



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**EXPORTACIÓN DE QUINUA CON MANZANAS
LIOFILIZADAS**

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

**ALFRED EDWARD REYES SALAZAR –
Administración de Empresas**

**CARLOS FELIPE LUGO NAVARRO –
Negocios Internacionales**

**Asesor:
Dr. Manuel Eduardo Mejía Sasín**

**Lima – Perú
2017**

INDICE

INDICE	1
INDICE DE CUADROS	3
INDICE DE GRAFICOS	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
CAPITULO I	14
1. INFORMACIÓN GENERAL	14
1.1 Razón Social	14
1.2 Nombre Comercial	14
1.3 Horizonte de Evaluación	15
1.4 Actividad económica	15
1.5 Definición del Negocio	15
1.6 Descripción del producto o servicio	15
1.7 Composición Nutricional de la Materia Prima	17
1.8 Oportunidad de Negocio	19
1.9 Estrategia genérica de la empresa	22
CAPITULO II	23
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	23
2.1 Análisis del Macro entorno	23
2.2. Análisis del Micro entorno	41
CAPITULO III	44
3. PLAN ESTRATÉGICO	44
3.1. Visión y misión de la empresa	44
3.2 Foda	44
3.2 Objetivos	47
Matriz de Evaluación:	47
CAPITULO IV	51
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	51
CAPITULO V	97
5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	97
5.1. Estudio legal	97
5.2. Estudio organizacional	105
CAPITULO VI	121
6. ESTUDIO TÉCNICO	121
6.1. Tamaño del proyecto	121

CAPÍTULO VII	144
7. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	144
7.1. Inversiones	144
CAPITULO VIII	168
8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	168
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	168
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.	169
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	170
8.5. Flujo de Caja Financiero	173
CAPITULO IX	174
8. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	174
Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).	175
9.1. Evaluación económica financiera	176
9.1.1. Indicadores de Rentabilidad	176
9.1.1.1. VANE y VANF	176
9.1.1.2. TIRE y TIRF, TIR	178
9.1.1.3. Período de recuperación (Pay back).	179
9.1.1.4. Análisis Beneficio/Costo (B/C).	179
9.1.2. Análisis del punto de equilibrio	180
9.1.2.1. Costos variables, Costos fijos.	180
9.1.1.1. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades y nuevos soles	180
9.2. Análisis de sensibilidad y de riesgo	182
9.2.1. Variables de entrada.	182
9.2.2. Variables de salida.	182
9.2.3. Análisis unidimensional.	182
9.4.2. Análisis multidimensional	183
9.4.3. Variables críticas del proyecto.	183
9.4.4. Perfil de riesgo.	183
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	184
BIBLIOGRAFÍA	185
ANEXOS	188
DEFINICIÓN DE SIGLAS	191
FUENTES DE INFORMACION	192

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Composición química precocida y valor nutricional 100 gr – Quinua	17
Cuadro N° 02: Composición química y valor nutricional 100 gr – Manzana	18
Cuadro N° 03: Importaciones de Quinua en kilos y dólares al estado de California año 2015	36
Cuadro N° 04: Importaciones de Quinua en dólares al estado de California año 2015	37
Cuadro N° 05: Consumo per-cápita de quinua en california	37
Cuadro N° 06: Exportaciones de Quinua en kilos y en dólares de Perú y Bolivia año 2015	37
Cuadro N° 07: Matriz de Evaluación de Factores Internos – MEFI	48
Cuadro N° 08: Matriz de Evaluación de Factores Externos – MEFE	49
Cuadro N° 09: Formato de la matriz del perfil competitivo (MPC)	50
Cuadro N° 10: Segmentación Industrial	51
Cuadro N° 11: Importaciones de quinua en Los Ángeles, San Francisco y San Diego.	52
Cuadro N° 12: Segmentación poblacional	54
Cuadro N° 13: Marco Muestral	58
Cuadro N° 14: Mercado potencial año 2016	76
Cuadro N° 15: Mercado potencial año 2017	76
Cuadro N° 16: Mercado potencial año 2018	76
Cuadro N° 17: Mercado potencial año 2019	77
Cuadro N° 18: Mercado potencial año 2020	77
Cuadro N° 19: Mercado potencial año 2021	77
Cuadro N° 20: Resumen del mercado potencial año 2017 – 2021	77
Cuadro N° 21: Mercado disponible año 2017 – 2021	78
Cuadro N° 22: Mercado disponible año 2017 – 2021	78
Cuadro N° 23: Mercado efectivo año 2017 – 2021	79
Cuadro N° 24: Resumen de Mercado	79
Cuadro N° 25: Estimación de mercado objetivo	80
Cuadro N° 26: kilogramos importados de quinua en california y población con ingresos familiares mayores a 100.000 Dólares.	80
Cuadro N° 27: Frecuencia de compras	81
Cuadro N° 28: Frecuencia de compras según encuesta	81
Cuadro N° 29: Medición de Mercado (Cantidad de ventas monetarias en el mercado)	82
Cuadro N° 30: Importaciones de Quinua Peruana y Bolivia en Dólares y Kilogramos en california.	84
Cuadro N° 31: Pronostico de importaciones en california	84
Cuadro N° 32: pronostico de ventas usando regresión lineal	85
Cuadro N° 33: ventas proyectadas en dólares por contenedores	85
Cuadro N° 34: ventas proyectadas con la cuantificación de la demanda	86
Cuadro N° 35: envió de contenedores y ventas anuales	86
Cuadro N° 36: FOB \$ POR vaso de quinua (64 gramos)	89
Cuadro N° 37: Aporte de Capital Social	97
Cuadro N° 38: Resumen de inversiones de constitución	105
Cuadro N° 39: Tiempos establecidos por servicios Tercerizados	107
Cuadro N° 40: Descripción de puestos – Gerente General	108
Cuadro N° 41: Descripción de puestos – Gerente de logística y compras	109
Cuadro N° 42: Descripción de puestos – Gerente de marketing y ventas de comercio exterior	110
Cuadro N° 43: Descripción de puestos – Gerente de finanzas	111
Cuadro N° 44: Descripción de puestos – Contador	112
Cuadro N° 45: Descripción de actividades de los servicios Tercerizados.	113
Cuadro N° 46: Insumos por un contenedor en kilos	114
Cuadro N° 47: Contrataciones	116
Cuadro N° 48: Beneficios Sociales y Estructura	117
Cuadro N° 49: Gastos por servicios Tercerizados por años	119
Cuadro N° 50: Cargo y Horario de puestos de trabajo.	120
Cuadro N° 51: Envío de contenedores de nuestra empresa	126
Cuadro N° 52: Producción Anual	126
Cuadro N° 53: Contenido de cada vaso de quinua 64g	127
Cuadro N° 54: Insumos de un contenedor por gramos y kilos	127
Cuadro N° 55: Días para el diseño de la matriz de vasos y elaboración:	128
Cuadro N° 56: costo indirecto de fabricación (Vasos)	129
Cuadro N° 57: Rendimiento de quinua limpia de saponina	129
Cuadro N° 58: Costo de quinua lima de saponina en kilos	129
Cuadro N° 59: Cuadros de servicios de pre-tostado y mezcla	130
Cuadro N° 60: Costos de Producción 1 vaso de 12 onzas	130
Cuadro N° 61: Programa de compras de materias primas e insumos y servicio Tercerizado en soles sin IG.V.	131
Cuadro N° 62: Costo Total De Producción Para 25200 Vasos	132

Cuadro N° 63 Costo Total De Producción Para 1 Vaso	132
Cuadro N° 64 costo total de producción para un contenedor de 25,200 Costos anuales	133
Cuadro N° 65 consideraciones de micro localización.	140
Cuadro N° 66 Gastos de servicios	140
Cuadro N° 67 Inversiones en Activo Tangible	144
Cuadro N° 68 Inversiones en Activo Intangible	145
Cuadro N° 69 Inversiones en Gastos Pre-Operativos	146
Cuadro N° 70 Inversión en capital de trabajo	147
Cuadro N° 71 Ratio de capital de trabajo	147
Cuadro N° 72 Ratio de capital de trabajo por años	148
Cuadro N° 73 (Costo de Ventas) sin IGV	148
Cuadro N° 74 Saldo a favor de IGV Compras	148
Cuadro N° 75 Resumen de estructura de inversiones	149
Cuadro N° 76 Aportes de capital Propio	149
Cuadro N° 77 Estructura de financiamiento	150
Cuadro N° 78 Financiamiento del activo fijo	150
Cuadro N° 79 Inversión en activo fijo tangible propio	151
Cuadro N° 80 Financiamiento del capital de trabajo	151
Cuadro N° 81 Ingresos anuales	153
Cuadro N° 82 Precio de venta unitario por periodo	153
Cuadro N° 83 Ingresos anuales	153
Cuadro N° 84 Ingresos por ventas totales por años	154
Cuadro N° 85 Recuperación de la inversión	155
Cuadro N° 86 Depreciación del activo fijo tangible por periodo	155
Cuadro N° 87 Costos y gastos anuales	156
Cuadro N° 88 Presupuesto de materias primas, insumos y vasos	156
Cuadro N° 89 Costo Total De Producción Para 25200 Vasos (1 contenedor)	157
Cuadro N° 90 Gastos de exportación (CIF)	158
Cuadro N° 91 Gastos de Planilla	159
Cuadro N° 92 Gastos de Servicios	160
Cuadro N° 93 Presupuesto del Bróker exportado	160
Cuadro N° 94 Gastos de Marketing 1	160
Cuadro N° 95 Gastos de Marketing 2	161
Cuadro N° 96 Gastos de Marketing 3	161
Cuadro N° 97 Depreciación de activos tangibles	162
Cuadro N° 98 Amortización de intangibles.	162
Cuadro N° 99 Costo de Producción Unitario 2017	163
Cuadro N° 100 Costo de Producción Unitario 2018	164
Cuadro N° 101 Costo de Producción Unitario 2019	165
Cuadro N° 102 Costo de Producción Unitario 2020	166
Cuadro N° 103 Costo de Producción Unitario 2021	167
Cuadro N° 104 Venta de Proyecciones en unidades de Vasos	168
Cuadro N° 105 Precio FOB por periodo	168
Cuadro N° 106. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros	169
Cuadro N° 107. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	170
Cuadro N° 108 Procedimiento para hallar el Escudo Fiscal	170
Cuadro N° 109 Flujo de Caja	171
Cuadro N° 110 Flujo de Caja Económico	172
Cuadro N° 111 Flujo de Caja Financiero	173
Cuadro N° 112 Modelo de valuación de activos de capital CAPM	174
Cuadro N° 113 Costo de oportunidad de capital COK	174
Cuadro N° 114 Costo Promedio Ponderado de Capital WACC	175
Cuadro N° 115 Van Económico	176
Cuadro N° 116 VAN Financiero	177
Cuadro N° 117 TIR Económico	178
Cuadro N° 118 TIR Financiero	178
Cuadro N° 119 Periodo de Recuperación	179
Cuadro N° 120 Margen y Utilidad	179
Cuadro N° 121 Costos variables, Costos fijos	180
Cuadro N° 122 Punto de Equilibrio con Broker Exportador	180
Cuadro N° 123 Punto de Equilibrio en contenedores	181
Cuadro N° 124 Análisis Modificando Precio de venta	182
Cuadro N° 125 Análisis Modificando Unidades vendidas.	182
Cuadro N° 126 Escenarios.	183

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Logo Q'umara	14
Gráfico N° 2: Modelo de Vaso Biodegradable Q'umara	16
Gráfico N° 3 Certificado PEFC	16
Gráfico N°4: Ficha técnica del producto.	18
Gráfico N°5: Principales países importaciones de quinua	19
Gráfico N° 6 Países Importadores de Quinua en el mundo.	20
Gráfico N°7: Estados Unidos importaciones de quinua según países de origen	21
Gráfico N°8: Bandera Estados Unidos de América bandera	23
Gráfico N°9: Población EE.UU.	24
Gráfico N°10: Población en California: EE.UU.	24
Gráfico N°11: Ingresos Económico de familias en California	25
Gráfico N°12: Producto bruto interno	26
Gráfico N°13: Tasa de crecimiento de la población	27
Gráfico N°14: Ingreso per cápita	27
Gráfico N°15 Tasa de desempleo (EE.UU.)	28
Gráfico N°16: Saldo Comercial EE.UU.	29
Gráfico N°17: P.I.B.	30
Gráfico N° 18: Tipo de cambio	31
Gráfico N° 19: Tasa de interés	31
Gráfico N° 20: Riesgo país	31
Gráfico N°21 Clasificación de Riesgo país.	32
Gráfico N°22: Preferencia arancelaria	34
Gráfico N°23 Estados Unidos importaciones de quinua según países de origen.	35
Gráfico N°24: Consumo per cápita de quinua estimado en California.	36
Gráfico N°25: Mayoristas ventas en California.	38
Gráfico N°26 Minoristas ventas en California	39
Gráfico N° 27: Preferencia arancelaria de la Quinua para la exportación de la quinua.	40
Gráfico N° 28 Empresas DEL Perú que exportan quinua a EE.UU.	41
Gráfico N°29: Exportadores de Bolivia que exportan quinua a EE.UU.	42
Gráfico N°30: Análisis FODA	46
Gráfico N°31: Mapa EE.UU.	52
Gráfico N°32: Mapa de EE.UU.	54
Gráfico N°33: Personas por rango de edad en California.	55
Gráfico N°34: Niveles de Ingresos en California.	56
Gráfico N°35: Estado civil población en California	56
Gráfico N°36: Cuadro estadístico sobre los niveles de poblacionales	59
Gráfico N°37: valor CIF (\$) importaciones en California de quinua Peruana y Boliviana.	83
Gráfico N°38: KG importaciones en California de quinua Peruana y Boliviana.	83
Gráfico N°39 rentas de tercera categoría.	97
Gráfico N°40: Estructura de costos y plazo de funcionamiento en Surquillo.	101
Gráfico N°41: Cuadro de pagos al personal	103
Gráfico N°42: Organigrama	106
Gráfico N°43: Costo fijo año 0	117
Gráfico N°44: Costo fijo año 1	118
Gráfico N°45: Costo fijo año 2	118
Gráfico N°46: Costo fijo año 3	118
Gráfico N°47: Costo fijo año 4	119
Gráfico N°48: Costo fijo año 5	119
Gráfico N°49: Calendario cosechas quinua.	121
Gráfico N°50: Diagrama de flujo	122
Gráfico N°51: Producción de quinua según MINAGRI	123
Gráfico N°52: Meses de cosecha de quinua en el Perú	124
Gráfico N°53: Meses de cosecha de manzana en el Perú	124
Gráfico N°54: Estacionalidad de importaciones de quinua Peruana y Boliviana en California En valor CIF (\$)	125
Gráfico N°55: Estacionalidad de importaciones de quinua Peruana y Boliviana en California en KG.	125
Gráfico N°56: Imagen de exportación y zonas productoras de quinua en Perú	139

RESUMEN EJECUTIVO

I. INFORMACION GENERAL

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- Razón Social : CAS EXPORT SAC
- Nombre Comercial : Q'UMARA

Definición del Negocio: La empresa Q'UMARA, CAS Export SAC, se dedicará a la exportación de quinua precocida con manzanas liofilizadas en envases de 0.1411 libras (64 gr.), listo para comer en 3 minutos.

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Actualmente, a nivel mundial la quinua cuenta con una demanda gratamente amplia debido a sus propiedades nutricionales, al fusionar esta con manzanas liofilizadas llegamos a la mesa del consumidor con una propuesta de desayuno amigable en sabor y con altos niveles nutritivos. La quinua da una sensación rápida de saciedad por lo cual contribuye con bajar de peso y en Estados Unidos la tasa de obesidad y obesidad mordida es de 30.9% y 8.1% respectivamente, nuestro producto contribuye con la disminución de peso.

La quinua en EEUU (California) tiene un nivel mayor de aceptación ya que es un producto natural y libre de pesticidas cumpliendo los requisitos de salubridad establecidos por el país de destino APHIS (ANIMAL AND PLANT HEALTH INSPECTION SERVICE) y FDA (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION).

ESTRATEGIA GENÉRICA DE LA EMPRESA

La estrategia genérica que se utilizará es la de diferenciación de Porter en el cual, la empresa producirá un producto diferenciado de la competencia exportadora en el mercado peruano, ya que este ofrece solo granos de quinua procesada. Por lo tanto, nuestro producto será único y exclusivo, tendrá un valor agregado, incorporando manzanas liofilizadas en el producto y se mantenga el altos estándares en cuanto el aroma, sabor y nutrientes aportados a una dieta sana. Llegado al casa del consumidor con una presentación individual de fácil consumo y rico en nutrientes.

COMPETENCIA

Actualmente hay 105 empresas Peruanas que exportan quinua a los Estados Unidos y Actualmente, hay 120 empresas Bolivianas que exportan quinua a los Estados Unidos.

INVERSIONES

Estructura de inversiones S/.	Valor compra	IGV	Precio compra	%
Activo tangible	12,192	2,195	14,387	9.5%
Activo intangible	4,501	810	5,311	3.5%
Gastos pre operativos	49,447	3,584	53,031	35.1%
Inventarios	0	0		0.0%
Capital de trabajo	78,278		78,278	51.8%
Inversión inicial	144,418	6,589	151,007	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a nuestro plan financiero.

Vemos que el total de inversiones para el primer periodo 2017 es de S/. 151,007

II. ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que ofrecemos están elaborados de quinua pre cocida con manzanas liofilizadas de la mejor calidad provenientes de la sierra del Departamento de la Libertad.

En cada producto las frutas a usar serán frescas y muy bien cuidadas, los granos de quinua tienen que estar muy bien conservados; el cual, debe ser apreciado y valorado por el consumidor final no solo al consumirlo, sino, agradable a la vista del cliente para que puedan adquirirlo en el supermercado.

USOS Y BENEFICIOS

Quinua cultivados netamente en la sierra del Perú, cuyas regiones especializadas en productos naturales cuentan con alimentos funcionales (beneficiosos para la salud), nutracéuticos (suplemento dietético de acción terapéutica) y prebióticos (carbohidratos no digeribles que estimulan el desarrollo de la flora intestinal). Se caracterizará por la innovación en el desarrollo y mejora de los productos que ofrece.

PRECIO DEL PRODUCTO

El precio de nuestro producto será variable de acuerdo a la cantidad enviada en la exportación, tomando en cuenta los insumos para la elaboración de nuestro producto y la investigación de mercado:

Precio FOB por vaso de quinua (64 gramos) S/.4.91

MERCADO OBJETIVO

Personas mayores a 5 años de edad que vivan en California y tengan ingresos familiares mayores a \$100,000.00 al año, se escogió este rango de ingresos debido a que nuestro producto está enfocado a personas con ingresos familiares altos y por consiguiente que tengan los recursos necesarios para comprarlo, que están interesados en llevar una dieta sana, verse bien y/o bajar de peso buscando la nutrición de niños y personas mayores.

PRONOSTICO DE VENTAS

El pronóstico de ventas se realizó en base a las importaciones de quinua en California-EE.UU. (Quinua procedente de Bolivia y Perú), para hallar las ventas del sector usamos el método de proyección de ventas de regresión lineal.

Contenedores	Periodo	Ventas proyectadas en dólares \$	Participa de mercado	Ventas del sector quinua en dólares \$
4	2017	141,318.54	0.26%	53,758,678.00
4	2018	134,668.16	0.27%	49,673,659.00
6	2019	152,411.22	0.33%	45,588,640.00
6	2020	152,411.22	0.37%	41,503,621.00
8	2021	170,154.29	0.45%	37,418,602.00

Fuente: Elaboración propia en base a nuestro plan financiero y data de penta-transaction.

III. INFORMACIÓN FINANCIERA.

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA ECONOMICO S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
Saldo a favor de IGV COMPRAS	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Total de Caja Disponible	532,502	508,294	576,596	576,596	649,611
Salidas de Caja	0	0	0	0	0
costos MPD, MOD Y CIF	118,670	118,670	178,005	178,005	237,340
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% de las ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Gastos Financieros					
Ir a cuenta	7,988	7,624	8,649	8,649	9,744
Ir anual		24,218	23,275	26,832	26,832
Gastos constitución de empresa	5,311				
Compras de Activos Fijos	14,387				
Total de Salidas de Caja	466,070	450,449	512,349	515,907	578,821
Superávit (o Déficit)	66,431	57,845	64,247	60,689	70,789
Préstamo banco					
Amortización de Préstamo					
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	66,431	57,845	64,247	60,689	70,789

El flujo de caja económico es la diferencia de los ingresos y egresos, en este flujo de caja no se considera los gastos financieros. En el siguiente cuadro de flujo de caja financiero se explica y analiza la diferencia entre el flujo económico y financiero.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
Saldo a favor de IGV COMPRAS	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Total de Caja Disponible	532,502	508,294	576,596	576,596	649,611
Salidas de Caja					
costos MPD, MOD Y CIF	118,670	118,670	178,005	178,005	237,340
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% de las ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Gastos Financieros	8,958	0	0	0	0
Ir a cuenta	7,988	7,624	8,649	8,649	9,744
Ir anual		21,575	23,275	26,832	26,832
Gastos constitución de empresa	5,311				
Compras de Activos Fijos	14,387				
Total de Salidas de Caja	475,028	447,806	512,349	515,907	578,821
Superávit (o Déficit)	57,473	60,488	64,247	60,689	70,789
Préstamo banco	71,007				
Amortización de Préstamo	-71,007				
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	57,473	60,488	64,247	60,689	70,789

El flujo de caja financiero es la diferencia de los ingresos y egresos, en este flujo de caja si considera los gastos financieros que quiere decir que es el gasto financiero que desembolsa la empresa para el pago de los intereses por el préstamo obtenido (S/.71,007.00). Para este proyecto se usa el flujo de efectivo financiero ya que vamos a trabajar con un préstamo del banco.

La diferencia entre el flujo de caja financiero y económico es que el primero usa préstamo y paga intereses, mientras que el segundo no usa un préstamo.

El saldo de efectivo financiero al finalizar el periodo siempre será menor al saldo económico. Pero hay que aclarar que el saldo económico es irreal (Ya que es sin financiamiento) y el financiero es real (Porque se trabaja con financiamiento).

INVERSIÓN INICIAL FINANCIAMIENTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL.

La estructura de financiamiento se distribuye en 47.02 % en financiamiento y 52.98 % de aporte propio, siendo la inversión inicial total de S/. 151,007.32

El argumento sobre el que se basa esta relación de financiamiento, es que cada uno de los 4 accionistas puede aportar S/. 20,000, siendo S/ 80,000 soles como aporte total de los accionistas.

La inversión será de S/.151,007.32 que es distribuido en Activos Tangibles, Intangibles, Gastos Pre operativos y Capital de trabajo. El banco que proporcionará este financiamiento será en el banco Continental bajo la modalidad de crédito para el exportador SEPYMEX, a un interés del 25% anual.

CUADRO DE INVERSIONES

INVERSIONES	S/.	\$	PORCENTAJE
Activo fijo intangible propio	14386.56	4110.45	9.53%
Activo fijo tangible propio	5311.43	1517.55	3.52%
Gastos pre operativos propio	53031.33	15151.81	35.12%
Capital de trabajo (KW) propio	7270.68	2077.34	4.81%
Capital de trabajo (KW) banco	71007.32	20287.81	47.02%
TOTAL INVERSION INICIAL	151007.32	43144.95	100.00%

INDICADORES DE RENTABILIDAD.

A continuación, mostramos los indicadores de rentabilidad de nuestro proyecto, por los cuales concluimos que el proyecto es viable ya que se cuenta con un VAN positivo y un TIR mayor al WAAC.

VAN ECONOMICO	
VAN	81,988.11
VAN FINANCIERO	
VAN	111,959.33
TIR ECONOMICO	
TIR	31.33%
TIR FINANCIERO	
TIR	29.51%

CPPC (WACC) costo promedio ponderado de capital	11.47%
--	--------

Costo de oportunidad (COK)	6%
-----------------------------------	----

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de realizar nuestra investigación podemos concluir que nuestro proyecto es viable, lo demuestra el flujo de caja que es positivo y los indicadores financieros, ya que se cuenta con un VAN positivo y un TIR mayor al WAAC y al costo de oportunidad (COK).

Además, se cuenta con proveedores de confianza, los cuales hacen que nuestro producto tenga buenos insumos y garanticen nuestra calidad ofrecida.

Por último, se tiene identificado a los importadores de quinua en California (EE.UU.) y a las principales cadenas mayoristas y minoristas, que a su vez no cuentan con este producto diferenciado que no ha sido explotado por los competidores que exportan quinua, por ello seríamos los primeros en ofrecer un producto novedoso que contribuye a la buena alimentación.

Se concluye que se tiene un buen número de personas en el mercado objetivo, las cuales tienen un ingreso familiar mayor a \$100,000.00 mensuales, los cuales están en capacidad de pagar lo que vale nuestro producto.

Se concluye que nuestro producto es novedoso ya que es un producto nuevo en el mercado, lo que quiere decir es que no tenemos competidores actuales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda trabajar con el crédito SEPYMEX el cual es muy bajo en tasa de interés. El referido crédito al ser de 25% anual no afecta significativamente al flujo de caja de nuestro proyecto. Por consiguiente se recomienda a los exportadores a trabajar con el crédito SEPYMEX.
- Se sugiere trabajar siempre con proveedores confiables en el mercado, para que así podamos cumplir con las exigencias de nuestros clientes y tiempos programados en nuestros procesos.
- Debería de inclinarse a la calidad de servicio y producto que a un precio bajo. Debido a que nuestro producto va dirigido a un público objetivo selecto, se tiene que usar insumos de muy buena calidad.
- Trabajar conjuntamente con instituciones de promoción comercial públicas, como PROMPERU para una mejor introducción a los mercados extranjeros. PROMPERU, es un nexo importante entre exportadores peruanos y importadores, ya que dicha institución promueve las exportaciones de las empresas peruanas.

- Se debería trabajar con un bróker exportador, el cual tiene un mayor conocimiento de los clientes (Importadores), en el mercado de destino lo cual hará que coloque nuestro producto y en consecuencia que nuestras ventas se incrementen.
- Se indica a cumplir con las medidas para arancelarias del mercado de EE.UU., estas medidas que son requisitos sanitarios deben cumplirse según APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) que es la entidad en EE.UU. encargada de la supervisión de las medidas sanitarias.

CAPITULO I

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Razón Social

CAS EXPORT SAC

1.2 Nombre Comercial

Q'UMARA

El nombre como logo que hemos elegido significa saludable en quechua, además de llevar a la quinua como parte del diseño la cual hace referencia a la planta de la quinua.

Gráfico 1
Logo



Fuente: Elaboración propia

Los colores que utilizamos en la marca son los siguientes:

- **Naranja:** Color cálido, vibrante y extravagante. Transmite energía combinada con diversión, es el color de las personas que toman riesgos y son extrovertidas y desinhibidas, El color naranja hace que un producto caro parezca más accesible. El naranja impacta a una amplia gama de personas, tanto hombres como mujeres.
- **Amarillo:** Incrementan la alegría y el afecto, representa optimismo y juventud.
- **Verde:** Denota la naturaleza, es el color de la esperanza.
- **Rosado:** Captará todas las miradas femeninas, adolescentes e infantiles

Todos estos colores han sido seleccionados porque creemos que son las más representativas, deseando que sea amigable a la vista del consumidor final.

1.3 Horizonte de Evaluación

El horizonte de evaluación de este proyecto es de 5 años, desde el año 2017 hasta el 2021, teniendo como año base el 2016. Siendo su vida útil indefinida.

1.4 Actividad económica

1.4.1 Código CIIU

4620 Venta de productos agroindustriales por mayor y mayor en local.

1.4.2 Partida arancelaria

1008509000, Quinua

1.5 Definición del Negocio

La empresa Q´UMARA, CAS Export SAC, se dedicará a la exportación de quinua pre cocida con manzanas liofilizados en envases de 0.1411 libras (64 gr.), listo para comer en 3 minutos.

Quinua cultivados netamente en la sierra del Perú, cuyas regiones especializadas en productos naturales cuentan con alimentos funcionales (beneficiosos para la salud), nutracéuticos (suplemento dietético de acción terapéutica) y prebióticos (carbohidratos no digestibles que estimulan el desarrollo de la flora intestinal). Se caracterizará por la innovación en el desarrollo y mejora de los productos que ofrece.

Modelo B2B

El tipo de canal es directo ya que le vendemos directamente a la industria de los Estados Unidos, manejando una propuesta de valor a través de nuestra cadena logística; llevando el producto a un precio competitivo y con la mejor calidad (Se procesaran las certificaciones sanitarias y de buenas prácticas).

1.6 Descripción del producto o servicio

Quinua pre cocida con manzanas liofilizados en envases de 0.1411 libras, mediante el método de liofilización las frutas conservan mayor sabor y que al mismo tiempo mantenga todas las propiedades nutricionales, olor, color. Al realizar la deshidratación por liofilización, se mantendrán estas propiedades; ya que, los productos son congelados y deshidratados al vacío.

La comercialización será mediante envases en forma de vasos biodegradables en presentación de 0.1411 libras (64gr.).

1.6.1 Preparación

Es de fácil preparación ya que su tiempo máximo de cocción es de apenas 3 minutos, solo basta con agregar agua hirviendo al producto o introducirlo al microondas por 2 minutos.

1.6.2 Empaque

El producto será vendido en vasos de papel biodegradable de 64 gramos o 0.1411 Libras (64 gr.)

Gráfico N° 2
Modelo de Vaso Biodegradable Q'umara



Fuente: Elaboración propia en base a nuestro diseño de producto.

1.6.3. Certificado

Nosotros como Empresa buscamos proveedores que nos proporcionen vasos de calidad, pero además de ello queremos que nuestro proveedor cuente con certificados como el PEFC, que garantiza a los consumidores que están comprando productos de bosques gestionados sosteniblemente.

Gráfico N° 3
Certificado



Fuente: www.pefc.org

1.6.4. Ventajas del Producto

La baja cantidad de colesterol en el producto, las grandes propiedades de nutrición tanto en la quinua perlada como en las manzanas liofilizadas, aprovechando un mercado que está siendo consciente de sus debilidades en cuanto a la comida y su forma de consumirla.

1.6.5 Durabilidad

La durabilidad del producto en promedio es de 360 días, SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) certifica la sanidad y durabilidad del producto, ya que por separado ambos productos manejan un tiempo de durabilidad de 360 días, esperamos tener la misma durabilidad con la fusión de ambos productos.

Fuente: <http://www.senasa.gob.pe/senasa/sanidad-vegetal-2/>

1.7 Composición Nutricional de la Materia Prima

En los siguientes cuadros presentamos las siguientes tablas referenciales de las composiciones nutricionales de la quinua y la manzana.

Cuadro N° 01 :
Composicion quimica precocida y valor nutricional 100 gr – Quinua

Composición química precocida y valor nutricional 100gr - Quinua					
Quinua perlada					
Elemento	Unid	Valor	Elemento	Unid	Valor
Calorías	cal	346	Calcio	mg	120
Agua	g	11.10	Fósforo	mg	165
Proteínas	g	13.30	Hierro	mg	4.31
Grasas	g	6.1	Retinol	mcg	0.00
Carbohidrat.	g	67.10	Vit.B1(Tiamina)	mcg	0.40
Fibra	g	5.10	Vit.B2(Riboflamina)	mcg	0.24
Ceniza	g	2.40	Vit. B5(Niacina)	mcg	1.80
			Ac.	mcg	0.00
			Ascórbicoreduc.		

Fuente: COLLAZOS, C.P.L White, H.S. White et al, 1975 “La Composición de los alimentos peruanos” Instituto de Nutrición-Ministerio de Salud.

Fuente:http://www.ins.gob.pe/repositorioaps/0/5/jer/tab_cien_cenan/Tabla%20de%20Alimentos.

Cuadro N° 02
Composicion quimica y valor nutricional 100 gr – Manzana

Composición química y valor nutricional 100gr – Manzana					
Manzanas					
Elemento	Unid	Valor	Elemento	Unid	Valor
Calorías	cal	54	Calcio	mg	5
Agua	g	84.70	Fósforo	mg	11
Proteínas	g	0.3	Hierro	mg	1.40
Grasas	g	0.10	Retinol	mcg	0
Carbohidrat.	g	14.60	Vit.B1(Tiamina)	mcg	2.00
Fibra	g	0.80	Vit.B2(Riboflamina)	mcg	0.04
Ceniza	g	0.30	Vit. B5(Niacina)	mcg	1.30
			Ac.	mcg	2,0
			Ascórbicoreduc.		

Fuente: COLLAZOS, C.P.L White, H.S. White et al, 1975 "La Composición de los alimentos peruanos" Instituto de Nutrición-Ministerio de Salud

1.7.1 nombre del producto

Gráfico N°4
Ficha técnica del producto

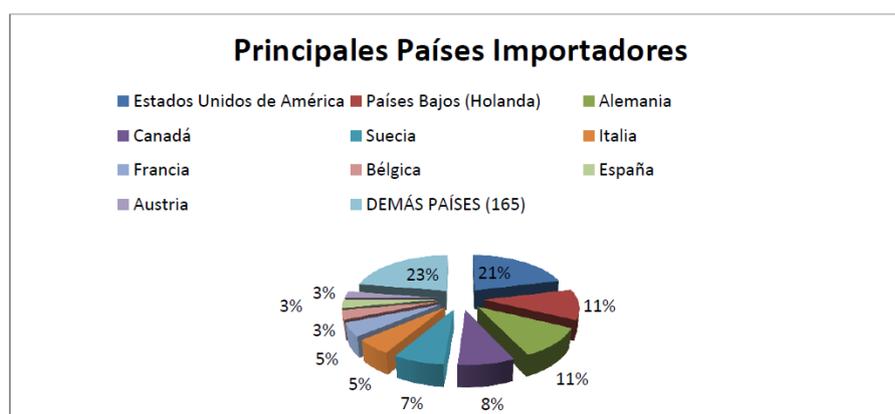
	NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO: Q'UMARA	
	Partida	100850900
	Descripción	Quinoa perlada con manzanas
Descripción: Considerado como uno de los granos andinos más ricos en proteína, obtenida por un proceso de corte, trillado, pulido y clasificado; contiene aminoácidos como la leucina, isoleucina, metionina, fenilalanina, treonina, triptofano y valina. La concentración de la lisina en la proteína de la quinua es casi el doble en relación a otros quinua y gramíneas. No contiene colesterol. Las manzanas liofilizadas mantienen todas las propiedades nutricionales, olor, color y sabor.		
Formas de Presentación: Vasos de papel biodegradable orgánico de 0,1411 Libras		
Usos y aplicación: Alimento que puede sustituir los cereales en el desayuno y/o snack.		
Variedades / Especies: Quinoa blanca y manzanas liofilizados.		
Zona de Producción: Sierra del Perú		
Principales Mercados: Estados Unidos, Canadá, Francia Holanda, Australia.		

1.8 Oportunidad de Negocio

Actualmente, a nivel mundial la quinua cuenta con una demanda gratamente amplia debido a sus propiedades nutricionales, al fusionar esta con manzanas liofilizadas llegamos a la mesa del consumidor con una propuesta de desayuno amigable en sabor y con altos niveles nutritivos. La quinua da una sensación rápida de saciedad por lo cual contribuye bajar de peso, en los Estados Unidos la tasa de obesidad y obesidad mordida es de 30.9% y 8.1% respectivamente.

La quinua en EEUU (California) tiene un nivel mayor de aceptación ya que es un producto natural y libre de pesticidas cumpliendo los requisitos de salubridad establecidos por el país de destino APHIS (ANIMAL AND PLANT HEALTH INSPECTION SERVICE) y FDA (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION).

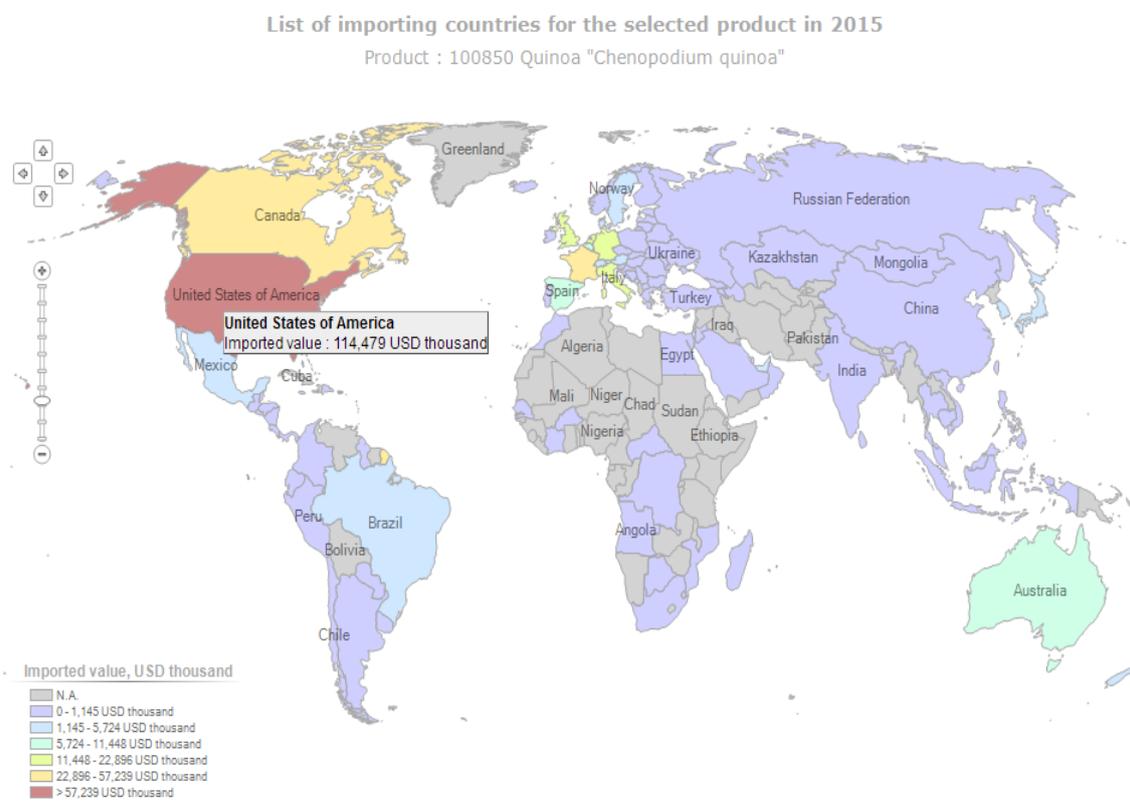
Gráfico N°5
Principales países importaciones de quinua
Partida: 100890



FUENTE: TRADE MAP - ELABORACIÓN PROPIA

En el gráfico podemos notar que los principales países importadores de quinua en el 2015 son Estados Unidos, Holanda y Alemania, que son también los principales focos de exportación para la quinua peruana y con quienes contamos con acuerdos comerciales vigentes, principalmente en los países de la Unión Europea. En total son 175 los mercados que demandan quinua en el mundo. Si vemos su participación, Estados Unidos concentra un 21% de las importaciones mundiales, seguido de Holanda y Alemania con una participación individual del 11%.

Gráfico N° 6 Países Importadores de Quinoa en el mundo.



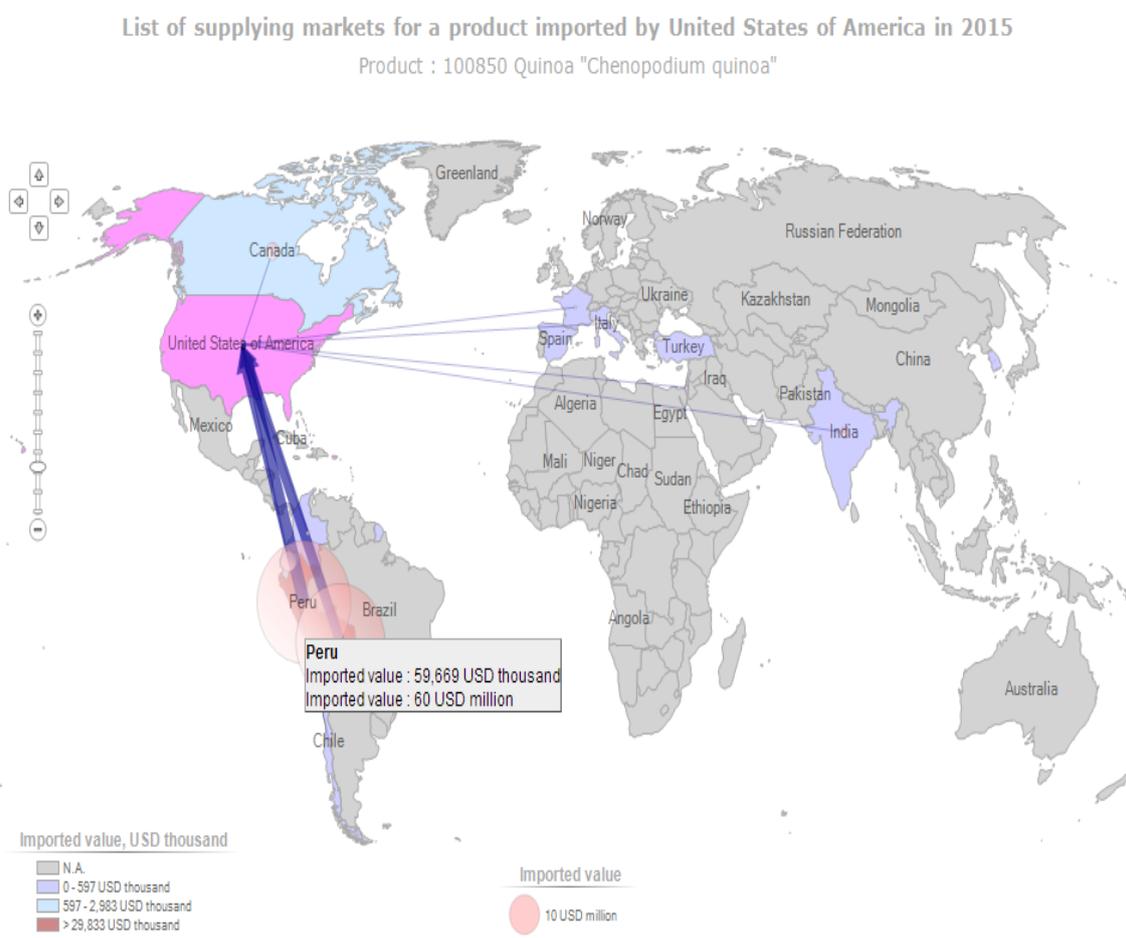
Fuente : Trade –map

En este gráfico se aprecia que el principal importador de quinoa en el mundo es el país de los Estados Unidos con importaciones de \$114'479,000 en el periodo 2015.

En los últimos cinco años hasta mediados del año actual, las exportaciones de la quinoa se han ido incrementando considerablemente, siendo el pico más alto el periodo 2015 con 79.2 millones de dólares en valores FOB exportado frente al 2014 donde se alcanzó 31.5 millones de dólares. Por ello el Centro de Comercio Exterior (CCEX), precisó que hay una clara tendencia que el consumo de quinoa seguirá creciendo a nivel mundial y con ello aparecerán una mayor cantidad de competidores que tratarán de hacer llegar este producto a la mayor cantidad de gente posible, masificando su consumo y en muchos casos abaratando el precio.

Fuente: elcomercio.pe/economia/peru/peru-primer-exportador-quinoa-nivel-mundial-noticia-1885273

Gráfico N°7 Estados Unidos importaciones de quinua según países de origen



Fuente : Trade –map

Se puede apreciar que el principal proveedor de quinua a los Estados Unidos es el país de Perú con importaciones de \$59'669,000, seguido de Bolivia con importaciones de \$ 50'410,000.

