

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA PARA LA INSTALACIÓN
DE UNA EMPRESA QUE OFERTE INSUMOS PARA LOS
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA EN AREQUIPA
2015-2019”**

Tesis presentada por las Bachilleres:

MARÍA FERNANDA SÁNCHEZ UNTIVEROS

GRACE XIMENA VILLANUEVA PAREDES

Para optar por el Título Profesional de:

INGENIERAS COMERCIALES

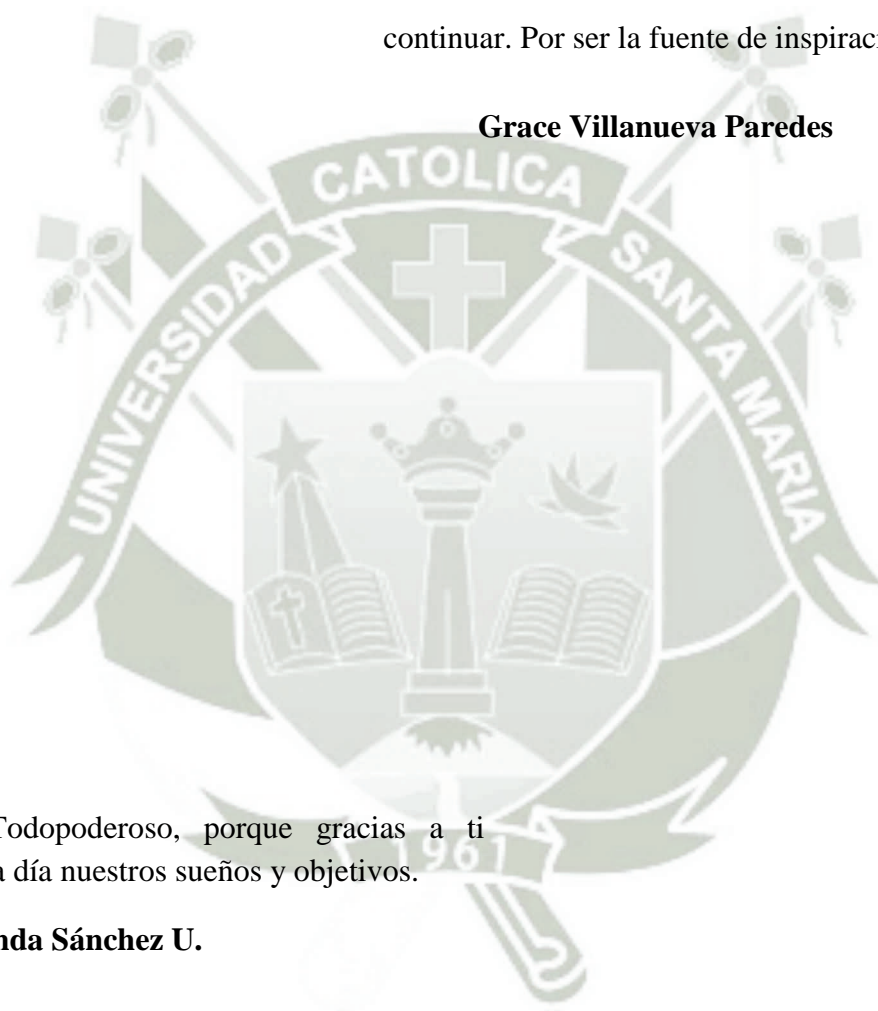
AREQUIPA - PERÚ

2015

DEDICATORIA

Al motor de mi vida, a ti mi amado Señor. Por ser
quién guio nuestros pasos y actos en cada momento.
Por levantarnos y renovar nuestras fuerzas para
continuar. Por ser la fuente de inspiración de mi vida.

Grace Villanueva Paredes



A ti Dios Todopoderoso, porque gracias a ti
logramos día a día nuestros sueños y objetivos.

Maria Fernanda Sánchez U.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por su infinito amor y fidelidad.

Agradezco a mis padres, por su amor, por estar conmigo en todo momento animándome a continuar.

Agradezco a Karen y a Víctor, por su amor, y ejemplo de perseverancia.

Agradezco a mis profesores, por compartir con nosotras sus enseñanzas y experiencias.

Grace Villanueva Paredes

Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias y sobre todo de felicidad.

Agradezco a mis padres, por su amor y apoyo incondicional, y a mi hermano, por ser ejemplo de perseverancia y lucha por sus sueños.

Agradezco a mis profesores por su exigencia y por todas sus enseñanzas.

María Fernanda Sánchez U.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Viabilidad Económica Financiera de la Oferta de insumos para la Demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara”, determinó la viabilidad económica y financiera de un proyecto de comercialización y distribución de insumos como la papa, cebolla (en diferentes presentaciones), y aceite utilizado por los restaurantes de dicho distrito.

Con este estudio se logró comprobar que dado los cambios crecientes de la demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara, la oferta de dichos insumos es viable económica y financieramente. Para ello, se llevó a cabo una investigación de mercado en los restaurantes del distrito. Se realizaron sondeos, encuestas y conversatorios con los administradores o dueños de los restaurantes, los cuales mostraron su optimismo y agrado ante nuestra propuesta.

Posteriormente, se determinó la capacidad de oferta de la empresa, y se elaboró todos los presupuestos necesarios, donde se estimó los niveles de ingresos, costos y gastos para poder llevar a cabo el proyecto. A partir de dichos presupuestos, se elaboró el flujo de caja para cinco años, y a partir del cálculo de los flujos se estimó el VAN Económico y VAN Financiero del proyecto, que comprobaron la viabilidad del mismo.

No obstante, complementariamente se estimaron otros indicadores para la evaluación del proyecto, se calculó el punto de equilibrio y se realizó un análisis de sensibilidad; pero todos estos como complemento adicional, ya que la viabilidad del proyecto está basada en el Valor Actual Neto.

SUMMARY

The present research "Financial and Economic Feasibility of Offering inputs for Demand restaurants of Yanahuara" determined the economic and financial viability of a project marketing and distribution of inputs such as potatoes, onions (in different forms), and oil used by restaurants that district.

With this study it was possible to verify that given the increasing changes Demand inputs from the restaurants of Yanahuara Offer of these inputs is economically viable and financially. For this purpose, conducted market research in the dining district. Polls, surveys and conversations were conducted with managers or owners of restaurants, which showed his optimism and welcome to our proposal.

Subsequently, the supply capacity of the company was determined and all necessary budgets, where income levels, costs and expenses are estimated to be prepared to carry out the project. From budgets, cash flow was developed for five years, then the calculation of flows, the Economic Net Present Value and Financial Net Present Value of the project, which proved its viability was estimated.

However, other complementary indicators for the evaluation of the project were estimated, the breakeven point was calculated and a sensitivity analysis was performed; but all these as an addition, since the viability of the project is based on the Net Present Value.

INDICE

CAPÍTULO I.....	37
TERMINOLOGÍA, MARCO CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
1.1. TERMINOLOGÍA:	37
1.2. MARCO CONCEPTUAL.....	43
1.2.1. CRITERIOS PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	43
1.2.2. TÉCNICAS PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN:	44
1.2.3. PLAN OPERATIVO DE MUESTREO.....	44
1.2.3.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN DE INTERÉS	44
1.2.3.2. ELECCIÓN DEL MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	45
1.2.3.3. MARCO DE MUESTREO	45
1.2.3.4. MÉTODOS DE MUESTREO	45
1.2.3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA	47
1.2.3.6. PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS PARA SELECCIONAR LO ELEMENTOS DE LA MUESTRA.....	48
1.2.3.7. EJECUCIÓN DEL PLAN DE MUESTREO	48
1.2.4. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN:	48
1.2.4.1. VALOR ACTUAL NETO:	49
1.2.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO:.....	50
1.2.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN:	51
1.2.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO:	51
1.2.4.5. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.....	52
1.2.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO:.....	52
1.2.4.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:.....	54

1.2.5.	LEY MIPYME	55
1.3.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	56
1.3.1.	PROYECTO DE COOPERACIÓN EN MATERIA DE ASISTENCIA TÉCNICA RELATIVA AL COMERCIO:	57
1.3.2.	EMPRESA RUESCAS EXPORT S.L., COMERCIALIZADORA DE CEBOLLA EN VALENCIA:.....	57
1.3.3.	PROYECTO DE GRADUACIÓN, PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD EARTH, EN COSTA RICA:.....	58
1.3.4.	IDEA DE NEGOCIO DESARROLLADA COMO PROYECTO DE GRADUACIÓN EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL:	58
1.3.5.	ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PAPA CRIOLLA DE CARÁCTER MIXTO EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA:	59
1.3.6.	PLANTA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA:	60
1.3.7.	ESTUDIO SOBRE LA ELABORACIÓN DE PAPA Y ZANAHORIA MÍNIMAMENTE PROCESADAS, REALIZADO EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA:	61
	CAPÍTULO II.....	64
	DEMANDA DE INSUMOS POR PARTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA.....	63
2.1.	DEMANDA:.....	63
2.1.1.	EL SECTOR GASTRONÓMICO EN EL PERÚ:	63
2.1.2.	COMPORTAMIENTO DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA.....	64
2.1.3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO:	65

2.1.3.1.	PROCEDIMIENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMIDOR:.....	67
2.1.4.	RESTAURANTES ENCUESTADOS POR RUBRO:	73
2.1.5.	DEMANDA DE INSUMOS POR PARTE DE LOS RESTAURANTES DE YANAHUARA:	75
2.1.5.1	DEMANDA DE PAPA Y CEBOLLA POR PARTE DE LOS RESTAURANTES	75
2.1.5.2	EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR:.....	93
2.1.5.3	TIPOS DE PRESENTACIÓN DE PAPA Y CEBOLLA DEMANDADAS POR LOS RESTAURANTES DE YANAHUARA.....	95
	CAPÍTULO III.....	110
	ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ESTRATEGIA COMERCIAL	110
3.1.	ANÁLISIS DEL ENTORNO:	117
3.1.1.	MERCADO PROVEEDOR:.....	117
3.1.2.	EMPRESAS COMPETIDORAS:.....	117
3.1.2.1.	PAP'S LIGHT SAC:	117
3.1.2.2.	CENTROS DE ABASTOS:	117
3.1.2.3.	ALICORP:	119
3.1.2.4.	MAKRO:.....	117
3.1.2.5.	MAS VENTAS:	117
3.1.3.	DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO:	117
3.2.	ESTRATEGIA COMERCIAL:	117
3.2.1.	PRODUCTO:.....	117
3.2.1.1.	PAPA CANCHAN	121
3.2.1.2.	PAPA UNICA	121
3.2.1.3.	CEBOLLA ROJA.....	121

3.2.1.4. ACEITE.....	1216
3.2.2. PRECIO:	124
3.2.3. PROMOCIÓN:.....	125
3.2.4. DISTRIBUCIÓN:	127
CAPÍTULO IV	136
VIABILIDAD DE LA OFERTA DE INSUMOS	136
4.1. OFERTA:.....	136
4.1.1. INVERSIÓN INICIAL:.....	136
4.1.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO:.....	137
4.1.1.2. GASTOS DE APERTURA Y LICENCIAS	139
4.1.1.3. INVERSIÓN EN ACONDICIONAMIENTO:.....	140
4.1.1.4. INVERSIÓN ANUAL:	141
4.1.1.5. INVERSIÓN SEMESTRAL:.....	142
4.1.1.6. CERTIFICACIONES SANITARIAS	142
4.1.2. RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO EMPRESA.....	153
4.1.3. COSTOS DE INSUMOS:	153
4.1.3.1. PAPA CANCHAN:.....	154
4.1.3.2. PAPA ÚNICA:	157
4.1.3.3. CEBOLLA:.....	160
4.1.3.4. ACEITE:.....	163
4.1.4. GASTOS:	167
4.1.4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:.....	167
4.1.5. CAPACIDAD DE OFERTA:	172
4.2. PRESUPUESTOS.....	173
4.2.1. PRESUPUESTOS MENSUALES PARA EL PRIMER AÑO	174

4.2.1.1.	PRESUPUESTOS DE VENTAS E INGRESOS:	174
4.2.1.2.	PRESUPUESTOS DE COSTOS	187
4.2.1.3.	PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS	194
4.2.1.4.	PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTOS DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO)	197
4.2.1.5.	PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE LARGO PLAZO	204
4.2.1.6.	PRESUPUESTOS DE FINANCIAMIENTO	207
4.2.1.7.	PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN	219
4.2.1.8.	PRESUPUESTO DE IGV	222
4.2.1.9.	CAPITAL DE TRABAJO	225
4.2.1.10.	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS	228
4.2.1.11.	FLUJO DE CAJA MENSUAL	234
4.2.2.	PRESUPUESTOS ANUALES	238
4.2.2.1.	PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS:	238
4.2.2.2.	PRESUPUESTO DE COSTOS:	244
4.2.2.3.	PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES ANUAL	258
4.2.3.	PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS	262
4.2.3.1.	PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN	262
4.2.3.2.	PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS	263
4.2.4.	PRESUPUESTO DE INVERSIONES:	266
4.2.4.1.	PRESUPUESTO DE INVERSIONES ANUALES	267
4.2.5.	PRESUPUESTOS DE FINANCIAMIENTO	272
4.2.6.	PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN	272
4.2.6.1.	PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	272

4.2.6.2. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	273
4.2.7. PRESUPUESTO DE IGV	274
4.2.7.1. PRESUPUESTO DE IGV CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	274
4.2.7.2. PRESUPUESTO DE IGV CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA.....	275
4.2.8. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	276
4.2.9. PRESUPUESTOS DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES.....	278
4.2.9.1. PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO EN NUEVOS SOLES	278
4.2.9.2. PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES	281
4.2.10. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL	283
4.2.10.1. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES	284
4.2.10.2. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS SOLES.....	285
4.2.11. FLUJO DE CAJA ANUAL	287
4.2.11.1. FLUJO DE CAJA ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES	287
4.2.11.2. FLUJO DE CAJA ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES.....	289
4.2.11.3. FLUJO DE CADA ANUAL, SI SE CONSIDERA UN CRECIMIENTO ANUAL DE VENTAS DEL 5%:.....	290
CAPÍTULO V	293

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	293
5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	293
5.1.1. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.....	293
5.1.1.1. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO.....	294
5.1.1.2. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	296
5.1.2. CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	297
5.1.2.1. VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO:.....	298
5.1.2.2. VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO:.....	299
5.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO:.....	301
5.1.3.1. TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	302
5.1.3.2. TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA.....	303
5.1.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI):	303
5.1.4.1. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:.....	304
5.1.4.2. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA.....	305
5.1.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO (PRID):	305
5.1.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:	306
5.1.4.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA:.....	306

5.1.5. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.....	307
5.1.5.1. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:.....	307
5.1.5.2. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA:.....	308
5.1.5.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:.....	308
5.1.5.4. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:.....	309
5.1.6. VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA).....	309
5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	310
5.2.1. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON CANCHAN.....	314
5.2.2. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON UNICA.....	315
5.2.3. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA PELADA ENTERA UNICA.....	316
5.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA CORTE HOJA.....	317
5.2.5. PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS.....	318
5.2.6. PUNTO DE EQUILIBRIO LITROS DE ACEITE.....	319
5.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	320
5.3.1. VARIACIONES DEL VALOR ACTUAL NETO EN EL ESCENARIO QUE CONSIDERA LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO:.....	320
5.3.2. VARIACIONES DEL VALOR ACTUAL NETO EN EL ESCENARIO QUE CONSIDERA LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA:.....	325
CONCLUSIONES.....	331
RECOMENDACIONES.....	335
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	337
ANEXOS.....	33746

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se realizó con el objetivo de determinar la Viabilidad Económica Financiera de la Oferta de insumos para la Demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara. Para ello se identificó los requerimientos de aceite, así como de papa y cebolla en las distintas presentaciones (pelada, picada, etc.); y se identificó la necesidad de nuestros insumos ofertados en los restaurantes del distrito de Yanahuara.

Este estudio es de gran importancia porque la gastronomía peruana en los últimos años ha cobrado mayor relevancia, convirtiéndose en un motor de crecimiento en nuestro país y un generador de empleo, ya que esto beneficia a toda la cadena agroalimentaria, y crea una oportunidad de negocio para aquellos proveedores de insumos para los restaurantes, creando a su vez oportunidades para terciarizar algunas actividades como lo es el pelado y picado de algunos insumos, facilitando la cocina y permitiendo la reducción de tiempo. En esta tesis se determinó la viabilidad económica financiera de la oferta de papa pelada y picada; de cebolla pelada y picada; y de aceite, para la demanda de los restaurantes de Yanahuara. Para ello se realizó una investigación de mercado, para determinar la existencia de una demanda de estos insumos en sus diferentes presentaciones. Así mismo, se determinó la capacidad de oferta, y la necesidad de un préstamo para el financiamiento del proyecto. Se debe resaltar que este proyecto además plantea estrategias para incursionar en el mercado, brindar confianza a sus clientes, y lograr el crecimiento de las ventas durante cinco años.

Además, se debe mencionar que en este proyecto se hace mención de la parte legal necesaria para la constitución de la empresa, las estimaciones de costos para la inscripción o constitución de la empresa, los costos legales, entre otros.

No obstante, se debe señalar que este estudio está limitado a la demanda de los restaurantes de un solo distrito, el distrito de Yanahuara.

Nuestro trabajo de investigación consta de cuatro capítulos.

En el primer capítulo, “Terminología, Marco Conceptual y Antecedentes Investigativos de la Investigación”, se expone primeramente, en orden alfabético, todos aquellos términos necesarios

para una mejor comprensión del estudio, de manera que permita el entendimiento del mismo por cualquier persona interesada en el estudio.

Así mismo, en este capítulo se desarrolló las diferentes metodologías para el levantamiento de información, describiendo cada una de estas y detallando sus ventajas y desventajas. Junto a esto, también se consideró el plan operativo de muestreo que permitió mostrar una metodología para determinar la población d interés, seleccionar el método de recopilación de datos, determinar el marco de muestreo, elegir el método de muestreo, identificar el tamaño de la muestra, y definir los procedimientos operativos necesarios el levantamiento de la información. Además, en el capítulo se detallaron los diversos criterios para la evaluación de un proyecto, se determinó las ventajas y desventajas de cada uno de ellos, y a partir de ello se señaló al Valor Actual Neto, como el criterio más significativo y preciso para la evaluación del proyecto, y los otros criterios como criterios complementarios en la determinación de la viabilidad económica financiera del proyecto.

Finalmente, en este primer capítulo se incluyó algunas investigaciones realizadas anteriormente sobre papa y cebolla. Con ello se pretendió tener un conocimiento más profundo del tema, así como analizar investigaciones sobre la comercialización de insumos alimenticios, de tal manera que se pueda conocer los hallazgos encontrados para distintos mercados, así como los límites de las investigaciones llevadas a cabo con anterioridad. “El Proyecto de Cooperación en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio”, permitió identificar a Arequipa como ciudad productora de cebolla, uno de los insumos a suplir en los restaurantes del distrito de Yanahuara. Otra investigación que se considero fue “Empresa Ruescas Export S.L.”, que resaltó la importancia de la cebolla, y el poder comercializarla en diferentes presentaciones, y no sólo como se extrae directamente de la chacra, sino poder comercializarla pelada y picada. Esta empresa fue una inspiración para nuestro estudio, pues incursionó primeramente en el mercado europeo, para luego iniciar expandirse, llegando a países de Latinoamérica como Chile. El Proyecto “Análisis de Mercado para la Comercialización de Cebolla Picada Envasada como Producto Innovador”, nos permitió identificar la importancia de realizar el estudio de mercado de cualquier proyecto, ya que en este caso el consumidor será indiferente a los procesos que será sometida la cebolla, pues solo le interesa el ahorro en tiempo, y el evitar la tediosa tarea del picado de la cebolla, más como se verá en los siguientes capítulos, nuestro consumidor no sólo quiere ahorrar el tiempo de picado, sino que busca productos frescos y sin químicos. La idea de negocios “VEPISA S.A.”, planteó una

presentación de sachets para la comercialización de la cebolla, que sería sometida a un proceso previo; esto tras haber realizado una investigación previa del mercado. Así mismo, realizó la proyección de los flujos de caja a 5 años, considerando un aporte propio y un préstamo, con el que obtuvo un VAN positivo, que sustentó la viabilidad del proyecto. “El estudio de pre-factibilidad para el montaje de una planta procesadora de papa criolla de carácter mixto en el departamento de Cundinamarca”, resaltó el uso del VAN como indicador determinante de la viabilidad de un proyecto. Así mismo, señaló aspectos relevantes a tomar en cuenta en un negocio de alimentos, como es la higiene en el manejo de los insumos, para poder obtener no sólo productos de calidad y bien presentados, sino sobre todo lograr la confianza de los consumidores. El aporte de este estudio lo tuvimos muy presente, y por ello en nuestro proyecto se consideró la certificación de la Norma Técnica Peruana con el fin de otorgar mayor confiabilidad a los clientes sobre el estado higiénico y de salubridad con el cual se preparan cada uno de los productos. El proyecto “Palipapa” propuso la oferta de papa en diferentes presentaciones e hizo toda la evaluación económica del proyecto. “El estudio sobre la elaboración de papa y zanahoria mínimamente procesadas” aportó al señalar la importancia de determinar la capacidad de oferta que la empresa puede llevar a cabo, para cubrir una demanda insatisfecha.

Luego de conocer todos los estudios realizados para distintos lugares, en el segundo capítulo se analizó la demanda de insumos para el mercado objetivo de nuestro estudio, que son los restaurantes del distrito de Yanahuara.

En el segundo capítulo se analizó el sector gastronómico, resaltando el crecimiento e impulso que este sector ha tomado en los últimos años, y por lo cual se han aperturado muchos más restaurantes a nivel nacional, y con ello se ha logrado beneficiar a los distintos niveles de la cadena gastronómica. Así mismo, se identificó el perfil del consumidor peruano a partir del año 2009, tras el estudio propuesto por Arellano de Marketing, que resaltó que los peruanos en sus tiempos libres, ahora prefieren salir a comer a la calle, lo que revela el porqué del crecimiento de los restaurantes.

En este capítulo se analizó el comportamiento de los restaurantes del distrito de Yanahuara, siendo este distrito uno de los más visitados en nuestra ciudad por los turistas, ya que no sólo posee atractivos turísticos, sino también resaltan sus picanterías, que son el reflejo de la gastronomía típica y antañona de Arequipa; que como tal en sus platillos, sin lugar a duda, se encuentra la papa, la cebolla y el aceite que son indispensables para la preparación de los platillos. Ante el incremento

de clientela en estos restaurantes es que surge la oportunidad de negocios que les provean los insumos, ahorrándoles tiempo y facilitando su labor.

Dado esto se realizó una investigación de mercado en los restaurantes del distrito de Yanahuara, se realizaron sondeos, encuestas y conversatorios con los administradores o dueños de los distritos, los cuales mostraron su optimismo ante nuestra propuesta y proyecto. Para poder recopilar la información, se siguió el procedimiento planteado en el marco conceptual en el primer capítulo. La población de interés son los restaurantes del distrito de Yanahuara, existiendo 45 restaurantes. Se llevó a cabo un muestreo por el método de conglomerado, calculando una muestra proporcional a los rubros de los restaurantes. Se consideraron cinco rubros: pescados y mariscos, parrilladas y grill; comida típica y criolla, pollerías y finalmente restaurantes de comida diaria o comúnmente llamados “menús”. La muestra fue de 21 restaurantes, con un nivel de confianza del 95%. Se encuestaron cuatro restaurantes del rubro cevicherías; tres restaurantes del rubro parrilladas y grill; ocho restaurantes del rubro comida típica y criolla; tres restaurantes del rubro pollerías; y tres restaurantes del rubro comida diaria o menú; encuestando en total a 21 restaurantes. En el análisis presentado se estableció una diferencia en la demanda de insumos de los restaurantes en un día particular, y en un día del fin de semana. Esto debido a que en el fin de semana, los restaurantes demandan mayor cantidad de insumos por el aumento de clientes que tienen. Con este capítulo se logra responder a las interrogantes planteadas sobre la existencia de una demanda de estos insumos, y sobre las cantidades demandadas de papa, cebolla y aceite.

Respecto a la demanda de papa, tras la investigación se encontró que los 21 restaurantes demandan en total, en un día particular, 544 kilogramos de papa aproximadamente; mientras que en un día del fin de semana, los 21 restaurantes demandan, en total, aproximadamente 764 kilogramos de papa. Más del 60% de los restaurantes encuestados se abastece de papa en los centros de abasto o comúnmente llamados mercados, y un 38% se abastece por medio de un distribuidor, que les distribuye la papa directamente del mercado, o en algunos casos les distribuyen papa picada pero procesada. La mayor frecuencia de comprar de papa es semanal, precisamente porque la mayoría de restaurantes se abastece en centros de abastos donde la adquieren por sacos. Los restaurantes demandan dos tipos de papas principalmente, un 38% demanda papa canchan, mientras que un 62% demandan papa única, esta diferencia de preferencias se explica porque la papa canchan es demandada por su calidad, y la papa única por su menor costo.

En cuanto a la demanda de cebolla, tras la investigación se encontró que los 21 restaurantes, demandan, en total, en un día particular 162 kilogramos de cebolla aproximadamente; mientras que en un día del fin de semana, los 21 restaurantes demandan, en total, aproximadamente 275 kilogramos de cebolla. Cerca del 60% se abastece de cebolla en los centros de abasto o comúnmente llamados mercados, mientras que un 19% se abastece por medio de un distribuidor, que por lo general, este distribuidor es algún vendedor del mercado “El Avelino” que les distribuye la cebolla en sacos. El porcentaje restante son restaurantes que no utilizan cebolla, como es el caso de las pollerías. La mayor frecuencia de comprar de papa es semanal, precisamente porque la mayoría de restaurantes se abastece en centros de abastos donde adquieren la cebolla por sacos.

Algunos restaurantes han tenido experiencia con algunos distribuidores. El 57,14% ha tenido alguna experiencia. No obstante, por lo general la distribución de papa y cebolla ha sido en sacos de 120 kilogramos de cada producto, y en menor cuantía se ha distribuido papa picada, que en su totalidad ha sido papa procesada, razón por la cual algunos restaurantes han decidido regresar a comprar papa en los mercados de abastos, ante la inconformidad con la papa procesada.

La papa y la cebolla son utilizadas por los restaurantes en diversas presentaciones. Un 14.3% del total de restaurantes encuestados demandan papa pelada y picada en cubitos, preferentemente para la preparación de guisos. El 100% de los restaurantes encuestados demandan papa en presentación “bastón”, demandando aproximadamente un total de 458 kilogramos de papa en esta presentación. El 62% del total de restaurantes encuestados demandan papa pelada entera. En el caso de la cebolla, el 33% del total de restaurantes encuestados demandan cebolla picada en cuadraditos pequeños para la preparación de sus guisos. El 14% del total de restaurantes encuestados demanda cebolla picada en trozos grandes para la preparación de sus platillos. Y el 85% del total de restaurantes encuestados demanda cebolla picada en corte hoja para la preparación de sus platillos.

En el segundo capítulo también se identificó y analizó la demanda de aceite. El aceite demandado por los restaurantes es el aceite CIL, en presentaciones de 18 litros o 20 litros, siendo adquiridas semanalmente y principalmente en centros de abastos o mercados (cerca del 60%). Los restaurantes de Yanahuara demandan en conjunto aproximadamente 577 litros de aceite semanalmente.

Finalmente, en el segundo capítulo se resaltó que a un 95,24% de los restaurantes encuestados, les gustaría adquirir y comprarían a una sola empresa que les distribuya todos estos insumos. Los

restaurantes resaltaron sobre la importancia de la calidad, salubridad y cumplimiento en la entrega de los productos. Así mismo, resaltaron en su mayoría que preferirían que una sola empresa les distribuya estos productos ya que eso les brinda facilidades en tiempo y organización al tener que tratar con un solo proveedor de todos estos insumos. Con todo ello, se logró determinar la existencia de una demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara, respecto a los insumos propuestos.

En el tercer capítulo, se analizó el entorno y se planteó la estrategia comercial a seguir. Dentro del análisis del entorno, se analizó al mercado proveedor, donde se señaló a los proveedores de nuestros insumos, siendo la Señora Ana María Corrales, la proveedora de la papa; el Señor Nicolás Núñez, el proveedor de la cebolla roja; y Distribuidora Katya S.R.L. la proveedora del aceite. Además se señaló que el pago a los proveedores será semanal.

En este capítulo también se analizó a las empresas competidoras. Donde se señaló que no existe en la actualidad un proveedor de cebolla picada, más sí algunos de papa picada. No obstante, estos proveedores de papa picada, distribuyen papa procesada, la cual es criticada por varios de los restaurantes. Así mismo, se señaló tiendas como tiendas minoristas Mass o mayoristas MAKRO como competidores en la venta de aceite. Sin embargo, los restaurantes prefieren adquirir este insumo en los “centros de abastos-mercados”. En este capítulo se señaló las ventajas y desventajas de cada uno de los competidores señalados.

Este tercer capítulo, también contiene la distribución del mercado. Aquí se señala la forma de distribución. En el proyecto, se planteó la distribución diaria de los insumos a cargo de la empresa, y es que esta es parte de nuestra estrategia comercial.

Dentro de la estrategia comercial se señaló las cuatro decisiones primordiales que debe considerar una empresa: producto, precio, promoción y distribución. En Producto, se señaló primeramente el nombre de la empresa “G&M Insumos”. Posteriormente, se señaló los tipos de papa y características de cada una de ellas, así como el tipo de cebolla y aceite utilizados por la empresa. Luego, se destacó los atributos de los productos de G&M Insumos, así como el envase y etiqueta de los mismos. En Precio, se señaló los precios de venta de cada uno de nuestros productos.

En Promoción, se señaló el nombre de la empresa: “G&M Insumos, así como el logo de la misma, el cual destaca la pronta distribución de los insumos. Así mismo, se consideró contar con una página en Facebook, donde se promocionen los productos y al mismo tiempo se señalen los

números de contacto con la empresa. Además, se consideró como parte de la promoción, la realización de visitas a empresas para promocionar nuestros productos.

En Distribución, se señala la distribución diaria de la papa y cebolla, y la distribución semanal del aceite. Así mismo, se presentaron los mapas de rutas de distribución, planteando tres rutas.

