.00	64.39	62.50	125.00	11.25	1,763.14	140.63	140.63
00000006	Asistente Administrativo	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000007	Asistente Comercial	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000008	Vendedor	850.00	350.00	36.49	35.42	70.83	6.38	1,349.11	111.19	111.19
00000009	Vendedor	850.00	350.00	36.49	35.42	70.83	6.38	1,349.11	111.19	111.19
00000010	Almacenero	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000011	Asistente de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000012	Encargado de Control de Calidad	1,000.00	0.00	42.93	41.67	83.33	7.50	1,175.43	93.75	93.75
00000013	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000014	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000015	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000016	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000017	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000018	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000019	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
00000020	Operario de Producción	850.00	0.00	36.49	35.42	70.83	6.38	999.11	79.69	79.69
	T O T A L E S	**32,000.00**	**700.00**	**1,373.70**	**1,333.33**	**2,666.67**	**240.00**	**38,313.70**	**3,063.00**	**3,063.00**

FUENTE: Elaboración propia

Planilla de Remuneraciones Anual

Cuadro N° X: Remuneración Anual – Año 2018

DNI	Cargo	Sueldo Básico Mes	Sueldo Variable	CTS	Vacaciones	GRATIFICACION	Bonif. Grati 9% Grat	TOTAL INGRESOS	Essalud 9%	TOTAL APORTES EMPLEADOR
00000001	Gerente General	69,600.00	0.00	2,987.81	2,900.00	5,800.00	522.00	81,809.81	6,525.00	6,525.00
00000002	Jefe Comercial	45,600.00	0.00	1,957.53	1,900.00	3,800.00	342.00	53,599.53	4,275.00	4,275.00
00000003	Jefe de Producción	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000004	Jefe Administrativo Financiero	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000005	Asistente de Gerencia	18,000.00	0.00	772.71	750.00	1,500.00	135.00	21,157.71	1,687.50	1,687.50
00000006	Asistente Administrativo	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000007	Asistente Comercial	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000008	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000009	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000010	Almacenero	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000011	Asistente de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000012	Encargado de Control de Calidad	12,000.00	0.00	515.14	500.00	1,000.00	90.00	14,105.14	1,125.00	1,125.00
00000013	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000014	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000015	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000016	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000017	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000018	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000019	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000020	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
	T O T A L E S	**384,000.00**	**8,400.00**	**16,484.44**	**16,000.00**	**32,000.00**	**2,880.00**	**459,764.44**	**36,756.00**	**36,756.00**

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro N° X: Remuneración Anual – Año 2019

DNI	Cargo	Sueldo Básico Mes	Sueldo Variable	CTS	Vacaciones	GRATIFICACION	Bonif. Grati 9% Grat	TOTAL INGRESOS	Essalud 9%	TOTAL APORTES EMPLEADOR
00000001	Gerente General	69,600.00	0.00	2,987.81	2,900.00	5,800.00	522.00	81,809.81	6,525.00	6,525.00
00000002	Jefe Comercial	45,600.00	0.00	1,957.53	1,900.00	3,800.00	342.00	53,599.53	4,275.00	4,275.00
00000003	Jefe de Producción	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000004	Jefe Administrativo Financiero	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000005	Asistente de Gerencia	18,000.00	0.00	772.71	750.00	1,500.00	135.00	21,157.71	1,687.50	1,687.50
00000006	Asistente Administrativo	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000007	Asistente Comercial	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000008	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000009	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000010	Almacenero	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000011	Asistente de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000012	Encargado de Control de Calidad	12,000.00	0.00	515.14	500.00	1,000.00	90.00	14,105.14	1,125.00	1,125.00
00000013	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000014	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000015	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000016	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000017	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000018	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000019	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000020	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
	T O T A L E S	**384,000.00**	**8,400.00**	**16,484.44**	**16,000.00**	**32,000.00**	**2,880.00**	**459,764.44**	**36,756.00**	**36,756.00**

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro N° X: Remuneración Anual – Año 2020

DNI	Cargo	Sueldo Básico Mes	Sueldo Variable	CTS	Vacaciones	GRATIFICACION	Bonif. Grati 9% Grat	TOTAL INGRESOS	Essalud 9%	TOTAL APORTES EMPLEADOR
00000001	Gerente General	69,600.00	0.00	2,987.81	2,900.00	5,800.00	522.00	81,809.81	6,525.00	6,525.00
00000002	Jefe Comercial	45,600.00	0.00	1,957.53	1,900.00	3,800.00	342.00	53,599.53	4,275.00	4,275.00
00000003	Jefe de Producción	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000004	Jefe Administrativo Financiero	48,000.00	0.00	2,060.56	2,000.00	4,000.00	360.00	56,420.56	4,500.00	4,500.00
00000005	Asistente de Gerencia	18,000.00	0.00	772.71	750.00	1,500.00	135.00	21,157.71	1,687.50	1,687.50
00000006	Asistente Administrativo	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000007	Asistente Comercial	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000008	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000009	Vendedor	10,200.00	4,200.00	437.87	425.00	850.00	76.50	16,189.37	1,334.25	1,334.25
00000010	Almacenero	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000011	Asistente de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000012	Encargado de Control de Calidad	12,000.00	0.00	515.14	500.00	1,000.00	90.00	14,105.14	1,125.00	1,125.00
00000013	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000014	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000015	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000016	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000017	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000018	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000019	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
00000020	Operario de Producción	10,200.00	0.00	437.87	425.00	850.00	76.50	11,989.37	956.25	956.25
	T O T A L E S	**384,000.00**	**8,400.00**	**16,484.44**	**16,000.00**	**32,000.00**	**2,880.00**	**459,764.44**	**36,756.00**	**36,756.00**

FUENTE: Elaboración propia

Horario de Trabajo:

Establecemos la clasificación y el horario de trabajo de los colaboradores

Cargo	Clasificación	Horario de Trabajo Lunes a Viernes
Gerente General	Mano de obra indirecta	8:00hrs a 17:00hrs*
Jefe Comercial	Mano de obra indirecta	
Jefe de Producción	Mano de obra indirecta	
Asistente Administrativo	Mano de obra indirecta	
Asistente Comercial	Mano de obra indirecta	
Vendedor	Mano de obra indirecta	
Asistente de Producción	Mano de obra indirecta	
Operario de Producción	Mano de obra directa	*Incluye 1h de refrigerio 7:00hrs a 15:00hrs 15:00hrs a 23:00hrs

FUENTE: Elaboración propia

Beneficios Sociales:

Las pequeñas empresas cuentan con los siguientes beneficios sociales:

- Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.
- Descanso semanal (24 horas continuas) y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- Descanso vacacional de 15 días calendario por cada año de trabajo o su parte proporcional.
- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.
- Contar con cobertura al Sistema Nacional de Pensiones (SNP / ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR) para empresas cuyas actividades se encuentren contempladas en el Anexo V del Reglamento de la Ley N° 26790, Ley de Modernización de La Seguridad

Social en Salud, aprobado por Decreto Supremo N° 009-97-SA.

- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año equivalentes al 50% de la remuneración mensual cada una (julio y diciembre) siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a junio y julio a diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.
- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
- En lo que respecta a sus Derechos Colectivos, un trabajador de una pequeña empresa sí puede formar parte de un sindicato.
- Tiene derecho a gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral Común, es decir, primero de enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, fiestas patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, todos los Santos, Inmaculada Concepción, Navidad del Señor.

7. CAPÍTULO VII ESTUDIO TÉCNICO

7.1. Tamaño del Proyecto: Capacidad instalada de maquinarias y equipos.

Tamaño Normal

Cuadro N° 6: Ventas 2018 al 2020 Ají de Cocona de 95gr

Ventas por Periodo 95gr	2018	2019	2020
Periodo	**Cantidad**	**Cantidad**	**Cantidad**
Anual	436,345.00	441,996.00	447,720.00
Mensual	36,362.08	36,833.00	37,310.00
Semanal	9,090.52	9,208.25	9,327.50
Diario(x6 días)	1,515.09	1,534.71	1,554.58
Valor de Venta	S/. 2.70	S/. 2.70	S/. 2.70
Total de Ventas Diarias	S/. 4,090.73	S/. 4,143.71	S/. 4,197.38

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N° 7: Ventas 2018 al 2020 – Ají de Cocona de 225gr

Ventas por Periodo 225gr	2018	2019	2020
Periodo	**Cantidad**	**Cantidad**	**Cantidad**
Anual	445,087.00	450,851.00	456,690.00
Mensual	37,090.58	37,570.92	38,057.50
Semanal	9,272.65	9,392.73	9,514.38
Diario(x6 días)	1,545.44	1,565.45	1,585.73
Valor de Venta	S/. 2.70	S/. 2.70	S/. 2.70
Total de Ventas Diarias	S/. 4,172.69	S/. 4,226.73	S/. 4,281.47

Tamaño Máximo

Cuadro Nº 8

ETAPA	CAPACIDAD DE PRODUCCION
5. Escaldado (50 kl /10min)	300kg / Hr
7. Pulpeado y refinado	80kg / Hr
9. Homogenización (20kl/10 min)	120kg / Hr
11. Envasado y sellado	3000und/ Hr

kilos	**Producción unid por día**
40	4,855

Porcentaje de utilización de la capacidad Instalada

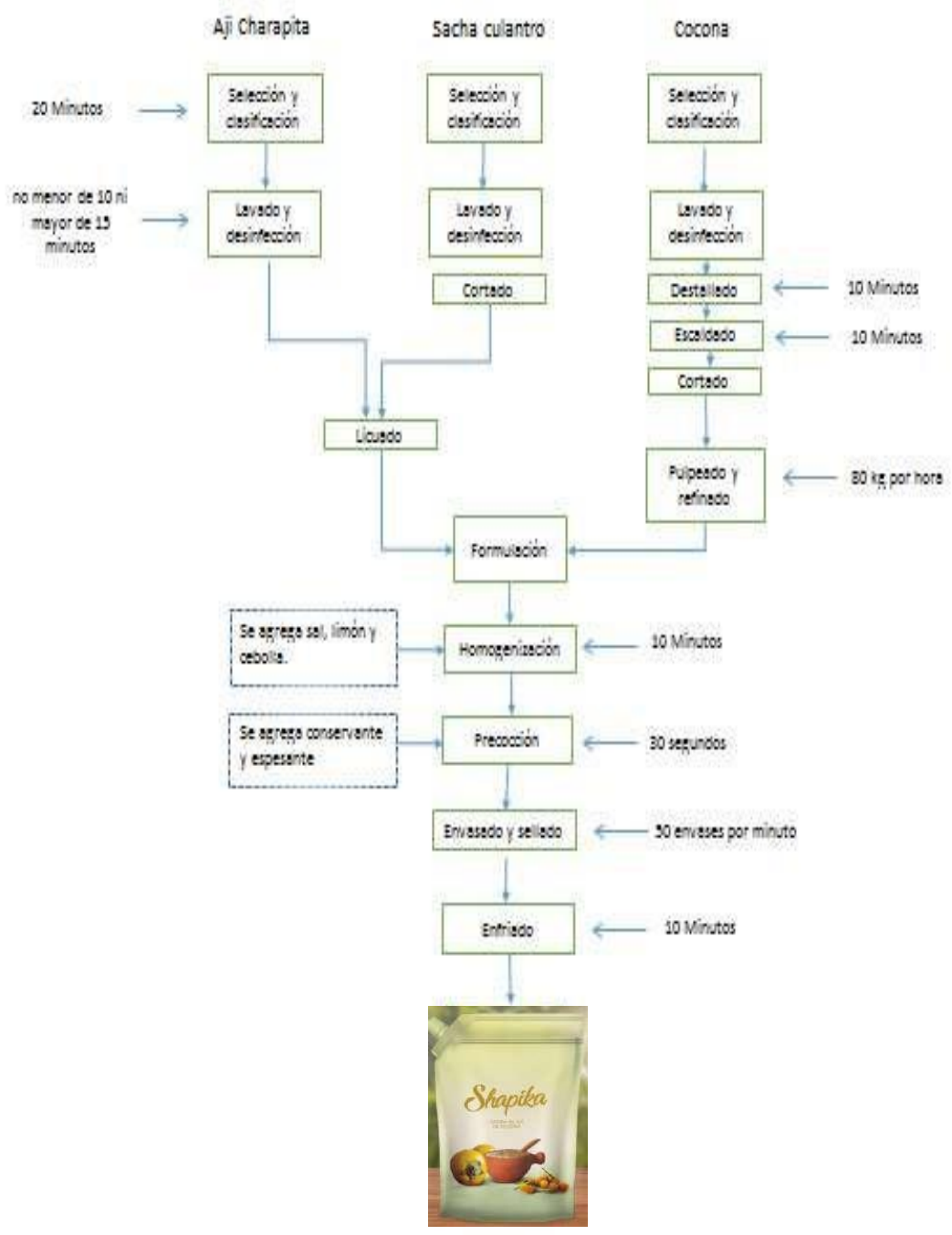
Cuadro Nº 9

	2018	2019	2020
Tamaño Real (unid)	383	388	393
Tamaño Máximo (kilo)	4,855	4,855	4,855
% utilizada de la capacidad instalada	15.759%	15.963%	16.17%

7.2. Procesos:

7.2.1. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción y descripción.

Grafico N°2: Diagrama de Flujo de Proceso de Producción



Descripción del Proceso de Producción

a. Selección y clasificación

Seleccionar la cocona, el aji charapita, el sacha culantro en recipientes separadas, pesarlas con una balanza de plataforma. En esta operación se eliminan aquellas frutas magulladas y que presentan contaminación por microorganismos no aptas para el procesamiento. (20 MINUTOS)

b. Lavado y desinfección

Colocar la cocona, los ajíes y las hojas de sacha culantro en tinas separas llenas de agua, restregar con la mano para remover la suciedad. Utilizar soluciones desinfectantes como el hipoclorito de sodio (Lejía). El tiempo de inmersión en estas soluciones desinfectantes no debe ser menor a 10 ni mayor a 15 minutos.

c. Destallado

El destallado del ají y sacha culantro se realiza con la ayuda de cuchillos y taba de picar en la mesa de trabajo y se finaliza poniéndolo en recipientes separados. (10 MINUTOS)

d. Escaldado

El objetivo de esta operación es ablandar la fruta para facilitar el pulpeado, reducir la carga microbiana presente en la fruta e inactivar enzimas que producen el posterior pardeamiento de la fruta. Se efectúa mediante la inmersión en agua hirviendo en una marmita enchaquetada con agitador. El escaldado se aplica al producto por un tiempo tal que la fruta alcance en su interior una temperatura mínima de 75°C; en términos generales, el tiempo es de 10 minutos

e. Cortado

En esta etapa se trasladan los frutos a la mesa de trabajo y se cortan en cuatro partes para facilitar el trabajo de la máquina de pulpeado, luego colocar los pedazos de fruta en bateas. (30 MINUTOS)

f. Pulpeado y refinado

Esta etapa consiste en separar y obtener la pulpa y jugo de cocona libre de cáscaras. Consiste en reducir el tamaño de las partículas de la pulpa,

otorgándole una apariencia más homogénea. Para este proceso la capacidad máxima de la maquina es de 80 kilos por hora

Mezclar revolviendo con un cucharon la pulpa sin refinar con el sacha culantro y el ají charapita previamente seleccionados, lavados, desinfectados y licuados; luego prender el equipo y alimentar con pulpa la tolva de entrada, recepcionar la pulpa refinada en un recipiente limpio.

El refinado consiste entonces en pasar la mezcla de los tres ingredientes principales a una segunda operación de pulpeado, utilizando una malla que elimina toda partícula de pulpa no menor a 0.85 y no mayor a 1 mm en diámetro.

g. Formulación

En esta operación se realiza la mezcla de todos los ingredientes que constituyen la crema de ají de cocona. La formulación involucra los siguientes pasos:

Regulación de la acidez

Adición del espesante (por cada 100gr de pulpa refinada adicionar 1 gr de espesante)

Adición de conservante (La cantidad de agente conservante a adicionar no debe ser mayor al 0.05% del peso de la pulpa.) (3 MINUTOS)

h. Homogenización

Esta operación tiene por finalidad uniformizar la mezcla. En este caso consiste en remover la mezcla hasta lograr la completa disolución de todos los ingredientes principal y complementos con la ayuda de una licuadora industrial por aproximadamente 10 minutos hasta obtener la correcta incorporación de todos los componentes. La licuadora industrial tiene la capacidad máxima de 20 litros.

i. Pasteurización con marmitas

Depositar la mezcla en una marmita enchaquetada con agitador y calentar manteniendo una agitación constante hasta que la temperatura alcance los 90 ºC por 30 segundos.

j. Envasado y sellado

Para esta etapa se deben tener los envases doit pack con sus respectivas tapas. Con la ayuda de la dosificadora selladora, se rellena en los envases según la programación de contenido (95gr y 225 gr). La capacidad máxima de trabajo de la dosificadora selladora es de 50 envases por minuto.

k. Enfriado

Los envases serán llevados a la zona de enfriado, se realiza con chorros de agua fría, que a la vez nos va a permitir realizar la limpieza exterior de los envases de algunos residuos que se hubieran impregnado y luego serán secados mediante el uso de ventiladores. Es importante que el producto envasado se enfríe rápidamente para conservar su calidad y asegurar la formación del vacío dentro del envase. (15 MINUTOS)

7.2.2. Programa de producción

Demanda por unidades

Cuadro Nª 10

PRODUCTO	2018	2019	2020
95 gr	340,189	344,595	349,057
225 gr	318,335	322,458	326,634
TOTAL	**658,524**	**667,053**	**675,691**

Cuadro Nº 11

Programa de Produccion por Porducto por Unidades - año 2018

ITEM		Dic-17	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
envase 95 gr														
Demanda			21,432	21,432	21,772	27,215	27,215	27,215	29,256	29,596	29,596	35,039	35,039	35,380
Sampling	1%	427	214	214	218	272	272	272	293	296	296	350	350	354
Merma	2%	9	429	429	435	544	544	544	585	592	592	701	701	708
Stock PT		436	22,075	22,075	22,425	28,032	28,032	28,032	30,134	30,484	30,484	36,091	36,091	36,441
envase 225 gr														
Demanda			20,055	20,055	20,373	25,467	25,467	25,467	27,377	27,695	27,695	32,789	32,789	33,107
Sampling	1%		201	201	204	255	255	255	274	277	277	328	328	331
Merma	2%		401	401	407	509	509	509	548	554	554	656	656	662
Stock PT			20,657	20,657	20,984	26,231	26,231	26,231	28,198	28,526	28,526	33,773	33,773	34,100

Cuadro Nº 12

Programa de Produccion por Porducto por Unidades - año 2019

ITEM		dic-17	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
envase 95 gr														
Demanda			28,601	28,601	28,946	28,601	28,601	28,946	28,601	28,601	28,946	28,601	28,601	28,946
Sampling	1%		286	286	289	286	286	289	286	286	289	286	286	289
Merma	2%		572	572	579	572	572	579	572	572	579	572	572	579
Stock PT			29,459	29,459	29,814	29,459	29,459	29,814	29,459	29,459	29,814	29,459	29,459	29,814
envase 225 gr														
Demanda			26,764	26,764	27,086	26,764	26,764	27,086	26,764	26,764	27,086	26,764	26,764	27,086
Sampling	1%		268	268	271	268	268	271	268	268	271	268	268	271
Merma	2%		535	535	542	535	535	542	535	535	542	535	535	542
Stock PT			27,567	27,567	27,899	27,567	27,567	27,899	27,567	27,567	27,899	27,567	27,567	27,899

Cuadro Nº 13

Programa de Produccion por Porducto por Unidades - año 2020

ITEM		dic-17	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
envase 95 gr														
Demanda			28,972	28,972	29,321	28,972	28,972	29,321	28,972	28,972	29,321	28,972	28,972	29,321
Sampling	1%		290	290	293	290	290	293	290	290	293	290	290	293
Merma	2%		579	579	586	579	579	586	579	579	586	579	579	586
Stock PT			29,262	29,262	29,614	29,262	29,262	29,614	29,262	29,262	29,614	29,262	29,262	29,614
envase 225 gr														
Demanda			27,111	27,111	27,437	27,111	27,111	27,437	27,111	27,111	27,437	27,111	27,111	27,437
Sampling	1%		271.11	271.11	274.37	271.11	271.11	274.37	271.11	271.11	274.37	271.11	271.11	274.37
Merma	2%		542.22	542.22	548.74	542.22	542.22	548.74	542.22	542.22	548.74	542.22	542.22	548.74
Stock PT			27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260

RESUMEN DEL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN – ANUAL

Cuadro Nª 14

	Dic-17			
DE 95 GR	436			
		350,830	354,930	359,532
DE 225 GR				
		327,886	332,130	336,435
total anual unidades producidas		678,717	687,059	695,967
PRODUCCION POR DIA				
DE 95 GR	21			
		1,462	1,479	1,498
DE 225 GR				
		1,366	1,384	1,402
Total por día				
		2,828	2,863	2,900

7.2.3. Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto.

A continuación se muestra la relación de material directo que se necesita para la preparación de la crema de ají de cocona y los pesos aproximados de cada ingrediente para su envasador y consumo posterior.