En este contexto, es importante que el Perú se posicione como el gran productor ancestral de este grano andino, ofreciendo un alto estándar de calidad, variedades únicas y también que se desarrolle una denominación de origen para la quinua peruana. La Cámara de Comercio de Lima (CCL) precisó que un factor relevante para superar a Bolivia en el mercado de la quinua fue que el empresariado peruano aprovechó el cambio de hábito de alimentación en un segmento de la población mundial.

Fuente: elcomercio.pe/economia/peru/peru-primer-exportador-quinua-nivel-mundial-noticia-1885273

1.9 Estrategia genérica de la empresa

La empresa Q'umara está enfocada en ser partícipe de la nutrición en un segmento específico (personas que toman interés en su salud , tienen preocupación por llevar una dieta sana a su familia con altos niveles de nutrientes), por lo cual nos preocupamos por llevar un producto de alta calidad y valor nutricional a los hogares de nuestros consumidores, enfocados al público estadounidense (California) por los altos índices de aceptación del producto a lo largo del crecimiento en exportación del mismo.

Diferenciación

La estrategia genérica que se utilizará es la de diferenciación de PORTER; en el cual, la empresa producirá un producto diferenciado de la competencia exportadora en el mercado peruano, ya que este ofrece solo granos de quinua procesada. Por lo tanto, nuestro producto será único y exclusivo, tendrá un valor agregado, incorporando manzanas liofilizadas en el producto y se mantenga el altos estándares en cuanto el aroma, sabor y nutrientes aportados a una dieta sana llegado a la casa del consumidor con una presentación individual de fácil consumo y rico en nutrientes.

A continuación sigue el capítulo II, titulado Análisis del Entorno.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis del Macro entorno

2.1.1. Del País

Estados Unidos de América es uno de los principales mercados internacionales en el comercio con grandes importaciones de diversos productos además de Quinoa.

Gráfico N°8
Bandera Estados Unidos de América bandera



Fuente: elaboración propia

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

- **Capital**

Washington, D.C. (Distrito de Colombia)

- **Ciudades importantes:**

New York, Los Ángeles, Miami-, Las Vegas, Chicago, California, Texas, Massachusetts, Florida.

- **Superficie**

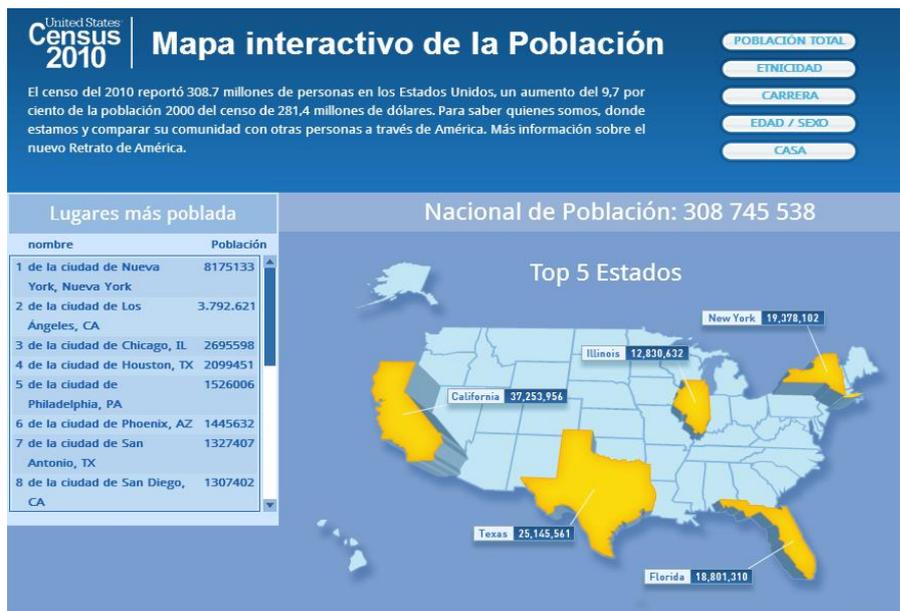
Incluyendo territorios y agua totalizan 9.826.675 Km² (9.161.966 Km² de territorio –contando solamente los 50 Estados y el Distrito de Columbia– más 664.709 Km² de agua) y unas fronteras de 12.034 Km.

- **Número de Habitantes**

Según el US Census Bureau, el censo se actualiza cada 10 años. El último realizado corresponde al año 2010 y fue de 308.745.538 habitantes. Las estimaciones para el año 2015 indican que se habría sobrepasado los **321 millones de habitantes**, lo que lo convertiría en el tercer país más poblado del mundo.

California y Texas son los Estados con más población.

Gráfico N°9 Población EE.UU



Fuente: Census, <http://www.census.gov/2010census/popmap/>

- **California**

En esta imagen podemos validar el aumento de la población en un 9.7 % de California en el último Censo del 2010, también podemos comparar dicha información con las demás ciudades como Los Angeles, New York, Philadelphia y demás, para llegar a la siguiente conclusión: el aumento de los habitantes económicamente activos nos favorece para el ingreso de nuestro producto en dicha ciudad.

- **Población**

En la siguiente imagen podemos validar la población del año 2015 en la ciudad de California y constatar el aumento desde el año 2010 de 37, 253,954 a 39, 144,818 habitantes.

Gráfico N°10: Población en California: EE.UU

California



Fuente: Census.gov https://factfinder.census.gov/faces/nav/jsf/pages/community_facts.xhtml

- **Ingresos de familias en California**

El ingreso de las familias en California es muy variado, el cuadro nos demuestra que el 7.6% de familias gana más de \$200,000.00 al año 2014, por otro lado vemos que el 5.8% de familias ganan menos de \$10,000.00 dólares al año 2014.

Gráfico N°11
Ingresos Económicos de familias en California

Tema	California			
	Estimar	Margen de error	Por ciento	Margen de error por ciento de
INGRESOS Y BENEFICIOS (en 2014 dólares ajustados por inflación)				
Total de hogares	12617280	+/- 20,413	12617280	
Menos de \$ 10,000	732,367	+/- 5,666	5,8%	
\$ 10,000 a \$ 14,999	645,041	+/- 5,011	5,1%	
\$ 15,000 a \$ 24,999	1,202,447	+/- 7,855	9,5%	
\$ 25,000 a \$ 34,999	1,138,708	+/- 6,794	9,0%	
\$ 35,000 a \$ 49,999	1,531,281	+/- 7,501	12,1%	
\$ 50,000 a \$ 74,999	2,111,201	+/- 9,049	16,7%	
\$ 75,000 a \$ 99,999	1,544,981	+/- 8,491	12,2%	
\$ 100,000 a \$ 149,999	1,881,400	+/- 10,239	14,9%	
\$ 150,000 a \$ 199,999	870,522	+/- 6,835	6,9%	
\$ 200,000 o más	959,332	+/- 6,811	7,6%	
El ingreso medio por hogar (dólares)	61489	+/- 154	(X)	
La media de ingresos de los hogares (dólares)	86704	+/- 221	(X)	

Versiones de esta tabla están disponibles para los años siguientes:

- 2014 ▾
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010

Fuente: Census, <https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=CF>

- **Producto bruto interno**

Al 2015 el producto bruto interno en California fue de 2, 458,535 millones de dólares.

Gráfico N°12
Producto Bruto Interno

CALIFORNIA STATE GROSS DOMESTIC PRODUCT (GDP), 1963 TO 2015 (Millions of dollars)						
Year	Current	2009 \$	Deflator 2009=100	Annual Percent Change		
	Dollars			Cur \$	2009 \$	Deflator
1999	1,258,697	1,536,594	81.9	8.6%	7.5%	1.0%
2000	1,377,014	1,653,021	83.3	9.4%	7.6%	1.7%
2001	1,394,863	1,647,632	84.7	1.3%	-0.3%	1.6%
2002	1,449,536	1,688,390	85.9	3.9%	2.5%	1.4%
2003	1,535,202	1,756,127	87.4	5.9%	4.0%	1.8%
2004	1,643,908	1,829,371	89.9	7.1%	4.2%	2.8%
2005	1,760,508	1,902,194	92.6	7.1%	4.0%	3.0%
2006	1,868,969	1,963,442	95.2	6.2%	3.2%	2.8%
2007	1,951,997	1,994,044	97.9	4.4%	1.6%	2.8%
2008	1,993,589	2,002,744	99.5	2.1%	0.4%	1.7%
2009	1,913,674	1,913,674	100.0	-4.0%	-4.4%	0.5%
2010	1,960,935	1,931,514	101.5	2.5%	0.9%	1.5%
2011	2,031,348	1,958,105	103.7	3.6%	1.4%	2.2%
2012	2,121,602	2,004,400	105.8	4.4%	2.4%	2.0%
2013	2,215,232	2,055,578	107.8	4.4%	2.6%	1.8%
2014	2,324,995	2,118,858	109.7	5.0%	3.1%	1.8%
2015	2,458,535	2,206,766	111.4	5.7%	4.1%	1.5%

n/a Not available
Last updated: June 14, 2016 - advance statistics for 2015 and revised statistics for 1997-2014.
Nominal figures revised from 2007; Real (inflation-adjusted) figures revised from 1997
The next release of GDP by state is scheduled for June 2017.
Source: US Bureau of Economic Analysis

Filename: bb state gdp.xls

El P.B.I. es para ver cuánto dinero mueve la economía de este estado. Por último el ingreso de familias nos sirve para saber cuánto es lo que ganan las familias en los diversos estratos socio económico.

Fuente: Departamento de finanzas de California.

http://www.dof.ca.gov/Forecasting/Economics/Indicators/Gross_State_Product/

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

A continuación mostramos los siguientes puntos como gráficos de información obtenidas externamente del Ministerio de Asuntos Exteriores y de cooperación de España publicada en julio 2016.

- **Tasa de crecimiento de la población**

Gráfico N°13
Tasa de crecimiento de la población

Renta per cápita: \$58,922 (2015)
Esperanza de vida: 79,68 años
IDH (valor numérico/nº orden mundial): 0,914 / 5º (est.2014)
Coefficiente GINI: 0,44 (est.2014)
Tasa de natalidad: 12,9(nacimientos/1000habitantes)(est. 2015)
Tasa de fertilidad: 1,87 (est.2015)
Tasa de crecimiento anual de la población: 0,78% (est.2015)

Fuente: CIA. The World Factbook.

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook

La siguiente información recolectada muestra una tasa de crecimiento anual de la población de 0,78% (est.2015) con una Renta per cápita de \$58,922 (2015) y cuya población económicamente activa es de 63.2%, en 2015 ascendió a 158 millones de personas.

- **Ingreso per cápita**

Gráfico N°14
Ingreso per cápita

PIB:

El crecimiento del PIB en términos nominales del año 2015 fue de un 3,4%, y un 2,4% en términos reales. Este dato refleja las contribuciones positivas del consumo privado, las exportaciones, la inversión fija tanto residencial como no residencial, la inversión privada en existencias y el gasto público estatal y local. Las importaciones y el gasto público a nivel federal, por su parte, contribuyen negativamente al crecimiento del PIB.

Al analizar la **aportación de cada uno de los componentes del PIB** se observa que el **consumo privado** es el principal motor de crecimiento con casi un 70% del total. La **inversión privada** aportó un 16,2%. Las exportaciones netas restan un 3,6% al PIB, a pesar de la evolución positiva de las exportaciones. Por último, **compras e inversión públicas** generan un 18,3% del PIB.

Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores y de cooperación de España.
http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/estadosunidos_ficha%20pais.pdf

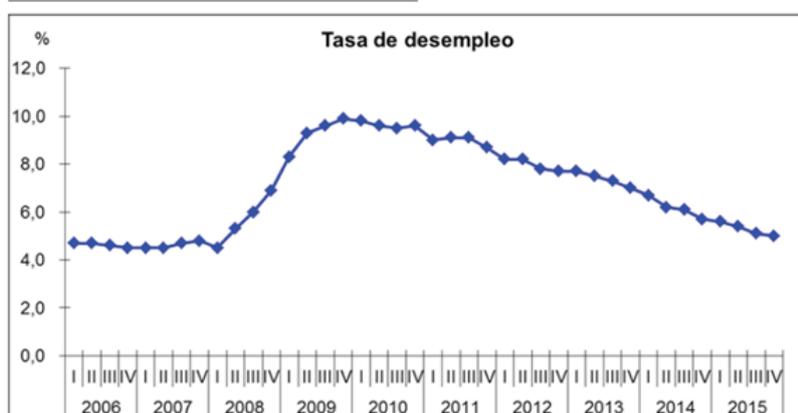
Observamos que el crecimiento del PBI en términos nominales del año 2015 fue de un 3,4%, y un 2,4% en términos reales. Al analizar la aportación de cada uno de los componentes del PIB se observa que el consumo privados el principal motor de crecimiento con casi un 70% del total. Por lo cual nos es favorable en cuanto a las exportaciones de bienes y servicios crecieron (13,7%), principalmente por los mayores envíos al exterior.

Gráfico N°15 Tasa de desempleo (EE.UU.)

La tasa de actividad es alta en los EE.UU. (63,2%). En 2015 ascendió a 158 millones de personas.

Según informó la Oficina de Estadísticas Laborales (Bureau of Labor Statistics, BLS), en diciembre de 2015 se crearon 242.000 nuevos empleos y la tasa de desempleo disminuyó hasta el 4,9% para finales de año. La "Current Employment Survey" (CES) (encuesta elaborada a partir de entrevistas a 300.000 establecimientos, sin incluir los sectores agrícolas, autónomos y trabajo doméstico) apunta que durante todo el 2015 se crearon una media de 237.000 puestos de trabajo al mes, comparado con una media de 228.000 por mes en el año 2014.

Evolución de la tasa de desempleo



La **tasa de desempleo**, que era del 4,6% al inicio de la crisis en el 2008 y llegó a acercarse al 10%, se ha reducido hasta alcanzar el **4,9%** en diciembre de 2015.

Por grupos, las tasas de desempleo para varones adultos, de 16 años o más, (5,0%), para la población de raza blanca (4,5%) y para los asiáticos (4,0%). Para las mujeres adultas (4,3%), jóvenes hasta 19 años (18,8%), población de raza negra (8,3%).

Cuentas Públicas:

En el año fiscal 2015 (octubre a septiembre) la Administración Federal incurrió en un déficit presupuestario de 483,33 millardos de dólares. Como porcentaje del PIB, el déficit ha bajado del 4,1% en 2013 al 2,8% en 2014 y **al 1,8% en el año fiscal 2015**. En este último ejercicio se ha acelerado el ritmo de reducción del déficit, gracias a los efectos de las medidas impositivas sobre los ingresos y a un crecimiento algo más moderado en los gastos.

Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores y de cooperación de España.

La tasa de desempleo, que era del 4,6% al inicio de la crisis en el 2008, llegó a acercarse al 10%

Actualmente, se ha reducido hasta alcanzar el 4,9% en diciembre de 2015, esto nos muestra que tenemos poder para ir mejorando la estabilidad laboral; lo cual, favorece al tener mayor poder adquisitivo de parte de los ciudadanos y así generar el crecimiento socio- económico.

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones

Gráfico N°16: Saldo Comercial EE.UU.

Comercio de mercancías

Durante el año 2015, las **exportaciones** estadounidenses de mercancías han alcanzado los 1.504 millardos de dólares, un 8% menos que en el año 2014. Por su parte, las **importaciones** han disminuido un 5%, siendo su suma total de 2.241 millardos de dólares.

El **déficit comercial** en 2015 se ha situado en 759 millardos de dólares, con una subida interanual del 2,4%. El déficit energético ha registrado una bajada del 56,3%, mientras que el déficit no energético se ha incrementado un 22,2% en tasa interanual. Finalmente, la **tasa de cobertura** ha sido del 66,6%, porcentaje menor en 216 puntos básicos al de 2014.

Comercio de servicios

Las **exportaciones** estadounidenses de servicios durante 2015 suman 716,43 millardos de dólares, valor superior en un 0,8% al del mismo período de 2014.

La principal exportación ha sido el Turismo, con un 24,9% del total, y un aumento interanual del 0,8%. A continuación, Otros servicios (19,4% del total), se han incrementado un 7,1%, Cargos por uso de propiedad intelectual (17,7% del total) ha caído un 3,0%, y Servicios Financieros, excepto seguros (12,4% del total) ha subido un 1,9%.

En cuanto a las **importaciones** de servicios, han alcanzado en 2015 los 489 millardos de dólares, un 2,4% más que en 2014.

La principal importación es Turismo (24,6% del total) con un aumento interanual del 8,8%. A continuación, Otros servicios (20,6% del total), ha se han incrementado un 5,4%, Transporte (19,9% del total) ha crecido un 3,2%, y Servicios de Seguros (9,8% del total) ha bajado un 4,3%.

Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores y de cooperación de España.

El Grafico nos muestra que, durante el año 2015, las exportaciones estadounidenses de mercancías han alcanzado los 1.504 millardos de dólares, este incremento también se ha dado en las importaciones de quinua provenientes de Perú, como es el caso de California cuyos importes ascendieron a US\$21,54 millones de quinua entre julio y septiembre del año anterior, representadas en 69.970 toneladas métricas del producto.

2.1.1.4 Producto bruto interno (PBI), Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

- **P.B.I.**

Gráfico N°17
P.I.B.

PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

FMI WEO

Abril 2016

PIB	2014	2015	2016	2017
PIB (precios constantes) %	2,4	2,4	2,4	2,5
PIB corriente mM \$	17.348,1	17.947,0	18.558,1	19.285,0
PIB per capita \$ (PPA)	54.360,5	55.805,2	57.220,2	58.952,0
OTRAS MAGNITUDES DE INTERÉS				
IPC interanual (%)	0,6	0,8	0,8	2,2
Tasa de paro (%)	6,2	5,3	4,9	4,8
Población (millones)	319,1	321,6	324,3	327,1
Déficit / Super. pbc % PIB	-7,9	-4,7	-4,1	-3,8
Deuda pública bruta % PIB	105,0	105,8	107,5	107,5
Balanza Corriente % PIB	-2,2	-2,7	-2,9	-3,3
Saldo C. Corriente	-389,5	-484,1	-540,6	-639,1

Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores y de cooperación de España.

En el año 2015, el PIB se situó en 17,947 billones de dólares. Sólo la UE, en su conjunto, tiene un PIB ligeramente superior. EEUU absorbe un 16% de las importaciones globales y es el principal emisor (19%) y receptor de inversión internacional (15%).

Esto nos ayuda a tener una radiografía exacta de la economía del país y de nuestros competidores, siendo transparentes en cuanto a las proyecciones de crecimiento de nuestra empresa.

- **Tasa de inflación**

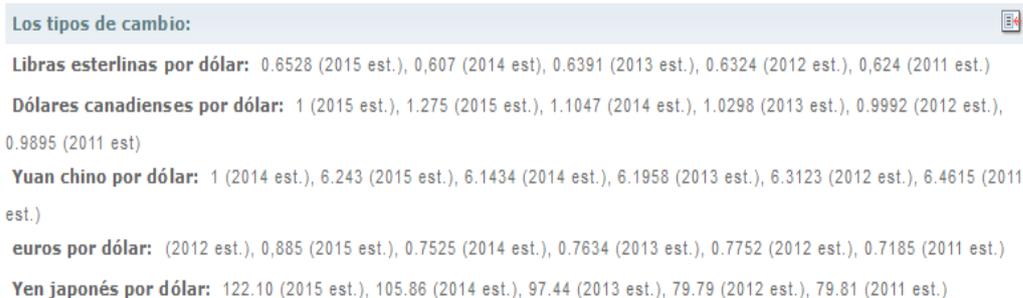
La variación interanual de diciembre a diciembre del índice de precio del consumidor (IPC) se redujo notablemente el año 2015 hasta colocarse en el 1,4%. Este débil crecimiento de los precios debido principalmente al desplome de los precios de la energía.

La inflación se situó en 2015 en 0.8%. Es un valor similar al 1.6% registrado en el año 2014.

- **Tipo de cambio**

El dólar es la moneda de los Estados Unidos, cuyo incremento se ha dado en los últimos años en nuestro país.

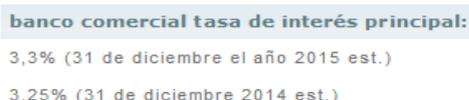
Gráfico N° 18
Tipo de cambio



Fuente: The World Factbook — Central Intelligence Agency

- **Tasa de interés**

Gráfico N° 19
Tasa de interés



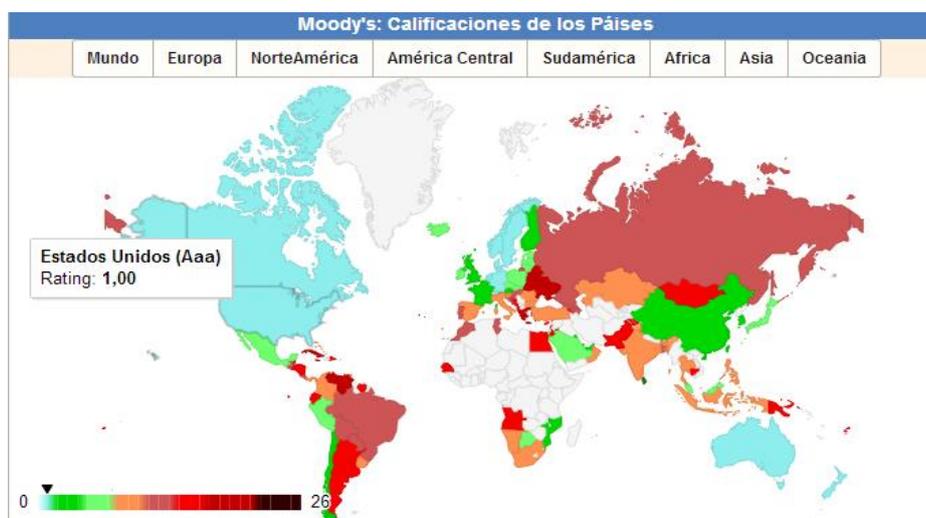
Fuente: The World Factbook — Central Intelligence Agency

La tasa de interés está en aumento y esto es uno de las causas que ha llevado al aumento del dólar en los últimos años.

- **Riesgo país**

Gráfico N° 20
Riesgo país

El riesgo país de Estados Unidos es Aaa - "Gilttedged": es la calificación de máxima solvencia. Los títulos o países que reciben esta calificación contienen el menor riesgo de inversión y tanto el pago de sus intereses como la recuperación del capital invertido está asegurada.



Fuente: Moody'sInvestorsServic (Calificadora de riesgo)

Gráfico N°21
Calificación Riesgo país.

Calidad	Moody's
Principal	Aaa
Alto grado	Aa1
	Aa2
	Aa3
Grado medio superior	A1
	A2
	A3
Grado medio inferior	Baa1
	Baa2
	Baa3
Grado de no inversión especulativo	Ba1
	Ba2
	Ba3
Altamente especulativa	B1
	B2
	B3
Riesgo sustancial	Caa1
	Caa2
	Caa3
Extremadamente especulativa	Ca
A falta de pocas perspectivas de recuperación	
Impago	C
Sin clasificar	WR

Fuente: Moody's Investors Servic (Calificadora de riesgo)

Moody's es una agencia de calificación de riesgo. Las agencias de calificación de riesgo o agencias de rating realizan investigación financiera internacional y análisis de entidades comerciales y gubernamentales. Al igual que S&P y Fitch, Moody's califica la solvencia de los prestatarios mediante una escala de calificaciones que valoran el riesgo de impago del emisor, es decir, informan del riesgo que supone invertir en un producto financiero determinado (letras del tesoro, bonos, acciones, etc).

La calificación de crédito, credit rating o simplemente rating es la capacidad que tiene una entidad para pagar su deuda (credit worthiness) y el riesgo que conlleva invertir en ella. Los inversores o prestamistas se fijan en la calificación de riesgo para evaluar la posibilidad de impago (default) por parte de la entidad emisora de deuda.

La escala de rating que aplica Moody's va desde Aaa hasta C y comprende 21 grados. Se divide en dos categorías, de inversión y especulativa.

Ratings de deuda a largo plazo (Vencimiento igual o superior a un año)

- **Categoría de inversión**

- **Aaa - "Giltedged"**: Calificación de máxima solvencia. Los títulos o países que reciben esta calificación contienen el menor riesgo de inversión y tanto el pago de sus intereses como la recuperación del capital invertido está asegurada.
- **Aa (Aa1, Aa2, Aa3) - Grado superior**: Esta calificación se otorga a los títulos que se consideran de alta calidad. Forman, junto con las Aaa, el llamado grupo de alta calidad. Su calificación es inferior a los Aaa ya que el riesgo a largo plazo es superior al de los anteriores.
- **A (A1, A2, A3) - Grado medio-superior**: Títulos sujetos a "bajo riesgo crediticio". Esta calificación la reciben los títulos que son considerados buenos instrumentos de inversión y son considerados de calidad media alta. Existe bastante seguridad respecto al cobro del capital e intereses, pero puede haber elementos que sugieran un posible deterioro en el futuro.
- **Baa (Baa1, Baa2, Baa3) - Grado medio**: Calidad media, moderado riesgo de crédito. El pago de intereses y principal está protegido, pero algunos elementos de protección pueden no existir o ser poco fiables a largo plazo. Estos instrumentos de inversión tienen características especulativas.

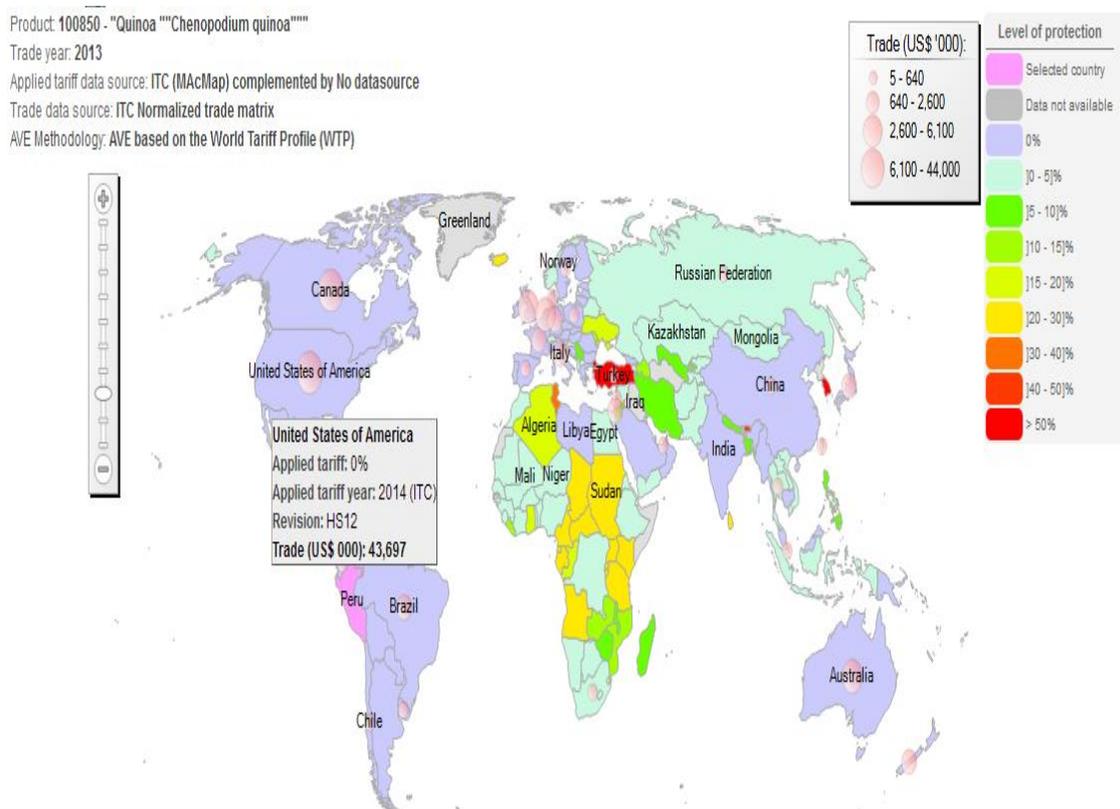
- **Categoría especulativa**

- **Ba (Ba1, Ba2, Ba3) - Elementos especulativos**: Calidad de crédito cuestionable. Esta calificación se asigna aquellos títulos que contienen elementos especulativos y su futuro no es seguro. El pago de intereses y capital está muy ligeramente protegidos, se caracterizan por su situación de incertidumbre.
- **B (B1, B2, B3) - Carece de las características de una inversión deseable**: Los títulos que reciben esta calificación tienen una calidad de crédito pobre. Están sujetos a especulaciones y "alto riesgo crediticio". No reúnen las cualidades deseables para unos instrumentos de inversión. Limitada seguridad en el cumplimiento del pago de intereses y capital en el largo plazo.
- **Caa (Caa1, Caa2, Caa3) - Títulos de baja solvencia**: Riesgo de crédito muy alto, se asigna a títulos de baja calidad. Presentan riesgo de impago de capital intereses o haber incumplido ya dichos pagos.
- **Ca**: Títulos altamente especulativos que, generalmente incumplen sus obligaciones de depósito.
- **C**: La calificación más baja. Existen pocas posibilidades de recuperación.

2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Actualmente, hay un T.L.C. firmado entre Estados Unidos y Perú, por el cual hay preferencias arancelarias y para arancelarias según partida arancelaria.

Gráfico N°22
Preferencia arancelaria



Fuente: Trade-map

El Perú no paga arancel para las exportaciones de la quinua gracias al T.L.C. que se firmó el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 febrero 2009.

Empaque

Las condiciones de etiquetado, empaque, ingredientes entre otras son establecidas por la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos. Para nuestro producto, solo debe llevar una etiqueta en cada bolsa y en la caja donde se indica: el nombre y la dirección del exportador, país de origen; nombre común del alimento, número de certificado de SENASA, marca o logo del producto, peso neto, lote, fecha de producción y fecha de expiración.

Certificado de buenas prácticas de las manufacturas

La planta procesadora de alimentos debe contar como mínimo con un certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM).

El certificado de calidad del lote producido es requerido por el importador, dicho documento puede ser otorgado por cualquier laboratorio acreditado ante el INDECOPI.

Otras normas y regulaciones

El producto importado debe cumplir las mismas leyes y regulaciones de la producida en los Estados Unidos, es sujeto a revisión por la FDA cuando es ofrecida por un importador en un puerto de Estados Unidos. Los importadores pueden importar alimentos a los Estados Unidos mientras las plantas que produzcan estos estén registradas con la FDA o cumplan otros requerimientos de esta. Además el alimento importado deberá notificarse por adelantado a la FDA antes del arribo de la carga a puerto estadounidense.

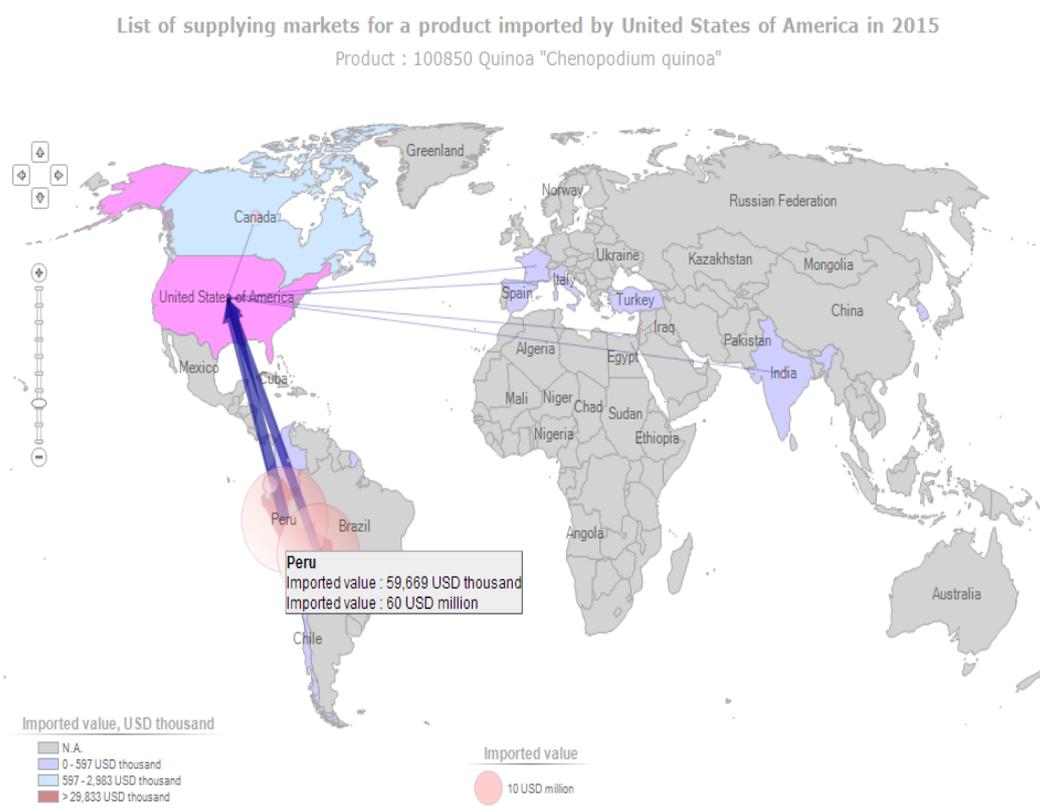
Actualmente, el producto de la quinua se vende en Supermercados como Costco, Trader Joe's y Whole Foods que introdujeron el producto en la alimentación estadounidense en concordancia con el criterio de la ONU que establece a este como un superalimento.

2.1.2. Del Sector

2.1.2.1 Mercado internacional.

Gráfico N°23

Estados Unidos importaciones de quinua según países de origen



Fuente: Trade –map

En este cuadro se aprecia que el principal proveedor de quinua importada en el 2015 hacia a los Estados Unidos, es el país de Perú con importaciones de \$59'669,000 seguido de Bolivia con importaciones de \$ 50'410,000

Cuadro N° 03
Importaciones de Quinoa en kilos y en dolares al estado de California año 2015

		Data	
Origen	Distrito Ad. Descarga	Sum of CIF (Consumo)	Sum of Cant. kg
BOLIVIA	LOS ANGELES CA	\$ 13,048,481.00	2871780.00
BOLIVIA Total		\$ 13,048,481.00	2871780.00
PERU	LOS ANGELES CA	\$ 11,666,365.00	3219812.00
PERU Total		\$ 11,666,365.00	3219812.00
Grand Total		\$ 24,714,846.00	6091592.00

Fuente: Penta- transaction.

Se puede observar, que las importaciones de la quinoa en california son de \$24'714,846 de origen de quinoa Peruana y Boliviana.

2.1.2.2 Mercado del consumidor

Gráfico N°24
Consumo per cápita de quinoa estimado en California



Fuente: Census.gov

Cuadro N° 04
Importaciones de Quinua en dolares al estado de California año 2015

Sum of Cant. Kg		
Origen	Distrito Ad. Descarga	Total
BOLIVIA	LOS ANGELES CA	2871780.00
BOLIVIA	Total	2871780.00
PERU	LOS ANGELES CA	3219812.00
PERU	Total	3219812.00
Grand Total		6091592.00

Fuente: Elaboración propia en base a Penta- Transaction.

Cuadro N° 05
Consumo per-capita de quinua en california

Precio promedio del kg de quinua valor CIF	\$ 4.06
Importaciones 2015 de quinua \$	\$ 24,714,846.00
Kg de quinua importada	6,091,592.00
Población total California 2015	39,144,818.00
Consumo per-cápita kg	0.156
Consumo per-cápita en \$	\$ 0.63

Fuente: Elaboración propia en base a Penta- Transaction.

2.1.2.3 Mercado de proveedores

El mercado de proveedores de quinua a Estados Unidos está dominado por las importaciones peruanas y bolivianas.

Cuadro N° 06
Exportaciones de Quinua en kilos y en dolares de Peru y Bolivia año 2015.

Origen	Distrito Ad. Descarga	Sum of CIF (Consumo)	Sum of Cant. kg
BOLIVIA	LOS ANGELES CA	\$ 13,048,481.00	2871780.00
BOLIVIA	Total	\$ 13,048,481.00	2871780.00
PERU	LOS ANGELES CA	\$ 11,666,365.00	3219812.00
PERU	Total	\$ 11,666,365.00	3219812.00
Grand Total		\$ 24,714,846.00	6091592.00

Fuente: Elaboración propia en base a Penta- Transaction.

En el cuadro se puede observar que las importaciones de la quinua en california son de \$24'714,846 de origen de quinua peruana y boliviana.

2.1.2.4 Mercado competidor

Nuestro producto es una quinua pre-cocida con manzanas liofilizado empacado al vacío y con un vaso biodegradable, al cual se le echa agua hirviendo y/o se ingresa al microondas por 3 minutos para su preparación ya está lista para tomar. Actualmente no hay ningún competidor identificado que tenga nuestro producto innovador.

2.1.2.5 Mercado distribuidor

El mercado distribuidor serán los grandes mayoristas y minoristas como es el caso de supermercado target.

- **Mayoristas**

Gráfico N°25:
Mayoristas ventas en California



Fuente:Censusbureau

El número de establecimientos de ventas al por mayor al año 2012 en California fue 5548 y las ventas fueron de 108891 millones de dólares.

- Minoristas

Gráfico N°26
Minoristas ventas en California



Estadísticas clave Industria: California

	1997	2002	2007	2012	07-12 % Var
Número de establecimientos	9.738	9,928	10.008	10.377	3,7%
Ventas (millones de \$)	45303	55956	68389	75460	10,3%

Fuente: Censusbureau.

El número de establecimientos de ventas al por menor al año 2012 en California fue 10377 y las ventas fueron de 75460 millones de dólares.

Tiendas de comestibles en Estados Unidos de América



Cadena estadounidense de supermercados de venta alimentos naturales y orgánicos. Tiene su sede en Downtown Austin, Texas con presencia En todo el mundo cuenta con 322 tiendas en los Estados Unidos, Canadá, y Reino Unido.



Líder del mercado en tiendas de comestibles de alimentos orgánicos y frescos en los Estados Unidos, tiene 455 tiendas , cerca de la mitad ubicadas en California , con la prevalencia más alta en el sur de California



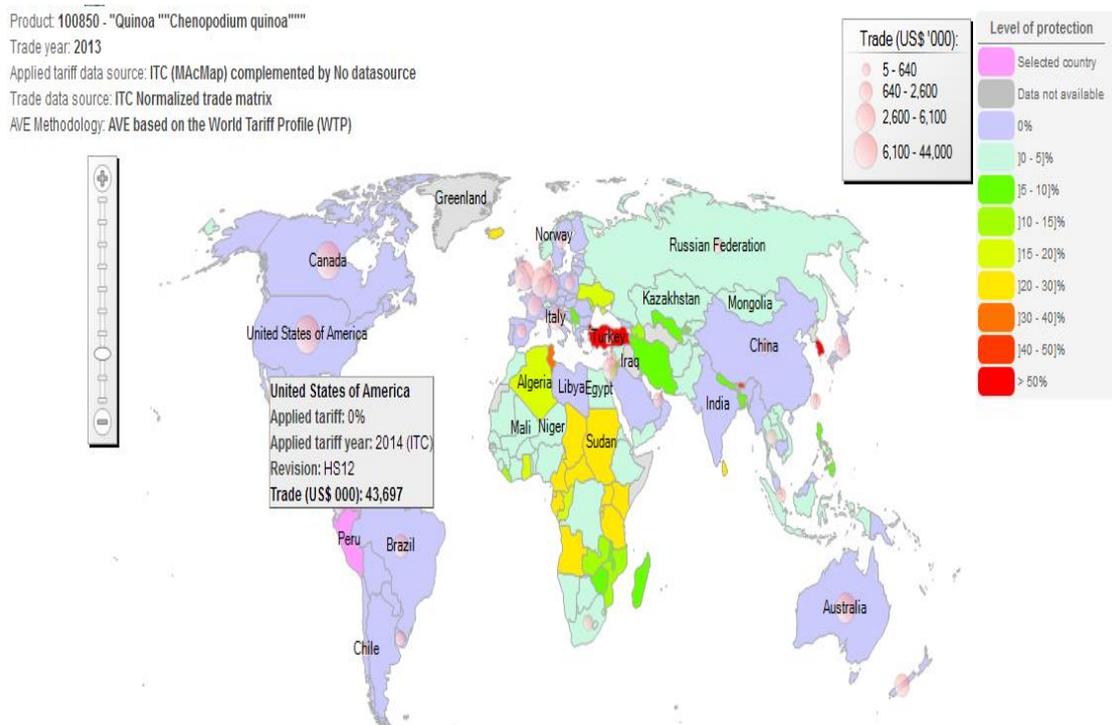
Es la cadena tipo Club de precios más grande en el mundo basada en ventas al por mayor.

Es la segunda cadena más grande del mundo en la categoría de comercio (desde 2014) después de WalMart

2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Actualmente hay un T.L.C. firmado entre Estados Unidos y Perú, por el cual hay preferencias arancelarias y para arancelarias según partida arancelaria.

Gráfico N° 27
Preferencia arancelaria de la Quinua para la exportación de la quinua.



Fuente: Trade-map

Preferencia arancelaria

El Perú no paga arancel para las exportaciones de la quinua gracias al T.L.C

Medidas para arancelarias

Las condiciones de etiquetado, empaque, ingredientes entre otras son establecidas por la FDA (Food and Drug Administration) de Estados Unidos.

Para nuestro producto, solo debe llevar una etiqueta en cada bolsa y en la caja donde se indica: el nombre y la dirección del exportador; país de origen; nombre común del alimento; número de certificado de SENASA, marca o logo del producto; peso neto; lote; fecha de producción y fecha de expiración.

Certificado de buenas prácticas manufacturadas

La planta procesadora de alimentos debe contar como mínimo con un certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM). El certificado de calidad del lote producido es requerido por el importador, dicho documento puede ser otorgado por cualquier laboratorio acreditado ante el INDECOPI.

Otras normas y regulaciones

El producto importado debe cumplir las mismas leyes y regulaciones de la producida en los Estados Unidos, es sujeto a revisión por la FDA cuando es ofrecida por un importador en un puerto de Estados Unidos. Los importadores pueden importar alimentos a los Estados Unidos mientras las plantas que produzcan estos estén registradas con la FDA o cumplan otros requerimientos de esta. Además el alimento importado deberá notificarse por adelantado a la FDA antes del arribo de la carga a puerto estadounidense.