En el cuarto capítulo, se determinó la oferta para este proyecto, a partir de conocer la existencia de una demanda de los insumos. Los inversionistas estuvieron dispuestos a aportar de su dinero para iniciar el proyecto y a financiarse por medio de un préstamo a cinco años para la adquisición de una combi de carga. Una propuesta de financiamiento es por medio del Banco de Crédito, con un costo de financiamiento del 27%, incluyendo los costos por comisiones y requerimientos para obtener el crédito. Este es un préstamo de modalidad “microempresa”, y con él se pretende adquirir un vehículo de segundo uso para la distribución de los productos. Sin embargo, se propone otra modalidad de financiamiento, donde se obtenga un crédito vehicular con un costo de financiamiento de 13.99% anual para la adquisición de un vehículo nuevo. Se proponen las dos modalidades de financiamiento, y se analizan los beneficios y contrariedades de cada una de estas. Con todo ello se logró cubrir todas las salidas de dinero necesarias para empezar este proyecto.

Se estimó una inversión de largo plazo de 24 710.00 nuevos soles (incluido el IGV). Esta inversión permite el acondicionamiento de la combi y del local, así como la adquisición de todos los equipos necesarios para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa; y la adquisición de muebles necesarios para llevar a cabo la administración de este proyecto. Así mismo, se estimó una inversión anual en utensilios, depósitos y herramientas necesarios para el trabajo diario, y que por cuestión de eficiencia y salubridad serán renovados constantemente. También, a inicios del tercer año, se consideró un costo de 1806.86 nuevos soles para obtener las certificaciones sanitarias y la certificación de la Norma Técnica Peruana dada por INDECOPI, ya que esta es parte de nuestra estrategia para permanecer en el mercado. No obstante, se consideró la compra de una combi. La adquisición de una combi nueva tiene un costo de 49 488.00 nuevos soles, mientras que la adquisición de una combi de segundo uso tiene un costo de 19 000.00 nuevos soles. Ante ello se analizan ambas propuestas y escogió adquirir una combi nueva, ya que la empresa se dedicará a la distribución diaria de los productos, no pudiendo estar preocupada ante la posibilidad de algún desperfecto de la combi de segundo uso; y una combi nueva significa imagen y prestigio ante los clientes.

Se identificó el costo de cada uno de los insumos necesarios para cubrir la demanda de los restaurantes. Esta estimación de costos se obtuvo en base a proyecciones a partir de datos históricos de los costos al por mayor de los insumos. Además, se identificó los gastos por ventas (combustible, marketing y publicidad); así como los gastos por administración (alquiler del local, gasto por servicios, útiles de oficina y de aseo).

El límite de oferta se determinó por la inversión de los inversionistas, y por las ventajas competitivas del producto. Los inversionistas están dispuestos a aportar el 49 335.86 nuevos soles, y la diferencia será financiada por medio del Banco de Crédito. Las ventajas competitivas son la distribución diaria de los productos; la adquisición de las certificaciones sanitarias y la certificación de la Norma Técnica Alimentaria; el establecimiento de pre-contratos con los restaurantes donde se acuerde los productos a abastecer, la calidad, la frecuencia con la que se abastecerá, la modalidad de pago, y el precio a ser respetado por el periodo del contrato.

Se elaboraron presupuestos para la determinación de la viabilidad económica de la oferta de insumos, elaborando presupuestos mensuales para el primer año en una primera etapa, para poder analizar y determinar a mayor detalle la proyección de ventas, costos y gastos; y posteriormente se elaboraron presupuestos anuales para los cinco años de este estudio.

Se proyectaron los ingresos, seleccionado siete restaurantes, en los que se iniciarían las ventas. Se seleccionaron estos restaurantes porque se mantiene relación familiar y/o de amistad, mostraron su optimismo ante la propuesta; y porque actualmente no existe empresa alguna que les distribuya estos productos. Los restaurantes seleccionados son Nuestra Picantería, Sillustani, La Cau Cau II, El Sulú, Don Pollo; Mister Pollo y Manos Peruanas. Estos restaurantes en conjunto demanda al mes 6644 kilogramos de papa en presentación bastón; 3284 kilogramos de papa entera; 1456 kilogramos de cebolla corte hoja o pluma; 672 kilogramos de cebolla picada en cuadraditos; y 1332 litros de aceite. Para poder convencer a los restaurantes de adquirir nuestro producto y sobretodo lograr la fidelización de los mismos se aplican las estrategias mencionadas en párrafos anteriores. A partir de esta proyección, se elaboró el presupuesto mensual de ventas y posteriormente el de ingresos, ya que este último considera las ventas al crédito, ya que se otorga a los restaurantes, un crédito de una semana para la cancelación de sus compras.

Se elaboraron los presupuestos de costos. Se elaboró el presupuesto de compras en base a la cantidad de insumos demandados. También se elaboró el presupuesto de mano de obra, donde se estimó los requerimientos iniciales de mano de obra, tres personas para la mano de obra directa, encargada del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas; y una persona para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos. Se estimaron estos costos en base al régimen laboral para la microempresa. Así mismo se estimó los gastos indirectos de fabricación, considerando bolsas de polietileno para el empaque de los productos, gastos de luz y agua utilizada en los insumos, y se consideró el gasto por mantenimiento de la maquinaria. A partir de estos presupuestos se elaboró el presupuesto de costo de ventas.

Se calculó el presupuesto de capital de trabajo neto y cambios en el capital de trabajo neto. El capital de trabajo neto es el capital con que cuenta la empresa para trabajar y para operar en el corto plazo. Para su estimación se consideró las cuentas por cobrar, cuentas por pagar, e inventario. Se consideró un inventario de un día para cubrir imprevistos, y un día adicional como parte del plan de contingencia, teniendo en total dos días de inventarios. Así mismo se estimó que el pago de los clientes cada siete días, y se consideró dos días adicionales como parte del plan de contingencia. Los cambios en el capital de trabajo neto mostraron cuanto debe aumentar el capital de trabajo neto de un periodo a otro para poder cubrir los requerimientos de producción.

Se estimaron los presupuestos de gastos de administración y de ventas, como parte de los gastos operativos.

Se elaboró dos presupuestos de financiamiento, considerando ambas alternativas mencionadas anteriormente. Ambas modalidades consideran financiamiento por cinco años, pagando cuotas mensuales.

Se estimó el IGV e Impuesto a la Renta a pagar. El presupuesto de IGV consideró tanto el IGV de ingresos como de egresos. Para el cálculo del impuesto a la renta a pagar, este se estimó como el 28% de las utilidades antes de impuestos, pues la empresa se encuentra bajo el Régimen General.

A partir de todos los presupuestos mensuales, se calculó el flujo de caja para cada mes, que refleja las entradas y salidas de dinero en cada mes.

Posteriormente, se estimaron los presupuestos anuales, considerando cinco años.

Se elaboró el presupuesto de ventas, considerando una variación de ventas de un año al otro. La proyección del crecimiento de ventas, se realizó en base al crecimiento esperado del sector restaurantes y hoteles en la ciudad de Arequipa. En el 2016, las ventas se incrementan en 5.5%, en el 2017 el incremento es de 6.4%, en el 2018 se incrementan en 7.2%; y finalmente en el 2019, el incremento es de 8.1%. Este incremento de ventas se puede producir ante el incremento del número de restaurantes a los cuales se abastece todos estos insumos, y/o por un incremento de ventas de los restaurantes a los que se abastece inicialmente, que se traduce en un incremento de nuestras ventas. Y es que la empresa empieza a hacerse más conocida en el mercado, obteniendo una buena reputación producto de la satisfacción de sus clientes, y de las constantes visitas a sus clientes con el fin de estar pendiente de sus requerimientos y necesidades. Además la empresa adquiere la Norma Técnica Sanitaria, que brinda mayor confianza a los clientes. A partir de esto, se elaboró también el presupuesto de ingresos, considerando la diferencia entre las ventas al crédito y al contado.

Así mismo, se elaboraron los presupuestos de costos. Se elaboró el presupuesto de compras en base a la cantidad de insumos demandados. Para ello se consideró el crecimiento del nivel de ventas de un año a otro, que genera a su vez un aumento en las compras. También se elaboró el presupuesto de mano de obra, y dado el incremento en las ventas, se incrementó también la mano de obra necesaria para satisfacer estos requerimientos. Para el primer año, se consideró tres personas para mano de obra directa y una persona para mano de obra indirecta; para el segundo año, se consideró cuatro personas para mano de obra directa y una persona para mano de obra indirecta; para el tercer año, se consideró cinco personas para mano de obra directa y dos personas para mano de obra indirecta; para el cuarto año, se consideró seis personas para mano de obra directa y dos personas para mano de obra indirecta; y para el quinto año, se consideró siete personas para mano de obra directa y dos personas para mano de obra indirecta. Así mismo, se estimó el presupuesto de remuneraciones, considerando un administrador, un jefe de logística y un distribuidor, bajo el régimen laboral de la ley de la microempresa. Dentro de costos se estimó los gastos indirectos de fabricación para cada año. El presupuesto de costo de ventas anual, refleja las compras de materias primas, la mano de obra directa e indirecta y los gastos indirectos de fabricación para cada año.

Posteriormente se elaboraron los presupuestos anuales de gastos de ventas y administración.

A lo largo de estos cinco años, fue necesario considerar la adquisición de más maquinarias. Esto debido al incremento de las ventas. Para el segundo año, se adquirió una cortadora de papa adicional; la renovación de los cuchillos y adquisición de dos cuchillos adicionales; se adquirió 5 depósitos adicionales para la papa y cebolla; además de una tabla de picar adicional. Para el tercer año, se adquirió una congeladora adicional; una cortadora de papas adicional; una peladora de papas adicional; la renovación de los cuchillos y adquisición de dos cuchillos adicionales; se renovó los depósitos de papa y cebolla, así como las tablas de picar compradas en el primer año. Para el cuarto año, se adquirió una cortadora de papas adicional; se renovó los cuchillos y compró un cuchillo adicional; se renovó los depósitos de papa y cebolla, así como las tablas de picar adquiridas en el segundo año. Para el quinto año, se adquirió una cortadora de papas adicional; se renovó los cuchillos y compró un cuchillo adicional; se renovó los depósitos de papa y cebolla, así como las tablas de picar.

Se estimó el presupuesto de cambios en el capital de trabajo neto que reflejó cuánto debe aumentar el capital de trabajo neto de un periodo a otro para poder cubrir los requerimientos de producción.

Se calculó el IGV e Impuesto a la Renta a pagar. El presupuesto de IGV consideró tanto el IGV de ingresos como de egresos. Para el cálculo del impuesto a la renta a pagar, este se estimó como el 28% de las utilidades antes de impuestos, pues la empresa se encuentra bajo el Régimen General.

Finalmente, a partir de los presupuestos anuales, se realizó el flujo de caja anual. El cual refleja las entradas y salidas de dinero que se producen en los cinco años. Previo a iniciar el proyecto se requiere una inversión total de 55 087.32 nuevos soles si se considera la adquisición de una combi de segundo uso; en el primer año se obtiene un flujo de 48 827.16 nuevos soles; en el segundo año el flujo estimado es de 46 113.38 nuevos soles; para el tercer año es de 37 758.83 nuevos soles; para el cuarto año es de 51 289.86 nuevos soles; y para el quinto año es de 58 868.70 nuevos soles, y en la liquidación del quinto año se obtiene un flujo de 13 157.80 nuevos soles. No obstante, si se considera la adquisición de la combi nueva, previo a iniciar el proyecto se requiere una inversión total de 83 977.46 nuevos soles; en el primer año se obtiene un flujo de 51 593.17 nuevos soles; en el segundo año el flujo estimado es de 44 719.90 nuevos soles; para el tercer año es de 38 996.91 nuevos soles; para el cuarto año es de 49 607.37 nuevos soles; y para el quinto año es de 56 957.40 nuevos soles, y en la liquidación del quinto año se obtiene un flujo de 13 157.80 nuevos soles.

En el cuarto capítulo se llevó a cabo la evaluación del proyecto a partir de los flujos anuales obtenidos. Para estimar el Valor Actual Neto, considerando la adquisición de la combi de segundo uso; se determinó el Costo Promedio Ponderado de Capital (24.79%), a partir del costo de capital (27.60%), y el costo de financiamiento (27%). Al considerar la adquisición de una combi de segundo uso se obtuvo un Valor Actual Neto Económico de 84 611.79 nuevos soles; y un Valor Actual Neto Financiero de 97 042.33 nuevos soles. No obstante, si bien el VAN es el indicador determinante de la viabilidad de un proyecto, también se estimaron otros indicadores.

Para el análisis económico, la TIR es de 92.92%; el PRI es de 10 meses con 10 días; el PRID es de 13 meses con 10 días; el Beneficio/Costo es de 2.54 y un EVA de 33 473 nuevos soles; mientras que para el análisis financiero, la TIR es de 129.68%; el PRI es de 8 meses con 21 días; el PRID es de 10 meses con 24 días; y el Beneficio/Costo es de 3.69.

No obstante, al estimar el Valor Actual Neto, considerando la adquisición de la combi nueva; se determinó el Costo Promedio Ponderado de Capital (20.44%), a partir del costo de capital (27.72%), y el costo de financiamiento (13.99%). Al considerar la adquisición de una combi nueva se obtuvo un Valor Actual Neto Económico de 63 870.73 nuevos soles; y un Valor Actual Neto Financiero de 97 897.45 nuevos soles. No obstante, si bien el VAN es el indicador determinante de la viabilidad de un proyecto, también se estimaron otros indicadores.

Para el análisis económico, la TIR es de 62.12%; el PRI es de 16 meses con 21 días; el PRID es de 25 meses, con 28 días; el Beneficio/Costo es de 1.76 y un EVA de 63 211 nuevos soles; mientras que para el análisis financiero, la TIR es de 95.13%; el PRI es de 11 meses con 12 días; el PRID es de 10 meses con 28 días y el Beneficio/Costo es de 2.98.

Así mismo, se calculó el punto de equilibrio del primer año para cada uno de los productos, esto quiere decir, el nivel de ventas mínimo que debe tener la empresa en cada uno de los productos para no incurrir en pérdidas. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa corte bastón de tipo canchan es de 21 963.88 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 10360.32 kilogramos. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa corte bastón de tipo única es de 30 992.82 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 15 496.41 kilogramos. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa pelada entera es 26 246.67 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este

producto es de 13 599.31 kilogramos. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de cebolla corte hoja es de 13 637.53 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 7576.41 kilogramos. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de cebolla picada en cuadraditos es de 10 693.49 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 5 483.84 kilogramos. El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de aceite es de 37 381.13 nuevos soles; y el Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 7351 litros. Dado ello, se pudo determinar que con la demanda y el nivel de ventas estimados para la empresa, se superan todos estos puntos de equilibrio.

Finalmente, en este estudio se calculó la sensibilidad del proyecto ante una disminución o aumento del 25% de los costos de los insumos utilizados.

En el escenario de la adquisición de una combi de segundo uso; si el precio de la papa canchan se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 72 421.45 nuevos soles y un VANF de 84 112.73 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 96 803.18 nuevos soles y un VANF de 109 972.98 nuevos soles. Si el precio de la papa única se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 53 610.64 nuevos soles y un VANF de 64 158.57 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 115 619.81 nuevos soles y un VANF de 129 932.90 nuevos soles. Si el precio de la cebolla roja se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 77028.48 nuevos soles y un VANF de 89 000.48 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 92 195.50 nuevos soles y un VANF de 105 084.58 nuevos soles. Si el precio del aceite se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 49 985.37 nuevos soles y un VANF de 60 304.61 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 119 246.82 nuevos soles y un VANF de 133 788.61 nuevos soles.

En el escenario de la adquisición de una combi de nueva; si el precio de la papa canchan se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 51 709.23 nuevos soles y un VANF de 83 669.83 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 76 033.28 nuevos soles y un VANF de 112 126.11 nuevos soles. Si el precio de la papa única se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 32 943.02 nuevos soles y un VANF de 61 707.90 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 94 805.31 nuevos soles y un VANF de 134 093.74 nuevos soles. Si el precio de la cebolla roja se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 56 305.31 nuevos soles y un VANF de 89 050.62 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 71

436.55 nuevos soles y un VANF de 16 744.68 nuevos soles. Si el precio del aceite se incrementa en 25%, se obtiene un VANE de 29 326.67 nuevos soles y un VANF de 57 451.41 nuevos soles; pero si disminuye en 25%, se obtiene un VANE de 98 423.40 nuevos soles y un VANF de 138 351.98 nuevos soles.

A partir de toda la investigación que se realizó, se logró comprobar la hipótesis, al demostrar la existencia de una demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara, la cual se determinó por medio de la investigación primaria que se llevó a cabo encuestando y entrevistando a los administradores y dueños de los restaurantes; y al determinar que la oferta de dichos insumos es viable económica y financieramente, lo cual se logró por medio del cálculo del Valor Actual Neto, tanto Económico como Financiero. El Valor Actual Neto se estimó a partir de los flujos futuros esperados, en base a los presupuestos calculados. De este modo, la hipótesis ha sido comprobada.



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO	67
TABLA 2: RESTAURANTES DEL RUBRO DE PESCADOS Y MARISCOS	70
TABLA 3: RESTAURANTES DEL RUBRO DE PARRILLADAS Y GRILL.....	71
TABLA 4: RESTAURANTES DEL RUBRO DE COMIDA TÍPICA Y CRIOLLA.....	71
TABLA 5: RESTAURANTES DEL RUBRO DE POLLERÍAS	72
TABLA 6: RESTAURANTES DEL RUBRO DE COMIDA DIARIA.....	73
TABLA 7: RUBRO DE RESTAURANTES	73
TABLA 8: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES EN UN DÍA PARTICULAR.....	75
TABLA 9: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA DEL FIN DE SEMANA.....	77
TABLA 10: TIPO DE PAPA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES	78
TABLA 11: MODO DE ABASTECIMIENTO DE PAPA.....	79
TABLA 12: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE PAPAS	80
TABLA 13: FRECUENCIA DE COMPRA DE LA PAPA	81
TABLA 14: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA	82
TABLA 15: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA PARTICULAR.....	84
TABLA 16: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA DEL FIN DE SEMANA.....	86
TABLA 17: TIPO DE CEBOLLA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES	87
TABLA 18: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE CEBOLLA	89
TABLA 19: FRECUENCIA DE COMPRA DE CEBOLLA.....	90
TABLA 20: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE CEBOLLA	91
TABLA 21: RESTAURANTES QUE HAN TENIDO EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR	93
TABLA 22: NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR CON EL QUE TUVO EXPERIENCIA	94
TABLA 23: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA EN CUBITOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	95

TABLA 24: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA PARA FRITURA (BASTÓN) QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	97
TABLA 25: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA ENTERA UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	98
TABLA 26: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN CUDRADITOS PEQUEÑOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	99
TABLA 27: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN TROZOS GRANDES, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	100
TABLA 28: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA CORTE HOJA, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	101
TABLA 29: RESTAURANTES QUE UTILIZAN ACEITE	103
TABLA 30: LITROS DE ACEITE QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A LA SEMANA.....	104
TABLA 31: FRECUENCIA DE COMPRA DE ACEITE.....	105
TABLA 32: PREFERENCIA POR UNA EMPRESA QUE LES DISTRIBUYA TODOS LOS INSUMOS ANTERIORMENTE MENCIONADOS	106
TABLA 33: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 1.....	131
TABLA 34: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 2.....	131
TABLA 35: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 3.....	131
TABLA 36: INVERSIÓN INICIAL EN ACTIVO FIJO EN NUEVOS SOLES	137
TABLA 37: PRESUPUESTO DE GASTOS DE APERTURA Y LICENCIA	139
TABLA 38: INVERSIÓN EN ACONDICIONAMIENTO EN NUEVOS SOLES	140
TABLA 39: INVERSIÓN ANUAL EN NUEVOS SOLES	141
TABLA 40: INVERSIÓN SEMESTRAL EN UTILES DE ASEO	142
TABLA 41: GASTOS DE CERTIFICACIÓN – SALUBRIDAD.....	149
TABLA 42: CARNÉS DE SANIDAD POR CADA AÑO.....	150
TABLA 43: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVO SOLES	150
TABLA 44: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	151
TABLA 45: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES	151
TABLA 46: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	152

TABLA 47: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL QUINTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	152
TABLA 48: PRECIO DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	154
TABLA 49: PRECIO ANUAL DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	156
TABLA 50: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	156
TABLA 51: PRECIO MENSUALES DE LA PAPA UNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	157
TABLA 52: PRECIO PROMEDIO ANUAL DE LA PAPA ÚNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	159
TABLA 53: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA PAPA UNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	160
TABLA 54: PRECIO MENSUALES DE LA CEBOLLA ROJA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	160
TABLA 55: PRECIO PROMEDIO ANUAL DE LA CEBOLLA ROJA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	162
TABLA 56: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA CEBOLLA ROJA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	163
TABLA 57: 58PRECIO MENSUALES DEL ACEITE CIL POR LITRO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	164
TABLA 59: PRECIO PROMEDIO ANUAL DEL ACEITE CIL POR LITRO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	166
TABLA 60: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DEL ACEITE CIL POR LITRO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA	166
TABLA 61: LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	168
TABLA 62: DEMANDA DE LOS RESTAURANTES SELECCIONADOS PARA DISTRIBUIR LA PAPA Y CEBOLLA, EN KILOGRAMOS	175
TABLA 63: DEMANDA DIARIA POR RESTAURANTE, DE PAPA BASTÓN, PAPA PELADA ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS, EN KILOGRAMOS	176

TABLA 64: DEMANDA SEMANAL Y MENSUAL POR RESTAURANTE, DE PAPA BASTÓN, PAPA PELADA ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS, EN KILOGRAMOS	178
TABLA 65: DEMANDA SEMANAL DE ACEITE POR RESTAURANTE, EN KILOGRAMOS	179
TABLA 66: DEMANDA MENSUAL DE ACEITE POR RESTAURANTE, EN LITROS.....	180
TABLA 67: PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUALES EN NUEVOS SOLES	182
TABLA 68: PRESUPUESTO DE INGRESOS MENSUALES EN NUEVOS SOLES.....	185
TABLA 69: PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS DE PAPA Y CEBOLA, EN KILOGRAMOS	187
TABLA 70: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DE ACEITE EN LITROS	188
TABLA 71: PRESUPUESTO DE COMPRAS DE INSUMOS POR KILOGRAMOS EN NUEVOS SOLES.....	189
TABLA 72: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA EN NUEVOS SOLES	190
TABLA 73: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE ENERO A MARZO, EN NUEVOS SOLES	191
TABLA 74: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS MENSUAL EN NUEVOS SOLES.....	193
TABLA 75: PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUAL EN NUEVOS SOLES	194
TABLA 76: UTILES DE ASEO MENSUAL EN NUEVOS SOLES	195
TABLA 77: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS MENSUAL, EN NUEVOS SOLES	196
TABLA 78: PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS, EN NUEVOS SOLES	197
TABLA 79: PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTO DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES.....	199
TABLA 80: PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTO DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES	202
TABLA 81: PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE LARGO PLAZO, EN NUEVOS SOLES.....	204
TABLA 82: TASA ACTIVA ANUAL DEL BANCO DE CREDITO DEL PERU	208
TABLA 83: TASA EFECTIVA ANUAL REAJUSTABLE	208
TABLA 84: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL PRIMER AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES	210

TABLA 85: TABLA FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL SEGUNDO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES	210
TABLA 86: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL TERCER AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES	211
TABLA 87: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL CUARTO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES	211
TABLA 88: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL QUINTO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES	212
TABLA 89: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	214
TABLA 90: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES	214
TABLA 91: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES	215
TABLA 92: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	215
TABLA 93: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL QUINTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	216
TABLA 94: FINANCIAMIENTO DE UNA COMBI A TRAVÉS DE LEASING	217
TABLA 95: FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE LEASING	218
TABLA 96: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO DE SEGUNDO USO) EN NUEVOS SOLES	220
TABLA 97: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO NUEVO) EN NUEVOS SOLES.....	221
TABLA 98: PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES	223
TABLA 99: PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES.....	224
TABLA 100: CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL, EN NUEVOS SOLES	225

TABLA 101: CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL, EN NUEVOS SOLES	227
TABLA 102: ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES.....	228
TABLA 103: ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES	231
TABLA 104: FLUJO DE CAJA MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES.....	234
TABLA 105: FLUJO DE CAJA MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES	237
TABLA 106: PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS	238
TABLA 107: PRESUPUESTO DE VENTAS ANUALES EN NUEVOS SOLES.....	239
TABLA 108: PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR RESTAURANTES Y HOTELES DE LA CIUDAD DE AREQUIPA (en porcentaje).	241
TABLA 109: PRESUPUESTO DE INGRESOS EN NUEVOS SOLES.....	243
TABLA 110: PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS PARA PAPA BASTÓN, PAPA PELADA Y ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS; EN KILOGRAMOS	245
TABLA 111: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA PARA ACEITE EN LITROS	246
TABLA 112: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES	247
TABLA 113: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES PARA EL PRIMER AÑO	249
TABLA 114: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES PARA EL SEGUNDO AÑO ...	249
TABLA 115: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 3	250
TABLA 116: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 4	250
TABLA 117: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 5	251
TABLA 118: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES	252
TABLA 119: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	252
TABLA 120: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES	253
TABLA 121: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	254

TABLA 122: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL QUINTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	254
TABLA 123: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN EN NUEVOS SOLES	255
TABLA 124: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI USADA	256
TABLA 125: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	257
TABLA 126: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	258
TABLA 127: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	259
TABLA 128: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	260
TABLA 129: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	261
TABLA 130: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES.....	261
TABLA 131: PRESUPUESTOS DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN ANUAL (NUEVOS SOLES) ...	262
TABLA 132: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS ANUAL	263
TABLA 133: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS ANUAL	264
TABLA 134: PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS EN NUEVOS SOLES	265
TABLA 135: PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE LARGO PLAZO, EN NUEVOS SOLES.....	266
TABLA 136: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES	267
TABLA 137: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES	268
TABLA 138: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES	269
TABLA 139: PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES ...	270
TABLA 140: PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EL QUINTO AÑO, EN NUEVOS SOLES	271
TABLA 141: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES	272

TABLA 142: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES	273
TABLA 143: PRESUPUESTO DE IGV ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES	274
TABLA 144: PRESUPUESTO DE IGV ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES	275
TABLA 145: PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO ANUAL EN NUEVOS SOLES	276
TABLA 146: CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	277
TABLA 147: PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO EN NUEVOS SOLES	278
TABLA 148: PRESUPUESTO COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS SOLES	281
TABLA 149: ESTADO DE RESULTADOS ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES	284
TABLA 150: ESTADO DE RESULTADOS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS SOLES	285
TABLA 151: FLUJO DE CAJA ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES	287
TABLA 152: FLUJO DE CAJA ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES	289
TABLA 153: FLUJO DE CAJA ANUAL CON CRECIMIENTO ANUAL CONSTANTE DE VENTAS DEL 5%	291
TABLA 154: DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	294
TABLA 155: CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD ESPERADA	295
TABLA 156: DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	296
TABLA 157: CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD ESPERADA	297
TABLA 158: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	298
TABLA 159: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	299
TABLA 160: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN FINANCIERO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	300

TABLA 161: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN FINANCIERO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	301
TABLA 162: TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	302
TABLA 163: TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	303
TABLA 164: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MESES)	304
TABLA 165: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA (MESES)	305
TABLA 166: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MESES)	306
TABLA 167: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA (MESES)	306
TABLA 168: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	307
TABLA 169: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	308
TABLA 170: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO	308
TABLA 171: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA	309
TABLA 172: DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	311
TABLA 173: DISTRIBUCIÓN DEL COSTO FIJO	312
TABLA 174: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON CANCHAN	314
TABLA 175: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON UNICA	315
TABLA 176: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA PELADA ENTERA UNICA	316
TABLA 177: PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA CORTE HOJA	317
TABLA 178: PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	318
TABLA 179: PUNTO DE EQUILIBRIO LITROS DE ACEITE	319
TABLA 180: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHÁN	320

TABLA 181: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHÁN.....	321
TABLA 182: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA.....	321
TABLA 183: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA.....	322
TABLA 184: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA	323
TABLA 185: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA	323
TABLA 186: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE.....	324
TABLA 187: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE.....	324
TABLA 188: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHAN.....	325
TABLA 189: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHAN.....	326
TABLA 190: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA.....	326
TABLA 191: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA.....	327
TABLA 192: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA ROJA	327
TABLA 193: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA ROJA	328
TABLA 194: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE.....	328
TABLA 195: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE.....	329

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: RUBRO DE RESTAURANTES	74
FIGURA 2: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA PARTICULAR	76
FIGURA 3: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA DE FIN DE SEMANA	77
FIGURA 4: MODO DE ABASTECIMIENTO DE PAPA	79
FIGURA 5: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE PAPA.....	80
FIGURA 6: FRECUENCIA DE COMPRA DE LA PAPA.....	81
FIGURA 7: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA.....	82
FIGURA 8: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA PARTICULAR	85
FIGURA 9: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA DE FIN DE SEMANA	86
FIGURA 10: MODO DE ABASTECIMIENTO DE LA CEBOLLA	88
FIGURA 11: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE LA CEBOLLA.....	89
FIGURA 12: FRECUENCIA DE COMPRA DE CEBOLLA	90
FIGURA 13: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE CEBOLLA.....	92
FIGURA 14: RESTAURANTES QUE HAN TENIDO EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR	93
FIGURA 15: NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR CON EL QUE TUVO EXPERIENCIA	94
FIGURA 16: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA EN CUBITOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	96
FIGURA 17: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA PARA FRITURA (BASTÓN) QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	97
FIGURA 18: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA ENTERA UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	98
FIGURA 19: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN CUDRADITOS PEQUEÑOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO	99
FIGURA 20: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN TROZOS GRANDES, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	100

FIGURA 21: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA CORTE HOJA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES A DIARIO	101
FIGURA 22: RESTAURANTES QUE UTILIZAN ACEITE	103
FIGURA 23: LITROS DE ACEITE QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A LA SEMANA	105
FIGURA 24: ¿LES GUSTARÍA, PREFERIRÍAN Y COMPRARÍAN A UNA EMPRESA QUE DISTRIBUYA TODOS ESTOS INSUMOS?.....	107
FIGURA 25: ESTACIONALIDAD DE LA VARIEDAD DE PAPA ÚNICA	120
FIGURA 26: ESTACIONALIDAD DEL CULTIVO DE LA CEBOLLA ROJA.....	122
FIGURA 27: LOGO DE LA EMPRESA.....	126
FIGURA 28: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 1	128
FIGURA 29: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 2	129
FIGURA 30: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 3.....	130
FIGURA 31: PROCESO DE CERTIFICACIÓN - INDECOPI	146



ÍNDICE DE SIGLAS

B/C:	Relación Beneficio Costo
C.F.:	Costo Fijo
C O K:	Costo de Capital
C.T.:	Costo Total
CTS:	Compensación por Tiempo de Servicio
C.V.:	Costo Variable
EVA:	Valor Económico Agregado
i:	Tasa de Interés
IGV:	Impuesto General a las Ventas
INEI:	Instituto Nacional de estadística e Informática
CPPC:	Costo Promedio Ponderado de Capital
P.E.:	Punto de Equilibrio
PRI:	Periodo de Recuperación de la Inversión
PRID:	Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado
SIS:	Seguro Integral de Salud
TIR:	Tasa Interna de Retorno
TIRE:	Tasa Interna de Retorno Económica
TIRF:	Tasa Interna de Retorno Financiera
UIT:	Unidad Impositiva Tributaria
V.T.:	Ventas Totales
VA:	Valor Actual
VAN:	Valor Actual Neto
VANE:	Valor Actual Neto Económico
VANF:	Valor Actual Neto Financiero

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Plan de Tesis.....	346
ANEXO 2: Encuesta para Restaurantes.....	387



CAPÍTULO I

TERMINOLOGÍA, MARCO CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se define primeramente la terminología y algunos conceptos utilizados durante el desarrollo de toda la tesis.