Cuadro Nº 15

Formulación crema de ají de cocona	%	KG	MERMA	RESULTANTE
COCONA	96.676%	4.5200	1.82	2.7000
AJI CHARAPITA	1.157%	0.0541	0.00	0.0514
SACHACULANTRO	0.436%	0.0313	0.01	0.0204
Sal	1.236%	0.0578	0.00	0.0581
preservante	0.018%		0.00	0.0008

		0.0009		
espesante	0.243%		0.00	0.0111
		0.0114		
	100%	4.6754 kg		2.8418 kg

Este dato de la formulación es según la facultad de industrias alimentarias de la Universidad Agraria ya que tienen el % de merma de cada producto para su industrialización

7.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Se detalla la compra del material directo e indirecto en kilos y unidades

Cuadro Nº 16

EN CANTIDADES

PRODUCCION		2018.00											
95GR	UND	436	22075	22075	22425	28032	28032	28032	30134	30484	30484	36091	36091	36441
225GR	UND	0	20657	20657	20984	26231	26231	26231	28198	28526	28526	33773	33773	34100
		436	42732	42732	43409	54263	54263	54263	58332	59010	59010	69863	69863	70541
Necesidad de compra - año 2018		**dic 2017**	**ene**	**feb**	**mar**	**abr**	**may**	**jun**	**jul**	**ago**	**sep**	**oct**	**nov**	**dic**
Material Directo	UM													
Cocona	KG	11.24	1101.33	1101.33	1118.80	1398.52	1398.52	1398.52	1503.40	1520.88	1520.88	1800.60	1800.60	1818.07
Aji charapita	KG	0.12	11.67	11.67	11.85	14.82	14.82	14.82	15.93	16.11	16.11	19.08	19.08	19.26
Sachaculantro	KG	0.06	5.52	5.52	5.61	7.01	7.01	7.01	7.54	7.63	7.63	9.03	9.03	9.12
insumos	KG	0.11	10.54	10.54	10.71	13.39	13.39	13.39	14.39	14.56	14.56	17.24	17.24	17.40
Material indirecto														
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	4	427	427	434	543	543	543	583	590	590	699	699	705
cinta de embalaje de 2'' por 110 yds	UND	1	4	4	4	5	5	5	6	6	6	7	7	7
envases doypack de 95 gr	UND	436	22075	22075	22425	28032	28032	28032	30134	30484	30484	36091	36091	36441
envases doypack de 225 gr	UND	-	20657	20657	20984	26231	26231	26231	28198	28526	28526	33773	33773	34100

Cuadro Nº 17

PRODUCCION		2019											
95GR	UND	29459	29459	29814	29459	29459	29814	29459	29459	29814	29459	29459	29814
225GR	UND	27567	27567	27899	27567	27567	27899	27567	27567	27899	27567	27567	27899
		57026	57026	57713	57026	57026	57713	57026	57026	57713	57026	57026	57713
Necesidad de compra - año 2019		**ene**	**feb**	**mar**	**abr**	**may**	**jun**	**jul**	**ago**	**sep**	**oct**	**nov**	**dic**
Material Directo	UM												
Cocona	KG	1469.74	1469.74	1487.44	1469.74	1469.74	1487.44	1469.74	1469.74	1487.44	1469.74	1469.74	1487.44
Aji charapita	KG	15.57	15.76	15.57	15.57	15.57	15.76	15.57	15.57	15.76	15.57	15.57	15.76
Sachaculantro	KG	7.37	7.37	7.46	7.37	7.37	7.46	7.37	7.37	7.46	7.37	7.37	7.46
insumos	KG	14.07	14.07	14.24	14.07	14.07	14.24	14.07	14.07	14.24	14.07	14.07	14.24
Material indirecto													
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	570.26	570.26	577.13	570.26	570.26	577.13	570.26	570.26	577.13	570.26	570.26	577.13
cinta de embalaje de 2'' por 110 yds	UND	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
envases doypack de 95 gr	UND	29459	29459	29814	29459	29459	29814	29459	29459	29814	29459	29459	29814
envases doypack de 225 gr	UND	27567	27567	27899	27567	27567	27899	27567	27567	27899	27567	27567	27899

Cuadro Nº 18

PRODUCCION		2020											
95GR	UND	29841	29841	30201	29841	29841	30201	29841	29841	30201	29841	29841	30201
225GR	UND	27924	27924	28260	27924	27924	28260	27924	27924	28260	27924	27924	28260
		57765	57765	58461	57765	57765	58461	57765	57765	58461	57765	57765	58461
Necesidad de compra - año 2020		**ene**	**feb**	**mar**	**abr**	**may**	**jun**	**jul**	**ago**	**sep**	**oct**	**nov**	**dic**
Material Directo	UM												
Cocona	KG	1488.80	1488.80	1506.72	1488.80	1488.80	1506.72	1488.80	1488.80	1506.72	1488.80	1488.80	1506.72
Aji charapita	KG	15.77	15.77	15.96	15.77	15.77	15.96	15.77	15.77	15.96	15.77	15.77	15.96
Sachaculantro	KG	7.47	7.47	7.56	7.47	7.47	7.56	7.47	7.47	7.56	7.47	7.47	7.56
insumos	KG	14.25	14.25	14.42	14.25	14.25	14.42	14.25	14.25	14.42	14.25	14.25	14.42
Material indirecto													
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	577.65	577.65	584.61	577.65	577.65	584.61	577.65	577.65	584.61	577.65	577.65	584.61
cinta de embalaje de 2'' por 110 yds	UND	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
envases doypack de 95 gr	UND	29,841	29,841	30,201	29,841	29,841	30,201	29,841	29,841	30,201	29,841	29,841	30,201
envases doypack de 225 gr	UND	27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260	27,924	27,924	28,260

Se detalla la compra del material directo e indirecto en soles

Cuadro Nº 19

PRODUCCION		2018.00	52%	48%											
Necesidad de compra - año 2018		dic 2017	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
Material Directo	UM														
Cocona	KG	S/.21.58	S/.2,114.54	S/.2,114.54	S/.2,148.09	S/.2,685.15	S/.2,685.15	S/.2,685.15	S/.2,886.54	S/.2,920.08	S/.2,920.08	S/.3,457.15	S/.3,457.15	S/.3,490.69	S/.33,585.90
Aji charapita	KG	S/.1.19	S/.116.68	S/.116.68	S/.118.53	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.159.28	S/.161.13	S/.161.13	S/.190.77	S/.190.77	S/.192.62	S/.1,853.29
Sachaculantro	KG	S/.1.13	S/.110.45	S/.110.45	S/.112.20	S/.140.26	S/.140.26	S/.140.26	S/.150.78	S/.152.53	S/.152.53	S/.180.58	S/.180.58	S/.182.34	S/.1,754.35
insumos	KG	S/.0.54	S/.52.71	S/.52.71	S/.53.55	S/.66.93	S/.66.93	S/.66.93	S/.71.95	S/.72.79	S/.72.79	S/.86.18	S/.86.18	S/.87.01	S/.837.22
Material indirecto															
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	S/.19.62	S/.1,922.92	S/.1,922.92	S/.1,953.42	S/.2,441.82	S/.2,441.82	S/.2,441.82	S/.2,624.95	S/.2,655.46	S/.2,655.46	S/.3,143.85	S/.3,143.85	S/.3,174.36	S/.30,542.25
cinta de embalaje de 2" por 110 yds	UND	S/.2.00	S/.8.50	S/.8.50	S/.8.63	S/.10.79	S/.10.79	S/.10.79	S/.11.60	S/.11.73	S/.11.73	S/.13.89	S/.13.89	S/.14.03	S/.136.87
envases doypack de 95 gr	UND	S/.30.52	S/.1,545.24	S/.1,545.24	S/.1,569.77	S/.1,962.21	S/.1,962.21	S/.1,962.21	S/.2,109.38	S/.2,133.90	S/.2,133.90	S/.2,526.34	S/.2,526.34	S/.2,550.87	S/.24,558.14
envases doypack de 225 gr	UND		S/.1,445.97	S/.1,445.97	S/.1,468.89	S/.1,836.17	S/.1,836.17	S/.1,836.17	S/.1,973.88	S/.1,996.81	S/.1,996.81	S/.2,364.09	S/.2,364.09	S/.2,387.01	S/.22,952.03
TOTAL AL MES S/.		S/.76.57	S/.7,317.01	S/.7,317.01	S/.7,433.09	S/.9,291.50	S/.9,291.50	S/.9,291.50	S/.9,988.36	S/.10,104.44	S/.10,104.44	S/.11,962.85	S/.11,962.85	S/.12,078.93	S/.116,220.05

Cuadro Nº 20

PRODUCCION		2019												
Necesidad de compra - año 2019		ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
Material Directo	UM													
Cocona	KG	S/.2,821.90	S/.2,821.90	S/.2,855.89	S/.2,821.90	S/.2,821.90	S/.2,855.89	S/.2,821.90	S/.2,821.90	S/.2,855.89	S/.2,821.90	S/.2,821.90	S/.2,855.89	S/.33,998.74
Aji charapita	KG	S/.155.71	S/.157.59	S/.155.71	S/.155.71	S/.155.71	S/.157.59	S/.155.71	S/.155.71	S/.157.59	S/.155.71	S/.155.71	S/.157.59	S/.1,876.07
Sachaculantro	KG	S/.147.40	S/.147.40	S/.149.18	S/.147.40	S/.147.40	S/.149.18	S/.147.40	S/.147.40	S/.149.18	S/.147.40	S/.147.40	S/.149.18	S/.1,775.91
insumos	KG	S/.70.34	S/.70.34	S/.71.19	S/.70.34	S/.70.34	S/.71.19	S/.70.34	S/.70.34	S/.71.19	S/.70.34	S/.70.34	S/.71.19	S/.847.51
Material indirecto														
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	S/.2,566.17	S/.2,566.17	S/.2,597.08	S/.2,566.17	S/.2,566.17	S/.2,597.08	S/.2,566.17	S/.2,566.17	S/.2,597.08	S/.2,566.17	S/.2,566.17	S/.2,597.08	S/.30,917.67
cinta de embalaje de 2" por 110 yds	UND	S/.11.34	S/.11.34	S/.11.48	S/.11.34	S/.11.34	S/.11.48	S/.11.34	S/.11.34	S/.11.48	S/.11.34	S/.11.34	S/.11.48	S/.136.62
envases doypack de 95 gr	UND	S/.2,062.13	S/.2,062.13	S/.2,087.01	S/.2,062.13	S/.2,062.13	S/.2,087.01	S/.2,062.13	S/.2,062.13	S/.2,087.01	S/.2,062.13	S/.2,062.13	S/.2,087.01	S/.24,845.08
envases doypack de 225 gr	UND	S/.1,929.68	S/.1,929.68	S/.1,952.90	S/.1,929.68	S/.1,929.68	S/.1,952.90	S/.1,929.68	S/.1,929.68	S/.1,952.90	S/.1,929.68	S/.1,929.68	S/.1,952.90	S/.23,249.08
TOTAL AL MES S/.		S/.9,764.68	S/.9,766.55	S/.9,880.44	S/.9,764.68	S/.9,764.68	S/.9,882.32	S/.9,764.68	S/.9,764.68	S/.9,882.32	S/.9,764.68	S/.9,764.68	S/.9,882.32	S/.117,646.69

Cuadro Nº 21

PRODUCCION		2020												
Necesidad de compra - año 2020		ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
Material Directo	UM													
Cocona	KG	S/.2,858.49	S/.2,858.49	S/.2,892.90	S/.2,858.49	S/.2,858.49	S/.2,892.90	S/.2,858.49	S/.2,858.49	S/.2,892.90	S/.2,858.49	S/.2,858.49	S/.2,892.90	S/.34,439.52
Aji charapita	KG	S/.157.73	S/.157.73	S/.159.63	S/.157.73	S/.157.73	S/.159.63	S/.157.73	S/.157.73	S/.159.63	S/.157.73	S/.157.73	S/.159.63	S/.1,900.39
Sachaculantro	KG	S/.149.31	S/.149.31	S/.151.11	S/.149.31	S/.149.31	S/.151.11	S/.149.31	S/.149.31	S/.151.11	S/.149.31	S/.149.31	S/.151.11	S/.1,798.94
insumos	KG	S/.71.26	S/.71.26	S/.72.11	S/.71.26	S/.71.26	S/.72.11	S/.71.26	S/.71.26	S/.72.11	S/.71.26	S/.71.26	S/.72.11	S/.858.50
Material indirecto														
Cajas de 20 cm x 15 cm x 10 cm	UND	S/.2,599.45	S/.2,599.45	S/.2,630.73	S/.2,599.45	S/.2,599.45	S/.2,630.73	S/.2,599.45	S/.2,599.45	S/.2,630.73	S/.2,599.45	S/.2,599.45	S/.2,630.73	S/.31,318.51
cinta de embalaje de 2" por 110 yds	UND	S/.11.49	S/.11.49	S/.11.62	S/.11.49	S/.11.49	S/.11.62	S/.11.49	S/.11.49	S/.11.62	S/.11.49	S/.11.49	S/.11.62	S/.138.39
envases doypack de 95 gr	UND	S/.2,088.88	S/.2,088.88	S/.2,114.04	S/.2,088.88	S/.2,088.88	S/.2,114.04	S/.2,088.88	S/.2,088.88	S/.2,114.04	S/.2,088.88	S/.2,088.88	S/.2,114.04	S/.25,167.23
envases doypack de 225 gr	UND	S/.1,954.70	S/.1,954.70	S/.1,978.21	S/.1,954.70	S/.1,954.70	S/.1,978.21	S/.1,954.70	S/.1,954.70	S/.1,978.21	S/.1,954.70	S/.1,954.70	S/.1,978.21	S/.23,550.46
TOTAL AL MES S/.		S/.9,891.31	S/.9,891.31	S/.10,010.36	S/.9,891.31	S/.9,891.31	S/.10,010.36	S/.9,891.31	S/.9,891.31	S/.10,010.36	S/.9,891.31	S/.9,891.31	S/.10,010.36	S/.119,171.93

7.2.5. Requerimiento de mano de obra.

MANO DE OBRA

Plan de producción anual

	Dic-17	2018	2019	2020
de 95gr	1,143	919,685	1,163,049	1,413,733
de 225gr		859,536	1,088,334	1,322,915
estacionalidad de mayor demanda		10.4%	8.4%	8.4%

Se toma el % mayor para obtener el máximo por año

Plan de producción por mes de mayor producción

	Dic-17	2018	2019	2020
de 95gr		95,647	97,696	118,754
de 225gr		89,392	91,420	111,125

Se trabajan solo 20 días al mes de lunes a viernes

Plan de producción diaria

	Dic-17	2018	2019	2020
de 95gr		4,782	4,885	5,938
de 225gr		4,470	4,571	5,556

TIEMPO EN PROCESOS

	TIEMPO MIN	CANTIDAD	MEDIDA
Selección y clasificación	20	80	KILOS
Lavado y desinfección	15	80	KILOS
Destallado	10	80	KILOS
ESCALDADO	10	80	KILOS
CORTADO	30	80	KILOS
PULPEADO Y REFINADO	60	47.8	KILOS
FORMULACION	3	47.8	KILOS
HOMOGENIZACION	10	48	KILOS
PASTEURIZACION	0.3	48	KILOS
ENVASADO	1	365	UNIDADES
ENFRIADO	15	365	UNIDADES
EMPAQUETADO 2CJAS/3MIN	13.5	9	CAJAS
	187.8		

Tabla N° X: Requerimiento de horas de producción por día

60	TIEMPO HORAS	8
Selección y clasificación	0.33	0.04
Lavado y desinfección	0.25	0.03
Destallado	0.17	0.02
ESCALDADO	0.17	0.02
CORTADO	0.50	0.06
PULPEADO Y REFINADO	1.00	0.13
FORMULACION	0.05	0.01
HOMOGENIZACION	0.17	0.02
PASTEURIZACION	0.01	0.00
ENVASADO	0.02	0.00
ENFRIADO	0.25	0.03
EMPAQUETADO 2CJAS/3MIN	0.23	0.03
TOTAL	**3.13**	**0.39**
PERSONAS	4	

REQUERIMIENTO DE HORAS POR DIA

7.3. Tecnología para el proceso

7.3.1. Maquinarias y Equipos

La empresa contara con 2 áreas específicas: de producción (1er piso) y administrativo (2do piso), para lo cual se adquirirá las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento de ambos.

Cuadro Nº 22: Requerimiento de maquinaria para el área de producción

Maquinaria	UND	Dimensiones	costo unit	Costo unit	Igv	Costo unit
			$	s/.	18%	s/.
Pulpeadora	1	A: 550, L: 1000, H: 1280mm	2,200.00	7,216.00	1,298.88	8,514.88
Marmita	1	A: 800, L: 700, H: 800mm	2,900.00	9,512.00	1,712.16	11,224.16
Cocina	1	A: 0.90, L: 0.52, H: 0.75		593.22	106.78	700.00
Licuadora industrial	1	A: 460mm, L: 500, H: 1300	661.02	2,168.14	390.26	2,558.40
Balanza de plataforma	1	A: 600mm, L: 600		507.63	91.37	599.00
Envasadora doypack Hongju	1	A: 3.3 L:3.8 H:2.4m	20,000.00	65,600.00	11,808.00	77,408.00
Balanza de precisión	1	A: 25 cm P: 25.5cm, H: 11 cm	127.12	416.95	75.05	492.00
						101,496.44

Cuadro Nº 23: Requerimiento de equipos para el área de producción

Equipos	UND	Dimensiones	Costo unit	Costo unit	Igv	Costo total
			$	**s/.**	**18%**	**s/.**
Ventilador industrial	3	A: 50cm, P: 24cm, H: 57.5 cm		127.03	22.87	449.70
Mesa de acero + 2 pozas	1	A: 1 mt, F: 2 mt, H: 90 cm		762.71	137.29	900.00
Cámara frigorífica	1	A: 1.36m, L: 1.96 cm, H: 2.28m	3,229.98	10,594.35	1,906.98	12,501.33
Grupo electrógeno de 30 kw	1	A: 1.85m, L: 700 cm, H: 1100mm		17,203.39	3,096.61	20,300.00
Unidad de transporte	1	-	8,466.10	27,768.81	4,998.39	32,767.20
Bomba de desplazamiento positivo de 1.5 a 2 hp	2	-	690.00	2,263.20	407.38	5,341.15
Tableros eléctricos	2	A: 800mm, L: 600 mm, H: 210mm		3,614.00	650.52	8,529.04
Caldero para las máquinas de vapor 45 bhp	1	-	2,800.00	9,184.00	1,653.12	10,837.12
						38,558.34

Cuadro 24: Requerimiento de Equipos para oficina de producción

Equipos	und	costo unit	costo unit	igv	costo total
		$	**s/.**	**18%**	**s/.**
Computadora completa	2	400.00	1,312.00	236.16	3,096.32
Impresora matricial	1	175.00	574.00	103.32	677.32
					3,773.64

Cuadro Nº 25: Requerimiento de Equipos para oficinas administrativas

Equipos	cantidad	costo unit	costo unit	igv	costo total
		$	**s/.**	**18%**	**s/.**
Laptops	4	287.00	941.36	169.44	4,443.22
Impresora laser	1	175.00	574.00	103.32	677.32
Central telefónica + programador	1	-	550.00	99.00	649.00
Anexos telefónicos	7	-	50.00	9.00	413.00
Ventilador de pedestal	2	-	42.29	7.61	99.80
					6,282.34

7.3.2. Herramientas

Aquí se toman en cuenta los implementos básicos para cada área

Cuadro Nº 26: Requerimiento de muebles y utensilios para el área de producción

Muebles y utensilios	und	costo unit	igv	costo total
		s/.	**18%**	**s/.**
Set de cuchillos	3	55.00	9.90	194.70
Tabla de pvc	4	6.78	1.22	32.00
Tazones de acero	8	6.69	1.21	63.20
Baldes 5 gl	5	5.90	1.06	34.81
Bateas grandes	5	5.52	0.99	32.59
Estante de metal	2	152.46	27.44	359.80
Tachos de basura	2	122.29	22.01	288.60
Jarra de plástico de 1lt c/medida	4	2.46	0.44	11.60
				1,017.30

Cuadro Nº 27: Requerimiento de muebles para oficina de producción

Equipos	und		costo unit	igv	costo total
			s/.	**18%**	**s/.**
Escritorios básicos + sillas	2	largo: 1 mts	152.46	27.44	359.80
Escritorio gerencial	1	A: 1.21cm , L: 1.51 cm, H: 74 cm	381.27	68.63	449.90
Estante de metal	3	A: 50cm , L: 1.mt, H: 1.92 cm	152.46	27.44	539.70
Sillas giratoria gerencial	1	-	84.66	15.24	99.90
Papelera	3	-	5.93	1.07	21.00
Mesas de plástico + sillas blancas	3		170.08	30.61	602.08
					2,072.38

Cuadro Nº 28: Requerimiento de muebles y enseres para oficina administrativa

Equipos	cantidad	costo unit	igv	costo total
		s/.	**18%**	**s/.**
Escritorios básicos + sillas	2	152.46	27.44	359.80
Escritorio gerencial	3	381.27	68.63	1,349.70
Sillas giratoria gerencial	3	84.66	15.24	299.70
Archivador de melamine	4	186.36	33.54	879.60
Mesa de reuniones + 6 sillas	1	449.15	80.85	530.00
Kitchenette	1	211.78	38.12	249.90
Mesas de plástico + sillas blancas	3	170.08	30.62	602.10
Papelera	4	5.93	1.07	28.00
				4,298.80

INVERSION TOTAL POR AREA

A continuación se muestra el cuadro resumen de la inversión total por área

Cuadro Nº 29: Inversión total por área (soles)

Concepto	Área producción	Oficina producción	Área administrativa	total
Maquinaria	24,088.44			24,088.44
Equipos	38,558.34	3,773.64	6,282.34	48,614.32
Herramientas	1,017.30	2,072.38	4,298.80	7,388.49
	63,664.08	5,846.02	10,581.14	**80,091.25**

Tener presente que las maquinas por ser nuevas el mantenimiento preventivo corre por cuenta del proveedor, ya que se negociara que la garantía sea mínima de 3 años.

7.4. Terrenos e Inmuebles.

7.4.1. Descripción del área de Producción, almacén y área administrativa

Área de Producción: en esta área se procesara el material directo para la producción de la crema de aji de cocona, aquí se ingresaran todos los ingredientes necesarios para luego ser seleccionados, cortados, procesados por la maquinaria necesaria y para su posterior envasado y almacenado.