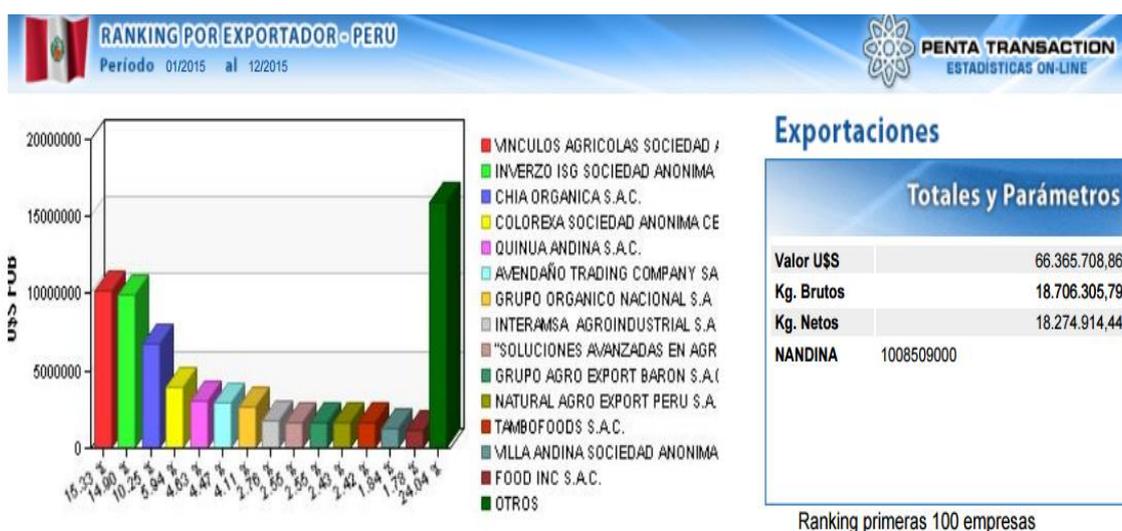
2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Solo se tomaran las exportaciones de quinua del Perú y Bolivia al mercado de Estados Unidos, debido a que en estos primeros 2 países es donde se encuentra la mejor calidad de quinua. En los siguientes cuadros vamos a ver que el nivel de competitividad es alto debido a que hay muchos exportadores de quinua, pero nuestro país se diferencia por la calidad del producto a diferencia de sus competidores.

Nivel de competencia media

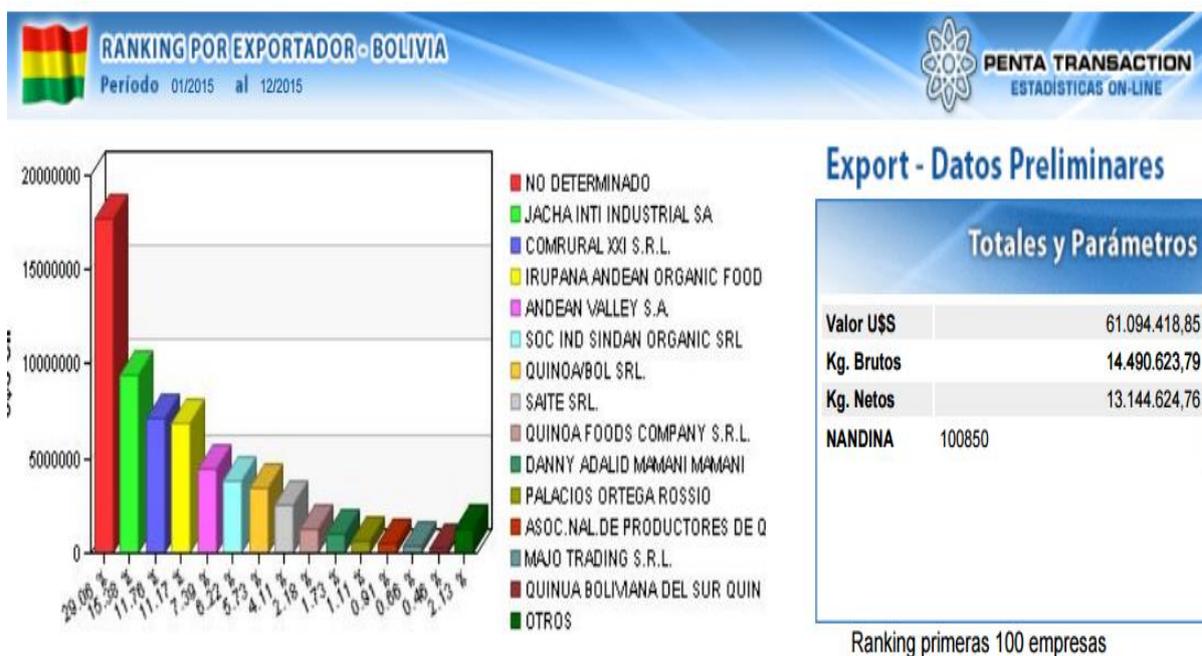
Gráfico N° 28
Empresas DEL Perú que exportan quinua a EE.UU.



Fuente: Herramienta de inteligencia de mercado - PentraTransaction.

Actualmente hay 105 empresas Peruanas que exportan quinua a los Estados Unidos.

Gráfico N°29
Exportadores de Quinua de Bolivia a EE.UU.



Fuente: Herramienta de inteligencia de mercado - PentaTransaction.

Actualmente, hay 120 empresas Bolivianas que exportan quinua a los Estados Unidos.

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes

La fuerza negociadora de los clientes es muy alta ya que los importadores de quinua en Estados Unidos son empresas muy grandes y la demanda aumenta año tras año, por ejemplo en las siguientes empresas: ENRAY INC., INTERGLOBO NORTH AMERICA INC., SPECIALTY COMMODITIES INC., GLOBAL JUICES AND FRUITS, INTERGLOBO NORTH AMERICA INC, E & J INTERNATIONAL TRADING DBA LA., etc. Muestra de ello, es que la empresa estadounidense Agripacific Trading Company consideró incrementar la producción de quinua boliviana debido a que existe una elevada demanda de parte de EEUU, principal importador de la quinua.

Fuente: Diario la Razón: http://www.la-razon.com/economia/Importador-EEUU-pide-producir-quinua_0_1801019908.html

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores

Nivel de competencia baja.

La fuerza negociadora de los proveedores es baja debido a que el exportador de quinua no puede negociar, con las condiciones requeridas de empresas tan grandes como ENRAY INC, INTERGLOBO NORTH AMERICA INC, SPECIALTY COMMODITIES INC, etc. Ya que estos cuentan con muchas dificultades para cumplir con los requisitos de Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) ni cuentan con el financiamiento para lograr el envío y la constancia que requiere en cuanto a logística en el proceso de exportación.

Fuente: http://www.registrarcorp.com/fdafood/index.jsp?lang=es&s_kwid=TC|9244|exportar%20quinua%20a%20estados%20unidos|S|b|70413795375&gclid=CO_n_zpjhms8CFYJbhgodcl0DtA

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos

Nivel de competencia baja

Los productos saludables que existen actualmente en el mercado de EEUU, son muy variados y de gran demanda como productos en hojuelas fitness, sin embargo nuestro producto mantiene una propuesta diferente como Fastfood saludable, listo y ya envasado para disfrutar en tan solo 3 minutos

Fuente: <https://prezi.com/z5jrx11pkv8a/market-profile-quinoa-flakes-to-los-angeles-california-usa/>

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada

Nivel de competencia media

Cada vez hay más empresas que se dedican a exportar quinua, e incluso las principales entidades gubernamentales como PROMPERU impulsan a las empresas y comerciantes a realizar exportaciones de quinua, sin embargo, las principales barreras de entradas son financiamiento, el conocimiento de logística de exportación y especialización en inteligencia de mercados.

Fuente: Siicex http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=487.48600

Fuente: Sierra Exportadora <http://www.sierraexportadora.gob.pe/quinua/>

A continuación sigue el capítulo III, titulado Plan Estratégico.

CAPITULO III

3. PLAN ESTRATÉGICO

3.1. Visión y misión de la empresa

3.1.1 Misión

Elaborar un producto alimenticio de exportación, contribuyendo a mejorar la alimentación y la salud de una manera saludable y deliciosa hecha con productos andinos peruanos con la mejor calidad.

3.1.2 Visión

Posicionarse como la principal empresa exportadora alimentaria peruana de quinua con frutos liofilizados, ser reconocidos por nuestra calidad, nuestra responsabilidad social empresarial e innovación constante.

3.2 Foda

3.2.1. Fortalezas

- Capacidad de desarrollar productos de acuerdo a requerimientos de clientes (Tiempos de entrega).
- Desarrollo de una buena integración para atrás (se tiene una muy buena relación con los proveedores y responsabilidad social).
- Únicos productores de quinua pre cocida y perlada con frutos liofilizados envasados como fast food nutritivo.
- Trabajo con la mejor materia prima.
- Conocimiento de las normas y leyes de exportación.
- Capacidad de innovación en el producto.
- Contamos con las manzanas durante todo el año, así cumpliremos con los pedidos sin problemas de producción por falta de insumos.
- Contacto con los compradores directos en California.

3.2.2 Debilidades

- Falta de conocimiento del producto de parte del cliente final.
- Falta de certificaciones BPM propias.
- Falta de una planta completamente propia.
- Falta de mayor presupuesto de promoción B2B.
- Falta de mayor presupuesto de promoción B2C.
- Falta de poder adquisitivo
- Poco presupuesto para viajes a California
- No contar con la supervisión de la venta del producto en tiempo real

3.2.3 Oportunidades

- Tratados de libre comercio con el país de EEUU, estado de California, como por ejemplo preferencias arancelarias y para arancelarias.
- Tendencia de crecimiento del Mercado objetivo "California" en la población económicamente activa.
- DRAWBACK 4% del valor FOB.
- Apoyo estatal en promoción comercial y financiamiento al exportador(SEPYMEX)
- Mayor preocupación por la salud, nutrición y obesidad en California tanto en niños como en personas adultas.
- Diversificación del producto en un corto plazo.
- Conquistar rápidamente el mercado de California, ya que no tenemos competencia directa en estos momentos.
- California es actualmente el estado que más importa quinua.

3.2.4 Amenazas

- Tendencia a mayores barreras no arancelarias en mercados de destino.
- Tendencias a aumentos de costos de materia prima y de personal.
- Oferta de materia prima no es constante a lo largo del año.
- Materia prima insuficiente para demanda externa potencial.
- IGV por la falta de liquidez en la empresa.
- Productos sustitutos como, la avena.
- Productos similares producidos en EEUU.
- La incertidumbre política que vive actualmente el país de EEUU.

Gráfico N°30
Análisis FODA

ANALISIS FODA		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		FO	DO
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tratados de libre comercio con el país de EEUU, estado de california, como por ejemplo preferencias arancelarias y para arancelarias. • Tendencia de crecimiento del Mercado objetivo "California" en la población económicamente activa. • DRAWBACK 3% del valor FOB. • Apoyo estatal en promoción comercial y financiamiento al exportador(SEPYMEX) • Mayor preocupación por la salud, nutrición y obesidad en California tanto en niños como en personas adultas. • Diversificación del producto en un corto plazo. • Conquistar rápidamente el mercado de California, ya que no tenemos competencia directa en estos momentos. • California es actualmente el estado que más importa quinua. 		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de desarrollar productos de acuerdo a requerimientos de clientes (Tiempos de entrega). • Desarrollo de una buena integración para atrás (se tiene una muy buena relación con los proveedores y responsabilidad social). • Únicos productores de quinua precocida y perlada con frutos liofilizados envasados como fastfood nutritivo. • Trabajo con la mejor materia prima. • Conocimiento de las normas y leyes de exportación. • Capacidad de innovación en el producto. • Contamos con las manzanas durante todo el año, así cumpliremos con los pedidos sin problemas de producción por falta de insumos. • Contacto con los compradores directos en California. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de certificaciones BPM propias. • Falta de una planta completamente propia. • Falta de mayor presupuesto de promoción B2B. • Falta de mayor presupuesto de promoción B2C. • Falta de poder adquisitivo • Poco presupuesto para viajes a California • No contar con la supervisión de la venta del producto en tiempo real.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia a mayores barreras no arancelarias en mercados de destino. • Tendencias a aumentos de costos de materia prima y de personal. • Oferta de materia prima no es constante a lo largo del año. • Materia prima insuficiente para demanda externa potencial. • IGV por la falta de liquidez en la empresa. • Productos sustitutos como, la avena. • Productos similares producidos en EEUU. • La incertidumbre política que vive actualmente el país de EEUU. 		<p>fortalecer los vinculos investigando a fondo las barreras no arancelarias.</p> <p>Trabajar con economías de escala se minimizara los aumentos de costos de materia prima.</p>	<p>Mejorar nuestra relacion con nuestros proveedores para asi poder obtener insumos para poder abastecer al mercado de California con total satisfaccion.</p> <p>Certificarnos según requerimientos de pais destino para aprovechar los T.L.C</p> <p>Como tenemos poco presupuesto de promocion comercial podemos trabajar con PROMPERU para poder conseguir financiamiento.</p> <p>Sacar certificaciones según mercado destino para asi minimizar las barreras no arancelarias.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.2 Objetivos

Objetivo general:

Ofrecer un producto peruano con valor agregado, de calidad que favorezca a la buena alimentación que nos genere competitividad en Estados Unidos para captar el mayor mercado, actualmente desatendido en los productos saludables por nuestra diferenciación al ser un producto único en el mercado.

Objetivo específico:

Año cero: Obtener y aprovechar que nuestro país cuenta con la mejor quinua y frutas andinas de la región lo cual nos facilitara a la elaboración de nuestros productos para que sean de la mejor calidad para el beneficio de una alimentación saludable.

Primer año: Ofrecer un producto con valor agregado, de calidad que nos genere competitividad en California.

Segundo año: Exclusividad de producto tanto con nuestros proveedores como con las empresas compradoras en California.

Tercer año: Aumentar la capacidad de respuesta con nuestro producto no solo a California sino también en dos estados más de EEUU.

Cuarto año: Innovar e incrementar nuestra línea de productos en base a quinua y derivados.

Quinto año: Llegar a ser una exportadora reconocida en ofrecer productos alimenticios de alta calidad.

Matriz de Evaluación:

Factores Internos - MEFI (Evaluar las 5 fortalezas y 5 debilidades)

Factores Externos MEFE(Evaluar as 5 amenazas y 5 oportunidades)

- Matriz de Perfil Competitivo – MPC (Evaluar los factores de éxito de la empresa y 3 competidores)

En los siguientes cuadros se van a evaluar las matrices mencionadas anteriormente para evaluar nuestras estrategias a realizar y para saber qué tan competitivos somos respecto a la competencia.

FORMULACIÓN DE MATRICES

Cuadro N° 07
Matriz de Evaluación de Factores Internos – MEFI

Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI (Evaluar las 5 fortalezas y 5 debilidades)

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total ponderado
Fuerzas			
Capacidad de desarrollar productos de acuerdo a requerimientos de clientes	0.06	4	0.24
Desarrollo de una buena integración para atrás (se tiene una muy buena relación con los proveedores y responsabilidad social).	0.16	4	0.64
Únicos productores de quinua pre cocida y perlada con frutos liofilizados envasada como fastfood nutritivo.	0.18	4	0.72
Trabajo con la mejor materia prima.	0.08	3	0.24
Conocimiento de las normas y leyes de exportación	0.12	3	0.36
Debilidades			
Falta de conocimiento del producto departe del cliente final	0.05	2	0.1
Falta de certificaciones BPM propias.	0.15	2	0.3
Falta de una planta completamente propia	0.06	1	0.06
Falta de mayor presupuesto de promoción B2B	0.08	1	0.08
Falta de poder adquisitivo	0.06	1	0.06
Total	1		2.8

Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala. (2) El total ponderado de 2.80 está por arriba de la media de 2.50

Cuadro N° 08
Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE

Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE (Evaluar las 5 amenazas y 5 oportunidades)

Factores determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Tratados de libre comercio con el país de EEUU, estado de california, como por ejemplo preferencias arancelarias y para arancelarias.	0.08	3	0.24
Tendencia de crecimiento del Mercado externo	0.06	2	0.12
DRAWBACK 3% del valor FOB	0.11	1	0.11
Apoyo estatal en promoción comercial y financiamiento al exportador(SEPYMEX)	0.14	4	0.56
Mayor preocupación por la salud a nivel mundial	0.09	4	0.36
Amenazas			
Tendencia a mayores barreras no arancelarias en mercados de destino	0.1	2	0.2
Tendencias a aumentos de costos de materia prima y de personal	0.12	4	0.48
Oferta de materia prima no es constante a lo largo del año	0.07	3	0.21
Materia prima insuficiente para demanda externa potencial	0.13	2	0.26
IGV, por la falta de liquidez en la empresa	0.1	1	0.1
Total	1		2.64

Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala. (2) El total ponderado de 2.64 está por arriba de la media de 2.50.

Cuadro N° 09
Formato de la matriz del perfil competitivo (MPC)

Matriz de Perfil Competitivo - MPC (Evaluar los Factores de Éxito de tu empresa y 3 competidores más.

Factores clave de éxito	Peso	Aplex trading S.A.C.		Vínculos agrícolas EIRL		Alisur SAC		La organization	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
Producto	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Calidad de productos	0.18	3	0.54	4	0.72	3	0.54	3	0.54
Competitividad	0.1	2	0.2	4	0.4	3	0.3	2	0.2
Servicio al cliente B2B	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15	2	0.1
Herramienta de inteligencia comercial	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Experiencia	0.11	3	0.33	4	0.44	3	0.33	2	0.22
Lealtad del cliente	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2	3	0.3
Capacidad de respuesta rápida	0.06	3	0.18	4	0.24	3	0.18	3	0.18
Total	1		3.1		3.85		3.1		2.94

A continuación sigue el capítulo IV, titulado Investigación de Mercado.

CAPITULO IV

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1.1. Criterios de segmentación

- **Segmentación industrial**

Los clientes serán empresas industriales de alimentos procesados y distribuidores mayoristas de productos naturales, por lo tanto se usará una segmentación para mercado industrial.

Cuadro N° 10
Segmentación Industrial

SEGMENTACION INDUSTRIAL	
GEOGRÁFIAS	<p>Importadores de quinua.</p> <p>El tamaño de la empresa es mediano.</p> <p>En las áreas de California.</p>
DEMOGRÁFICA	<p>Empresas importadoras según nuestra partida arancelaria (Solo que importen quinua de origen Peruano y Boliviano), de preferencia medianas y grandes empresas.</p>
ECONÓMICA	<p>Empresas que importen como mínimo un contenedor de quinua o su equivalencia en dólares.</p>
PROCEDIMIENTO DE COMPRA	<p>Empresas que busquen calidad y servicio personalizado</p>
CARACTERÍSTICA EMPRESARIAL	<p>Buenas prácticas comerciales</p>

- **Segmentación Geográfica**

Gráfico N°31
Mapa de EE.UU.



Fuente: Censusbureau.

Se escogerán empresas industriales de alimentos procesados, importadores y distribuidores mayoristas de quinua que se encuentren en el área de California.

- **Segmentación Demográfica**

Empresas importadoras según nuestra partida arancelaria (Solo que importen quinua de origen Peruano y Boliviano), de preferencia medianas y grandes empresas.

- **Segmentación Económica**

Cuadro N° 11
Importaciones de quinua en Los Ángeles, San Francisco y San Diego.

Origen	Distrito Ad. Descarga	Sum of Cant. kg	Sum of CIF (Consumo)
BOLIVIA	LOS ANGELES CA	2871780.00	\$ 13,048,481.00
BOLIVIA	SAN FRANCISCO CA	5195004.00	\$ 23,743,494.00
BOLIVIA	Total	8066784.00	\$ 36,791,975.00
PERU	LOS ANGELES CA	3219812.00	\$ 11,666,365.00
PERU	SAN DIEGO CA	3646.00	\$ 11,925.00
PERU	SAN FRANCISCO CA	3324238.00	\$ 13,458,451.00
PERU	Total	6547696.00	\$ 25,136,741.00
Grand Total		14614480.00	\$ 61,928,716.00

Fuente: Penta- transaction

Elaboración: Propia Importaciones totales de quinua en los Estados Unidos en el año 2015 en California.

- **Procedimiento de compra**

Las empresas de Estados Unidos siempre buscan la mejor calidad en el producto y precios competitivos.

- **Característica empresarial.**

Las empresas en los Estados Unidos son muy leales con sus proveedores debido a que manejan alianzas estratégicas importantes para realizar sus operaciones dentro de su mercado para alcanzar sus mejores ingresos financieros.

- **Medición de mercado**

Importaciones de los Estados Unidos de Quinoa (Partida 1008509000) (Solo importaciones de países de origen de Perú y Bolivia).

		Data	
Origen	Distrito Ad. Descarga	Sum of Cant. kg	Sum of CIF (Consumo)
BOLIVIA	LOS ANGELES CA	2871780.00	\$ 13,048,481.00
	SAN FRANCISCO CA	5195004.00	\$ 23,743,494.00
Total		8066784.00	\$ 36,791,975.00
PERU	LOS ANGELES CA	3219812.00	\$ 11,666,365.00
	SAN DIEGO CA	3646.00	\$ 11,925.00
	SAN FRANCISCO CA	3324238.00	\$ 13,458,451.00
Total		6547696.00	\$ 25,136,741.00
Grand Total		14614480.00	\$ 61,928,716.00

Fuente: penta- transaction

Elaboración: Propia Importaciones de quinoa en el 2015 en California.

La medición de mercado al año 2015 de importaciones de quinoa proveniente de Perú y Bolivia a California es de \$ 61, 928,716.00 que representan un total de 14614480.00 Kilos.

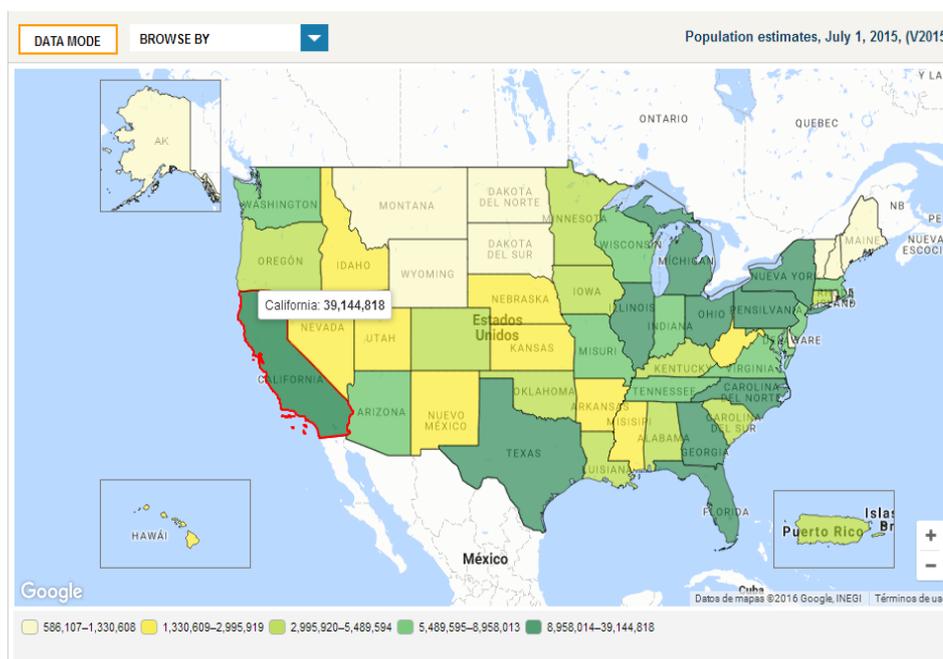
- **Segmentación poblacional**

Cuadro N° 12
Segmentación poblacional

SEGMENTACIÓN	
Geográfica	California. (Estados Unidos).
Demográfica	Personas de ambos sexos mayores a 5 años de edad.
Socio Económica	Individuos con ingreso familiar alto (ingresos mayores o iguales familiares a \$100,000 al año.
Conductual	Personas de cualquier estado civil dispuestas a adquirir un producto de calidad
Psicográfica	Estilo de vida personas que se preocupen en comer alimentos saludables y que se preocupen por mantener un buen peso. Personas dispuestas a pagar un poco más por un producto natural de calidad.

- **Segmentación Geográfica**

Gráfico N°32
Mapa de EE.UU.



Fuente: Censusbureau.

Se ha elegido a Estados Unidos como destino del país a exportar, se eligió el estado de California que al 2015 tuvo una población estimada de 39'144,818 habitantes según U.S. Census Bureau.

- **Segmentación Demográfica**

Personas de ambos sexos mayores a 5 años de edad.

Gráfico N°33
Personas por rango de edad en California.

Subject	California					
	Total		Male		Female	
	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error
Total population	38,066,920	*****	18,911,519	+/-903	19,155,401	+/-903
AGE						
Under 5 years	6.6%	+/-0.1	6.8%	+/-0.1	6.4%	+/-0.1
5 to 9 years	6.6%	+/-0.1	6.8%	+/-0.1	6.5%	+/-0.1
10 to 14 years	6.7%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1	6.5%	+/-0.1
15 to 19 years	7.1%	+/-0.1	7.4%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1
20 to 24 years	7.6%	+/-0.1	7.9%	+/-0.1	7.3%	+/-0.1
25 to 29 years	7.4%	+/-0.1	7.7%	+/-0.1	7.1%	+/-0.1
30 to 34 years	7.1%	+/-0.1	7.3%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1
35 to 39 years	6.7%	+/-0.1	6.8%	+/-0.1	6.6%	+/-0.1
40 to 44 years	6.9%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1	6.8%	+/-0.1
45 to 49 years	6.9%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1
50 to 54 years	6.9%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1	6.9%	+/-0.1
55 to 59 years	6.1%	+/-0.1	6.0%	+/-0.1	6.2%	+/-0.1
60 to 64 years	5.2%	+/-0.1	5.0%	+/-0.1	5.4%	+/-0.1
65 to 69 years	3.9%	+/-0.1	3.7%	+/-0.1	4.1%	+/-0.1
70 to 74 years	2.8%	+/-0.1	2.6%	+/-0.1	3.0%	+/-0.1
75 to 79 years	2.1%	+/-0.1	1.9%	+/-0.1	2.3%	+/-0.1
80 to 84 years	1.6%	+/-0.1	1.4%	+/-0.1	1.9%	+/-0.1
85 years and over	1.7%	+/-0.1	1.2%	+/-0.1	2.2%	+/-0.1

Fuente: Census, periodo 2015

La población mayor a 5 años de edad representa el 93.4% de la población total en California.

Población personas de ambos sexos mayores a 5 años de edad.	35'554,504
---	------------

Fuente: Elaboración propia en base a census.

La población mayor a 5 años de edad representa 35'554,504 habitantes en California.

- Segmentación socioeconómica

Gráfico N°34
Niveles de Ingresos en California.

Tema	California							
	Los hogares		familias		familias de parejas casadas		hogares no familiares	
	Estimar	Margen de error	Estimar	Margen de error	Estimar	Margen de error	Estimar	Margen de error
Total	12617280	+/- 20.413	8,666,286	+/- 22.818	6,195,938	+/- 30.217	3,950,994	+/- 11.133
Menos de \$ 10,000	5.8%	+/- 0,1	4,5%	+/- 0,1	1,9%	+/- 0,1	10,7%	+/- 0,1
\$ 10.000 a \$ 14.999	5,1%	+/- 0,1	3,2%	+/- 0,1	1,7%	+/- 0,1	10,1%	+/- 0,1
\$ 15.000 a \$ 24.999	9,5%	+/- 0,1	8,2%	+/- 0,1	5,9%	+/- 0,1	13,3%	+/- 0,1
\$ 25.000 a \$ 34.999	9,0%	+/- 0,1	8,4%	+/- 0,1	6,8%	+/- 0,1	10,8%	+/- 0,1
\$ 35.000 a \$ 49.999	12,1%	+/- 0,1	11,9%	+/- 0,1	10,5%	+/- 0,1	12,7%	+/- 0,1
\$ 50.000 a \$ 74.999	16,7%	+/- 0,1	16,8%	+/- 0,1	16,6%	+/- 0,1	15,9%	+/- 0,1
\$ 75.000 a \$ 99.999	12,2%	+/- 0,1	12,9%	+/- 0,1	14,1%	+/- 0,1	9,8%	+/- 0,1
\$ 100.000 a \$ 149.999	14,9%	+/- 0,1	16,8%	+/- 0,1	20,1%	+/- 0,1	9,5%	+/- 0,1
\$ 150.000 a \$ 199.999	6,9%	+/- 0,1	8,1%	+/- 0,1	10,3%	+/- 0,1	3,5%	+/- 0,1
\$ 200.000 o más	7,6%	+/- 0,1	9,2%	+/- 0,1	12,1%	+/- 0,1	3,6%	+/- 0,1
ingreso medio (dólares)	61489	+/- 154	70187	+/- 250	85968	+/- 279	40639	+/- 170
La media de ingresos (dólares)	86704	+/- 221	96357	+/- 302	113.060	+/- 350	60326	+/- 272
PORCENTAJE DE IMPUTADO								
Ingresos del hogar en los últimos 12 meses	30,8%	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)
Los ingresos familiares en los últimos 12 meses	(X)	(X)	31,3%	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)
El ingreso externo a la familia en los últimos 12 meses	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	26,8%	(X)

Fuente: Census, periodo 2015

Según nuestro público objetivo que son personas que tengan ingresos familiares mayor a \$100,000.00 vemos que estas representan el 29.4% de la población en California.

- Segmentación conductual

Gráfico N°35
Estado civil población en California

Subject	California											
	Total		Now married (except separated)		Widowed		Divorced		Separated		Never married	
	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error	Estimate	Margin of Error
Population 15 years and over	31,576,740	+/-3,429	46.2%	+/-0.2	5.0%	+/-0.1	9.5%	+/-0.1	2.2%	+/-0.1	37.1%	+/-0.1
AGE AND SEX												
Males 15 years and over	15,576,921	+/-4,371	47.5%	+/-0.2	2.1%	+/-0.1	8.0%	+/-0.1	1.8%	+/-0.1	40.6%	+/-0.2
15 to 19 years	1,333,258	+/-4,512	0.9%	+/-0.1	0.1%	+/-0.1	0.0%	+/-0.1	0.0%	+/-0.1	99.0%	+/-0.2
20 to 34 years	4,489,351	+/-5,342	23.8%	+/-0.3	0.1%	+/-0.1	2.0%	+/-0.1	0.9%	+/-0.1	73.2%	+/-0.3
35 to 44 years	2,601,689	+/-3,705	59.8%	+/-0.5	0.4%	+/-0.1	8.1%	+/-0.3	2.5%	+/-0.2	29.2%	+/-0.4
45 to 54 years	2,612,891	+/-3,509	64.7%	+/-0.4	0.8%	+/-0.1	12.3%	+/-0.3	2.9%	+/-0.2	19.3%	+/-0.4
55 to 64 years	2,241,178	+/-1,926	66.5%	+/-0.5	2.2%	+/-0.2	15.2%	+/-0.3	2.6%	+/-0.2	13.5%	+/-0.4
65 years and over	2,298,554	+/-2,284	68.8%	+/-0.5	10.5%	+/-0.3	12.1%	+/-0.3	1.8%	+/-0.1	6.9%	+/-0.2
Females 15 years and over	15,999,819	+/-3,197	45.0%	+/-0.2	7.8%	+/-0.1	11.0%	+/-0.1	2.6%	+/-0.1	33.6%	+/-0.1
15 to 19 years	1,273,502	+/-3,753	1.1%	+/-0.1	0.0%	+/-0.1	0.0%	+/-0.1	0.1%	+/-0.1	98.7%	+/-0.1
20 to 34 years	4,228,078	+/-4,935	31.3%	+/-0.4	0.3%	+/-0.1	3.0%	+/-0.1	1.6%	+/-0.1	63.9%	+/-0.4
35 to 44 years	2,588,681	+/-3,134	62.3%	+/-0.4	0.7%	+/-0.1	10.9%	+/-0.4	3.8%	+/-0.2	22.3%	+/-0.5
45 to 54 years	2,630,250	+/-3,099	61.7%	+/-0.5	2.7%	+/-0.2	16.1%	+/-0.4	4.2%	+/-0.2	15.3%	+/-0.3
55 to 64 years	2,388,304	+/-2,312	58.8%	+/-0.5	7.2%	+/-0.3	19.6%	+/-0.3	3.5%	+/-0.2	11.0%	+/-0.3
65 years and over	2,891,004	+/-2,291	42.0%	+/-0.4	33.9%	+/-0.4	16.3%	+/-0.3	1.7%	+/-0.1	6.1%	+/-0.2

Fuente: Census, periodo 2015

En este grafico se puede ver que la población mayor a 15 años de edad de ambos sexo son en total 31'576,740 personas, de estas un 46.2% son casados, viudos un 5%, divorciados 9.5% separados 2.2% y solteros 37.1%.

- **Segmentación Psicográfica**

California

“Los pediatras están tomando un rol más activo sobre este tema. Estamos tratando de incorporar a toda la familia, incluso los abuelos y las personas que cuidan a los niños, tenemos que quitar la idea que mientras más gordito el niño es más sano”, reveló a Efe Daisy Dodd, pediatra de Kaiser Permanente.

La reducción más significativa en el sobrepeso y la obesidad se dio en niños de 6 a 11 años, sea la población de menores que están cursando la primaria, mientras que el segundo grupo que presentó un descenso lo constituyeron los pequeños de dos a cinco años.

Fuente: <http://www.laopinion.com/2015/10/02/disminuye-la-obesidad-en-el-sur-de-california/>

4.1.2. Marco Muestral

Antes de hacer la muestra, se tiene que hacer un sondeo a nuestro público objetivo el cual tiene una sola pregunta la cual es: ¿Consume quinua en cualquier preparación?

Lo que se busca con el sondeo es hallar el p y la q, las cuales son:

p: porcentaje de la población que tiene atributo deseado.

q: Porcentaje de la población que no tiene atributo deseado.

Sondeo

¿Consume quinua en cualquier preparación?

Si	28	82.35%
No	6	17.65%
Total	34	100.00%

P = 82.35%

q= 17.65%

Variable cuantitativa para B2C

Cuadro N° 13
Marco Muestral

MARCO MUESTRAL																			
TAMAÑO DE LA MUESTRA (Población finita):																			
<u>CÁLCULO POR FÓRMULA</u>																			
$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$ $n = \frac{(2.06)^2 * 0.8235 * 0.1765 * 10'453,025}{(0.04)^2 * (10'453,025 - 1) + (2.06)^2 * 0.8235 * 0.1765}$	Donde: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tbody> <tr> <td>n</td> <td>=</td> <td>?</td> </tr> <tr> <td>Z</td> <td>=</td> <td>96% = 2.06</td> </tr> <tr> <td>p</td> <td>=</td> <td>82.35%</td> </tr> <tr> <td>q</td> <td>=</td> <td>17.65%</td> </tr> <tr> <td>e</td> <td>=</td> <td>4% = 0.04</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>=</td> <td>10,453,025</td> </tr> </tbody> </table>	n	=	?	Z	=	96% = 2.06	p	=	82.35%	q	=	17.65%	e	=	4% = 0.04	N	=	10,453,025
n	=	?																	
Z	=	96% = 2.06																	
p	=	82.35%																	
q	=	17.65%																	
e	=	4% = 0.04																	
N	=	10,453,025																	
n = 385																			

Donde:

Z: Nivel de confianza (Correspondiente con la tabla de valores z).

p: porcentaje de la población que tiene atributo deseado.

q: Porcentaje de la población que no tiene atributo deseado.

N: Tamaño de la población.

e: Error de estimación máximo aceptado.

n: Tamaño de la muestra.

Nota: En el sondeo realizado tenemos claro que las personas en mayor parte (p= 82.35%) respondieron que consumen quinua, lo cual hace que tomemos la decisión de tomar como criterio de tolerancia (Error) de 4%, el cual tomamos al momento de efectuar nuestra fórmula para hallar la muestra para encuestar.

Gráfico N°36
Cuadro estadístico sobre los niveles de poblacionales

CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA							
¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	4 %		Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.				
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	96 %		El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida				
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	10453025		¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.				
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	82.35 %		Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.				
La muestra recomendada es de	385		Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación				
Escenarios alternativos para su muestra							
Con una muestra de	100	200	300	Con un nivel de confianza de	90	95	99
Su margen de error sería	7.84%	5.54%	4.53%	Su muestra debería ser de	247	350	605

Se tendrán que realizar 385 encuestas a nuestro público objetivo.
Cuadro estadístico sobre los niveles de poblacionales

Fuente: <http://med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

Entrevistas

- **Entrevista a profundidad - Competencia**

Objetivo:

Conocer como el empresario encuentra el mercado en el que trabaja, como ha evolucionado en el tiempo la exportación de la quinua, hacia que países exporta, precio de venta, quienes son sus clientes, como exporta el producto de la quinua, para así tener más información.

Entrevistado: Moisés Revelli – Especialista en Agro Negocios, Logística y Aduanas.

¿Cuál fue la tasa de crecimiento del negocio?

Decrecido, el decrecimiento del año 2015 fue de -53%, esto se debe a que hay una sobre oferta de quinua en el mercado, hay más competidores y también porque actualmente ya hay más de 20 países en el mundo que ya producen quinua.

¿Cuál es el promedio de ventas mensuales y anuales?

En el periodo 2015 se exportaron 5 millones de dólares en quinua, el promedio de envíos mensuales de contenedores es de 5 contenedores y los picos de mayor envío se dieron en mayo, junio, noviembre y diciembre. En el año 2015 se mandaron 100 contenedores de quinua).

¿Qué productos exporta?

Exportamos quinua convencional, quinua orgánica y pequeños envíos quinua precocida (Retail) a Emiratos Árabes Unidos.

¿Cuál es la cantidad de personal?

Alrededor de 50 personas.

¿Cuáles son los precios FOB de exportación?

Los precios son \$2.1 kilo quinua común y 2.6 quinua orgánica.

¿Cuál es la política de descuentos?

No tenemos política de descuentos.

¿Cuál es el perfil del cliente?

Nosotros vendemos al mercado industrial y a supermercados.

¿Cuál es el margen de ganancia?

Es información confidencial.

¿Cuáles son las características del producto?

Nuestro producto es de calidad, para poder sustentar calidad hacemos exámenes de análisis organoléptico, físico químico y microbiológico.

¿Qué sugerencia le daría a una empresa que entre al sector?

Mi consejo es que diversifiquen su oferta exportable para que creen un valor agregado.



Foto del Entrevistador y el Entrevistado de la entrevista a la competencia

Conclusiones:

El comercio en la exportación genera altos índices de ganancia por la comercialización de quinua, y a pesar de la competencia actualmente que enfrenta nuestro país, sigue teniendo rentabilidad ya que contamos con una de las mejores producciones de este producto que es apreciado por su calidad, y actualmente algunos proveedores, empresarios que trabajan con la quinua, siguen exportando en su forma convencional (procesada en granos), aun no se ha desarrollado un producto diferenciado que compita en el mercado internacional, por falta de emprendimiento.

- **Entrevista a profundidad Proveedor**

Objetivo:

Identificar como trabaja el proveedor con los empresarios locales para conocer cuál es lugar de producción para compra y terminar el método de pago, precios de venta y temporadas de producción de la quinua su calidad.

Entrevistado: Jennifer Catalán – Asociación de Productores Sánchez Carrión (APROSAC)

1) Tamaño de pedido

El pedido mínimo para llevar a la ciudad de Lima es de ½ tonelada.

2) Posibilidad de contratos marco o alianzas

Estamos abiertos a tener contratos con clientes leales, para así tener una relación comercial y amical a largo plazo.

3) Precios

La quinua blanca cosechada (Quinua que falta procesar para consumo humano) es de 5 soles más IG.V. Por otro lado, el kilo de quinua orgánica cosechada es de 7 soles más IG.V.

4) Estacionalidad

El mayor pico de producción se da entre Febrero a Abril, el otro pico se da entre Setiembre y Octubre.

5) Lugares de compra y entrega.

Se puede mandar la mercadería a diferentes puntos pactados del país, siempre y cuando sean pedidos mayores a 500 kilos.

6) Calidad de materia prima

Nuestra quinua es de primera calidad, ya que cumplen con los estándares de salubridad nacionales. Además, tenemos clientes que exportan nuestra quinua a diversos mercados entre ellos a Estados Unidos.

7) Consideraciones para el traslado y almacenaje

Esto depende del precio a tratar con el cliente. Si el cliente no desea pagar el traslado nosotros le recomendamos agencias de carga.

8) Política descuentos y promociones

A mayor volumen de compra se puede negociar un mejor precio, por el cual tanto comprador como vendedor saldremos beneficiados.

9) Formas de pago

Al contado, al crédito, o pago 50% al contado y 50% al crédito, estas formas de pago están sujetas a contratos.



Foto de la proveedora de quinua

Conclusiones:

El proveedor trabaja a pedido y está dispuesto a generar alianzas con sus nuevos clientes, (empresas), que quieran comprar su producción ofreciendo los mejores precios, y la mejor calidad de cosecha desde la chacra, teniendo el conocimiento de los mayores meses de producción, métodos de pago y distribución con las condiciones de que el pedido tenga un mínimo de compra para empezar a trabajar.

Focus Group

Ficha Técnica

Tipo de investigación: Cualitativa

Metodología: Técnica de Focus Group

Fecha de campo: 03 de Octubre del 2016

Directores de estudio:

- Lugo Navarro Felipe
- Reyes Salazar Alfred

BRIEF

Datos del cliente

Sector exportador agroindustrial.

Producto o marca

Quinua

Situación actual

Actualmente, el boom de las exportaciones agroindustriales, es uno de los pocos sectores que aún mantienen un crecimiento en las exportaciones peruanas. Actualmente la quinua se exporta como un commodity; es decir, a granel sin valor agregado. Nuestra empresa ha creado un producto con valor agregado, quinua con manzana liofilizada el cual está dirigido a la exportación hacia Estados Unidos (California).

Objetivos a obtener

- Explicar la forma de uso del producto, mediante la demostración y degustación.
- Conocer la opinión acerca del producto luego de la degustación y presentación.
- Conocer la opinión acerca del modelo de negocio frente a lo habitual conocido por los participantes.
- Conocer las opiniones y sugerencias de los participantes para tener en cuenta de cómo podríamos mejorar.
- Identificar en qué lugares les gustaría comprar y en que medio les gustaría ver la publicidad.

Decisiones a tomar a partir de los resultados

Con el análisis en el sector socioeconómico A de Lima metropolitana como ejemplo, tendremos una idea de si el producto es de fácil entendimiento para el consumidor, para enfocarnos en la calidad del producto, si están dispuestos a consumir un producto natural de alta calidad el cual se promocionará como fastfood nutritivo (Quinua con manzana).

Segmento a investigar

Jóvenes, hombres y mujeres. Nuestro público objetivo son personas mayores a 5 años de edad que vivan en California y tengan ingresos familiares mayores a \$100,000.00 al año.

Como no tenemos recursos para poder viajar a California (U.S.A.) tomaremos como muestra a personas que tengan ingresos familiares mayores a S/. 21,000.00 soles anuales.

Técnica

Focus Group

Muestra

7 personas.

FICHA TECNICA DE FOCUS GROUP	
Población objetiva:	Personas mayores a 13 años de edad con un ingreso familiar mayor a S/. 24,000.00 mensuales de ambos sexos y de cualquier estado civil ubicados en Lima - Perú. en el periodo 2016.
Clasificación:	Técnica Directa.
Tipo:	Focus group
Tamaño de muestra:	7 personas
Financiación:	Recursos Propios

Análisis del Focus Group

Hipótesis:

Durante el focus Group se conversó con cada uno de los participantes y lo que rescatamos es que la mayoría de participantes hacen algún tipo de ejercicio entre una a dos veces por semana, fueron pocos los que manifestaron no hacer deporte, quizás muchos de ellos buscan reducir o adelgazar mediante los ejercicios.

También los participantes que hacen ejercicio consultan fuentes web como Instagram y Facebook, esto es porque consideramos que tienen fácil acceso a la tecnología, al utilizar sus celulares y computadoras se encuentran conectados en internet.

En su alimentación, los participantes manifestaron que no hacían dietas, en su trabajo es de el día a día, les es difícil mantener una alimentación balanceada ya que de vez en cuando en el ámbito laboral siempre hay una reunión en donde se comparten mucho los alimentos, solo 3 participantes del total de los 7, manifiestan que compran productos que ayuden a bajar de peso como Termo Tea, Fuxion y Skinny Quality.