Así también, en este capítulo se desarrolló las diferentes metodologías para el levantamiento de información, describiendo cada una y detallando sus ventajas y desventajas.

Además, en el capítulo se detallan los diversos criterios para la evaluación de un proyecto, desarrollando cada uno de ellos y determinando cuál es el criterio más significativo y preciso para la evaluación del proyecto.

Finalmente, este capítulo contiene algunas investigaciones realizadas anteriormente sobre papa, cebolla y especerías.

1.1. TERMINOLOGÍA:

A continuación se presenta la lista de términos utilizados durante el desarrollo de esta tesis, para una mejor comprensión de la misma. Cada uno de los términos y definiciones están ordenadas en orden alfabético.

- **Aceite:**

El aceite “es una grasa vegetal que se forma en pequeñas gotas en el interior de las células de la oliva”. Es necesario que el aceite se someta a dos etapas para poder ser apto al consumo. La primera etapa, consiste en la extracción a través de la trituración de la oliva,

prensado para exprimir el aceite. La segunda etapa, consiste en el refinado para eliminar las impurezas del aceite (Directo del Campo.com s.f.).

- **Actividad Económica:**

La actividad económica es “toda acción humana dirigida a la creación de valor, en la forma de bienes y servicios, que se aplicarán a la satisfacción de necesidades” (Eumed.Net s.f.).

- **Cebolla:**

Características:

La Dirección General de Competitividad Agraria-DGCA (2013), afirma: “La cebolla arequipeña (cebolla roja), posee una forma globosa, esférica o elipsoidal; su tamaño y peso oscila entre los 3 y 12 cm, pesando entre 100 y 250 gramos cada una. Posee un color rojo violáceo, rojo intenso o violáceo. Su sabor en general es picante, según la variedad también hay algunas que son dulces”.

Producción:

Según la Dirección General de Competitividad Agraria-DGCA (2013), “al año 2012 Arequipa mantiene la mayor superficie cosechada a nivel nacional con 9,564 hectáreas y un crecimiento de 9.7% con respecto al año anterior”.

No obstante, según la Síntesis Económica de Arequipa – Noviembre 2013, la producción de cebolla para el año 2012, entre los meses de enero a noviembre, fue de 402665 toneladas métricas, mientras que para el 2013 disminuyó a 380586 toneladas métricas, lo cual se debió a la caída de su precio en 55,6% (BCRP 2013).

Beneficios:

Jair Paredes Ramírez (2013) considera que los nutrientes de la cebolla hacen de ella un vegetal altamente valorado, pues posee bajo nivel de calorías, y un alto nivel de agua, fibras, vitaminas y minerales. “La cebolla contiene esencias sulfurosas volátiles que le otorgan su sabor picante característico”.

La cebolla permite el correcto funcionamiento del organismo, y además es rica en antioxidantes. Además gracias a su aporte de folatos, ayuda en la producción de glóbulos blancos y rojos.

Esta es una verdura muy sana y alimenticia, que además posee muchos poderes medicinales. “Por su contenido de vitaminas A, B, C y E se convierte en un gran revitalizador de nuestro organismo, y por su alto contenido en vitamina C es un potenciador natural de las defensas del cuerpo”.

Esta verdura se consume de diferentes maneras y en diferentes platillos. Puede consumirse cruda o cocinada, y es además usada en el aderezo de los platillos.

- **Demanda:**

Según Paul Krugman (s.f.) la demanda es “la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor, demanda individual, o por el conjunto de consumidores, demanda total o de mercado, en un momento determinado”.

- **Distribución:**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (s.f.), distribución es definida como “reparto de un producto a los locales”.

- **Equilibrio Del Mercado:**

Samuelson y Nordhaus (2010) afirman que el equilibrio de mercado es “una situación hipotética que supone una interacción estable entre oferta y demanda, en función del grado de competencia existente”.

Además estos autores añaden que esto ocurre cuando la cantidad demandada de un artículo o bien, es igualada a la cantidad que se ofrece de dicho bien en el mercado en un período de tiempo. “El equilibrio se presenta en la intersección de las curvas de demanda y oferta agregadas del mercado donde se encuentran a un mismo nivel de precio”.

- **Factibilidad:**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (s.f.) factibilidad es la “cualidad o

condición de factible”. Término que se define como: “que se puede hacer”.

- **Flujo De Caja:**

“El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos; si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos” (De Gerencia 2013).

- **Libre Mercado:**

“El libre mercado surge cuando el precio de los bienes o servicios es “acordado por el consentimiento entre los vendedores y los consumidores, mediante las leyes de la oferta y la demanda”. Para ello es necesaria la presencia de la libre competencia, y que las operaciones se realicen de manera voluntaria. (Chile Tributa 2013).

- **Mercado Objetivo:**

Es el sector de la población al que está dirigido un bien. “Es el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad” (American Marketing Association s.f.).

Philip Kotler (2001) lo define como “la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar”.

- **Oferta:**

Según Paul Krugman (s.f.) la oferta “es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado”.

- **Papa:**

Características:

La papa es un tubérculo originario de los altos andes de América del Sur. Su nombre científico es: *Solanum tuberosum*. Se encuentra dentro de los cuatro productos alimenticios más importantes del mundo, junto al arroz, al trigo y al maíz. Aproximadamente en el mundo existen 5,000 variedades de este tubérculo, de los cuales en el Perú se cultivan 3000 de estos (Comida Peruana s.f).

Producción:

Según la Síntesis Económica de Arequipa del BCRP Febrero 2014, el cultivo de papa en la ciudad de Arequipa se vio incrementado en un 45.5% en comparación con el año 2013, ocupando aproximadamente 2966 hectáreas de la campiña y de las zonas altas para su cultivo; debido a la alta demanda de este producto tanto por las familias como por nuevos centros de servicios alimentarios (restaurantes y concesionarios). El total de papas cosechadas hasta febrero de este año fue de 11 641 toneladas.

Beneficios:

Según la página web Vivir Sanos (s.f), la papa cuenta con estupendos beneficios, como por ejemplo, permite una estupenda digestión: pues cuenta con un alto contenido de fibra y es de fácil digestión. Así también, fortalece el sistema inmune: pues tiene un importante contenido de vitamina C, el cual ayuda que se fortalezca nuestro sistema inmunitario y nos proteja mejor de bacterias y diversas enfermedades. También ayuda a un mejor movimiento de la sangre, ya que su contenido en vitamina B permite la fabricación de nuevos glóbulos rojos los cuales aceleran el movimiento de la sangre, evitando así la aparición de coágulos. Además la papa es una increíble fuente de potasio, el cual ayuda a que el crecimiento muscular sea óptimo, también se ocupa de que el sistema nervioso esté en perfecto estado y relajado. El potasio, ayuda a fabricar varias proteínas que son vitales para nuestro organismo y colabora con las funciones del sistema nervioso.

- **Precio De Mercado:**

Es aquel precio que se fija por libre oferta y demanda.

- **Restaurante:**

Se entiende por restaurante al “establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local” (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española s.f).

- **Valor Actual Neto:**

Según Sapag Chain (2000), el Valor Actual Neto es “la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”.

“El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión”. Para su cálculo es necesario descontar al valor presente (mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros y determinar la equivalencia en el periodo cero de los flujos de efectivo futuros que son generados en un proyecto; posteriormente se debe descontar la inversión inicial (Barrachina 2010).

- **Valor Agregado:**

El valor agregado es una característica o peculiaridad extra que se le da a un bien o servicio, para lograr darle mayor valor comercial. Casi siempre esta característica o peculiaridad es poco común, o poco usada anteriormente, de tal manera que le brinda al negocio cierta diferenciación” (Rojas M. 2013).

- **Viabilidad:**

Según Baca (s.f.), “viabilidad es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo”.

La viabilidad es un término relacionado con fundamentos de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto.

- **Viabilidad Económica:**

Viabilidad Económica es la determinación de la probabilidad de que un proyecto se lleve a cabo a partir de la estimación del monto total de inversión, independientemente de la fuente de financiamiento.

- **Viabilidad Financiera:**

Viabilidad Financiera es la determinación de la probabilidad de que un proyecto se lleve a cabo considerando el aporte propio de los accionistas.

- **Viable:**

“Dicho asunto que por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”
(Diccionario de la Real Academia Española s.f.).

1.2. MARCO CONCEPTUAL

Se consideró importante indagar sobre los criterios existentes para el levantamiento de información, las técnicas de recopilación de datos, el plan operativo para llevar a cabo el muestreo, así como los criterios existentes que permiten la evaluación de proyectos.

1.2.1. CRITERIOS PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

En el presente acápite, se desarrolló cada una de las metodologías para el levantamiento de información, las que más adelante nos ayudaron a desarrollar cada una de las variables del proyecto y sus respectivos indicadores.

Existen dos métodos de estudio propuestos por Hernández, Fernández y Baptista (2010) para poder llevar a cabo la recopilación de la información.

El método de información primaria es aquel método donde el investigador crea información para una investigación (Hernández, Fernández y Baptista 2010:69). Por otro lado, el método de información secundaria consiste en los datos y hechos que alguien reunió anteriormente

para su propia investigación. Esta información puede ser utilizada para evitar gastos de tiempo y dinero (Hernández, Fernández y Baptista 2010:69).

1.2.2. TÉCNICAS PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN:

El Doctor Julio E. Paredes Núñez (2010), plantea que existen dos técnicas fundamentales de actuación concreta para conocer variables o indicadores, siendo ellas, la observación y la comunicación.

- **Técnica de observación:** dentro de este tipo de técnica se considera la observación documental, definido por Paredes (2010), como aquella información que versa sobre todos los documentos que dan cuenta de acontecimientos sociales e ideas humanas que son productos de la vida social.
- **Técnica de comunicación:** dentro de este tipo de técnica se considera el empleo del cuestionario o encuesta. Esta técnica “utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema de estudio” (Paredes 2010).

1.2.3. PLAN OPERATIVO DE MUESTREO

Hernández y otros (2010), proponen en su libro siete pasos para desarrollar un plan operativo de muestreo.

1.2.3.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN DE INTERÉS

Definir la población de interés significa determinar las características de las unidades que van a ser objeto de estudio. Para ello consideramos aspectos geográficos,

demográficos, psicológicos, entre otros. Este paso permite delimitar la población o universo que será sujeto de estudio.

1.2.3.2. ELECCIÓN DEL MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Hernández y otros (2010) afirman que este método afectará el proceso de muestreo.

Se considera como métodos de recopilación de datos las entrevistas puerta, que son aquellos en los cuales los investigadores van al lugar (domicilio) de la unidad de muestreo para obtener la información. Otro método es la entrevista telefónica, que es aquella que permite la recolección de datos por medio de llamadas telefónicas a las unidades de muestreo.

También existe el método de entrevista en centros comerciales, que permite interceptar a las unidades de muestreo en los centros comerciales donde estos realizan sus compras.

Existe además el método de encuesta por correo que permite el envío de un formulario de preguntas por correo, para poder obtener las respuestas de las unidades de muestreo; así mismo este mismo proceso se puede realizar por medio de e-mail.

1.2.3.3. MARCO DE MUESTREO

El marco de muestreo es la lista de elementos de la población de la cual se seleccionan las unidades que se van a muestrear (Hernández y otros 2010). Se debe procurar que esta lista sea lo más completa y precisa posible.

1.2.3.4. MÉTODOS DE MUESTREO

Hernández y otros (2010), afirman que “a elección de un método de muestreo está en función de los objetivos del estudio, recursos financieros, tiempo y naturaleza del

problema a investigar”. Existen dos métodos de muestreo; probabilístico y no probabilístico.

A. Muestreo No Probabilístico:

El muestreo no probabilístico es obtenido considerando elementos específicos de la población, de una manera no aleatoria (Hernández y otros 2010). Sin embargo, este tipo de muestreo no permite determinar el grado en que la muestra es representativa del universo o población.

B. Muestreo Probabilístico:

Estos autores también señalan que el muestreo probabilístico se da cuando la muestra es elegida de modo que todas las unidades o elementos que conforman la población tengan una probabilidad de ser elegidos diferente de cero.

Existen distintos métodos dentro del muestreo probabilístico: Muestreo Simple Aleatorio, Muestreo Sistemático, Muestreo Estratificado y Muestreo por Conglomerado.

- **Muestreo Simple Aleatorio:**

Es aquel método donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de aparecer en la muestra (Universidad Autónoma de Madrid s.f.). Sin embargo, este tipo de muestreo no es muy representativo.

- **Muestreo Sistemático:**

Este muestreo probabilístico enumera toda la población y toma elementos de la misma con el uso de intervalos saltados. No obstante, este tipo de muestreo tiene un riesgo que reside en las listas de población que se usen, y es que algunas poblaciones contienen patrones ocultos que el investigador arrastra de manera inadvertida en la muestra (Hernández y otros 2010).

- **Muestreo Estratificado:**

Muestreo probabilístico utilizado cuando se desea estudiar una serie de subpoblaciones o estratos en una población, siendo importante que en la muestra haya representación de todos y cada uno de los estratos considerados (Cabalgante Perera 2003).

Según Hernández y otros (2010), este tipo de muestreo primero divide a la población en dos o más subconjuntos mutuamente exclusivos y extensivos. Segundo, elige de manera aleatoria los elementos de los dos o más subconjuntos. No obstante, este método tiene como limitante que en diferentes ocasiones no se dispone de la información necesaria para estratificar la muestra correctamente; así mismo, muchas veces el valor de la información no es tan grande comparado con los costos en tiempo y dinero que este tipo de muestreo demanda.

- **Muestreo Por Conglomerado:**

En este tipo de muestreo las unidades de muestreo se seleccionan en grupos con la finalidad de reducir costos en la recolección de datos y obtener una muestra representativa y eficiente (Hernández y otros 2010).

Para ello se divide a la población de interés en subconjuntos mutuamente exclusivos y exhaustivos, y posteriormente se elige una muestra aleatoria de los subconjuntos.

Respecto a los subconjuntos en los que se puede dividir la población, puede ser por manzanas, por rubros, entre otros.

Para el presente estudio se aplicó este tipo de muestreo, porque nos permitió llevar a cabo una recolección de datos más exacta y menos sesgada.

1.2.3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para poder determinar el tamaño de la muestra se pueden utilizar fórmulas estadísticas que permitan tomar en consideración el nivel de error aceptable y los niveles de confianza (Hernández y otros 2010). No obstante, se considera como óptimo tomar un nivel de muestra del 20% de la población de interés.

Se debe resaltar que esta muestra es representativa de la población de interés, por lo cual refleja el comportamiento de dicha población.

1.2.3.6. PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS PARA SELECCIONAR LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA

Los autores señalan que es necesario desarrollar y especificar detallada y claramente los procedimientos operativos que se emplean para elegir los elementos de muestreo en la fase de recopilación de datos (Hernández y otros 2010).

1.2.3.7. EJECUCIÓN DEL PLAN DE MUESTREO

Finalmente, se debe de ejecutar el plan de muestreo acorde a todo lo desarrollado anteriormente.

1.2.4. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN:

Para poder evaluar un proyecto, la decisión de inversión debe estar en función al Valor Actual Neto, que es el mejor indicador, pues permite tomar una óptima decisión. Para calcular el Valor Actual Neto, primeramente se descuentan los flujos futuros al valor presente, y se le detrae la inversión inicial (Meza 2011).

No obstante, existen otros indicadores o criterios, que muchos economistas consideran al momento de realizar la evaluación. Dentro de estos se tiene el Periodo de Recuperación de la Inversión, la Tasa Interna de Retorno, Beneficio/ Costo, entre otros.

1.2.4.1. VALOR ACTUAL NETO:

En muchos casos los inversionistas se encuentran expuestos a límites de capital y el criterio más óptimo para tomar una decisión en este tipo de contexto es a través del VAN, como se mencionó anteriormente.

Según Sapag Chaín (2000), el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda nacional.

El VAN es aquel procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar todos los flujos de caja futuros del proyecto a valor presente con el uso de una tasa de descuento. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Existen dos tipos de Valores Actuales Netos:

- **Valor Actual Neto Económico:**

Es el valor que es igual a la suma de los flujos futuros descontados a valor presente menos el aporte propio que los inversionistas aportaron en el año cero para el financiamiento de la inversión inicial.

Estos flujos serán descontados con la tasa de costo de oportunidad de capital, a través de la siguiente fórmula.

$$\text{VANE} = -F_0 + \frac{F_1}{(1+\text{COK})} + \frac{F_1}{(1+\text{COK})^2} + \frac{F_1}{(1+\text{COK})^3} + \dots + \frac{F_1}{(1+\text{COK})^n}$$

- **Valor Actual Neto Financiero:**

Es el valor que es igual a la suma de los flujos futuros descontados a valor presente menos el aporte propio que los inversionistas aportaron en el año cero más el préstamo financiero que se hizo para el financiamiento de la inversión inicial.

Estos flujos serán descontados con la tasa de costo promedio ponderado de capital, a través de la siguiente fórmula.

$$VANF = -F_0 + \frac{F_1}{(1+WACC)} + \frac{F_1}{(1+WACC)^2} + \frac{F_1}{(1+WACC)^3} + \dots + \frac{F_1}{(1+WACC)^n}$$

1.2.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO:

Este criterio nos señala la rentabilidad que genera una serie de flujos futuros. La lógica más básica del método de la TIR es que proporciona una cifra porcentual de rentabilidad de un proyecto (Meza 2011). A mayor TIR mayor rentabilidad.

Al determinar la TIR se busca determinar la tasa de descuento que hace que el VAN sea cero (lo que significa que con el proyecto no se produce ni pérdida ni ganancia).

El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR), evalúa el proyecto en base de una tasa única de rendimiento con la cual los beneficios totales actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (Sapag Chaín 2000).

Se determina con la siguiente fórmula:

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

Si la TIR es mayor al costo de oportunidad, se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo de oportunidad.

Si la TIR es menor al costo de oportunidad, se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo de oportunidad.

1.2.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN:

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) “se basa en el concepto de que una oportunidad que paga su inversión inicial rápido es una buena idea”. Para aplicar la regla del período de recuperación se debe calcular “la cantidad de tiempo que toma recuperar la inversión inicial”. Este indicador considera que mientras más pronto se recupere la inversión es mejor el proyecto (Berk y DeMarzo 2008: 152). Sapag Chaín (2000), define el periodo de recuperación de la inversión como aquel que determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial. Y se puede obtener mediante la siguiente fórmula:

$$PR = \frac{I_0}{BN}$$

Dónde:

PR= Periodo de Recuperación

I= Inversión Inicial

BN= Beneficios Netos generados por el proyecto

No obstante, este indicador no considera el valor del dinero en el tiempo.

1.2.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO:

Para poder solucionar las deficiencias del PRI, se considera el Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado (PRID), el cual descuenta los flujos a la tasa de descuento

y calcula la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero (Sapag Chaín 2000). No obstante, pese a que este se halla considerando los flujos futuros descontados al valor presente, igualmente puede brindar resultados diferentes al Valor Actual Neto. Y debemos de recordar que cuando un inversionista hace una inversión, no lo hace buscando el proyecto donde recupere la inversión lo antes posible, sino que elige aquel que genere mayor valor económico (Meza 2011).

Sin embargo, si bien con el periodo de recuperación descontado no se toma la decisión de si se invierte o no, nos da una idea del tiempo que se tardará en recuperar la inversión.

1.2.4.5. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

La relación Beneficio-Costo toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo si se utiliza los flujos actualizados de ingresos y egresos (Sapag Chain 2000). Este indicador muestra la relación entre los beneficios y costos generados por el proyecto, mostrando cuánto gana el proyecto por cada nuevo sol invertido en el mismo.

1.2.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO:

En un proyecto de inversión, el punto de equilibrio es la situación donde los ingresos futuros cubren los costos futuros de un proyecto y se logra cuando los ingresos totales se igualan a los costos totales.

Existen dos tipos de enfoques en cuanto al punto de equilibrio:

- **Enfoque contable:**

En esta perspectiva los ingresos deben de cubrir los egresos, para ello se debe clasificar los flujos en ingresos totales IT, costos fijos CF, costos variables CV, costos totales,

cantidad producida o vendida Q , precio unitario P y el costo variable medio $CVme$ (MEZA 2011).

Para este enfoque se utiliza la siguiente relación:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo (CF)}}{\text{Precio (P)} - \text{Costo Variable Medio (CVme)}}$$

$$CT = IT$$

$$CF + CV = P \times Q$$

$$CF + (CVT/Q) = P \times Q$$

$$CF + (CVme \times Q) = P \times Q$$

$$CF = (P \times Q) - (CVme \times Q)$$

$$CF = Q \times (P - CVme)$$

$Q = CF / (P - CVme)$ = Punto de Equilibrio en unidades
vendidas o producidas.

$CT = CF + CV$ = Punto de Equilibrio en unidades monetarias.

Pero este enfoque tiene una gran debilidad, y es que no considera el costo de oportunidad de capital, donde está presente la probabilidad de éxito como de fracaso.

- **Enfoque económico:**

Para determinar este enfoque si se considera el costo de oportunidad de capital, es decir la tasa libre de riesgo + la prima por el riesgo.

El análisis del punto de equilibrio desde este enfoque es un análisis de sensibilidad del proyecto, y la relación que permite hallar el punto de equilibrio es cuando el $VAN = 0$, esto quiere decir que los flujos de caja netos tendrían que actualizarse. Si son flujos del presente se debe de tomar en cuenta la inversión en el año “0”, y llevar al futuro con el costo de oportunidad; de esta manera es que los egresos expresados en valores futuros estarían siendo cubiertos por los probables ingresos que se generarían al cabo de cada año (MEZA 2011).

Este enfoque es determinado por la siguiente fórmula:

$$VF = VA \times (1 + COK)^n$$

Si al valor futuro se divide por el precio de venta unitario se tiene el número de unidades que se debe producir para no perder ni ganar.

Después de haber desarrollado estos dos enfoques, como podemos observar es más significativo utilizar el enfoque económico ya que considera el valor del dinero en el tiempo a través del uso del costo de oportunidad al momento de descontar los flujos futuros.

1.2.4.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Otra herramienta importante es el análisis de sensibilidad. Éste descompone el cálculo del VPN en supuestos respecto a sus componentes y muestra cómo varía cuando cambian dichos supuestos. (Berk y DeMarzo 2008: 205).

Dicho de otra forma, el análisis de sensibilidad consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN de un proyecto al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costos, etc.) De este modo

teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar las estimaciones sobre el proyecto.

Normalmente se realiza una simulación de la variación de las variables en tres escenarios univariados:

✓ **Escenario Pesimista:**

Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

✓ **Escenario Base:**

Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en mayor información con la que actualmente se cuenta.

✓ **Escenario Optimista:**

Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, se dice que el escenario optimista es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

1.2.5. LEY MIPYME

En el año 2013, se aprobó la Ley N°30056, Ley que genera modificaciones de diversas leyes para estimular la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Esta ley trae importantes modificaciones a la ley de la MYPE.

Según el documento presentado por PROINVERSION (2013), las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna categoría empresarial, de acuerdo a sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Las microempresas consideran como remuneración mínima, S/. 750.00 nuevos soles. Para las microempresas no se aplica el pago de CTS, ni gratificaciones, ni utilidades. Se considera la inscripción en el Seguro Integral de Salud (SIS) para la atención médica de los trabajadores. A este tipo de empresa, les corresponde otorgar vacaciones por 15 días a sus empleados.

Así mismo, Se considera que este tipo de empresa debe permanecer dentro del Régimen Especial del Impuesto a la Renta, el cual permite que el pago del impuesto a la renta sea de 2.5% de sus ingresos netos.

Las pequeñas empresas consideran como remuneración mínima, S/. 750.00 nuevos soles. Para las pequeñas empresas se aplica el pago de $\frac{1}{2}$ CTS, y dos gratificaciones de $\frac{1}{2}$ remuneración cada una. Se considera el pago de Seguro Social (9%) para la atención médica de los trabajadores. A este tipo de empresa, les corresponde otorgar vacaciones por 15 días a sus empleados.

1.3. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para poder profundizar más nuestros conocimientos sobre el tema, se hizo una recopilación de diversas investigaciones, proyectos o estudios, que guarden relación con el tema de comercialización de insumos alimenticios.

1.3.1. PROYECTO DE COOPERACIÓN EN MATERIA DE ASISTENCIA TÉCNICA RELATIVA AL COMERCIO:

El Proyecto de Cooperación en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio presentado por el MINCETUR (2013), describe productos como el ajo y la cebolla, especificando sus características y usos, describiendo la situación actual del producto a nivel mundial, nacional y local (Arequipa). De este modo permite ver la evolución en la producción a partir del año 2003 en adelante, reflejando que nuestra ciudad es uno de los principales productores de dichos productos.

Este trabajo realizado por el MINCETUR, es de gran importancia para nuestro estudio, porque nos permite conocer que uno de los insumos principales necesarios para nuestro proyecto está a nuestro alcance, y que además es producido en nuestra región, lo cual respalda nuestro proyecto ya que el distrito de Yanahuara, es uno de los distritos con mayor número de restaurantes dedicados a la preparación de comida típica, y la cebolla es uno de los insumos más usados en la preparación de sus platos.

1.3.2. EMPRESA RUESCAS EXPORT S.L., COMERCIALIZADORA DE CEBOLLA EN VALENCIA:

Esta empresa ubicada en la ciudad de Valencia, está dedicada a la comercialización de distintas variedades de cebolla, en diferentes presentaciones, ya sea normal, picada o deshidratada. Para ellos su proceso, comienza desde la selección de las semillas que utilizarán, luego proceden al cultivo, almacenado y finalmente al envasado del producto. Esta empresa comercializa sus productos con clientes de Europa principalmente, atendiendo a mercados centrales, hipermercados, mayoristas, entre otros.

Esta empresa nos brinda como aporte, la importancia de la cebolla, pues este producto tiene diversas formas de presentación, dentro de las cuales está la cebolla picada, que es el caso analizado para nuestro proyecto.

Esta empresa ya no solo ha incursionado en Europa, sino está entrando con sus productos a países de Latinoamérica como Chile.

1.3.3. PROYECTO DE GRADUACIÓN, PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD EARTH, EN COSTA RICA:

En la Universidad Earth de Costa Rica se presentó el Proyecto “Análisis de Mercado para la Comercialización de Cebolla Picada Envasada como Producto Innovador”, presentado por Manfred Kopper Castro (2007). En este proyecto se propone la creación de la empresa Productos K&C, que se dedicaría al procesamiento de productos como la cebolla, buscando darle un valor agregado a la misma, de tal manera que facilite su consumo y al mismo tiempo se diferencia de los productos que se ofrecen en el mercado. Para ello, se hizo un estudio de mercado para sustentar la aceptación de la cebolla picada y poder determinar los canales de comercialización más adecuados. No obstante, en el estudio que se realizó se determinó que para las personas les es indiferente la cebolla procesada a la sin procesar, pues lo que más les interesa es evitar la tediosa tarea del picado de la cebolla.

Este proyecto nos resalta la importancia del estudio de mercado, pues para el caso de Costa Rica, sus consumidores son indiferentes en cuanto al proceso al cual es sometida la cebolla; no obstante, para nuestro caso es relevante realizar el estudio de mercado y determinar las características propias y el perfil de nuestro consumidor; el cual se describe en el segundo capítulo de esta tesis.

1.3.4. IDEA DE NEGOCIO DESARROLLADA COMO PROYECTO DE GRADUACIÓN EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL:

En Ecuador, Alison Herrera y Jonathan Barco (s.f.), realizaron la propuesta de una idea de negocio de nombre VEPISA S.A. (Vegetales Picados S.A.), la cual propone el procesar, empaquetar y comercializar cebolla en diferentes presentaciones en sachet. Sus estudios

arrojaron un mercado inicial de 12000 clientes en Guayaquil, considerando amas de casa de clase media, entre 20 y 44 años de edad. Determinaron además, que el producto se comercializaría a través de la cadena MEGAMAXI en paquetes de 250 y 600 gramos.

Este proyecto nos brinda como aporte la posibilidad de un nuevo tipo de presentación del producto por medio sachets; no obstante, esto se aplicará cuando el producto es procesado, y esto se determina en base a las características del mercado. Para nuestro caso, es imprescindible el estudio de mercado que primeramente nos permita determinar el perfil del consumidor.

Los flujos de caja de VEPISA S.A. fueron proyectados a 5 años al costo de capital 15.35% resultado del mix de deuda y capital; obteniendo como resultado un Valor actual neto (VAN) de \$ 15,965 y una tasa interna de retorno (TIR) de 21% (VEPISA S.A. 2007).

Además, se realizó un análisis de sensibilidad del proyecto que mostraba sensibilidad ante las variaciones de precio, y nivel de ventas, esto se debe a que el costo del empaque es muy significativo dentro del costo de venta.