Área de recepción de materia prima y almacén: tanto la Cocona, ají Charapita y sachaculantro serán recepcionados en sacos y cajas ya que vendrán desde provincia, el cual será posteriormente almacenado por pocos días ya que lo adquirido será para que ingrese de inmediato al área de producción o separado para su traslado a la cámara frigorífica

Cuarto de Tableros: aquí se colocaran los 2 tableros adquiridos para la energización correcta de las áreas de producción y administración

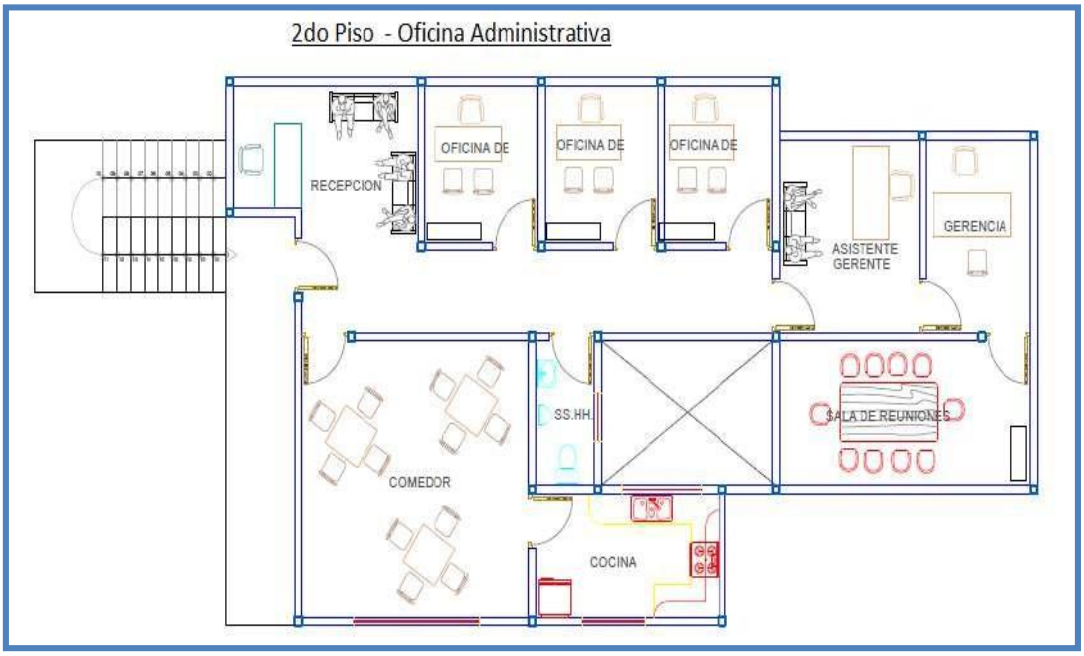
APT: en esta área estará almacenado el producto terminado para su posterior distribución a los consumidores

Cochera: en esta área ingresaran las unidades de transporte con la materia prima para la producción de la crema de aji de cocona, además también ingresan por esta área la unidad para el traslado del producto terminado

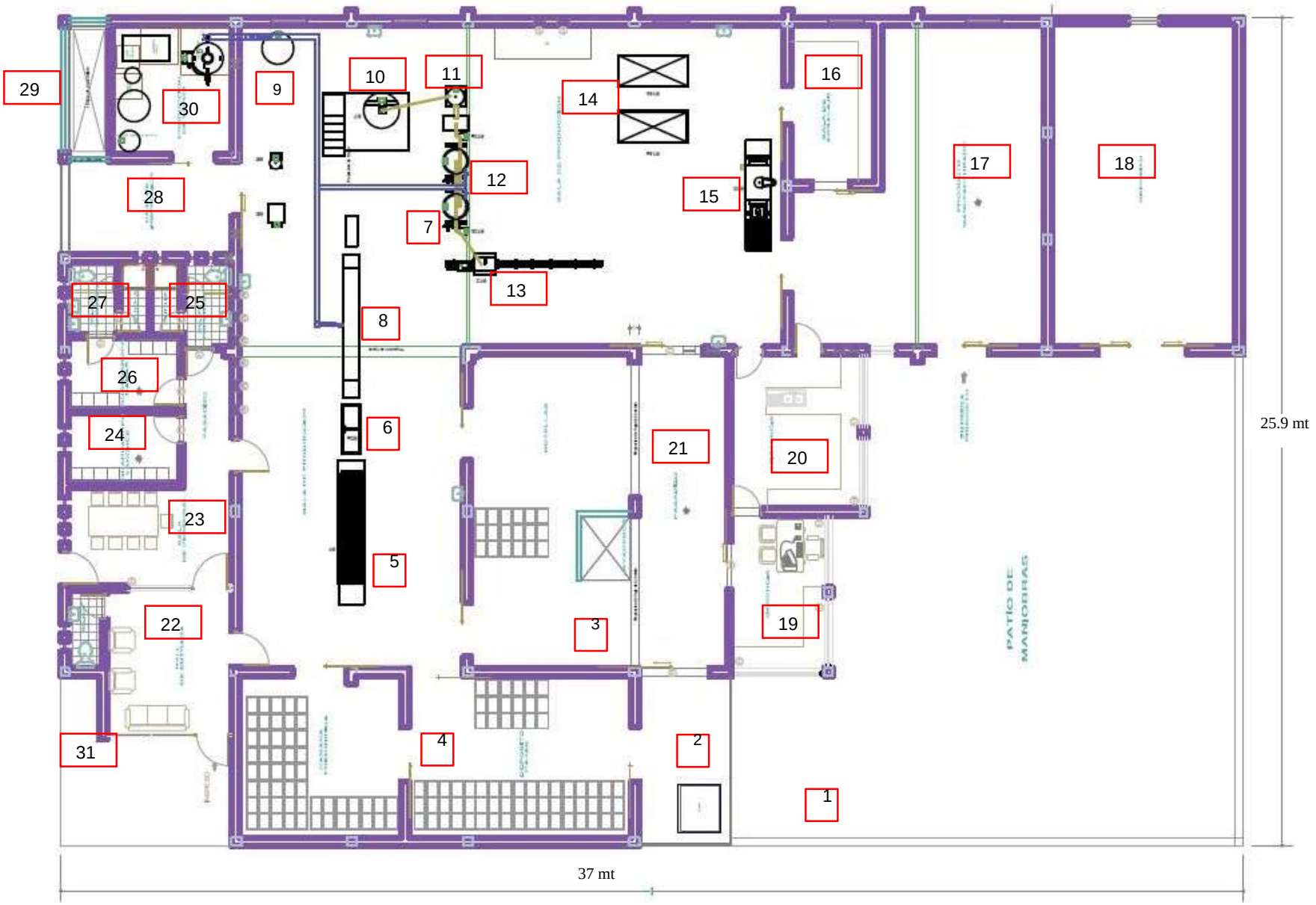
Oficina Administrativa es el área en donde se encuentra las oficinas de la jefatura comercial, administrativa y gerencia general.

7.4.2. Plano con Proyecto: Distribución de las máquinas y equipos

Layout 1 Plano oficina administrativa



Layout 1
Plano área de producción



DISTRIBUCION DE PLANTA DE OPERACIONES

1. Patio de maniobras
2. Balanza de plataforma
3. Sala de recepción de materia prima
4. Cámaras de Refrigeración
5. Mesa de selección y clasificación
6. Tinas de lavado, desinfección y destallado
7. Escaldado (marmitas)
8. Mesa de corte
9. Pulpeadora
10. Área de Formulación
11. Homogenización
12. Pasteurización (marmitas)
13. Envasadora y selladora
14. Zona de enfriado
15. Mesa de empaque
16. Zona de embalaje
17. Almacén
18. Depósito
19. Oficina Jefe de Producción
20. Asistente de Producción
21. Pasadizo
22. Hall de entrada
23. Sala de reuniones
24. Vestidor Varones
25. SS.HH. Varones
26. Vestidor Mujeres
27. SS.HH: Mujeres
28. Sala de inspección
29. Tanque de combustible
30. Caldero
31. Tableros eléctricos

7.5. Localización: Macro Localización y Micro Localización

Macro Localización:

Los distritos seleccionados que sirvieron como alternativa para la determinación de la localización antes mencionada fueron:

San Juan de Lurigancho: Cuenta con una zona industrial y residencial. Distrito con un gran mercado potencial para la distribución y presentación del producto. Cercano a nuestro proveedor CARTONERA HUACHIPA S.A

Imagen Nº 1

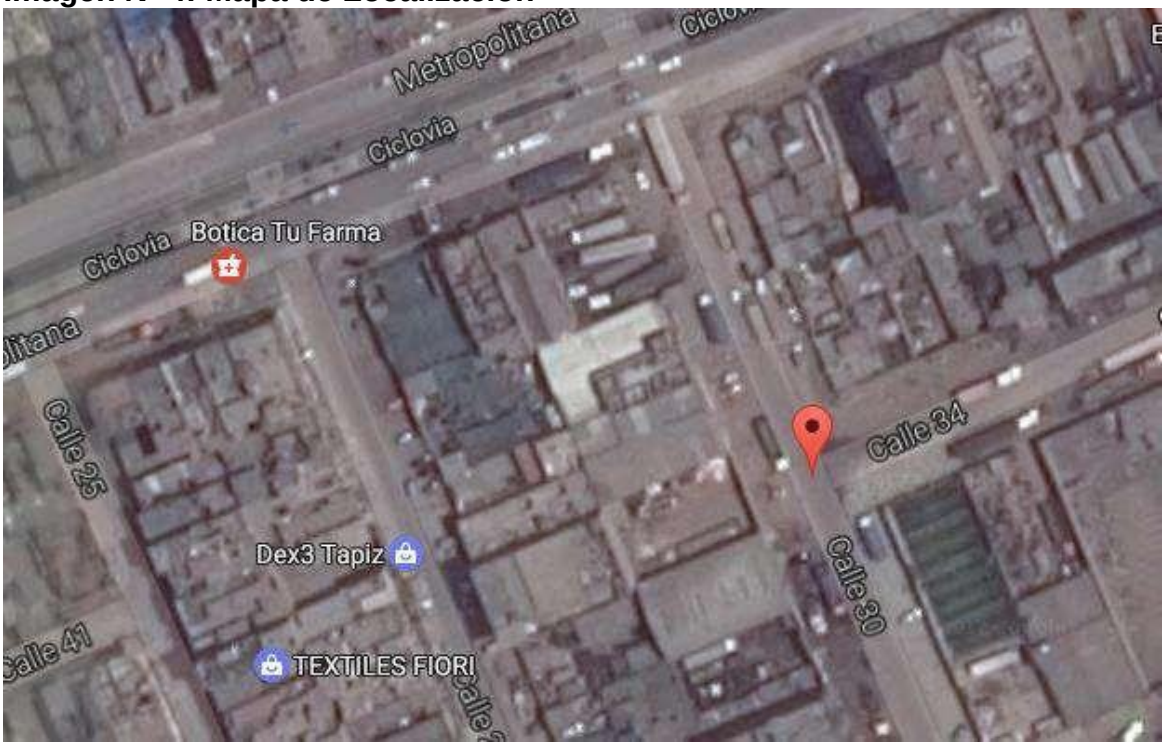
Imagen Nº 2: Mapa de localización.

Santa Anita:

Tiene zona residencial e industrial. En este distrito se encuentra ubicado el moderno Mercado Mayorista Frutas. Cuenta con locales y fabricas con costos elevados y las ubicaciones de estos, se encuentran en lugares donde no hay mucha seguridad.

Imagen Nº 3

Imagen Nº 4: Mapa de Localización



Ate Vitarte: Limita Por el sur con La Molina (Santa Patricia y Camacho) y por el oeste con Santiago de Surco. Cuenta con una zona residencial e industrial.

Imagen Nº 5

Imagen Nº 6 Mapa de Localización.

Matriz de Macro localizacion
Cuadro Nº 30

		Distritos Evaluados					
		San Juan de Lurigancho		**Santa Anita**		**Ate Vitarte**	
Variables	**Peso**	Calif	Ponderado	Calif	Ponderado	Calif.	Ponderado
Cercanía a proveedores	0.30	9	2.70	9	2.70	8	2.40
Cercanía a clientes	0.25	9	2.25	8	2.00	8	2.00
Costos de alquiler y servicios	0.20	10	2.00	8	1.60	7	1.40
Avenidas principales	0.15	9	1.35	8	1.20	7	1.05
Permisos municipales	0.10	10	1.00	7	0.70	7	0.70
Totales	**1**	**Total**	**9.30**		**8.20**		**7.55**

Matriz de Macro localización
Cuadro Nº 31

		Distritos Evaluados					
		San Juan de Lurigancho		**Santa Anita**		**Ate Vitarte**	
Variables	**Peso**	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Tamaño del Local	0.30	9	2.70	8	2.40	10	3.00
Accesibilidad	0.25	9	2.25	8	2.00	8	2.00
Poca congestión vehicular	0.15	10	1.50	8	1.20	7	1.05
Seguridad en la zona	0.20	10	2.00	7	1.40	7	1.40
Categorización de la zona	0.10	10	1.00	7	0.70	7	0.70
Totales	**1**	**Total**	**9.45**		**7.70**		**8.15**

Como resultado de la evaluación de los factores de la Matriz de Decisión, se determinó que la localización de la planta de producción SPLET S.AC, se encontrará ubicada en el distritito de San Juan de Lurigancho, la ubicación se vio influenciada por la cercanía a los proveedores y por la distribución del producto.

Se encuentra cerca de avenidas principales del distrito más grande de Lima Metropolitana.

Dicho local se alquilara para implementar el proyecto, en donde este funcionará como planta, oficinas y almacén.

Las instalaciones de la empresa SPELT S.A.C, en donde se elaborará el producto se encuentra ubicado en Jr. Los Ricinos 925-927 Urb. Las Violetas – San Juan de Lurigancho - Lima.

Ubicación que estratégicamente nos favorece por lo siguiente:

- En relación a nuestro proveedor de insumos (Mercado de Frutas de la Zona), que permite el ahorro de tiempo y costos.
- Ubicación céntrica con nuestro proveedor CARTONERA HUACHIPA S.A para la distribución de nuestro producto.
- Menores costos en alquiler y pago de licencias y servicios.
- Calles con menos índices de peligrosidad.

- **Alquiler**

El inmueble a alquilar que será utilizado por SPELT S.A.C, será destinado para planta, oficina y almacén de, es el distrito de San Juan de Lurigancho. Se encuentra ubicado en Jr. Los Ricinos 925-927 Urb. Las Violetas San Juan de Lurigancho – Lima.
El Local tiene un área de 500 m2, tres pisos, puerta con acceso a proveedores, área de oficinas, patio, 4 cuartos en el segundo nivel, 1 cuarto en el tercer nivel con azotea, 4 baños en total, y una puerta tipo tienda para la salida del producto
Fuente: Urbania.com
Precio: $2,600.00 Incluye IGV
Precio sin IGV: $2,203.40.00
IGV: $396.61

- **Garantía**

El contrato establece que la garantía del inmueble, es por 2 meses de garantía y uno de adelanto.
Precio: $2600 + $2600 + $2600 = $7,800.00

7.6. Responsabilidad social frente al entorno

La responsabilidad de SPELT S.R.L estará enfocada en mostrar la empresa estará en función a campañas que enfocarán en destinar un porcentaje de los montos vendidos a las personas más necesitadas. Contribuyendo así en niños que se encuentran en edad escolar, para de esa manera poder costear sus útiles de los asentamientos más necesitados del distrito.

7.6.1. Impacto ambiental

La política de impacto ambiental de SPELT S.A.C, estará comprometida con preservar el medio ambiente, en la cual todos los desechos serán desechados en tachos que estarán clasificados por tipos de residuos como: plásticos, orgánicos, vidrios, papel y cartón entre otros necesarios.

Por otro lado se contratará a empresas las cuales, se llevarán los residuos de la producción de la empresa para tratarlos y desecharlos adecuadamente sin contaminar el medio ambiente.

Costo por manejo de residuos.

Costos de Tachos	2018	2019	2020	Total
Para Plástico (2)	110	110	110	330
Para vidrios (2)	110	110	110	330
Para papeles (2)	110	110	110	330
Para residuos orgánicos (2)	110	110	110	330
Alza Contenedores	1,190	1,190	1,190	3,570
Total	**1,630**	**1,630**	**1,630**	**4,890**

7.6.2. Con los trabajadores

La Responsabilidad Social con los trabajadores se verá reflejado en inculcar a estos una política de trabajo adecuada, en donde prime el respeto, la puntualidad, honestidad y deseo de trabajar en armonía. Lo cual permita tener un clima laboral equilibrado para el buen desempeño de todos los trabajadores de SPELT S.R.L

Además al personal se le motivará a ser mejor cada día, dándoles capacitaciones cada cierto tiempo, la cual los tenga actualizados en lo que a sus actividades refiere.

7.6.3. Con la comunidad

La responsabilidad social con la comunidad constara en interactuar con las personas que viven aledañas a la empresa, las cuales se les pueda inculcar los principios y valores que empleará y practicará en el día a día SPELT S.R.L.

Por otro lado cabe la posibilidad de poder contar con algunos operarios que habiten cerca a la empresa, brindándoles trabajo y con un buen desempeño les permitan tener una estabilidad laboral.

8. Capítulo VIII Estudio Económico y Financiero

8.1. Inversiones

8.1.1. Inversión en Activo Fijo

Inversión en Activo Fijo Depreciable

Para la inversión de activos fijos tangibles hemos considerado todos los equipos, que servirán como inicio de operaciones para las áreas de producción, administración y ventas. A continuación se muestra un cuadro resumen de la inversión en activos fijos:

Tabla X: Inversiones en activos fijos Año 0

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Producción			**180,599**	**32,508**	**213,107**
Pulpeadora	1	7,216	7,216	1,299	8,515
Marmita	1	9,512	9,512	1,712	11,224
Licuadora Industrial	1	2,168	2,168	390	2,558
Envasadora	1	82,000	82,000	14,760	96,760
Cámara Frigorífica	1	10,594	10,594	1,907	12,501
Grupo Electrógeno	1	17,203	17,203	3,097	20,300
Vehículo de Transporte	1	27,769	27,769	4,998	32,767
Bomba Desplazamiento	2	2,263	4,526	815	5,341
Tableros Eléctricos	2	3,614	7,228	1,301	8,529
Caldero Máquinas Vapor	1	9,184	9,184	1,653	10,837
Computadora Completa	2	1,312	2,624	472	3,096
Impresora Matricial	1	574	574	103	677
Administración			**2,457**	**442**	**2,899**
Laptops	2	941	1,883	339	2,222
Impresora Láser	1	574	574	103	677
Ventas			**1,883**	**339**	**2,222**
Laptops	2	941	1,883	339	2,222
TOTAL ACTIVO FIJO			**184,939**	**33,289**	**218,227**

8.1.2. Inversión Activo Intangible

Nuestros activos intangibles son todas aquellas acciones vinculadas a la constitución de la empresa, marcas y patentes.

Tabla X: Inversiones en activos intangibles Año 0

Concepto	Valor	I.G.V.	Importe	Producción	Administración	Ventas
			Total			
Gastos de Constitución	**938**	**165**	**1,103**	**0**	**938**	**0**
Certificado de Búsqueda	5	0	5	0	100% 5	0
Reserva de Nombre	18	0	18	0	100% 18	0
Elaboración de Minuta	254	46	300	0	100% 254	0
Elevación de Minuta a Escritura	127	23	150	0	100% 127	0
Inscripción en SUNARP	76	14	90	0	100% 76	0
Apertura de Cuenta Corriente	458	82	540	0	100% 458	0
Marcas y Patentes	**453**	**0**	**453**	**0**	**453**	**0**
Registro de Marcas	453	0	453	0	100% 453	0
Publicación en El Peruano	0	0	0	0	100% 0	0
Licencias y Autorizaciones	**1,092**	**0**	**1,092**	**0**	**1,092**	**0**
Licencia de Funcionamiento	115	0	115	0	100% 115	0
DIGESA	331	0	331	0	100% 331	0
Certificado Libre comercializ.	60	0	60	0	100% 60	0
INDECI	134	0	134	0	100% 134	0
Validación HACCP	453	0	453	0	100% 453	0
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	**2,484**	**165**	**2,648**	**0**	**2,484**	**0**

Tabla X: Resumen de Activos Intangibles

Concepto	Valor	I.G.V.	Importe
Gastos de Constitución	938	165	1,103
Marcas y Patentes	453	0	453
Licencias y Autorizaciones	1,092	0	1,092
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	**2,484**	**165**	**2,648**

Inversión en gastos Pre operativos

Relacionamos todos los gastos que se producen antes de comenzar operaciones como: Contratación de personal, acondicionamiento de nuestro local, adelanto de alquiler, servicios públicos, al igual que los materiales necesarios para la puesta en marcha

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total	Producción		Administración		Ventas	
Activo Fijo No Depreciable			**18,064**	**3,251**	**21,315**		**13,460**		**3,437**		**1,167**
Cocina	1	593	593	107	700	100%	593	0%	0	0%	0
Anaqueles	10	952	9,517	1,713	11,230	100%	9,517	0%	0	0%	0
Balanza de Plataforma	1	508	508	91	599	100%	508	0%	0	0%	0
Balanza de Precisión	1	417	417	75	492	100%	417	0%	0	0%	0
Ventilador Industrial	3	127	381	69	450	100%	381	0%	0	0%	0
Mesa de Acero 2 Pozas	1	763	763	137	900	100%	763	0%	0	0%	0
Central Telefónica	1	550	550	99	649	0%	0	100%	550	0%	0
Anexos Telefónicos	7	50	350	63	413	0%	0	57%	200	43%	150
Ventilador de Pedestal	2	42	85	15	100	0%	0	50%	42	50%	42
Escritorios con sillas	4	152	610	110	720	50%	305	25%	152	25%	152
Escritorio gerencial	4	381	1,525	275	1,800	25%	381	50%	763	25%	381
Sillas giratoria gerencial	4	85	339	61	400	25%	85	50%	169	25%	85
Archivador de melamine	4	186	745	134	880	0%	0	75%	559	25%	186
Mesa con 6 sillas	1	449	449	81	530	0%	0	100%	449	0%	0
Kitchenette	1	212	212	38	250	0%	0	100%	212	0%	0
Mesas con sillas blancas	6	170	1,020	184	1,204	50%	510	33%	340	17%	170
Utiles de Oficina			**911**	**164**	**1,075**		**0**		**911**		**0**
Hojas Bond A-4 x 500	8	23	185	33	218	0%	0	100%	185	0%	0
Tableros	3	4	11	2	13	0%	0	100%	11	0%	0
Lapicero Azul x Pack de 6	3	4	13	2	15	0%	0	100%	13	0%	0
Perforador	6	6	35	6	41	0%	0	100%	35	0%	0
Cuaderno A-4	10	3	28	5	33	0%	0	100%	28	0%	0
Engrapador	6	8	47	8	55	0%	0	100%	47	0%	0
Corrector	6	2	9	2	11	0%	0	100%	9	0%	0
Regla de 30 cm	6	1	4	1	4	0%	0	100%	4	0%	0
Calculadora	6	18	105	19	124	0%	0	100%	105	0%	0
Bandejas	3	27	81	15	96	0%	0	100%	81	0%	0
Resaltador	6	3	20	4	23	0%	0	100%	20	0%	0
Grapas	10	3	33	6	39	0%	0	100%	33	0%	0
Cajas de Clips	10	1	10	2	12	0%	0	100%	10	0%	0
Tinta para Impresora	4	30	120	22	142	0%	0	100%	120	0%	0
Pizarra Mixta	2	43	86	15	101	0%	0	100%	86	0%	0
Click Mariposa	3	4	11	2	13	0%	0	100%	11	0%	0
Tijera	3	2	5	1	5	0%	0	100%	5	0%	0
Plumón para Pizarra	6	3	18	3	21	0%	0	100%	18	0%	0
Archivador Lomo Ancho	10	5	47	8	55	0%	0	100%	47	0%	0
Sobre Manila Pack x 50	1	10	10	2	11	0%	0	100%	10	0%	0
Cinta Impresora Matricial	1	35	35	6	41	0%	0	100%	35	0%	0
Enseres Diversos			**1,361**	**245**	**1,606**		**1,337**		**12**		**12**
Set de cuchillos	3	55	165	30	195	100%	165	0%	0	0%	0
Tabla de PVC	4	7	27	5	32	100%	27	0%	0	0%	0
Tazones de acero	8	7	54	10	63	100%	54	0%	0	0%	0
Baldes 5 galones	5	6	30	5	35	100%	30	0%	0	0%	0
Bateas grandes	5	6	28	5	33	100%	28	0%	0	0%	0
Estante de metal	2	152	305	55	360	100%	305	0%	0	0%	0
Tachos de basura	2	122	245	44	289	100%	245	0%	0	0%	0
Jarra de 1 lt con medida	4	2	10	2	12	100%	10	0%	0	0%	0
Estante de metal	3	152	457	82	540	100%	457	0%	0	0%	0
Papelera	7	6	42	7	49	43%	18	29%	12	29%	12
Uniformes			**656**	**118**	**774**		**656**		**0**		**0**
Pantalón	8	25	203	36	239	100%	203	0%	0	0%	0
Polo	8	7	58	10	68	100%	58	0%	0	0%	0
Botas de Jebe	8	21	169	31	200	100%	169	0%	0	0%	0
Mandil Básico PVC	8	13	108	19	127	100%	108	0%	0	0%	0
Guantes de Nitrilo x Caja 100	2	21	42	8	50	100%	42	0%	0	0%	0
Mascarilla PAC x 50	3	19	56	10	66	100%	56	0%	0	0%	0
Gorro Simple Caja x 100	2	10	20	4	24	100%	20	0%	0	0%	0
Servicios Públicos y Otros			**710**	**128**	**838**		**211**		**165**		**334**
Instalación Teléfono e Internet	1	110	110	20	130	33%	37	33%	37	33%	37
Agua	1	34	34	6	40	80%	27	10%	3	10%	3
Electricidad	1	32	32	6	38	80%	26	10%	3	10%	3
Teléfono e Internet	1	110	110	20	130	33%	37	33%	37	33%	37
Telefonía Celular	5	85	424	76	500	20%	85	20%	85	60%	254
Remuneraciones			**19,418**	**0**	**19,418**		**7,234**		**7,361**		**4,823**
Gerente General	1	7,361	7,361	0	7,361	0%	0	100%	7,361	0%	0
Jefe Comercial	1	4,823	4,823	0	4,823	0%	0	0%	0	100%	4,823
Jefe de Producción	1	5,077	5,077	0	5,077	100%	5,077	0%	0	0%	0
Operario de Producción	2	1,079	2,158	0	2,158	100%	2,158	0%	0	0%	0
Gastos de Apertura			**195**	**35**	**230**		**0**		**0**		**195**
Impresión de comprobantes de pago	1	153	153	27	180	0%	0	0%	0	100%	153
Legalizacion de libros contables	1	42	42	8	50	0%	0	0%	0	100%	42
Alquiler de Local			**7,227**	**1,301**	**8,528**		**5,782**		**723**		**723**
Merced Conductiva	1	7,227	7,227	1,301	8,528	80%	5,782	10%	723	10%	723
SUBTOTAL PRE OPERATIVOS			**48,542**	**5,242**	**53,784**		**28,680**		**12,608**		**7,254**
Garantía de Alquiler			**14,454**	**2,602**	**17,056**						
Merced Conductiva	2	7,227	14,454	2,602	17,056						
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			**62,996**	**7,844**	**70,840**						

Tabla X: Resumen de Gastos Pre operativos

Resumen de gastos Pre operativos	Valor total	Igv	Importe Total
Activo Fijo No Depreciable	18,064	3,251.45	21,315
Útiles de Oficina	911	163.98	1,075
Enseres Diversos	1,361	244.97	1,606
Uniformes	656	118.08	774
Servicios Públicos y Otros	710	127.80	838
Remuneraciones	19,418	-	19,418
Gastos de Apertura	195	35.08	230
Alquiler de Local	7,227	1,300.88	8,528
Garantía de Alquiler	14,454	2,601.76	17,056
Gasto total pre operativos	**62,996**	**7,844.01**	**70,840**

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

Para hallar la inversión de capital de trabajo se utilizó el método de déficit acumulado, ya que este nos ayuda a proyectar en detalle mensual los ingresos y egresos del proyecto del primer año. A continuación se presenta el capital de trabajo para el año 2018

Tabla X: Ventas año 2018 – año 1 / Total Ingresos

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
INGRESOS EN EFECTIVO												
Ventas	123,660	123,660	125,623	157,028	157,028	157,028	168,806	170,768	170,768	202,174	202,174	204,137
IGV Ventas	22,259	22,259	22,612	28,265	28,265	28,265	30,385	30,738	30,738	36,391	36,391	36,745
Total Ingresos en Efectivo	**145,919**	**145,919**	**148,235**	**185,294**	**185,294**	**185,294**	**199,191**	**201,507**	**201,507**	**238,565**	**238,565**	**240,882**

* El 40% de la venta se hace a bodegas y se cobra al contado. El 60% restante a Supermercados se cobra por intermedio de factoring.