Todos los participantes manifestaron haber comido quinua, es probable que lo hayan probado en el desayuno, en el almuerzo consumiendo algunas hamburguesas o galletas de quinua que existen en el mercado, además uno de los participantes afirmó que de vez en cuando compraba productos naturales que contenía quinua.

Al momento de probar nuestro producto todos los participantes manifestaron que el olor fue bueno, es probable porque al elaborar el producto decidimos agregarle canela, y clavo de olor para darle una preparación más agradable.

Los participantes manifiestan que el producto les gusto, consideramos que puede ser enfocado en personas de oficina, deportistas, personas que tienen una dieta sana, ya que la practicidad del producto es buena, el producto es fácil de consumir porque está listo para comer al instante echándole agua caliente.

A todos los participantes les gusto el envase y el diseño, es probable porque existen otros productos de preparación instantánea como el caso de las sopas que se comercializan y no se les hizo extraño en la presentación el poder entender el producto.

Solo una participante manifestó que desearía que al producto tuviera más manzana y 2 participantes recomendaron que el envase debería tener una tapa transparente para poder el contenido, consideramos que como se trata de alimentos el público quiere ver lo que va a comprar, también los participantes manifestaron que el producto es una idea original en el mercado y les parece atractivo el nombre, es probable que les agrade el que tomemos palabras quechuas que hacen que el producto suene más andino y peruano.

Foto de participantes de Focus Group



Foto de muestra de envase



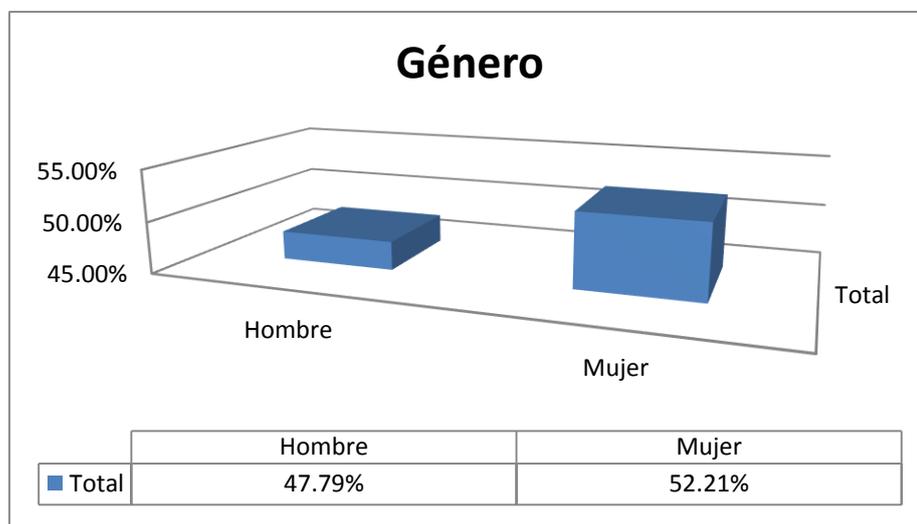
Foto de demostración de preparación del producto



Encuestas

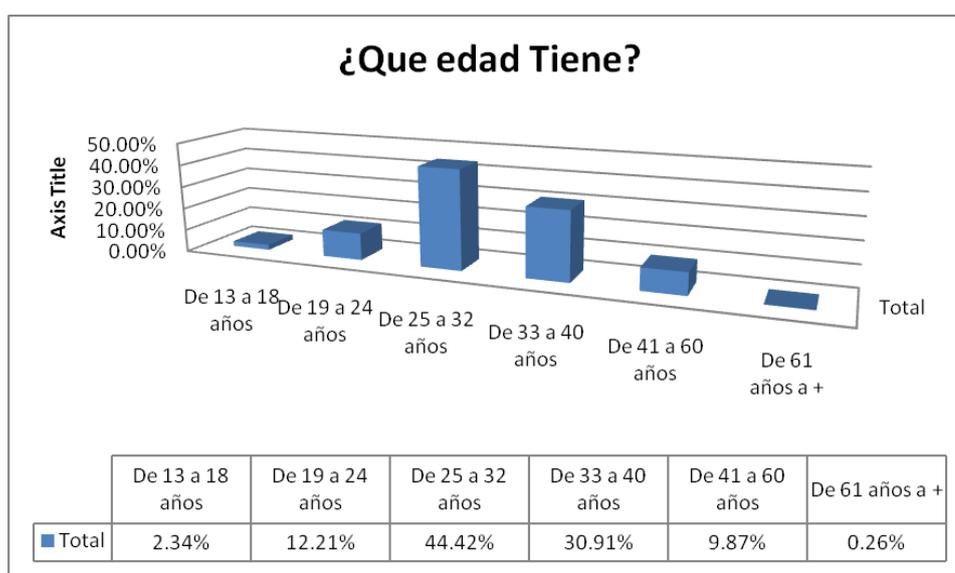
A continuación se presentan las preguntas y los resultados obtenidos de las encuestas.

Pregunta 1: Género



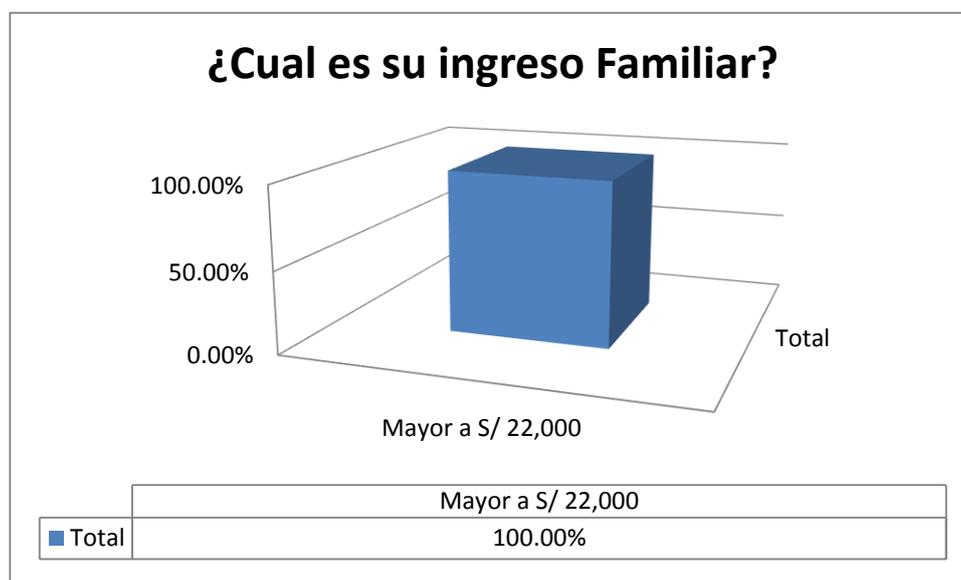
El cuadro nos describe que de 385 encuestados el 47.79% fueron hombres y el 52.21% mujeres, casi de el mismo porcentaje de participación donde queremos tener opiniones de ambos géneros.

Pregunta 2: Edad



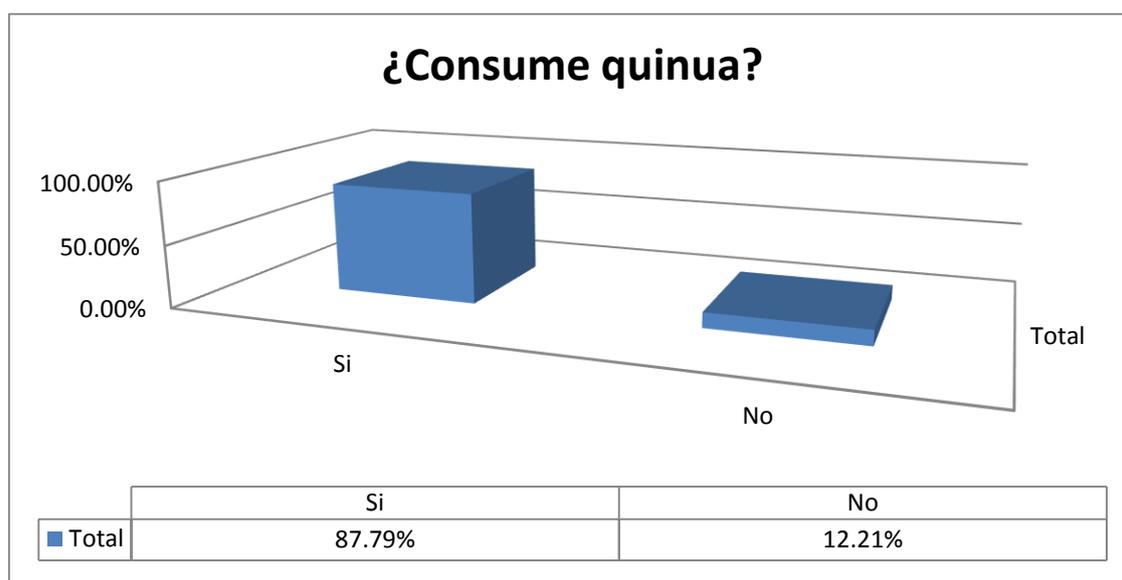
El cuadro nos describe que de 385 encuestados, el 44.42% de personas tienen entre 25 a 32 años de edad, el 30.91% tiene entre 33 y 40 años de edad, personas que por lo general se encuentran trabajando, son padres de familia y son quienes en su mayoría hacen las compras para ellos mismos.

Pregunta 3: Ingreso familiar



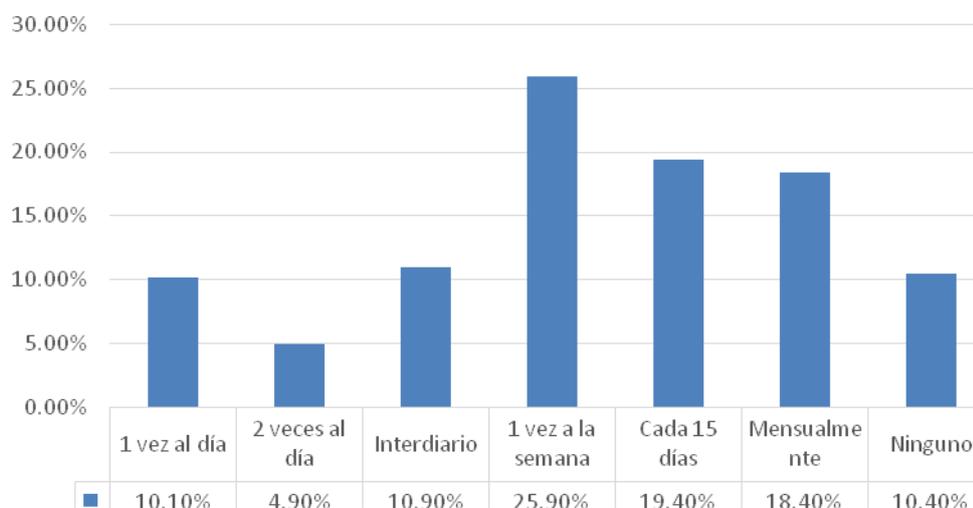
El cuadro nos describe que de las personas encuestadas, estas se encuentran en ingresos familiares mayores a S/. 22,000.00 mensuales, ya sea porque ellos disponen de esos ingresos o porque los percibe conjuntamente con sus integrantes.

Pregunta 4



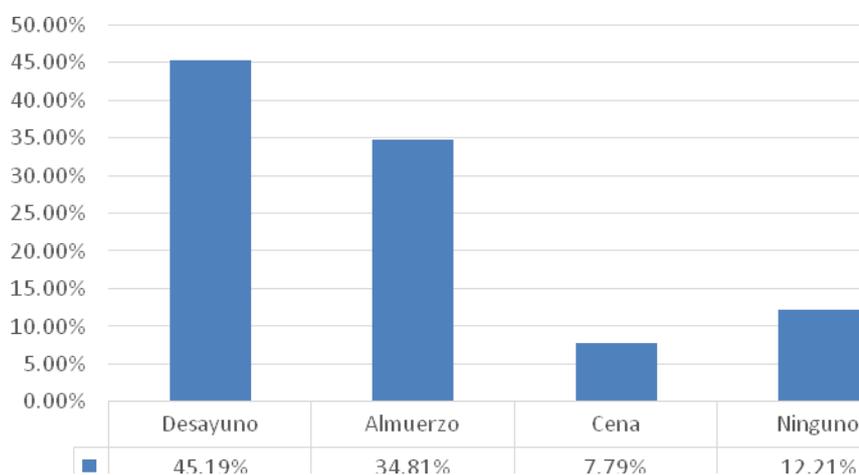
El 87.79% de encuestados consume quinua, ya que la quinua es conocida y consumida por sus propiedades nutricionales, este no es un producto nuevo en el mercado.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia consume quinua?



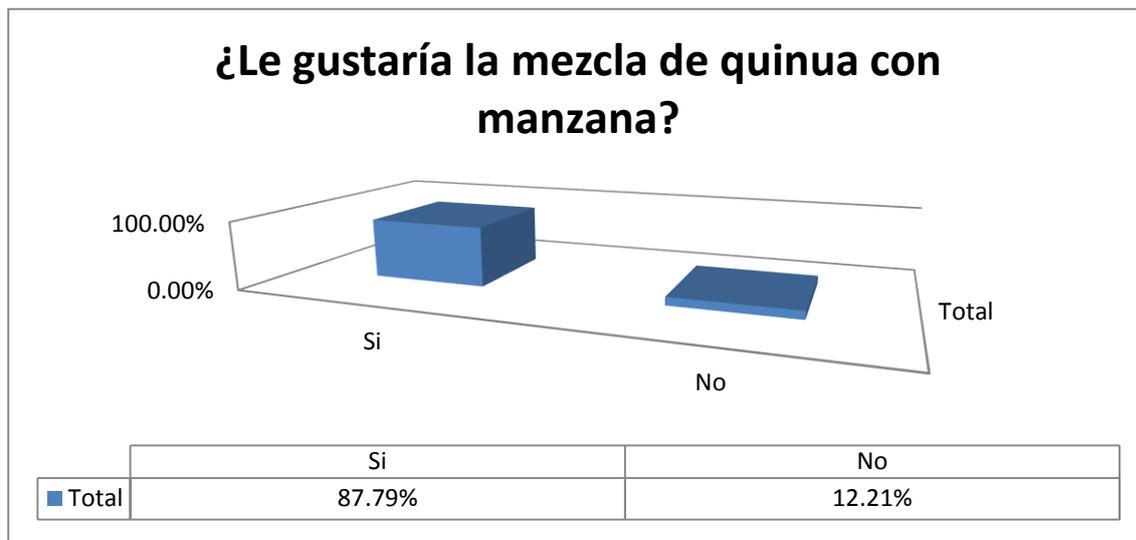
El 25.90% de encuestados consume quinua una vez a la semana, el 19.4% consume quinua una vez al mes, este consumo por lo general es actualmente en el desayuno y en algunos guisos como parte del almuerzo.

Pregunta 6: ¿En qué momento del día consumes quinua?



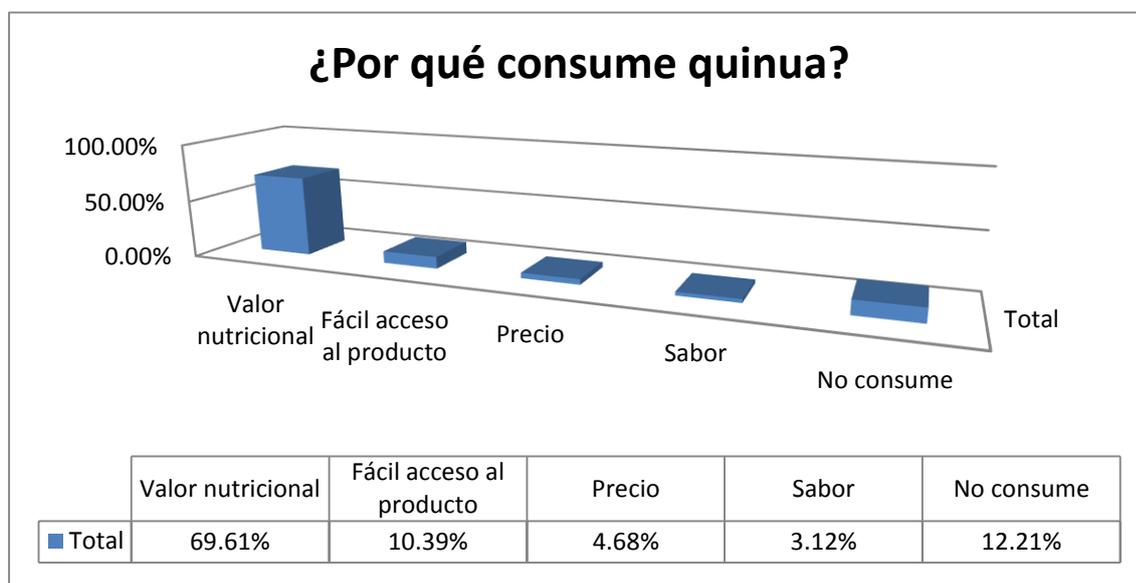
El 45.19% de encuestados consume quinua en el desayuno, el 34.81% consume quinua en el almuerzo, que es un sustituto de otros como el café, jugos, leche, etc. y en el almuerzo, de mayor frecuencia en el horario de consumir alimentos principales.

Pregunta 7



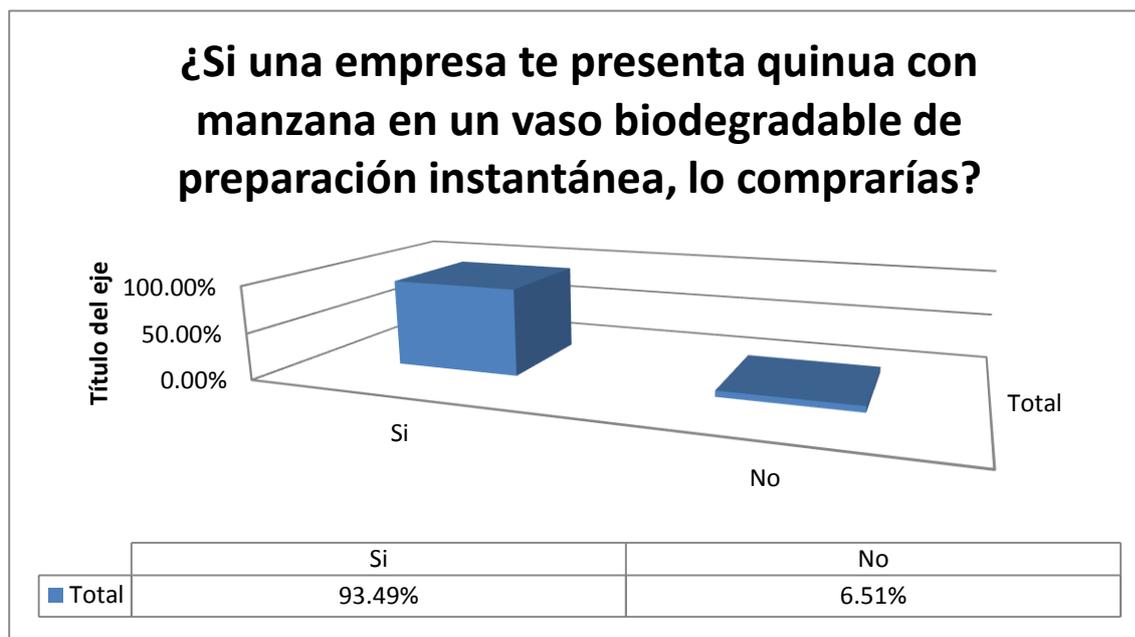
El 87.79% de encuestados le gusta la mezcla de quina con manzana, ya que es una mezcla agradable porque le da sabor al preparado, en el caso del desayuno.

Pregunta 8



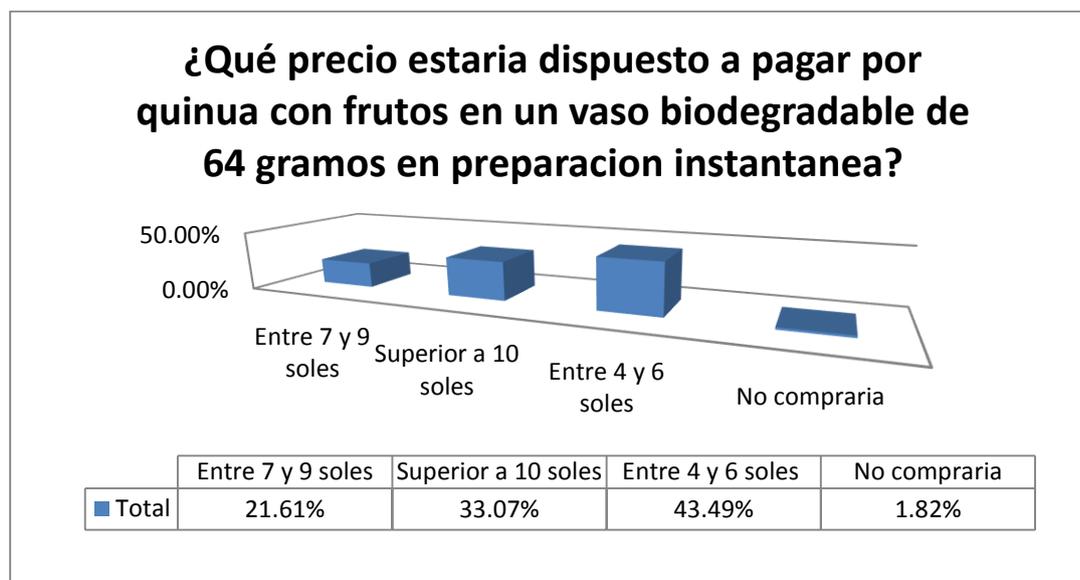
El 69.61% consume quinua por su valor nutricional, ya que el público conoce, o tiene algo de conocimiento de que la quinua es buena para su alimentación.

Pregunta 9



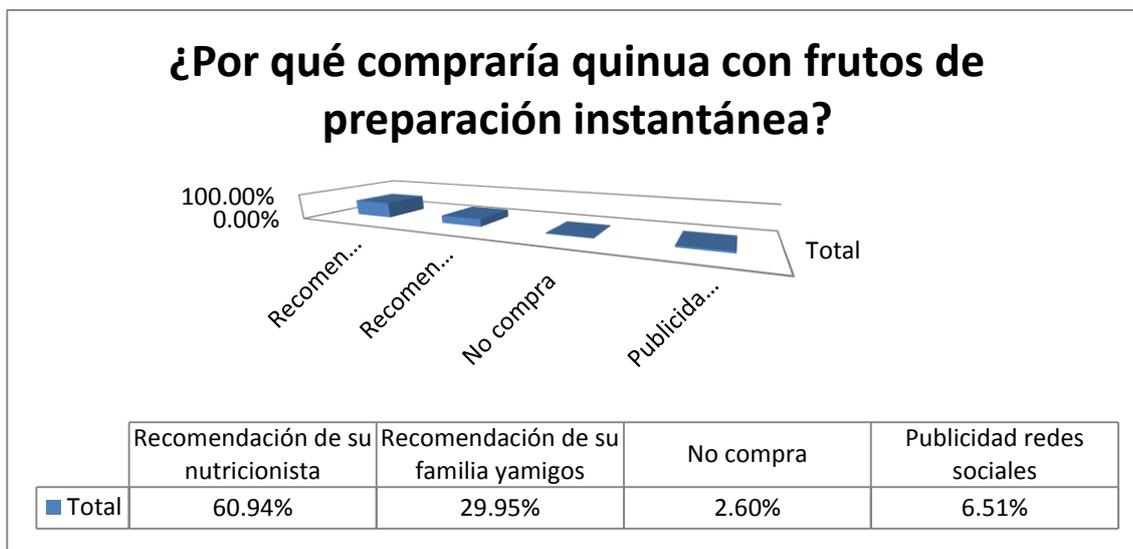
Un total de 93.49% de los encuestados si comprarían quinua con manzana en un vaso biodegradable de preparación instantánea, por otro lado un 6.51% dicen que no lo comprarían, la mayoría de los encuestados le agrado la idea de poder tener este producto ya que no lo encuentra en el mercado, pero actualmente existen otro tipo de productos que se comercializan en vasos de preparación instantánea.

Pregunta 10



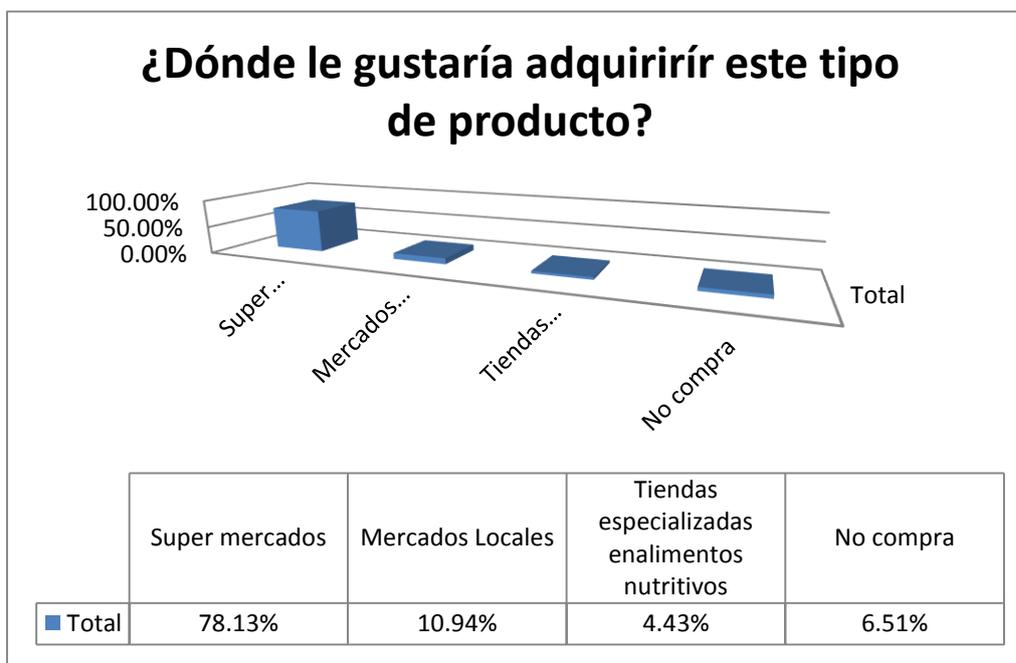
Observamos que El 43.49% pagaría entre 4 y 6 soles, un 21.61% pagaría entre 7 y nueve soles, 33.07% pagaría más de 10 soles, por el producto, ya que creemos que estamos ofreciendo un producto que los beneficiara y les ahorrara tiempo al prepararlo.

Pregunta 11



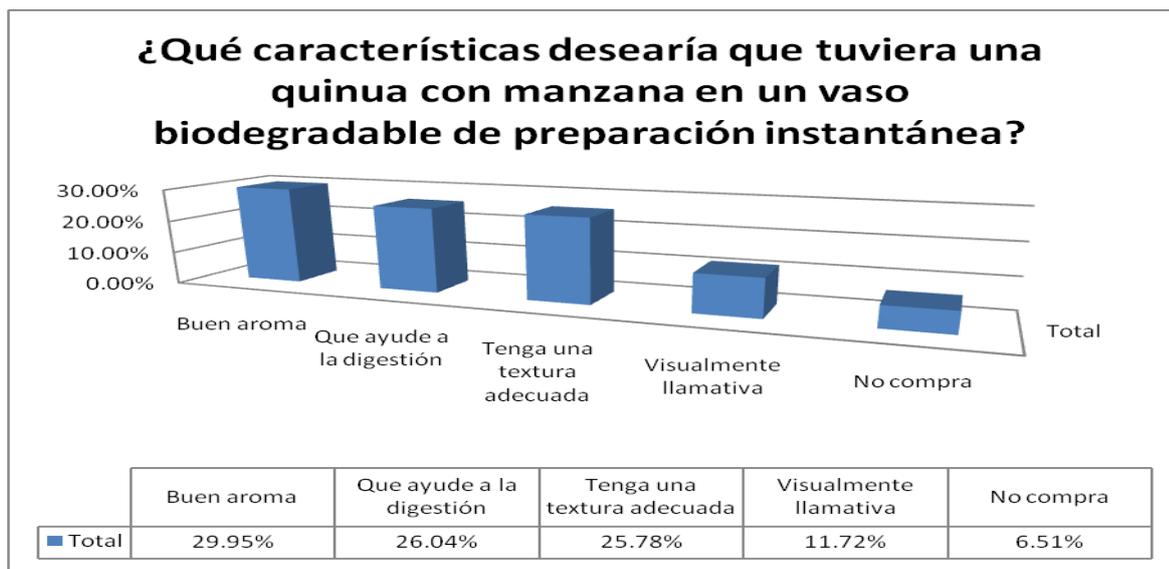
Observamos que El 60.94% de los encuestados compraría quinua por recomendación del nutricionista, esto es porque muchas de las personas que se cuidan van a pedir opiniones de profesionales médicos, que a su vez conocen un poco más del valor nutricional de este producto.

Pregunta 12



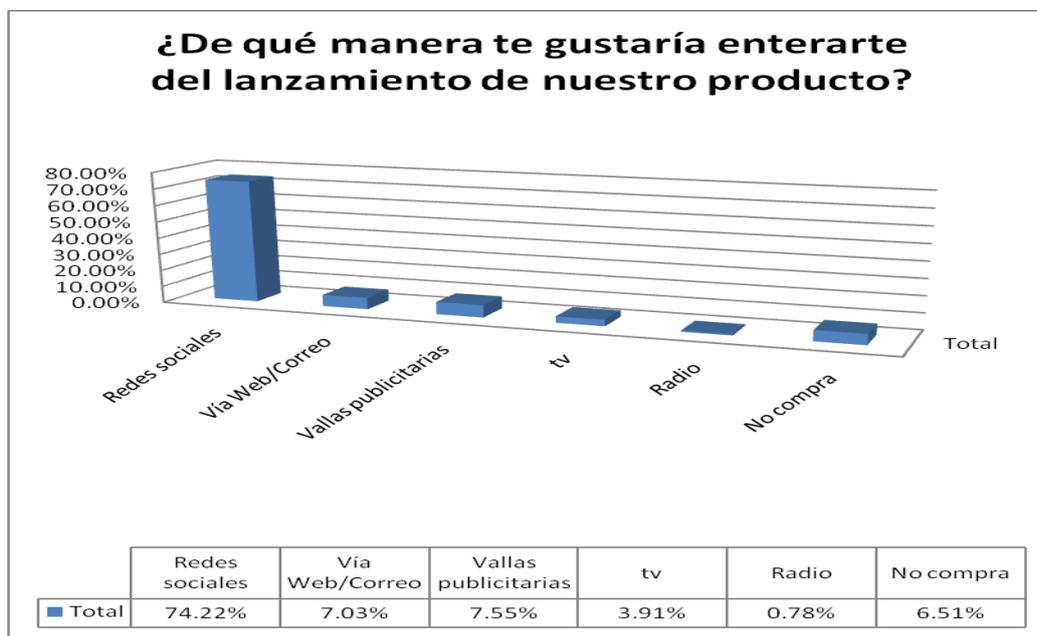
Observamos que 78.13% prefiere el mercado, el 10.94% prefiere ir a mercados locales, el 4.43%, que por lo general es de fácil acceso para el consumidor que realiza sus compras para el almuerzo y desayuno.

Pregunta 13



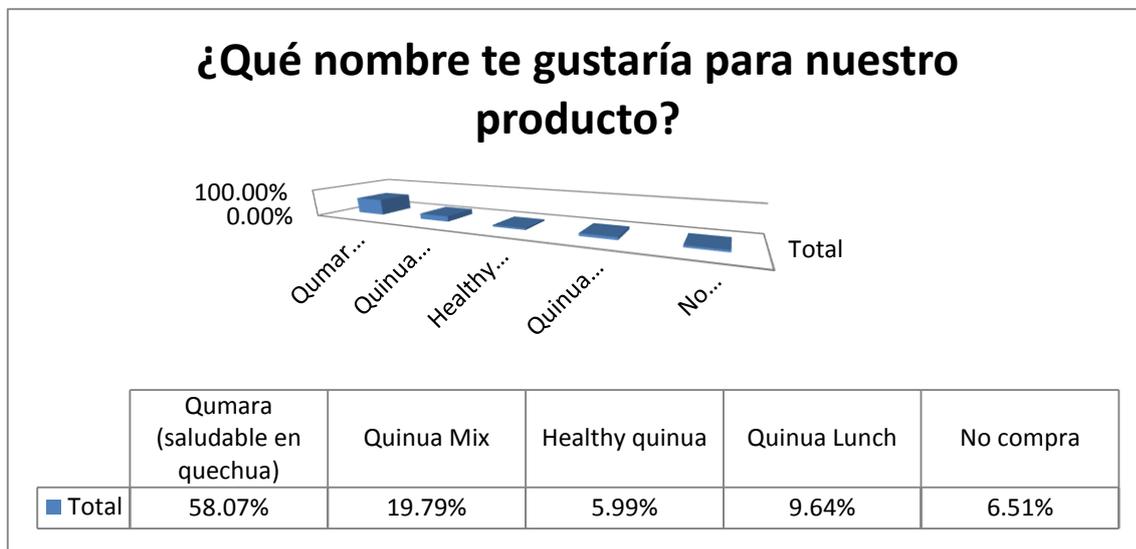
El 29.95% de encuestados dicen que el buen aroma, el 26.04% que ayude a la digestión, ya que se trata de alimentos se busca siempre el buen gusto y que sea beneficioso para la salud, nadie consume algo que no sea agradable, ni mucho menos algo que le genere malestar.

Pregunta 14



En el cuadro observamos que les gustaría enterarse por redes sociales en un 74.22%, porque el uso de las redes sociales es parte del día a día de las personas, que tienen fácil acceso desde cualquier dispositivo como un Tablet o celular.

Pregunta 15



Al 58.07% de encuestados les gusta el nombre Q'umara, ya que esta palabra es de origen quechua y hace que el producto tenga algo más andino y originario de Perú.

4.2.1. Estimación del mercado potencial

Mercado potencial

Está conformado por todas las personas que cumplan con el criterio de segmentación del proyecto.

Hombres y mujeres de todas las edades, desde los 5 años en adelante.

Fuente: <http://www.bebesymas.com/alimentacion-para-bebes-y-ninos/los-cereales-en-la-alimentacion-infantil-la-quinoa>

Fuente: Diario La Opinión, <http://www.laopinion.com/2015/10/02/disminuye-la-obesidad-en-el-sur-de-california/>

En los siguientes cuadros se muestra los cálculos del mercado potencial para nuestro proyecto para cada año.

Cuadro N° 14
Mercado potencial año 2016

Año 0				
Población de California	de	Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
39,144,818		35,554,504		
39,144,818		91%	29.40%	9,512,252

Cuadro N° 15
Mercado potencial año 2017

Año 2017		Tasa de Crecimiento		
Población de California		Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
				0.78%
35,831,829		91%	29.40%	9,586,448

Cuadro N° 16
Mercado potencial año 2018

Año 2018		Tasa de Crecimiento		
Población de California		Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
				0.78%
36,392,986		91%	29.40%	9,736,579

Cuadro N° 17
Mercado potencial año 2019

Año 2019	Tasa de Crecimiento 0.78%		
Población de California	Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
37,251,241	91%	29.40%	9,966,197

Cuadro N° 18
Mercado potencial año 2020

Año 2020	Tasa de Crecimiento 0.78%		
Población de California	Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
38,427,149	91%	29.40%	10,280,799

Cuadro N° 19
Mercado potencial año 2021

Año 2021	Tasa de Crecimiento 0.78%		
Población de California	Población de 5 años a más	Media de Ingresos por hogares	
39,949,370	91%	29.40%	10,688,054

Cuadro N° 20
Resumen del mercado potencial año 2017 - 2021

Potencial

Población de California	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	9,586,448	9,736,579	9,966,197	10,280,799	10,688,054

Fuente: census, https://factfinder.census.gov/faces/nav/jsf/pages/community_facts.xhtml

Fuente: census, <https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=CF>

4.2.2. Estimación del mercado disponible

Interés por la idea de negocio y acción de compra:

Hombres y mujeres que busquen una alimentación sana, nutritiva y baja en grasas.

¿En su alimentación diaria consume quinua?

Si: 87.79%

¿Le gustaría una mezcla de quinua con manzanas?

Si: 67.79%

En el siguiente cuadro se muestra los cálculos del mercado disponible para nuestro proyecto para cada año.

Cuadro N° 21
Mercado disponible año 2017 – 2021

Mercado Disponible					
Población de California	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	7,388,356	7,504,064	7,681,032	7,923,499	8,237,373

Estimación del Mercado efectivo

¿Si una empresa te presenta quinua con manzana en un vaso biodegradable de preparación instantánea, lo comprarías

Si: 93.49%

En los siguientes cuadros se muestran los cálculos del mercado efectivo para nuestro proyecto para cada año.

Cuadro N° 22
Mercado Efectivo año 2017 - 2021

Efectivo Si: 93.49%

Población de California	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	6,907,374	7,015,549	7,180,997	7,407,679	7,701,120

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar con este producto?

Más de 10 soles: 33.07%

Cuadro N° 23
Mercado Efectivo año 2017 – 2021

Efectivo Más de 10 soles: 33.07%

Población de California	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	2,284,269	2,320,042	2,374,756	2,449,719	2,546,761

Cuadro resumen

Cuadro N° 24
Cuadro resumen de mercado

Población de California potencial	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	9,586,448	9,736,579	9,966,197	10,280,799	10,688,054
Población de California disponible	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	7,388,356	7,504,064	7,681,032	7,923,499	8,237,373
Población de California efectivo	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años a más	2,284,269	2,320,042	2,374,756	2,449,719	2,546,761

Estimación del mercado objetivo

%base= 4%

Hemos analizado la producción de quinua y nos arrojó como resultado según maximice un porcentaje de 10%. Para el desarrollo de nuestro proyecto, optamos por un escenario conservador, por lo que el % base es de 4%

%crecimiento=2% anual y 1% en el año 2021

Existe una proyección del crecimiento de consumo de quinua y quinua en presentación fast food del 10%

Para el desarrollo de nuestro proyecto, optaremos por un estilo conservador, por lo tanto consideraremos como % de crecimiento un 2% anual y 1% en el año 2021.

Cuadro N° 25
Estimacion de mercado objetivo

Hogares de California	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Población de 5 años	2,284,269	2,320,042	2,374,756	2,449,719	2,546,761
	5%	6%	8%	10%	11%
Población de 5 años a más	114,213	139,203	189,980	244,972	280,144

Frecuencia de compra

En los siguientes cuadros se muestran los cálculos de la frecuencia de compra para todos los años utilizando el consumo per cápita y la frecuencia de compra según nuestra encuesta realizada.

Por kilos

Consumo per cápita = frecuencia de compras
--

Cuadro N° 26
kilogramos importados de quinua en california y poblacion con ingresos familiares mayores a 100.000 Dolares

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019	2021
Kg importados en California (Quinoa origen de Perú y Bolivia)	14,614,480	No hay data				
Población de 5 años a más con ingresos familiares mayores a \$100,000.00	9,512,252	9,586,448	9,736,579	9,966,197	10,280,799	10,688,054

Cuadro N° 27
Frecuencia de compras

Frecuencia de compras	=	Kg importados en California (Quinua origen de Perú y Bolivia) Población de 5 años a más con ingresos familiares mayores a \$100,000.00
-----------------------	---	---

frecuencia de compras	1.54Kilos
-----------------------	-----------

La frecuencia de compras de quinua al año por persona es de 1.54 kilos en California según nuestro público objetivo.

Frecuencia de compras según encuesta

¿Con qué frecuencia consume quinua?

Cuadro N° 28:
Frecuencia de compras según encuesta

Respuestas	Cantidad	Porcentaje	Consumo / Semana	Veces al año	Frecuencia de compra	
1 vez al día	39	10.10%	7	364	37	
2 veces al día	19	4.90%	14	728	36	
Interdiario	42	10.90%	3.5	182	20	
1 vez a la semana	100	25.90%	1	52	13	
Cada 15 días	75	19.40%	0.5	26	5	
Mensualmente	71	18.40%	4	208	38	
Ninguno	40	10.40%	0	0	0	
Total	386	100%			149	
					149.058	Anual
					12.4215	Mensual
					2.8665	Semanal

La frecuencia de compras nos muestra en este cuadro que es de 149 veces por personas al año y 12 veces por persona de manera mensual y 2 veces en promedio de manera semanal.

Cuantificación anual de la demanda

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

A continuación se mostrara el proceso de la cuantificación anual de la demanda para todos los años de nuestro proyecto

Cuantificación usando frecuencia de compras = 1.54 kilos al año.

Q = Ventas en dólares estimadas.

n = Publico objetivo.

p = Precio Fob unitario.

q = frecuencia de compra (consumo per cápita)

Cuadro N° 29
Medicion de Mercado por años
(Cantidad de ventas monetarias en el mercado)

Q1 = Año 2017	n	p	q
CANTIDAD DE VENTAS MONETARIAS POSIBLES 2017	# CLIENTES POSIBLES EN LA SEGMENTACION FINAL	PRECIO EXPORTABLE, FOB unitario.	FRECUENCIA DE COMPRAS
\$ 4,919,808.33	2,284,269	\$1.40	1.54

Q 2 = Año 2018	n	p	q
CANTIDAD DE VENTAS MONETARIAS POSIBLES 2018	# CLIENTES POSIBLES EN LA SEGMENTACION FINAL	PRECIO EXPORTABLE, FOB unitario.	FRECUENCIA DE COMPRAS
\$ 4,919,808.33	2,284,269	\$1.40	1.54

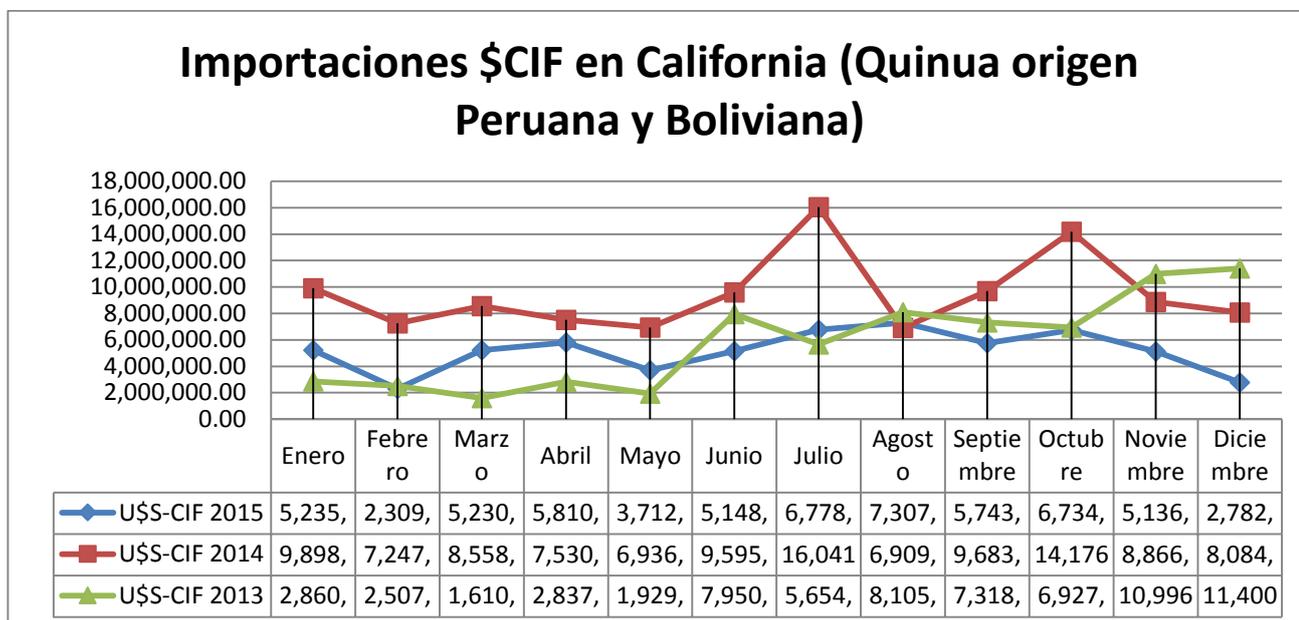
Q 3 = Año 2019	n	p	q
CANTIDAD DE VENTAS MONETARIAS POSIBLES 2019	# CLIENTES POSIBLES EN LA SEGMENTACION FINAL	PRECIO EXPORTABLE, FOB unitario.	FRECUENCIA DE COMPRAS
\$ 5,114,697.50	2,374,756	\$1.40	1.54

Q 4 = Año 2020	n	p	q
CANTIDAD DE VENTAS MONETARIAS POSIBLES 2020	# CLIENTES POSIBLES EN LA SEGMENTACION FINAL	PRECIO EXPORTABLE, FOB unitario.	FRECUENCIA DE COMPRAS
\$ 5,276,152.86	2,449,719	\$1.40	1.54

Q 5 = Año 2021	n	p	q
CANTIDAD DE VENTAS MONETARIAS POSIBLES 2021	# CLIENTES POSIBLES EN LA SEGMENTACION FINAL	PRECIO EXPORTABLE, FOB unitario.	FRECUENCIA DE COMPRAS
\$ 5,485,157.97	2,546,761	\$1.40	1.54

Estacionalidad.