1.3.5. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PAPA CRIOLLA DE CARÁCTER MIXTO EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA:

Para determinar la viabilidad de este estudio realizado por Claudia María Giraldo (2009), se hizo el análisis integral de los ratios que permitirán su evaluación adecuada, como por ejemplo el valor actual neto. Al principio se realiza un estudio sobre la papa, beneficios, usos y su manejo. Nos indica que es importante resaltar que existen diversos tamaños de papas y también de especies, las cuales son producidas de diferentes maneras, y muchas veces esto afecta la calidad del producto. En este estudio se propone el montaje de una planta procesadora de papa, la cual permita obtener una presentación de papa estandarizada, y del mismo modo permita que la papa cuente con los requerimientos necesarios para su exportación y así facilitar su comercialización y promover el adecuado sembrío de estos

tubérculos para obtener productos con una mejor calidad. Así también se pretende que con la implementación de esta procesadora, el producto tenga un tamaño estándar de fácil comercialización y que cumpla con los requerimientos de higiene, situación que se verá beneficiada en la confianza de los consumidores y con ello vendrá la repetición de compra, el incremento de las ventas, la reducción de costos de elaboración, el crecimiento de la rentabilidad y un retorno de la inversión en los tiempos determinados y como consecuencia final la estabilidad y permanencia de la empresa en el mercado.

Este estudio es de gran importancia ya que resalta la utilización del VAN como indicador para determinar la viabilidad de un proyecto, así también nos permite conocer sobre la estandarización de la papa, tanto en cuanto a su tamaño, producción y conservación. Del mismo modo, nos recalca la importancia del higiene en cuanto a la producción de un producto, pues esta permite incrementar la confianza del consumidor y la promoción del producto, para que en conforme se desarrolle la empresa en el mercado, vaya incrementando sus ventas.

Esta información la tuvimos muy presente sobre todo para la certificación de la Norma Técnica Peruana que se tramitará con el fin de otorgar mayor confiabilidad a los clientes sobre el estado higiénico y de salubridad con el cual se preparan cada uno de los productos.

1.3.6. PLANTA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA:

Johan Cano Pinto y Kur Salazar Meza (2007), proponen la creación de una empresa dedicada al procesado de papas denominado “Palipapa”. En este proyecto se plantea la creación de una empresa encargada de ofrecer papa fresca pelada y picada, un producto listo para preparar, ya sea para cocción o para frituras, teniendo una variedad de cortes como presentación. Los autores afirman que “resulta más barato adquirir la papa pelada y cortada de una empresa que opera con menos costos de producción, que asumir el costo de pelar y cortar a mano la papa requerida”.

El estudio tiene como mercado principal a las diferentes pollerías que se encuentran en la ciudad de Puno, para lo cual se desarrolló un estudio de mercado que determinó su demanda por este tipo de producto. Así también determinó las etapas del proceso, primeramente por la selección, lavado, almacenamiento y distribución. Por último, el proyecto determinó la viabilidad de la implementación de una planta productora de vegetales mínimamente procesados, analizando costos, retorno de inversiones, y cálculo de utilidades.

En este proyecto los autores afirman que “resulta más barato adquirir la papa pelada y cortada de una empresa que opera con menos costos de producción, que asumir el costo de pelar y cortar a mano la papa requerida”, siendo esto un punto muy determinante para nuestro proyecto. Del mismo modo este estudio nos brinda un aporte sobre la descripción de las cuatro etapas para el procesamiento de papas, como es primeramente la selección, luego el lavado, después el almacenamiento y finalmente su distribución.

Para este proyecto se realizó un estudio de mercado, y al darse cuenta de la existencia de una demanda, es que se decidió llevar a cabo la estimación de ingresos tomando en cuenta el 40% del total de pollerías para los dos primeros años; proyectando para el tercer y cuarto año el 60%; y finalmente el 100% al quinto año de ejecución del proyecto. No obstante, consideramos que esta estimación no considera la posible incursión de competencia.

Posteriormente, se hacen las proyecciones de costos y de gastos necesarios para la producción del producto. Así mismo, se determina el nivel de inversión necesaria para la adquisición del equipo. Ante ello, se estima la inversión inicial en 20190.00 nuevos soles; de los cuales se financia 14191.00 nuevos soles por medio de un préstamo, y 6000.00 nuevos soles, representa el aporte propio.

Luego de ello, se determina el VAN Económico y el VAN Financiero y con ello se comprueba la viabilidad del proyecto.

1.3.7. ESTUDIO SOBRE LA ELABORACIÓN DE PAPA Y ZANAHORIA MÍNIMAMENTE PROCESADAS, REALIZADO EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA:

En Guayaquil, J. Loyola, A. Mosquera, y P. Castillo (2009), se realizó un estudio sobre la elaboración de papa y zanahoria mínimamente procesadas. Este estudio pretendió determinar la demanda de zanahorias y papas mínimamente procesadas en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se realizó un estudio de mercado para encontrar sus necesidades y la aprobación que tendrían estos productos en el momento de su lanzamiento, aparte de la determinación de un nivel de consumo medio para tener una idea de la capacidad de producción demandada.

Así también este estudio determina que el mejor empaque para la conservación de papa y zanahoria mínimamente procesadas es el polietileno ya que es de baja permeabilidad.

Este estudio nos señala la importancia de primero realizar un estudio de mercado acerca de la demanda de papas y zanahorias procesadas para poder tener una idea sobre la capacidad de producción demandada.

Por medio de la realización de este primer capítulo, inicialmente se definieron los términos necesarios para una mejor comprensión del estudio que llevamos a cabo.

Posteriormente, en el marco conceptual se plantearon los diversos métodos de recopilación de datos, de muestreo, así como los diferentes criterios existentes para llevar a cabo la investigación. Con ello, se seleccionó aquellos métodos y criterios a aplicar en nuestro estudio.

Los estudios e investigaciones permitieron conocer e identificar anteriores proyectos que se han realizado en diversas partes del mundo, resaltando las ventajas de cada uno de ellos, así como los límites de los mismos. Así mismo, permitieron profundizar el tema de proyectos de distribución de insumos, pese a que ninguno de los anteriores proyectos considera todos los insumos propuestos en conjunto en este estudio.

Además, estos estudios nos permitieron conocer las diversas presentaciones en cuanto al corte de cebolla y papa que se proponen en otros mercados; así como conocer las diversas especerías demandadas en otros lugares.

Luego de conocer todos estos estudios realizados para distintos lugares, en el siguiente capítulo se analizará la demanda de insumos para el mercado objetivo de nuestro estudio, que son los restaurantes del distrito de Yanahuara.

CAPÍTULO II

DEMANDA DE INSUMOS POR PARTE DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA

En este segundo capítulo se describe y explica el comportamiento de los restaurantes del distrito de Yanahuara, como han cambiado a lo largo de los años, los rubros de comida que ofertan, entre otras características de estos.

Posteriormente, se analiza la demanda de insumos por parte de dichos restaurantes, a partir de un estudio de campo que hemos realizado.

2.1. DEMANDA:

2.1.1. EL SECTOR GASTRONÓMICO EN EL PERÚ:

En los últimos años, nuestro país ha experimentado un crecimiento gastronómico el cual se ha visto impulsado por los diversos programas de promoción del sector gastronómico a nivel nacional por la Asociación gastronómica del Perú (APEGA) y por muchos chef reconocidos a nivel nacional.

Según Arellano Marketing (2013), tras un estudio realizado, afirma que durante estos últimos años, se han incrementado el número de restaurantes en un 46% a nivel nacional. Se han aperturado restaurantes de diferentes rubros; pero sobre todo han incrementado los restaurantes de comida criolla, pollerías y cevicherías. Así también Arellano Marketing, señala que “actualmente 5,5 millones de personas se benefician directa o indirectamente por la cadena gastronómica en todos sus niveles”, lo que significa que este rubro involucra a productores y

distribuidores de los insumos necesarios para la cocina, ya sea de carnes, verduras, cereales, especias, tubérculos, entre otros.

Por otro lado, hoy en día las personas tienen un ritmo de vida más acelerado por sus diversas actividades, pero al mismo tiempo estas mismas actividades les han permitido aumentar sus ingresos en búsqueda de una mejor calidad de vida. Como consecuencia de ello, las personas hoy en día prefieren salir a comer fuera de casa, pues cuentan con los recursos necesarios para hacerlo, al mismo tiempo que esto les permite ahorrar el tiempo que pasarían en la cocina. Esta afirmación se reafirma en el “Estudio Nacional del Consumidor Peruano” realizado por Arellano Marketing (2009), en el que se sostiene que los peruanos en sus tiempos libres, la primera actividad que prefieren hacer fuera del descanso y de ver televisión, es salir a comer a la calle. Esto ha generado una oportunidad de negocio para la apertura de mayor cantidad de restaurantes, como se vienen aperturando estos últimos años, pero también para la apertura de negocios dedicados a proveer de insumos a dichos restaurantes.

2.1.2. COMPORTAMIENTO DE LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA

Nuestra ciudad es una de las ciudades del Perú más visitadas, por sus diferentes atractivos, dentro de los cuales resalta el distrito de Yanahuara, no sólo por sus atractivos turísticos sino también por sus restaurantes y picanterías, que son el reflejo de la gastronomía típica y antañona de la ciudad. Su gastronomía está en base a productos como la cebolla y la papa, que son productos indispensables en la preparación de sus platos.

Hoy en día en este distrito se encuentran localizados 45 restaurantes de todos los rubros, dentro de ellos los más visitados de la ciudad como La Nueva Palomino, Nuestra Picantería, el Sillustani, la Cau Cau II, el Gaucho y El Cebillano, los cuales se identifican por la preparación de exquisitos platos. Pero ante el boom gastronómico de estos últimos años, se han ido aperturando cada vez más restaurantes y ante el incremento del poder adquisitivo de las personas, es que estas concurren frecuentemente a los restaurantes.

Ante estos incrementos de clientela que han ido percibiendo los restaurantes, es que cada vez se sienten más necesitados de tener distribuidores quienes les faciliten la obtención de insumos para la elaboración de sus platillos.

Es así como muchos restaurantes de Yanahuara han empezado a optar por el uso de productos procesados, como la papa corte bastón, para ahorrar tiempo y costos; pero aun así muchas veces, los administradores de los restaurantes se ven descontentos con las desventajas que implica comprar papa procesada.

Es así como en Arequipa y sobre todo en Yanahuara pueden surgir diversas ideas de negocio en cuanto al sector gastronómico, ya que en este distrito se encuentra un conglomerado de restaurantes en crecimiento y se hacen cada vez más atractivos por la promoción y difusión de la gastronomía arequipeña que se hace a nivel mundial.

2.1.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO:

Para poder llevar a cabo el estudio de la demanda, se obtuvo información primaria a partir de un estudio de campo.

En una primera etapa, para el estudio de mercado, se realizó un sondeo de manera aleatoria a nueve restaurantes del distrito de Yanahuara, a través del cual se obtuvo información al conversar con algunos dueños o administradores de los restaurantes. En dicho sondeo se tuvo como objetivo conocer el mercado en una primera etapa, dando respuesta a interrogantes como:

- ✓ ¿Utiliza papa, cebolla y aceite en la preparación de sus platillos?
- ✓ ¿Tiene actualmente un distribuidor de estos productos? O ¿Dónde es que los adquiere?
- ✓ Si ha tenido alguna experiencia con distribuidores, ¿Cómo ha sido su experiencia?
- ✓ ¿Le gustaría que existiera una empresa que distribuya estos insumos conjuntamente? ¿Y se abastecería por medio de ella?

Durante las conversaciones que se tuvieron con los administradores o dueños de los restaurantes, siete de ellos confirmaron que utilizan papa, cebolla y aceite la preparación de sus platillos, y

en cuanto a los otros dos restantes, uno de ellos sólo utiliza papa y aceite; y el otro sólo utiliza cebolla y aceite.

En cuanto a la segunda interrogante, sólo tres de los restaurantes sondeados afirmaron tener un distribuidor de alguno de sus insumos, el cual les distribuye papa, más no cebolla ni aceite. No obstante, los demás restaurantes los adquieren directamente de los centros de abastos.

Respecto a la experiencia con distribuidores, algunos de los administradores de los restaurantes, comentaron haber oído de productos como la papa picada, y en algunos casos haberla adquirido. Sin embargo, muchos de estos mostraron su inconformidad con algunos de esos productos, esto debido a que estas papas que comúnmente se venden ya picadas son procesadas, y una de las características de dichas papas es que luego de ser fritas, con el paso de los minutos, estas tienden a endurecerse, perdiendo el sabor. No obstante, se mostraron optimistas ante la propuesta de la venta de papa picada natural, de calidad y con los certificados de sanidad correspondientes, así como su distribución diaria del pedido solicitado en sus restaurantes.

Respecto a la cebolla picada, ellos afirmaron que no existe empresa alguna que distribuya la misma, y añadieron que tendrían curiosidad de probarla y ver si esta logra conservarse en buen estado luego de ser picada y distribuida. No obstante, el Ingeniero Alimentario Guillermo Moore, que actualmente labora en la empresa Laive; nos comentó que si es posible la conservación de la cebolla picada para su distribución, siempre y cuando una vez que se halla picado, esta sea embolsada en bolsas sin aire, y posteriormente refrigerada.

Respecto al aceite se indagó sobre aquellas marcas más utilizadas en los restaurantes, y los dueños y/o administradores mostraron su optimismo ante una empresa que les distribuya en su restaurante.

En general, tras el sondeo en los restaurantes, los encargados de los mismos mostraron su optimismo ante la propuesta pues esta les permitiría ahorro en cuanto al tiempo y costos que invierten en acudir a los mercados o centros de abastecimiento de dichos insumos.

Posteriormente se desarrolló un formulario de preguntas, que nos permitió obtener información sobre la demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara, y la posibilidad de preferencia

de demandar productos como la papa y cebolla en diferentes presentaciones. Para la recopilación de información se siguió el procedimiento señalado en los siguientes párrafos.

2.1.3.1. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMIDOR:

A. Determinación de la Población de Interés:

Se determinó la población de interés, que son los restaurantes del distrito de Yanahuara. Esto incluye los restaurantes de los diferentes rubros de comida.

B. Marco de Muestreo:

Después de una detallada búsqueda, encontramos la cantidad de restaurantes que se encuentran ubicadas en el distrito de Yanahuara, estos restaurantes serán los lugares en los cuales pensamos distribuir los productos. Se considerarán los restaurantes de comida típica o criolla, de pescados y mariscos, pollerías, parrillas y grilles, y restaurantes de comida diaria. A continuación presentamos una lista de todos los restaurantes ubicados en Yanahuara (Restaurantes Guía 2014), este es nuestro marco de muestreo.

TABLA 1: DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO

N°	RESTAURANTES	DIRECCIONES
1	COSTUMBRES	Calle Tronchaderos 212
2	DON POLLO	AV. Ejercito 703 – Yanahuara
3	EL CEBILLANO	Calle Misti N° 110, Yanahuara, Arequipa
4	EL POLLO REAL	Av. Emmel
5	EL TIO DARIO	Callejón del Cabildo 100
6	FIESTA AREQUIPEÑA	Francisco Ibañez 137 – Unacollo
7	LA CAU CAU II	Calle Tronchaderos 404
8	LA ESQUINA	Calle Puente Bolivar 201 Umacollo
9	LA NUEVA PALOMINO	Pasaje Leoncio Prado 122, Yanahuara, Arequipa

10	LOS HERRAJES	Calle Ugarte 100 – Yanahuara
11	LOS MANZANITOS	Villa Hermosa 1007
12	NORKYS	Calle Misti 100
13	PICANTERIA EL SUPER ADOBO AREQUIPEÑO	Calle Ugarte 214 – Yanahuara
14	PUNTO Y COMA	Calle los Jazmines 202 - Primavera Umacollo
15	KAPISAQ – CHICHARRONERÍA	Calle Quezada
16	RESTARUANTE PARRILLADAS EL GALEON IV	León Velarde 302 Yanahuara
17	SILLUSTANI	Urb. Magnopata A-7 Yanahuara
18	SOL DE MAYO	Calle Jerusalén 207
19	WAYKUK	Av. Ejercito 212 Yanahuara
20	EL CHARRUA	Cuesta del Olivo 318 Yanahuara
21	ECO TURISTICO EL ROSAL	Prolongación Av. Bolognesi S/N Yanahuara
22	EL GAUCHO	Av. Emmel
23	CANDELA	Ballón Farfán
24	EL OH QUE RICO	Av. Dunker Lavalle
25	SR. PIMIENTA	Lazo de los Ríos
26	LA OCOPA AREQUIPEÑA	Calle Miguel Grau 506 – 508
27	MISTER POLLO	Victor Andrés Belaunde
28	POLLERÍA EL MARQUEZ	Victor Andrés Belaunde
29	PATATAS	Victor Andrés Belaunde
30	CEVICHOPP	Victor Andrés Belaunde
31	EL SAMBO	Victor Andrés Belaunde
32	EL PERLA NEGRA	Victor Andrés Belaunde
33	EL SECRETO DE MI SABOR	Av. Zamácola - Magisterial 2
34	ANTICUCHERIA BETO´S	Av. Quiñones
35	EL ARADO	Calle Loreto
36	LA CHOLITA	Calle Loreto
37	ORGULLOSAMENTE PICANTEROS	Calle Misti 407
38	POLLERIA LOS PORTALES	Cuesta del Angel 501 A
39	PARRILLADAS CORTE AZUL	Calle Misti
40	NUESTRA PICANTERÍA	Magisterial II
41	SOL Y MAR	Misti 126
42	MANOS PERUANAS	Esquina Renato Morales con Ernesto Noboa N°100
43	TIPICO NORTEÑO	Av. Victor Andres Belaundne 125 B Umacollo
44	MARES	Av. Emmel
45	MONTONERO	calle Garaycochea

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Se ha determinado como universo 45 restaurantes, ubicadas en el distrito de Yanahuara.

C. Método de Muestreo:

Seguidamente, fue necesario determinar el método de muestreo. En nuestro caso se decidió aplicar el muestreo por conglomerado, que permite obtener una muestra representativa de la población.

- **Determinación del tamaño de la muestra:**

Como primer paso para la determinación de la muestra, se utilizó la fórmula estadística de la población finita, con el fin de obtener la cantidad óptima de restaurantes a encuestar como se observa a continuación:

$$n = \frac{N * K * p * q}{e^2 * (N - 1) + K^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población = 45

Nivel de Confianza = 95%

K = 1.96

p = homogeneidad que suceda el fenómeno. Probabilidad = 50%.

q = homogeneidad que no suceda el fenómeno. Probabilidad = 50%.

e = error dispuesto a admitir 5% (mientras menor sea el error mayor probabilidad de obtener mejores resultados).

Obteniendo como resultado para “n”, una muestra de 21 restaurantes a encuestar.

Como segundo paso se dividió a la población de interés compuesta por 45 restaurantes ubicados en Yanahuara en “subconjuntos mutuamente exclusivos o exhaustivos”. Para nuestro caso se dividió a los restaurantes en base al rubro de comida que brindan. Se consideró cinco rubros; pescados y mariscos, parrilladas y grill; comida típica y criolla, pollerías y finalmente restaurantes de comida diaria o comúnmente llamados “menús”.

Como tercer paso, como la muestra de 21 restaurantes representa el 45% del total del universo de 45 restaurantes, este porcentaje de 45% representará la muestra óptima para la selección aleatoria de los diferentes rubros de restaurantes.

TABLA 2: RESTAURANTES DEL RUBRO DE PESCADOS Y MARISCOS

RESTAURANTES DE PESCADOS Y MARISCOS		
Nº	RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1	EL CEBILLANO	Calle Misti N° 110, Yanahuara, Arequipa
2	EL TIO DARIO	Callejón del Cabildo 100
3	LA ESQUINA	Calle Puente Bolívar 201 Umacollo
4	CEVICHOPP	Víctor Andrés Belaunde
5	EL SAMBO	Víctor Andrés Belaunde
6	EL PERLA NEGRA	Víctor Andrés Belaunde
7	SOL Y MAR	Misti 126
8	TIPICO NORTEÑO	Av. Víctor Andrés Belaunde 125 B Umacollo
9	MARES	Av. Emmel

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Dentro del rubro de Pescados y Mariscos se consideraron nueve restaurantes. Los seleccionados de manera aleatoria fueron El Cebillano, Cevichopp, El Sambo, y Mares; obteniendo con ello una muestra de cuatro restaurantes, que representa el 45% de dicho rubro.

TABLA 3: RESTAURANTES DEL RUBRO DE PARRILLADAS Y GRILL

RESTAURANTES DE PARRILLADAS Y GRILL		
N°	RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1	PARRILLADAS EL GALEON IV	León Velarde 302
2	EL CHARRUA	Cuesta del Olivo 318
3	EL GAUCHO	Av. Emmel
4	SR. PIMIENTA	Lazo de los Ríos
5	EL CHE' CARLITOS	calle Garaycochea
6	CORTE AZUL	Calle Misti

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Dentro del rubro de Parrilladas y Grill se consideraron seis restaurantes. Los seleccionados de manera aleatoria fueron El Gaucho, El Che' Carlitos y Corte Azul; obteniendo con ello una muestra de tres restaurantes, que representa el 45% de dicho rubro.

TABLA 4: RESTAURANTES DEL RUBRO DE COMIDA TÍPICA Y CRIOLLA

RESTAURANTES COMIDA TÍPICA Y CRIOLLA		
N°	RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1	COSTUMBRES	Calle Tronchaderos 212
2	FIESTA AREQUIPEÑA	Francisco Ibáñez 137 – Umacollo
3	LA CAU CAU II	Calle Tronchaderos 404
4	LA NUEVA PALOMINO	Pasaje Leoncio Prado 122,
5	LOS HERRAJES	Calle Ugarte 100 – Yanahuara
6	SULU	Pampa de Camarones
7	PICANTERIA EL SUPER ADOBO AREQUIPEÑO	Calle Ugarte 214 – Yanahuara
8	KAPISAQ – CHICHARRONERÍA	Calle Quezada
9	SILLUSTANI	Urb. Magnopata A-7 Yanahuara
10	SOL DE MAYO	Calle Jerusalén 207

11	WAYKUK	Av. Ejercito 212 Yanahuara
12	TÍA MARÍA	Calle Misti
13	CANDELA	Ballón Farfán
14	LA OCOPA AREQUIPEÑA	Calle Miguel Grau 506 – 508
15	ORGULLOSAMENTE PICANTEROS	Calle Misti 407
16	NUESTRA PICANTERÍA	Magisterial II
17	MONTONERO	calle Garaycochea

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Dentro del rubro de Comida Típica y Criolla se consideraron diecisiete restaurantes. Los seleccionados de manera aleatoria fueron Cau Cau II, La Nueva Palomino, Sulú, Picantería El Súper Adobo Arequipeño, Tía María, Candela y Nuestra Picantería; obteniendo con ello una muestra de ocho restaurantes, que representa el 45% de dicho rubro.

TABLA 5: RESTAURANTES DEL RUBRO DE POLLERÍAS

POLLERIAS		
Nº	RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1	DON POLLO	AV. Ejercito 703 - Yanahuara
2	EL POLLO REAL	Av. Emmel
3	NORKYS	Calle Misti 100
4	MISTER POLLO	Víctor Andrés Belaunde
5	POLLERÍA EL MARQUEZ	Víctor Andrés Belaunde
6	PATATAS	Víctor Andrés Belaunde
7	POLLERIA LOS PORTALES	Cuesta del Ángel 501 A

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Dentro del rubro de Pollerías se consideraron siete restaurantes. Los seleccionados de manera aleatoria fueron Don Pollo, El Pollo Real y Mister Pollo; obteniendo con ello una muestra de tres restaurantes, que representa el 45% de dicho rubro.

TABLA 6: RESTAURANTES DEL RUBRO DE COMIDA DIARIA

RESTAURANTES DE COMIDA DIARIA		
N°	RESTAURANTE	DIRECCIÓN
1	PUNTO Y COMA	Calle los Jazmines 202 - Primavera
2	EL OH QUE RICO	Av. Dunker Lavalley
3	TRAMONTANA	Av. Emmel
4	EL ARADO	Calle Loreto
5	LA CHOLITA	Calle Loreto
6	MANOS PERUANAS	Esquina Renato Morales con Ernesto Noboa N°100

Fuente: Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Arequipa

Elaboración de las Autoras

Dentro del rubro de Restaurantes de Comida diaria (menú), se consideraron seis restaurantes. Los seleccionados de manera aleatoria fueron Manos Peruanas, La Tramontana y Punto y Coma; obteniendo con ello una muestra de tres restaurantes, que representa el 45% de dicho rubro.

Con ello se obtuvo un total de 21 restaurantes en la muestra. Esta estimación de la muestra se da con un nivel de confianza del 95%.

A partir de todo el procedimiento señalado se procedió a la recolección de información, con lo cual se determinó la existencia de una demanda, como se verá a continuación.

2.1.4. RESTAURANTES ENCUESTADOS POR RUBRO:

A continuación se muestra en porcentajes los restaurantes que se encuestaron por cada rubro.

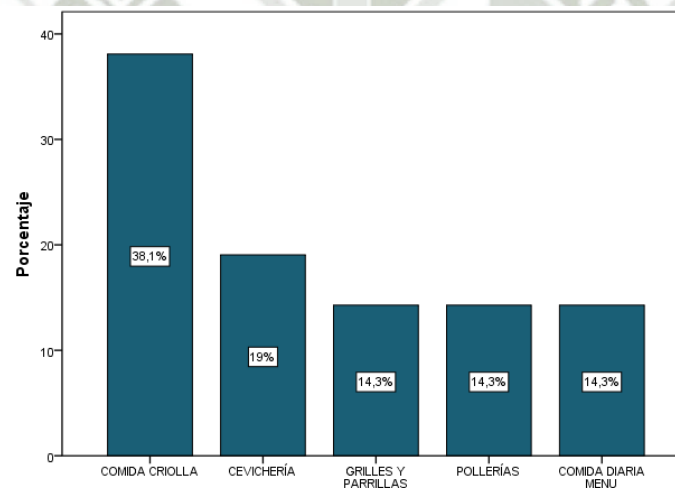
TABLA 7: RUBRO DE RESTAURANTES

		Número de Restaurantes	Porcentaje de Restaurantes según Rubro
Válidos	COMIDA CRIOLLA	8	38,1
	CEVICHERÍA	4	19,0
	GRILLES Y PARRILLAS	3	14,3
	POLLERÍAS	3	14,3
	COMIDA DIARIA MENU	3	14,3
	Total	21	100,0
Total		21	

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 1: RUBRO DE RESTAURANTES



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Del total de restaurantes ubicados en el distrito de Yanahuara se encuestaron a 21 de ellos. De este total de encuestados, el 38,1% corresponden al rubro de Comida Típica y Criolla; el 19% corresponde al rubro de Pescados y Mariscos (Cevicherías); el 14,3% corresponde al rubro de Parrilladas y Grills; el 14,3% corresponde al rubro de Pollerías y otro 14,3% corresponde al rubro de Comida Diaria (Menú). Estos porcentajes son proporcionales a la cantidad de encuestados por rubro, y como se observa, la mayor cantidad de Restaurantes

ubicados en el distrito de Yanahuara son aquellos dedicados a la preparación de comida criolla.

2.1.5. DEMANDA DE INSUMOS POR PARTE DE LOS RESTAURANTES DE YANAHUARA:

A partir de la aplicación de las encuestas se pudo determinar la existencia de una demanda de insumos por parte de los restaurantes de Yanahuara. Se determinó las cantidades demandadas de cada insumo, el proveedor de dichos insumos, la frecuencia con que se abastecen, la conformidad con los distribuidores, entre otros aspectos. Así mismo, se determinó las presentaciones en que utilizan tanto la papa como la cebolla, esto en base al rubro del restaurante y platillos que estos brinden.

Se obtuvo los siguientes resultados:

2.1.5.1 DEMANDA DE PAPA Y CEBOLLA POR PARTE DE LOS RESTAURANTES:

A. PAPA:

A.1 Kilogramos de Papa:

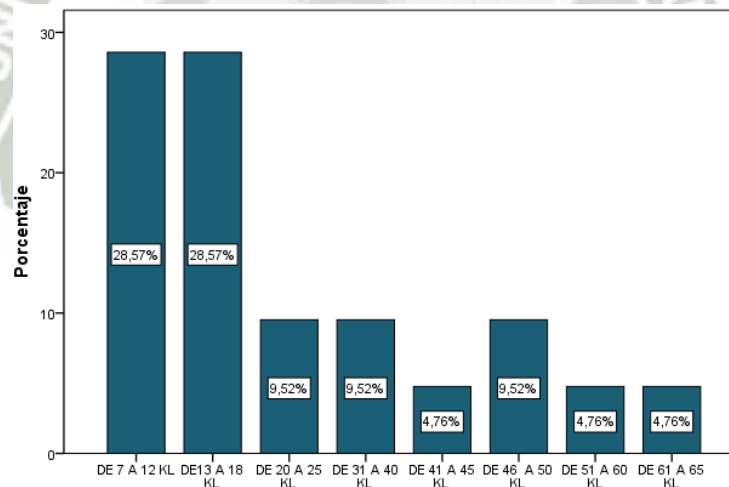
TABLA 8: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES EN UN DÍA PARTICULAR

		Número de Restaurantes por kg. Utilizados de papa	Kilogramos de papa utilizada por los Restaurantes en porcentaje
Válidos	DE 7 A 12 KL	6	28,6
	DE13 A 18 KL	6	28,6
	DE 20 A 25 KL	2	9,5
	DE 31 A 40 KL	2	9,5
	DE 41 A 45 KL	1	4,8
	DE 46 A 50 KL	2	9,5
	DE 51 A 60 KL	1	4,8
	DE 61 A 65 KL	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 2: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA PARTICULAR



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Se encuestaron a 21 restaurantes, y en un día particular, el 28.6% de los restaurantes demanda en promedio aproximadamente 10 kilogramos; el 28.6% demandan en promedio aproximadamente 16 kilogramos; el 9,5% demandan en promedio

aproximadamente 23 kilogramos; otro 9,5% demanda cerca de 40 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente en promedio 43 kilogramos; 9,5% demandan aproximadamente en promedio 48 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente cerca de 60 kilogramos; y 4,8% demandan aproximadamente en promedio 63 kilogramos. Por lo cual se observa que de 21 restaurantes, la mayor frecuencia de demanda se da con 12 restaurantes, que por día particular, demanda conjuntamente en promedio aproximadamente 150 kilogramos.