Tabla X: Egresos para el primer año de funcionamiento

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
EGRESOS EN EFECTIVO												
Materia Prima e Insumos (Incl. IGV)												
Materia Prima e Insumos	78,372	78,372	79,621	99,512	99,512	99,512	106,980	108,225	108,225	128,134	128,134	129,365
Personal												
Mano de Obra Directa	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650	8,650
Mano de Obra Indirecta	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850	4,850
Personal Administrativo	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150
Personal de Ventas	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350	6,350

Sueldo Variable	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gratificación							16,000					16,000
Bonificaciones	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
CTS					8,908						13,363	
Vacaciones	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333	1,333
ESSALUD	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063	3,063
Suministros, Servicios y Alquileres (Incl. IGV)												
Energía eléctrica	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Agua	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Teléfono e Internet	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Telefonía Celular	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Arbitrios	0	240	0	0	240	0	0	240	0	0	240	0
Alquiler de locales	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528	8,528
Servicios Tercerizados	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100
Suministros Diversos	0	0	0	0	0	0	491	0	0	0	0	0
Uniformes	0	0	0	0	0	0	774	0	0	0	0	0
Mantenimiento de Maq. Equipos	0	0	0	0	0	0	4,313	0	0	0	0	0
Mantenimiento Vehículo	0	0	800	0	0	800	0	0	800	0	0	800
Combustible Vehículo	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Descuento Factoring *	3,737	3,737	3,796	4,745	4,745	4,745	5,101	5,160	5,160	6,109	6,109	6,168
Actividades Respons. Social	1,000	1,000	500	1,000	1,500	500	1,500	1,000	500	1,000	1,000	1,000
Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad	20,000	20,000	8,894	11,118	11,118	11,118	11,951	12,090	12,090	14,314	14,314	14,453
Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta	0	1,855	1,855	1,884	2,355	2,355	2,355	2,532	2,562	2,562	3,033	3,033
Pagos de IGV al Estado	0	0	0	0	8,029	10,971	11,071	12,161	12,115	14,777	14,777	14,821
Gasto Financiero												
Préstamo												
Cuotas del préstamo	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286	6,286
Total Egresos en Efectivo	**163,389**	**165,484**	**155,746**	**178,539**	**196,688**	**190,282**	**220,816**	**201,689**	**201,733**	**227,176**	**241,250**	**245,920**
Ingresos menos Egresos	**(17,470)**	**(19,565)**	**(7,511)**	**6,754**	**(11,394)**	**(4,988)**	**(21,626)**	**(182)**	**(226)**	**11,390**	**(2,684)**	**(5,038)**
Saldo Final de Caja	**(17,470)**	**(37,036)**	**(44,547)**	**(37,793)**	**(49,187)**	**(54,175)**	**(75,801)**	**(75,984)**	**(76,210)**	**(64,820)**	**(67,504)**	**(72,542)**

Tabla X: Capital de trabajo

Máximo Déficit Mensual Acumul.	(76,210)
Caja Mínima Requerida	16,339
Inversión en Capital de Trabajo	**(59,871)**

Tabla X: Recuperación de Capital de trabajo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas		1,962,855	2,485,345	3,021,039
Capital de trabajo necesario		59,871	75,808	92,147
Inversión capital de trabajo	(59,871)	(15,937)	(16,340)	
Recuperación de capital de trabajo				**92,147**

Ratio = **3.05%**

Se obtiene un Ratio 3.05% (Capital de trabajo /Ventas) siendo este el porcentaje proyectado por el tiempo de ejecución del proyecto

Tabla X: Liquidación del IGV año 2018

(Montos en Soles)

Concepto	Año 0	Año 2018											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas	0	22,259	22,259	22,612	28,265	28,265	28,265	30,385	30,738	30,738	36,391	36,391	36,745
IGV Materia Prima e Insumos	0	(11,955)	(11,955)	(12,146)	(15,180)	(15,180)	(15,180)	(16,319)	(16,509)	(16,509)	(19,546)	(19,546)	(19,734)
IGV Serv. y Contrib. Municip.	0	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)
IGV Suministros Diversos	0	0	0	0	0	0	0	(75)	0	0	0	0	0
IGV Uniformes	0	0	0	0	0	0	0	(118)	0	0	0	0	0
IGV Manten. Maq. y Equipos	0	0	0	0	0	0	0	(658)	0	0	0	0	0
IGV Mantenimiento Vehículo	0	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)
IGV Combustible Vehículo	0	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)
IGV de Alquileres	0	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)
IGV Activ. Respons. Social	0	(153)	(153)	(76)	(153)	(229)	(76)	(229)	(153)	(76)	(153)	(153)	(153)
IGV Publicidad y Marketing	0	(3,600)	(3,600)	(1,600)	(2,100)	(2,100)	(2,100)	(2,151)	(2,176)	(2,176)	(2,576)	(2,576)	(2,601)
IGV Activo Fijo	(33,289)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Intangibles	(165)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Gastos Pre Operativos	(5,242)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Inventarios Iniciales	(57)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Neto	**(38,753)**	**8,236**	**8,236**	**8,353**	**11,017**	**10,941**	**10,971**	**11,071**	**12,161**	**12,115**	**14,777**	**14,777**	**14,821**
Crédito Fiscal	**(38,753)**	**(30,517)**	**(22,282)**	**(13,929)**	**(2,912)**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Pago de IGV	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**8,029**	**10,971**	**11,071**	**12,161**	**12,115**	**14,777**	**14,777**	**14,821**

Tabla X: Liquidación del IGV año 2019

(Montos en Soles)

Concepto	Año 0	Año 2019											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas	0	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578	37,131	37,131	37,578
IGV Materia Prima e Insumos	0	(19,942)	(19,942)	(20,181)	(19,942)	(19,942)	(20,181)	(19,942)	(19,942)	(20,181)	(19,942)	(19,942)	(20,181)
IGV Serv. y Contrib. Municip.	0	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)
IGV Suministros Diversos	0	(7)	0	0	0	0	0	(75)	0	0	0	0	0
IGV Uniformes	0	(118)	0	0	0	0	0	(118)	0	0	0	0	0
IGV Manten. Maq. y Equipos	0	(658)	0	0	0	0	0	(658)	0	0	0	0	0
IGV Mantenimiento Vehículo	0	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)
IGV Combustible Vehículo	0	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)
IGV de Alquileres	0	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)
IGV Activ. Respons. Social	0	(153)	(153)	(76)	(153)	(229)	(76)	(229)	(153)	(76)	(153)	(153)	(153)
IGV Publicidad y Marketing	0	(3,600)	(3,600)	(1,600)	(2,100)	(2,100)	(2,100)	(2,151)	(2,176)	(2,176)	(2,576)	(2,576)	(2,601)
IGV Activo Fijo	(33,289)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Intangibles	(165)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Gastos Pre Operativos	(5,242)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Inventarios Iniciales	(57)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Neto	**(38,753)**	**14,338**	**15,121**	**15,283**	**15,121**	**15,044**	**15,283**	**14,194**	**15,121**	**15,283**	**15,121**	**15,121**	**15,207**
Crédito Fiscal	**(38,753)**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Pago de IGV	**0**	**14,338**	**15,121**	**15,283**	**15,121**	**15,044**	**15,283**	**14,194**	**15,121**	**15,283**	**15,121**	**15,121**	**15,207**

Tabla X: Liquidación del IGV año 2020

(Montos en Soles)

Concepto	Año 0	Año 2020											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas	0	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678	45,134	45,134	45,678
IGV Materia Prima e Insumos	0	(24,240)	(24,240)	(24,532)	(24,240)	(24,240)	(24,532)	(24,240)	(24,240)	(24,532)	(24,240)	(24,240)	(24,532)
IGV Serv. y Contrib. Municip.	0	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)
IGV Suministros Diversos	0	(7)	0	0	0	0	0	(75)	0	0	0	0	0
IGV Uniformes	0	(118)	0	0	0	0	0	(118)	0	0	0	0	0
IGV Manten. Maq. y Equipos	0	(658)	0	0	0	0	0	(658)	0	0	0	0	0
IGV Mantenimiento Vehículo	0	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)	0	0	(122)
IGV Combustible Vehículo	0	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)	(76)
IGV de Alquileres	0	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)	(1,301)
IGV Activ. Respons. Social	0	(153)	(153)	(76)	(153)	(229)	(76)	(229)	(153)	(76)	(153)	(153)	(153)
IGV Publicidad y Marketing	0	(3,600)	(3,600)	(1,600)	(2,100)	(2,100)	(2,100)	(2,151)	(2,176)	(2,176)	(2,576)	(2,576)	(2,601)
IGV Activo Fijo	(33,289)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Intangibles	(165)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Gastos Pre Operativos	(5,242)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Inventarios Iniciales	(57)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV Neto	**(38,753)**	**18,043**	**18,826**	**19,033**	**18,826**	**18,750**	**19,033**	**17,899**	**18,826**	**19,033**	**18,826**	**18,826**	**18,956**
Crédito Fiscal	**(38,753)**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Pago de IGV	**0**	**18,043**	**18,826**	**19,033**	**18,826**	**18,750**	**19,033**	**17,899**	**18,826**	**19,033**	**18,826**	**18,826**	**18,956**

Tabla X: Resumen de liquidación del IGV de los 3 años de ejecución del proyecto

(Montos en Soles)

Concepto	Año 0	2018	2019	2020
IGV Ventas	0	353,314	447,362	543,787
IGV Materia Prima e Insumos	0	(189,757)	(240,262)	(292,048)
IGV Serv. y Contrib. Municip.	0	(6,462)	(6,462)	(6,462)
IGV Suministros Diversos	0	(75)	(82)	(82)
IGV Uniformes	0	(118)	(236)	(236)
IGV Manten. Maq. y Equipos	0	(658)	(1,316)	(1,316)
IGV Mantenimiento Vehículo	0	(488)	(488)	(488)
IGV Combustible Vehículo	0	(915)	(915)	(915)
IGV de Alquileres	0	(15,611)	(15,611)	(15,611)
IGV Activ. Respons. Social	0	(1,754)	(1,754)	(1,754)
IGV Publicidad y Marketing	0	(29,305)	(29,305)	(29,305)
IGV Activo Fijo	(33,289)	0	0	0
IGV Intangibles	(165)	0	0	0
IGV Gastos Pre Operativos	(5,242)	0	0	0
IGV Inventarios Iniciales	(57)	0	0	0
IGV Neto	**(38,753)**	**137,476**	**180,236**	**224,875**
Crédito Fiscal	**(38,753)**	**(69,640)**	**0**	**0**
Pago de IGV	**0**	**98,723**	**180,236**	**224,875**

8.1.4. Estructura de inversiones

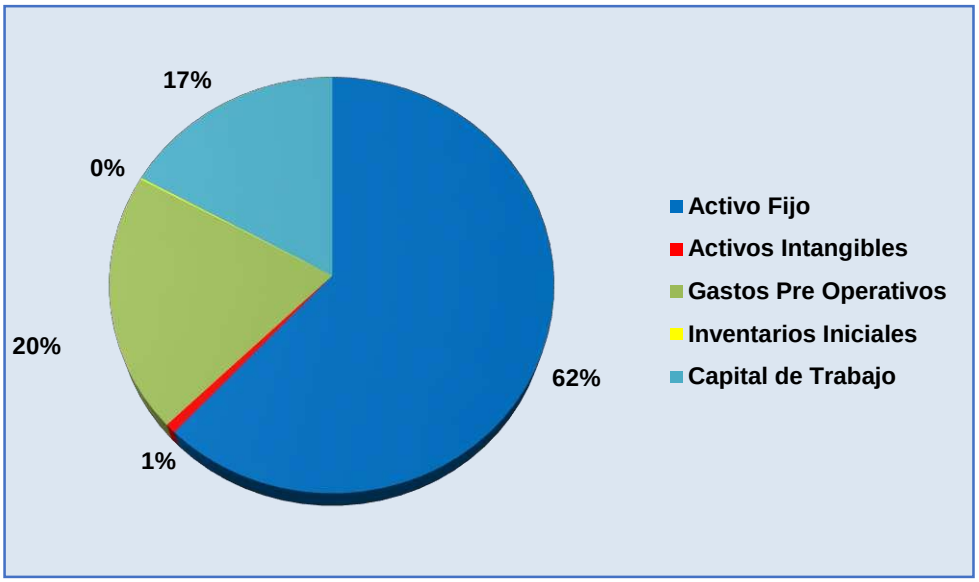
En el siguiente cuadro podemos apreciar el monto que se requiere para cada una de las inversiones (Activo Fijo, Activo Intangible y Capital de Trabajo, Gastos Pre-operativos, garantía, I.I. de Materiales, así como los activos intangibles) indicando el porcentaje en función al monto total de inversión

Tabla X: Resumen de estructuras de Inversiones año 2018

(Importes en Soles)

Rubro	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo Fijo	184,939	33,289	218,227	62%
Activos Intangibles	2,484	165	2,648	1%
Gastos Pre Operativos	62,996	7,844	70,840	20%
Inventarios Iniciales	316	57	373	0%
Capital de Trabajo	59,871	0	59,871	17%
TOTAL	**310,605**	**41,355**	**351,960**	**100%**

Figura X: Estructura de Inversiones



8.2. Financiamiento

8.2.1. Estructura de Financiamiento.

En el presente cuadro se presenta el monto de la inversión que será financiado, los importes son de s/. 218,227 soles y el importe de capital propio es de 261,940 soles.

Tabla X: Resumen de estructuras de Financiamiento

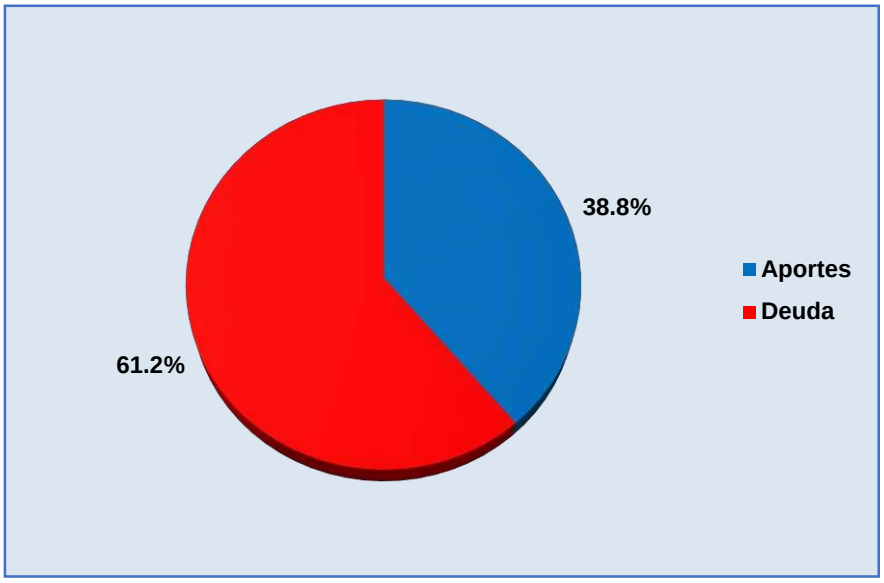
(Montos en Soles)

Tipo	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Aportes		Deuda	
				Monto	%	Monto	%
Activo Fijo	184,939	33,289	218,227	76,138	34.9%	142,089	65.1%
Activos Intangibles	2,484	165	2,648	2,648	100.0%	0	0.0%
Gastos Pre Operativos	62,996	7,844	70,840	70,840	100.0%	0	0.0%
Inventarios Iniciales	316	57	373	373	100.0%	0	0.0%
Capital de Trabajo	(59,871)	0	(59,871)	(59,871)	100.0%	0	0.0%
TOTAL	**190,864**	**41,355**	**232,219**	**90,129**	**38.8%**	**142,089**	**61.2%**

Tabla X: Aporte de cada socio

APORTE DE CADA SOCIO (Soles)	
Laura Huamán	18,026
Sendy Mori	18,026
Enver Mesinas	18,026
Theo Sandoval	18,026
Paul Pinchi	18,026
TOTAL	**90,129**

Figura X: Estructura de Financiamiento



8.2.2. Financiamiento del activo fijo y del capital de trabajo. Fuentes de financiamiento: Cronogramas.

Financiamiento del activo fijo

Para el presente proyecto se trabajara con la **Caja Huancayo** el cual nos ofreció una tasa de 29.08% anual

Tabla X: Plan de pago del financiamiento

(Montos en Soles)

Préstamo	142,089	
TCEA	29.08%	Caja Huancayo
TEM	2.14997%	
Plazo	3	años
Plazo	36	meses
Cuota Mensual	**5,710**	

Cronograma de Pagos						
Mes	**Saldo Inicial**	**Interés**	**Capital**	**Cuota**	**Escudo Fiscal**	**Saldo Final**
1	142,089	3,055	2,655	5,710	916	139,434
2	139,434	2,998	2,712	5,710	899	136,722
3	136,722	2,939	2,770	5,710	882	133,952
4	133,952	2,880	2,830	5,710	864	131,122
5	131,122	2,819	2,891	5,710	846	128,232
6	128,232	2,757	2,953	5,710	827	125,279
7	125,279	2,693	3,016	5,710	808	122,263
8	122,263	2,629	3,081	5,710	789	119,182
9	119,182	2,562	3,147	5,710	769	116,034
10	116,034	2,495	3,215	5,710	748	112,819
11	112,819	2,426	3,284	5,710	728	109,535
12	109,535	2,355	3,355	5,710	706	106,181
13	106,181	2,283	3,427	5,710	685	102,754
14	102,754	2,209	3,501	5,710	663	99,253
15	99,253	2,134	3,576	5,710	640	95,677
16	95,677	2,057	3,653	5,710	617	92,025
17	92,025	1,979	3,731	5,710	594	88,293
18	88,293	1,898	3,811	5,710	569	84,482
19	84,482	1,816	3,893	5,710	545	80,589
20	80,589	1,733	3,977	5,710	520	76,612
21	76,612	1,647	4,063	5,710	494	72,549
22	72,549	1,560	4,150	5,710	468	68,399
23	68,399	1,471	4,239	5,710	441	64,160
24	64,160	1,379	4,330	5,710	414	59,830
25	59,830	1,286	4,423	5,710	386	55,406
26	55,406	1,191	4,518	5,710	357	50,888
27	50,888	1,094	4,616	5,710	328	46,272
28	46,272	995	4,715	5,710	298	41,557
29	41,557	893	4,816	5,710	268	36,741
30	36,741	790	4,920	5,710	237	31,821
31	31,821	684	5,026	5,710	205	26,796
32	26,796	576	5,134	5,710	173	21,662
33	21,662	466	5,244	5,710	140	16,418
34	16,418	353	5,357	5,710	106	11,061
35	11,061	238	5,472	5,710	71	5,589
36	5,589	120	5,590	5,710	36	(0)
Totales		**63,460**	**142,089**	**205,550**	**19,038**	

Fuente: Caja Huancayo

Tabla X: Resumen del Plan de pago del financiamiento

Rubro	2016	2017	2018
Saldo Inicial	**142,089**	**106,181**	**59,830**
Interés	32,608	22,166	8,687
Capital	35,909	46,351	59,830
Cuota	68,517	68,517	68,517
Saldo Final	**106,181**	**59,830**	**(0)**

8.3. Estudio de Ingresos y Costos

8.3.1. Ingresos anuales

8.3.1.1. Ingresos por ventas

Para ver en detalle los ingresos anuales, se empezara del programa de ventas anuales por presentación del producto.