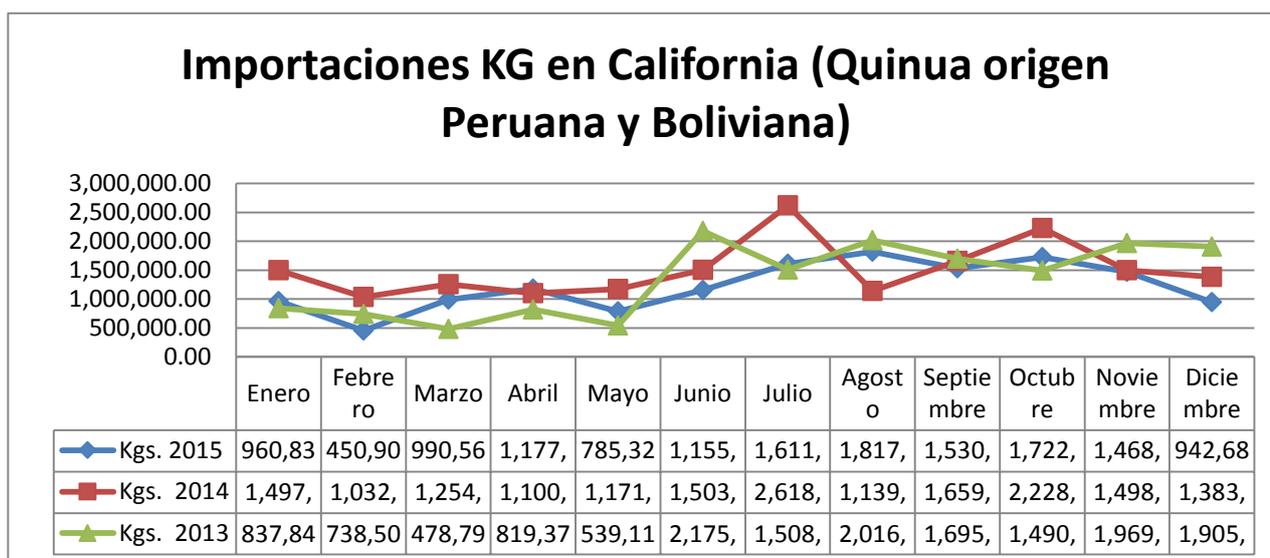
Gráfico N°37
Valor CIF (\$) importaciones en California de quinua Peruana y Boliviana.



Fuente: www.pentatransaction.com, Elaboración propia:

Las menores importaciones de quinua en U.S.A. se dan en el mes de Febrero, Marzo, Abril y Mayo. Por otro lado vemos que los mayores picos se dan en Julio, Septiembre y Octubre, estos valores son en dólares Americanos.

Gráfico N°38:
Importaciones en California de quinua Peruana y Boliviana en KG



Fuente: www.pentatransaction.com, Elaboración propia:

Las menores importaciones de quinua en U.S.A. se dan en el mes de Febrero, Marzo, Abril y Mayo. Por otro lado vemos que los mayores picos se dan en Julio, Septiembre y Octubre. Estos valores son en kilogramos.

Programa de Ventas y valorizado, información histórica

Cuadro N° 30

Importaciones de Quinua Peruana y Bolivia en Dólares y Kilogramos en california.

Periodo	Importación en \$	Importación en kg	Precio promedio por kg
2013	70,098,754.00	16,174,299.00	\$4.33
2014	113,529,769.00	18,088,359.00	\$6.28
2015	61,928,716.00	14,614,480.00	\$4.24

Fuente: PentaTransacción - Elaboración Propia

El año 2014 fue un periodo excepcional, por lo cual se va a obviar dicho periodo para hacer la proyección de ventas vía regresión lineal.

La quinua ya no volverá a tener precios arriba de \$6 el kilo, por lo contrario su precio está bajando debido a que cada vez hay más productores de quinua en el mundo.

Fuente: Diario el Comercio www.elcomercio.pe/economia/peru/nuevos-paises-productores-quinua-harian-retroceder-al-peru-noticia-1836638

Fuente Diario Gestión: www.gestion.pe/economia/australia-y-eeuu-trabajan-convertirse-productores-masivos-quinua-2124507

Proceso para hallar el pronóstico de las importaciones de quinua de Perú y Bolivia en california.

Cuadro N° 31

Pronostico de importaciones en california

Periodo	Importación en \$	Importación en kg	Precio promedio por kg
2013	70,098,754.00	16,174,299	\$4.33
2015	61,928,716.00	14,614,480	\$4.24
2016	57,843,697.00	13,834,571	\$4.19
2017	53,758,678.00	13,054,661	\$4.14
2018	49,673,659.00	12,274,752	\$4.09
2019	45,588,640.00	11,494,842	\$4.04
2020	41,503,621.00	10,714,933	\$4.00
2021	37,418,602.00	9,935,023	\$3.95

Formula:

$$Y = \text{Intercepción} + \text{Variable } X1 * X$$

Cuadro N° 32: pronóstico de ventas usando regresión lineal

Para pronóstico Importación en \$

RegressionStatistics		Coefficients	
Multiple R	100.00%	Intercept	8293242001
R Square	100.00%	X Variable 1	-4085019

Para pronóstico kg

RegressionStatistics		Coefficients	
Multiple R	100.00%	Intercept	1.59E+09
R Square	100.00%	X Variable 1	-779910

Para pronóstico precio kg importación.

RegressionStatistics		Coefficients	
Multiple R	100.00%	Intercept	101.4301
R Square	100.00%	X Variable 1	-0.04823

Cuadro N° 33

Ventas proyectadas con el sector de la quinua importada en california.

Contenedores	Periodo	Ventas proyectadas en dólares \$	Participa de mercado	Ventas del sector quinua en dólares \$
4	2017	141,318.54	0.26%	53,758,678.00
4	2018	134,668.16	0.27%	49,673,659.00
6	2019	152,411.22	0.33%	45,588,640.00
6	2020	152,411.22	0.37%	41,503,621.00
8	2021	170,154.29	0.45%	37,418,602.00

Cuadro N° 34
Ventas proyectadas comparándola con la cuantificación anual de la demanda

Contenedores	Periodo	Ventas proyectadas en Dólares \$	Participa de mercado	Ventas cuantificación de la demanda = Q
4	2017	141,318.54	2.87%	\$4,919,808.33
4	2018	134,668.16	2.70%	\$4,996,856.66
6	2019	152,411.22	2.98%	\$5,114,697.50
6	2020	152,411.22	2.89%	\$5,276,152.86
8	2021	170,154.29	3.10%	\$5,485,157.97

Elaboración: propia. Fuente: Penta- transaction

Cuadro N° 35
Envío de contenedores y ventas anuales en dolares desde el 2017 al 2021

Envío de contenedores nuestra empresa											
	2015	2017	\$	2018	\$	2019	\$	2020	\$	2021	\$
M e s	U\$S-CIF										
Ene-15	\$ 5,235,524.00					1	25402	1	25,402	1	21,269
Feb-15	\$ 2,309,446.00									1	21,269
Mar-15	\$ 5,230,145.00										
Abr-15	\$ 5,810,232.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
May-15	\$ 3,712,944.00										
Jun-15	\$ 5,148,105.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Jul-15	\$ 6,778,640.00					1	25402	1	25,402	1	21,269
Ago-15	\$ 7,307,954.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Set-15	\$ 5,743,262.00										
Oct-15	\$ 6,734,307.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Nov-15	\$ 5,136,084.00									1	21,269
Dic-15	\$ 2,782,073.00										
Total de contenedores		4		4		6		6		8	
Total en Dólares			141,319		134,668		152,411		152,411		170,154

Este cuadro muestra los números de contenedores enviados en cada año del proyecto y su respectivo valor FOB del producto a exportar. El valor por cada contenedor varía cada año debido a que se trabaja con economía de escala.

Mezcla de marketing.

Producto

Los productos que ofrecemos están elaborados de quinua pre-cocida con manzanas liofilizadas de la mejor calidad provenientes de la sierra del Departamento de la Libertad.

En cada producto las frutas a usar serán frescas y muy bien cuidadas, los granos de quinua tienen que estar muy bien conservados; el cual, debe ser apreciado y valorado por el consumidor final no solo al consumirlo, sino, agradable a la vista del cliente para que pueda ser adquirido en el supermercado.

Por eso, nuestros productos tendrán un control de calidad exigente que permitirán mantener los estándares de calidad evitando a un porcentaje mínimo de devoluciones y mermas.

Forma de uso

Podrá disfrutarlo en tan solo 4 pasos:

- **Con agua hirviendo**

1. La cantidad debe ser la misma que en el vaso de Q'umara.
2. Abrir la tapa de Q'umara con cuidado.
3. Colocar el agua hirviendo dentro del recipiente de Q'umara y proceder a taparlo.
4. Esperar 3 minutos ¡Y Listo!

- **Hirviendo el agua dentro del mismo vaso Q'umara**

1. Agregar agua al vaso de Q'umara.
2. Colocar el vaso en el horno de microondas y calienta con la potencia alta por unos 2 minutos. Tener en cuenta, que el tiempo puede variar dependiendo de la potencia del microondas.
3. Sacar el vaso y deja reposar la quinua por un minuto más.
4. Disfruta tu Q'umara.

Envase

Elaborado en forma de vasos que serán utilizados para transportar el producto y para el uso del usuario final. Realizados de papel biodegradable, debido a que deseamos contribuir con la naturaleza.



Fuente: elaboración propia en base al diseño de producto.

Empaque

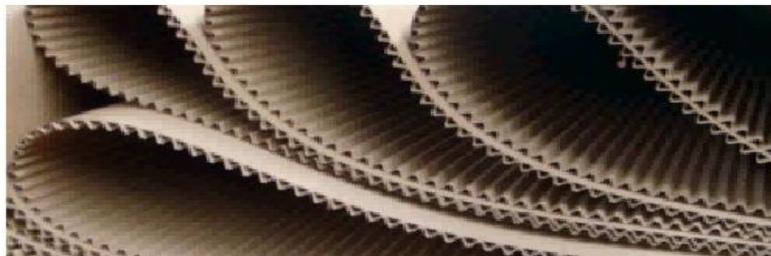
Será la marca impresa alrededor del envase; el cual, llevará el logo de nuestra empresa, información nutricional, el código de barras y demás especificaciones requeridas. Esta descripción será elaborada en inglés enfocado en el público objetivo.

La parte frontal o tapa de la caja será descubierta y forrada por un lámina transparente el cual permita apreciar la presentación sin necesidad de abrirlas.

En la parte inferior, vendrá impreso los números telefónicos y la página web de la empresa.

Embalaje

Nuestro envío por barco serán en cajas de cartón que contarán con el logo de nuestra marca, en cada una irán 48 unidades que también tendrán alrededor cartón corrugado, quienes por la forma que están diseños amortiguan los golpes y choques que puedan tener en el trayecto de la entrega de nuestros productos.



Fuente: elaboración propia

Precio

El precio de nuestro producto será variable de acuerdo a la cantidad enviada en la exportación, tomando en cuenta los insumos para la elaboración de nuestro producto y la investigación de mercado:

Precio de Q'umara x 64 g

Cuadro N° 36
Precio FOB en dolarespor 1 vaso de quinua (64 gramos)

2017		
Para 4 contenedores		1 vaso
presentación de 1 vaso		1
MP	unidad de medida	S/.0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/.0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/.0.27
MOD		
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad	
CIF		S/.0.28
	SS. Tercerización por unidad	S/.0.11
	vasos (CIF)	S/.
	COSTOS DE EXPORTACION	S/.0.17
Cvu		S/.1.00
Cfu		S/.2.98
	G. OPERATIVOS:	
	Planillas y sueldos tercerizados	S/.1.87
	Gastos adm	S/.0.15
	Gastos de Mkt. 1	S/.0.66
	Gastos de mktg 2	S/.0.19
	Gastos de mktg 3	S/.0.11
Ctu.		S/.3.97
MARGEN	23.50%	S/.0.93
PRECIO fob POR vaso de quinua (64 gramos)		S/.4.91

Los pagos serán efectuados a través de una Carta de Crédito o Crédito Documentario, el cual será para nosotros la Orden de Pago.

4.3.3. Plaza

El canal de distribución que nosotros utilizaremos es el de **Venta Directa B2B**, del cual nos haremos cargo y no utilizaremos ningún intermediario.

Nuestra estrategia de distribución será **Exclusiva** por que utilizaremos un solo canal de distribución y a su vez solo una zona geográfica que es el Estado de California a través de una exportación FOB.



A la izquierda imagen del mapa de california, a la derecha se muestra una imagen resumida del proceso de venta del producto hasta FOB.

Promoción

Estrategia de promoción

Nuestro producto entrara al mercado Americano demostrando calidad, confianza y seguridad; es por ello que, al negociar el producto B2B, previamente se hará con la demostración y degustación de nuestro producto enviando una caja vía aérea y con la presencia de un encargado para poder describir el producto y tener un contacto directo. De esta manera, nos permitirá darnos a conocer para que nuestros clientes puedan observar un producto diferenciado y saludable para que tengan una nueva y mejor opción al alimentarse sanamente ya que actualmente existe problema de obesidad en estados unidos y al comercializar nuestro producto, ayudarán a la salud de muchas personas a través de la alimentación.



Objetivos:

- Fomentar que el cliente B2B conozca nuestro producto y tenga una demostración y degustación.
- Incrementar el interés por la quinua como alimentación saludable.
- Introducir al mercado americano.
- Impulsar las ventas futuras.

Feria Expoalimentaria



Fuente: pagina web Expoalimentaria, <http://www.expoalimentariaperu.com/>

Participaremos de la feria que es la principal plataforma de negocios internacional del sector alimentos, bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más importante de Latinoamérica, esta se constituye como el punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y selectos compradores provenientes de los cinco continentes.

Para presentar nuestro producto y que nos conozcan para consolidar la imagen de la empresa, generar puertas a nuevos mercados y clientes y conocer sobre el sector de los alimentos aprendiendo de otros empresarios.

Costo aproximado:

Tipo cambio 3.5

Expo alimentaria	S/.	\$
Precio	5,000.00	1,428.57

Fuente: elaboración propia en base a precios actualizados de arrendamiento en expoalimentaria.

Estrategia de publicidad

Página web.

Se creará una página web donde, además de encontrar información detallada de nuestro producto, de los beneficios de consumirlo, tendremos el área de contacto para poder responder cualquier pregunta solicitada y se verán nuestras actividades de responsabilidad social, vemos que muchas empresas nacionales que exportan descuidan el uso de tener una página web, pero nosotros queremos ser más profesionales con nuestro trabajo es por ello que también tendremos nuestros correos empresariales con el nombre de nuestra empresa.

Creación de página web

Nosotros elegiremos un dominio y el hosting con la empresa www.godaddy.com, el dominio nos cuesta 60 soles aproximadamente, y el pago mensual de hosting es de 5 dólares mensuales en promedio.

¡Sí! El dominio está disponible.



Fuente: página web Godaddy, www.pe.godaddy.com

Esta empresa nos permite tener plantillas fáciles de editar sin la necesidad de que nosotros contratemos a un diseñador web, podrá ser administrado por nosotros mismos en donde tendremos por ese pago, el correo electrónico de la empresa @qumaraperu, ya que Qumara solo ya está tomado, pero al agregarle Perú a nuestro nombre de esta manera nos identificamos en ser peruanos.



Fuente: Elaboración propia en base a búsqueda de dominio web en google.

Otra de las herramientas de publicidad para comunicarnos con el público será la creación de una página en Facebook para estar en comunicación informando y detallando noticias de lo que hacemos y realizamos como empresa tanto a nivel de responsabilidad social, optamos por usar estos medios de la tecnología porque nuestro segmento es el estado de California donde la mayoría de nuestro público utiliza Internet y usa parte del tiempo estos servicios a la hora de buscar información y relacionarse.

Nosotros queremos contar con esta herramienta para interactuar y comunicarnos; es por ello, que utilizaremos las redes sociales.

Una de las cosas que entendemos es que para que la página de Facebook sea conocida debe de tener la aprobación de varias personas con la opción conocida me gusta (Like), es por ello que también en Facebook pagaremos por publicidad en la herramienta de Administrador de Anuncios, donde podemos crear publicidad que aparecen en la página principal de muchas personas que navegan en la red, y para utilizar nuestra segmentación, este tipo de publicidad nos generara visitantes que se enteraran de nosotros y quieran saber que es Qumara.

Imagen de Facebook



Fuente: Pagina web Facebook

Conclusiones de usar publicidad pagada en Internet usando Facebook.

Mencionando que estas dos herramientas nos permiten elegir un monto invertido por día, es decir nosotros podemos poner un tope de gasto diario por lo cual nosotros elegimos invertir 3 soles de publicidad por día con un total de pago mensual de 90 soles mensuales. Cabe mencionar, que al tener publicidad eso nos generará mayo visitas de los consumidores y ser conocidos.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento

Nuestra estructura de lanzamiento estará basada en una estructura digital por los siguientes motivos:

- Experiencia del usuario final
- Cercanía al usuario final
- Uso rápido y fácil de los medios digitales
- Uso rápido y fácil de las redes sociales
- Uso directo al celular Smartphone
- Utilidad, ya que nuestro usuario final se encuentra en california
- Mercadeo directo
- Costos de publicidad

Público Objetivo

Dirigido al público que está interesado en llevar una dieta sana, verse bien y/o bajar de peso, ideal para la nutrición de niños y personas mayores.

Acciones de lanzamiento

Página WEB, en la cual nuestros clientes pueden conocer los beneficios de la quinua como producto y de las facilidades de que Q'umara al entregar el producto al usuario final como un Fastfood nutritivo y listo para tomar en 3 minutos.

Página WEB, nuestros clientes podrán realizar pregunta y/o dudas ya que contaremos con un chat en el diseño de la página.

Página WEB, se contará con dietas, tips de nutrición, los circuitos de California para hacer footing y/o caminar y todas las novedades en cuanto a opiniones de foros de nutricionistas y expertos en rutinas físicas.

Estructura search (contextual), nos permitirá ser la primera opción en el listado del buscador Google cuando nuestros clientes digiten la palabra Q'umara.

Pauta Web, Q'umara tendrá presencia en los distintos portales de salud, deporte y dietas mediante un banner; el cual, es linkeable y mediante una URL se dirigirá a nuestra página web o facebook.

Estructura plaster: Nos permitirá mediante un algoritmo aparecer con un anuncio (Banner publicitario linkeable). Cuando nuestros potenciales clientes digiten en el buscador temas relacionados con salud, deporte, dietas y tips de nutrición.

Facebook: Se realizará la compra de publicidad mediante facebook. Esto nos permitirá recopilar base de datos de nuestros potenciales seguidores y a su vez se les mostrará las actualizaciones del producto.

Twitter, se realizará la gestión de publicidad y contacto para que los mejores Twitteros de California sean seguidores de Q'umara, por otro lado es una herramienta de recopilación de datos con efectividad positiva y posicionamiento de marca.

Estructura cookies: Se instalarán cookies en todos nuestros banners publicitarios. Esto nos permitirá medir el tiempo de permanencia del potencial comprador en nuestra página y cuantas veces le dieron clic a las diferentes secciones por lo cual nos arrojará el promedio de mayor interés y podremos acercarnos más al público objetivo replicando los artículos y/o videos de mayor acceso.

Estructura de traqueo: Se traqueará la página web de Q'umara, esto nos permitirá saber de qué portal son los usuarios que ingresan a nutra página web, facebook y Twitter, por lo cual podremos afinar nuestra inversión en las páginas y/o artículos en los cuales podremos banners publicitarios.

Estructura Anfitriona: Se implementará junto con nuestro socio estratégico (cadena de supermercados) Ejemplo: Costco Wholesale. La presencia de una anfitriona brandeada dentro del supermercado junto al producto realizando la labor de degustación al público potencial de Q'umara el día del lanzamiento del producto.

Marketing en punto de venta: Se contará con la posición de “golpe de vista” en la góndola de exposición optimizando el espacio de exhibición de los productos y el fácil acceso del comprador.

Acciones de mantenimiento

(10 días después)

Tecnología IBeacon: Este sistema trabaja mediante geolocalización (Indoor Positioning System) la cual es compatible tanto en dispositivos iOS como en Android, este sistema nos permitirá enviar mensajes de texto mediante un pop up a los clientes que se encuentren dentro del supermercado con promociones, información de Q'umara y/o novedades (110 caracteres permitidos por pop up).

Estructura Branding: Se contará con una anfitriona brandeada los cuatro fines de semana por un espacio de cuatro horas diarias, la cual ofrecerá la degustación de Q'umara al público interesado.

Estructura de “Costco Wholesale” te premia: Se le entregará al público que tenga dentro de sus compras productos estratégicos como por ejemplo: leche light, productos diets y/o saludables, un cupón con la información básica y resaltante de Q'umara y un descuento en la compra del producto fidelizando a nuestros compradores recurrentes mediante un descuento adicional.

Estructura de posicionamiento de marca: Se vestirán las escaleras del supermercado con el logo de Q'umara y la leyenda de descripción del producto, esto nos ayudará a estar en la mente del consumidor al momento de la compra.

Estructura emails: Aprovechando la base de datos ya recopilada por las distintas herramientas web que mencionamos al inicio se enviarán emails a los clientes de Q'umara con invitaciones para asistir a eventos de degustación del producto, promociones, artículos de interés, notas de prensa, etc.

Promoción continúa.

Continuando con la promoción para los años del proyecto se realizarán actividades para llegar al cliente de la siguiente manera:

Año 1

Se afinarán los procesos de recolección de datos mediante la herramienta de **traqueo** en las páginas web en las que se realiza inversión de publicidad durante el año cero.

Se trabajará la penetración de la marca mediante recordación del producto de manera constante, utilizando las herramientas Web y paneles de recordación.

No dejando de lado el impulso de degustación para afianzar el producto en los consumidores.

Año 2

Se trabajará la estrategia de concientización de los beneficios no solo de Q'umara sino de llevar una vida sana, cuidado personal, dietas y ejercicio, esto mediante pequeñas conferencias en los centros comerciales de forma gratuita y con oradores reconocidos, replicando estas conferencias desde la página web de Q'umara y actualizaciones en facebook.

Año 3

Se trabajará estrategias de comunicación directa, enviando e-mailing de promociones puntuales fidelizando únicamente a nuestros clientes como valor agregado.

Trabajando en la expansión del mercado mediante promociones dentro del centro comercial.

Año 4

Cobertura masiva, se trabajará una estrategia masiva de marketing junto a las promociones televisivas del centro comercial, mediante spots publicitarios de promoción y pantallas de publicidad dentro del centro comercial en puntos estratégicos y spots en pantallas de cines dirigiéndonos a un público entre 25 y 45 años.

Año 5

Se incorporará la estrategia de unificación de marketing, esto nos permitirá utilizar un mix promocional en cuanto a plataformas digitales, medios ATL Y BTL. Recopilando información de los nuevos compradores, llegando a ser un medio de consulta digital en cuanto a carreras próximas, tips útiles para el cuidado de nuestro cuerpo y nutrición. Logrando ser no solo un producto sino una experiencia de compra completa para el consumidor.

A continuación sigue el capítulo V, Estudio Legal y Organizacional.

CAPITULO V

5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria

Qúmara será una sociedad anónima cerrada, según la Ley General de Sociedades (Ley 26887), puesto que presentará las siguientes características: Seremos una organización que contará con la participación activa de un pequeño número de socios cinco (04), y no superaremos el número máximo de veinte accionistas que señala esta forma de sociedad.

La sociedad se desarrollará bajo principios democráticos, es decir todos los socios poseerán la misma cantidad de acciones y todos participarán activamente de las decisiones organizacionales para manifestar la voluntad social.

Las acciones de CAS EXPORT SAC, no estarán inscritas en el registro público de mercado de valores.

El capital social de CAS EXPORT SAC estará conformado de la siguiente manera:

Gráfico N°39
Rentas de tercera categoría

	CONCEPTO	NUEVO RUS	REGIMEN ESPECIAL	REGIMEN GENERAL
RENDA 3ERA CATEGORIA Personas y empresas que perciben ingresos por empresas juridicas	Limite de ingresos	Hasta s/. 360,000 ó s/. 30,000 mensuales	Hasta s/. 525,000 mensuales	Sin Limite
	Limite de compra	Hasta s/. 360,000 ó s/. 30,000 mensuales	Hasta s/. 525,000 anuales	Sin Limite
	Comprobantes de Pago que se pueden emitir	Boletas de Ventas. Tcikets	Factura, boletas de ventas, otros permitidos	Factura, boletos de ventas, otros permitidos
	Declaracion anual de renta	No corresponde	No corresponde	Si corresponde
	Pago de Tributos		Renta: 1.5% del ingreso neto mensual, IGV: 18% (Incluye IPM)	Renta: Anual 30% con pagos a cuenta mensuales (monto mayor entre coeficiente y 1.5%), IGV: 18% (Incluye IPM)

Cuadro N° 37
Aporte de Capital Social

Capital Social			
Accionistas	%	Cargo	Aporte Soles S/
Inversor 1	25%	Gerente	20,000.00
Inversor 2	25%	Jefe de Logística y Finanzas	20,000.00
Inversor 3	25%	Jefe de Marketing y Ventas	20,000.00
Inversor 4	25%	Jefe de Finanzas	20,000.00

Constitución de Empresas:

1. Hacer el trámite para búsqueda de disponibilidad de nombre de la Razón Social en la Oficina de Registros Públicos de Lima y Callao para verificar si existe o no otra empresa con la misma denominación.
2. Elaborar el proyecto de minuta en originales de acuerdo al modelo proporcionado por la oficina de asesoría de la Sunat, esta deben ser dos ejemplares y se adjunta el certificado de búsqueda mercantil y copia simple del DNI de los socios y/o accionistas titulares y cónyuges en el caso de que alguno sea casado.
3. En caso de que alguno de los aportes de capital es en bienes, los cónyuges de los socios y/o accionistas deberán firmar también el proyecto de minuta descrito en el anterior párrafo para que quede constancia de dichos que dichos aportes son de bienes comunes, en caso de que el matrimonio sea con separación de bienes de deberá adjuntar la partida de inscripción de registros públicos de esta, para efectos de declaración de no ser bienes comunes de matrimonio.
4. En caso de que el aporte de capital o parte de este sea en efectivo, se deberá realizar este aporte mediante un depósito a una cuenta corriente a nombre de la empresa, en el banco que los socios consideren de su preferencia, después de esto la minuta será remitida al notario público que se dispongan de mutuo acuerdo entre los socios junto con el comprobante de depósito, ellos serán los encargados de hacer los trámites para la elevación de la minuta a escritura pública y derivarla dicha escritura a la oficina central de registros públicos, previo pago de los derechos Notariales y Regístrales correspondientes.
5. Luego de esos se deberá llevar la escritura pública, copia simple del DNI del representante legal, recibo de luz y agua del inmueble donde se llevaran a cabo las actividades de la empresa a la Sunat, con ello se obtendrá el número de RUC de la empresa para seguidamente buscar la imprenta donde se deberá solicitar la elaboración de boletas, facturas y guías de remisión, el dato de las imprentas autorizadas a para la elaboración de las mismas te lo brinda la Sunat.
6. También se deberá tramitar la autorización de funcionamiento de la empresa a la Municipalidad que corresponda la ubicación del inmueble en donde se establecerán las actividades, dicha autorización tiene como nombre Licencia de Funcionamiento y esta puede ser de carácter permanente o provisional según sea el caso de la solicitud y aceptación de la municipalidad después del estudio realizado por esta.

5.1.2. Registro de marcas y patentes

Este trámite se realiza en INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) y es para registrar el nombre del producto y/o logo, marca o patente el costo del Registro de marca y otros signos (Marcas de Producto, Servicio, Colectiva y de Certificación, Nombre Comercial y Lema Comercial) es de S/. 534.99 soles a febrero del 2017 que equivale al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT). Se deberá pagar aproximadamente S/.300.00 al diario oficial El Peruano por la orden de publicación, la misma que deberá ser publicada por una sola vez.

Demás los requisitos para registrar la marca es que debe ser representado gráficamente y que tenga distintivita.

Búsqueda fonética: 30.99 soles.

Búsqueda figurativa: 38.46 soles.

Clase: 30; Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados, azúcar, miel, jarabe de merlaza. Polvos de hornear; sal; mostaza, vinagre, salsa (condimentos) especias; hielo.

5.1.3. Licencias y autorizaciones

REQUISITOS DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Municipalidad de Surquillo Ley N° 28976, Ordenanza N° 258-2011/MDS

REQUISITOS:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada.
- Copia de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en la edificación según corresponda: De 100 a 500 m² (excepto al numeral * del presente artículo): Establecimientos que requieran de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Ante al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- a) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- b) Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- c) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Fuente: Municipalidad de Surquillo <http://munisurquillo.gob.pe/portal/>

Procedimiento para obtener la Licencia de Funcionamiento

Establecimiento Tipo # 1

Establecimientos con área ocupada hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor del 30%.

1. El administrado se dirige a la Municipalidad - surquillo única a efectos de solicitar orientación y recabar la solicitud formato con carácter de declaración jurada.
2. Paga en la ventanilla única el derecho correspondiente al procedimiento administrativo de solicitud de licencia de funcionamiento establecido en el TUPA (TEXTO UNICO DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS).
3. Presenta la documentación en la ventanilla única que asigna un número de expediente, la solicitud formato debidamente llenado con carácter de declaración jurada adjuntando los requisitos establecidos en el TUPA según corresponda.
4. El expediente es derivado a la Subgerencia de Comercialización y Licencias a efectos de su evaluación correspondiente.
5. Se realiza al establecimiento, Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica en mérito al cual se emite el Informe Técnico correspondiente. pozo a tierra, certificado por el electricista, luces de emergencia, detector de humo, extintor.
6. Se evalúa la Zonificación - Compatibilidad de Uso y las condiciones de seguridad en defensa civil, de ser procedente se emite la Licencia de Funcionamiento Municipal notificándose al administrado, caso contrario se emite el acto administrativo correspondiente.

PAGO POR DERECHO DE TRÁMITE	S/	PLAZO
Para áreas hasta los 100 m ² a (incluye inspección de Defensa Civil)	226.20	15 días

Fuente: Elaboración Propia según Municipalidad de Surquillo.

Gráfico N°40
Estructura de costos y plazo de funcionamiento en Surquillo.



ESTRUCTURA DE COSTOS Y PLAZO PARA OBTENER
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

COSTO DE LICENCIA	PRECIO
1. Licencia de Funcionamiento de 0.01 a 100 m2	S/. 226.20
2. Licencia de Funcionamiento de mas de 100 hasta 500 m2	S/. 503.60
3. Licencia de Funcionamiento mayores de 500m2	S/. 110.50

* Plazo de 15 días hábiles

DISCAPACITADOS DESCUENTO DEL 50 %
MYPES DESCUENTO DEL 30%

Fuente: Municipalidad de Surquillo

Inscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano.

Solicitud Única de Comercio Exterior en el portal web: 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, denominación comercial y marca del producto.
- Nombre o razón social, dirección y país del fabricante.
- Dirección del establecimiento de fabricación.
- Resultados de los análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por laboratorio acreditado por INDECOPI 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 INDECOPI u otro organismo acreditador de país extranjero

que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laborator y 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.
- Número de Resolución Directoral de Certificación de Validación Técnica Oficial de Plan HACCP o Principios Generales de Higiene, según corresponda.
- Proyecto de rotulado, conforme las disposiciones del presente Reglamento.
- Certificado de Libre Comercialización y/o Certificado de Uso emitido por la autoridad competente del país del fabricante o exportador.
- Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano.
- Declaración Jurada, señalando que las condiciones por las cuales se otorgó el registro se mantienen vigentes.

Fuente: Ventanilla Única de Comercio Exterior –(VUCE)

5.1.4. Legislación laboral

Nuestra empresa, para el inicio de sus operaciones está tomando el modelo laboral de las Pequeñas y Micro Empresas, enmarcado en el Decreto Legislativo N° 1086 que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (27.06.2008) que modifica a la Ley N° 28015 Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (03.07.2003); y Decreto supremo N° 007-2008-TR que aprueba el T.U.O. (30.09.2008), y reglamentada por Decreto Supremo N° 008-2008-TR (30.09.2008).

Estaremos en el régimen MYPE como pequeña empresa, si es que:

- Tenemos como máximo 10 trabajadores.
- Las ventas anuales no deben superar las 150 UIT.

Los trabajadores de una pequeña empresa tienen derecho a los siguientes derechos laborales:

- Los trabajadores de una pequeña empresa tienen el derecho de estar registrados en el régimen contributivo de Essalud, en donde el empleador deberá aportar a Essalud el 9% de lo que perciba el trabajador.

- Los trabajadores de la pequeña empresa tienen derecho a ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (SNP / ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- Tiene derecho a una Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.
- Tiene derecho a 24 horas continuas de descanso físico.
- En caso de despido arbitrario tiene derecho a una indemnización equivalente 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo, con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.
- Por Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá ½ sueldo por cada año de trabajo.
- Tiene derecho a 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.
- Tiene derecho cuando menos a una remuneración mínima vital (S/.850.00 soles).
- Por gratificaciones tiene derecho a ½ sueldo en Julio y ½ sueldo en 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.
- En lo que respecta a sus Derechos Colectivos, un trabajador de una pequeña si 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.
- Tiene derecho al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso realice actividades riesgosas.

Gráfico N°41

Cuadro de pagos al personal anual

Cantidad	Puesto	Remuneración mensual S/	Remuneración Anual S/	Sub total S/	Essalud -0.09	CTS -0.08333333	Remuneración total S/	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS) S/
1	Gerente	3100	37200	3100	279	258	3637	50406
1	Jefe de Logística y finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
1	Jefe de finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
4	Total	11200	134400	11200	1008	933	13141	182112

Fuente: página web de El Portal de los Emprendedores www.pqs.pe/economia/sueldo-promedio-lima-aumenta
 Los sueldos antes expuestos, son en base al promedio del mercado hasta diciembre del año 2016.

5.1.5. Legislación tributaria

Los impuestos por ventas se pagan todos los meses de acuerdo al calendario de pago de SUNAT que se rige con el último número del RUC. Otros pagos que se efectúan son arbitrios municipales, licencia municipal los cuales son determinados por cada municipalidad (Surquillo).

Tributos Internos

Impuestos que corresponden pagar son los siguientes:

- **Impuesto a la Renta (IR):**

Aplicada a las utilidades que genere la empresa. El proyecto se verá afecto de una tasa del 29.5% anual, que corresponde a personas jurídicas de 3ra categoría. Se debe identificar el régimen al cual pertenece la empresa, según los montos de los ingresos y las características del negocio.

- **Impuesto General a las Ventas (IGV) compras**

Todas las empresas exportadoras al vender sus productos fuera del Perú lo hacen sin IGV, sin embargo al hacer compra dentro del país pagan el IGV a sus proveedores (18%).

Beneficios del exportador:

- **DraWBack:** es el beneficio que se le da a todos los exportadores a base del precio a exportar, este beneficio representa el 4 % del valor venta comerciada, este porcentaje es aplicado para los años (años 2017 - 2018).

- **Saldo a favor del exportador:** es la devolución del IGV de compras del exportador.

- **Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF):**

Es el impuesto creado por la Ley N° 28194, que grava las operaciones en moneda nacional o extranjera por cualquier ingreso o salida de dinero en las cuentas abiertas en empresas del sistema financiero, y las operaciones que transmitan pagos de dinero cualquiera que sea el medio que se utilice, excepto las operaciones exoneradas señaladas en el apéndice de la citada ley.

La alícuota del impuesto es cero coma cero cinco por ciento (0,005%) vigente desde el 01 de abril de 2011, conforme lo establece la ley 29667 publicada el 20 de febrero del mismo año.

5.1.6. Otros aspectos legales

Seguridad y Salud en el Trabajo:

Es responsabilidad del empleador dar como mínimo 4 capacitaciones al año en materia de seguridad y salud en el trabajo, las cuales deberán incluirse dentro del Programa Anual de Capacitaciones de Seguridad y Salud en el trabajo.

La empresa debe entregar a sus trabajadores los implementos de seguridad, según el puesto de trabajo.

Es responsabilidad del empleador velar por la salud de sus trabajadores, para e debe realizar exámenes ocupacionales antes, durante y después.

5.1.7. Resumen del capítulo

Cuadro N° 38
Resumen de inversiones de constitución

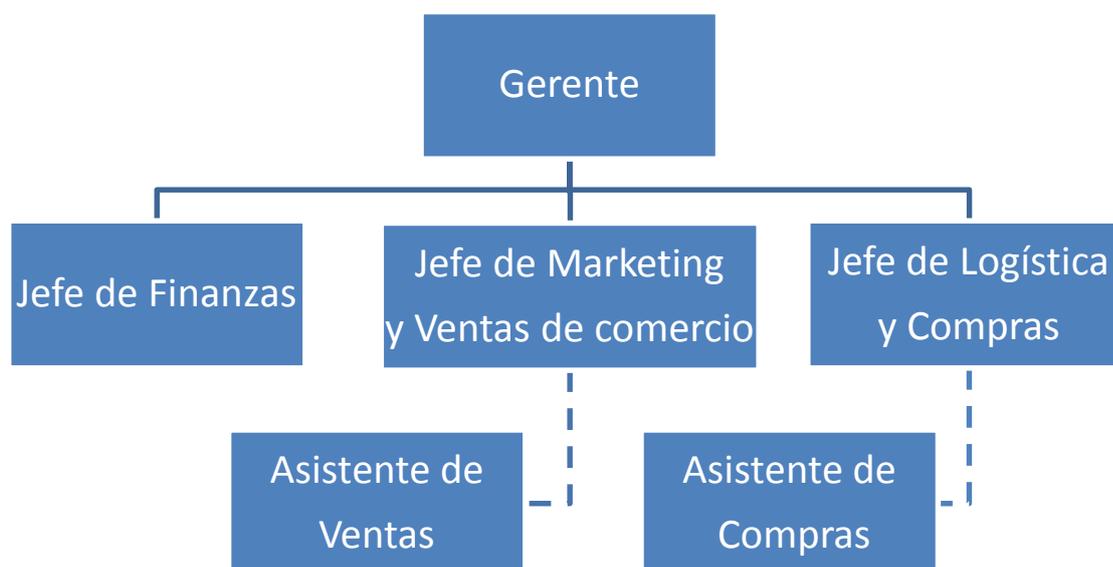
Actividad	Días	Costo
Constitución de la empresa (Minuta) (notaria)	10	S/.600.00
Obtención de R.U.C. en SUNAT	2	S/. -
Licencia de funcionamiento (Incluye inspección de defensa civil	15	S/.226.20
Legalización ante notario por libro (Notaria Paino)	2	S/.34.50
Libros de contabilidad 100hojas (iberolibrerías)	1	S/.80.00
Búsqueda figurativa ante Indecopi	1	S/.38.46
Búsqueda fonética ante Indecopi	1	S/.30.99
Registro de Marca y Logo en Indecopi	60	S/.534.99
Publicación en el diario EL PERUANO	30	S/.300.00

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

Esta empresa recibe los aportes de sus socios para la realización de actividades económicas. El capital se forma gracias a los aportes de los socios que constituyen los primeros activos con los que inicia el desarrollo de las actividades económicas para las cuales fue creada.

Gráfico N°42:
Organigrama



Se aplica este tipo de organigrama por ser una pequeña empresa con una línea limitada de productos para aprovechar con eficiencia los recursos especializados y habilidades en los puntos que los requieran, por que facilitan la supervisión directa por el encargado del área.

5.2.2. Servicios tercerizados.

Nuestra empresa requiere encargar o delegar en un tercero, el desarrollo de una o varias partes del proceso administrativo y/o productivo, por motivos de especialidad y costos.

Se tercerizará los procesos de producción de nuestro producto a empresas que cuenten con certificación de inocuidad y que tengan permiso de Senasa y Digesa.

Tiempos establecidos por servicios tercerizados

Cuadro N° 39
Tiempos establecidos por servicios tercerizados

Tercerizado	Empresa	Días estimados producción	Certificaciones
Diseño de matriz para vasos	Pamolsa	5	BRC PACKING
Elaboración de vasos	Pamolsa	2	BRC PACKING
Limpiado de saponina de la quinua.	Grandino	3	Haacpsylso.
Pre-tostado quinua blanca	COLARSA FOODS	1	Haacpsylso.
Mezcla y preparación de instantáneo	COLARSA FOODS		
Envasado de vasitos de 12 onzas	ART PACK	1	Haacpsylso.

Fuente: Elaboración propia. (Los tiempos de producción y empresas proveedoras se basan en los tiempos de producción estimados y certificaciones de estas.)

El cuadro describe los procesos y tiempos para elaborar un contenedor de 25200 vasos de nuestro producto.

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo

Nosotros como empresa proponemos estos puestos de trabajo donde se mencionan gerencias ya que estamos negociando en el mercado internacional con uno de los mercados más grandes como el de Estados Unidos, es por ello que adoptamos esta formalidad.

Cuadro N° 40
Descripción de puestos – Gerente General

Descripción y perfil del puesto		
Nombre del puesto	Gerente	
Competencias		
	Grado de instrucción	Título
Educación	Universitario	Administración, Economía, Ingeniería, Negocios internacionales.
Experiencia	2 años mínimos en cargos similares	
Otros	Conocimiento de Microsoft office nivel avanzado	
Habilidades	Demostrar responsabilidad y buenas relaciones interpersonales. Liderazgo y capacidad para dirigir y delegar Motivador de los subordinados para unir esfuerzos hacia el logro Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión Gran capacidad de análisis, iniciativa y proactividad	
Acciones y resultados esperados	Llevar a la práctica la política establecida por la Junta de Accionistas Liderar la gestión estratégica. Actuar en coherencia con los valores organizacionales. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes. Coordinar la realización de las compras de materiales, insumos, y bienes muebles y maquinarias. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente, con cálculos matemáticos financieros. Representación de la empresa.	
Condiciones del puesto		
Tipo de contrato	Contrato a plazo Indeterminado	
Remuneración	S/. 3,100.00 pago fijo mensual	
Reporta a	Junta General de Accionistas	
Ubicación física	Ciudad de Lima/ Surquillo	
Beneficios sociales	Si	
Jornada	Diurna	
Horario	Lunes a Viernes de 9:00 a 13:00 horas	

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el portal laborum y aptitus.