De estos 12 restaurantes, 6 de ellos utilizan alrededor de 10 kg. de papa cada uno, y los otros 6 utilizan 16 kilogramos aproximadamente cada uno.

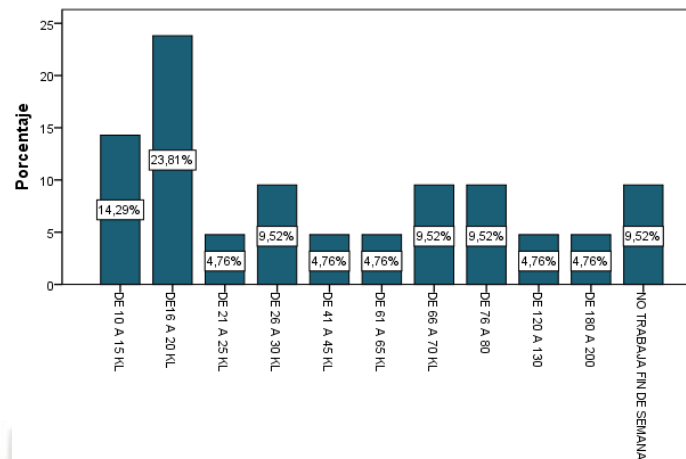
TABLA 9: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA DEL FIN DE SEMANA

		Número de Restaurantes por kg. Utilizados de papa	Kilogramos de papa utilizada por los Restaurantes en porcentaje
Válidos	DE 10 A 15 KL	3	14,3
	DE 16 A 20 KL	5	23,8
	DE 21 A 25 KL	1	4,8
	DE 26 A 30 KL	2	9,5
	DE 41 A 45 KL	1	4,8
	DE 61 A 65 KL	1	4,8
	DE 66 A 70 KL	2	9,5
	DE 76 A 80	2	9,5
	DE 120 A 130	1	4,8
	DE 180 A 200	1	4,8
	NO TRABAJA FIN DE SEMANA	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 3: KILOGRAMOS DE PAPA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA DE FIN DE SEMANA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Se encuestaron a 21 restaurantes, y en un día de fin de semana, el 14,3% de los restaurantes demanda en aproximadamente en promedio 13 kilogramos; el 23,8% demandan en aproximadamente en promedio 18 kilogramos; el 4,8% demandan aproximadamente en promedio 23 kilogramos; otro 9,5% demanda aproximadamente en promedio 28 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente en promedio 43 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente en promedio 48 kilogramos; 9,5% demandan aproximadamente en promedio 63 kilogramos; 9,5% demandan aproximadamente en promedio 68 kilogramos; 9,5% demandan aproximadamente en promedio 78 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente en promedio 125 kilogramos; 4,8% demandan aproximadamente en promedio 190 kilogramos; y 9,5% no trabaja el fin de semana . Por lo cual se observa que de 21 restaurantes, la mayor frecuencia de demanda se da con 5 restaurantes, que por día de fin de semana, demanda conjuntamente en promedio aproximadamente 90 kilogramos, ya que cada uno de estos demanda cerca de 18 kg.

A.2 Tipo de papa utilizada por los restaurantes:

TABLA 10: TIPO DE PAPA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES

		Número de Restaurantes por tipo de papa utilizada	Porcentaje de Restaurantes por tipo de papa utilizada
Válidos	PAPA CANCHAN	8	38%
	PAPA ÚNICA	13	62%
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Tras la investigación de campo realizada, se determinó las preferencias de tipo de papa de los restaurantes del distrito de Yanahuara. Estos restaurantes consumen básicamente dos tipos de papa para la preparación de papa frita: papa canchan y papa única. Es así, que el 38% de los restaurantes prefieren la papa canchan, esto debido a la calidad de esta papa, la cual es utilizada para la preparación de papa frita. Así mismo, un 62% de los restaurantes encuestados prefieren y demandan la papa única, esto debido a que es también recomendada para la preparación de papa frita, pero al mismo tiempo es más económica en comparación con la papa canchan. Así mismo, la papa en presentación entera que demandan los restaurantes es papa única.

A.3 Modo de Abastecimiento de Papa:

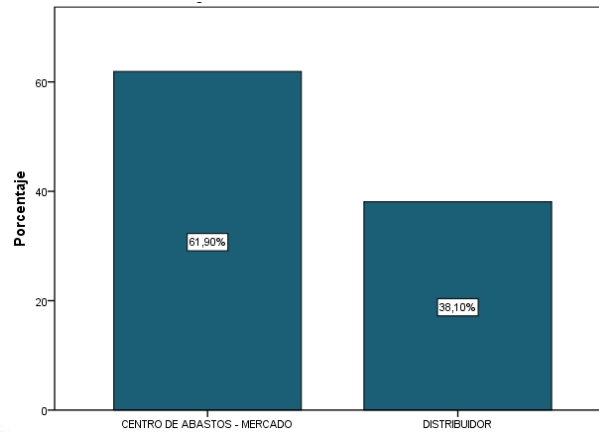
TABLA 11: MODO DE ABASTECIMIENTO DE PAPA

		Número de Restaurantes por modo de abastecimiento	Porcentaje de Restaurantes por modo de abastecimiento
Válidos	CENTRO DE ABASTOS	13	61,9
	DISTRIBUIDOR	8	38,1
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 4: MODO DE ABASTECIMIENTO DE PAPA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Como se registra en la tabla y gráfico anterior, un 61,9% de los restaurantes ubicados en Yanahuara, asiste regularmente a comprar sus insumos en los centros de abastos o comúnmente llamado mercado; y sólo al 38,1% de los restaurantes les distribuyen la papa ya sea entera o picada.

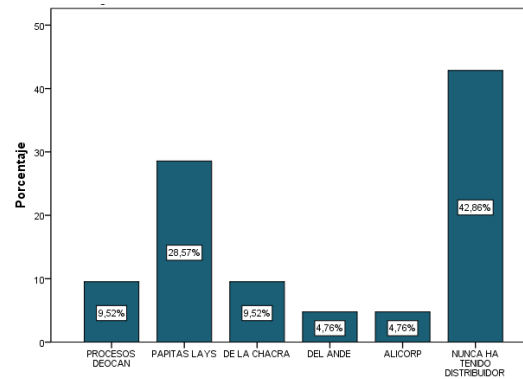
TABLA 12: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE PAPAS

		Número de Restaurantes por Abastecedor de papas	Porcentaje de Restaurantes por Abastecedor de papas
Válidos	PROCESOS DEOCAN	2	9,5
	PAPITAS LAYS	6	28,6
	DE LA CHACRA	2	9,5
	DEL ANDE	1	4,8
	ALICORP	1	4,8
	NUNCA HA TENIDO DISTRIBUIDOR	9	42,9
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 5: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE PAPA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Como se registra en la tabla y gráfico anterior, existe un 42,9% de los restaurantes ubicados en Yanahuara que nunca han tenido un distribuidor. No obstante del 57,1% (12 restaurantes) que han tenido alguna vez un distribuidor, actualmente solo 8 restaurantes continúan con esta distribución, los restantes prefirieron cancelar sus contratos con los distribuidores anteriores, ya sea por incumplimiento en entrega o calidad o por desconformidad, pues distribuían papa procesada.

A.4 Frecuencia de Compra o Distribución de la Papa:

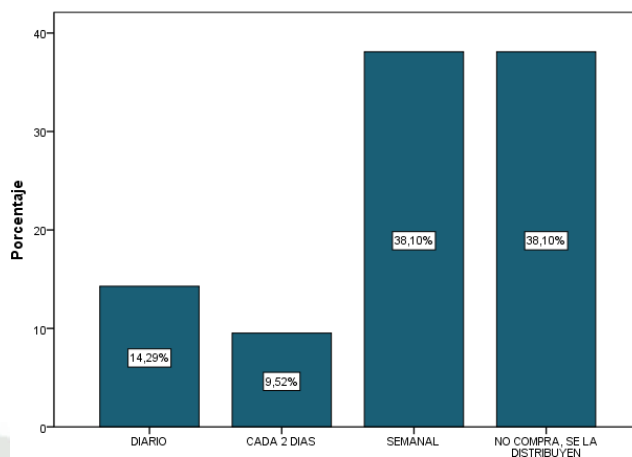
TABLA 13: FRECUENCIA DE COMPRA DE LA PAPA

		Número de Restaurantes según frecuencia de compra de papa	Porcentaje de Restaurantes según frecuencia de compra de papa
Válidos	DIARIO	3	14,3
	CADA 2 DIAS	2	9,5
	SEMANAL	8	38,1
	NO COMPRA, SE LA DISTRIBUYEN	8	38,1
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 6: FRECUENCIA DE COMPRA DE LA PAPA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

De 21 restaurantes seleccionados como muestra, el 14,3% compra papa diariamente en los centros de abastecimiento; el 9,5% compra cada dos días en los mismos centros de abastecimiento; un 38,1% compra papa por sacos todas las semanas en los centros de abastecimiento; y a un 38,1% le distribuyen la papa, no la compran; este último se la distribuyen o en sacos o como papa picada procesada.

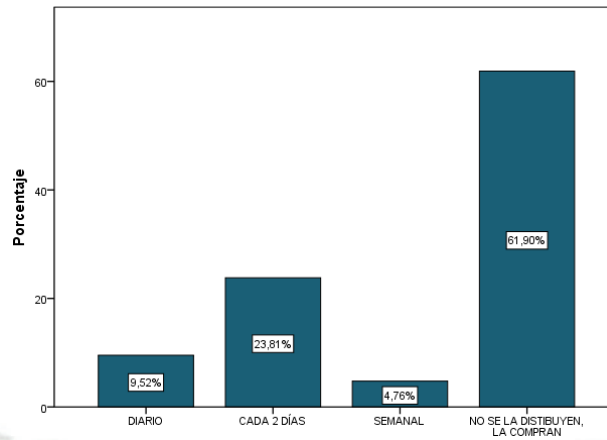
TABLA 14: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA

		Número de Restaurantes según frecuencia con la que les distribuyen la papa	Porcentaje de Restaurantes según frecuencia con la que les distribuyen la papa
Válidos	DIARIO	2	9,5
	CADA 2 DÍAS	5	23,8
	SEMANAL	1	4,8
	NO SE LA DISTRIBUYEN, LA COMPRAN	13	61,9
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 7: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE LA PAPA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Así mismo, de los 21 restaurantes seleccionados como muestra, a 9,5% les distribuyen diariamente la papa picada; a 23,8% les distribuyen cada dos días la papa picada; a un 4,8% le distribuyen la papa a la semana, generalmente en sacos de 120 kilogramos; y a 61,9% no les distribuyen, pues prefieren comprarla en los centros de abastecimiento o mercados.

A.5 Análisis sobre la demanda de papa:

Como se observa tras la investigación realizada, se encuestaron 21 restaurantes, los cuales demandan en un día particular 544 kilogramos de papa aproximadamente en total, y la mayor frecuencia de demanda se da en 12 restaurantes que por día particular demandan conjuntamente en promedio 150 kilogramos aproximadamente; no obstante dentro de estos 12 restaurantes, 6 de estos restaurantes utilizan alrededor de 10 kilogramos cada uno, y los otros 6 restaurantes utilizan 16 kilogramos aproximadamente cada uno.

Así también se observa que en un día del fin de semana que los 21 restaurantes demandan aproximadamente 764 kilogramos de papa, dentro de estos, la mayor frecuencia de demanda se da con 5 restaurantes, que por día de fin de semana

demandan conjuntamente 90 kilogramos en promedio, ya que cada uno de estos demanda cerca de 18 kilogramos.

Los restaurantes de Yanahuara demandan dos tipos de papa para la preparación de papa frita: canchan y única. Un 62% prefiere la papa única, principalmente por el precio. Y un 38% prefiere la papa canchan, principalmente por la calidad. Así mismo, para la papa pelada y entera, los restaurantes demandan la papa única.

Se observó también que de los 21 restaurantes encuestados, más del 60% se abastece de papa en los centros de abasto o comúnmente llamados mercados, y un 38% se abastece por medio de un distribuidor, siendo Papitas Lays el que distribuye papa a más restaurantes de este último porcentaje.

Finalmente se registra que la mayor frecuencia de comprar de papa es semanal, precisamente porque la mayoría de restaurantes se abastece en centros de abastos que adquieren por sacos.

B. CEBOLLA

B.1. Kilogramos de Cebolla:

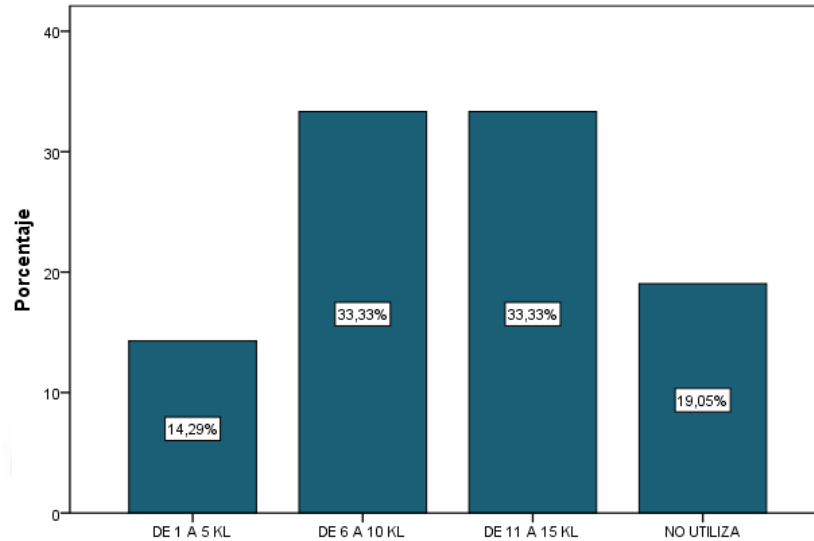
TABLA 15: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA PARTICULAR

		Número de Restaurantes por kg. Utilizados de cebolla	Kilogramos de cebolla utilizada por los Restaurantes en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5 KL	3	19,1
	DE 6 A 10 KL	7	33,3
	DE 11 A 15 KL	7	33,3
	NO UTILIZA	4	19,0
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 8: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, UN DÍA PARTICULAR



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Se encuestaron a 21 restaurantes, y en un día particular, el 14,3% de los restaurantes demanda cerca de 5 kilogramos; el 33,3% demandan en promedio aproximadamente 8 kilogramos; el 33,3% demandan en promedio aproximadamente 13 kilogramos; y el 19,0% no utiliza cebolla para la preparación de sus alimentos. Por lo cual se observa que de 21 restaurantes, la mayor frecuencia de demanda se da con 14 restaurantes, que por día particular, demanda conjuntamente en promedio aproximadamente 147 kilogramos; dentro de estos 7 restaurantes utilizan cerca de 8 kilogramos cada uno, y los otros siete 13 kilogramos cada uno.

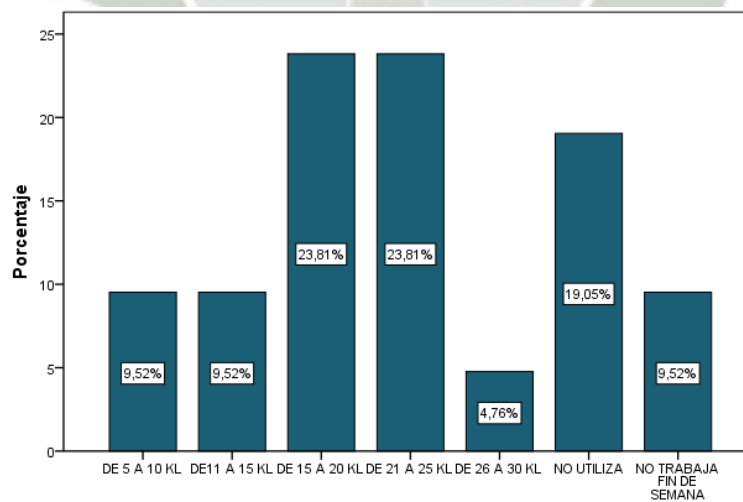
TABLA 16: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA DEL FIN DE SEMANA

		Número de Restaurantes por kg. Utilizados de cebolla	Kilogramos de cebolla utilizada por los Restaurantes en porcentaje
Válidos	DE 5 A 10 KL	2	9,5
	DE 11 A 15 KL	2	9,5
	DE 15 A 20 KL	5	23,8
	DE 21 A 25 KL	5	23,8
	DE 26 A 30 KL	1	4,8
	NO UTILIZA	4	19,0
	NO TRABAJA FIN DE SEMANA	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 9: KILOGRAMOS DE CEBOLLA UTILIZADOS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, EN UN DÍA DE FIN DE SEMANA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

De los 21 restaurantes encuestados, en un día de fin de semana demandan de cebolla, el 9,5% aproximadamente en promedio 8 kilogramos; el 9,5% demandan en promedio aproximadamente 13 kilogramos; el 23,8% demandan en promedio aproximadamente 18 kilogramos; el 23,8% demandan en promedio aproximadamente 23 kilogramos; el 4,8% demandan en promedio aproximadamente 28 kilogramos; y el 19% no utiliza cebolla para la preparación de sus alimentos. Por lo cual se observa que de 21 restaurantes, la mayor frecuencia de demanda se da con 10 restaurantes, que por día particular, demanda conjuntamente en promedio aproximadamente 200 kilogramos, de estos 5 restaurantes demandan aproximadamente 18 kilogramos cada uno y los otros cinco, 23 kilogramos cada uno.

B.2. Tipo de cebolla utilizada por los restaurantes

TABLA 17: TIPO DE CEBOLLA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES

		Número de Restaurantes por kg. Utilizados de cebolla	Kilogramos de cebolla utilizada por los Restaurantes en porcentaje
Válidos	CEBOLLA ROJA	17	81,0
	NO UTILIZA	4	19,0
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Tras la investigación de mercado realizada, se determinó que el 81% de los restaurantes utiliza cebolla roja en la preparación de sus platillos, y el 19% restante no utiliza ningún tipo de cebolla.

Utilizan este tipo de cebolla por su especial sabor, y porque es ingrediente típico y característico de los platillos preparados en estos restaurantes.

B.3. Modo de Abastecimiento de Cebolla:

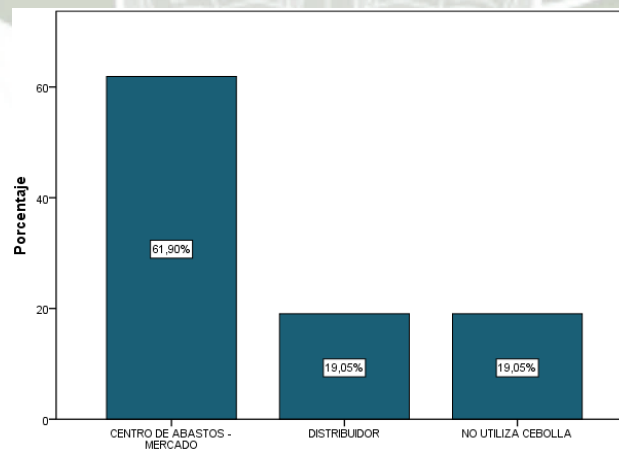
TABLA 18: MODO DE ABASTECIMIENTO DE CEBOLLA

		Número de Restaurantes por modo de abastecimiento	Porcentaje de Restaurantes por modo de abastecimiento
Válidos	CENTRO ABASTOS	13	61,8
	DISTRIBUIDOR	4	19,1
	NO UTILIZA	4	19,1
	Total	21	100,0
Perdidos	Sistema	0	0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 10: MODO DE ABASTECIMIENTO DE LA CEBOLLA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Como se registra en la tabla y gráfico anterior, un 61,8% de los restaurantes ubicados en Yanahuara, asiste regularmente a comprar sus insumos en los centros de abastos o comúnmente llamados mercados; a un 19,1% de los restaurantes les distribuyen la cebolla entera en sacos de 120 kilogramos aproximadamente, y un 19.1% no utiliza cebolla.

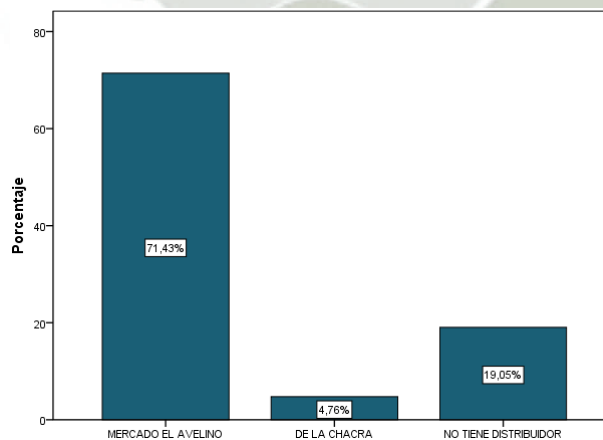
TABLA 18: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE CEBOLLA

		Número de Restaurantes por Abastecedor de cebolla	Porcentaje de Restaurantes por Abastecedor de cebolla
Válidos			
	MERCADO EL AVELINO	15	71,4
	DE LA CHACRA	1	4,8
	NO TIENE DISTRIBUIDOR	4	19,1
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 111: NOMBRE DEL ABASTECEDOR DE LA CEBOLLA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Del total de encuestados, se observa que un 71.4% de restaurantes, asisten regularmente a comprar la cebolla por sacos de 120 kilogramo aproximadamente al mercado o centro de abastecimiento “El Avelino”; sólo 4,8% adquiere el producto en chacra, y el 19,1% no tiene distribuidor o abastecedor porque probablemente no utiliza cebolla.

B.4. Frecuencia de Compra o Distribución de Cebolla:

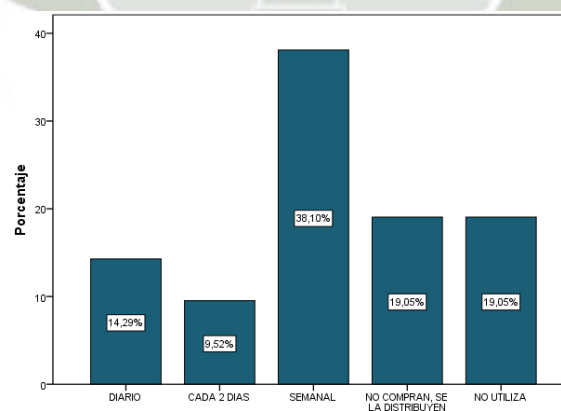
TABLA 19: FRECUENCIA DE COMPRA DE CEBOLLA

		Número de restaurantes según frecuencia de compra de cebolla	Número de restaurantes según frecuencia de compra de cebolla en porcentaje
Válidos	DIARIO	3	14,3
	CADA 2 DIAS	2	9,5
	SEMANAL	8	38,1
	NO COMPRAN, SE LA DISTRIBUYEN	4	19,0
	NO UTILIZA	4	19,0
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 12: FRECUENCIA DE COMPRA DE CEBOLLA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

De 21 restaurantes seleccionados como muestra, el 14,3% compra cebolla diariamente en los centros de abastecimiento; el 9,5% compra cada dos días en los mismos centros de abastecimiento; un 38,1% compra cebolla por sacos todas las semanas en los centros de abastecimiento; un 19,1% le distribuyen la cebolla en sacos; y otro 19,1% no utiliza cebolla, pues en su mayoría son los restaurantes dedicados al rubro de pollerías.

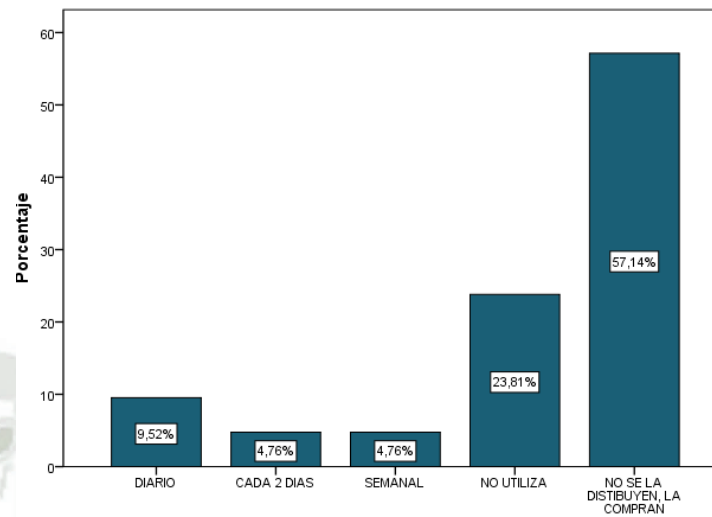
TABLA 20: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE CEBOLLA

		Frecuencia de distribución de cebolla por restaurante	Frecuencia de distribución de cebolla por restaurante en porcentaje
Válidos	DIARIO	2	9,1
	CADA 2 DIAS	1	4,5
	SEMANAL	1	4,5
	NO UTILIZA	5	22,7
	NO SE LA DISTIBUYEN, LA COMPRAN	12	54,5
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 13: FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN DE CEBOLLA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)
Elaboración de las Autoras

De 21 restaurantes seleccionados como muestra, al 9,5% de restaurantes les distribuyen cebolla diariamente; al 4,8% les distribuyen cebolla cada dos días, a otro 4,8% les distribuyen cebolla por sacos semanalmente; el 23,8% no utiliza cebolla; y al 57,1% no le distribuyen cebolla, sino que la compra directamente en los centros de abastecimiento. Se debe resaltar que la distribución es de cebolla entera.

B.5. Análisis de la demanda de cebolla:

Como se observa tras la investigación realizada, se encuestaron 21 restaurantes, los cuales demandan en un día particular 162 kilogramos de cebolla aproximadamente en total, y la mayor frecuencia de demanda se da en 14 restaurantes que por día particular demandan conjuntamente en promedio 147 kilogramos aproximadamente; no obstante dentro de estos 14 restaurantes, 7 de estos restaurantes utilizan alrededor de 8 kilogramos cada uno, y los otros 7 restaurantes utilizan 13 kilogramos aproximadamente cada uno.

Así también se observa que en un día del fin de semana que los 21 restaurantes demandan aproximadamente 275 kilogramos de cebolla, dentro de estos, la mayor frecuencia de demanda se da con 10 restaurantes, que por día de fin de semana demandan conjuntamente 200 kilogramos; no obstante dentro de estos 10 restaurantes, 5 de estos restaurantes utilizan alrededor de 18 kilogramos cada uno, y los otros 5 restaurantes utilizan 23 kilogramos aproximadamente cada uno.

Se observó también que de los 21 restaurantes encuestados, el 61.90% se abastece de cebolla en los centros de abasto o comúnmente llamados mercados, y un 19.05% se abastece por medio de un distribuidor, que por lo general este distribuidor es algún vendedor del mercado “El Avelino” que les distribuye la cebolla en sacos.

Finalmente se registra que la mayor frecuencia de comprar de cebolla es semanal, precisamente porque la mayoría de restaurantes se abastece en centros de abastos donde adquieren la cebolla por sacos.

2.1.5.2 EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR:

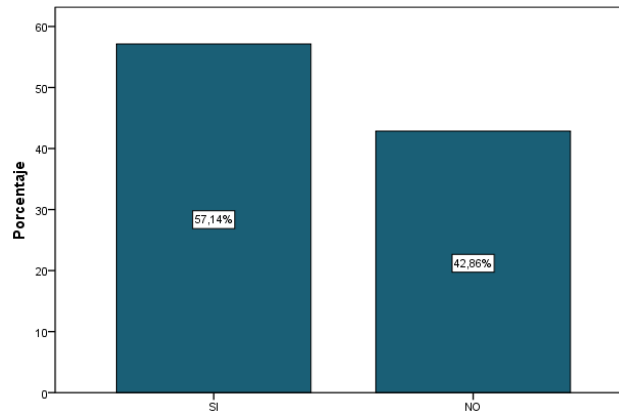
TABLA 21: RESTAURANTES QUE HAN TENIDO EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR

		Número de Restaurantes que han tenido experiencia con algún distribuidor	Restaurantes que han tenido experiencia con algún distribuidor en porcentaje
Válidos	SI	12	57,1
	NO	9	42,9
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 14: RESTAURANTES QUE HAN TENIDO EXPERIENCIA CON ALGÚN DISTRIBUIDOR



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

El 57,1% ha tenido alguna experiencia en cuanto a distribución de estos productos. No obstante, por lo general la distribución de papa y cebolla ha sido en sacos de 120 kilogramos de cada producto, y en menor cuantía se ha distribuido papa picada pero en menor proporción, y prácticamente en su totalidad esta ha sido papa procesada.

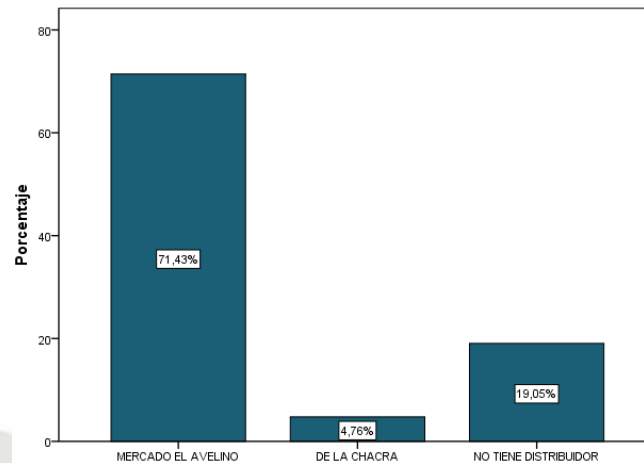
TABLA 22: NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR CON EL QUE TUVO EXPERIENCIA

		Número de restaurantes que tuvieron experiencia con algún distribuidor	Número de restaurantes que tuvieron experiencia con algún distribuidor en porcentaje
Válidos	MERCADO EL AVELINO	15	71,4
	DE LA CHACRA	1	4,8
	NO TIENE DISTRIBUIDOR	4	19,1
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 15: NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR CON EL QUE TUVO EXPERIENCIA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Del total de encuestados, se observa que un 71.4% de restaurantes, asisten regularmente a comprar la cebolla por sacos de 120 kilogramos aproximadamente al mercado o centro de abastecimiento “El Avelino”; sólo 4,8% adquiere el producto en chacra, y el 19,1% no tiene distribuidor o abastecedor porque probablemente no utiliza cebolla.