Tabla X: Programa de ventas anuales por presentación

soles

RUBRO	2018	2019	2020
Envase de 95 gr.	831,329	1,052,619	1,279,502
Envase de 225 gr.	1,131,527	1,432,726	1,741,537
TOTAL VENTA	**1,962,855**	**2,485,345**	**3,021,039**
I.G.V. de Ventas	353,314	447,362	543,787
VENTA CON I.G.V.	**2,316,169**	**2,932,707**	**3,564,826**

Tabla X: Participación en el mercado de cada presentación

Porcentaje de Participación sobre las Ventas Totales			
Rubro	**2018**	**2019**	**2020**
Envase de 95 gr.	42%	42%	42%
Envase de 225 gr.	58%	58%	58%

8.3.1.2. Recuperación de Capital de trabajo

Aquí observamos que el importe que se requiere para capital de trabajo para cada año de ejecución del proyecto y se aprecia que para el año 2020 en monto de recuperación

Tabla X: Resumen de recuperación de Capital de Trabajo

(Montos en Soles)

	Año 0	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas		1,962,855	2,485,345	3,021,039
Capital de trabajo necesario		59,871	75,808	92,147
Inversión capital de trabajo	(59,871)	(15,937)	(16,340)	
Recuperación de capital de trabajo				**92,147**

8.3.1.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo

Según la Sunat para el cálculo de la depreciación, los demás bienes afectados a la producción de rentas gravadas de la tercera categoría, se depreciarán aplicando el porcentaje que resulte de la siguiente tabla:

Tabla X: Tabla de Depreciación

BIENES	PORCENTAJE ANUAL MÁXIMO DE DEPRECIACIÓN
Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca	25%
Vehículos de transporte terrestre	20%
Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera, petrolera y de construcción, excepto muebles, enseres y equipos de oficina	20%
Equipos de procesamiento de datos	25%
Maquinaria y equipo adquirido a partir del 1.1.1991	10%
Otros bienes del activo fijo	10%

Fuente: Sunat

Tabla X: Valor de Desecho del Activo Fijo

(Montos en Soles)

Descripción	Total Precio	Vida Util (años)	Deprec. (3 años)	V.Libros (3er año)	V.Merc. (%)	V. Merc. (Soles)	Valor de Desecho
Operaciones	**213,107**		**63,949**	**116,650**		**89,180**	**96,322**
Pulpeadora	8,515	10	2,165	5,051	50%	3,608	3,983
Marmita	11,224	10	2,854	6,658	50%	4,756	5,251
Licuadora Industrial	2,558	10	650	1,518	50%	1,084	1,197
Envasadora	96,760	10	24,600	57,400	50%	41,000	45,264
Cámara Frigorífica	12,501	10	3,178	7,416	50%	5,297	5,848
Grupo Electrógeno	20,300	10	5,161	12,042	50%	8,602	9,496
Vehículo de Transporte	32,767	5	16,661	11,108	50%	13,884	13,162
Bomba Desplazamiento	5,341	10	1,358	3,168	50%	2,263	2,499
Tableros Eléctricos	8,529	10	2,168	5,060	50%	3,614	3,990
Caldero Máquinas Vapor	10,837	10	2,755	6,429	50%	4,592	5,070
Computadora Completa	3,096	4	1,968	656	15%	394	462
Impresora Matricial	677	4	431	144	15%	86	101
Administración	**2,899**		**1,843**	**614**		**369**	**432**
Laptops	2,222	4	1,412	471	15%	282	331
Impresora Láser	677	4	431	144	15%	86	101
Ventas	**2,222**		**1,412**	**471**		**282**	**331**
Laptops	2,222	4	1,412	471	15%	282	331
TOTAL ACTIVO FIJO	**218,227**		**67,204**	**117,734**		**89,831**	**97,086**
					IGV	**16,170**	
				Valor de Desecho con IGV			**113,256**

Tabla X: Resumen de Valor de Desecho del Activo Fijo por Áreas

Descripción	Valor de Desecho
Operaciones	96,322
Administración	432
Ventas	331
Subtotal	97,087
Igv	16,170
Valor de desecho con Igv	**113,256**

8.4. Costos y Gastos anuales

8.4.1. Egresos Desembolsables

8.4.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales:

A continuación se detalla la necesidad de la materia prima para la producción de la crema de ají de cocona en soles

Tabla X: Resumen de las cantidades necesarias a utilizar para la producción de la crema de ají de cocona en las 2 presentaciones para los 3 años del proyecto

Concepto	2018	2019	2020
Nº de Unidades 95 gr.	918,543 und	1,163,049 und	1,413,733 und
Cocona	20,727 kg	26,244 kg	31,901 kg
Ají Charapita	251kg	318 kg	386 kg
Sachaculantro	119 kg	150 kg	183kg
Otros	227 kg	287 kg	349 kg
Cajas 20 x 15 x 20	35,050 und	44,375 und	53,939 und
Cinta Embalaje	610 und	759 und	922 und
Envase	583,820 und	739,226 und	898,559 und
Nº de Unidades 225 gr.	859,536 und	1,088,334 und	1,322,915 und
Cocona	19,395 kg	24,558 kg	29,852 kg
Ají Charapita	235 kg	297 kg	361 kg
Sachaculantro	111 kg	141 kg	171 kg
Otros	212 kg	268 kg	326 kg
Cajas 20 x 15 x 20	32,800 und	41,537 und	50,492 und
Cinta Embalaje	568 und	712 und	861 und
Envase	546,315 und	691,738 und	840,836 und

Tabla X: Precio de cada producto

Concepto	Precio s/.
Nº de Unidades 95 gr.	
Cocona	1.63
Ají Charapita	8.47
Sachaculantro	16.95
Otros	4.24
Cajas 20 x 15 x 20	3.81
Cinta Embalaje	1.69
Envase	0.64
Nº de Unidades 225 gr.	
Cocona	1.63
Ají Charapita	8.47
Sachaculantro	16.95
Otros	4.24
Cajas 20 x 15 x 20	3.81
Cinta Embalaje	1.69
Envase	0.64

Tabla X: Presupuesto en soles de material prima

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Envase 95 gr.	**544,596**	**689,516**	**838,133**
Cocona	33,785	42,777	51,999
Ají Charapita	2,126	2,691	3,271
Sachaculantro	2,012	2,548	3,097
Otros	960	1,216	1,478
Cajas 20 x 15 x 20	133,667	169,225	205,700
Cinta Embalaje	1,034	1,287	1,563
Envase	371,072	469,847	571,118
Envase 225 gr.	**509,612**	**645,275**	**784,356**
Cocona	31,559	39,959	48,572
Ají Charapita	1,989	2,518	3,061
Sachaculantro	1,883	2,384	2,898
Otros	899	1,138	1,383
Cajas 20 x 15 x 20	125,086	158,405	192,552
Cinta Embalaje	962	1,207	1,459
Envase	347,234	439,664	534,430
Total sin IGV	**1,054,208**	**1,334,791**	**1,622,489**
IGV	189,757	240,262	292,048
Total con IGV	**1,243,965**	**1,575,054**	**1,914,537**

8.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla X: Mano de obra directa

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Básicos	103,800	103,800	103,800
Sueldo Variable	0	0	0
Gratificación	8,650	8,650	8,650
Bonificaciones	779	779	779
CTS	4,521	4,521	4,521
Vacaciones	4,325	4,325	4,325
ESSALUD	9,731	9,731	9,731
Gasto Mano de Obra Directa	**131,806**	**131,806**	**131,806**
Pago Gratificación	8,650	8,650	8,650
Pago CTS	3,768	4,521	4,521
Pago Mano de Obra Directa	**131,053**	**131,806**	**131,806**

8.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos

Tabla X: Resumen de Presupuesto de costos indirectos

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Mano de Obra Indirecta	73,480	73,903	73,903
Material Indirecto	656	1,312	1,312
Servicios	104,006	107,661	107,661
Total	**178,143**	**182,876**	**182,876**
I.G.V.	18,701	19,477	19,477
Total con IGV	**196,844**	**202,353**	**202,353**

Tabla X: Presupuesto de costos indirectos

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Básicos	58,200	58,200	58,200
Sueldo Variable	0	0	0
Gratificación	4,850	4,850	4,850
Bonificaciones	437	437	437
CTS	2,535	2,535	2,535
Vacaciones	2,425	2,425	2,425
ESSALUD	5,456	5,456	5,456

Gasto de Personal	**73,903**	**73,903**	**73,903**
Pago Gratificación	4,850	4,850	4,850
Pago CTS	2,113	2,535	2,535
Total Pago de Personal	**73,480**	**73,903**	**73,903**
Serv. Públ. y Contrib. Munic.	**23,174**	**23,174**	**23,174**
Energía Eléctrica	12,203	12,203	12,203
Agua	5,695	5,695	5,695
Teléfono e Internet	440	440	440
Telefonía Celular	4,068	4,068	4,068
Arbitrios	768	768	768
I.G.V.	4,033	4,033	4,033
Uniformes	**656**	**1,312**	**1,312**
Pantalón	203	405	405
Polo	58	115	115
Botas de Jebe	169	339	339
Mandil Básico PVC	108	216	216
Guantes de Nitrilo x Caja 100	42	85	85
Mascarilla PAC x 50	56	111	111
Gorro Simple Caja x 100	20	41	41
I.G.V.	118	236	236
Alquiler de Local	**69,380**	**69,380**	**69,380**
I.G.V.	12,489	12,489	12,489
Mantenim. de Maquinaria	**3,655**	**7,310**	**7,310**
Pulpeadora	183	367	367
Marmita	242	484	484
Licuadora Industrial	55	110	110
Envasadora	2,085	4,169	4,169
Cámara Frigorífica	269	539	539
Grupo Electrógeno	437	875	875
Bomba Desplazamiento	58	115	115
Tableros Eléctricos	92	184	184
Caldero Máquinas Vapor	233	467	467
I.G.V.	658	1,316	1,316
Mantenimiento Vehículo	**2,712**	**2,712**	**2,712**
I.G.V.	488	488	488
Combustible Vehículo	**5,085**	**5,085**	**5,085**
I.G.V.	915	915	915
Total Gasto sin IGV	**178,565**	**182,876**	**182,876**
Total Gasto con IGV	**197,266**	**202,353**	**202,353**

8.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla X: Presupuesto de gastos de administración

Concepto	2018	2019	2020
Básicos	145,800	145,800	145,800
Sueldo Variable	0	0	0
Gratificación	12,150	12,150	12,150
Bonificaciones	1,094	1,094	1,094
CTS	6,351	6,351	6,351
Vacaciones	6,075	6,075	6,075

ESSALUD	13,669	13,669	13,669
Gastos de Personal	**185,138**	**185,138**	**185,138**
Pago Gratificación	12,150	12,150	12,150
Pago CTS	5,292	6,351	6,351
Total Pago de Personal	**184,080**	**185,138**	**185,138**
Serv. y Contr. Municipales	**6,841**	**6,841**	**6,841**
Energía Eléctrica	1,525	1,525	1,525
Agua	712	712	712
Teléfono e Internet	440	440	440
Telefonía Celular	4,068	4,068	4,068
Arbitrios	96	96	96
IGV	1,214	1,214	1,214
Utiles de Oficina	**416**	**456**	**456**
IGV	75	82	82
Activ. Responsab. Social	**9,746**	**9,746**	**9,746**
Día de la Madre	424	424	424
Fiestas Patrias	424	424	424
Onomásticos	8,475	8,475	8,475
Navidad	424	424	424
IGV	1,754	1,754	1,754
Alquiler de Local	**8,673**	**8,673**	**8,673**
IGV	1,561	1,561	1,561
Servicios Tercerizados	**214,800**	**214,800**	**214,800**
Contador	18,000	18,000	18,000
Personal de Limpieza	74,400	74,400	74,400
Personal de Vigilancia	122,400	122,400	122,400
IGV	35,424	35,424	35,424
Total Pago con IGV	**464,584**	**465,690**	**465,690**

8.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas

Tabla X: Presupuesto de gastos de Ventas

Concepto	2018	2019	2020
Básicos	76,200	76,200	76,200
Sueldo Variable	8,400	8,400	8,400
Gratificación	6,350	6,350	6,350
Bonificaciones	572	572	572
CTS	3,669	3,669	3,669
Vacaciones	3,175	3,175	3,175
ESSALUD	7,900	7,900	7,900
Gasto de Personal	**106,265**	**106,265**	**106,265**
Serv. y Contr. Municipales	**6,841**	**6,841**	**6,841**
Energía Eléctrica	1,525	1,525	1,525
Agua	712	712	712
Teléfono e Internet	440	440	440
Telefonía Celular	4,068	4,068	4,068
Arbitrios	96	96	96
IGV	1,214	1,214	1,214
Alquiler de Local	**8,673**	**8,673**	**8,673**

IGV	1,561	1,561	1,561
Descuento Factoring *	**0**	**0**	**13,530**
Total Gasto sin IGV	**121,779**	**121,779**	**135,309**
Total Gasto con IGV	**124,555**	**124,555**	**138,085**

* En el mes 36, sobre el 60% de la venta del mes 35º (a 30 días) y 36º (a 60 días) a un costo anual del 28.5%.

8.4.2. Egresos no Desembolsables

8.4.2.1. Depreciación

Este cuadro muestra la depreciación anual de los activos fijos tangibles de los 3 años del proyecto. Se procede a depreciar los activos cuyo costo es mayor a ¼ de una Unidad Impositiva Tributaria (S/. 4050).

Tabla X: Depreciación

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Operaciones	**21,316**	**21,316**	**21,316**
Pulpeadora	722	722	722
Marmita	951	951	951
Licuadora Industrial	217	217	217
Envasadora	8,200	8,200	8,200
Cámara Frigorífica	1,059	1,059	1,059
Grupo Electrógeno	1,720	1,720	1,720
Vehículo de Transporte	5,554	5,554	5,554
Bomba Desplazamiento	453	453	453
Tableros Eléctricos	723	723	723
Caldero Máquinas Vapor	918	918	918
Computadora Completa	656	656	656
Impresora Matricial	144	144	144
Administración	**614**	**614**	**614**
Laptops	471	471	471
Impresora Láser	144	144	144
Ventas	**471**	**471**	**471**
Laptops	471	471	471
Total Depreciación	**22,401**	**22,401**	**22,401**

Tabla X: Bienes no depreciables

(En Soles)

Área de Operaciones

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Inversión
Cocina	1	593	593	107	700
Balanza de Plataforma	1	508	508	91	599
Balanza de Precisión	1	417	417	75	492
Ventilador Industrial	3	127	381	69	450
Mesa de Acero 2 Pozas	1	763	763	137	900
Totales			**2,662**	**479**	**3,141**

Área Administrativa

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Inversión
Central Telefónica	1	550	550	99	649
Anexos Telefónicos	4	50	200	36	236
Ventilador de Pedestal	1	42	42	8	50
Totales			**792**	**143**	**935**

Área de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Inversión
Anexos Telefónicos	3	50	150	27	177
Ventilador de Pedestal	1	42	42	8	50
Totales			**192**	**35**	**227**

8.4.2.2. Amortización de Intangibles

Tabla X: Amortización de Gastos Pre Operativos

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Producción	9,560	9,560	9,560
Administración	4,203	4,203	4,203
Ventas	2,418	2,418	2,418
Total Amortización	**16,181**	**16,181**	**16,181**

Tabla X: Amortización de Gastos Pre Operativos Intangibles

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Producción	0	0	0
Administración	828	828	828
Ventas	0	0	0
Total Amortización	**828**	**828**	**828**

8.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario

Tabla X: Costo de Producción Unitario Promedio

Concepto	2018	2019	2020
Venta en número de unidades	**1,726,290**	**2,185,809**	**2,656,940**
Envase de 95 gr.	891,789	1,129,173	1,372,557
Envase de 225 gr.	834,501	1,056,635	1,284,384
Costos de Producción			
Materia Prima	1,054,208	1,334,791	1,622,489
Mano de Obra Directa	131,806	131,806	131,806
Costos Indirectos	178,565	182,876	182,876
Total Costo de Producción	**1,364,579**	**1,649,473**	**1,937,171**
Costo Unitario Promedio	**0.79**	**0.75**	**0.73**

Tabla X: Costo de Producción Unitario Promedio por cada presentación

Costo Unitario Promedio - Envase de 95 gr.

Concepto	2018	2019	2020
Venta en Unidades	**891,789**	**1,129,173**	**1,372,557**
Costos de Producción			
Materia Prima	544,596	689,516	838,133
Mano de Obra Directa	68,090	68,090	68,090
Costos Indirectos	92,245	94,472	94,472
Total Costo de Producción	**704,932**	**852,079**	**1,000,696**
Costo de Prod. Unitario Promedio	**0.79**	**0.75**	**0.73**

Costo Unitario Promedio - Envase de 225 gr.

Concepto	2018	2019	2020
Venta en Unidades	**834,501**	**1,056,635**	**1,284,384**
Costos de Producción			
Materia Prima	509,612	645,275	784,356
Mano de Obra Directa	63,716	63,716	63,716
Costos Indirectos	86,320	88,404	88,404
Total Costo de Producción	**659,648**	**797,395**	**936,475**
Costo de Prod. Unitario Promedio	**0.79**	**0.75**	**0.73**

9. Capítulo IX Estados Financieros Proyectados

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

Para el proyecto se ha considerado las siguientes premisas que se detallan a continuación:

- La proyección considera un Horizonte de Evaluación de 3 años.
- El inicio de operaciones de la empresa es en enero del 2018.
- El plazo pre operativo comprende el último mes del 2017.
- Todos los importes están expresados en soles.
- La tasa del Impuesto a la Renta es 29,5% conforme a las últimas modificaciones.
- Las adquisiciones de la empresa son al contado.
- Las ventas se canalizan en un 40% a bodegas y un 60% a Supermercados.
- Las cobranzas de las ventas a bodegas son al contado.
- Los pagos de los Supermercados son a 60 días, por lo que, para no tener probemas con liquidez se considerará operación de factoring por estas ventas considerándose una tasa efectiva anual del 28.5%
- Los rubros del Estado de Ganancias y Pérdidas no incluyen IGV.
- Los rubros de los Flujos de Caja sí incluyen IGV.
- La asignación por Centros de Costo considera Producción, Administración y Ventas.
- Los precios de venta son de S/ 1.10 para la presentación de 95 gr., y S/ 1.60 para la de 225 gr., incluido el IGV.

9.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado

Tabla X: Estado de Ganancias y Pérdidas sin Gastos Financieros

Rubro	2018	2019	2020
Ventas	**1,962,855**	**2,485,345**	**3,021,039**
(-) Costo de Ventas	**(1,398,724)**	**(1,683,302)**	**(1,970,999)**
(-) Materia Prima e Insumos	(1,054,524)	(1,334,791)	(1,622,489)
(-) Mano de Obra	(132,003)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos	(212,197)	(216,508)	(216,508)

Utilidad Bruta	**564,132**	**802,044**	**1,050,040**
(-) Gastos Operativos	**(456,334)**	**(472,162)**	**(488,349)**
(-) Administrativos	(266,917)	(266,957)	(266,957)
(-) De Ventas	(180,884)	(196,672)	(212,859)
(-) Depreciación	(1,085)	(1,085)	(1,085)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(6,621)	(6,621)	(6,621)
(-) Amortización de Intangibles	(828)	(828)	(828)
EBIT o Resultado Operativo	**107,797**	**329,881**	**561,691**
(-) Impuesto a la Renta	(19,954)	(85,469)	(153,853)
Resultado Neto	**87,843**	**244,413**	**407,838**

Tabla X: ***Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal***

(Montos en Soles)

Rubro	2018	2019	2020
Ventas	**1,962,855**	**2,485,345**	**3,021,039**
(-) Costo de Ventas	**(1,398,724)**	**(1,683,302)**	**(1,970,999)**
(-) Materia Prima	(1,054,524)	(1,334,791)	(1,622,489)
(-) Mano de Obra	(132,003)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos	(212,197)	(216,508)	(216,508)
Utilidad Bruta	**564,132**	**802,044**	**1,050,040**
(-) Gastos Operativos	**(455,864)**	**(471,691)**	**(487,878)**
(-) Administrativos	(266,917)	(266,957)	(266,957)
(-) De Ventas	(180,884)	(196,672)	(212,859)
(-) Depreciación	(614)	(614)	(614)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(6,621)	(6,621)	(6,621)
(-) Amortización de Intangibles	(828)	(828)	(828)
EBIT o Resultado Operativo	**108,268**	**330,352**	**562,162**
(+) Ingresos Financieros	0	0	0
(-) Gastos Financieros	(32,608)	(22,166)	(8,687)
(+/-) Ganancia (Pérdida) Venta A.F.	0	0	(20,648)
(+) Otros Ingresos (Gastos)	0	0	0
Resultado antes de Imp. Renta	**75,660**	**308,186**	**532,826**
(-) Impuesto a la Renta	(10,473)	(79,069)	(145,338)
Resultado Neto	**65,186**	**229,118**	**387,489**
Escudo Fiscal	**8,804**	**5,985**	**2,259**

9.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo

Tabla X: Flujo de Caja Operativo

(Montos en Soles)

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020
Ingresos por Ventas		**2,316,169**	**2,932,707**	**3,564,826**
(-) Costos operativos		**(2,145,393)**	**(2,648,885)**	**(3,117,578)**
(-) Materia Prima e Insumos		(1,243,965)	(1,575,054)	(1,914,537)
(-) Mano de Obra Directa		(131,216)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos		(199,140)	(205,108)	(205,108)
(-) Gastos Administrativos		(269,312)	(271,568)	(271,568)
(-) Gastos de Venta		(183,082)	(199,447)	(215,634)
(-) Impuesto a la Renta		(19,954)	(85,469)	(153,853)
(-) Pago de IGV	0	(98,723)	(180,236)	(224,875)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**170,776**	**283,822**	**447,248**

9.4. Flujo de Capital proyectado

Tabla X: Flujo de Capital

(Montos en Soles)

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020
Inversión en Activo Fijo	(218,227)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(2,648)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(70,840)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(373)	0	0	0
Capital de Trabajo	(59,871)	15,937	16,340	92,147
Recuperación Garantía de Alquiler		0	0	17,056
Valor de Desecho		0	0	113,256
FLUJO DE CAPITAL	**(351,960)**	**15,937**	**16,340**	**222,459**

El flujo de capital se ha calculado en base al total de la inversión que consta de: Activo Fijo tangible e intangible, además del requerimiento de capital de trabajo, para este último se ha utilizado el método de máximo déficit acumulado.