Cuadro N° 41 Descripción de puestos
Gerente de logística y compras

Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto	Jefe de logística y compras
Competencias	
	Grado de instrucción
	Título
Educación	Universitario Administración, Ingeniería, internacionales. Economía, negocios
Experiencia	1 años mínimos en cargos similares
Otros	Conocimiento de Microsoft office nivel avanzado
Habilidades	Demostrar responsabilidad y buenas relaciones interpersonales. Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión Liderazgo y capacidad para dirigir y delegar Capacidad de análisis, iniciativa y proactividad
Acciones y resultados esperados	Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción. Identificar y seleccionar proveedores de acuerdo a los estándares definidos por la organización. Proveer las necesidades de materias primas y componentes. Elaborar y aplicar sistemas de control de existencias para la planificación de las compras. Sostener negociaciones con los proveedores para mejorar los acuerdos comerciales a favor de la empresa y dentro de los principios del comercio justo. Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte y logística. Identificar proveedores alternativos para reducir los riesgos de fallas de suministro.
Condiciones del puesto	
Tipo de contrato	Contrato a plazo Indeterminado
Remuneración	S/. 2,700.00 pago fijo mensual
Reporta a	Gerencia General
Ubicación física	Ciudad de Lima/ Surquillo
Beneficios sociales	Si
Jornada	Diurna
Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 13:00 horas

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el portal laborum y aptitus.

Cuadro N° 42 Descripción de puestos
Gerente de marketing y ventas de comercio exterior

Descripción y perfil del puesto		
Nombre del puesto	Jefe de marketing y ventas de comercio exterior	
Competencias		
	Grado de instrucción	Título
Educación	Universitario	Marketing, negocios internacionales o Administrador
Experiencia	1 años mínimos en cargos similares	
Otros	Conocimiento de Microsoft office nivel avanzado	
Habilidades	Responsabilidad, dedicación, puntualidad, profesionalismo. Facilidad para comunicarse y relacionarse. Creatividad y responsabilidad social	
Acciones y resultados esperados	<p>Elaborar estrategias de promoción, publicidad y ventas para difundir de manera rápida el producto y planear el sistema de distribución.</p> <p>Preparar planes y presupuesto de ventas.</p> <p>Calcular la demanda y pronosticar las ventas.</p> <p>Determinar las políticas de precio.</p> <p>Definir y elegir el mercado meta.</p> <p>Interactuar con los clientes (B2B) para establecer un punto de contacto con la empresa.</p> <p>Planear y definir las metas del departamento.</p> <p>Informar sobre las ventas al departamento de Contabilidad y Finanzas.</p> <p>Programar y controlar permanentemente el proceso de facturación o emisión de recibos.</p> <p>Coordinar y controlar la cobranza de principales clientes.</p> <p>Plan de captación y fidelización de proveedores</p>	
Condiciones del puesto		
Tipo de contrato	Contrato a plazo Indeterminado	
Remuneración	S/. 2700.00 pago fijo mensual	
Reporta a	Gerencia General	
Ubicación física	Ciudad de Lima/ Surquillo	
Beneficios sociales	Si	
Jornada	Diurna	
Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 13:00 horas	

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el portal laborum y aptitus.

**Cuadro N° 43 Descripción de puestos
Jefe de finanzas**

Nombre del puesto	Jefe de finanzas	
Competencias		
	Grado de instrucción	Título
Educación	Universitario	Finanzas o Economista
Experiencia	1 años mínimos en cargos similares	
Otros	Conocimiento de Microsoft office nivel avanzado	
Habilidades	<p>Demostrar responsabilidad y buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión</p> <p>Capacidad de análisis e interpretación de datos.</p>	
Acciones y resultados esperados	<p>Formula y propone a la Gerencia General Normas, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de la organización.</p> <p>Supervisa la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.</p> <p>Elaboración y control de presupuestos.</p> <p>Revisar los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes de los accionistas, asignaciones, incremento o creación de fondos especiales y de funcionamiento de los mismos, alquileres y otros gastos.</p> <p>Aprobar y firmar la emisión de cheques, notas de débito, para la adquisición de bienes y servicios.</p> <p>Elaborar informe de estados financieros para su presentación a la Gerencia General.</p> <p>Control de Ingresos y Egresos con el fin de administrar el Capital de Trabajo.</p>	
Condiciones del puesto		
Tipo de contrato	Contrato a plazo Indeterminado	
Remuneración	S/. 2,700.00 pago fijo mensual	
Reporta a	Gerencia General	
Ubicación física	Ciudad de Lima/ Surquillo	
Beneficios sociales	Si	
Jornada	Diurna	
Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 13:00 horas	

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el portal laborum y aptitus.

**Cuadro N° 44 Descripción de puestos.
Contador**

Descripción y perfil del puesto		
Nombre del puesto	Contador Público Colegiado	
Competencias		
	Grado de instrucción	Título
Educación	Universitario	Contador Público Colegiado
Experiencia	3 años	
Otros	Conocimiento de Microsoft office, Tributación, Legislación laboral, otros.	
Habilidades	Responsabilidad, dedicación, puntualidad, profesionalismo. Buenas relaciones interpersonales. Iniciativa y proactividad.	
Acciones y resultados esperados	<p>Llevar a la práctica la política establecida por la Junta de Accionistas</p> <p>Elaborar mensualmente los Estados Financieros de la empresa según las NICs.</p> <p>Calcular mensualmente el IGV, el IR, e impuestos y contribuciones sociales.</p> <p>Otras obligaciones tributarias que correspondan declarar y pagar.</p> <p>Elaborar mensualmente la Planilla de Remuneraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Emisión mensual de la Boletas de Pagos, * Registro en el libro diario y su provisión contable, * Calcular vacaciones y gratificaciones, * Liquidación de Beneficios Sociales y CTS. <p>Elaborar los Certificados de Retención de 5ta. Categoría y otros.</p> <p>Elaborar los Certificados de aportes a AFP, ONP, ESSALUD y sus liquidaciones.</p> <p>Calcular las utilidades y participaciones correspondientes.</p> <p>Mantener los Libros Contables al día y con la reserva de la información.</p>	
Condiciones del puesto		
Tipo de contrato	Contrato de locación de servicios	
Remuneración	S/. 500.00 mensual	
Reporta a	Administración	
Ubicación física	Externo	
Beneficios sociales	No	
Jornada	Disponibilidad de la empresa.	
Horario	Presentarse 1 vez a la semana y cuando sea requerido	

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el portal laborum y aptitus.

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Cuadro N° 45
Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Tercerizado	Empresa	Días estimados producción	Certificaciones	Cotización un lote (20,000 unidades) (SIN IGV)	IGV	Cotización un lote (20,000 unidades) (CON IGV)
Diseño de matriz para vasos	Pamolsa	5	BRC PACKING	S/.500.00	S/.90.00	S/.590.00
elaboración de vasos	Pamolsa	2	BRC PACKING	S/.4,000.00	S/.720.00	S/.4,720.00
Limpiado de saponina de la quinua.	Grandino	3	Haacpsylso.	S/.1,192.50	S/.214.65	S/.1,407.15
Pre-tostado quinua blanca	COLARSA FOODS	1	Haacpsylso.	S/.530.00	S/.95.40	S/.625.40
Mezcla y preparación de instantáneo	COLARSA FOODS			S/.640.00	S/.115.20	S/.755.20
Envasado de vasitos de 12 onzas	ART PACK	1	Haacpsylso.	S/.4,000.00	S/.720.00	S/.4,720.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente los datos obtenidos por las empresas en el presente cuadro.

- Diseño de matriz para vasos: Es el servicio por el cual se diseña el vaso según características dadas por el cliente. Nuestro vaso tendrá el siguiente diseño.



- Elaboración de vasos: Es la impresión y elaboración de vasos.
- Limpiado de la saponina de la quinua: Es el proceso por la cual a la quinua se le quita una sustancia nociva para la salud llamada saponina.
- Pre- tostado: La quinua pasa por un leve pre-tostado para así darle mayor sabor a nuestro producto.
- Mezcla y preparación del instantáneo: Nuestro insumos serán mezclados y cocinados para crear una mezcla que estará instantánea para comer. Insumos para la mezcla de un lote (25,200 vasos):

Insumos por un contenedor

Cuadro N° 46
Insumos por un contenedor en kilos

1 contenedor		
Contenido	Gramos	Kilos
quinua	1060000	1060
Merma quinua	265000	265
Estevia	8000	8
Maizena	104000	104
Canela molida	4000	4
clavo de olor	4000	4
manzana liofilizada	100000	100

Fuente: Elaboración propia tomando como base la receta de preparación del producto.

- Envasado de vasitos de 12 onzas: La mezcla de nuestro producto será envasada y sellada al caliente por parte de nuestro proveedor.

5.2.5. Aspectos laborales

- a) **Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.**

El contrato de trabajo

Es el acuerdo de voluntades y libremente entre el trabajador y el empleador, para que a través de una remuneración se pacte una actividad subordinada; este acuerdo es el inicio de la relación laboral que genera un conjunto de derechos y obligaciones tanto para el trabajador como para el empleador.

Sin embargo en el giro de nuestra empresa los contratos a utilizar según sea el caso son los siguientes:

Contrato Sujeto a Modalidad

Es el que se pacta a plazo fijo por un tiempo determinado en razón a las necesidades del mercado y cumpliendo ciertas formalidades que deben constar por escrito.

Contrato por Necesidad del Mercado

Se celebra entre el empleador y el trabajador por necesidad coyuntural del mercado ante el crecimiento de la demanda y que no pueden ser atendidas por el personal permanente; su renovación puede ser sucesiva hasta una duración máxima de cinco años.

Contratos para Obra o Servicio

- **Contratos para Obra Determinada o servicio Específico:**
Son aquellos que tienen un objeto previamente establecido, y una duración determinada. Su duración será la que resulte necesaria.
- **Contrato de Temporada:**
Se celebra para atender necesidades propias del giro de la empresa para determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes. En este contrato deberá constar necesariamente por escrito la duración de la temporada, la naturaleza de la actividad de la empresa o establecimiento y la naturaleza de las labores del trabajador; también se asimilarán al contrato de temporada las actividades feriales como en la época de navidad.
- **Contratos de Locación de Servicios:**
Modalidad de contrato por el que los servicios son prestados sin subordinación al contratante; se realizan para contratar un trabajo determinado y especializado.
- Los servicios tercerizados, se manejaran por un contrato a tiempo parcial con recibos por honorarios, ya que, sus funciones son requeridas por un número determinado de días al mes (inferior a la jornada de trabajo de 8 horas).

Cuadro de contrataciones

Cuadro N° 47
Cuadro de Contrataciones

Cargo	Tipo de Contrato
Gerente	Contrato a plazo Indeterminado
Jefe de Logística Y Compras	Contrato a plazo Indeterminado
Jefe de Marketing y Ventas de Comercio exterior	Contrato a plazo Indeterminado
Jefe de finanzas	Contrato a plazo Indeterminado
Contador CPC	Contrato de locación de servicios
Proceso de Envasado	Tercerizado
Proceso de precocido(Quinua)	Tercerizado

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente a Aptitus y empresas para la elaboración del producto.

b) Régimen laboral de puestos de trabajo.

El contrato de trabajo se rige bajo el Régimen Laboral de Micro y Pequeña Empresa, que comprende el reconocimiento de beneficios sociales tales como las gratificación dos veces al año, compensación por tiempo de servicio (CTS), jornada de trabajo de 8 horas, pago de horas extras, vacaciones de 15 días anual, seguro social de ESSALUD, asignación familiar, indemnización por despido y finalmente los aportes y retenciones por parte del empleador y empleado respectivamente.

Para permanecer en el régimen MYPE como Micro empresa, debemos observar los siguientes.

- * Tener como máximo 10 trabajadores
- * Las ventas anuales no deben superar las 150 UIT.

Cuadro sobre beneficios sociales y estructura

Cuadro N° 48
Beneficios Sociales y Estructura

MICRO EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobre tiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente a la SUNAT.

c) Planilla para todos los años del proyecto.

A continuación se describe los sueldos de nuestra planilla para los 5 años del proyecto, los cuales serán constantes en cada uno de ellos.

Gráfico N°43:
Costo fijo año 0

COSTO FIJO AÑO 0							
REMUNERACION (Gastos de planilla)							
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual S/	Remuneración Anual S/	Sub total S/	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total S/
1	Gerente	3100	37200	3100	279	258	3637
1	Jefe de Logística y finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168
1	Jefe de Marketing y Ventas	2700	32400	2700	243	225	3168
1	Jefe de finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168
4	Total	11200	134400	11200	1008	933	13141

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gráfico N°44:
Costo fijo año 1

COSTO FIJO AÑO 1								
REMUNERACION (Gastos de planilla) en S/								
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Sub total	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS)
1	Gerente	3,100	37,200	3,100	279	258	3,637	50,406
1	Jefe de Logística y finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
4	Total	11,200	134,400	11,200	1,008	933	13,141	182,112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gráfico N°45:
Costo fijo año 2

COSTO FIJO AÑO 2								
REMUNERACION (Gastos de planilla) en S/								
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Sub total	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS)
1	Gerente	3,100	37,200	3,100	279	258	3,637	50,406
1	Jefe de Logística y finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
4	Total	11,200	134,400	11,200	1,008	933	13,141	182,112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gráfico N°46:
Costo fijo año 3

COSTO FIJO AÑO 3								
REMUNERACION (Gastos de planilla) en S/								
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Sub total	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS)
1	Gerente	3,100	37,200	3,100	279	258	3,637	50,406
1	Jefe de Logística y finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
4	Total	11,200	134,400	11,200	1,008	933	13,141	182,112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gráfico N°47:
Costo fijo año 4

COSTO FIJO AÑO 4								
REMUNERACION (Gastos de planilla) en S/								
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Sub total	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS)
1	Gerente	3,100	37,200	3,100	279	258	3,637	50,406
1	Jefe de Logística y finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
4	Total	11,200	134,400	11,200	1,008	933	13,141	182,112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gráfico N°48:
Costo fijo año 5

COSTO FIJO AÑO 5								
REMUNERACION (Gastos de planilla) en S/								
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Sub total	Essalud (0.09)	CTS (0.08333333)	Remuneración total	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS)
1	Gerente	3,100	37,200	3,100	279	258	3,637	50,406
1	Jefe de Logística y finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
1	Jefe de finanzas	2,700	32,400	2,700	243	225	3,168	43,902
4	Total	11,200	134,400	11,200	1,008	933	13,141	182,112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

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

A continuación se describe los sueldos tercerizados para los 5 años del proyecto, los cuales serán constantes en cada uno de ellos.

Cuadro N° 49
Gastos por servicios tercerizados por años

Servicios Tercerizados: Año 1

CARGO	AREA	CANT.	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Contador CPC	Administrativo	1	S/.500	S/.6,000
		1	S/.500	S/.6,000

Fuente: Plan financiero del proyecto

Servicios Tercerizados: Año 2

CARGO	AREA	CANT.	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Contador	Administrativo	1	S/.500	S/.6,000
Fuente: Plan financiero del proyecto		1	S/.500	S/.6,000

Servicios Tercerizados: Año 3

CARGO	AREA	CANT.	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Contador	Administrativo	1	S/.500	S/.6,000
Fuente: Plan financiero del proyecto		1	S/.500	S/.6,000

Servicios Tercerizados: Año 4

CARGO	AREA	CANT.	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Contador	Administrativo	1	S/.500	S/.6,000
Fuente: Plan financiero del proyecto		1	S/.500	S/.6,000

Servicios Tercerizados: Año 5

CARGO	AREA	CANT.	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Contador	Administrativo	1	S/.500	S/.6,000
Fuente: Plan financiero del proyecto		1	S/.500	S/.6,000

Los sueldos antes expuestos son la base a los sueldos en promedio del ministerio de empleo y seguridad social.

Fuente: http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/index.htm

e) Horario de puestos de trabajo.

Cuadro N° 50
Cargo y Horario de puestos de trabajo.

Cargo	Horario de Trabajo
	Lunes - Viernes
Gerente	9:00 - 18:00
Jefe de Logística y finanzas	9:00 - 18:00
Jefe de Marketing y Ventas	9:00 - 18:00
Jefe Gerente de finanzas	9:00 - 18:00

Fuente: Elaboración propia

El tiempo dedicado al refrigerio no forma parte de la jornada ni horario de trabajo. La jornada ordinaria de trabajo para varones y mujeres mayores de edad es de ocho (8) horas diarias o cuarenta y ocho (48) horas semanales como máximo.

En el caso del personal de vigilancia y limpieza, trabajarán los días sábados en el mismo horario para cumplir las 48 horas semanales.

A continuación sigue el capítulo VI, Estudio Técnico.

CAPITULO VI

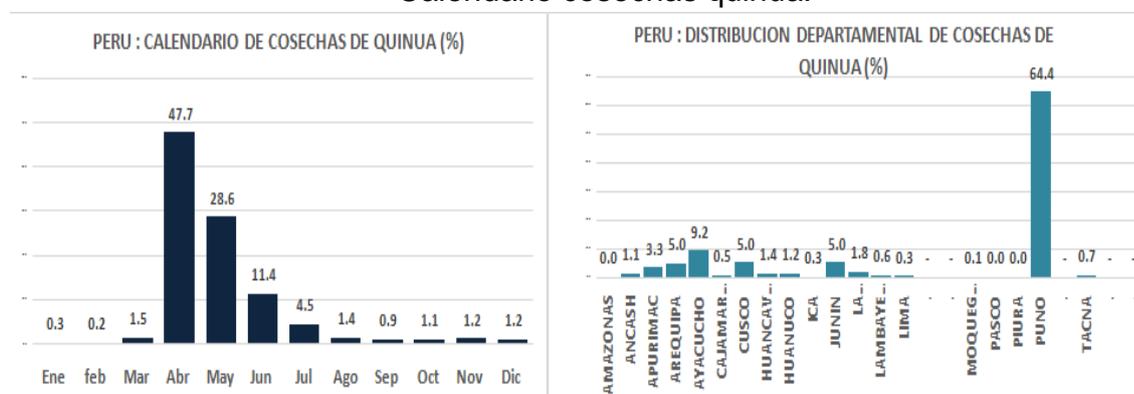
6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada

Criterios: Se Procedió al cálculo, tomando como punto de partida el Mes de Mayor Producción de quinua, que es el mes de Abril, actualmente en el Perú hay una sobre oferta de quinua y sumada a la producción mundial ha hecho que el precio de la quinua caiga.

Gráfico N°49
Calendario cosechas quinua.



Elaboración: Propia

Fuente: Ministerio de agricultura

La Capacidad que puede Producirse es muy amplia ya que nosotros trabajamos con empresas maquiladoras que dan servicio a muchas exportadoras de alimentos.

No podemos decir cuál es la capacidad instalada en las fábricas donde procesaremos nuestro producto, ya que esta información es confidencial de nuestros maquiladores, pero si tenemos los días estimados para nuestro proceso productivo.

Servicios tercerizados

Para la elaboración de nuestro producto se necesitarán 12 días para un lote de 25,200 vasos (1 Contenedor)

Tercerizado	Empresa	Días estimados producción	Certificaciones
Diseño de matriz para vasos	Pamolsa	5	BRC PACKING
elaboración de vasos	Pamolsa	2	BRC PACKING
Limpiado de saponina de la quinua.	Grandino	3	Haacpsylso.
Pre-tostado quinua blanca	COLARSA FOODS	1	Haacpsylso.
Mezcla y preparación de instantáneo	COLARSA FOODS		
Envasado de vasitos de 12 onzas	ART PACK	1	Haacpsylso.

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las empresas que están en el cuadro.

6.1.2. Capacidad utilizada y capacidad máxima

Nuestra empresa va a tercerizar todos los procesos de producción mediante la metodología JIT (Just in time) lo que quiere decir que vamos a producir bajo pedido.

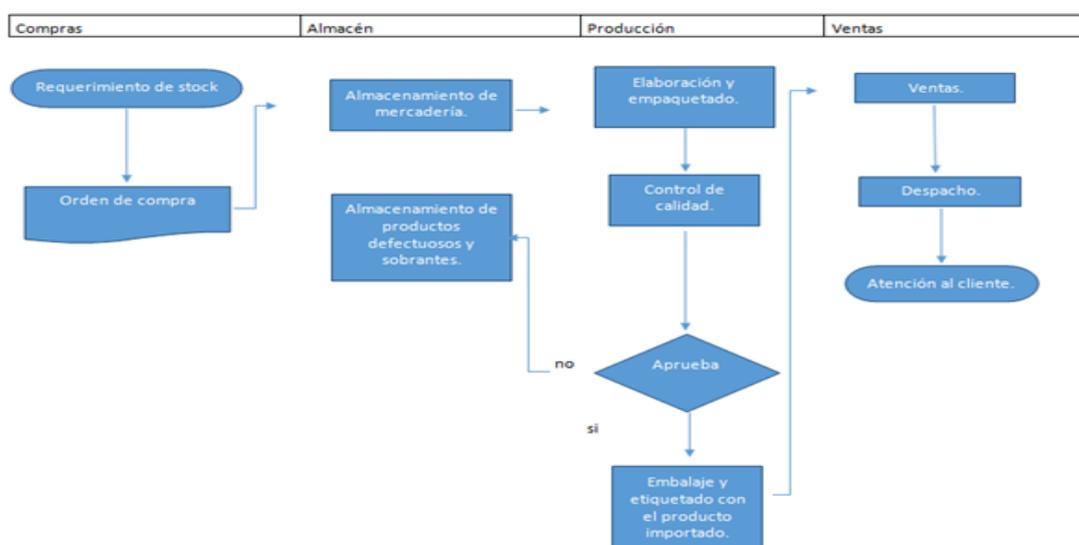
No podemos decir cuál es la capacidad utilizada ni cuál es la capacidad máxima en las fábricas donde procesaremos nuestro producto, ya que esta información es confidencial de nuestros maquiladores, pero si tenemos los días estimados para nuestro proceso productivo.

Nuestros proveedores de servicios son empresas que trabajan con muchos exportadores (Grandes, medianos y pequeños) y que cuentan con certificaciones de inocuidad y certificaciones internacionales requeridas para la industria de la alimentación.

6.2 Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.

Gráfico N°50
Diagrama de flujo



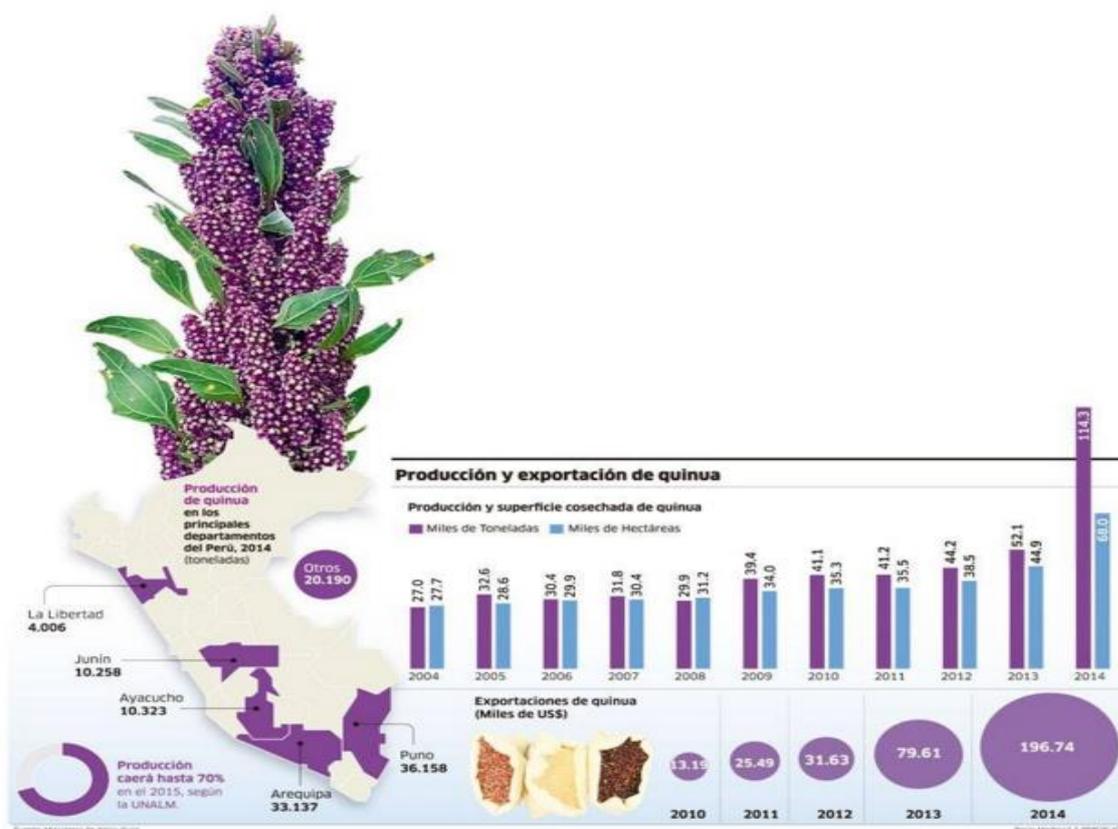
6.2.2. Programa de producción.

Estacionalidad de la producción a partir de la demanda anual y de la estacionalidad de las importaciones de la quinua a California U.S.A.

Todo el año se produce quinua en el Perú.

Gráfico N°51
Producción de quinua según MINAGRI

Producción y Exportación de quinua al 2014

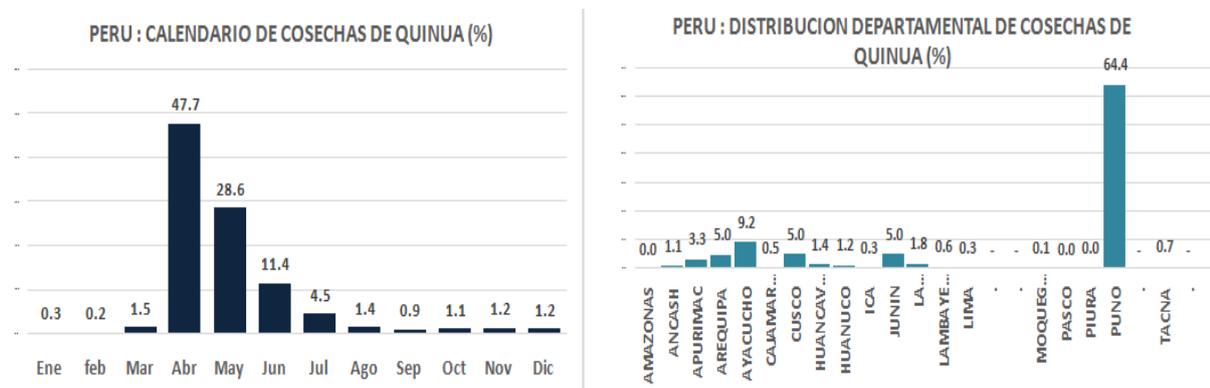


Fuente: Ministerio de agricultura

En el gráfico observamos que en el Perú en el 2014 ha producido 114.3 miles de toneladas de quinua siendo dicho año de mayor producción con respecto a años anteriores.

Meses de cosecha de quinua en el Perú

Gráfico N°52:
Meses de cosecha de quinua en el Perú



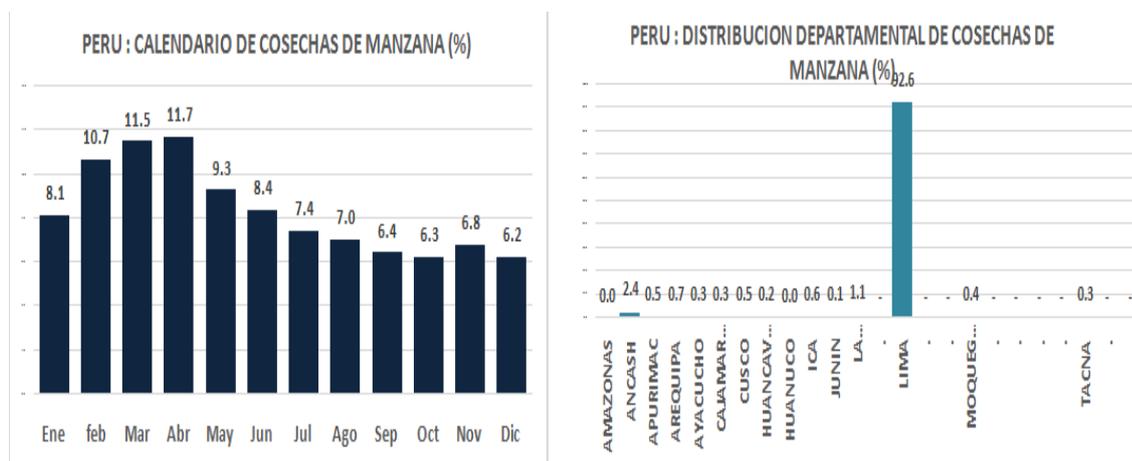
Fuente: Ministerio de agricultura.

La quinua se cosecha todos los meses en el Perú, los mayores picos de cosecha se dan en los meses de Abril y Mayo.

El Mayor productor de quinua es el departamento de Puno con un 64.4% del total de en el año 2014

Meses de cosecha de manzana en el Perú

Gráfico N°53:
Meses de cosecha de manzana en el Perú



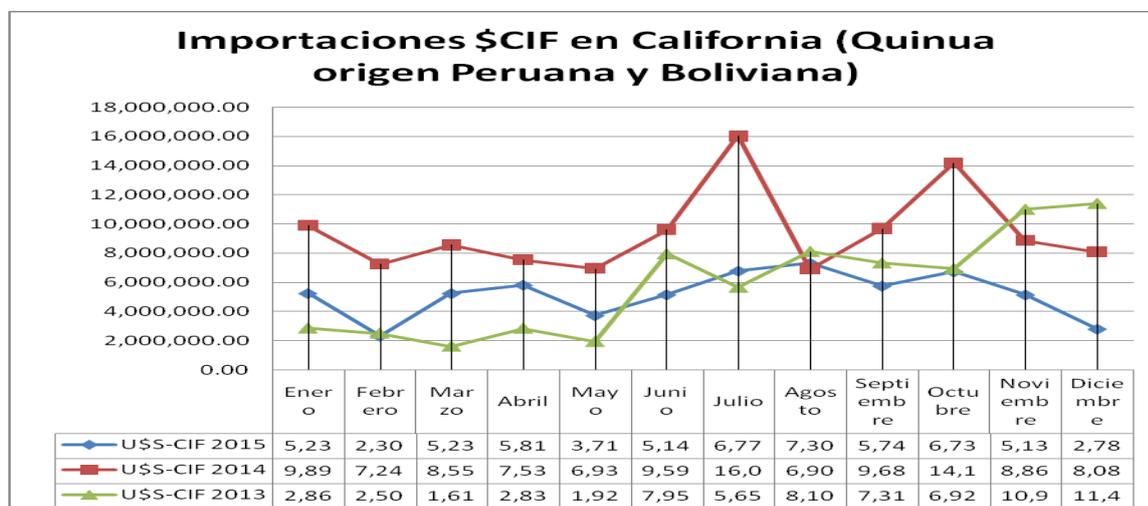
Fuente: Ministerio de agricultura.

La manzana se cosecha todos los meses en el Perú, los mayores picos de cosecha se dan en los meses de Febrero, Marzo y Abril.

El Mayor productor de quinua es el departamento de Lima con un 64.4% del total de en el año 2014.

Estacionalidad de consumo de quinua en California (U.S.A.)

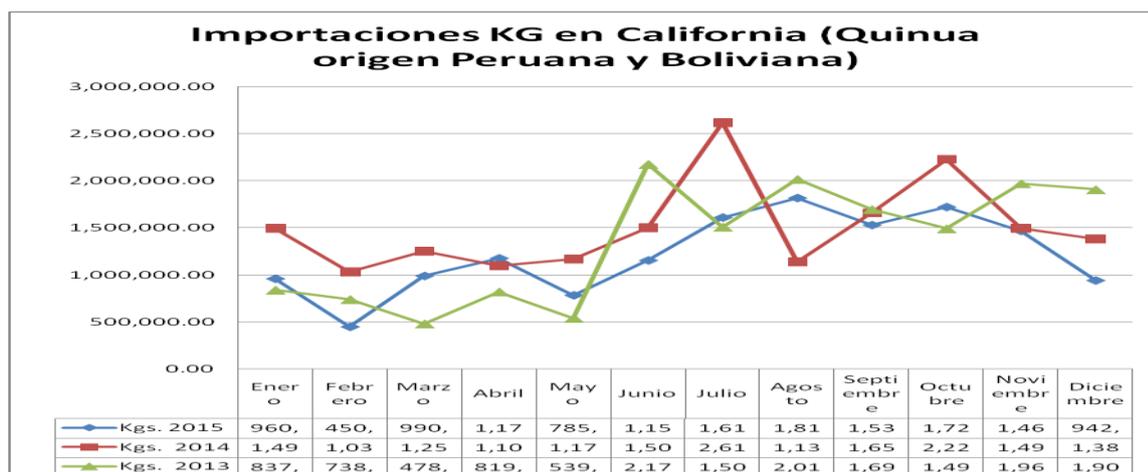
Gráfico N°54:
En valor CIF (\$) estacionalidad de importaciones de quinua Peruana y Boliviana en California



Elaboración propia
Fuente: PentaTransaction

Las menores importaciones de quinua en U.S.A. se dan en el mes de Febrero, Marzo, Abril y Mayo. Por otro lado vemos que los mayores picos se dan en Julio, Septiembre y Octubre.

Gráfico N°55
En KG, estacionalidad de importaciones de quinua Peruana y Boliviana en California



Elaboración propia
Fuente: PentaTransaction

Las menores importaciones de quinua en U.S.A. se dan en el mes de Febrero, Marzo, Abril y Mayo. Por otro lado vemos que los mayores picos se dan en Julio, Septiembre y Octubre.

Cuadro N° 51
Envío de contenedores de nuestra empresa

Envío de contenedores nuestra empresa											
	2015	2017	\$	2018	\$	2019	\$	2020	\$	2021	\$
M e s	U\$S-CIF										
Ene-15	5,235,524.00					1	25402	1	25,402	1	21,269
Feb-15	2,309,446.00									1	21,269
Mar-15	5,230,145.00										
Abr-15	5,810,232.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
May-15	3,712,944.00										
Jun-15	5,148,105.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Jul-15	6,778,640.00					1	25402	1	25,402	1	21,269
Ago-15	7,307,954.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Set-15	5,743,262.00										
Oct-15	6,734,307.00	1	35330	1	33667	1	25402	1	25,402	1	21,269
Nov-15	5,136,084.00									1	21,269
Dic-15	2,782,073.00										
Total de contenedores		4		4		6		6		8	
Total en Dólares			141,319		134,668		152,411		152,411		170,154

Elaboración propia
Fuente: PentaTransaction

El envío de contenedores varía desde 4 envíos en el año 2017 hasta los 8 envíos en el año 2021. El valor FOB por contenedor en el año 2017 es de \$35330 y en el 2021 el valor FOB por contenedor es de \$21,269, el valor baja debido a que trabaja con economías de escala.

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Cuadro N° 52
Produccion Anual

2017	2018	2019	2020	2021
4 CONTAINERS	4 CONTAINERS	6 CONTAINERS	6 CONTAINERS	8 CONTAINERS
100800 unidades	100800	151200	151200	151200

Cuadro N° 53
Contenido de cada vaso de quinua 64g

1 vaso	
Contenido	Gramos
Quinua pre tostada leve.	48
Stevia	0.5
Maizena	5
Canela molida	0.25
Clavo de olor	0.25
manzana liofilizada	10

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

Materias primas requeridas para la producción de un contenedor de 25,200 vasos de quinua. (Hay que considerar que nosotros compramos la quinua trillada y esta se tiene que procesar y genera merma, el rendimiento de quinua trillada para convertirla en quinua limpia es de 80%).

Cuadro N° 54
Insumos de un contenedor por gramos y kilos

1 contenedor		
Contenido	Gramos	Kilos
Quinua	1512000	1512
Merma quinua	302400	302.4
Stevia	8000	8
Maizena	104000	104
Canela molida	4000	4
Clavo de olor	4000	4
manzana liofilizada	100000	100

Costeo de insumos (Materia prima directa)

Fuente: Elaboración propia a base a la receta del producto.

Procedimiento y costeo para producir un contenedor de quinua

COSTOS DE PRODUCCIÓN					T.C.
MATERIA PRIMA					3.5
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	Valor Compra Unitario S/.	Valor Compra Total S/	PRECIO EN \$
Quinua Trillada	Kilo	1,512	5	7,560.00	2,160.00
Stevia	Kilo	13	67.8	854.28	244.08
Maizena	Kilo	126	7.63	961.38	274.68
Canela molida	Kilo	6	11.3	71.19	20.34
Clavo de olor	Kilo	6	80.67	508.22	145.21
Manzana liofilizada	Kilo	252	5	1,260.00	360
Total		1,915		11,215.07	3,204.31

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

Para producir un contenedor de 25200 unidades de vasos de quinua se necesita comprar un valor de S/11,215.07 más IGV, En Materia Prima Comestible.

Cuadro N° 55
Días para el diseño de la matriz de vasos y elaboración:

Tercerizado	Empresa	Días estimados producción	Certificaciones
Diseño de matriz para vasos	Pamolsa	5	BRC PACKING
elaboración de vasos	Pamolsa	2	BRC PACKING
Limpiado de saponina de la quinua.	Grandino	3	Haacpsylso.
Pre-tostado quinua blanca	COLARSA FOODS	1	Haacpsylso.
Mezcla y preparación de instantáneo	COLARSA FOODS		
Envasado de vasitos de 12 onzas	ART PACK	1	Haacpsylso.

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las empresas que están en el cuadro.

Para la elaboración de nuestro producto se necesitaran 12 días en promedio para un lote de 25,200 vasos (1 Contenedor)

Cuadro N° 56
Costos de Producción de materia prima (vasos)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	valor compra S/	valor total compra S/	PRECIO EN \$
Matriz para diseño de vaso	1	1	500	500	143
vaso y tapa	1	25,200	0.2	5040	1440
Foil de plástico	1	25,200	0.05	1260	360
Total				6800	1943

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las empresas que están en el cuadro.

Para producir un contenedor de 25200 unidades de vasos de quinua se necesita comprar un valor de S/6800 en vasos, matriz y foil de plástico.

Limpiado de la saponina de la quinua:

DATOS:

Para 1 Kg. de quinua trillada tiene un rendimiento de 80%

Cuadro N° 57
Rendimiento de quinua limpia de saponina

Contenido	Kilos	%
Quinua trillada	1512	100%
merma	302.4	20%
Quinua limpia	1209.6	80%

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

Cuadro N° 58
Costo de quinua limpia en 1512 kilogramos

DESCRIPCION	S/
Costo de limpiado por kg	0.90
Valor compra	1,360.80
Igv	244.94
precio de compra	1605.74

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

Cuadro N° 59
Cuadro de servicios de pre tostado y mezcla

- Pre- tostado de quinua, mezcla y preparación del instantáneo.
- Envasado de vasitos de 12 onzas.

Servicio	Cotización por kg. en S/	Cantidad de 1 contenedor	Costeo maquila 1 contenedor en S/.	IGV S/.	Precio de Compra S/.
Pre tostado- leve quinua	0.50	1209.6	604.8	108.86	713.66
Servicio mezcla y preparación instantáneo	0.50	1612.8	806.4	145.15	951.55
Totales			1411.2	254.02	1665.22

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

Cuadro N° 60
Costos de Producción 1 vaso de 12 onzas

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
costo indirecto de fabricación					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	valor compra S/	valor total compra S/	PRECIO EN \$
Envasado y sellado al calor de vasitos 12 onzas	1	25,200	0.20	5,040.00	1,440.00
Total				5,040.00	1,440.00

Fuente: Elaboración propia en base a la receta del producto.

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Las compras de materias primas se efectuarán el mes que exportemos nuestro producto, en el siguiente cuadro podremos ver los meses que exportaremos.

Cuadro N° 61

Programa de compras de materias primas e insumos y servicio tercerizado en soles sin IGV.

M e s	2015 U\$S-CIF	2017	S/.	2018	S/.	2019	S/.	2020	S/.	2021	S/.
Ene-15	5,235,524					1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
Feb-15	2,309,446									1	20,787.07
Mar-15	5,230,145										
Abr-15	5,810,232	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
May-15	3,712,944										
Jun-15	5,148,105	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
Jul-15	6,778,640					1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
Ago-15	7,307,954	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
Set-15	5,743,262										
Oct-15	6,734,307	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07	1	20,787.07
Nov-15	5,136,084									1	20,787.07
Dic-15	2,782,073										
Total de contenedores		4		4		6		6		8	
Total en Soles			83,148		83,148		124,722		124,722		166,297

Elaboración propia
Fuente: PentaTransaction

Para el envío de contenedores de 4 en el año 2017 hasta los 8 envíos en el año 2021, en costo consideramos: la Materias primas (Insumos Comestibles), Vasos Materia prima y Servicios tercerizados lo que nos da un valor de S/ 20,787.07

Cuadro N° 62
Costo total de producción para 25200 vasos

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN PARA 25200 vasos (1 CONTAINER)						
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD (25200 vasos)						
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL COMPRAS S/.	VALOR COMPRA S/.	IGV COMPRAS S/.	PRECIO TOTAL COMPRAS \$	VALOR COMPRA \$	IGV COMPRAS \$
Materia prima (Insumos comestibles)	13,233.78	11,215.07	2,018.71	3,781.08	3,204.31	576.78
vasos Materia prima	8,024.00	6,800.00	1,224.00	2,292.57	1,942.86	349.71
SS. Tercerización (CIF)	3,270.96	2,772.00	498.96	934.56	792	142.56
Total	24,528.74	20,787.07	3,741.67	7,008.21	5,939.16	1,069.05
COSTO POR CADA presentación vaso (64 gramos)	0.97	0.82	0.15	0.28	0.24	0.04
COSTO POR kg = 15.625 vasos	15.21	12.89	2.32	4.35	3.68	0.66

Fuente: Elaboración propia en base a la receta y cotización para la elaboración del producto.

Cuadro N° 63
Costo Total De Producción Para 1 Vaso

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN PARA 1 vaso						
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL COMPRAS S/.	VALOR COMPRA S/.	IGV COMPRAS S/.	PRECIO TOTAL COMPRAS \$	VALOR COMPRA \$	IGV COMPRAS \$
Materia prima	0.525	0.445	0.080	0.150	0.127	0.023
vasos Materia prima	0.318	0.270	0.049	0.091	0.077	0.014
SS. Tercerización (CIF)	0.130	0.110	0.020	0.037	0.031	0.006
Total	0.973	0.825	0.148	0.278	0.236	0.042

Fuente: Elaboración propia en base a la receta y cotización para la elaboración del producto.

Es elaboración propia debido a que estos cuadros los hemos obtenido con cotizaciones los cuales hemos plasmado en cálculos para la producción de nuestro producto.

Cuadro N° 64
Costo total de producción para un contenedor de 25,200 Sin IGV.