2.1.5.3 TIPOS DE PRESENTACIÓN DE PAPA Y CEBOLLA DEMANDADAS POR LOS RESTAURANTES DE YANAHUARA

También se realizó preguntas sobre las cantidades que utilizan exactamente de papa, cebolla y especerías los restaurantes para tener una idea más específica y así poder determinar la nuestra oferta.

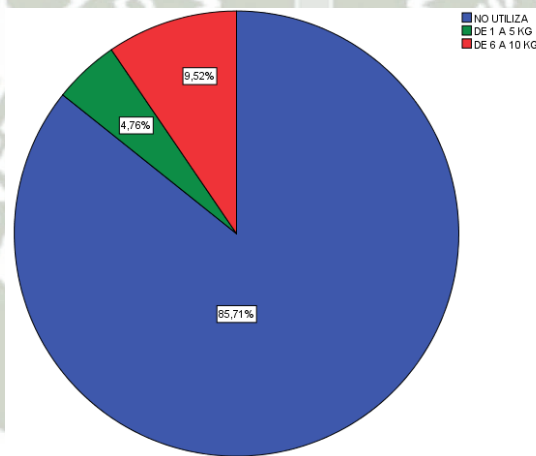
TABLA 23: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA EN CUBITOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO

		Numero de restaurantes según kilogramos de papa en cubitos utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de papa en cubitos utilizados en porcentaje a diario
Válidos	NO UTILIZA	18	85,7
	DE 1 A 5 KG	1	4,8
	DE 6 A 10 KG	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 16: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA EN CUBITOS QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

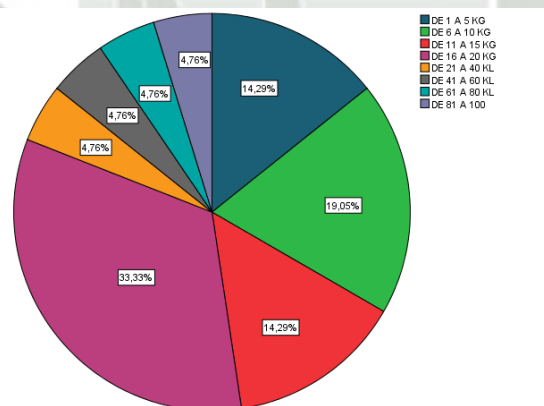
El 85.7% no utiliza papa picada en cubitos, mientras que un 4.8% utiliza de 1 a 5 kilogramos diarios de papa picada en cuadraditos y un 9.5% de 6 a 10 kilogramos diarios. La mayoría de restaurantes utilizan este tipo de corte de papa sobre todo para la preparación de algunos platos como guisos, o para sopas y caldos. Por lo tanto son los restaurantes del rubro comida criolla quienes utilizan más este tipo de corte de papa.

TABLA 24: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA PARA FRITURA (BASTÓN) QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO

		Numero de restaurantes según kilogramos de papa para fritura utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de papa para fritura utilizados a diario en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5 KG	3	14,3
	DE 6 A 10 KG	4	19,0
	DE 11 A 15 KG	3	14,3
	DE 16 A 20 KG	7	33,3
	DE 21 A 40 KL	1	4,8
	DE 41 A 60 KL	1	4,8
	DE 61 A 80 KL	1	4,8
	DE 81 A 100	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)
Elaboración de las Autoras

FIGURA 172: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA Y PICADA PARA FRITURA (BASTÓN) QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A DIARIO



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)
Elaboración de las Autoras

Del 100% de Restaurantes entrevistados, todos utilizan papa pelada y picada para fritura (bastón) para la preparación de sus platillos. Un 19.05% utiliza de 6 a 10 kilogramos diariamente, un 14.3% utiliza de 11 a 15 kilogramos, un 33.3% utiliza de 16 a 20 kilogramos, un 4.8% de 21 a 40 kilogramos, un 4,8% de 41 a 60

kilogramos, otro 4.8% utiliza de 61 a 80 kilogramos; y finalmente un 4.8% utiliza de 81 a 100 kilogramos diariamente. Estos últimos porcentajes de elevada utilización de papa pelada y picada para fritura (bastón), son mayormente por las pollerías, quienes llegan a utilizar desde 60 a 100 kilogramos diarios de papa corte bastón para el acompañamiento del pollo a la brasa.

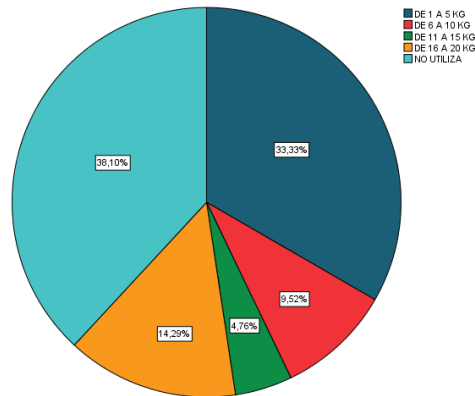
**TABLA 25: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA ENTERA UTILIZADOS
POR LOS RESTAURANTES A DIARIO**

		Numero de restaurantes según kilogramos de papa pelada entera utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de papa pelada utilizados a diario en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5 KG	7	33,3
	DE 6 A 10 KG	2	9,5
	DE 11 A 15 KG	1	4,8
	DE 16 A 20 KG	3	14,3
	NO UTILIZA	8	38,1
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

**FIGURA 18: KILOGRAMOS DE PAPA PELADA ENTERA UTILIZADOS
POR LOS RESTAURANTES A DIARIO**



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

En cuanto a la demanda por papa pelada entera, un 33.3% de restaurantes utilizan de 1 a 5 kilogramos diarios, un 9.5% utilizan de 6 a 10 kilogramos, un 4.8% utilizan de 11 a 15 kilogramos, un 4.8% utilizan de 11 a 15 kilogramos y finalmente, un 38.1% no utilizan esta presentación de papa. La mayoría de restaurantes que utilizan esta presentación de papa, son los del rubro comida criolla, ya que muchas veces acompañan sus platillos con papa entera al horno y dorada.

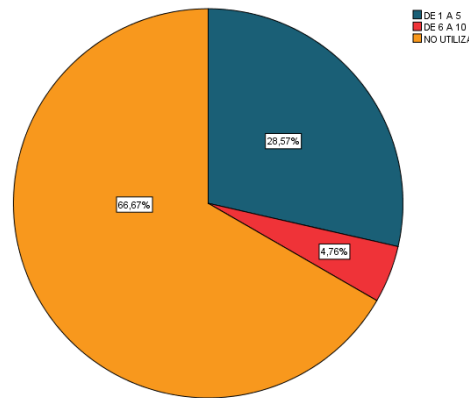
TABLA 26: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN CUDRADITOS PEQUEÑOS QUE UTILIZAN LOS RESTAUTANTES A DIARIO

		Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla para aderezo utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla para aderezo utilizados a diario en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5	6	28,6
	DE 6 A 10	1	4,8
	NO UTILIZA	14	66,7
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 19: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN CUDRADITOS PEQUEÑOS QUE UTILIZAN LOS RESTAUTANTES A DIARIO



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

De los restaurantes entrevistados, un 66,7% no utiliza este presentación de cebolla para la preparación sus platillos, mientras que un 28.6% utiliza de 1 5 kilogramos diarios y un 4.8% utiliza de 6 a 10 kilogramos diarios de cebolla en cuadraditos. Los restaurantes que utilizan este corte de cebolla para la preparación de sus platos son los del rubor comida criolla y comida diaria, debido a que esta presentación e cebolla la usan para la preparación de todo tipo de guisos y aderezos.

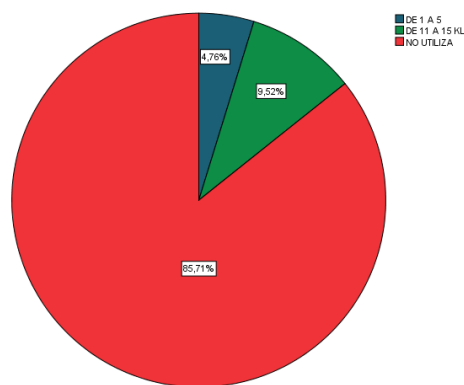
TABLA 27: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN TROZOS GRANDES, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO

		Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla en trozos grandes utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla en trozos grandes utilizados a diario en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5	1	4,8
	DE 11 A 15 KL	2	9,5
	NO UTILIZA	18	85,7
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 20: KILOGRAMOS DE CEBOLLA PICADA EN TROZOS GRANDES, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Los resultados a esta pregunta fueron los siguientes, el 85.7% no utilizan esta preparación de cebolla para su platillos, mientras que un 4.7% utiliza de 1 a 5 kilogramos y un 9.5% utiliza de 11 a 15 kilogramos, sobre todo para la preparación de platos como Lomo Saltado, Saltado de pollo y Escabeches.

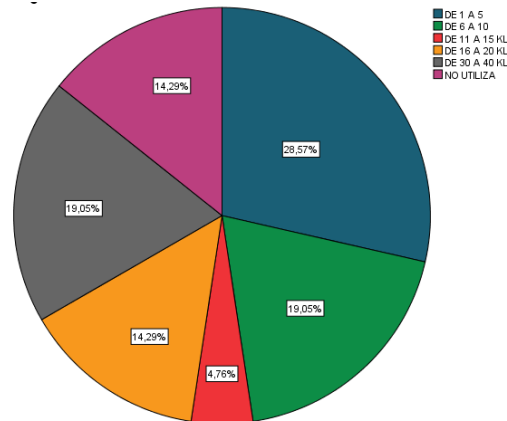
TABLA 28: KILOGRMOS DE CEBOLLA PICADA CORTE HOJA, UTILIZADOS POR LOS RESTAURANTES A DIARIO

		Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla en corte hoja utilizados a diario	Numero de restaurantes según kilogramos de cebolla en corte hoja utilizados a diario en porcentaje
Válidos	DE 1 A 5	6	28,6
	DE 6 A 10	4	19,0
	DE 11 A 15 KL	1	4,8
	DE 16 A 20 KL	3	14,3
	DE 30 A 40 KL	4	19,0
	NO UT ILIZA	3	14,3
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 213: KILOGRMOS DE CEBOLLA PICADA CORTE HOJA UTILIZADA POR LOS RESTAURANTES A DIARIO



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)
Elaboración de las Autoras

En cuanto a la utilización de cebolla picada corte hoja utilizada por los restaurantes a diario, un 28,6% utiliza de 1 a 5 kilogramos diarios, un 19,0% de 6 a 10 kilogramos, un 4,8% de 11 a 15 kilogramos, un 14,3% de 6 a 20 kilogramos, un 19% de 30 a 40 kilogramos y un 14,3% no utiliza esta presentación de cebolla para la preparación de sus platillos. La mayoría de restaurantes que utilizan este corte de cebolla, son los restaurantes del rubro pescados y mariscos y también los de comida criolla y comida diaria, pues la utilizan para la preparación de los ceviches y las zarzas.

C. Análisis de demanda de cebolla y papa según sus diversas presentaciones:

Se debe resaltar que la papa y cebolla se utilizan en diversas presentaciones. Es así que un 14,3% del total de restaurantes encuestados demandan papa pelada y picada en cubitos, preferentemente para la preparación de guisos. El 100% de los restaurantes encuestados demandan papa en presentación “bastón”, demandando aproximadamente un total de 458 kilogramos de papa en esta presentación. El 62% del total de restaurantes encuestados demandan papa pelada entera.

Respecto a la cebolla, 33% del total de restaurantes encuestados demandan cebolla picada en cuadraditos pequeños para la preparación de sus guisos. El 14% del total de

restaurantes encuestados demanda cebolla picada en trozos grandes para la preparación de sus platillos. Y el 85% del total de restaurantes encuestados demanda cebolla picada en corte hoja para la preparación de sus platillos.

2.1.5.4. DEMANDA DE ACEITE:

A. Restaurantes que utilizan aceite:

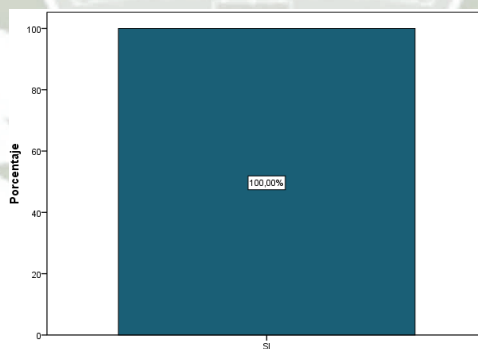
TABLA 29: RESTAURANTES QUE UTILIZAN ACEITE

		Número de restaurantes que utilizan de aceite	Número de restaurantes que utilizan de aceite en porcentaje
Válidos	SI	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 22: RESTAURANTES QUE UTILIZAN ACEITE



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Del total de restaurantes encuestados, el 100% utiliza aceite en la preparación de sus platillos, por lo cual nos damos cuenta que la aceite es un insumo imprescindible en la preparación de los platillos de los restaurantes.

B. Marca de aceite utilizada por los restaurantes:

Tras la investigación de campo realizada, se pudo obtener como información, el tipo de aceite utilizado por los restaurantes. Los restaurantes señalaron que adquieren el aceite en baldes de 20 litros, y/o en latas de 18 litros. Así mismo, la marca de aceite demanda por los restaurantes es “CIL”, esto debido a que es más económico que el resto de marcas de aceites.

C. Modo de Abastecimiento del aceite

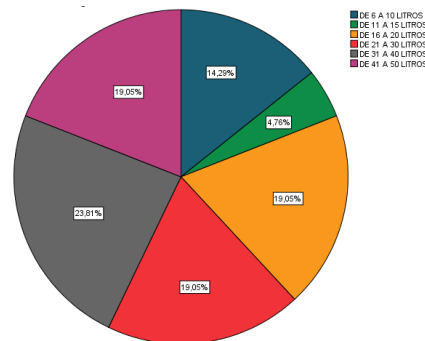
TABLA 30: LITROS DE ACEITE QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A LA SEMANA

		Número de restaurantes según litros de aceite utilizado a la semana	Número de restaurantes según litros de aceite utilizado a la semana en porcentaje
Válidos	DE 6 A 10 LITROS	3	14,3
	DE 11 A 15 LITROS	1	4,8
	DE 16 A 20 LITROS	4	19,1
	DE 21 A 30 LITROS	4	19,1
	DE 31 A 40 LITROS	5	23,8
	DE 41 A 50 LITROS	4	19,1
	Total	21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 23: LITROS DE ACEITE QUE UTILIZAN LOS RESTAURANTES A LA SEMANA



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Todos los restaurantes utilizan aceite para la preparación de sus diferentes platos, un 14,3 % de 6 a 10 litros, un 4,8% utiliza de 11 a 15 litros, un 19,1% de 16 a 20 litros, un 19,1% de 21 a 30 litros, un 23,8% utiliza de 31 a 40 litros y finalmente un 19,1% utiliza de 41 a 50 litros a la semana. Dentro de este último porcentaje se encuentran las pollerías y los restaurantes de grilles y parrillas quienes utilizan hasta 50 litros de aceite a la semana.

D. Frecuencia de compra de aceite:

TABLA 31: FRECUENCIA DE COMPRA DE ACEITE

		Número de restaurantes según su frecuencia de compra de aceite	Número de restaurantes según su frecuencia de compra de aceite en porcentaje
Válidos	DIARIO	1	4,5
	CADA 2 DIAS	2	9,1
	NO COMPRA, LE DISTRIBUYEN	8	36,4
	CADA 15 DÍAS	1	4,5
	SEMANAL	9	40,9
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

En la tabla y figura anterior, se observa que un 40.9% realiza las compras de aceite en centros de abastos semanalmente. No obstante, a un 36.4% les distribuyen. Dentro de este punto se incluye a la tienda distribuidora Mas Ventas que es una de las distribuidoras de diferentes tipos de productos. Así también, un 9,5% compra en los centros de abastos sus especerías cada dos días; un 4,8% hace sus compras diariamente y finalmente otro 4,8% realiza dichas compras cada 15 días.

E. Análisis de la demanda de Aceite:

Como se observa tras la investigación realizada, se encuestaron 21 restaurantes que demandan aceite. El aceite es principalmente adquirido en centros de abastos o mercados (más del 60%).

Respecto a la cantidad demandada, los restaurantes del distrito de Yanahuara demandan en conjunto aproximadamente 577 litros de aceite semanalmente.

2.1.5.5. PREFERENCIA DE COMPRA A LA EMPRESA:

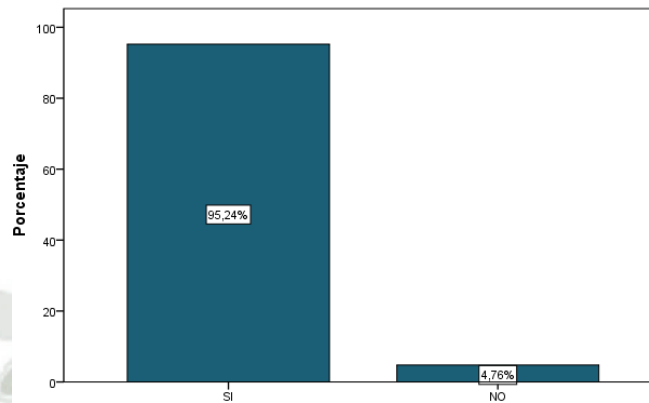
TABLA 32: PREFERENCIA POR UNA EMPRESA QUE LES DISTRIBUYA TODOS LOS INSUMOS ANTERIORMENTE MENCIONADOS

		Número de restaurantes que les gustaría comprarle a una sola empresa que les distribuya todos estos insumos	Número de restaurantes que les gustaría comprarle a una sola empresa que les distribuya todos estos insumos en porcentaje
Válidos	SI	20	95,2
	NO	1	4,8
	Total	21	100,0
Total		21	100,0

Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

FIGURA 24: ¿LES GUSTARÍA, PREFERIRÍAN Y COMPRARÍAN A UNA EMPRESA QUE DISTRIBUYA TODOS ESTOS INSUMOS?



Fuente: Resultado de encuestas a restaurantes de Yanahuara (SPSS)

Elaboración de las Autoras

Como se registra, a un 95,2% les gustaría y comprarían a una sola empresa que les distribuya todos estos insumos. No obstante, los restaurantes resaltaron sobre la importancia de la calidad, salubridad y cumplimiento en la entrega de los productos. Así mismo, resaltaron en su mayoría que preferirían que una sola empresa les distribuya los productos ya que eso facilitaría su tiempo y organización al tener que tratar con un solo proveedor de todos estos insumos.

2.1.5.6. EXISTENCIA DE DEMANDA DE INSUMOS POR PARTE DE LOS RESTAURANTES:

Luego de la investigación realizada nos hemos dado cuenta de la existencia de una demanda para nuestro proyecto, pues del total de restaurantes encuestados, la mayoría utiliza papa pelada y picada para fritura, como otras presentaciones de papa que también necesitan para la preparación de sus platillos. En el caso de las pollerías, son estas las que mayor cantidad de papa demandan, y son sobre todo los restaurantes de comida criolla o típica un excelente mercado para la distribución de papa pelada y picada.

Así mismo respecto a la cebolla, se determinó que ninguno de estos restaurantes cuenta con un distribuidor de cebolla pelada y picada, lo cual les facilitaría el trabajo y permitiría de cierta manera disminuir sus costos y tiempo de procesos. Además, los restaurantes mostraron optimismo ante la oferta de cebolla en diferentes presentaciones, y afirmaron que estarían dispuestos a probarla.

Para ambos productos, los administradores de los restaurantes encuestados, se mostraron optimistas ante esta propuesta de distribución de papa y cebolla peladas y picadas, pues muchos no cuentan con distribuidores de estos productos, por la desconfianza de obtener productos de baja calidad, o por el temor de que estos contengan químicos para que se conserven. Ante ello nosotras proponemos una nueva idea de negocio, que permita la conservación de estos alimentos solamente mediante su congelación, pues proponemos una distribución diaria y a la hora precisa que necesitan los restaurantes para preparar sus platillos y evitar problemas de putrefacción y uso de conservantes químicos; a través de la distribución de productos de calidad, del mismo estándar y con los respectivos certificados de sanidad e higiene que respalden la calidad de nuestros productos.

Con respecto al aceite, se determinó que este producto es adquirido por lo general en sus compras semanales o quincenales, dependiendo del restaurante en cuestión.

Además, nos dimos cuenta de la existencia de un mercado, pues actualmente no existe una empresa que se dedique a la distribución de todos estos insumos, y por otro lado, los mismos dueños o administradores de los restaurantes mostraron su interés por una empresa que les facilite las compras de sus insumos distribuyéndolas en los restaurantes, con la puntualidad, frecuencia y calidad requerida evitando así el trato con distintos proveedores.

A partir de este segundo capítulo se ha podido responder diversas interrogantes.

En Yanahuara existen 45 restaurantes de diferentes rubros: 9 restaurantes del rubro pescados y mariscos; 6 restaurantes del rubro parrilladas y grill; 17 restaurantes del rubro comida típica y criolla; 7 restaurante del rubro pollerías; y 6 restaurantes de comida diaria.

Así mismo, se logró determinar los kilogramos de papa, cebolla y litros de aceite demandados por los diferentes restaurantes encuestados.

De 21 restaurantes encuestados, en un día particular demandan 544 kilogramos de papa aproximadamente en total, y en un día de fin de semana demandan 764 kilogramos de papa en total. Se debe resaltar que de estos totales, el 100% demanda papa pelada corte bastón y un 62% demanda papa pelada entera.

En cuanto a la cantidad de cebolla demandada, en un día particular demandan 162 kilogramos de cebolla aproximadamente en total, mientras que un día del fin de semana, demandan en promedio 275 kilogramos de cebolla. Del total de cebolla demanda, un 33% de los restaurantes demanda cebolla picada en cuadraditos pequeños, el 14% demandan cebolla picada en trozos grandes y el 85% demanda cebolla picada en corte hoja.

Finalmente, en cuanto al aceite, los restaurantes de Yanahuara demandan aproximadamente 577 litros de aceite semanalmente.

Según los resultados obtenidos sobre la demanda de estos productos, es que en el siguiente capítulo se determinó el tamaño de la oferta.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ESTRATEGIA COMERCIAL

En el capítulo anterior se determinó la existencia de una demanda de los insumos propuestos, por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara. A partir de ello, se analizará las condiciones del entorno para la creación de una empresa distribuidora de estos insumos. Dentro de ello se analizará a los proveedores, competidores y canales de distribución necesarios para ofertar los productos.

Posteriormente, se plantea la estrategia comercial a emplear, así como las medidas consideradas dentro del plan de contingencia.

3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO:

3.1.1. MERCADO PROVEEDOR:

Para este proyecto, es importante analizar a las empresas que se encargarán de proveer todo lo necesario para llevar a cabo la producción de nuestros productos.

Los insumos necesarios para la producción de nuestros productos, son fácilmente adquiridos en cualquier centro de abasto de la ciudad, como por ejemplo el Terminal de Papas, el mercado El Avelino, el mercado El Altiplano, entre otros; sin embargo, hemos seleccionado a nuestros proveedores, por ser personas con negocio de buen prestigio, responsables y cumplidos.

Es así que para poder producir la papa picada en bastón para fritura, y la papa entera, pelada; se tendrá como proveedor al terminal de papas, donde nos proveeremos de la Señora Ana María Corrales, quien se dedica a la venta mayorista de papa, y nos venderá la papa en costales de 100 a 120 kilogramos. En este caso fue importante el poder obtener un contacto que nos provea la papa, para poder tener mayor seguridad en cuanto a la calidad del producto en cuestión, y el abastecimiento continuo del producto.

Con el proveedor de la papa, se estableció el pago semanal por el insumo provisto. El precio al cual se adquirirá la papa es variable, ya que depende del precio fijado por el mercado.

Así mismo, para proveernos de la cebolla, recurriremos al mercado El Avelino, donde se adquirirá la cebolla en sacos de 100 a 120 kilogramos a un costo al por mayor. Para ello, nos contactamos con el Señor Nicolás Núñez, el cual se dedica a la comercialización de cebolla al por mayor. En este caso, también fue importante el poder obtener un contacto que nos provea la cebolla, para poder tener mayor seguridad en cuanto a la calidad del producto en cuestión, y el abastecimiento continuo del producto.

Con el proveedor de la cebolla, se estableció el pago semanal por el insumo provisto. El precio al cual se adquirirá la cebolla es variable, ya que depende del precio fijado por el mercado.

A su vez, en el caso del Aceite nos proveeremos de la empresa Distribuidora Katya S.R.L., la cual se dedica a la comercialización al por mayor de aceite y otros insumos de panificación, y además transporta el insumo directamente a la puerta de la empresa de sus clientes, brindando seguridad y garantía en los productos.

Con el proveedor del aceite, se estableció el pago semanal por el insumo provisto. El precio al cual se adquirirá el aceite estará en función al contrato con la empresa Katya S.R.L.

3.1.2. EMPRESAS COMPETIDORAS:

El mercado competidor, se refiere a “las empresas que elaboran y venden productos similares a los del proyecto”, las cuales deben ser consideradas al momento de la preparación del proyecto (Sapag Chain 2000).

Actualmente, en la ciudad de Arequipa no existe ninguna empresa que comercialice y distribuya la cebolla picada en diferentes presentaciones.

Si bien existen empresas que comercializan papa picada para fritura, son pocas, y brindan papa picada procesada, la cual tiene algunas características muchas veces no gratas para los clientes, ya que una vez frita, este tipo de papa tiende a endurecerse con el pasar de los

minutos. Dentro de las empresas que brindan este servicio se encuentra Papitas Lays y Alicorp.

Respecto al aceite, este es adquirido en los centros de abastecimiento o en tiendas que brindan estos productos, como Tiendas Mass y organizaciones mayoristas como MAKRO. Sin embargo, se debe mencionar, que en su mayoría aún los restaurantes se abastecen de centros de abastos o comúnmente llamados mercados.

Es importante mencionar que actualmente, no existe en el mercado una empresa que distribuya todos nuestros productos conjuntamente.

A continuación se analizan de manera más detallada, a algunas de las empresas consideradas como competidoras:

3.1.2.1. PAP'S LIGT S.A.C :

Es una empresa peruana del sector alimentario, que inició sus actividades el 10 de mayo del 2013, con domicilio fiscal en Av. Las Peñas 1010 Bellapampa – Socabaya. Esta empresa se dedica a la comercialización y distribución de papa procesada. En el estudio de campo realizado, varias de las empresas encuestadas mencionaron conocer los servicios brindados por esta empresa.

El precio de la papa corte bastón brindada por esta empresa es de aproximadamente 2.50 nuevos soles el kilogramo.

La empresa distribuye la papa procesada a lo mucho dos veces por semana en los distintos restaurantes, y brinda un crédito semanal como política de crédito a sus clientes.

Ventajas:

- Tiene cerca de dos años en el mercado.
- El número de sus clientes es amplio.

Desventajas:

- Ubicación lejana, en un distrito apartado de la ciudad.
- Costos de Distribución relativamente elevados.
- No cuenta con certificaciones que acrediten la correcta manipulación de alimentos.
- El único producto que comercializan y distribuyen es la papa procesada, en corte bastón.
- Es difícil contactarse con la empresa.
- No atienden pedidos de urgencia.
- No cuenta con una página Web, que promocióne sus productos, ni realiza publicidad alguna.

3.1.2.2. CENTROS DE ABASTOS – MERCADOS:

Los centros de abastos son los principales lugares de abastecimiento para los restaurantes. Por lo general, los dueños, administradores o encargados de las compras en los restaurantes frecuentan estos lugares una o varias veces a la semana para realizar las compras de los insumos necesarios para la preparación de sus platillos.

Los centros de abastos más frecuentados por los dueños de los restaurantes y chefs de la ciudad son Mi Mercado y Nueva Esperanza, ambos ubicados en la zona del Avelino. Los encargados de las compras en los restaurantes acuden a estos lugares porque allí encuentran variedad de productos a precios más económicos y accesibles. Sin embargo, esta es una tarea laboriosa para los dueños o administradores de los restaurantes, porque involucra una inversión de tiempo el acudir a dichos establecimientos, ya que se encuentran ubicados en una zona de alto tráfico; además de ello los dueños o administradores deben de ser cuidadosos y muy selectivos al momento de realizar las compras, puesto que los insumos muchas veces no se encuentran en las condiciones deseables.

Estos centros de Abastos brindan un precio al por menor, pero también al por mayor al adquirir costales de 100 a 120 kilogramos.

Por lo general, estos empresarios no brindan ningún tipo de crédito, el pago es al contado, a menos que se posea algún tipo de contacto o relación comercial con alguno de ellos.

Para poder adquirir el producto, los encargados de las compras por lo general deben acudir a los centros de abastos, a menos que posean algún tipo de relación comercial o contacto con alguno de los empresarios, y posean un trato especial por ello.

Ventajas:

- Variedad de productos alimentarios.
- Años de trayectoria en el mercado.
- Amplio acceso.

Desventajas:

- No comercializan productos en diferentes presentaciones, como es el caso de la cebolla, papa pelada y picada en distintas presentaciones.
- El ambiente y lugar donde los productos son manipulados y distribuidos no es el más adecuado.
- Elevado nivel de contaminación.
- Ausencia de servicio de distribución para restaurantes.
- Ausencia de normas de calidad, y normas sanitarias.

3.1.2.3. ALICORP

La empresa Alicorp, ha introducido al mercado su producto “Lista para freír”, que es una papa pre-frita congelada y procesada.

Alicorp introduce este producto señalando el ahorro en tiempo que permite, pues el tiempo que demora en ser freída es menor que el tiempo invertido en freír normalmente la papa, ya que es papa pre-frita.

Este producto cuenta sin lugar a duda con el respaldo de la marca Alicorp. No obstante, tras la investigación de campo realizada, algunos de los restaurantes, comentaron haber tenido experiencia con esta papa, y mostraron su inconformidad e insatisfacción. Dicha inconformidad e insatisfacción, se debe a que esta papa, es una papa procesada, la cual con el paso de los minutos tiende a endurecerse y cambiar de sabor; y es por esa razón que no es del agrado de los restaurantes, aún a pesar del ahorro en tiempo promocionado por Alicorp.

Esta papa es distribuida en los restaurantes aproximadamente cada 4 días, según lo estipulado en el contrato, ya que dado a que es papa procesada, es un producto resistente.

Ventajas:

- Ahorro en tiempo en la preparación de la papa frita.
- Respaldo de la empresa Alicorp.
- Servicio de distribución de papa procesada corte bastón.