9.5. Flujo de Caja Económico proyectado

Tabla X: Flujo de Caja Económico

(Montos en Soles)

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020

Ingresos por Ventas		**2,316,169**	**2,932,707**	**3,564,826**
(-) Costos operativos		**(2,145,393)**	**(2,648,885)**	**(3,117,578)**
(-) Materia Prima		(1,243,965)	(1,575,054)	(1,914,537)
(-) Mano de Obra Directa		(131,216)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos		(199,140)	(205,108)	(205,108)
(-) Gastos Administrativos		(269,312)	(271,568)	(271,568)
(-) Gastos de Venta		(183,082)	(199,447)	(215,634)
(-) Impuesto a la Renta		(19,954)	(85,469)	(153,853)
(-) Pago de IGV	0	(98,723)	(180,236)	(224,875)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**170,776**	**283,822**	**447,248**
Inversión en Activo Fijo	(218,227)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(2,648)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(70,840)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(373)	0	0	0
Capital de Trabajo	(59,871)	15,937	16,340	92,147
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	17,056
Valor de Desecho	0	0	0	113,256
FLUJO DE CAPITAL	**(351,960)**	**15,937**	**16,340**	**222,459**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(351,960)**	**186,713**	**300,162**	**669,707**

9.6. Flujo del Servicio de la deuda

Tabla X: Flujo de Servicio de Deuda

(Montos en Soles)

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2019
Ingresos por Ventas		**2,316,169**	**2,932,707**	**3,564,826**
(-) Costos operativos		**(2,145,393)**	**(2,648,885)**	**(3,117,578)**
(-) Materia Prima		(1,243,965)	(1,575,054)	(1,914,537)
(-) Mano de Obra Directa		(131,216)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos		(199,140)	(205,108)	(205,108)
(-) Gastos Administrativos		(269,312)	(271,568)	(271,568)
(-) Gastos de Venta		(183,082)	(199,447)	(215,634)
(-) Impuesto a la Renta		(19,954)	(85,469)	(153,853)
(-) Pago de IGV	0	(98,723)	(180,236)	(224,875)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**170,776**	**283,822**	**447,248**
Inversión en Activo Fijo	(218,227)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(2,648)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(70,840)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(373)	0	0	0
Capital de Trabajo	(59,871)	15,937	16,340	92,147
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	17,056
Valor de Desecho	0	0	0	113,256
FLUJO DE CAPITAL	**(351,960)**	**15,937**	**16,340**	**222,459**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(351,960)**	**186,713**	**300,162**	**669,707**
Préstamo	142,089	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(68,517)	(68,517)	(68,517)
Escudo Fiscal		8,804	5,985	2,259
FLUJO SERVICIO DE LA DEUDA	**142,089**	**(59,712)**	**(62,532)**	**(66,258)**

9.7. Flujo de Caja Financiero proyectado y Servicio de la Deuda

Tabla X: Flujo de Caja Financiero y Servicio de la Deuda

(Montos en Soles)

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2019
Ingresos por Ventas		**2,316,169**	**2,932,707**	**3,564,826**
(-) Costos operativos		**(2,145,393)**	**(2,648,885)**	**(3,117,578)**
(-) Materia Prima		(1,243,965)	(1,575,054)	(1,914,537)
(-) Mano de Obra Directa		(131,216)	(132,003)	(132,003)
(-) Costos Indirectos		(199,140)	(205,108)	(205,108)
(-) Gastos Administrativos		(269,312)	(271,568)	(271,568)
(-) Gastos de Venta		(183,082)	(199,447)	(215,634)
(-) Impuesto a la Renta		(19,954)	(85,469)	(153,853)
(-) Pago de IGV	0	(98,723)	(180,236)	(224,875)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**170,776**	**283,822**	**447,248**
Inversión en Activo Fijo	(218,227)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(2,648)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(70,840)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(373)	0	0	0
Capital de Trabajo	(59,871)	15,937	16,340	92,147
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	17,056
Valor de Desecho	0	0	0	113,256
FLUJO DE CAPITAL	**(351,960)**	**15,937**	**16,340**	**222,459**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(351,960)**	**186,713**	**300,162**	**669,707**
Préstamo	142,089	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(68,517)	(68,517)	(68,517)
Escudo Fiscal		8,804	5,985	2,259
FLUJO SERVICIO DE LA DEUDA	**142,089**	**(59,712)**	**(62,532)**	**(66,258)**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**(209,871)**	**127,001**	**237,630**	**603,449**

10. Capítulo X Evaluación Económico Financiera

10.1. Cálculo de la Tasa de Descuento

10.1.1. Costo de Oportunidad (Ke)

El costo de oportunidad, se conoce también como el valor de la mejor opción a lo que renunciamos cuando tomamos una decisión económica.
Para hallar el Costo de Oportunidad del Accionista, se utiliza el modelo CAPM (Cost Asset Pricing Model). Entonces: Ke = Rf + ß a *(Rm - Rf)
Donde:
(Rm - Rf) = Prima de riesgo sobre la acción promedio.
ß a = Índice del propio riesgo de la acción en particular.
Rf = Tasa libre de riesgo.

Tabla X: Costo de Oportunidad (CAPM)

Costo de Oportunidad del Capital (COK)	Valor	Fuente
Rendimiento del Mercado USA (S&P 500) (RM)	11.42%	Damodaran 1966-2015
Tasa Libre de Riesgo USA (T-Bonds) (TLR)	5.18%	Damodaran 1966-2015
Beta Desapalancada (BD)	0.63	Damodaran Procesamiento de Alimentos
Porcentaje de Endeudamiento (%D)	61.2%	
Porcentaje de Aporte Propio (%E)	38.8%	
Riesgo País (RP)	1.31%	BCR Promedio 2006-2017
Tasa de Impuesto a la Renta (TImpR)	28.50%	Vigente para fines del 2020
Beta Apalancada, calculada con la fórmula: BA = BD*{[1+(%D/%E)]*(1-TImpR)}	1.16	
Costo de Oportunidad Modelo CAPM Ke = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP	**13.73%**	

10.1.2. Costo de la deuda. (Kd) y Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado Coste Promedio Ponderado del Capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

El WACC pondera los costos de cada una de las fuentes de capital, independientemente de que estas sean propias o de terceros. Se debe tener presente que si el WACC es inferior a la rentabilidad sobre el capital invertido se habrá generado un valor económico agregado (EVA) para los accionistas.

Formula: **WACC = Ke E/(E+D) + Kd (1-T) D/(E+D)**

Tabla X: Costo de Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	**Modelo CAPM**	**Fuente**
Rendimiento del Mercado USA (S&P 500) (RM)	11.42%	Damodaran 2006-2015
Tasa Libre de Riesgo USA (T-Bonds) (TLR)	5.18%	Damodaran 2006-2015
Beta Desapalancada (BD)	0.63	Damodaran Procesamiento de Alimentos
Porcentaje de Endeudamiento (%D)	61.2%	
Porcentaje de Aporte Propio (%E)	38.8%	
Riesgo País (RP)	1.31%	BCR Promedio 2006-2017
Tasa de Impuesto a la Renta (TImpR)	28.50%	Vigente para fines del 2021
Beta Apalancada, calculada con la fórmula: BA = BD*{[1+(%D/%E)]*(1-TImpR)}	1.16	
Costo de Oportunidad Modelo CAPM Ke = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP	**13.73%**	
Costo de la Deuda (CD)	29.1%	
Costo Efectivo de la Deuda (CD*(1-TImpR))	20.8%	
Costo Promedio Ponderado de Capital WACC {Ke*[E/(E+D)]}+{CD*(1-TImpR)*[D/(E+D)]}	**18.05%**	

10.2. Evaluación Económica Financiera

10.2.1. Indicadores de Rentabilidad

Tabla X: Resumen Flujo de Caja Económico y Financiero

CONCEPTO	**Año 0**	**2018**	**2019**	**2020**
FLUJO ECONOMICO	**(351,960)**	**186,713**	**300,162**	**669,707**
FLUJO FINANCIERO	**(209,871)**	**127,001**	**237,630**	**603,449**

Es preciso remarcar que:

- Si la TIR es menor que la tasa de descuento (WACC), el proyecto debe rechazarse.

- Cuando la TIR es mayor que el costo promedio ponderado de capital, conviene realizar el proyecto.
- Cuando la TIRE es igual a la tasa de descuento (WACC), es indiferente llevar a cabo el proyecto.

a. VANE y VANF,

VANE	**428,680**
VANF	**495,780**

b. TIRE y TIRF

TIRE	**69.5%**
TIRF	**94.6%**

Con el valor obtenido notamos que la TIRE de 63.0% es mayor que el costo promedio ponderado de capital WACC 24.33% por lo que es conveniente realizar la inversión.

c. TIR modificado

TIRME	**51.1%**
TIRMF	**68.8%**

Considerando la tasa del RM y TLR para las Reinversiones:

d. Periodo de Recuperación descontado

Tabla X: Periodo de Recuperación Económico

Flujo Económico Descontado	**(351,960)**	**158,165**	**215,389**	**407,086**
Acumulado	**(351,960)**	**(193,795)**	**21,594**	**428,680**

Comentario: Periodo de Recupero Económico es 1.90 años, equivalente a 2

Tabla X: Periodo de Recuperación Financiero

Flujo Financiero Descontado	**(209,871)**	**111,672**	**183,728**	**410,251**
Acumulado	**(209,871)**	**(98,199)**	**85,529**	**495,780**

Comentario: Periodo de Recupero Financiero es 1.53 años, equivalente a 1 años 6 meses

e. Análisis Beneficio/Costo (B/C)

Tabla X: Relación Costo-Beneficio

Relación B/C Económico:	**2.2**
Relación B/C Financiero:	**3.4**

10.2.2.Análisis del Punto de equilibrio

a) Costos Variables, Costos Fijos

Tabla X: Punto de Equilibrio Costos

(Montos en Soles)

Concepto	2018	2019	2020
Ventas (en Soles)	**1,962,855**	**2,485,345**	**3,021,039**
Venta en Unidades	**1,726,290**	**2,185,809**	**2,656,940**
Valor de Venta Promedio	**1.14**	**1.14**	**1.14**
Materia Prima	1,054,208	1,334,791	1,622,489
Costos Variables	**1,054,208**	**1,334,791**	**1,622,489**
Costo Variable Unitario Promedio	**0.61**	**0.61**	**0.61**
Mano de Obra Directa	132,003	132,003	132,003
Costos Indirectos	212,197	216,508	216,508
Gastos Administrativos	266,917	266,957	266,957
Gastos de Venta	180,884	196,672	212,859
Depreciación Activo Fijo	614	614	614
Amortización de Intangibles	828	828	828
Amortización Pre Operativos	6,621	6,621	6,621
Costos Fijos	**800,063**	**820,202**	**836,389**
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	**1,519,997**	**1,558,210**	**1,588,956**
Punto de Equilibrio (En Soles)	**1,728,293**	**1,771,742**	**1,806,702**

b) Estado de Resultados (costeo directo)

Tabla X: Punto de Equilibrio – Costeo Directo

Resultados (Costeo Directo)	2018	2019	2020
Ventas	1,728,293	1,771,742	1,806,702
(-) Costos Variables	(928,229)	(951,540)	(970,313)
Margen de Contribución	**800,063**	**820,202**	**836,389**
(-) Costos Fijos	(800,063)	(820,202)	(836,389)
Utilidad Operativa	**0**	**0**	**0**

c) Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades

Tabla X: Punto de Equilibrio - Unidades

Productos	2018	2019	2020
Envase de 95 gr.	785.220	804.960	820.843
Envase de 225 gr.	734.777	753.250	768.113
Total	**1,519,997**	**1,558,210**	**1,588,956**

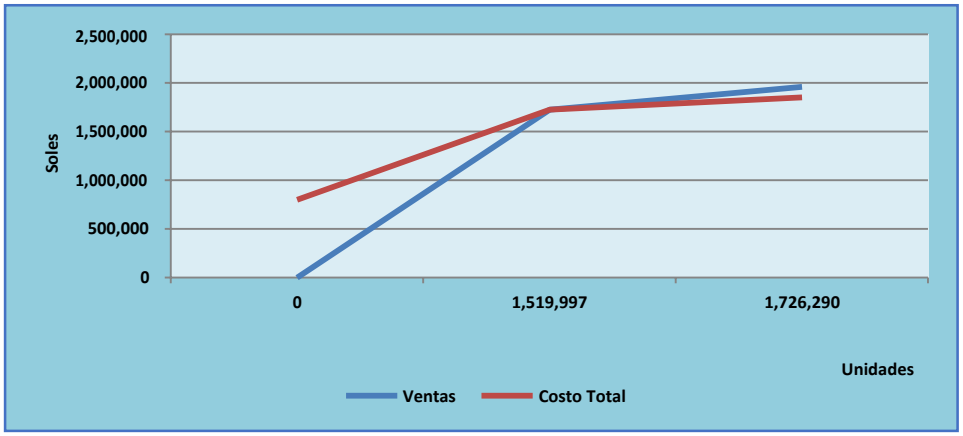
d) Estimación y análisis del punto de equilibrio en soles

Tabla X: Punto de Equilibrio - Soles

Productos	2018	2019	2020
Envase de 95 gr.	731.985	750.387	765.193
Envase de 225 gr.	996.308	1,021,355	1,041,509
Total	**1,728,293**	**1,771,742**	**1,806,702**

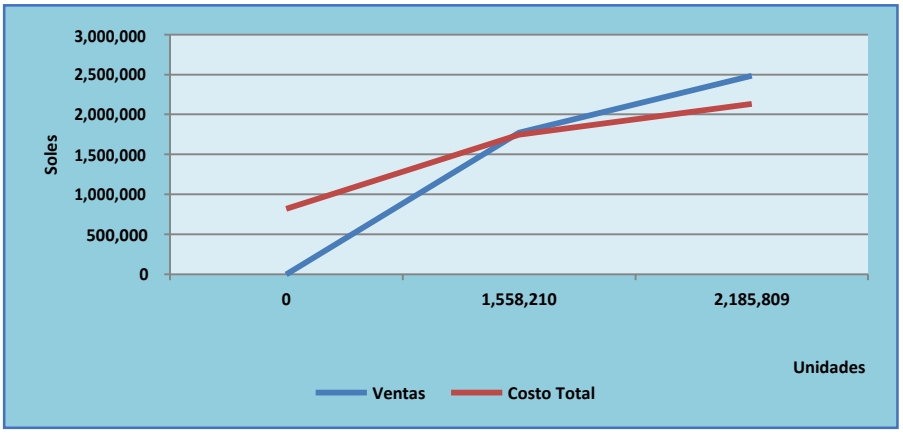
e) Punto de Equilibrio 2018

Punto de Equilibrio del año 2018				
Unidades	**Ventas**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Costo Total**
0	0	800,063	0	800,063
1,519,997	1,728,293	800,063	928,229	1,728,293
1,726,290	1,962,855	800,063	1,054,208	1,854,271



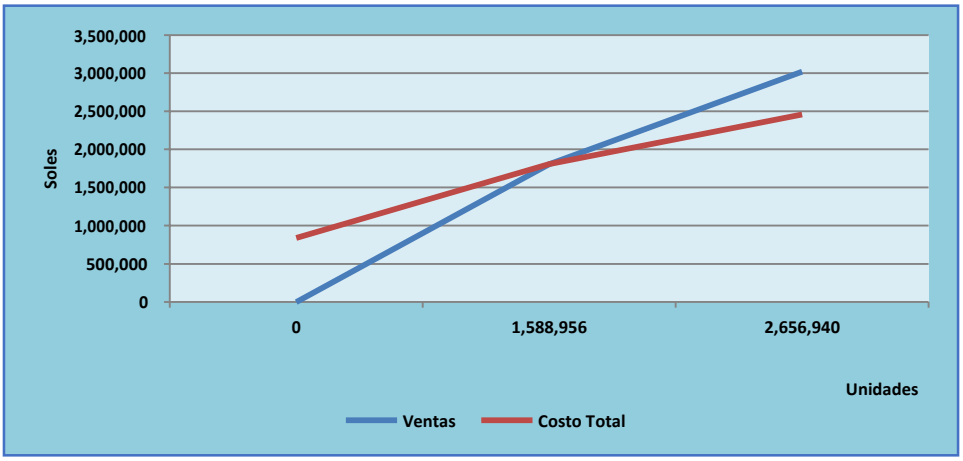
f) Punto de Equilibrio 2019

Punto de Equilibrio del año 2019				
Unidades	**Ventas**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Costo Total**
0	0	820,202	0	820,202
1,558,210	1,771,742	800,063	951,540	1,751,604
2,185,809	2,485,345	800,063	1,334,791	2,134,855



g) Punto de Equilibrio 2020

Punto de Equilibrio del año 2020				
Unidades	**Ventas**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Costo Total**
0	0	836,389	0	836,389
1,588,956	1,806,702	836,389	970,313	1,806,702
2,656,940	3,021,039	836,389	1,622,489	2,458,878



10.3. Análisis de Sensibilidad y de riesgo

a) Variables de Entrada y salida

Tabla X: Análisis de Sensibilidad a Variación de Demanda

(Montos en Soles)

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Demanda de Bienes Proyectada	**1,726,290**	**2,185,809**	**2,656,940**
Envase de 95 gr.	891,789	1,129,173	1,372,557
Envase de 225 gr.	834,501	1,056,635	1,284,384
VANE			**428,680**
TIRE			**69.55%**
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN EN LA DEMANDA			**5.60%**
VARIABLES DE SALIDA			
Nueva Demanada de Bienes	**1,629,696**	**2,063,502**	**2,508,271**
Envase de 95 gr.	841,889	1,065,990	1,295,755
Envase de 225 gr.	787,806	997,511	1,212,516
NUEVO VANE			**79,892**
NUEVO TIR			**27.99%**

Tabla X: Análisis de Sensibilidad a Variación del Precio

(Montos en Soles)

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Precio Proyectado 95 gr.	0.93	0.93	0.93
Precio Proyectado 225 gr.	1.36	1.36	1.36
VANE			**428,680**
TIRE			**69.55%**
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DEL PRECIO			**5.60%**
VARIABLES DE SALIDA			
Nuevo Precio 95 gr.	0.88	0.88	0.88
Nuevo Precio 225 gr.	1.28	1.28	1.28
NUEVO VANE			**79,892**
NUEVO TIR			**27.99%**

Tabla X: Análisis de Sensibilidad a Variación de Costos

(Montos en Soles)

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Costos Directos	**1,375,182**	**1,707,056**	**2,046,540**
Materia Prima	1,243,965	1,575,054	1,914,537
Mano de Obra Directa	131,216	132,003	132,003
VANE			**428,680**
TIRE			**69.55%**
PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LOS COSTOS			**9.59%**
VARIABLES DE SALIDA			
Nuevos Costos Directos	**1,507,087**	**1,870,794**	**2,242,840**
Materia Prima	1,363,284	1,726,130	2,098,176
Mano de Obra Directa	143,802	144,664	144,664
NUEVO VANE			**80,126**
NUEVO TIR			**27.98%**

b) Variables criticas del proyecto: posibilidades de administrar el riesgo.

Tabla X: Análisis Multidimensional

(Montos en Soles)

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL				
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**	
VARIABLES DE ENTRADA				
Demanda de Bienes Proyectada	**1,726,290**	**2,185,809**	**2,656,940**	
Precio Proyectado 95 gr.	**0.93**	**0.93**	**0.93**	
Precio Proyectado 225 gr.	**1.36**	**1.36**	**1.36**	
Costos Directos	**1,375,182**	**1,707,056**	**2,046,540**	
Materia Prima	1,243,965	1,575,054	1,914,537	
Mano de Obra Directa	131,216	132,003	132,003	
VANE			**428,680**	
TIRE			**69.55%**	
% DISMINUCIÓN EN DEMANDA Y PRECIO Y SUBIDA EN COSTOS				**2.18%**
VARIABLES DE SALIDA				
Nueva Demanada de Bienes	**1,688,580**	**2,138,061**	**2,598,901**	
Nuevo Precio 95 gr.	**0.91**	**0.91**	**0.91**	
Nuevo Precio 225 gr.	**1.33**	**1.33**	**1.33**	
Nuevos Costos Directos	**1,405,222**	**1,744,346**	**2,091,245**	
Materia Prima	1,271,139	1,609,460	1,956,359	
Mano de Obra Directa	134,083	134,886	134,886	
NUEVO VANE			**79,945**	
NUEVO TIR			**27.99%**	

c) Perfil de riesgo

Tabla X: Perfil de Riesgo

(Montos en Soles)

Variable de Entrada	Normal	Pesimista	Optimista
1. Demanda de Bienes	VANE		
	428,680	0	777,468
	Variación % en Ventas (Unidades)		
	0.00%	-5.60%	5.60%
	Ventas en 3 años (Unidades)		
	6,569,039	6,201,469	6,936,609
2. Precios	VANE		
	428,680	0	777,468
	Variación % en Precios		
	0.00%	-5.60%	5.60%
	Ventas en 3 años (Soles)		
	8,813,703	8,320,533	9,306,873
3. Costos	VANE		
	428,680	0	777,233
	Variación % en Costos		
	0.00%	9.59%	-9.59%
	Costos en 3 años (Soles)		
	5,128,778	5,620,721	4,636,834

11. Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones:

- El presente proyecto se analizó con una proyección de 3 años, el cual si nos generó buenos resultados ya que el mercado en donde se implementara es grande y está en constante crecimiento demográfico.
- La empresa SPELT SRL ofrecerá al mercado la crema de ají de cocona llamada SHAPIKA en 2 tamaños: de 95gr y 225 gr.
- Se tiene claro que nuestro principal mercado para este proyecto son los niveles socioeconómicos B y C de las zonas 2, 4, 5 y 6, ya que son las zonas con mayor densidad poblacional y las cuales están abiertos a probar nuevos sabores.
- El mercado objetivo al cual nos estamos dirigiendo siempre está en busca de satisfacer sus necesidades y las otras marcas del mercado no las satisfacen, por lo cual la producción de la empresa SPELT SRL sea bien aceptada.
- La producción de la marca SHAPIKA será según los resultados de las encuestas y proyección de ventas, la cual se dividirá en la presentación de 95gr será el 52% y la presentación de 225 gr será el 48 %.
- El precio de cada presentación de crema de ají de cocona fue en base al promedio del mercado de los productos similares al nuestro y también se tomó en cuenta los resultados de las encuestas realizadas.
- Las proyecciones realizadas para las ventas se van incrementando en los 3 años de ejecución del proyecto lo cual significa que el producto fue aceptado en el mercado.
- La inversión total del proyecto es de s/. 232,219 soles el cual se divide de la siguiente manera: El financiamiento será: el 38.8% será aporte propio el cual asciende en s/. 90,129 soles y el saldo de 61.2% será por medio del financiamiento de la Caja Huancayo, el cual asciende en s/. 142,089 soles.
- Se recomienda ampliar el periodo de evaluación del proyecto a 5 años ya que la inversión en los activos e implementación de la empresa es considerable y el periodo de depreciación de los mismos es mayor a los 3 años proyectados del proyecto.

- El punto de equilibrio del primer año de ejecución del proyecto es de S/. 1’962,855 el cual representa 1’726,290 unidades.
- Los resultados de los indicadores de rentabilidad indican que implementar la empresa SPELT SRL y ejecutarla es factible ya que la TIR E es de 69.5% la cual es mayor al WACC de 18.05 % generado por el proyecto, también se tiene presente la TIR F el cual es de 94.6% la cual es mayor al costo de oportunidad del inversionista.
- El VAN F esperado asciende en s/. **495,780**, al ser este resultado mayor que 0 se concluye que el proyecto es viable.

11.2. Recomendaciones:

- Se debe tener en cuenta que la capacidad instalada de la planta se puede incrementar ya que los resultados obtenidos solo son proyecciones y la necesidad de producción puede aumentar en el caso que el producto sea muy bien aceptado.
- Revisar la posibilidad de introducir nuestro producto en nuevo mercado (a nivel de lima Metropolitana), ya que por tener un sabor distinto y de fácil acceso se podrá vender en mayores cantidades y esto aumentaría la demanda de producción y ventas.
- Cuando la empresa se encuentre consolidada en el mercado se debe tener presente la diversificación de nuestros productos para ofrecer al consumidor final y esto ampliaría nuestro margen de ganancia.
- Realizar constantes investigaciones de mercado para conocer qué es lo nuevo que desean adquirir nuestros clientes en cuanto a sabores y procedencia de los productos.
- Estudiar la posibilidad de una mayor inversión en Marketing a fin de alcanzar las proyecciones de ventas y la penetración del mercado.