Envío de contenedores nuestra empresa (Costos anuales de producción- MPD, MOD Y CIF)											
	2015	2017	S/	2018	S/	2019	S/	2020	S/	2021	S/
Mes	U\$S-CIF										
Ene-15	5,235,524					1	25,142	1	25,142	1	25,142
Feb-15	2,309,446									1	25,142
Mar-15	5,230,145										
Abr-15	5,810,232	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142
May-15	3,712,944										
Jun-15	5,148,105	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142
Jul-15	6,778,640					1	25,142	1	25,142	1	25,142
Ago-15	7,307,954	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142
Set-15	5,743,262										
Oct-15	6,734,307	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142	1	25,142
Nov-15	5,136,084									1	25,142
Dic-15	2,782,073										
Total de contenedores		4		4		6		6		8	
Total en Soles			100,568		100,568		150,852		150,852		201,136

Elaboración propia
Fuente: PentaTransaction

Los costos variables de producción que engloban las materiales primas y los costos indirectos de fabricación (MOD, no se considera ya que nosotros tercerizamos), estos costos son de S/ 25,142.00 por cada contenedor.

6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

Nuestra empresa terceriza la producción de nuestro producto a exportar, por lo tanto el costo por tercerizar se registra como costo indirecto de fabricación.

Si hubiéramos tenido una fábrica propia, tendríamos que contratar operarios los cuales nos demandaría un costo que se registra como mano de obra directa.

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

Nosotros tercerizaremos nuestro proceso de producción.

Proceso de liofilización



Imagen Maquina liofilizador.

Fuente: Pagina web Imchef <http://www.imchef.org/que-es-la-liofilizacion/>

El proceso de liofilización es el siguiente: se introduce el producto procesado listo para su secado. Se genera un entorno al vacío, las bajas temperaturas se sienten a eso de -40°C que es donde ocurre la sublimación, es decir el producto pasa directamente de solido a gas sin pasar por líquido. Eso se aplica al contenido acuoso del alimento, el cual sublima terminando con materia solida sin ningún remanente líquido sino absolutamente seco.



Imagen Maquinaria para la creación de vasos.

Capacidad de Vasos/potes: 150cc a 700cc.

Gramaje del Polypapel : 180~~380gsm Single o Double PE.

Velocidad: 70-80 piezas/ min.

Dimensiones máximas de la pieza:

- diámetro superior máximo: 145 mm.
- altura máxima: 178 mm.

Dimensiones mínimas de la pieza:

- diámetro superior mínimo: 50mm.
- altura mínima: 50 mm.

Requerimientos Eléctricos: 380V or 220V, 50Hz 9kw

Consumo de aire: aprox 0.5 cbm/min

Dimensiones de la máquina: 2800mm×1650mm×1720mm

Peso de la máquina: 2300kg

Fuente: Pagina web Mundo Embalaje, <http://mundoembalaje.org/polipapel-maquina-para-fabricar-vasos-de-polipapel/>

6.3.2. Equipos.



Fuente: Pagina Web Saga Falabella, <http://www.falabella.com.pe/falabella-pe/product/15038118/Notebook-15,6-AMD-A8-8-GB-1-TB-Negro?navAction=push>

Compraremos 4 laptops para cada uno de los inversionistas

ESET NOD32 ANTIVIRUS EDICION 2016 5PCs, ANUAL

Tweet Cuota Google+ Pinterest

Más de 10 items en stock

Enviar a un amigo Compartir en Facebook

Imprimir

US\$ 62.50
S/ 214.38

1 - +

Las computadoras, necesitaran de software como los antivirus.

IMPRESORA MULTIF....

US\$ 190.00
S/ 651.70

Contaremos con dos impresoras una en el área de atención y otra en las oficinas de los inversionistas.

6.3.3. Herramientas.

Las herramientas a usar en el proceso de producción pertenecen a cada empresa terciarizada.

6.3.4. Utensilios

Brindados por la oficina amoblada alquilada

6.3.5. Mobiliario.

Se alquitarará una oficina amoblada la cual cuenta con mobiliario propio.

6.3.6. Útiles de oficina.

Compraremos nuestros productos en estas empresas que ofrecen productos de calidad en donde compraremos los siguientes útiles:

- Lapiceros
- Tijeras
- Papel Bond
- Clips
- Engrapador
- Lápices
- Resaltadores
- Sellos
- Perforadores
- otros

OFICENTRO: Útiles de escritorio, suministros de computo, papelería



Fuente: CONTINENTAL, <http://www.continentalperu.com/tienda/index.php>

LA CASA DE LOS NEGOCIOS SAC: Distribuidor de útiles de oficina y afines



Fuente: La casa de los negocios <http://www.canesac.com/utiles>

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Los equipos contarán con una revisión anual, en su totalidad de parte de los proveedores ya que ellos trabajan con diversas empresas y necesitan mantener sus equipos en buen funcionamiento.

En el caso del de mantenimiento de la computadora esta se revisará cada 6 meses en donde se le hará una limpieza de manera preventiva, posterior a esta se renovará la licencia de antivirus de manera anual.

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

La reposición de herramientas y utensilios será aproximadamente que cada 3 meses se, aunque esto puede variar debido al clima y uso ya que en el caso de los papeles y lapiceros son los que se usan con mayor frecuencia.

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

Nosotros no contamos con maquinaria para la producción ya que tercerizamos, solo contamos en oficina con equipos informáticos por ello, en Q'umara renovaremos el equipo de cómputo al quinto año.

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización

Para este análisis consideraremos un factor indispensable:

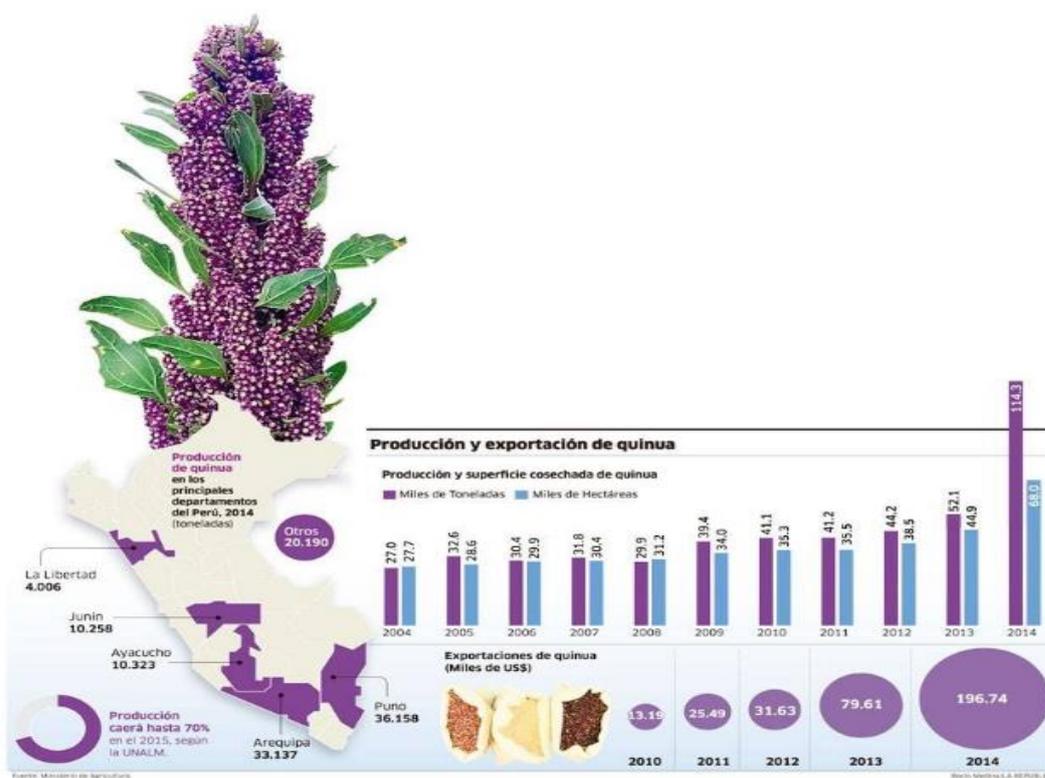
Proveedores

El Perú cuenta con 3 regiones marcadas geográficamente, costa sierra y selva, al ser nuestros insumos provenientes de distintas partes del país, consideramos indispensable ubicarnos en una zona neutral que nos permita tener acceso a todos ellos.

Para ello nos valemos de la información proporcionada en el programa nacional Sierra Exportadora, en el cual nos detalla la procedencia de algunos de nuestros insumos.

Gráfico N°56:

Imagen de exportación y zonas productoras de quinua en Perú.



Al determinar la procedencia de los insumos, podemos apreciar que Lima, al tener el mercado mayorista más grande del Perú, con un alto potencial en variedad y oferta de nuestro insumo principal, la quinua; el cual consideramos básico para no quedarnos desabastecidos.

Es por naturaleza el lugar idóneo para la ubicación de nuestras oficinas administrativas, ya que dicho centro de abasto nos permite tener acceso a los productos necesarios para la compra de nuestros insumos de nuestro producto.

Por este aspecto fundamental y sumamente relevante consideramos que la ciudad de Lima es la que reúne los atributos indispensables para la producción de nuestro producto que será exportado hacia Estado unidos.

6.4.2. Micro localización

Para elegir nuestra oficina administrativa consideramos las siguientes variables:

Cuadro N° 65
Consideración de micro localización.

Variable	Peso	Surquillo		Miraflores		San isidro	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costos de Servicios	0.15	7	1.05	7	1.05	8	1.2
Costos de Alquiler	0.3	7	2.1	9	2.7	9	2.7
Accesibilidad del lugar	0.3	8	2.4	4	1.2	7	2.1
Disponibilidad del lugar	0.25	8	2	6	1.5	3	0.75
Total	1		7.55		6.45		6.75

Fuente: Elaboración propia.

Por el cuadro presentado, creemos que el distrito de Surquillo, reúne los requisitos más importantes para poder ubicar ahí nuestra oficina administrativa.

6.4.3. Gastos de adecuación

Para poder poner en funcionamiento nuestra oficina de producción, se tomó en cuenta los factores tanto normativos como de seguridad, los cuales ya están previamente efectuados por el arrendador.

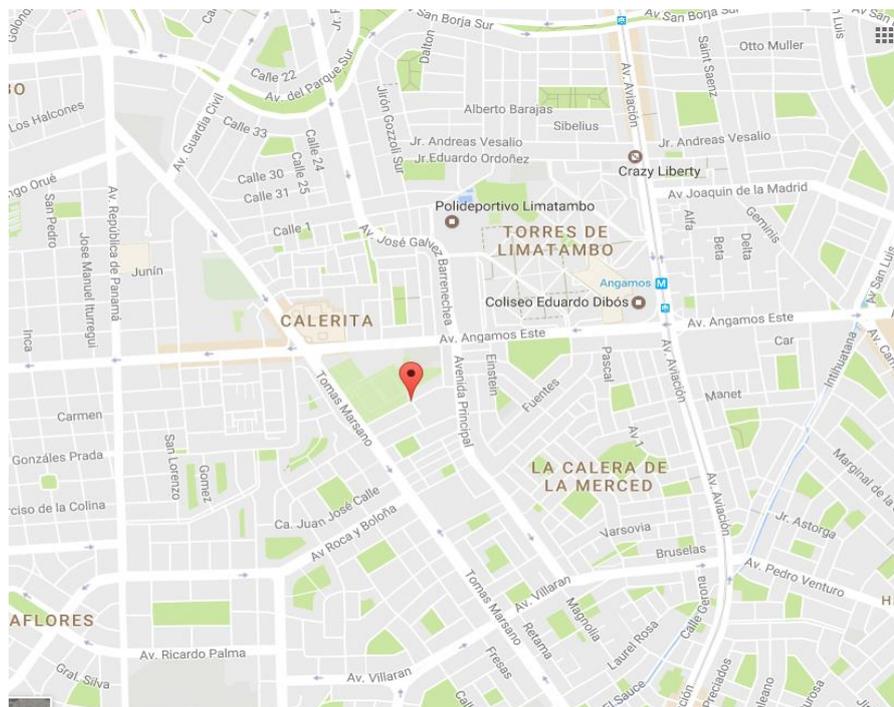
6.4.4. Gastos de servicios

Cuadro N° 66
Gastos de servicios

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
GASTOS DE BIENES Y SERVICIOS	SUBTOTAL	IGV	COSTO TOTAL
Utiles de oficina	S/. 100.00	S/. 18.00	S/. 118.00
Alquiler oficina (Incluye todos los servicios de agua, telefono,	S/. 2,898.31	S/. 521.69	S/. 3,420.00
TOTAL MENSUAL	S/. 2,998.31	S/. 539.69	S/. 3,538.00
TOTAL ANUAL (Solo para cuatro meses, se alquila un mes antes de cada exportacion)	S/. 11,993.22	S/. 2,158.78	S/. 14,152.00
Total Gastos Administrativos	S/. 15,593.22	S/. 2,806.78	S/. 18,400.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

6.4.5. Plano del centro de operaciones.



Fuente: <http://urbania.pe/alquiler-de-oficina-en-surquillo-lima-3400687>

Según los requerimientos de producción y adecuados a nuestras necesidades tenemos un plano referencial el cual será revisado por un ingeniero civil:

6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

Recepción: Satisfacer las necesidades de comunicación, atención operando el teléfono y atendiendo a los clientes y proveedores en sus requerimientos para luego comunicarlo a la gerencia.

Oficina: Donde el Gerente y los Jefes tendrán un sitio destinado para sus labores diarias.



Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el diseño de interiores de un arquitecto.

Sala de reuniones: Que será habilitada para reuniones de negocios con nuestros clientes y clientes potenciales.

Baño: Utilizada para el aseo personal de los asistentes a nuestra oficina administrativa.

Cocina: Instalación que servirá como comedor para los colaboradores.

Almacén: Depósito de todo lo necesario nuestra oficina; tales como, mobiliario, materiales de oficina, artículos de limpieza y sanitario. Además, almacenaremos algunos de los productos de muestra que ofreceremos a nuestros clientes.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno

Se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y Ambiental por parte de las empresas.

6.5.1. Impacto ambiental.

El concepto de impacto ambiental refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Por ello, con nuestro proyecto proponemos lo siguiente:

Prácticas ecológicas y sostenibles

Consideramos fundamental para el éxito de nuestro proyecto incrementar las prácticas ecológicas y sostenibles, participando en programas gubernamentales y concientizando la producción orgánica con principios ecológicos, así como la idea de que la relación entre el ser humano y la naturaleza ha de ser de reciprocidad.

Es por ello, que nuestro proyecto adquirirá productos orgánicos con productores que garanticen una seguridad alimentaria para nuestros clientes en Estados Unidos, California.

6.5.2. Con los trabajadores

El grupo humano es la parte más importante en la organización .Por ello, se les integra en un proyecto empresarial implicando la relación del trabajador con la empresa y realicen sus labores con condiciones favorables .Por ello, con nuestro proyecto proponemos lo siguiente:

Se realizará eventos de integración entre los trabajadores para mejorar el clima laboral y la confraternidad entre áreas.

6.5.3. Con la comunidad.

Aportar en la buena nutrición infantil

Debido a que la quinua posee bondades nutricionales y alimentarias, logrando posicionarse como un insumo adaptable con aporte cultural y socioeconómico importante en su entorno local. Es por ello, que deseamos establecer cada vez más una buena alimentación saludable a la cultura alimentaria.

A continuación señalamos 6 razones importantes para incluir quinua en la dieta familiar:

1. Posee proteína de alta calidad, pues contiene todos los aminoácidos esenciales que el cuerpo necesita.
2. Reduce el colesterol alto y la glucosa elevada en la sangre.
3. Rica en fibra, por lo que ayuda a combatir el estreñimiento.
4. Es una buena aliada para quienes quieren mantener un peso saludable.
5. Es el cereal que contiene más grasas saludables.
6. No contiene gluten, por lo que es una buena alternativa para los celíacos.

Nuestro proyecto aporta a la comunidad un alto valor nutricional proveniente de nuestros insumos. Así mismo, contribuye a la salud de nuestros consumidores. Es por ello que realizaremos las siguientes actividades:

Para el segundo año, establecer alianzas desarrollando nuestro compromiso social y sostenible de la mano con entidades del estado como Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) para seguir promoviendo la alimentación de nuestros granos andinos, como la quinua.

A continuación sigue el capítulo VII, Estudio Técnico.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para la inversión de activos fijos tangibles se han considerado todos los equipos inmobiliarios y herramientas básicas las que nos servirán de apoyo en las áreas administrativas, ventas, comercialización. A continuación se muestra un cuadro resumen de la inversión de activos fijos

Cuadro N° 67
Inversiones en Activo Tangible

Inversión en equipos de oficina					
	Cantidad	Total (S/.) (Sin IGV)	IGV Compra	Precio Compra(S/)	Precio Compra(\$)
Equipo de cómputo	4	S/.6,796.00	S/. 1,223.28	S/. 8,019.28	\$ 2,291.22
Impresora / scanner / fotocopiadora EPSON	1	S/.1,000.00	S/. 180.00	S/. 1,180.00	\$ 337.14
Teléfonos móviles	4	S/.4,396.00	S/. 791.28	S/. 5,187.28	\$ 1,482.08
TOTAL		S/.12,192.00	S/. 2,194.56	S/. 14,386.56	\$ 4,110.45

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Podemos observar en el cuadro anterior que la inversión total en activos tangibles es **S/. 14,386.56** con IGV.

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

Nuestros activos intangibles son todas aquellas acciones vinculadas a la constitución de la empresa, registro de marca, licencia de funcionamiento, trámites y software.

Cuadro N° 68
Inversiones en Activo Intangible

Activo Intangible	Total (S/.) (Inc. IGV)	Precio (US\$)
Gastos de Constitución Elaboración de la Minuta(Notaria)	600.00	171.43
Inscripción de registros públicos	121.00	34.57
Escritura de constancia SAC	100.00	28.57
Obtención de RUC	0.00	-
Impresión de comprobantes de pago	250.00	71.43
Legalización del libro de plantillas	9.60	2.74
Tramite SUNAT (Elaboración de facturas)	106.00	30.29
Libro de contabilidad	80.00	22.86
Legalización ante notario (Libros de contabilidad)	34.50	9.86
Búsqueda fonética ante Indecopi	30.99	8.85
Registro de antecedentes figurativo	38.49	11.00
Licencia de funcionamiento (Incluye inspección de Defensa Civil)	226.20	64.63
Registro de Marca y Logo en Indecopi	534.99	152.85
Publicación en el diario El Peruano	300.00	85.71
Licencia de Windows y Office	400.00	114.29
Diseño de logo y página web	2,000.00	571.43
Antivirus	79.66	22.76
Costo del dominio	400.00	114.29
TOTAL	5,311.43	1,517.55

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Podemos observar en el cuadro anterior que la inversión total en activos intangibles es **S/. 5,311.43** con IGV.

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos

Cuadro N° 69
Inversiones en Gastos Pre-Operativos

Gastos Pre Operativos			
	TOTAL (S/.) (INC. IGV)	IGV	TOTAL
Adelanto de Alquiler de oficina	2898.31	521.69	3420
Adelanto de Alquiler de oficina	2898.31	521.69	3420
Marketing de Lanzamiento	18847.24	1152.76	20000
Gerente	3637.33		3637.333323
Jefe de Finanzas	3168.00		3167.999991
Jefe de Marketing y Ventas	3168.00		3167.999991
Jefe de Logística y Operaciones	3168.00		3167.999991
Contador	500.00		500
Viáticos California	3450.00		3450
Viaje (Boletos + Hotel)	7711.86	1388.14	9100
Totales	49447.05	3584.29	53031.3333

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Podemos observar en el cuadro anterior que la inversión en gastos pre-operativos es **S/. 53,031.33** IGV.

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales

No hay inversiones iniciales, ya que trabajaremos la metodología “Just in time”, los clientes B2B solicitan el pedido con orden de compra se procede a realizar la compra de insumos para la realización del producto final.

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

El máximo déficit acumulado que podemos ver se da en el mes de marzo que es de S/.68278

Cuadro N° 70
Método déficit acumulado

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas				123653.7		123654		123654		123653.7		
Drawback				4946.1		4946.1		4946.06		4946.1		
Saldo a favor de IGV COMPRAS				5498.4		5498.4		5498.39		5498.4		
Total de Caja Disponible				134098.2		134098		134098		134098.2		
Salidas de Caja												
costos MPD, MOD Y CIF				36045.0		30547		30546.6		30546.6		
Gastos operativos												
Planillas	15676	15676	15676	15676.0	15676	15676	15676	15676	15676	15676.0	15676	15676
Gastos de representación (Perú)	354	354	354	354.0	354	354	354	354	354	354.0	354	354
Útiles de oficina			118		118		118		118			
Alquiler oficina (Incluye todos los servicios de agua, teléfono, internet, mantenimiento de oficina y muebles)			3420		3420		3420		3420			
GASTOS DE MKTG 1	5550	5550	5550	5550.0	5550	5550	5550	5550	5550	5550.0	5550	5550
Broker exportador (4% de las ventas)				4946.1		4946.1		4946.06		4946.1		
Gastos Financieros												
Ir a cuenta				1996.9		1996.9		1996.88		1996.9		
Ir anual												
Total de Salidas de Caja	21580	21580	25118	64568.0	25118	59070	25118	59069.6	25118	59069.6	21580	21580
Superávit (o Déficit)	21580	-21580	25118	69530.2	-25118	75029	-25118	75028.6	-25118	75028.6	-21580	-21580
Saldo acumulado	21580	-43160	68278	1252.2	-23865.79	51163	26044.81	101073	75955.42	150984.0	129404	107824

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

El mayor déficit acumulado es de 68278

Cuadro N° 71
Cuadro de ratio de capital de trabajo

CONCEPTO	S/.
Mayor déficit acumulado	68,278.00
Caja mínima requerida	10,000.00
Inversión capital trabajo	78,278.00

Ratio de necesidad capital de trabajo	15.83%
---------------------------------------	--------

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro por años en ratio

Cuadro N° 72

Ratio de capital de trabajo por años

	Años	2017	2018	2019	2020	2021
	Ventas Proyectadas en S/	494614.9	471338.6	533439.3	533439.3	595540
Ratio de necesidad KW	15.83%	78278	74594.28	84422.37	84422.37	94250.5

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.1.6. Liquidación del IGV.

Las exportaciones no están gravadas al I.G.V., pero si pagamos I.G.V. al momento de hacer nuestras compras.

Los exportadores tienen un beneficio tributario y otro aduanero.

El tributario es que el I.G.V. de compras incurrido para la exportación es devuelto en su integridad presentando el PDB de exportadores.

El beneficio aduanero que permite obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios, que en resumen es que el estado le da al exportador un 4% del valor exportado (2017 y 2018) y 3% del valor exportador (2019 en adelante).

Liquidación del IGV por años

Cuadro N° 73

(Costo de Ventas) sin IGV

Años	2017	2018	2019	2020	2021
(Costo de Ventas) sin IGV en S/	100,567.98	100,567.98	150,851.97	150,851.97	201,135.95

Cuadro N° 74

Saldo a favor de IGV Compras

Saldo a favor de IGV Compras	2017	2018	2019	2020	2021
Saldo a favor de IGV COMPRAS	18,102.24	18,102.24	27,153.35	27,153.35	36,204.47

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones

Vemos que el total de inversiones para el primer periodo 2017 es de S/. 144418.26.

Cuadro N° 75
Resumen de estructura de inversiones

Estructura de inversiones	Valor compra en S/	Igv en S/	Precio compra en S/	porcentaje
Activo tangible	12192	2194.56	14386.56	9.50%
Activo intangible	4501.21	810.22	5311.43	3.50%
Gastos pre operativos	49447.05	3584.29	53031.33	35.10%
Inventarios	-	-	-	0.00%
Capital de trabajo	78278		78278	51.80%
Inversión inicial	144418.26	6589.07	151007.32	100.00%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 76
Aportes de Capital

Aportes	Total en S/
Gerente	20000
Jefe de Logística y Compras	20000
Jefe de finanzas	20000
Jefe de Marketing, Ventas y comercio	20000
Total Financiamiento propio	80000

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Conformado por cuatro aportes que dan para comprar los activos fijos e intangible, así como financiar parte del capital de trabajo para el primer año del 2017 del proyecto es de s/.51,101.6que representa el 38.98 % de la inversión inicial

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de financiamiento.

La estructura de financiamiento se distribuye en 47.02 % en financiamiento y 52.98 % de aporte propio, siendo la inversión total de S/.151,007.32,

El argumento sobre el que se basa esta relación de financiamiento, es que cada accionista puede aportar S/. 20,000, siendo S/ 80,000 soles como aporte total de los accionistas.

La inversión será de S/.151,007.32 que es distribuido en Activos Tangibles, Intangibles, Gastos Pre operativos y Capital de trabajo. El banco que proporcionará este financiamiento será en el banco Continental bajo la modalidad de crédito para el exportador SEPYMEX, a un interés del 25% anual.

Cuadro N° 77
Estructura de financiamiento

INVERSIONES	S/.	\$	PORCENTAJE
Activo fijo intangible propio	14386.56	4110.45	9.53%
Activo fijo tangible propio	5311.43	1517.55	3.52%
Gastos pre operativos propio	53031.33	15151.81	35.12%
Capital de trabajo (KW) propio	7270.68	2077.34	4.81%
Capital de trabajo (KW) banco	71007.32	20287.81	47.02%
TOTAL INVERSION INICIAL	151007.32	43144.95	100.00%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.2.2. Financiamiento del activo fijo.

Nuestro financiamiento del activo fijo para realizar nuestras operaciones es tomando parte de nuestra inversión propia.

Cuadro N° 78

Inversión en equipos de oficina	Cantidad	Total (S/.) (SIN IGV)	IGV Compra (S/.)	Precio Compra (S/)	Precio Compra (\$)
Equipo de computo	4	6,796.00	1,223.28	8,019.28	2,291.22
Impresora / scanner / fotocopiadora EPSON	1	1,000.00	180.00	1,180.00	337.14
Teléfonos móviles	4	4,396.00	791.28	5,187.28	1,482.08
TOTAL		12,192.00	2,194.56	14,386.56	4,110.45

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 79
Resumen de Inversión en activo fijo tangible propio

Inversiones	S/.	\$	%
Activo fijo tangible propio	14,386.56	4,110.45	10.97%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

Crédito Bancario: Financiamiento Capital de Trabajo.

Dado que hay gastos como Seguro de Desgravamen, portes y otros gastos bancarios se optó por decidir una tasa de 25%.

Cuadro N° 80
Financiamiento del capital de trabajo

Préstamo	S/. 71,007.32
Condiciones del préstamo	TEA (Tasa Efectiva Anual):
25%	Dólares (BANCO CONTINENTAL BBVA)

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro tasa efectiva

Tasa Efectiva Mensual	Fórmula: $(1 + \text{tasa de interés original})^{(\text{Meses de la tasa a convertir} / \text{meses originales de la tasa})} - 1$
------------------------------	---

$$J (\text{mensual}) = (1 + 0.25)^{(1/12)} - 1$$

1.8769%

12 MESES	Préstamo=	S/. 71,007.32
----------	-----------	---------------

Cuadro cálculo de interés

Cálculo de interés			
INTERES		S/. 1,332.76	
Cálculo de la cuota constante: (R): Pago que se efectúa cada periodo		$P = R * \left(\frac{i * (1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$	S/. 6,663.78

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cronograma de pagos del año de financiamiento 2017

PERIODO	SALDO DEL PRÉSTAMO	INTERÉS	SERVICIO DE LA DEUDA	
			Amortización	Cuota
0	71,007.32	0	0	0
1	65,676.30	1,332.76	5,331.02	6,663.78
2	60,245.22	1,232.70	5,431.08	6,663.78
3	54,712.20	1,130.76	5,533.02	6,663.78
4	49,075.34	1,026.91	5,636.87	6,663.78
5	43,332.67	921.11	5,742.67	6,663.78
6	37,482.21	813.32	5,850.45	6,663.78
7	31,521.95	703.51	5,960.26	6,663.78
8	25,449.82	591.64	6,072.13	6,663.78
9	19,263.72	477.67	6,186.10	6,663.78
10	12,961.50	361.57	6,302.21	6,663.78
11	6,541.01	243.28	6,420.50	6,663.78
12	0.00	122.77	6,541.01	6,663.78
TOTAL		8,957.99	71,007.32	79,965.32

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Interés Pagado S/

2017	2018	2019	2020	2021
8,957.99				

Impuesto a la renta	29.5%
----------------------------	--------------

Años	2017	2018	2019	2020	2021
Escudo fiscal	S/. 2,642.61				

7.3. Ingresos anuales

Cuadro N° 81
Ingresos anuales por unidades

Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
4 CONTENEDORES	4 CONTENEDORES	6 CONTENEDORES	6 CONTENEDORES	8 CONTENEDORES
100,800	100,800	151,200	151,200	201,600

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 82
Precio de venta unitario por periodo

	Año 2017	Año 2018	Año 2019 y 2020	Año 2021
	4 CONTENEDORES	4 CONTENEDORES	6 CONTENEDORES	8 CONTENEDORES
Precio FOB Por unidad Vaso en S/.	4.91	4.68	3.53	2.95

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

El número de unidades vendidas por el precio de FOB unitario.

Cuadro N° 83
Ingresos anuales

Flujo de Caja Financiero en S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,614.90	471,338.56	533,439.28	533,439.28	595,540.01
Drawback	19,784.60	18,853.54	16,003.18	16,003.18	17,866.20
Saldo a favor de IGV COMPRAS	18,102.24	18,102.24	27,153.35	27,153.35	36,204.47
Total de Caja Disponible	532,501.73	508,294.34	576,595.82	576,595.82	649,610.68

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.3.1. Ingresos por ventas

Q'umara realizará la siguiente venta por cada año incluyendo la gráficamente de evolución de las ventas totales:

Cuadro N° 84
Ingresos por ventas totales por años

Año	Contenedores	Ventas Unitaria S/	Venta por contenedor (25200 unidades) S/	Venta Total
2017	4 Contenedores	4.91	123654	494615
2018	4 Contenedores	4.68	117835	471339
2019	6 Contenedores	3.53	88907	533439
2020	6 Contenedores	3.53	88907	533439
2021	8 Contenedores	2.95	74443	595540

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.



Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.3.2. Recuperación de la inversión

La recuperación del capital de trabajo e inversión de activo fijo y activo intangible de S/. 131,101.66 se obtiene en tercer periodo (2019), de la siguiente manera se recupera en el primer año la cantidad de S/. (S/. 57,473.50), en el segundo año se recupera S/. (-60,488.11) y en el tercer año se recupera (-33,045.72).

Cuadro N° 85
Recuperación de la inversión

	2017	2018	2019	2020	2021
flujos de caja S/	57,473.50	60,488.11	64,246.79	60,688.95	70,789.45
Recuperación de capital S/	-	-60,488.11	-33,045.72		

Pay back	2.51	Años
-----------------	------	-------------

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Al finalizar el proyecto no hay valor de rescate para los activos fijos; ya que, estos son dados de baja ya que contablemente valen cero.

Cuadro N° 86
Depreciación del activo fijo tangible por periodo

DEPRECIACION ANUAL	Depreciación	2017 S/.	2018 S/.	2019 S/.	2020 S/.	2021 S/.
20%	Muebles y enseres	-	S/.	S/.	S/.	S/.
20%	Escritorios de metal para oficina					
20%	Sillas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
25%	Equipo de computo	-1,699.00	- 1,699.00	1,699.00	1,699.00	
25%	Impresora / scanner / fotocopiadora EPSON	-250.00	- 250.00	- 250.00	- 250.00	
25%	Teléfonosmóviles	1,099.00	- 1,099.00	1,099.00	1,099.00	
	TOTAL	-3,048.00	-3,048.00	-3,048.00	-3,048.00	-

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.4. Costos y gastos anuales

Cuadro N° 87
Costos y gastos anuales

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

COSTOS Y GASTOS ANUALES EN S/	1 vaso	1 Contenedor	4 Contenedor	4 Contenedor	6 Contenedor	6 Contenedor	8 Contenedor	
Unidades	1	25,200.00	100800	100800	151200	151200	201600	
MP	unidad de medida	0.71	18,015.07	72,060.28	72,060.28	108,090.43	108,090.43	144,120.57
Materia Prima	por unidad	0.45	11,215.07	44,860.28	44,860.28	67,290.43	67,290.43	89,720.57
Vasos materia prima	por unidad	0.27	6,800.00	27,200.00	27,200.00	40,800.00	40,800.00	54,400.00
MOD								
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad							
CIF		0.28	7,126.92	28,507.69	28,507.69	42,761.54	42,761.54	57,015.39
SS. Tercerización (CIF) por unidad		0.11	2,772	11,088	11,088	16,632	16,632	22,176
COSTOS DE EXPORTACION		0.17	4,355	17,420	17,420	26,130	26,130	34,839
Cvu	1	25,141.99	100,567.98	100,567.98	150,851.97	150,851.97	201,135.95	
Cfu	11.9	299,929.91	299,929.91	281,082.68	281,082.68	281,082.68	281,082.68	
G. OPERATIVOS:								
Planillas y sueldos tercerizados		7.46	188,112	188,112	188,112	188,112	188,112	188,112
Gastos adm		0.62	15,593	15,593	15,593	15,593	15,593	15,593
Gastos de Mkt. 1		2.63	66,216	66,216	66,216	66,216	66,216	66,216
Gastos de mktg 2		0.75	18,847	18,847				
Gastos de mktg 3		0.44	11,162	11,162	11,162	11,162	11,162	
Ctu.		12.9	325,072	400,498	381,651	431,935	431,935	482,219

7.4.1. Egresos desembolsables

Para realizar la producción de nuestro producto Q'UMARA, se requiere la compra de los materiales que van a ser necesarios para poder cubrir la demanda proyectada, así como las unidades de muestra.

A continuación presentamos el cuadro de compra anual en soles por presentación.

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos

Cuadro N° 88

Presupuesto de materias primas, insumos y vasos

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Costo de Producción para 25200 vasos en Soles y en Dólares (1 contenedor)						
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL COMPRAS S/.	VALOR COMPRA S/.	IGV COMPRAS S/.	PRECIO TOTAL COMPRAS \$	VALOR COMPRA \$	IGV COMPRAS \$
Materia prima (Insumos comestibles)	13233.78	11215.07	2018.71	3,781.08	3,204.31	576.78
vasos Materia prima	8024	6800	1224	2,292.57	1,942.86	349.71

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

No manejaremos mano de obra directa ya que tercerizaremos todos los procesos de producción.

7.4.1.2. Presupuesto de costos indirectos.

Cuadro N° 89
Costo Total De Producción Para 25200 Vasos (1 Contenedor)

COSTO DE PRODUCCIÓN PARA 25200 vasos (1 contenedor)						
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL COMPRAS S/.	VALOR COMPRA S/.	IGV COMPRAS S/.	PRECIO TOTAL COMPRAS \$	VALOR COMPRA \$	IGV COMPRAS \$
Materia prima (Insumos comestibles)	13233.78	11215.07	2018.71	3,781.08	3,204.31	576.78
vasos Materia prima	8024	6800	1224	2,292.57	1,942.86	349.71
SS. Tercerización (CIF)	3270.96	2772	498.96	934.56	792	142.56
Total	24528.74	20787.07	3741.67	7,008.21	5,939.16	1,069.05
COSTO POR CADA presentación vaso (64 gramos)	0.97	0.82	0.15	0.28	0.24	0.04
COSTO POR kg = 15.625 vasos	15.21	12.89	2.32	4.35	3.68	0.66

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 90
Gastos de exportación (CIF)

CONTENEDOR 1 X 40 HC						
	Valor COMPRA \$	PRECIO COMPRA \$	IGV COMPRAS \$	VALOR COMPRA S/	PRECIO COMPRA S/	IGV COMPRAS S/
EMBALAJE	192.14	226.72	34.58	672.47	793.52	121.05
CAJA MASTER	79.2	93.46	14.26	277.2	327.1	49.9
SEPARADOR	18.7	22.07	3.37	65.45	77.23	11.78
ETIQUETA	2.85	3.36	0.51	9.98	11.78	1.8
CINTA DE EMBALAJE	15.84	18.69	2.85	55.44	65.42	9.98
PARIHUELAS	2.71	3.2	0.49	9.5	11.21	1.71
ESQUINEROS 2.25 M	44	51.92	7.92	154	181.72	27.72
ESQUINEROS 1.05 M	26.4	31.15	4.75	92.4	109.03	16.63
ZUNCHO	0.19	0.23	0.03	0.67	0.79	0.12
GRAPAS	0.16	0.19	0.03	0.56	0.67	0.1
STRECH FILM	2.07	2.44	0.37	7.25	8.55	1.3
SOGA	0.01	0.01	0	0.03	0.03	0.01
SEGURO DE MERCANCIA LOCAL (PACIFICO)	30	35.4	5.4	105	123.9	18.9
ESTIBA (CUADRILLA, MONTACARGA Y CARRETILLA HIDRAULICA)	80	94.4	14.4	280	330.4	50.4
INLAND (PACKING - DEPOSITO TEMPORAL)	100	118	18	350	413	63
CERTIFICADO SANITARIO	20.23	23.87	3.64	70.8	83.54	12.74
AGENCIAMIENTO DE ADUANAS (ACCION ADUANAS)	286	337.48	51.48	1001	1181.18	180.18
COMISION	80	94.4	14.4	280	330.4	50.4
GASTOS DOCUMENTARIOS	20	23.6	3.6	70	82.6	12.6
GASTOS OPERATIVOS	10	11.8	1.8	35	41.3	6.3
PRECINTOS	10	11.8	1.8	35	41.3	6.3
RECONOCIMIENTO FISICO	100	118	18	350	413	63
BOES INCLUYE CUADRILLA Y MOVILIZACION	66	77.88	11.88	231	272.58	41.58
DEPOSITO TEMPORAL (DEMARES)	129	152.22	23.22	451.5	532.77	81.27
GATE OUT (RETIRO CONT. VACIO)	129	152.22	23.22	451.5	532.77	81.27
AGENCIAMIENTO MARITIMO (COSMOS)	241	284.38	43.38	843.5	995.33	151.83
VISTOS BUENOS	241	284.38	43.38	843.5	995.33	151.83
TERMINAL PORTUARIO (DPW)	165.9	195.76	29.86	580.65	685.17	104.52
DERECHO DE EMBARQUE	148	174.64	26.64	518	611.24	93.24
ALTO CUBICAJE	17.9	21.12	3.22	62.65	73.93	11.28
GASTOS DE EXPORTACION	1,244.26	1,468.23	223.97	4354.92	5138.81	783.89

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.4.1.3. Presupuesto de gastos de administración.

Cuadro N° 91
Gastos de Planilla

Cantidad	Puesto	Remuneración mensual S/	Remuneración Anual S/	Sub total S/	Essalud -0.09	CTS -0.08333333	Remuneración total S/	Remuneración Anual FINAL (14 SUELDOS) S/
1	Gerente	3100	37200	3100	279	258	3637	50406
1	Jefe de Logística y finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
1	Jefe de Marketing y Ventas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
1	Jefe de finanzas	2700	32400	2700	243	225	3168	43902
4	Total	11200	134400	11200	1008	933	13141	182112

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Los gastos de planilla está conformada inicialmente, para los primeros dos años, por dos cuatro accionistas fluctúa entre los S/ 3,100 y S/ 2,700 soles mensuales. Según ley corresponde: asignación familiar y gratificaciones en los meses de Julio y Diciembre.

COSTO FIJO AÑO 1			
REMUNERACION (Sueldo Contador - Tercerizado)			
Cantidad	Puesto	Remuneración mensual	Remuneración Anual
1	Contador	S/. 500.00	S/. 6,000.00
1	Total	S/. 500.00	S/. 6,000.00

El servicio tercerizado se le pagara al contador la suma de S/. 500.00 mensuales.

Gastos Servicios Representación	SUBTOTAL	IGV	COSTO TOTAL
Gastos de representación (Perú)	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00
TOTAL MENSUAL	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00
TOTAL ANUAL	S/. 3,600.00	S/. 648.00	S/. 4,248.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Estados considerando unos gastos de representación (Viáticos) donde cualquier miembro del equipo gerencial podrá usarlos en una reunión con un cliente o proveedor en temas de negociación.

Cuadro N° 92
Gastos de Servicios

Gastos Servicios	SUBTOTAL S/.	IGV S/.	COSTO TOTAL S/.
Útiles de oficina	100.00	18.00	118.00
Alquiler oficina (Incluye todos los servicios de agua, teléfono, internet, mantenimiento de oficina y muebles)	2,898.31	521.69	3,420.00
TOTAL MENSUAL	2,998.31	539.69	3,538.00
TOTAL ANUAL (Solo para cuatro meses, se alquila un mes antes de cada exportación)	11,993.22	2,158.78	14,152.00
Total Gastos Administrativos	15,593.22	2,806.78	18,400.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de ventas.

Para el presupuesto de los gastos de ventas, se ha considerado la planilla del área de ventas, y el costo del Bróker exportador 4%.

Cuadro N° 93
Presupuesto del Bróker exportado

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Brutas en S/	494,614.90	471,338.56	533,439.28	533,439.28	595,540.01
Bróker exportador (4% de las ventas) S/	19,784.60	18,853.54	21,337.57	21,337.57	23,821.60

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 94
Gastos de Marketing 1

GASTOS DE MKTG 1	SUBTOTAL	IGV	COSTO TOTAL
Feria	S/. 2450	-	S/. 2450
Anfitriona	S/. 168.00	-	S/. 168.00
Facebook	S/. 100.00	-	S/. 100.00
Dominio	S/. 177.97	S/. 32.03	S/. 210.00
Twitterads	S/. 2,622.00	-	S/. 2,622.00
TOTAL MENSUAL	S/. 5,517.97	S/. 32.03	S/. 5,550.00
TOTAL ANUAL	S/. 66,215.59	S/. 384.41	S/. 66,600.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Gasto de Marketing 1, se utilizara para todos los años del proyecto.

Cuadro N° 95
Gastos de Marketing 2

INVERSION GASTOS DE MKTG 2	SUBTOTAL S/.	IGV S/.	COSTO TOTAL S/.
Marketing de Lanzamiento		-	
Creación de página Web	4,449.15	800.85	5,250.00
Dominio	42.00	-	42.00
Estructura Search		-	-
Costo por búsqueda	2,156.00	-	2,156.00
Pauta Web		-	
Horizontal Grande	457.63	82.37	540.00
Vertical Grande	594.92	107.08	702.00
Cuadrado Standard	457.63	82.37	540.00
Facebook	444.92	80.08	525.00
TwitterAds	1,577.00	-	1,577.00
Cookies	-	-	-
Traqueo	-	-	-
Anfitriona	168.00	-	168.00
Marketing en punto de Venta	2,800.00	-	2,800.00
Ibeacon	1,500.00	-	1,500.00
Costos te premia	4,200.00	-	4,200.00
Marketing de Lanzamiento	S/18,847.24	1,152.76	20,000.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Este gasto de Marketing 2, va a ser parte de la inversión del primer año.

Cuadro N° 96
Gastos de Marketing 3

INVERSION GASTOS DE MKTG 3	SUBTOTAL S/.	IGV S/.	COSTO TOTALS/.
Viáticos California	3,450.00	-	3,450.00
Viaje (Boletos + Hotel)	7,711.864	1,388.136	9,100.000
Total	11,161.86	1,388.14	12,550.00

Gasto de Marketing 3, se utilizara para todos los años del proyecto.