Desventajas:

- No es un producto fresco.
- Inconformidad e insatisfacción por parte de varios restaurantes que la han probado con anterioridad, lo cual genera comentarios negativos por parte de dichos restaurantes.

3.1.2.4. MAKRO:

La empresa MAKRO es una organización mayorista comercializadora de productos alimenticios y no alimenticios. MAKRO inició sus operaciones en el Perú en el año 2009, buscando satisfacer las necesidades del mercado, ya que esta empresa tiene como objetivo el poder brindar a sus clientes la mayor cantidad posible de productos, permitiéndoles ahorrar tiempo comprando todos los insumos necesarios en un solo lugar, y así disponer de menos tiempo para realizar las compras para satisfacer los requerimientos del negocio (MAKRO s.f.).

La empresa MAKRO se encuentra en Arequipa en la Avenida Avelino Cáceres s/n, en el distrito de José Luis Bustamante y Rivero, a partir de julio del 2013.

Se debe señalar, que si bien esta empresa posee una gran variedad de productos, sólo uno de los restaurantes la señaló como punto de compra de sus insumos, esto debido a que los negocios se abastecen en su mayoría de papa y cebolla en los mercados o centros de abastos.

Otro aspecto relevante, es que si bien MAKRO te ofrece diversos productos permitiendo el ahorro en tiempo en la compra de los productos; igualmente el encargado de las compras de los restaurantes debe de aproximarse a las tiendas MAKRO para poder realizar sus compras.

Esta empresa permite el pago por medio de tarjetas de crédito o débito.

Ventajas:

- Variedad de productos.
- Empresa de prestigio.
- Ofertas y promociones, con bajos precios.
- Cuenta con una página web.
- Permite realizar los pagos con tarjeta de crédito y débito.

Desventajas:

- No distribuye productos, y si lo hiciese, existe un desconocimiento del servicio.
- No ofrece la papa y cebolla pelada, cortada y picada en las diferentes presentaciones.

3.1.2.5. MAS VENTAS E.I.R.L

Mas Ventas, es una tienda de venta de insumos para la industria alimentaria, productos químicos, esencias y colorantes, especias y condimentos, ingredientes para alimentos,

insumos para embutidos y aditivos alimenticios. Esta tienda se encuentra ubicada en la Calle Deán Valdivia N° 539.

Mas Ventas es competidor de nuestra empresa en cuanto a la venta de aceite.

Esta empresa permite el pago por medio de tarjetas de crédito o débito.

Para poder adquirir el producto, los encargados de las compras deben acudir al establecimiento de Mas Ventas o ponerse en contacto para la distribución respectiva.

Ventajas:

- Ubicación Accesible.
- Años de trayectoria en el mercado.
- Variedad de productos e insumos alimentarios.

Desventajas:

- Precios al por menor.
- No cuenta con servicio de distribución ni delivery para restaurantes.
- No ofrece a los restaurantes todos los insumos propuestos por nuestra empresa (papa y cebolla).

3.1.3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO:

La distribución de los insumos propuestos a ofertar, es parte de nuestra estrategia comercial. Esto debido a que se propone una distribución diaria de los productos en los restaurantes con los que se tenga contratos.

La distribución de la papa y cebolla se hará por medio de una combi de carga que la empresa adquirirá. Así mismo, esta distribución se realizará todos los días en horas tempranas de la mañana.

En caso del aceite, este se distribuirá una vez por semana, por la tarde, acuerdo a los contratos establecidos con los restaurantes.

3.2. ESTRATEGIA COMERCIAL

Según Sapag Chaín (2000), la estrategia comercial para un proyecto, debe de basarse en cuatro decisiones primordiales, que serán de gran influencia en el desarrollo del proyecto. Estas decisiones son: producto, precio, promoción y distribución.

3.2.1. PRODUCTO:

La empresa ofertará los siguientes productos: Papa corte bastón, empleando la papa canchan y única; papa entera pelada, empleando la papa única; cebolla roja picada en corte hoja; cebolla roja picada en cuadraditos y aceite.

Todos estos productos pertenecerán a la empresa G&M Insumos.

3.2.1.1. PAPA CANCHAN:

La variedad de papa Canchan se caracteriza por su forma redonda con ojos superficiales, piel rojiza clara y pulpa blanca cremosa. Tiene un periodo vegetativo intermedio, de cuatro a cinco meses; es por eso que un factor que favorece su siembra es su precocidad (menor tiempo de cosecha), además de los buenos rendimientos y gran aceptación en el mercado, pues posee buenas aptitudes para la fritura y como papa de mesa (Centro Internacional de la Papa 2008).

Esta variedad de papa posee una mejor textura y sabor que la papa blanca. Se encuentra en el mercado prácticamente todo el año, ya que es cultivada tanto en la costa como en la sierra del país (Dirección General de Competitividad Agraria s.f.).

Según el Estudio de la adopción de variedades de papa del Perú, realizado por el Centro Internacional de la Papa (2008), este tipo de papa es utilizada en las frituras por diferentes restaurantes de la ciudad, es por ello que los agricultores consideran que

“sembrar Canchán no tiene pierde, pues siempre se vende”, ya que existe una fuerte demanda de esta variedad por parte de los restaurantes y de las pollerías.

A. Papa canchan Corte Bastón:

A.1 Atributos del producto:

La papa canchan será pelada y picada en bastones, listos para la preparación de papa frita, la cual es demandada en los restaurantes para la preparación de los diferentes platillos ofrecidos.

A.2 Envase y Etiqueta:

La papa canchan corte bastón se empaquetará en bolsas de polipropileno con capacidad para almacenar 5 kilogramos.

Así mismo, las etiquetas serán impresas en la bolsa, donde se considerará el nombre del producto, los ingredientes del mismo, y la fecha de caducidad del mismo. Además en la etiqueta se incluirá los teléfonos de contacto con la empresa. El costo por impresión de las etiquetas es de 0.04 céntimos de nuevo sol por etiqueta.

3.2.1.2. PAPA ÚNICA:

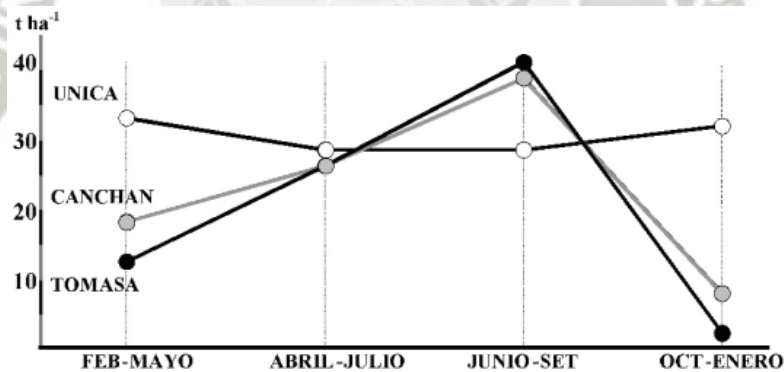
La planta de la variedad de papa denominada UNICA es herbácea con hábito de crecimiento erecto, posee tallos gruesos y de color verde oscuro, que alcanzan una longitud entre 0,90 a 1,20 metros. Además, las hojas de esta variedad son compuestas y se distribuyen en espiral sobre el tallo. Esta planta tiene floración moderada entrada la temporada de primavera en Costa, escasa floración en el invierno en Costa y ausencia de floración en condiciones de Sierra (mayor a 2.000 msnm); asimismo, las flores son violetas y no forman bayas en épocas con bajas temperaturas. Los estolones son alargados en el invierno o bajo condiciones de Sierra; ligeramente cortos y pegados al tallo en la primavera (Revista Latinoamericana de la Papa 2007).

La piel del tubérculo es de color rosado, que toma una tonalidad más clara hacia finales de la primavera en la Costa y es roja en condiciones de Sierra. La pulpa es crema (CIP, 1997 y 1998).

El principal uso que se le encuentra a la papa única es para el consumo en fresco; sin embargo también presenta atributos para el procesado de papas peladas y cortadas en tiras para fritura; es por ello que es utilizada comúnmente en el Perú como guarnición para los pollos a la brasa, teniendo un 58% de rendimiento en procesamiento para tiras mayores de 8 cm sobre el rendimiento total (Revista Latinoamericana de la Papa 2007).

Es importante mencionar que la variedad papa única según investigaciones realizadas por la Revista Latinoamericana de la Papa (2007), es resistente a marchitez bacteriana, lo que a su vez conlleva a una gran estabilidad en distintas épocas de siembra y en diferentes localidades, que le brinda cierta ventaja en comparación con la papa Canchan y Tomasa, tal como se refleja en la siguiente figura:

FIGURA 25: ESTACIONALIDAD DE LA VARIEDAD DE PAPA ÚNICA



Fuente: CIP (1998)

Elaboración: CIP

A. Papa única Corte Bastón:

A.1 Atributos del producto:

La papa única será pelada y picada en bastones, listos para la preparación de papa frita, la cual es demandada en los restaurantes para la preparación de los diferentes platillos ofrecidos.

A.2 Envase y Etiqueta:

La papa única corte bastón se empaquetará en bolsas de polipropileno con capacidad para almacenar 5 kilogramos.

Así mismo, las etiquetas serán impresas en la bolsa, donde se considerará el nombre del producto, los ingredientes del mismo, y la fecha de caducidad del mismo. Además en la etiqueta se incluirá los teléfonos de contacto con la empresa. El costo por impresión de las etiquetas es de 0.04 céntimos de nuevo sol por etiqueta.

B. Papa única entera pelada:

B.1 Atributos del producto:

La papa única será pelada y empaquetada, lista para la preparación de los diferentes platillos ofrecidos en los restaurantes. Esta papa normalmente es utilizada para la preparación de caldos, guisos, y platos con papa hervida o al horno.

B.2 Envase y Etiqueta:

La papa única pelada se empaquetará en bolsas de polipropileno con capacidad para almacenar 5 kilogramos.

Así mismo, las etiquetas serán impresas en la bolsa, donde se considerará el nombre del producto, los ingredientes del mismo, y la fecha de caducidad del mismo. Además en la etiqueta se incluirá los teléfonos de contacto con la empresa. El costo por impresión de las etiquetas es de 0.04 céntimos de nuevo sol por etiqueta.

3.2.1.3. CEBOLLA ROJA

La cebolla es una planta de tamaño pequeño y bulbo compacto. Como producto comestible es un buen sazónador a partir del aprovechamiento de su parte verde aérea o del bulbo. Si es para el consumo de la zona verde de la hortaliza se le denomina

cebolla de rabo. La utilización del bulbo se realiza tanto en su forma fresca como en la modalidad procesada o deshidratada (Ministerio de Agricultura y Riego 2013).

Las cebollas rojas poseen una piel roja púrpura y una carne blanca con matices rojizos. Generalmente es de tamaño mediano o grande. Es utilizada en varios platos como ingrediente imprescindible por su sabor especial. Contiene antocianidinas como la cianidina y flavonoides (Ministerio de Agricultura y Riego 2013).

- **Zonas de Adaptación y Siembra:**

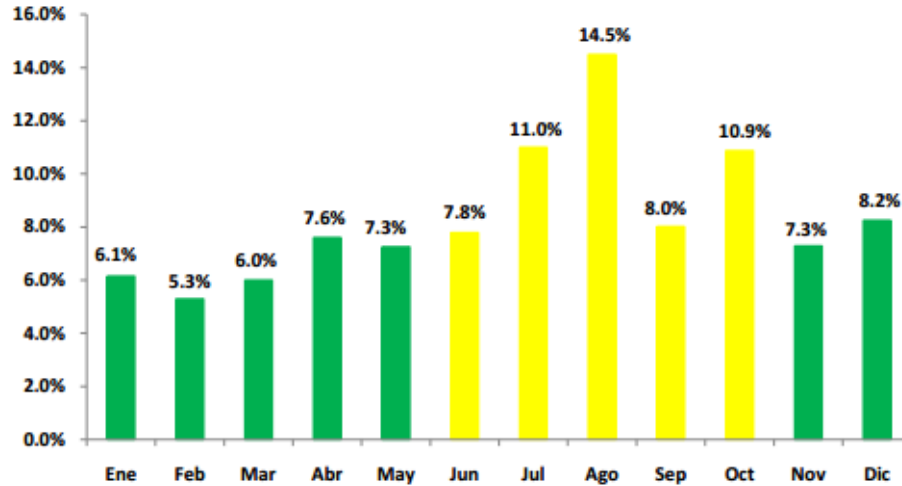
La cebolla es un cultivo clasificado como de clima frío. Como hortaliza de invierno, se debe buscar zonas agroecológicas donde se presenten temperaturas entre 15 a 24 °C, baja humedad relativa y temperaturas mayores a 24 °C, durante la maduración de los bulbos. Las zonas que presentan estas condiciones son: Arequipa, Junín, Lima, Tacna y Ancash (Ministerio de Agricultura y Riego 2013).

- **Épocas de siembra:**

Debe realizarse en el momento oportuno de acuerdo al cultivar; requerimiento de fotoperiodo que van de 10 a 14 horas de luz y condiciones climáticas que favorezcan el desarrollo de la planta; por lo tanto en Arequipa la época para realizar la siembra son los meses de junio a octubre (Ministerio de Agricultura y Riego 2013).

En el siguiente gráfico se puede apreciar la estacionalidad del cultivo o siembra de cebolla roja en la ciudad de Arequipa. Entre los meses de junio y octubre el precio de la cebolla tiende a incrementarse, mientras que los demás meses del año su precio disminuye y se mantiene ligeramente estable. Todo esto debido a la estacionalidad entre la fecha de cultivo y la fecha de cosecha, puesto que la cebolla tiene un proceso de maduración de 6 meses desde que es sembrada.

FIGURA 26: ESTACIONALIDAD DEL CULTIVO DE LA CEBOLLA ROJA



Fuente: Ministerio de Agricultura y Siembra.

Elaboración: Dirección General de Competitividad Agraria

A. Cebolla Roja picada en corte hoja:

A.1 Atributos del producto:

La cebolla roja será pelada y picada en corte hoja, lista para la preparación de los platillos que utilizan cebolla para las ensaladas o zarzas.

A.2 Envase y Etiqueta:

La cebolla picada se empaquetará en bolsas de polipropileno con capacidad para almacenar 5 kilogramos. Es importante mencionar que estas bolsas no deberán de contener aire al momento del envasado del producto, para que este tenga una adecuada conservación.

Así mismo, las etiquetas serán impresas en la bolsa, donde se considerará el nombre del producto, los ingredientes del mismo, y la fecha de caducidad del mismo. Además en la etiqueta se incluirá los teléfonos de contacto con la empresa. El costo por impresión de las etiquetas es de 0.04 céntimos de nuevo sol por etiqueta.

B. Cebolla Roja picada en cuadraditos:

B.1 Atributos del producto:

La cebolla roja será pelada y picada en cuadraditos, lista para la preparación de los guisos, como es el caso del rocoto relleno, y distintos platillos típicos de nuestra ciudad.

B.2 Envase y Etiqueta:

La cebolla picada se empaquetará en bolsas de polipropileno con capacidad para almacenar 5 kilogramos. Es importante mencionar que estas bolsas no deberán de contener aire al momento del envasado del producto, para que este tenga una adecuada conservación.

Así mismo, las etiquetas serán impresas en la bolsa, donde se considerará el nombre del producto, los ingredientes del mismo, y la fecha de caducidad del mismo. Además en la etiqueta se incluirá los teléfonos de contacto con la empresa. El costo por impresión de las etiquetas es de 0.04 céntimos de nuevo sol por etiqueta.

3.2.2. PRECIO:

Luego de haber analizado el mercado y haber indagado información a los competidores y clientes acerca de estos productos, es que se ha determinado los precios de los productos que ofertamos. Cabe resaltar que para esta determinación se considera como precio referencial el precio de los competidores, así mismo se considera todos los costos que implican su procesamiento, distribución y empaquetado.

- a) El kilogramo de la papa canchan en corte bastón tendrá un precio de 2.50 nuevos soles (incluido el IGV).
- b) El kilogramo de la papa única en corte bastón tendrá un precio de 2.36 nuevos soles (incluido el IGV).
- c) El kilogramo de la papa única entera y pelada tendrá un precio de 2.28 nuevos soles (incluido el IGV).

- d) El kilogramo de la cebolla roja pelada y picada en cuadraditos tendrá un precio de 2.31 nuevos soles (incluido el IGV).
- e) El kilogramo de la cebolla roja pelada y picada en corte hoja tendrá un precio de 2.12 nuevos soles (incluido el IGV).
- f) El litro de aceite Cil tendrá un precio de 6.00 nuevos soles (incluido el IGV).

Es así que con los precios anteriores se determinarán los presupuestos necesarios para finalmente poder determinar el flujo de caja económico, como el financiero y finalmente los indicadores financieros, los cuales nos permitirán tomar decisiones y cumplir con nuestro objetivo principal que es determinar la viabilidad del proyecto.

3.2.3. PROMOCIÓN:

3.2.3.1. Nombre de la empresa:

Para la creación de la empresa, también se optó por elegir un nombre para la empresa, ya que esto nos ayudará a ser identificados más rápidamente por los clientes y es parte de nuestra estrategia de mercado, pues otros distribuidores de insumos de este tipo como de papa procesada, no cuentan con un nombre específico y es más difícil contactarse con ellos.

El nombre de la empresa será G & M Insumos. Esto debido a que nuestra empresa se dedica a la distribución de varios insumos utilizados en la preparación de los platillos de los restaurantes.

3.2.3.2. Logo:

El logo de la empresa fue diseñado con el objetivo de hacer que los clientes y demás restaurantes perciban que los insumos que ellos necesiten serán distribuidos según sus requerimientos y justo a tiempo.

FIGURA 27: LOGO DE LA EMPRESA

Fuente: Página Web de Diseño Desingmagic
Elaboración de las Autoras

Así mismo, este logo estará impreso en todas la bolsas de empaque de los productos.

Durante el análisis de mercado, nos pudimos percatar que las actuales empresas que se dedican a la distribución de insumos como la papa procesada, no cuentan con una buena estrategia de publicidad, y es por ello que ubicarlas y contactarse con ellas es muy difícil. Ante esto, es que nosotras hemos considerado la importancia de utilizar una buena estrategia de promoción que nos permita llegar a más restaurantes y personas que requieran de nuestros productos.

Para poder promocionar los productos, la empresa contará con una página en Facebook, donde se encontrará información sobre los productos, y la forma de contactar a la empresa (teléfonos, dirección y correo electrónico). Así mismo, se considerará realizar visitas a los restaurantes donde se conversará con los dueños y presentará la propuesta de los productos ofrecidos por la empresa, dejando pequeñas muestras de los mismos.

De igual manera, como parte de la publicidad realizada, se entregarán tarjetas de presentación a nuestros probables clientes, para que ellos puedan fácilmente contactarnos.

3.2.2. DISTRIBUCIÓN:

Como parte de la estrategia comercial de la empresa, consideramos que para la distribución será mejor la adquisición de una combi nueva; pues un vehículo nuevo dará mejor presentación e imagen de nuestra empresa, proyectando una imagen de confianza ante los clientes. Esta decisión se considera con el fin de brindar un mejor servicio y un servicio de calidad, así como evitar tener preocupaciones de fallas técnicas que en el caso de un vehículo usado su ocurrencia es más probable. Dado esto, se determinó la adquisición de una combi nueva a pesar que esta decisión implica una mayor inversión frente a la opción de comprar un vehículo usado. No obstante, en el siguiente capítulo se desarrollarán presupuestos considerando la adquisición de una combi nueva frente a la posibilidad de adquirir una combi usada, para realizar una comparación entre ambas alternativas y poder determinar su viabilidad. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, luego del estudio realizado, se determinó adquirir una combi nueva por las razones explicadas anteriormente.

La empresa considera una distribución diaria de la papa y la cebolla en las diferentes presentaciones, en los restaurantes con los que se tenga contratos. Esta distribución se hará por medio de la combi de carga que se adquirirá. Así mismo, esta distribución se realizará todos los días en horas tempranas de la mañana.

En caso del aceite, este se distribuirá una vez por semana o quincenal, por la tarde, acuerdo a los contratos establecidos con los restaurantes.

A continuación se muestran las siguientes figuras, las cuales muestran el recorrido que se hará para la distribución de la papa y cebolla en las diferentes presentaciones.

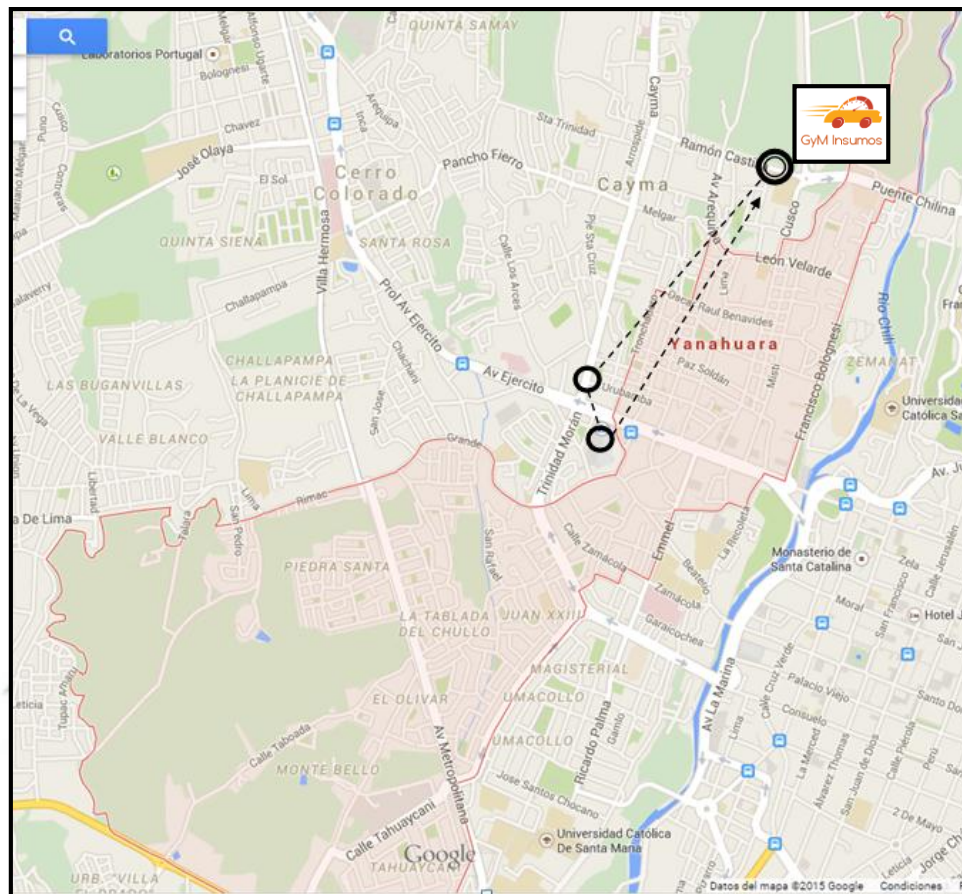
3.2.4.1. Mapas de distribución:

A. Distribución 1:

Durante el primer viaje de distribución, se llevarán los insumos a dos restaurantes, el primero, será al restaurante La Cau Cau II (1), ubicado en la calle Tronchaderos en Yanahuara; segundo se pasará a la Pollería Don Pollo (2), ubicado en la Avenida

Ejército, proveyendo a cada uno los insumos solicitados. Posteriormente se procederá a regresar a la Planta para recoger más insumos para continuar con la Distribución 2.

FIGURA 28: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 1



Fuente: Google Maps

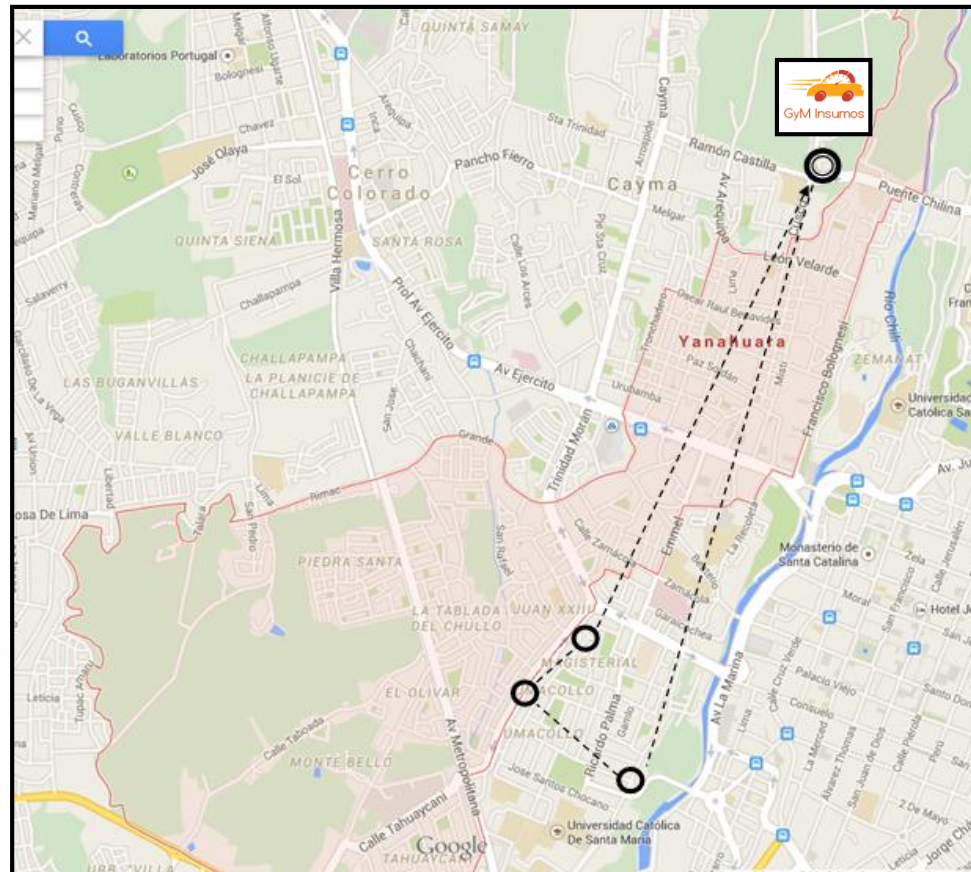
Elaboración de las Autoras

B. Distribución 2:

Durante el segundo viaje de distribución, se llevarán los insumos a tres restaurantes. El primero, será al restaurante Manos Peruanas (1), ubicado en la Urb. La Quinta 28 Umacollo; segundo se pasará a la pollería Mister Pollo (2) ubicado en la Avenida Víctor Andrés Belaunde, y tercero se procederá a ir al restaurante Nuestra Picantería (3)

domiciliado en la calle Málaga Grenet - D - 4 Urb. Magisterial – Umacollo; finalmente se regresará a la Planta para recoger más insumos para continuar con la Distribución 3.

FIGURA 29: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 2



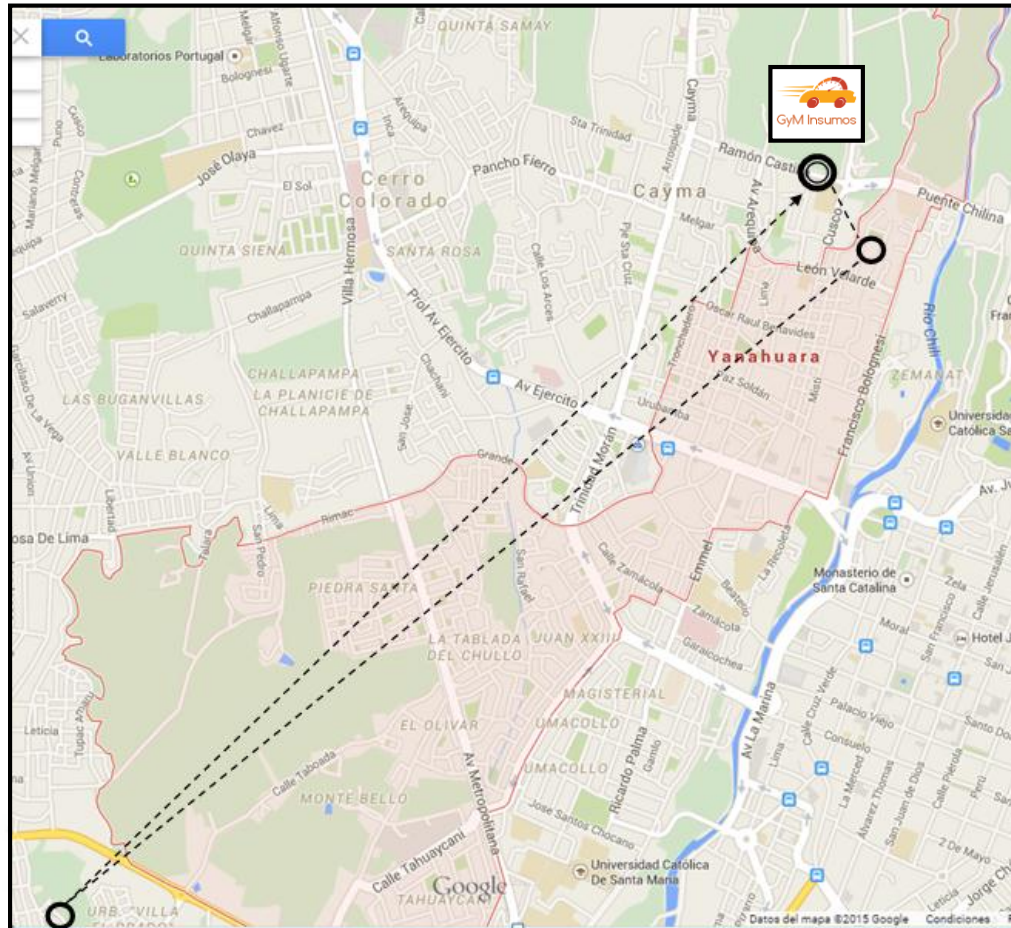
Fuente: Google Maps

Elaboración de las Autoras

Distribución 3:

Durante el tercer viaje de distribución, se llevarán los insumos a dos restaurantes. El primero, será al restaurante Sillustani (1), ubicado en la Urb. Magnopata - A-7, Yanahuara; segundo se pasará al restaurante El Sulú (2) ubicado en la Avenida Progreso 202 - A Huaranguillo, proveyendo a cada uno los insumos solicitados. Finalmente se procederá a regresar a la Planta.