12. XII. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

12.1. BIBLIOGRAFÍA

- David (2008). Matriz de fortalezas-debilidades-oportunidades-amenas (FODA). En ***Conceptos de Administración Estratégica*** (Décima Primera Edición). Pearson Educación, p. 221.
- Previsto Turístico: “Asociación de Productores de Cocona del Valle de Previsto Padre Abad, Ucayali, Perú“. (2017). Recuperado de: http://previstoturistico.es.tl/Proveedor-de-Nectar-de-Cocona.htm el 01 de abril de 2017 a las 11:22AM.
- Seis beneficios para consumir la cocona: recuperado de :http://www.wapa.pe/salud/2015-07-26-seis-beneficios-para-consumir-cocona
- Beneficios de Ají Charapita: Capsicum Frutescens: recuperado de https://selvanet20.blogspot.pe/2010/08/aji-charapita-capsicum-frutescens.htgr
- Anon, (2017). [online] Available at: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2016/nota-informativa-2016-09-23.pdf
- Anon, (2017). [online] Available at: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Cuela, R. (2017). *Cuadros Anuales Históricos*. [online] Bcrp.gob.pe. Available at: http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.htgr
- Inei.gob.pe. (2017). *Esperanza de vida de población peruana aumentó en 15 años en las últimas cuatro décadas*. [online] Available at: https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/esperanza-de-vida-de-poblacion-peruana-aumento-en-15-anos-en-las-ultimas-cuatro-decadas-8723/ [Accessed 3 Apr. 2017].
- Inei.gob.pe. (2017). *PERU Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI*. [online] Available at:

https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/.

- Gestion. (2017). *tipo de cambio*. [online] Available at: http://gestion.pe/noticias-de-tipo-cambio-183 [Accessed 3 Apr. 2017].
- Anon, (2017). [online] Available at: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2016/nota-informativa-2016-09-23.pdf [Accessed 3 Apr. 2017].
- datosmacro.com. (2017). *Perú: Economía y demografía 2017*. [online] Available at: http://www.datosmacro.com/paises/peru [Accessed 3 Apr. 2017].
- FAO 2006, Ficha Técnica: Cocona, Revisado el 25-11-13 a las 10:00 p.m., Disponible en: http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/ae620s/pfrescos/COCONA.HTM
- David (2008). Matriz de fortalezas-debilidades-oportunidades-amenas (FODA). En ***Conceptos de Administración Estratégica*** (Décima Primera Edición). Pearson Educación, p. 221.
- Previsto Turístico: “Asociación de Productores de Cocona del Valle de Previsto Padre Abad, Ucayali, Perú“. (2017). Recuperado de: http://previstoturistico.es.tl/Proveedor-de-Nectar-de-Cocona.htm el 01 de abril de 2017 a las 11:22AM.
- Seis beneficios para consumir la cocona: recuperado de: http://www.wapa.pe/salud/2015-07-26-seis-beneficios-para-consumir-cocona
- Beneficios de Ají Charapita: Capsicum Frutescens: recuperado de https://selvanet20.blogspot.pe/2010/08/aji-charapita-capsicum-frutescens.htgr
- Superficie. Recuperado de: http://www.datosmacro.com/paises/peru

- Población. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/
- Esperanza de vida. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/esperanza-de-vida-de-poblacion-peruana-aumento-en-15-anos-en-las-ultimas-cuatro-decadas-8723/
- PBI. Recuperado de: http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.htgr
- Tasa de inflación. Recuperado de: http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.htgr
- Tipo de cambio. Recuperado de: http://gestion.pe/noticias-de-tipo-cambio-183
- Riesgo País. Recuperado de: http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2016/nota-informativa-2016-09-23.pdf
- Leyes. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Tipo de cambio, recuperado de: http://gestion.pe/noticias-de-tipo-cambio-183
- Población desde 2003 al 2015, recuperado de http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2003-2004-LIMA.pdf
- Población, recuperado de: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_201608_01.pdf
- Tamaño muestral, recuperado de: http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra

- NSE Lima Metropolitana, recuperado de: http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2015.pdf

12.2. ANEXOS

ANEXO 1 : formulario de encuesta

ENCUESTA CREMA DE AJI

1. Marque su género
   Femenino
   Masculino

2. En qué rango de edad de encuentra
   15 a 25 años
   26 a 36 años
   37 a 47 años
   48 a 58 años
   59 a más

3. ¿En qué distrito vives?
   ZONA 2 (Independencia - Los Olivos- SMP)
   ZONA 4 (Cercado - Rímac -Breña -La Victoria)
   ZONA 5 (ATE - Chaclacayo -Lurigancho - Sta. Anita - San Luis -Agustino)
   ZONA 6 (Jesús María - Lince -Pueblo Libre - Magdalena – San Miguel)

4. ¿-consume salsa picantes en sus comidas diarias?
   SI NO

5. ¿Con qué frecuencia consume salsas picantes??
   1-2 veces por semana
   3-4 veces por semana
   5-6 veces por semana

6. ¿compra el ají o lo prepara?
   La compro ( ) la preparo ( )

7. Elija la opción que le parece importante al momento de comprar una crema de ají :
   Sabor
   Presentación
   Ingredientes
   Precio
   Envase

8. ¿Dónde acostumbra comprar el ají?
   Supermercados
   Tiendas cerca a su casa
   Mercado cerca a su casa
   Bodega de la esquina
   Otros……..….

9. ¿Con qué frecuencia compra crema de ají?
   1 vez por semana
   2 veces por semana
   Más de tres veces por semana

10. ¿Qué crema de ají consumes?
    UCHUCUTA
    TARI
    AJI CRIOLLO
    CREMA DE ROCOTO
    OTROS

11. En qué momento del día consumes ají?
    - Desayuno
    - Almuerzo
    - Cena

12. ¿En qué tamaño compras la crema de ají?
    - Pequeña
    - Mediana
    - Grande

13. ¿Cuál es el precio que paga por la crema de ají?
    - S/ 1 a S/ 2
    - S/ 3 a S/ 4
    - S/ 5 a más

14. ¿Por qué consume crema de ají?
    - Por el sabor
    - Por el picante
    - Por costumbre
    - Por adicción

15. ¿ha probado algún de ají de la selva?
    - SI
    - NO

16. ¿Conoces algunos de estos tipos de ajíes de la selva?
    - AJI DE COCONA
    - AJI CHARAPITA
    - PINCHITO DE MONO
    - AJI DE CASTAÑA
    - OTROS

17. ¿Qué nombre le parece más representativo para este nuevo producto?
    - SHAPIKA
    - DE LA SELVA SU AJI
    - LA COCOTERA
    - SACHA-AJI

18. ¿Le gustaría consumir una crema de ají de cocona para acompañar sus comidas?
    - Si
    - No

19. ¿Con qué frecuencia consumiría crema de ají de cocona?
    - 1 vez por semana
    - 2 veces por semana
    - Más de tres veces por semana

20. ¿En qué tamaño le gustaría adquirir la crema de ají de cocona?
    - Pequeña
    - Mediana
    - Grande

21. ¿En cuanto al envase ¿Qué tipo prefiere?
    - Vidrio
    - Sachet

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en un envase de 95gr?
    - 1.00 1.20 1.40 1.50

23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en un envase de 225gr?
    2.20 2.40 2.50 2.70

24. ¿Cuál es el atributo que consideraría más importante en la crema de ají de cocona?
    Por lo exótico
    Por Sabor
    Por el picante

25. Donde le gustaría adquirir la crema de ají de cocona
    Supermercados
    Tiendas cerca a su casa
    Mercado cerca a su casa
    Bodega de la esquina
    Otros……..….

26. A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir enterarse de la crema de ají de cocona
    Página web
    Redes sociales
    Anuncios

27. ¿Con qué frecuencia compraría crema de ají de cocona?

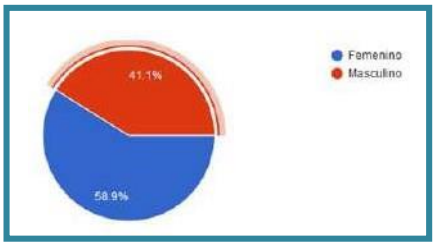
    1 vez por semana
    2 veces por semana
    Más de 3 veces por semana

28. ¿Cuántas veces al día consumiría crema de ají de cocona?
    Desayuno
    Almuerzo
    Cena

29. ¿Cuántas unidades compraría de crema de ají de cocona?
    1 unid por semana
    2 unid por semana
    3 unid por semana
    Más de 4 unid por semana

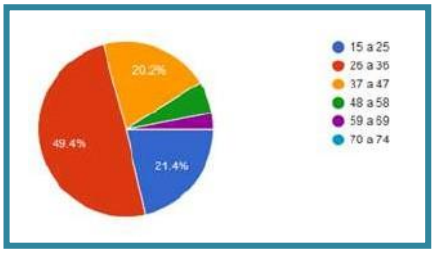
ANEXO 2: Resultado general de la encuesta

1. Marque su género



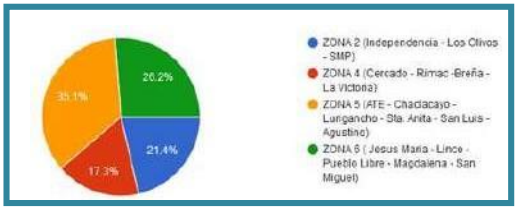
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Femenino	227	59%
Masculino	158	41%
TOTAL	**385**	**100%**

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?



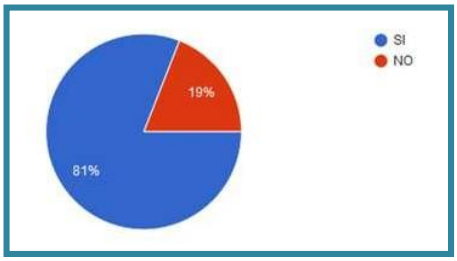
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
15 a 25	84	22%
26 a 36	189	49%
37 a 47	77	20%
48 a 58	23	6%
59 a 69	12	3%
70 a más	-	-
TOTAL	**385**	**100%**

3. ¿En qué distrito vives?



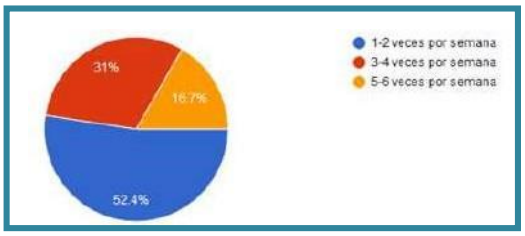
Respuesta	Cantidad de Respuesta	Porcentaje
Zona 2	178	46%
Zona 4	48	12%
Zona 5	141	37%
Zona 6	18	5%
TOTAL	**385**	**100%**

4. ¿Consumes ají para acompañar tus comidas diarias?



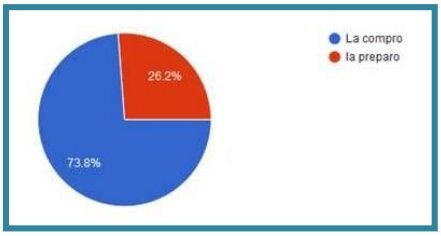
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	312	81%
No	73	19%
TOTAL	**385**	**100%**

5. ¿Con qué frecuencia consume salsas picantes?



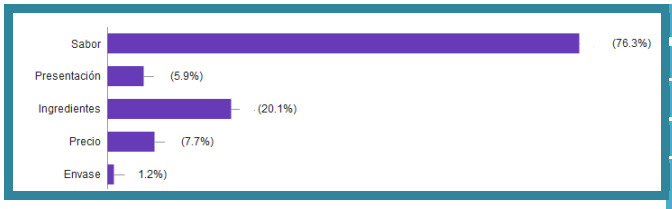
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 a 2 veces por semana	201	52%
3 a 5 veces por semana	119	31%
5 a 6 veces por semana	66	17%
TOTAL	**385**	**100%**

6. ¿Compra el ají o lo prepara?



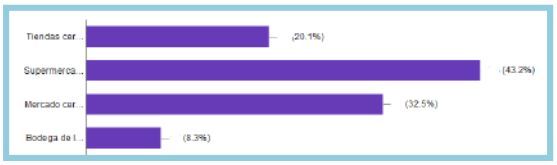
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
La compro	285	74%
La preparo	100	26%
TOTAL	**385**	**100%**

7. Elija la opción que le parece importante al momento de comprar una crema de ají. (respuesta múltiple)



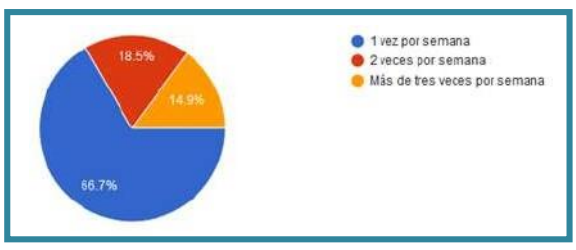
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sabor	294	76%
Presentación	23	6%
Ingredientes	77	20%
Ingredientes	30	8%
Precio	5	1%
TOTAL	**428**	**111%**

8. ¿Dónde acostumbra comprar el ají? (Respuesta múltiple)



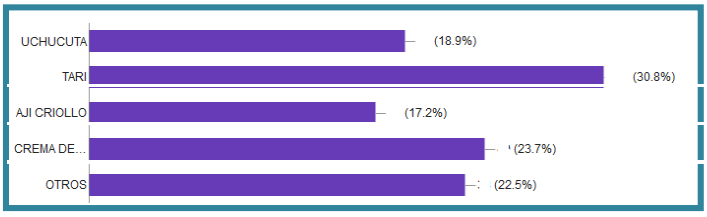
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Tiendas cerca a su casa	77	20%
Supermercados	166	43%
Mercado cerca a su casa	125	33%
Bodega de la esquina	32	8%
TOTAL	**401**	**104%**

9. ¿Con qué frecuencia compra crema de ají?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	255	66%
2 veces por semana	73	19%
Más de 3 veces por semana	57	15%
TOTAL	**385**	**100%**

10. ¿Qué crema de ají consumes? (Respuesta múltiple)

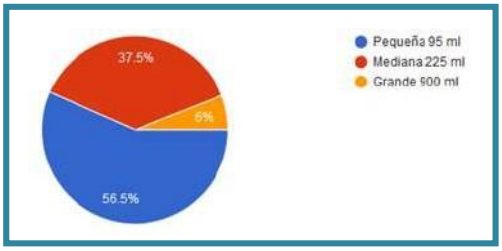


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Uchucuta	73	19%
Tari	119	31%
Ají Criollo	66	17%
Crema de Rocoto	91	24%
Otros	87	23%
TOTAL	**435**	**113%**

11. ¿En qué momento del día consumes ají? (Respuesta múltiple)

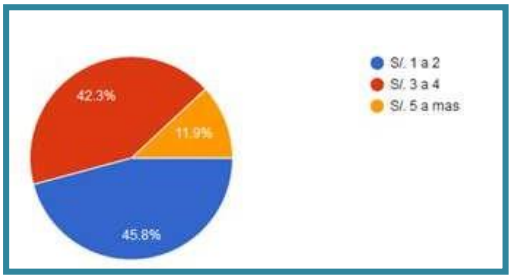
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Desayuno	2	1%
Almuerzo	365	95%
Cena	50	13%
TOTAL	**417**	**108%**

12. ¿En qué tamaño compras las cremas de ají?



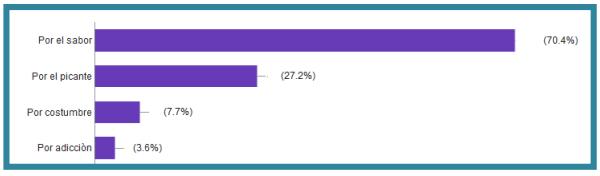
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Pequeña 95 gr	216	56%
Mediana 225 gr	146	38%
Grande 900 gr	23	6%
TOTAL	**385**	**100%**

13. ¿Cuál es el precio que paga por la crema de aji?



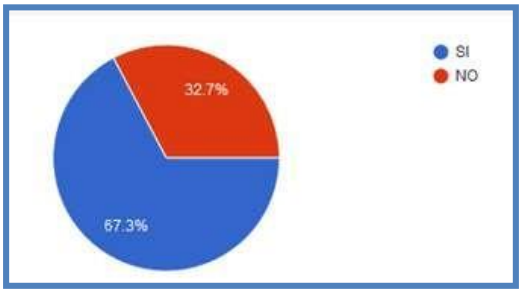
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
S/ 1.00 a 2.00	178	46%
S/ 3.00 a 4.00	162	42%
S/ 15.00 a más	45	12%
TOTAL	**385**	**100%**

14. ¿Por qué consume crema de ají? (Respuesta múltiple)



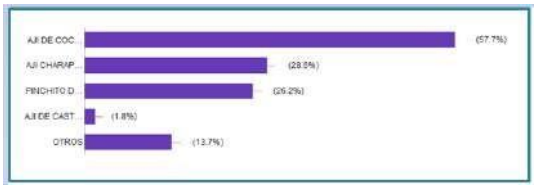
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Por el sabor	271	70%
Por el picante	105	27%
Por costumbre	30	8%
Por adicción	14	4%
TOTAL	**419**	**109%**

15. ¿Ha probado algún tipo de ají de la selva?



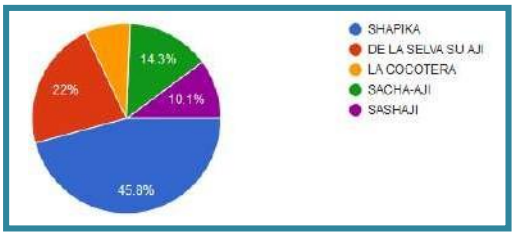
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	260	67%
No	125	33%
TOTAL	**385**	**100%**

16. ¿Conoces alungos de estos ajíes de la selva? (Respueta múltiple)



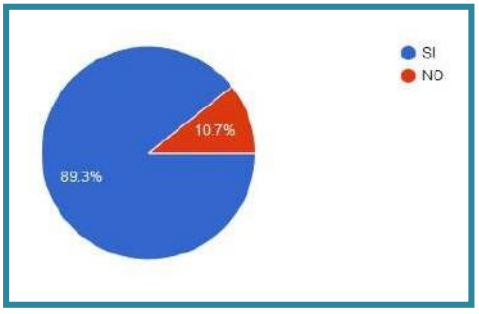
Respuesta	Cantidad de Respuesta	Porcentaje
Ají de cocona	222	58%
Ají charapita	110	29%
Pinchito de mono	101	26%
Ají de castaña	7	2%
Otros	53	14%
TOTAL	493	128%

17. ¿Qué nombre le parece más representativo para este nuevo producto?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Shapika	176	46%
De la selva su ají	85	22%
La cocotera	31	8%
Sacha-ají	54	14%
Sashaji	39	10%
TOTAL	**385**	**100%**

18. ¿Le gustaría consumir una crema de ají de cocona para acompañar sus comidas?

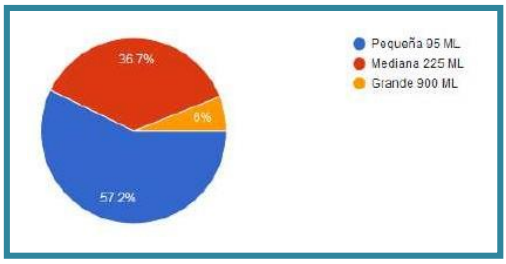


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	344	89%
No	41	11%
TOTAL	**385**	**100%**

19. ¿Con qué frecuencia consumiría crema de ají de cocona?

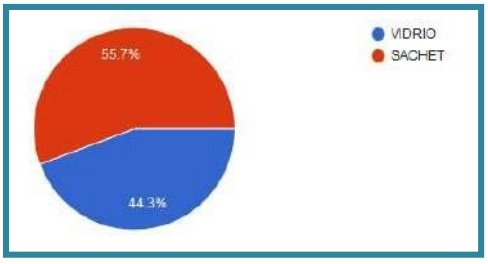
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	197	51%
2 vez por semana	100	26%
Más de tres veces por semana	88	23%
TOTAL	**385**	**100%**

20. ¿En qué tamaño le gustaría adquirir la crema de ají de cocona?



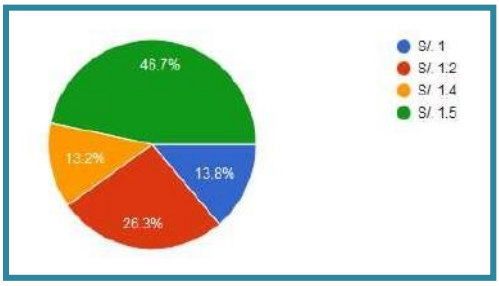
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Pequeña 95 gr	220	57%
Mediana 225 gr	141	37%
Grande 900 gr	23	6%
TOTAL	**385**	**100%**

21. En cuanto al envase ¿Qué tipo prefiere?



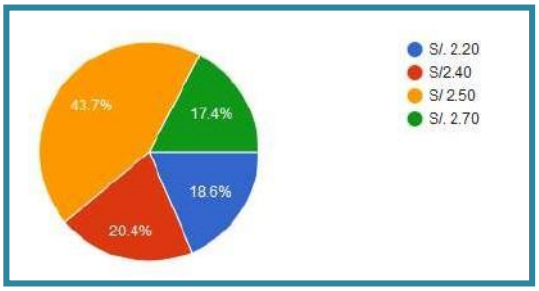
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Vidrio	171	44%
Sachet	214	56%
TOTAL	**385**	**100%**

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en eun envase de 95 gr?



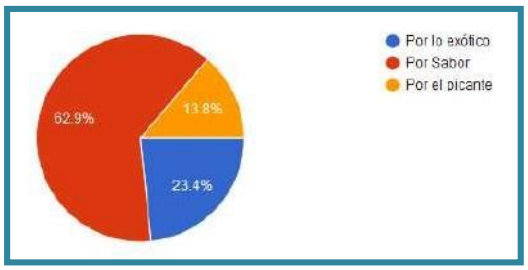
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
S/ 1.00	53	14%
S/ 1.20	101	26%
S/ 1.40	51	13%
S/ 1.50	180	47%
TOTAL	**385**	**100%**

23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella en eun envase de 225 gr?