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación

Cuadro N° 97
Depreciación de activos tangibles en Soles

Depreciación Anual	Concepto	Periodo1 S/.	Periodo 2 S/.	Periodo 3 S/.	Periodo 4 S/.	Periodo5 S/.
25%	Equipo de computo	(1,699.00)	(1,699.00)	(1,699.00)	(1,699.00)	-
25%	Impresora / scanner / fotocopiadora EPSON	(250.00)	(250.00)	S/.(250.00)	(250.00)	-
25%	Teléfonosmóviles	(1,099.00)	(1,099.00)	S/.(1,099.00)	(1,099.00)	-
	TOTAL	(3,048.00)	(3,048.00)	(3,048.00)	(3,048.00)	-

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

Cuadro N° 98
Amortización de intangibles.

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Gasto de intangible	(-5311.43)				
Amortización de intangible	1062.286	1062.286	1062.286	1062.286	1062.286

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Es una simulación de amortización de intangible, como se observa la amortización se da en el primer año 2017 del proyecto.

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

Los activos fijos que tengan menos de un cuarto de U.I.T. de valor de compra no podrán ser depreciados, nuestros activos fijos cada uno supera el cuarto de U.I.T.; por lo cual, son todos depreciables.

7.4.3. Costo de producción unitario, costos fijos unitarios y costo total unitario.

A continuación se presentan cuadros del costo de producción unitario para todos los años del proyecto.

Cuadro N° 99
Costo de Producción Unitario 2017

2017		
Para 4 contenedores		1 vaso
presentación de 1 vaso		1
MP	unidad de medida	S/.0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/.0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/.0.27
MOD		
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad	
CIF		S/.0.28
SS. Tercerización (CIF)	por unidad	S/.0.11
vasos (CIF)		S/.
COSTOS DE EXPORTACION		S/.0.17
Cvu		S/.1.00
Cfu		S/.2.98
G.OPERATIVOS:		
Planillas y sueldos tercerizados		S/.1.87
Gastos adm		S/.0.15
Gastos de Mkt. 1		S/.0.66
Gastos de mktg 2		S/.0.19
Gastos de mktg 3		S/.0.11
Ctu.		S/.3.97
MARGEN	23.50%	S/.0.93
PRECIO fob \$ POR vaso de quinua (64 gramos)		S/.4.91

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 100
Costo de Producción Unitario 2018

2018		
Para 4 contenedores		1 vaso
presentación de 1 vaso		1
MP	unidad de medida	S/.0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/.0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/.0.27
MOD		
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad	
CIF		
SS. Tercerización (CIF) vasos (CIF)	por unidad	S/.0.11
COSTOS DE EXPORTACION		S/.0.17
Cvu		
S/.1.00		
Cfu		
S/.2.79		
G.OPERATIVOS:		
Planillas y sueldos tercerizados		S/.1.87
Gastos adm		S/.0.15
Gastos de Mkt. 1		S/.0.66
Gastos de mktg 2		S/.0.00
Gastos de mktg 3		S/.0.11
Ctu.		
S/.3.79		
MARGEN	23.50%	S/.0.89
PRECIO fob \$ POR vaso de quinua (64 gramos)		
S/.4.68		

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 101
Costo de Producción Unitario 2019

2019			
Para 6 contenedores			1 vaso
presentación de 1 vaso			1
MP	unidad de medida	S/.	0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/.	0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/.	0.27
MOD			
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad		
CIF			S/.0.28
SS. Tercerización (CIF)	por unidad	S/.	0.11
vasos (CIF)		S/.	-
COSTOS DE EXPORTACION		S/.	0.17
Cvu			S/.1.00
Cfu			S/.1.86
G.OPERATIVOS:			
Planillas y sueldos tercerizados			S/.1.24
Gastos adm			S/.0.10
Gastos de Mkt. 1			S/.0.44
Gastos de mktg 2			S/.0.00
Gastos de mktg 3			S/.0.07
Ctu.			S/.2.86
MARGEN	23.50%		S/.0.67
PRECIO fob \$ POR vaso de quinua (64 gramos)			S/.3.53

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 102
Costo de Producción Unitario 2020

2020		
Para 6 contenedores		1 vaso
presentación de 1 vaso		1
MP	unidad de medida	S/. 0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/. 0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/. 0.27
MOD		
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad	
CIF		S/.0.28
SS. Tercerización (CIF) vasos (CIF)	por unidad	S/. 0.11
COSTOS DE EXPORTACION		S/. -
		S/. 0.17
Cvu		S/.1.00
Cfu		S/.1.86
G.OPERATIVOS:		
Planillas y sueldos tercerizados		S/.1.24
Gastos adm		S/.0.10
Gastos de Mkt. 1		S/.0.44
Gastos de mktg 2		S/.0.00
Gastos de mktg 3		S/.0.07
Ctu.		S/.2.86
MARGEN	23.50%	S/.0.67
PRECIO fob \$ POR vaso de quinua (64 gramos)		S/.3.53

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 103
Costo de Producción Unitario 2021

2021		
Para 8 contenedores		1 vaso
presentación de 1 vaso		1
MP	unidad de medida	S/. 0.71
Materia prima comestible	por unidad	S/. 0.45
Vasos materia prima	por unidad	S/. 0.27
MOD		
No hay dato ya que la MOD se considera en el CIF	Por unidad	
CIF		S/.0.28
SS. Tercerización (CIF) vasos (CIF)	por unidad	S/. 0.11
COSTOS DE EXPORTACION		S/. - S/. 0.17
Cvu		S/.1.00
Cfu		S/.1.39
G.OPERATIVOS:		
Planillas y sueldos tercerizados		S/.0.93
Gastos adm		S/.0.08
Gastos de Mkt. 1		S/.0.33
Gastos de mktg 2		S/.0.00
Gastos de mktg 3		S/.0.06
Ctu.		S/.2.39
MARGEN	23.50%	S/.0.56
PRECIO fob \$ POR vaso de quinua (64 gramos)		S/.2.95

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

A continuación sigue el capítulo VIII, Estados Financieros Proyectados.

CAPITULO VIII

8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

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

Cuadro N° 104
Venta de Proyecciones en unidades de Vasos

Ventas y Proyecciones				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	Vasos quinua	Vasos quinua	Vasos quinua	Vasos quinua
100,800	100,800	151,200	151,200	201,600

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 105
Precio FOB por periodo

	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3 Y 4	PERIDO 5
Precio FOB por Unidad VasoS/.	4 CONTENEDORES	4 CONTENEDORES	6 CONTENEDORES	8 CONTENEDORES
	4.91	4.68	S/. 3.53	S/. 2.95

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

DATOS	2017 S/.	2018 S/.	2019 S/.	2020 S/.	2021 S/.
Precio MPD, MOD Y CIF	100,567.98	100,567.98	150,851.97	150,851.97	201,135.95

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Cuadro N° 106.
Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Brutas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
(Devolución y Dcts)	0	0	0	0	0
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Ingresos Otros	0	0	0	0	0
Ventas Netas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
(Costo de Ventas)	100,568	100,568	150,852	150,852	201,136
Utilidad Bruta	394,047	370,771	382,587	382,587	394,404
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% d elas ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Utilidad de la Operación	74,332	70,834	80,167	80,167	89,500
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
DEV IGV	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(Gastos Financieros)					
Depreciación	3,048	3,048	3,048	3,048	0
Utilidad antes de Impuestos	109,171	104,742	120,276	120,276	143,570
(Impuestos) 29.5% impuesto a la renta	32,206	30,899	35,481	35,481	42,353
Utilidad Neta	76,966	73,843	84,794	84,794	101,217

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

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

Cuadro N° 107
Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Brutas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
(Devolución y Dcts)					
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Ingresos Otros					
Ventas Netas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
(Costo de Ventas)	100,568	100,568	150,852	150,852	201,136
Utilidad Bruta	394,047	370,771	382,587	382,587	394,404
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% de las ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Utilidad de la Operación	74,332	70,834	80,167	80,167	89,500
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
DEV IGV	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Ingresos Financieros					
(Gastos Financieros)	8,958	0	0	0	0
Depreciación	3,048	3,048	3,048	3,048	0
Utilidad antes de Impuestos	100,213	104,742	120,276	120,276	143,570
(Impuestos) 29.5% impuesto a la renta	29,563	30,899	35,481	35,481	42,353
Utilidad Neta	70,650	73,843	84,794	84,794	101,217

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 108
Procedimiento para hallar el Escudo Fiscal

	2017	2018	2019	2020	2021
Interés Pagado	S/. 8,957.99	-	-	-	-

Impuesto a la renta	29.5%
---------------------	-------

	2017	2018	2019	2020	2021
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	S/. 57,473.50	S/. 60,488.11	S/. 64,246.79	S/. 60,688.95	S/. 70,789.45
Escudo fiscal	S/. 2,642.61	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -

Flujo de Capital

Cuadro N° 109
Flujo de Caja

Año	2016 (Periodo cero) S/	2017	2018	2019	2020	2021
Activo fijo intangible propio	(14,387)	-	-	-	-	-
Activo fijo tangible propio	(5,311)	-	-	-	-	-
Gastos pre-operativos	(53,031)	-	-	-	-	-
Capital de trabajo propio (KW)	(7,271)	-	-	-	-	-
Capital de trabajo banco (KW)	(71,007)	74,594.28	84,422.37	84,422.37	94,250.46	
Total Inversion	(151,007)	-	-	-	-	-

Ventas proyectadas

Ratio de necesidad capital de trabajo	Ventas en S/				
	2017	2018	2019	2020	2021
	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
15.83%	78,278.00	74,594.28	84,422.37	84,422.37	94,250.46

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Flujo de Caja Económico

Cuadro N° 110
Flujo de Caja Económico

FLUJO DE CAJA ECONOMICO S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
Saldo a favor de IGV COMPRAS	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Total de Caja Disponible	532,502	508,294	576,596	576,596	649,611
Salidas de Caja	0	0	0	0	0
costos MPD, MOD Y CIF	118,670	118,670	178,005	178,005	237,340
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% delas ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Gastos Financieros					
Ir a cuenta	7,988	7,624	8,649	8,649	9,744
Ir anual		24,218	23,275	26,832	26,832
Gastos constitución de empresa	5,311				
Compras de Activos Fijos	14,387				
Total de Salidas de Caja	466,070	450,449	512,349	515,907	578,821
Superávit (o Déficit)	66,431	57,845	64,247	60,689	70,789
Préstamo banco					
Amortización de Préstamo					
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	66,431	57,845	64,247	60,689	70,789
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	66,431	57,845	64,247	60,689	70,789

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

8.5.Flujo de Caja Financiero

Cuadro N° 111
Flujo de Caja Financiero

FLUJO DE CAJA FINANCIERO S/	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Drawback	19,785	18,854	16,003	16,003	17,866
Saldo a favor de IGV					
COMPRAS	18,102	18,102	27,153	27,153	36,204
Total de Caja Disponible	532,502	508,294	576,596	576,596	649,611
Salidas de Caja					
costos MPD, MOD Y CIF	118,670	118,670	178,005	178,005	237,340
Gastos operativos	299,930	281,083	281,083	281,083	281,083
Broker exportador (4% de las ventas)	19,785	18,854	21,338	21,338	23,822
Gastos Financieros	8,958	0	0	0	0
Ir a cuenta	7,988	7,624	8,649	8,649	9,744
Ir anual		21,575	23,275	26,832	26,832
Gastos constitución de empresa	5,311				
Compras de Activos Fijos	14,387				
Total de Salidas de Caja	475,028	447,806	512,349	515,907	578,821
Superávit (o Déficit)	57,473	60,488	64,247	60,689	70,789
Préstamo banco	71,007				
Amortización de Préstamo	-71,007				
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	57,473	60,488	64,247	60,689	70,789

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

A continuación sigue el capítulo IX, Evaluación económica financiera.

CAPITULO IX

8. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

- **CAPM**

El modelo CAPM (modelo de valuación de activos de capital) es un modelo financiero desarrollado en la década de los 60s, y que vincula linealmente la rentabilidad de cualquier activo financiero con el riesgo del mercado de ese activo.

$$\text{COK} = r_f + \text{Beta ap. (Prima por riesgo)} + \text{riesgo país}$$

Cuadro N° 112
CAPM

Tasa libre de riesgo	1.34%	Treasurybonds
Rendimiento del mercado	6.98%	Dow Jones
Prima de riesgo del mercado	5.64%	
Beta desapalancada	0.72	Foodprocessing
Beta apalancada	0.89	Foodprocessing
riesgo país Perú	1.60%	BCRP
cok CAPM	7.96%	

Fuente: Riesgo país Perú: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2016/nota-informativa-2016-09-23.pdf>

Fuente: Beta: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

COK propio

Cuadro N° 113
Costo de oportunidad de capital

COK (COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL)	6%
--	----

La mejor opción que tenemos para invertir nuestro dinero, después de nuestro proyecto, es en el Banco Falabella que nos paga una T.E.A. de 6%

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Cuadro N° 114
Costo Promedio Ponderado de Capital WACC

TASA DE INTERES BANCO	25%
IMPUESTO A LA RENTA	29.5%
COK (COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL)	6%
CPPC (WACC) Costo Promedio Ponderado de Capital	11.47%

	S/	\$	%	Consolidado de Inversiones propias y financiadas
Activo fijo intangible propio	5,311	1,518	3.52%	
Activo fijo tangible propio	14,387	4,110	9.53%	
Gastos pre- operativos	53,031	15,152	35.12%	
Capital de trabajo (KW) propio	7,271	2,077	4.81%	52.98%
Capital de trabajo (KW) banco	71,007	20,288	47.02%	47.02%
TOTAL INVERSION INICIAL	151,007	43,145	100.00%	

CPPC (WACC) = %DEUDA CON TERCEROS*TEA*(1-0.295)+ %DEUDA CON ACCIONISTAS * TASA ESPERADA POR LOS ACCIONISTAS

CPPC (WACC) costo promedio ponderado de capital	11.47%
--	---------------

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

9.1. Evaluación económica financiera

9.1.1. Indicadores de Rentabilidad

9.1.1.1. VANE y VANF

Van Económico

$$VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

$VAN > 0$ el proyecto es rentable

$VAN < 0$ el proyecto no es rentable

F_0 Monto de la inversión inicial

F_n Flujo de caja para el periodo n

i Tasa de descuento

Cuadro N° 115
Van Económico

Año	Saldo Económicos/.
Inversión	-151,007.32
2017	66,431.49
2018	57,845.50
2019	64,246.79
2020	60,688.95
2021	70,789.45

CPPC (WACC) costo promedio ponderado de capital	11.47%
--	--------

VAN ECONOMICOS/.	
VAN	81,988.11

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

VAN financiero

$$VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

$VAN > 0$ el proyecto es rentable

$VAN < 0$ el proyecto no es rentable

F_0 Monto de la inversión inicial

F_n Flujo de caja para el periodo n

i Tasa de descuento

Cuadro N° 116
VAN Financiero

Año	Saldo Financiero S/
Inversión	-151,007.32
2017	57,473.50
2018	60,488.11
2019	64,246.79
2020	60,688.95
2021	70,789.45

SE usa el Costo de Oportunidad (COK)	6%
--------------------------------------	----

VAN FINANCIERO S/.	
VAN	111,959.33

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

9.1.1.2. TIRE y TIRF,TIR

TIR Económico

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no

$$0 = VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

F_0 Monto de la inversión inicial

F_n Flujo de caja para el periodo n

i Tasa de rendimiento

Cuadro N° 117
TIR Económico

TIR ECONOMICO	
TIR	31.33%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

TIR Financiero

Cuadro N° 118
TIR Financiero

TIR FINANCIERO	
TIR	29.51%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

El TIR económico es mayor al WAAC (11.47%), y el TIR financiero es mayor al Costo de oportunidad (6%), lo cual ratifica que nuestro proyecto es viable.

El TIR convierte al VAN a cero.

9.1.1.3. Período de recuperación (Pay back).

Cuadro N° 119
Periodo de Recuperación

Inversión	S/. 151,007.32
------------------	----------------

	S/				
	2017	2018	2019	2020	2021
Flujos de caja	57,473	60,488	64,247	60,689	70,789
Recuperación de capital	-57,473	-60,488	-33,046	-	-

PAY BACK	2.51	Años
-----------------	------	-------------

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

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

Cuadro N° 120
Margen y Utilidad

	S/				
Periodo	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	494,615	471,339	533,439	533,439	595,540
Utilidad neta	70,650	73,843	84,794	84,794	101,217
Utilidad neta%	14%	16%	16%	16%	17%
Utilidad operacional %	15%	15%	15%	15%	15%
Utilidad bruta	79.7%	78.7%	71.7%	71.7%	66.2%

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

9.1.2. Análisis del punto de equilibrio

9.1.2.1. Costos variables, Costos fijos.

Cuadro N° 121
Costos variables, Costos fijos

PUNTO DE EQUILIBRIO CON BROKER EXPORTADOR	S/				
	2017	2018	2019	2020	2021
valor venta unitario	4.91	4.68	3.53	3.53	2.95
costo variable	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
GASTOS FIJOS	319,715	318,783	321,267	321,267	323,752
VALOR VENTA UNITARIO - COSTO DE VENTA UNITARIO	3.91	3.68	2.53	2.53	1.96

Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades y nuevos soles

$$\text{P.E. (en Unidades)} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO-COSTO VARIABLE}}$$

Cuadro N° 122
Punto de Equilibrio con Broker Exportador

Punto de equilibrio unidades con Boker exportador S/					
Unidades	81785	86666	126966	126966	165486
Periodo	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Brutas	401311.50	405250.42	447941.40	447941.40	488856.49
(Devolución y Dcts)					
Ventas	401311.50	405250.42	447941.40	447941.40	488856.49
Ingresos Otros					
Ventas Netas	401311.50	405250.42	447941.40	447941.40	488856.49
(Costo de Ventas)	81596.99	86466.97	126673.91	126673.91	165104.97
Utilidad Bruta	319714.51	318783.46	321267.49	321267.49	323751.52
Gastos operativos	299929.91	299929.91	299929.91	299929.91	299929.91
Broker exportador (4% d elas ventas)	19784.60	18853.54	21337.57	21337.57	23821.60
Utilidad de la Operación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN CONTENEDORES.

Cuadro N° 123
Punto de Equilibrio en contenedores.

Un contenedor	25200 unidades
------------------	-------------------

Punto de equilibrio unidades con Broker exportador por contenedor (4,4,5,5,7 Contenedores según periodo) S/					
Unidades	100800	100800	126000	126000	176400
Periodo	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Brutas	S/.494,615	S/.471,339	S/. 444,533	S/. 444,533	S/.521,098
(Devolución y Dcts)					
Ventas	S/. 494,615	S/. 471,339	S/. 444,533	S/. 444,533	S/.521,098
Ingresos Otros					
Ventas Netas	S/. 494,615	S/. 471,339	S/. 444,533	S/. 444,533	S/.521,098
(Costo de Ventas)	S/. 100,568	S/. 100,568	S/. 125,710	S/. 125,710	S/.175,994
Utilidad Bruta	S/. 394,047	S/. 370,771	S/. 318,823	S/. 318,823	S/.345,104
Gastos operativos	S/. 299,930	S/. 299,930	S/. 299,930	S/. 299,930	S/.299,930
Broker exportador (4% delas ventas)	S/. 19,785	S/. 18,854	S/. 17,781	S/. 17,781	S/. 20,844
Utilidad de la Operación	S/. 74,332	S/. 51,987	S/. 1,112	S/. 1,112	S/. 24,330

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

9.2. Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.2.1. Variables de entrada.

- Precio de ventas.
- Unidades vendidas.

9.2.2. Variables de salida.

Como variables de salida analizaremos el VAN, para ver que variaciones tiene ante el cambio de las variables de entrada. Análisis unidimensional, cambiando una variable a la vez para saber cómo afectan en la rentabilidad del proyecto; y un análisis multi dimensional generando a partir del escenario base, uno optimista y otro pesimista.

9.2.3. Análisis unidimensional.

Cuadro N° 124
Análisis Modificando Precio de venta

	Precio S/.	VAN S/.
aumento de 20% en el margen	5.70	395,658.56
Aumento 10% margen	5.30	256,526.04
base van (con 23.5% de margen)	4.91	117,393.52
menos 5% margen	4.71	47,827.26
menos 10% margen	4.51	-21,739.00

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

Cuadro N° 125
Análisis Modificando Unidades vendidas.

Incremento en venta en 2 contenedores	30	S/. 123,115.50
Incremento en venta en un contenedor	29	S/. 120,337.84
Base (28 contenedores)	28	S/. 117,393.52
Reducción en venta en 3 contenedores	25	S/. 108,899.53
Reducción en venta en 5 contenedores	23	S/. 104,179.38
Reducción en venta en 8 contenedores	20	S/. 92,857.85

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

El proyecto si es sensible al precio y a las unidades vendidas, para obtener un VAN >0, a lo mucho se puede bajar en un 5 % nuestro margen de ventas ya que un número superior nos daría un VAN negativo.

Debemos vender como mínimo 20 contenedores subdivididos en 4 contenedores en cada uno de los 5 periodos del proyecto ya que por economía de escala, la venta de cada unidad de nuestro producto es de S/4.91 y si producimos menos contenedores el precio de venta unitario de nuestro producto tiende a subir.

9.4.2. Análisis multidimensional

En el análisis por escenarios se han considerado tres, los que se denominan: moderado (escenario base), pesimista y optimista.

Escenario moderado: Todas las variables conservan su valor original (28 contenedores).

Escenario optimista: Se considera el incremento en 2 contenedores de ventas.

Escenario pesimista: Se considera una contracción de ventas a solo 20 contenedores vendidos.

Los datos se muestran de la siguiente forma:

Cuadro N° 126
Escenarios.

Escenario	Unidades (Contenedores)	VANS/.
Moderado	28	117,393.52
Optimista	30	123,115.50
Pesimista	20	92,857.85

Fuente: Elaboración propia tomando como fuente el plan financiero.

9.4.3. Variables críticas del proyecto.

La variable crítica observada para nuestro proyecto es que, podemos bajar nuestro margen solo hasta un 5%, ya que al bajarlo en 10% nuestro van financiero es negativo en. (S/ -21,739.00).

9.4.4. Perfil de riesgo.

Respecto a la evaluación financiera nos confirma la viabilidad del proyecto, como resultado se calculó una TIR Financiera de 29.51%, el mismo que está por encima del costo de oportunidad (COK) que es el 6 % y del WAAC 11.47% es decir, el rendimiento sobre el capital que genera proyecto, es superior al mínimo aceptable para la realización del proyecto, lo que coincide con el criterio de decisión de aceptar un proyecto en dicha circunstancia. Posteriormente, se calculó un VAN financiero de S/. 111,959.33 que refleja que la suma actualizada de todos los beneficios provenientes del proyecto es superior a la suma de los costos actualizados y de la inversión, por los indicadores obtenidos concluimos que el proyecto es rentable y factible realizarlo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Después de realizar nuestra investigación podemos concluir que nuestro proyecto es viable, lo demuestra el flujo de caja que es positivo y los indicadores financieros, ya que se cuenta con un VAN positivo y un TIR mayor al WAAC y al costo de oportunidad (COK).
- Además, se cuenta con proveedores de confianza, los cuales hacen que nuestro producto tenga buenos insumos y garanticen nuestra calidad ofrecida.
- Por último, se tiene identificado a los importadores de quinua en California (EE.UU.) y a las principales cadenas mayoristas y minoristas, que a su vez no cuentan con este producto diferenciado que no ha sido explotado por los competidores que exportan quinua, por ello seríamos los primeros en ofrecer un producto novedoso que contribuye a la buena alimentación.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda trabajar con el crédito SEPYMEX el cual es muy bajo en tasa de interés. El referido crédito al ser de 25% anual no afecta significativamente al flujo de caja de nuestro proyecto. Por consiguiente se recomienda a los exportadores a trabajar con el crédito SEPYMEX.
- Se sugiere trabajar siempre con proveedores confiables en el mercado, para que así podamos cumplir con las exigencias de nuestros clientes y tiempos programados en nuestros procesos.
- Debería de inclinarse a la calidad de servicio y producto que a un precio bajo. Debido a que nuestro producto va dirigido a un público objetivo selecto, se tiene que usar insumos de muy buena calidad.
- Trabajar conjuntamente con instituciones de promoción comercial públicas, como PROMPERU para una mejor introducción a los mercados extranjeros. PROMPERU, es un nexo importante entre exportadores peruanos y importadores, ya que dicha institución promueve las exportaciones de las empresas peruanas.
- Se debería trabajar con un bróker exportador, el cual tiene un mayor conocimiento de los clientes (Importadores), en el mercado de destino lo cual hará que coloque nuestro producto y en consecuencia que nuestras ventas se incrementen.
- Se indica a cumplir con las medidas para arancelarias del mercado de EE.UU., estas medidas que son requisitos sanitarios deben cumplirse según APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) que es la entidad en EE.UU. encargada de la supervisión de las medidas sanitarias.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Bibliográficas:

Aaker, D. (1989) Investigación de mercados. Mexico D.F. :McGraw-Hill.

Abascal, F.(2001). Como Se Hace Un Plan Estratégico.Madrid:Esic.

Altahona, T. (2009) Contabilidad de Costos:
Universidad de investigación y desarrollo de Bucaramanga.

Baca, G.(2001). Evaluación de Proyectos. México, D.F. :McGraw-Hill.

Beltran, A. &Cueva, H. (1996). Ejercicios de Evaluación Privada de Proyectos. Lima.
Universidad del Pacifico.

Beltran, A. & Cueva, H.(1999). Evaluación privada de proyectos. Lima. : Universidad
del Pacifico.

Benassini, M.(2014). Introducción a la Investigación de Mercados. MexicoD.F.
Pearson.

Bravo, J. (2008) Gestión de procesos. Santiago de Chile. : Evolución.

Concha, P.(2011). Planes de Negocio: una metodología alternativa. Lima.:
Universidad del Pacifico.

Daft, R.(2011).Teoría y Diseño Organizacional. México D.F. :Cengage Learning.

Espinoza ,S. (1990). Formulación y Evaluación de Proyectos. Lima. : Lucero 1990.

Foppiano ,G. Formulación y evaluación de proyectos de inversión.(2013).Lima:
Instituto Superior San Ignacio de Loyola S.A.

Graham, F. Como diseñar un plan de negocios.(2008). Buenos Aires.:
TheEconomist.

Guajardo, G.(2008). Contabilidad financiera. Mexico D.F. :McGraw-Hill.

Hindle, T.(2008). Management. Buenos Aires.: The Economist.

Horngren, C. Harrinson, W., & Smith, L. (2002) .Contabilidad. México D.F. :Pearson.

Horngren, C.,Harrinson, W.& Oliver, M.(2009). Contabilidad.
MexicoD.F. :Pearson.

Jacobic,D.(2010). Cadena de suministros. Lima. :TheEconomist.

Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados, MexicoD.F. :Pearson.

Munch, L. (2014) Administración, Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. MexicoD.F. :Pearson.

Polimeni, R. (1997). Contabilidad de Costos. Santafé de Bogotá. :McGraw-Hill.

Porter, M. (1997). Estrátégia Competitiva. Mexico D.F.: Continental.

Rojas ,M. (2007). Evaluación de Proyectos. Bogota. :EcoeEdiciones

Stephen P. & Mary C. (2005).Administration. México D.F.: Pearson.

Stickney, C., Weil, R.,Schipper, K., Francis, J. &Avolio, B. (2012).Contabilidad Financiera. Buenos Aires: CENGAGE Learning.

Thompson, A.(2012). Administración Estratégica.Mexico D.F.:Mcgraw-Hill.

FUENTES ELECTRÓNICAS:

Ministerio de trabajo: Preguntas frecuentes:
<http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php>

Indecopi:
<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/formatos-y-solicitudes>

Municipalidad de Surquillo
<http://munisurquillo.gob.pe/portal/>

Municipalidad de Surquillo Ley N° 28976, Ordenanza N° 258-2011/MDS
 Ley laboral de las Pequeñas y Micro Empresas, enmarcado en el Decreto
 Legislativo N° 1086

MTPE Contratos Sujetos a Modalidad. Recuperado: Julio 2016
<http://www.mintra.gob.pe/contenidos/drt/servicios>

Sueldo promedio en Lima 2016
<http://www.pqs.pe/economia/sueldo-promedio-lima-aumenta>

Banco Central de Reserva Del Perú, Libro Glosario de Términos Económicos
 (2011). <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>

Diccionario Oxford <https://es.oxforddictionaries.com/>

Capacidad instalada: Consultora Planning Colombia
http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf

Comisión de las comunidades Europeas: Libro verde (2001). Responsabilidad
 social en las empresas.
[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

Manual de INCOTERMS 2010.
<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=745FEC42-9A2E-4370-90AC-E96E1B51A55D.PDF>

Quinoa: Cadena Agro productiva de la quinoa – Ministerio Nacional de Agricultura.
 (2013) http://agroaldia.minag.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/agroeconomia_quinoa.pdf

Servicios Tercerizados (Outsourcing): PWC (PriceWaterhouseCoopers)
<http://www.pwc.com/py/es/servicios/outsourcing/en-que-consiste.html>

Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo 29873 -
<http://www.inabif.gob.pe/portalweb/portal/sst/normativa/ReglamentoLey29783.pdf>

ANEXOS

Arancel: Tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales, transporte ferroviario o aduanas.

Balanza comercial: Cálculo comparativo entre las importaciones y exportaciones de mercancías de un país durante un período, generalmente un año.

Balanza comercial deficitaria: se produce cuando se importan más productos, o más caros, que los que se exportan.

Biodegradable: Que puede descomponerse en elementos químicos naturales por la acción de agentes biológicos, como el sol, el agua, las bacterias, las plantas o los animales.

Costo Variable: Teresa Altahona en el libro Contabilidad de Costos (2009), define al costo variable como aquellos costos que cambian en forma directamente proporcional al volumen de producción o prestación de servicios.

Costo fijo: Teresa Altahona en el libro Contabilidad de Costos (2009), define al costo fijo como a los costos que se mantienen en cualquier nivel de producción y servicio.

Costo indirecto de Fabricación: Conocido como gasto indirecto de fabricación también, el autor Milton Rivadeneira Unda en su libro Elaboración de Presupuestos en Empresas Manufactureras (2014) , define al costo indirecto de fabricación como a todos los materiales que se usan indirectamente en la fabricación de un producto.

Capacidad instalada: La consultora internacional Planning define a la capacidad instalada como a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes y servicios.

FOB: Este incoterm emitido por la Cámara de Comercio Internacional en el 2010 define al incoterm FOB (Free OnBoard), que significa libre a bordo, que el vendedor (Exportador) se hace cargo de todos los gastos y costos hasta que la mercadería está a bordo del buque en el puerto de origen, todos los costos, gastos y riesgos después de este punto serán asumidos por el importador.

Insumo: El diccionario de la Universidad de OXFORD define a insumo como el bien de cualquier clase empleado en la producción de otros bienes.

Liofilización: Método de conservación de una cosa que consiste en deshidratarla someténdola a una rápida congelación y eliminando el hielo posteriormente mediante un ligero calentamiento al vacío que lo transforma en vapor.

Incoterm: La Cámara de Comercio Internacional en su manual Incoterm 2010 define a los Incoterms como a las responsabilidades de las empresas compradoras y vendedoras en la entrega de mercancías al amparo de los contratos de compraventa.

Legislación tributaria: Legislación y seguridad en el trabajo: Esta normado mediante la ley de Seguridad y Salud en el Trabajo 29873 del Estado Peruano, emitida el 24 de Mayo del 2014, la cual tiene a promover una cultura de prevención de riesgos laborales en el país, sobre la base de la observancia del deber de prevención de los empleadores, el rol de fiscalización y control del Estado y la participación de los trabajadores y sus organizaciones sindicales.

Mano de obra directa: El autor Milton Rivadeneira Unda en su libro Elaboración de Presupuestos en Empresas Manufactureras (2014), define a la mano de obra directa como salarios pagados a los trabajadores cuya actividad se relaciona directamente con la elaboración de los bienes que una empresa produce.

Materia prima: El diccionario de la Universidad de OXFORD define a la materia prima como a la sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto.

Materia prima directa: El autor Milton Rivadeneira Unda en su libro Elaboración de Presupuestos en Empresas Manufactureras (2014), define al material usado en el proceso de fabricación que es atribuible en forma directa al producto final.

Millardo: Conjunto formado por 1 000 000 000 de unidades; equivale a mil millones.

Tonelada métrica: tonelada métrica son exactamente 1000 kg.

Manufactura: Proceso de fabricación de un producto que se realiza con las manos o con ayuda de máquinas.

Proceso: Según Juan Bravo Carrasco en su libro Gestión de Procesos (2005), define al Proceso como una totalidad que cumple un objetivo completo y que agrega valor para el cliente. También se define como un sistema de creación de riqueza que inicia y termina transacciones con los clientes en un determinado período de tiempo.

Punto de Equilibrio: Según Polimeni Ralph en su libro Contabilidad de Costos (1997), define al punto de equilibrio como al volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida. Por debajo de este nivel habrá una pérdida; por encima, una utilidad. El punto de equilibrio es donde el margen de contribución total es igual a los gastos fijos totales. Para obtener la cantidad de unidades que debe venderse en el punto de equilibrio, el costo fijo se divide por el margen de contribución por unidad.

Payback: Término inglés con el que se designa un método de valoración y análisis de inversiones, que en castellano se traduce por plazo de recuperación de una inversión, y que hace referencia al número de años que se necesita para recuperar el desembolso inicial.

Quinoa: La quinoa, es un grano andino de la familia Quenopodiáceas, es una especie cultivada y domesticada en el Perú desde tiempos prehispánicos, en la cuenca del Lago Titicaca donde existe la mayor diversidad biológica de este cultivo. Definición tomada del estudio de la Cadena Agro productiva de la quinoa – Ministerio Nacional de Agricultura. (2013)

Responsabilidad social: La Comisión de las comunidades Europeas definen a la responsabilidad social en el Libro verde (2001), como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Renta per cápita: Valor que resulta de dividir la renta nacional entre el número de habitantes de un país. La renta per cápita indica el nivel de desarrollo económico de una nación

Servicios tercerizados (Outsourcing): Según PWC (PriceWaterhouseCoopers) Servicios Tercerizados se define como el uso de una empresa especializada para proveer servicios en áreas que no forman parte de los procesos claves de la organización. La transferencia de la gestión o ejecución de ciertas funciones, le permite a las organizaciones centrarse en los aspectos fundamentales de su negocio.

Saponina: Son glucósidos de esteroides o de triterpenoides, llamadas así por sus propiedades semejantes a las del jabón, La quinua contiene de forma natural este compuesto que es un componente tóxico que puede ser perjudicial para la salud de toda persona que lo ingiera en grandes dosis.

Tasa Interna de Retorno (TIR): El Banco Central de Reserva Del Perú, en su libro Glosario de Términos Económicos (2011), define al TIR como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto (VAN) sea igual a cero. Es decir, es la tasa de descuento que permite que el valor actual de los flujos de entrada (positivos) sea igual al flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión. En el análisis de inversiones, para que un proyecto se considere rentable, su TIR debe ser superior al costo del capital empleado.

Valor Actual Neto (VAN): El Banco Central de Reserva Del Perú, en su libro Glosario de Términos Económicos (2011), define al VAN como al criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión; tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo; mediante su descuento a una tasa o costo de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo.

Definición de Siglas

CCEX: Centro de Comercio Exterior.

CCL: Cámara de Comercio de Lima.

US CensusBureau : Oficina del Censo de los Estados Unidos.

IPC: Sigla de índice de precios al consumo, valor numérico que refleja las variaciones que experimentan los precios en un período determinado.

FDA: Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos.

SENASA: Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú.

BPM: buenas prácticas de manufactura.

FUENTES DE INFORMACION

Stephen, P. & Coulter, M., en su libro Administración, (2005), capítulo 3, página 64 y 65, el término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño.

El ambiente externo está formado por dos componentes: el Entorno específico y el entorno general.

Entorno específico abarca las fuerzas externas que tienen efecto directo e inmediato en las decisiones y actos de los gerentes y que son pertinentes para la consecución de las metas de la organización. El entorno específico de cada organización es único y cambia con las condiciones. Las principales fuerzas que lo conforman son los clientes, proveedores, competencia y grupos de presión.

Entorno general comprende las condiciones económicas, políticas y legales, socioculturales, demográficas, tecnológicas y mundiales que pueden incidir en la organización.

Daft, R., en su libro Teoría y Diseño Organizacional, (2011), capítulo 4, página 140, el entorno de la organización se define como todos los elementos que están fuera de las fronteras de la organización y tienen el potencial para afectarla en todo o en parte.

Para Thompson, A., en su libro Administración Estratégica, (2012), capítulo 3, página 81, el macro ambiente engloba el amplio contexto ambiental en que se ubica la industria de una compañía, este macro ambiente incluye siete componentes principales: características demográficas; valores y estilos de vida de la sociedad; factores legales; condiciones económicas generales y fuerzas globales.

Para Benassini, M., en su libro Introducción a la Investigación de Mercados (2014) página 6, define investigación de mercados como a “la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas e instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades, y evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno que ayude a tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social”.

Para Malhotra, N., en su libro *Investigación de mercados*, (2008), capítulo 1, Página 7, la American Marketing Association propone la Definición, “La Investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso.

La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones.

Para Aaker, D., en su libro *Investigación de mercados*, (1989), parte 1, Página 17, resume, “La investigación de mercados vincula a la organización con su medio ambiente de mercado. Implica la especificación, la recolección, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la administración a entender ese ambiente del mercado, identificar sus problemas y oportunidades, y desarrollar y evaluar cursos de acción de mercadotecnia. El proceso de investigación de mercados implica análisis del mercado, desarrollo de programas de mercadotecnia, y un control de estos programas. Cada una de estas áreas incluye una multitud de decisiones que necesitan ser apoyadas por información de investigación de mercados. El Sistema de planeación e información de mercadotecnia (SIPM) ayuda a planear y coordinar estas decisiones y el flujo de información asociado con ellas. La investigación de mercados, para ser efectiva, debe ser relevante, oportuna, eficiente y exacta. Entre los participantes en las actividades de investigación de mercados están los usuarios de información; los proveedores de información externa, como las firmas de investigación de mercados; y los proveedores de información dentro de la organización.

Para Münch, L., en su libro *Administración, Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo* (2014), capítulo 3, páginas 37 y 38, la planeación estratégica se realiza en los altos niveles de la organización, se refiere a la planeación general; generalmente es a mediano y largo plazo, y a partir de esta se elaboran todos los planes de los distintos niveles de la empresa.

El plan estratégico es también conocido como plan maestro o plan de negocios; en él se plasman los elementos del proceso de planeación.

Para Abascal, F., en su libro *Como Se Hace Un Plan Estratégico*, (2001), capítulo 13, página 187, siguiendo al profesor A. Fernandez Romero, un plan estratégico es un conjunto de acciones programadas para conseguir un objeto a plazo fijo. Dichas acciones llamadas estrategias tienen que ser tan flexibles, que si el entorno en que se están aplicando cambia, dichas acciones también pueden ser cambiadas.

La planificación estratégica sirve fundamentalmente para crear futuro a partir del presente, es decir tiene la pretensión de buscar estrategias competitivas para una nueva era, de lo que se deduce que el plan estratégico hace que se puedan tomar decisiones hoy para fundamentar el éxito del futuro.

Para Concha, P., en su libro *Planes de Negocio: una metodología alternativa*, (2011), capítulo 4, página 43, el planeamiento estratégico define la estrategia principal del negocio, la línea por seguir en cada uno de los planes operativos, la visión, la misión, los objetivos y la estrategia genérica del negocio se definen en el planeamiento estratégico. Es de suma importancia definir con claridad cada uno de estos puntos ya que está en juego la coherencia misma de la estrategia, y de los planes operativos en función de dicha estrategia.

El planeamiento estratégico define la estrategia. Los planes operativos definen el modo de implementar dicha estrategia, la táctica que se debe emplear. Se puede hacer una analogía en la cual la estrategia es el camino por seguir y los planes operativos son el tipo de vehículo, la velocidad del viaje y el estilo de pilotaje por emplear.

Para Daft, R., en su libro *Teoría y Diseño Organizacional*, (2011), capítulo 2, página 58, el Diseño organizacional es la administración y ejecución del plan estratégico. La dirección organizacional se implementa por medio de decisiones acerca de la forma estructural, como las opciones acerca de los sistemas de información y control, el tipo de tecnología de producción, las políticas de recursos humanos, la cultura y los vínculos con otras organizaciones.

Para Cantú, G., en su libro *Contabilidad financiera* (2008) en la página 149, define a los estados financieros como: “Son informes a través de los cuales los usuarios de la información financiera perciben la realidad de las empresas y, en general, de cualquier organización económica. Dichos informes constituyen el producto final del llamado ciclo contable. Los estados financieros básicos informan sobre el desempeño financiero del negocio, su rentabilidad y liquidez.

Para Horngren, C., Harrinson, W., & Smith, L., en su libro *Contabilidad* (2002) en la página 17, define a los estados financieros como: “Son reportes formales de la información financiera de la entidad. Los principales estados financieros son: Estado de resultados, balance, estado de variación al capital contable y estado de flujo de efectivo”.

Para Horngren, C., Harrinson, W. & Oliver M., en su libro *Contabilidad* (2009) en la página 18, define a los estados financieros como: “Son documentos empresariales que informan acerca de un negocio en términos monetarios”.

Para Beltrán, A. & Cueva, H., en su libro Evaluación privada de Proyectos (1999) en la página 371, define a los indicadores de rentabilidad como: “Para realizar la evaluación de un proyecto de inversión es necesario utilizar diversos criterios que permitan conocer las ventajas y desventajas que se obtendrían de realizar la inversión. Estos criterios son los indicadores o índices de rentabilidad, que hacen posible determinar la rentabilidad de un proyecto a partir del flujo de caja proyectado”. “Estos indicadores, que en principio permiten identificar la conveniencia de realizar o no un proyecto, pueden ser, además, utilizados para analizar un conjunto de proyectos, decidir entre dos o más opciones alternativas, estudiar la decisión de postergar o no una inversión, entre otras cosas”.

Para Beltrán, A. & Cueva, H., en su libro Ejercicios de la Evaluación Privada de Proyectos (1996) en la página 78, definen a los indicadores de rentabilidad como: “Los indicadores que permiten medir la rentabilidad de un proyecto a partir del flujo de caja proyectado”.

Para Baca, G., en su libro Evaluación de proyectos (2001) en la página 220, define a la evaluación económica como: “La parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto.

Para Rojas, M., en su libro Evaluación de Proyectos (2007) página 151, define a la Evaluación Económica a través de los criterios de evaluación que son: “Los criterios de evaluación son referentes utilizados para ayudar en el proceso de toma de decisiones y determinar si se hace la inversión, se aplaza o definitivamente se abandona el proyecto”. El citado autor también manifiesta en la página 155 del libro citado lo siguiente: El valor presente neto es uno de los criterios más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión, el cual consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial”.

Para Espinoza, S., en su libro Formulación y Evaluación de Proyectos (1990) pagina 319, menciona lo siguiente sobre la Evaluación Económica, “Frente a los serios defectos de otros métodos de evaluación, se considera que el método que se basa en los valores actuales de los flujos de fondos actualizados, proporciona una base más concreta para evaluar proyectos de inversión; ya que este indicador considera la magnitud y oportunidad de los flujos de fondo previstas para el horizonte de planeamiento. Si consideramos que, según criterios de evaluación económica, el capital tiene valor real cuando se considera el tiempo durante el cual es empleado como factor importante para realizar un ciclo económico, podemos llegar a la conclusión que el valor actual neto (VAN), es el más apropiado para la evaluación económica y la evaluación financiera”.