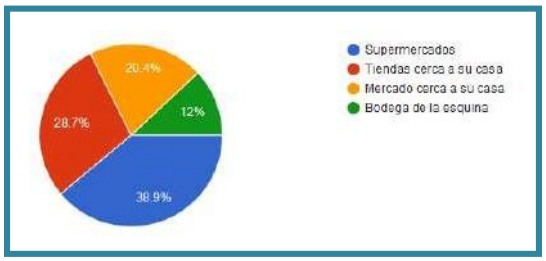
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
S/ 2.20	72	19%
S/ 2.40	79	20%
S/ 2.50	168	44%
S/ 2.70	67	17%
TOTAL	**385**	**100%**

24. ¿Cuál es el atributo que consideraría más importante en la crema de ají de cocona



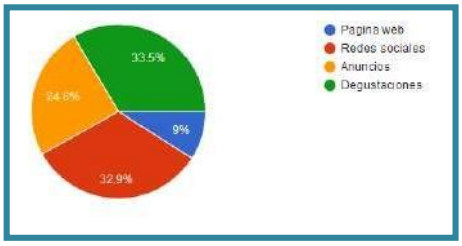
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Por lo exótico	90	23%
Por el sabor	242	63%
Por el picante	53	14%
TOTAL	**385**	**100%**

25. ¿Dónde le gustaría adquirir la crema de ají de cocona?



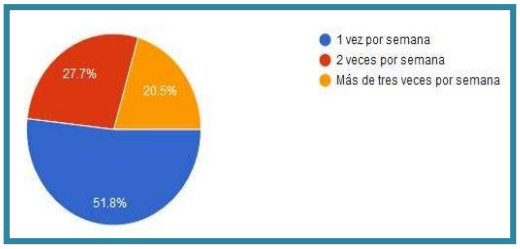
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	150	39%
Tiendas cerca a su casa	110	29%
Mercado cerca a su casa	79	20%
Bodega de la esquina	46	12%
TOTAL	**385**	**100%**

26. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la crema de ají de cocona?



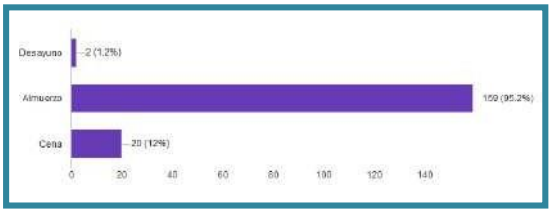
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Página web	35	9%
Redes sociales	127	33%
Anuncios	95	25%
Degustaciones	129	34%
TOTAL	**385**	**100%**

27. ¿Con qué frecuencia compraría la crema de ají de cocona?



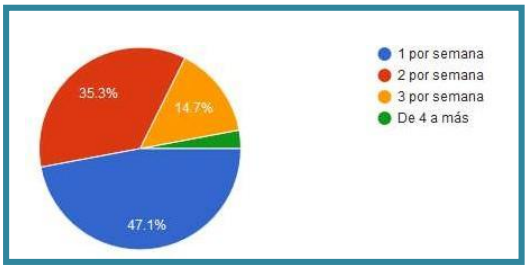
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	199	52%
2 vez por semana	107	28%
Más de tres veces por semana	79	11%
TOTAL	**385**	**100%**

28. ¿Cuántas veces al día conusmíra crema de ají de cocona? (respuesta mútiple)



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Desayuno	5	1%
Almuerzo	365	95%
Cena	79	12%
TOTAL	**417**	**108%**

29. ¿Cuántas unidades comprarias de crema de ají de cocona?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	181	47%
2 vez por semana	136	35%
3 vez por semana	57	15%
De 4 a más	12	3%
TOTAL	**385**	**100%**

Anexo 3: Planillas

SPELT SRL	**PERFIL DE PUESTO**	**DATA 11.05.17**
CARGO: GERENTE GENERAL		**Pág. 164**
6.1. ÁREA A CARGO: GERENCIA GENERAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Lograr el posicionamiento de la compañía, liderando su crecimiento y velando por la ejecución de la estrategia y cumplimiento de metas; sustentado en principios éticos y responsabilidad social.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Dirigir, coordinar y supervisar las normas para el correcto desarrollo de las actividades de la empresa.
2. Remover y celebrar los contratos de los empleados de la empresa.
3. Supervisar los estudios correspondientes para atraer más proveedores a la empresa, y así hacer que la cartera de productos aumente.
4. Representar a la empresa como persona jurídica.
5. Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos.
6. Adaptar los reglamentos y manuales de funciones necesarias para el buen funcionamiento de la empresa.

3. DATOS GENERALES

Edad	Indiferente
Sexo	Indiferente
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Titulado en: Ingeniería, Administración, Marketing, Economía
4.1- Años y tipo de experiencia	5 años de experiencia en Gerencia General, Comercial o de Finanzas; en empresas grandes.
4.2- Otros conocimientos	1. Nivel intermedio en aplicaciones informáticas de oficina. 2. Marketing. 3. Conocimiento intermedio de productos alimenticios. 4. Conocimiento intermedio de proceso productivo de alimentos. 5. Gestión de Proyectos. 6. Gestión de Cadena de Suministro. 7. Evaluación de proyectos de inversión, en interpretación de la información financiera / contable. 8. Comunicación y Negociación avanzadas 9. Tablero de Mando 10. Conocimiento avanzado del mercado: clientes, competencia, proveedores.

4.3- Nivel de Inglés requerido		**Hablado**	**Escrito**	**Leído**	**Necesario para**
	Avanzado	**X**	**X**	**X**	Comunicaciones con stakeholders extranjeros
	Intermedio				
	Básico				

4.4- Toma de decisiones:			
	▪ No se toman decisiones		
	▪ Decisiones en Asuntos de Rutina		
	▪ Toma de Decisiones Limitadas		
	▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones		
	▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	**X**	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ASISTENTE DE GERENCIA		Pág. 165
ÁREA A CARGO: GERENCIA GENERAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Brindar y ejecutar las labores administrativas que requiere el Gerente General para el logro de sus objetivos y de la compañía de acuerdo a las normas generales de la empresa.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Redacción de cartas dirigidas a funcionarios internos o externos de la compañía a solicitud del Gerente General para transmisión de la información respectiva.
2. Puesto de confianza, firma pagos electrónicos y espera con esta información a la GG
3. Pago electrónico de planillas de sueldo y pago a proveedores.
4. Responsable de la administración de la caja chica.
5. Responsable de los archivos de GG.
6. Atención a las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes de la oficina.
7. Realizar los arreglos de viaje coordinando con la sede y la agencia de viajes las correspondientes aprobaciones / emisiones de tickets.
8. Distribución y selección de la correspondencia de entrada y salida, a fin de tomar acción en los casos pertinentes.
9. Control y manejo de implementos de oficina para Gerencia General.
10. Manejo de programas informáticos a nivel usuario.
11. Preparación y coordinación de reuniones internas/externas para la Gerencia General
12. Apoyar la gestión de visitas para Gerencia General.

3. DATOS GENERALES

Edad	Mayor a 25 años
Sexo	Femenino
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Técnica Superior: Secretariado / Administración
4.2- Años y tipo de experiencia	3 años de experiencia a nivel gerencial
4.3- Otros conocimientos	1. Conocimiento de administración, recursos humanos, contabilidad y finanzas. 2. Conocimientos de computación a nivel usuario.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio	X	X	X	

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	X
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	**PERFIL DE PUESTO**	**DATA 11.05.17**
CARGO: JEFE COMERCIAL		**Pág. 166**
ÁREA A CARGO: GERENCIA GENERAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Lograr el cumplimiento de los objetivos comerciales de la empresa, y la imagen establecida en los planes estratégicos del área comercial, dentro de una cultura de calidad y valores que busca la satisfacción del cliente.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Gestión de ventas y marketing en los mercados que se atiende.
2. Analizar necesidades de nuevos productos.
3. Planificar las ventas por cada canal que maneja.
4. Planificar y realizar lanzamiento de nuevos productos.
5. Evaluar niveles de rentabilidad de nuevos productos.
6. Negociar con los clientes las mejores condiciones contractuales, y una mayor llegada al mercado consumidor.
7. Gestionar el apoyo en la cobranza, de los vendedores del área.
8. Ejecutar el mercadeo de los productos de la empresa.

3. DATOS GENERALES

Edad	Indiferente
Sexo	Indiferente
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Titulado: Administración y/o Marketing
4.2- Años y tipo de experiencia	2 años en puestos similares, recomendable en consumo masivo
4.3- Otros conocimientos	1 Nivel intermedio en aplicaciones informáticas de oficina. 2 Haber asistido a seminarios de Técnicas de Ventas, Negociación, Aspectos Legales en Ventas, Marketing. 3 Conocimiento básico de productos alimenticios. 4 Conocimiento intermedio de costos fijos y variables. 5 Conocimiento avanzado de venta vertical y directa, procedimiento de venta, institucional y licitaciones.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	**Escrito**	**Leído**	**Necesario para**
Avanzado				Información relevante para sus funciones.
Intermedio				
Básico	X	X	X	

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	X
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ASISTENTE COMERCIAL		**Pág. 167**
ÁREA A CARGO: COMERCIAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

1. Canaliza los procesos de facturación y despacho brindando un buen servicio al cliente en todas las operaciones involucradas (vender, cotizar, procesar O/C y seguimiento de pedidos) y realizando coordinaciones con el equipo de ventas.
2. Elabora el programa de mercadeo y coordina con los proveedores y terceros el plan de publicidad.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Atención de pedidos.
2. Atención al público que visita (cotizaciones, pedidos, etc.).
3. Recepción de O/C y convertirlas en pedidos.
4. Coordinación con el equipo de ventas.
5. Actividades administrativas (coordinaciones con créditos y cobranzas, etc.).
6. Brindar apoyo en gestión de reclamos.
7. Atender trámites, devoluciones.
8. Atender los requerimientos de los vendedores.
9. Coordinar con el área de producción la compra de productos e insumos para atender su demanda.
10. Analiza las necesidades de las áreas de ventas.
11. Elaboración del material promocional y merchandising.
12. Priorización de actividades gráficas.
13. Elaboración de material gráfico.

3. DATOS GENERALES

Edad	Entre 23 a 45 años
Sexo	Indiferente
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Técnica Superior: Administración de Empresas
4.2- Años y tipo de experiencia	2 años de experiencia en compras, marketing y servicio al cliente.
4.3- Otros conocimientos	1. Manejo de PC a nivel usuario, sistemas operativos (Word, Excel, Power Point, Photoshop, Corel Draw, Internet). 2. Técnicas de venta. 3. Conocimientos de Marketing.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Intermedio			**X**	
Básico	**X**	**X**		

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
▪ Toma de Decisiones Limitadas	X
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: VENDEDOR		**Pág. 1**
ÁREA A CARGO: COMERCIAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

1 Vendedor encargado de generar las ventas en las bodegas y mayoristas de su zona de trabajo.
2 Manejo de créditos y cuentas por cobrar de sus respectivos clientes.
3 Encargado de la ejecución del material de merchandising en su zona de trabajo.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1 Generar las ventas de todos los productos de la compañía en su zona de trabajo.
2 Desarrollo de nuevos clientes en la zona de trabajo asignada.
3 Realizar las cobranzas de sus respectivas cuentas en su zona de trabajo, así como proporcionar los estados de cuenta y asesorar en el pago de las mismas.
4 Debe encargarse de la correcta ejecución del material de merchandising en su zona de trabajo.
5 Asesorar a sus clientes en el manejo de Inventarios adecuados y manejo del producto.
6 Brindar información de precios, descuentos, stock e información técnica del producto a sus clientes.

3. DATOS GENERALES

Edad	Entre 20 a 40 años
Sexo	Preferente Masculino
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Técnica Superior: Administración, Marketing o Ventas
4.2- Años y tipo de experiencia	2 - 3 años de experiencia en Ventas o Marketing
4.3- Otros conocimientos	1. Ventas en consumo masivo. 2. Manejo de PC a nivel usuario, sistemas operativos (Word, Excel, PowerPoint, Internet). 3. Manejo de créditos y cuentas por cobrar.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio				
Básico				

4.5- Toma de decisiones

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
▪ Toma de Decisiones Limitadas	X
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN		**Pág. 1**
ÁREA A CARGO: GERENTE GENERAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Garantizar al cliente el abastecimiento de sus requerimientos de productos terminados, en el plazo convenido y con el menor costo, mediante un uso eficiente de los recursos de planta.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Supervisar la elaboración y hacer seguimiento al programa de producción, estableciendo los índices de medición apropiados.
2. Aprobar los programas de mantenimiento preventivo y correctivo, el adecuado uso del software respectivo, así como un seguimiento y control al nivel de gastos.
3. Administrar el almacenaje de productos que se entregan a Planta para ser usados en los procesos de producción.
4. Constatar la correcta aplicación de los procedimientos respectivos para asegurar la calidad del producto y los procesos de planta.
5. Garantizar la entrega oportuna del producto, dentro de los niveles de servicio al cliente y calidad establecidos.
6. Asegurar la oportuna disponibilidad de productos.
7. Asegurar el uso eficiente de las líneas de producción, maximizando el resultado dentro de las restricciones existente.
8. Analizar los costos de producción, ver mejoras en el proceso para disminuirlos.
9. Asegurar el cumplimiento de las políticas de Seguridad y Salud Ocupacional dentro de la planta.

3. DATOS GENERALES

Edad	Indiferente
Sexo	Indiferente
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Titulado: Ingeniería
4.2- Años y tipo de experiencia	2 años en puesto similar, o Jefaturas de Producción
4.3- Otros conocimientos	1. Cursos de especialización en Logística. 2. Manejo intermedio de herramientas informáticas de oficina. 3. Conocimiento intermedio de producción alimenticia, conservas, salsas y sus líneas de producción. 4. Conocimientos intermedios de costos fijos y variables, así como costeo por procesos. 5. Planificación de materiales.

4.4- Nivel de Inglés requerido		**Hablado**	**Escrito**	**Leído**	**Necesario para**
	Avanzado				Información relevante para sus funciones
	Intermedio	**X**	**X**	**X**	
	Básico				

4.5- Toma de decisiones		
	▪ No se toman decisiones	
	▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
	▪ Toma de Decisiones Limitadas	
	▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	X
	▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ALMACENERO		Pág. 1
ÁREA A CARGO: PRODUCCIÓN		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

El objetivo del puesto es asegurar el flujo del material en el almacén. Asegurando una correcta recepción, un adecuado almacenamiento y facilitando una extracción eficiente.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Garantizar la seguridad de la mercadería, verificando su correcto almacenamiento, su correcta preservación, y asegurando que sus condiciones de almacenamiento sean las adecuadas.
2. Seguimiento del flujo del material en almacenamiento (revisión de Kardex).
3. Toma de inventarios diarios de los productos con problemas por mal despacho o recepción.
4. Toma de inventarios cíclicos y responsabilidad por el stock en caso de faltantes.
5. Recepción de la mercadería. (conteo físico y validación de documentos de recepción).
6. Acomodo y embalado de mercadería para su almacenamiento.
7. Velar por el orden y limpieza de su área de trabajo.
8. Controlar el flujo de ingreso y salidas, manteniendo el stock acorde a los movimientos.

3. DATOS GENERALES

Edad	Mayor a 20 años
Sexo	Masculino
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Secundaria completa
4.2- Años y tipo de experiencia	6 meses de experiencia en almacenes.
4.3- Otros conocimientos	1. Conocimiento de kardex 2. Manejo de ofimática (Word, Excel, Correo electrónico)

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio				
Básico				

4.5- Toma de decisiones

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	X
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ENCARGADO DE CONTROL DE CALIDAD		Pág. 171
ÁREA A CARGO: PRODUCCIÓN		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

1. Prevenir que los productos defectuosos lleguen al cliente final.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Verificar que los productos cumplan con las especificaciones técnicas correspondientes para ofrecer productos de calidad óptima.
2. Realizar la inspección por muestreo verificando visualmente el proceso de verificación del producto en todos los puntos de control.
3. Realizar los ensayos para la certificación de productos.
4. Registrar las inspecciones debidamente.
5. Controlar que los productos defectuosos estén identificados y sean retirados.
6. Realizar ensayos tipo (no rutinarios).
7. Realizar los ensayos bajo las condiciones y métodos establecidos en las normas de fabricación.
8. Responsable de los manejos de equipos, instrumentos, herramientas, etc. pertenecientes al área.

3. DATOS GENERALES

Edad	Mayor de 20 años
Sexo	Masculino
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Técnica Superior: Técnico Químico / Técnico Alimentario
4.2- Años y tipo de experiencia	Sin experiencia previa.
4.3- Otros conocimientos	1. Proceso de elaboración de alimentos y tecnología alimentaria. 2. Técnicas y procedimientos de conservación de alimentos 3. Microbiología alimentaria.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio				
Básico				

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	X
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ASISTENTE DE PRODUCCIÓN		**Pág. 172**
ÁREA A CARGO: PRODUCCIÓN		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

1. Apoyo en la labor de administrar la producción.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Supervisar que la planta se encuentre libre de obstáculos y condiciones inseguras.
2. Supervisar que el producto terminado salga con la calidad especificada.
3. Hacer respetar el horario de trabajo.
4. Manejo y supervisión del personal de planta.
5. Cumplir con los estándares de rendimiento.
6. Manejar los registros de la información de producción.
7. Elaboración de presupuestos de la producción.
8. Seguimiento al cumplimiento al programa de producción.
9. Elaborar resúmenes de la información del proceso productivo con la finalidad de tomar decisiones.

3. DATOS GENERALES

Edad	Entre 23 y 40 años.
Sexo	Indiferente.
Estado civil	Indiferente.

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Bachiller: Ingeniería Industrial
4.2- Años y tipo de experiencia	No se requiere experiencia.
4.3- Otros conocimientos	1. Manejo de sistemas operativos (Word, Excel, Power Point, Internet). 2. Conocimiento básico de producción alimenticia, conservas, salsas y sus líneas de producción.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio				
Básico				

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	X
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: OPERARIO DE PRODUCCIÓN		**Pág. 173**
ÁREA A CARGO: PRODUCCIÓN		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Operar los equipos de producción a su cargo de manera eficiente dentro de los estándares de seguridad y medio ambiente.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1 Controlar los parámetros del plan de fabricación realizando las inspecciones necesarias.
2 Registrar la documentación correspondiente a la producción.
3 Recibir la materia prima e ingredientes, aditivos y coadyuvantes, materiales auxiliares, envases y embalajes; comprobando que sean las correctas.
4 Realizar operaciones de transformación y elaboración establecidas por el plan de fabricación del producto a manufacturar:
5 Mantener la maquinaria y utensilios en condiciones idóneas garantizando su higiene.
6 Realizar los procesos de mantenimiento, limpieza, desinfección y acondicionamiento, establecidos en el plan de trabajo.
7 Registrar, identificar y segregar productos defectuosos o no conformes para su posterior análisis según los protocolos establecidos en la empresa.
8 Realizar el almacenamiento de los productos en condiciones adecuadas para asegurar su conservación y características organolépticas, después de utilizarlos en la fabricación.
9 Gestionar adecuadamente los residuos.
10 Adoptar en todo momento las medidas establecidas en la normativa de la empresa, y trabajar según las prácticas correctas de seguridad en el trabajo.

3. DATOS GENERALES

Edad	Entre 20 y 40 años
Sexo	Masculino
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Secundaria Completa
4.2- Años y tipo de experiencia	1 – 2 años en proceso productivo
4.3- Otros conocimientos	1. Conocimiento básico de producción alimenticia, conservas, salsas y sus líneas de producción.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				
Intermedio				
Básico				

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	**X**
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: JEFE ADMINISTRATIVO FINACIERO		**Pág. 174**
ÁREA A CARGO: GERENCIA GENERAL		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Gestiona los recursos financieros que se requieren para la adecuada operación del negocio, de acuerdo a los objetivos estratégicos definidos por la empresa. Es responsable por toda la información contable / financiera que se emita para los stakeholders. Asimismo, gestiona los riesgos que pueden existir en la empresa.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Asegurar la provisión de los recursos financieros oportunamente, y al menor costo del mercado, así como verificar su correcto uso por la organización.
2. Proveer información financiera y contable, oportuna y confiable.
3. Verificar el cumplimiento de las normas y procedimientos legales.
4. Establecer procedimientos internos para efectos de control de riesgos dentro de las operaciones de la empresa.
5. Gestionar la aprobación de créditos, de acuerdo a los niveles definidos.
6. Análisis de las inversiones.
7. Análisis del presupuesto de gastos.
8. Elaborar parte financiera del Plan Estratégico.

3. DATOS GENERALES

Edad	Indiferente.
Sexo	Indiferente.
Estado civil	Indiferente.

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Titulado: Economía / Administración / Contabilidad / Ingeniería Industrial / Finanzas.
4.2- Años y tipo de experiencia	2 años de experiencia en Jefatura de Finanzas o Analista de Finanzas
4.3- Otros conocimientos	1. Estudios de especialización en Finanzas. 2. Conocimiento básico del negocio de alimentos. 3. Manejo intermedio de aplicaciones informáticas de oficina. 4. Conocimientos avanzados de costos fijos, variables, así como costeo de procesos. 5. Evaluación de proyectos de inversión. 6. Estructura de capital. 7. Evaluación de créditos, planificación financiera y planeamiento tributario. 8. Análisis de flujo de caja y política de endeudamiento.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				Información relevante para el área
Intermedio	**X**	**X**	**X**	
Básico				

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	X
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	

SPELT SRL	PERFIL DE PUESTO	DATA 11.05.17
CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO		**Pág. 175**
ÁREA A CARGO: ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS		

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Colabora con el Jefe de Administración y Finanzas en la gestión los recursos financieros que se requieren para la adecuada operación del negocio.

2. FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO

1. Elaborar el flujo de caja (real y proyectado).
2. Presupuestar los planes estratégicos.
3. Gestionar los seguros de toda la empresa.
4. Programación de pagos.
5. Tramitar operativamente lo correspondiente a Transferencias Bancarias, Cartas Fianzas, Cartas de Crédito, BCR, DUA y/u otro trámite relacionado al área.
6. Procesar pagos electrónicos y pagos con cheque de acuerdo a la disponibilidad de caja.
7. Responsable de la emisión y entrega a proveedores de los Certificados de Retención.
8. Atender consultas / Informar a proveedores sobre los programas de pagos respectivos.
9. Contratación y liquidación de los colaboradores.
10. Asegurar que los colaboradores tengan los niveles adecuados de capacitación y habilidades, para sus puestos respectivos.
11. Proporcionar servicios y atención necesarios, para que los trabajadores cumplan sus funciones de la mejor manera.
12. Coordinar con las áreas involucradas para la liquidación de nómina oportuna.
13. Gestionar los servicios de intermediación o tercerización: Contador, vigilancia y limpieza.

3. DATOS GENERALES

Edad	Indiferente
Sexo	Indiferente
Estado civil	Indiferente

4. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

4.1- Educación	Bachiller: Administración, Ingeniería Industrial, Finanzas
4.2- Años y tipo de experiencia	2 años en puesto similar, o en Jefatura de Relaciones Industriales
4.3- Otros conocimientos	1. Conocimientos intermedios de costos fijos, variables, así como costeo de procesos. 2. Relaciones Industriales. 3. Nivel intermedio en aplicaciones informáticas de oficina. 4. Negociación en alto nivel.

4.4- Nivel de Inglés requerido

	Hablado	Escrito	Leído	Necesario para
Avanzado				Información relevante para su área
Intermédio	**X**	**X**	**X**	
Básico				

4.5- Toma de decisiones:

▪ No se toman decisiones	
▪ Decisiones en Asuntos de Rutina	
▪ Toma de Decisiones Limitadas	
▪ Parcial Autonomía – Toma de Decisiones	X
▪ Total Autonomía – Toma de Decisiones	