FIGURA 30: MAPA DE DISTRIBUCIÓN 3



Fuente: Google Maps

Elaboración de las Autoras

3.2.4.2. Kilogramos distribuidos en cada Ruta:

Así mismo, a continuación se presentan los kilogramos tanto de cebolla como de papa que se distribuirán en cada ruta; debido a que la carga máxima de la combi es de media tonelada. Cabe considerar que además de los kilogramos de papa y cebolla, se considera el peso de la congeladora de 80 kilos con una capacidad de 500 litros.

TABLA 33: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 1

DISTRIBUCIÓN 1 (kilogramos por día)				
PRODUCTOS	DÍA PARTICULAR		DÍA FIN DE SEMANA	
	PAPA	CEBOLLA	PAPA	CEBOLLA
La Cau Cau II	40	15	80	30
Don Pollo	60	6	120	12
Total por Producto	100	21	200	42
Total	121		242	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

TABLA 34: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 2

DISTRIBUCIÓN 2 (kilogramos por día)				
PRODUCTOS	DÍA PARTICULAR		DÍA FIN DE SEMANA	
	PAPA	CEBOLLA	PAPA	CEBOLLA
Manos Peruanas	12	5	0	0
Mister Pollo	50	0	70	0
Nuestra Picantería	50	15	65	23
Total por Producto	112	20	135	23
Total	132		158	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

TABLA 35: KILOGRAMOS DISTRIBUIDOS EN LA RUTA 3

DISTRIBUCIÓN 3 (kilogramos por día)				
PRODUCTOS	DÍA PARTICULAR		DÍA FIN DE SEMANA	
	PAPA	CEBOLLA	PAPA	CEBOLLA
Sillustani	25	7	43	10
Sulú	40	10	80	25

Total por Producto	65	17	123	35
Total	82		158	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En este capítulo se realizó un análisis del entorno de la empresa. Primeramente se profundizó sobre los proveedores, determinando como contacto y proveedor de papa a la Señora Ana María Corrales, como proveedor de cebolla, al señor Nicolás Núñez; y como proveedor de aceite, la empresa de distribuciones de insumos Katya SRL. De igual manera se realizó un análisis de las empresas competidoras, detallando sus ventajas y desventajas de las cuales podemos sacar provecho para el proyecto.

Posteriormente, se describió la estrategia comercial detallando cada uno de los productos (atributos, periodos de sembríos, periodos de cosechas), también se determinó el tipo de envase y etiqueta para la conservación y distribución de los productos. Así mismo, se determinó el precio para cada uno de los productos considerando como referencia el precio de los competidores. En cuanto a la promoción de los productos se determinaron las estrategias de comercialización, además del nombre de la empresa y el logo; los cuales permitirán que nuestros clientes nos puedan identificar más rápido. Finalmente, se detalló el recorrido de distribución de los insumos en la combi nueva, detallando el número de kilogramos que se distribuyen en cada viaje.

3.3. PLAN DE CONTIGENCIA:

El plan de contingencia son los procedimientos alternativos al orden normal de una empresa, cuyo fin es permitir el normal funcionamiento de esta, aun cuando alguna de sus funciones se viese dañada por un incidente interno o externo (Bridged World s.f).

Para la realización de este proyecto, se consideró un plan de contingencia el cual permite prever cualquier eventualidad que se suscite durante la realización del proyecto. Este plan de contingencia se plantea con el objetivo de estar preparados en el futuro, sin embargo, es un plan que continuamente será evaluado, modificado y mejorado conforme pase el tiempo y surjan diferentes situaciones que pueden afectar al desarrollo del proyecto.

A continuación se presentan posibles situaciones, a las cuales se les dará una solución eficiente que serán consideradas como parte del plan de contingencia. Cabe resaltar que cualquier eventualidad que pueda afectar el desarrollo del proyecto, implica la presencia de costos adicionales, los cuales son considerados en los presupuestos mensuales y anuales que se desarrollaron en el siguiente capítulo.

- **Posibilidad de que hubiera un pedido inesperado:**

Por ejemplo si un cliente se comunica con nosotros y nos hace un pedido de una determinada cantidad de papas o cebolla en un horario en que el personal no se encuentre laborando, las inversionistas se encargarían de cumplir con este pedido, pues los clientes son muy importantes para la empresa y tenemos que satisfacer su necesidad, pues de lo contrario se podría perder al cliente, y este nos consideraría una empresa ineficiente lo que podría repercutirse en nuestra imagen como empresa en el mercado. Cabe resaltar que los inversionistas cuentan con un amplio conocimiento del rubro en el que se desempeña este proyecto.

- **Posibilidad de un desabastecimiento de materia prima:**

Eventualmente suelen existir cambios climatológicos, huelgas, manifestaciones y otros factores que pueden influir en el abastecimiento de papa y cebolla en la ciudad, es por ese motivo que se prevé un día adicional de inventario al que considerado inicialmente, teniendo en total dos días de inventario con el que la empresa va a contar para poder asumir cualquier riesgo de carestía y así poder cumplir con los pedidos de los clientes.

- **Posibilidad de un retraso en el pago por parte de alguno de los clientes:**

Normalmente las empresas están acostumbradas a pagar a sus proveedores de insumos semanalmente, sin embargo como medida del plan de contingencia es que se considera la posibilidad de que hubiera un retraso en el pago por parte de alguno de los clientes. Es por tal motivo que consideramos dos días adicionales en el cobro de las cuentas por cobrar, los cuales se ven reflejados en el presupuesto del cálculo de capital de trabajo, donde en total son 9 días, el número de días que se tarda en cobrar a los clientes.

- **Posibilidad de ausencia laboral de uno de los colaboradores:**

En una primera instancia se le pediría al personal que esté de descanso ese día que asuma el puesto del trabajador ausente, intercambiando ese día de trabajo por otro día de descanso. En caso de que esto no pudiera suceder, las inversionistas asumirían esta labor, ya que tienen un amplio conocimiento del negocio y sus procesos.

En este capítulo se realizó un análisis del entorno de la empresa. Primeramente se profundizó sobre los proveedores, determinando como contacto y proveedor de papa a

la Señora Ana María Corrales, como proveedor de cebolla, al señor Nicolás Núñez; y como proveedor de aceite, la empresa de distribuciones de insumos Katya SRL. De igual manera se realizó un análisis de las empresas competidoras, detallando sus ventajas y desventajas de las cuales podemos sacar provecho para el proyecto.

Posteriormente, se describió la estrategia comercial detallando cada uno de los productos (atributos, periodos de sembríos, periodos de cosechas), también se determinó el tipo de envase y etiqueta para la conservación y distribución de los productos. Así mismo, se determinó el precio para cada uno de los productos considerando como referencia el precio de los competidores. En cuanto a la promoción de los productos se determinaron las estrategias de comercialización, además del nombre de la empresa y el logo; los cuales permitirán que nuestros clientes nos puedan identificar más rápido. Finalmente, se detalló el recorrido de distribución de los insumos en la combi nueva, detallando el número de kilogramos que se distribuyen en cada viaje.

En el siguiente capítulo se detallarán minuciosamente cada uno de los presupuestos realizados con el fin de determinar la inversión y los costos que implica realizar el proyecto, como los ingresos y las ventas que se percibirán; para que posteriormente con toda la información calculada se pueda determinar la viabilidad del negocio.

CAPÍTULO IV

VIABILIDAD DE LA OFERTA DE INSUMOS

Dada la existencia de una demanda de insumos propuestos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara, y la realización del análisis del entorno y estrategia comercial; en el presente capítulo se determinó la viabilidad de la oferta de dichos insumos.

4.1. OFERTA:

Para poder determinar la oferta para este proyecto, fue necesario hacer una estimación de la inversión y costos en los que se incurriría.

Los inversionistas estuvieron dispuestos a invertir de su dinero para dar inicio a este proyecto. No obstante, ellos decidieron financiarse por medio de un préstamo a cinco años del Banco de Crédito del Perú, con una TEA del 12.49%, a la cual al agregarle las comisiones y otros gastos financieros esta se convierte en una TEAR de 13.99%.

Con todo ello se logra cubrir todas las salidas de dinero necesarias para empezar este proyecto.

A continuación se presenta la estimación de inversión necesaria para poder llevar a cabo el proyecto:

4.1.1. INVERSIÓN INICIAL:

Para poder llevar a cabo la oferta de insumos como la cebolla y papa picada, así como la oferta de especerías, para la demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara en Arequipa; es necesario conocer el monto de inversión inicial que se requerirá. A continuación se presenta una estimación de dicha inversión:

4.1.1.1. Inversión en Activo Fijo:

Se requeriría una inversión de 14010.00 nuevos soles en activo fijo. Esta inversión permitirá la adquisición de todos los equipos necesarios para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa; así como la adquisición de muebles necesarios para llevar a cabo la administración de este proyecto.

TABLA 36: INVERSIÓN INICIAL EN ACTIVO FIJO EN NUEVOS SOLES

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO
3	CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	1050
1	MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	2400
3	CONGELADORAS	4500
3	MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	3000
2	ESCRITORIO	400
2	COMPUTADORA	2000
1	ESTANTE	100
3	SILLAS DE OFICINA	135
5	SILLAS	175
1	BALANZA (KILOGRAMOS)	250
TOTAL		14010

Fuente: Mercado Libre, OLX y Sodimac.

Elaboración de las Autoras

A continuación haremos una pequeña descripción de cada uno de los equipos, muebles y utensilios seleccionados, identificando sus características y capacidades de producción:

- ✓ La máquina peladora de papas, tiene la capacidad de pelar 10 kilogramos de papa por minuto, y 300 kilogramos por hora, remueve fina capa de cáscara, no daña las papas, estructura en acero inoxidable, se conecta a 220V, con bajo nivel de ruido.
- ✓ Además, se incluyen máquinas picadoras de papa marca Forte, con la finalidad de obtener un producto más estandarizado y con mejor presentación para una mayor satisfacción de nuestros clientes en cada uno de sus platillos, al mismo tiempo que estas máquinas permiten ahorro en el tiempo para la preparación del producto a distribuir. El aumento de estas máquinas está sujeto al incremento de la demanda.
- ✓ Será necesaria la adquisición de tres mesas de acero quirúrgico donde se pueda llevar a cabo el picado de la cebolla y colocar los insumos necesarios. Así mismo son necesarias para el empaquetado de los productos.
- ✓ No obstante, se necesitarán sillas para el área de trabajo donde se llevará a cabo el pelado y picado de papa y cebolla.
- ✓ Así mismo, se requiere la inversión en tres congeladoras, marca COLDEX, con una capacidad de 500 litros; la cual permitirá la conservación de la cebolla y papa. Esta es una inversión de largo plazo.
Dos de las congeladoras estarán en la planta, y una tercera será instalada en la combi.
- ✓ También se requiere la inversión en una balanza, que permitirá pesar los productos. Por ello, se adquirirá una balanza marca VALTOX, modelo LP100, con pantalla digital con capacidad de 100 kilogramos. Esta balanza cuenta con cabezal material plastificado muy resistente, estructura: fierro, tubo y plataforma de acero. permite realizar cálculo de suma, y posee escala se precios computarizada.
- ✓ Además para el acondicionamiento de las oficinas, será necesario contar con dos escritorios, dos computadoras, un estante y sillas de oficina, para poder recibir a los clientes y realizar las negociaciones pertinentes.

- ✓ Es importante señalar, que además de la adquisición de los activos fijos señalados anteriormente, se adquirirá una combi. No obstante e el proyecto se plantea dos posibilidades: la adquisición de una combi de segundo uso y la adquisición de una combi nueva. Cada una de las alternativas tiene sus beneficios y sus contrariedades tanto en desembolso inicial del dinero, como el financiamiento y otros, como se registra posteriormente. El costo de la combi nueva es de 49488 nuevos soles; y el de la combi usada es de 19000 nuevos soles.

4.1.1.2. Gastos de apertura y licencias

Para poder aperturar la empresa, también se requiere de algunos pagos para poder poner en marcha y funcionamiento el negocio. Los gastos que a continuación se detallan, fueron consultados tanto en la Municipalidad de Yanahuara, como a personas especializadas en el tema, con el fin de tener un monto preciso para la apertura de la empresa.

TABLA 37: PRESUPUESTO DE GASTOS DE APERTURA Y LICENCIA

GASTOS DE APERTURA Y LICENCIAS	CANTIDAD	COSTO (S/.)	INVERSIÓN TOTAL
PAGO MUNICIPALIDAD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	1	69.00	69.00
PAGO PLAN DE CONTIGENCIA DEFENSA CIVIL	1	300.00	300.00
NOTARIA	1	88.00	88.00
PAGO POR REGISTRO DE PARTIDA	1	140.00	140.00

IMPRESIÓN DE BOLETAS Y FACTURAS	1	120.00	120.00
LEGALIZACIÓN DE LIBROS CONTABLES	1	75.00	75.00
GESTIÓN Y APOYO CONTABLE	1	100.00	100.00
BUSQUEDA Y RESERVA DE NOMBRE RRPP	1	18.00	18.00
PAGO POR REGISTRO DE PARTIDA	1	140.00	140.00
TOTAL			910.00

Fuente: Municipalidad de Yanahuara, Defensa Civil y otros.

Elaboración de las Autoras

4.1.1.3. Inversión en acondicionamiento:

Para poder llevar a cabo el proyecto, también será necesario que se realice una inversión en acondicionamiento tanto del local como de la combi, que será el medio de transporte de los productos.

Para ello, se ha previsto una inversión de 10700 nuevos soles.

TABLA 38: INVERSIÓN EN ACONDICIONAMIENTO EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	INVERSIÓN S/.
Acondicionamiento del local	10000
Acondicionamiento de la combi	700
TOTAL	10700

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

El acondicionamiento del local, considera todos los gastos necesarios para que el establecimiento este en correcto estado para poder llevar a cabo el proyecto. Dentro del costo de 10000 nuevos soles como acondicionamiento del local, se considera el costo en drywal, pintura, diseño, entre otros; que sean necesarios para el acondicionamiento del local.

Así mismo se considera un costo por acondicionamiento de la combi de 700 nuevos soles. Este incluye la instalación de una congeladora en la combi de carga. Para ello será necesaria la adquisición de una batería adicional para el vehículo.

4.1.1.4. Inversión Anual:

TABLA 39: INVERSIÓN ANUAL EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	CANTIDAD	INVERSIÓN TOTAL CON IGV
CUCHILLOS	8	280
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	10	400
DEPÓSITOS PARA ESPECERÍAS	8	120
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	10	400
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	6	240
TABLAS DE PICAR	5	90

Fuente: Mercado Libre y Sodimac.

Elaboración de las Autoras

Así también, se debe señalar que para poder llevar a cabo el proyecto será necesario poder adquirir utensilios como cuchillos. Se consideran 8 cuchillos de la marca “Tramontina” para poder llevar a cabo la propuesta. Estos serán utilizados para el picado de la cebolla en las respectivas bases de picar. No obstante, será necesaria la renovación de los cuchillos en un plazo máximo de un año, lo cual en realidad estará sujeto al uso de estos, sujeto a la demanda por parte de los potenciales clientes. Así mismo se consideran tablas de picar y depósitos para los insumos.

Se debe mencionar que estos utensilios y herramientas serán necesarios para el trabajo diario, es por ello que por cuestión de eficiencia y salubridad serán renovados constantemente.

4.1.1.5. Inversión Semestral:

Es indispensable tomar en consideración el costo de algunos artículos necesarios para mantener las instalaciones de la empresa en perfecto estado higiénico, para ello semestralmente se generará una inversión de 58.00 nuevos soles (incluido el IGV), en estos cinco años.

TABLA 40: INVERSIÓN SEMESTRAL EN UTILES DE ASEO

PRESUPUESTO DE INVERSION SEMESTRAL UTILES DE ASEO						
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV	IGV
ESCOBA	2	5.08	6.00	10.17	12.00	1.83
RECOGEDOR	2	4.24	5.00	8.47	10.00	1.53
TACHOS DE BASURA	3	6.78	8.00	20.34	24.00	3.66
PAÑOS DE LIMPIEZA	6	1.69	2.00	10.17	12.00	1.83
TOTAL				49.15	58.00	8.85

Fuente: Página web de Supermercados Makro

Elaboración de las Autoras

4.1.1.6. Certificaciones Sanitarias

Así mismo, como parte de la inversión inicial también se consideran los pagos necesarios para obtener las certificaciones sanitarias necesarias para el proyecto, esto debido principalmente a que estas constituyen parte de las estrategias para poder obtener clientes y fidelizarlos. Para ello se tramitarán dos certificaciones. La primera será la inscripción en el Registro Sanitario de DIGESA y la segunda la certificación del uso de la Norma Técnica Peruana 833.921 Gestión de la Calidad en la Industria Alimentaria – año 2004, que se nos otorgará por INDECOPI. Así también se tramitarán carnés de sanidad para cada uno de los trabajadores de la empresa que tengan que manipular los alimentos. Estas certificaciones nos permitirán cerciorar el

buen estado sanitario tanto del proceso de elaboración de los productos, como de los mismos productos en sí, y la manipulación de los insumos.

Esta es una ventaja, en comparación con los otros distribuidores de insumos como Papitas Lays y Procesos Deocan, quienes no cuentan con certificados de sanidad, ni están inscritos en el registro sanitario para la elaboración de papa procesada.

A. Registro Sanitario (DIGESA)

A continuación se muestran los requisitos para la obtención del registro sanitario de alimentos y bebidas industrializados (no para exportación), el cual se tendrá que tramitar en la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA).

El costo de este registro es de S/. 69.00 (0.2% U.I.T.) para las MYPE. Al momento de realizar la tramitación en la Dirección General de Salud Ambiental, se deberá adjuntar junto al boucher de pago una Declaración Jurada indicando que la empresa es una microempresa.

La duración del trámite es de 7 días útiles, y la vigencia del registro es de 5 años.

Instrucciones para la inscripción en el registro sanitario:

Primero, se debe de realizar un análisis físico – químico y microbiológico de los productos terminados, para nuestro caso será de la papa entera pelada y la papa pelada y picada en corte bastón, como también la cebolla picada en cuadraditos y corte hoja; estos productos serán embolsados en bolsas de polipropileno. El análisis físico – químico y microbiológico, deberá realizado por un laboratorio acreditado. El laboratorio al cual acudiremos para la realización de este análisis será BHIOS LABORATORIOS S.R.L, que es un laboratorio acreditado por INDECOPI. Está ubicado en la Av. Quiñones B-6 (2do. Piso) – Yanahuara.

Posteriormente, se deberá llenar el formulario otorgado por DIGESA (previa presentación de análisis físico – químico y microbiológico aprobado y Declaración Jurada, suscrita por el representante legal).

En el formulario se indicará:

- Nombre o Razón Social, domicilio y número de R.U.C. (adjuntar copia) de la empresa solicitante.
- Nombre comercial y marca del producto o grupo de productos.
- Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su No. SIN o el nombre comercial.
- Condiciones de conservación y almacenamiento. (Temperatura, ambiente, congelado, etc.).
- Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo y material. (Tipo de bolsa: polipropileno, polietileno...y la capacidad de cada una).
- Especificaciones sobre el período de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- Sistema de identificación del lote de producción (detallar código creado por la empresa, ejemplo: fecha de fabricación, fecha de vencimiento, número de lote).

Luego de la revisión del formulario y llenado correcto de los datos, se deberá efectuar el depósito del pago por S/. 69.00 en la Cuenta Corriente N° 0000-284319 del Banco de la Nación.

Al formulario se le debe de adjuntar etiqueta o proyecto de etiqueta del producto el mismo que debe indicar:

- Nombre comercial y marca del producto.
- Declaración, en orden decreciente, de los ingredientes y aditivos empleados en la industrialización del producto.
- Nombre o Razón Social y dirección de la empresa.

- Indicar el lugar en la etiqueta donde será colocado el Código de la inscripción del Registro Sanitario.
- La fecha de fabricación, la fecha de vencimiento y el número del lote.
- Las condiciones especiales de conservación, cuando el producto lo requiera.
- Etiqueta nutricional para los alimentos de Regímenes Especiales (Incluye los productos light, para este trámite debe cumplir con las normas de etiquetado nutricional y de ventajas comparativas señalados en el Codex Alimentarius).

Este expediente junto a todos los documentos será admitido por DIGESA a trámite, siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos en el Decreto Supremo 007-98-SA. (Art.107).

B. Carné De Sanidad:

Este Carnet de Sanidad es para el personal de todo tipo de Negocio.

Para el caso de nuestro proyecto será indispensable, ya que las personas que trabajarán en la empresa serán personas que manipulan continuamente los productos (papa y cebolla).

Este documento es indispensable para toda persona encargada de la elaboración y expendio de alimentos. Para obtenerlo se deberá tramitar en cualquier centro de salud del Ministerio de Salud más cercano o en la Municipalidad de nuestra localidad (Área de Sanidad). En ambos casos se emitirá el carnet de sanidad previo pago y exámenes que se le efectuará al solicitante del mismo.

- Requisitos:

Los trabajadores encargados del proceso y manipulación de los insumos alimentarios deberán portar una fotocopia de sus DNI y 2 fotos tamaño carnet cada uno.

La duración de este trámite es de 1 día, y su costo es de S/. 17.50 de cada uno.

- Tiempo de Vigencia

El carnet de Sanidad tiene una duración de 6 meses.

C. Certificación del uso de la Norma Técnica Peruana 833.921:2004 - Gestión de la Calidad en la Industria Alimentaria, otorgada por INDECOPI

Una norma técnica es la expresión práctica de la normalización mediante la cual el fabricante, consumidores y usuarios acuerdan las características técnicas que deberá reunir un producto o un servicio. La ISO (1992) la define como: "Especificación técnica accesible al público, establecida con la cooperación y el consenso o la aprobación general de todas las partes interesadas, basadas en los resultados conjuntos de la ciencia y la tecnología y la experiencia, que tiene por objetivo el beneficio óptimo de la comunidad y que ha sido aprobado por un organismo cualificado a nivel nacional, regional o internacional." Es decir que es un documento técnico voluntario que contiene especificaciones de calidad, terminología, métodos de ensayo, información de rotulado, etc.

Los beneficios de esta certificación son:

- Brinda confianza a las transacciones comerciales.
- Permite que los productos y/o comercializadores oferten sus productos de acuerdo a determinadas especificaciones.
- Minimiza los rechazos por parte de los clientes o destinatarios.
- Mejora el nivel de competitividad en el mercado

Son por todos estos motivos que deseamos que los productos ofrecidos en el proyecto cuenten con esta certificación. Este proceso es tramitado en INDECOPI, el cual sigue un procedimiento detallado en la siguiente figura:

FIGURA 31: PROCESO DE CERTIFICACIÓN - INDECOPI



Fuente: INDECOPI

Elaboración de INDECOPI

El proceso de certificación empieza con la Solicitud de certificación de productos que es el documento donde irá detallado:

- Nombre, domicilio y número de RUC del solicitante.
- Nombre y descripción de los productos para los cuales se está pidiendo la solicitud.
- El alcance de la certificación solicitada.
- Documento normativo frente al cual se solicita la certificación del producto. En este caso sería para la certificación de la Norma Técnica Peruana 833.921:2004.

Una vez llenado el formulario con todos los datos solicitados en INDECOPI, se procederá a realizar un pago por \$ 448.00 (cuatrocientos cuarenta y ocho dólares americanos); a un tipo de cambio de 2.897 de día 22 de octubre del 2014, este pago es de 1297.86 nuevos soles.

Posteriormente, se pasará a la Etapa I, en la cual el personal de INDECOPI procederá con el proceso de evaluación. Primero a través de una evaluación preliminar, donde los productos embolsados y correctamente rotulados serán enviados a uno de los Laboratorios certificados por INDECOPI, para un examen físico – químico y microbiológico. Segundo, los evaluadores visitarán las instalaciones de la empresa, para evaluar las áreas y las condiciones en las cuales los productos son tratados. Del mismo modo evaluarán a las personas encargadas de manipular los alimentos, así como la maquinaria que se utiliza para la elaboración o transformación de los mismos.

Luego de esta etapa, INDECOPI otorgará un informe con las observaciones respectivas. En la Etapa II, INDECOPI realizará una auditoría del sistema, en el cual evaluarán a los proveedores y el medio de transporte que se utiliza para la distribución de los productos. INDECOPI realizará un segundo informe.

De cumplir con todos sus requerimientos de la NTP 833.921:2004 - GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, INDECOPI nos otorgará un plan de acciones correctivas, para la mejora de gestión y manipulación de nuestros productos. Y luego de unos días nos otorgará el certificado del USO CORRECTO DE LA NTP 833.921:2004 - Gestión de la Calidad en la Industria Alimentaria.

INDECOPI continuará durante los 3 años siguientes realizando, continuas evaluaciones y auditorías, para certificar el uso correcto de la NTP 833.921:2004.

La DE LA NTP 833.921:2004 - Gestión de la Calidad en la Industria Alimentaria, se encuentra en los anexos más detallada, junto a los requerimientos de la misma.

D. Costo de la adquisición de Certificaciones

Se realizó un listado de todos los gastos que se harán con el fin de que la empresa obtenga una certificación de Buena Manipulación de Alimentos, con el fin de hacer que los clientes confíen en la calidad de nuestros productos, logrando, como se

mencionó anteriormente, ganar un lugar en el mercado considerando que esta certificación no la tiene ninguna de los actuales competidores.

No obstante, existen algunos gastos como el de Carné de Sanidad, el cual se obtendrá desde inicios del primer año. Cabe recordar, que el carné de sanidad debe ser renovado cada 6 meses, es por ese motivo que este gasto se registra cada 6 meses en los flujos de los 5 años del proyecto.

Los demás gastos de la tabla se realizarán a principios del año 3, ya que como se explicó en las hojas precedentes, para poder obtener la certificación de la norma técnica, es necesario tener dos años en el mercado, cumplir los requisitos y aprobar el Análisis Físico- Químico y Microbiológico en un Laboratorio acreditado por el INDECOPI.

En la tabla siguiente se detallan cada uno de estos gastos.

TABLA 41: GASTOS DE CERTIFICACIÓN – SALUBRIDAD

PRESUPUESTO DE GASTOS DE CERTIFICACION Y SALUBRIDAD			
GASTOS DE CERTIFICACIÓN Y SALUBRIDAD	Cantidad	Costo (S/.)	INVERSIÓN TOTAL
INSCRIPCION DEL REGISTRO SANITARIO DIGESA	1	69.00	69.00
ANÁLISIS FÍSICO - QUÍMICO Y MICROBIOLÓGICO – LABORATORIO	1	300.00	300.00
NTP DE ALIMENTARIA (INDECOPI) - CERTIFICACIÓN ISO 22004	1	1297.86	1297.86
CARNÉ DE SANIDAD - TRABAJADORES	4	35.00	140.00
TOTAL			1806.86

Fuente: INDECOPI, DIGESA y otros

Elaboración de las Autoras

Se realizó la subsiguiente tabla, con el fin de determinar el gasto que se realizará cada 6 meses debido a la renovación del carné de sanidad, y al incremento de colaboradores que se irán contratando en la empresa conforme pasen los años.

TABLA 42: CARNÉS DE SANIDAD POR CADA AÑO

CONCEPTO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NUMERO DE TRABAJADORES	5	7	8	9
COSTO EN NUEVO SOLES POR CARNÉ DE SANIDAD DE LOS TRABAJADORES	175	245	280	315

Fuente: INDECOPI

Elaboración de las Autoras

Así mismo, en los presupuestos siguientes, se especifican los gastos por la compra de la vestimenta adecuada que deben de utilizar los trabajadores de la empresa, para una buena manipulación de los alimentos. Dentro de este presupuesto se consideran cami-sacos, mandiles, botas antideslizantes, gorros y guantes desechables. Cabe resaltar que este presupuesto se hizo para cada uno de los 5 años, debido a que existe un incremento de personal de un año a otro. Los uniformes serán renovados cada año.

Complementariamente, se adquieren prendas para las personas que trabajarán los fines de semana, debido al incremento de ventas que se dan los fines de semana.

TABLA 43: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVO SOLES

PRESUPUESTO ROPA PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, PARA EL PRIMER AÑO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV

CAMISACO BLANCO	4	25,42	30,00	101,69	120,00
MANDIL BLANCO	4	5,93	7,00	23,73	28,00
BOTAS ANTIDESLIZANTES BLANCAS	4	21,19	25,00	84,75	100,00
GORROS DESECHABLES (100 UND)	12	8,05	9,50	96,61	114,00
GUANTES DESECHABLES (100 UND)	12	10,17	12,00	122,03	144,00
TOTAL				428,81	506,00

Fuente: Empresa Pima – Confecciones de Ropa Industrial

Elaboración de las Autoras

**TABLA 44: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL SEGUNDO
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO ROPA PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, SEGUNDO AÑO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV
CAMISACO BLANCO	5	25,42	30,00	127,12	150,00
MANDIL BLANCO	5	5,93	7,00	29,66	35,00
BOTAS ANTIDESLIZANTES BLANCAS	5	21,19	25,00	105,93	125,00
GORROS DESECHABLES (100 UND)	12	8,05	9,50	96,61	114,00
GUANTES DESECHABLES (100 UND)	12	10,17	12,00	122,03	144,00
TOTAL				481,36	568,00

Fuente: Empresa Pima – Confecciones de Ropa Industrial

Elaboración de las Autoras

**TABLA 45: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL TERCER
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO ROPA PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, TERCER AÑO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV
CAMISACO BLANCO	6	25,42	30,00	152,54	180,00

MANDIL BLANCO	6	5,93	7,00	35,59	42,00
BOTAS ANTIDESLIZANTES BLANCAS	6	21,19	25,00	127,12	150,00
GORROS DESECHABLES (100 UND)	12	8,05	9,50	96,61	114,00
GUANTES DESECHABLES (100 UND)	12	10,17	12,00	122,03	144,00
TOTAL				533,90	630,00

Fuente: Empresa Pima – Confecciones de Ropa Industrial

Elaboración de las Autoras

**TABLA 46: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL CUARTO
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO ROPA PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, CUARTO AÑO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV
CAMISACO BLANCO	8	25,42	30,00	203,39	240,00
MANDIL BLANCO	8	5,93	7,00	47,46	56,00
BOTAS ANTIDESLIZANTES BLANCAS	8	21,19	25,00	169,49	200,00
GORROS DESECHABLES (100 UND)	12	8,05	9,50	96,61	114,00
GUANTES DESECHABLES (100 UND)	12	10,17	12,00	122,03	144,00
TOTAL				638,98	754,00

Fuente: Empresa Pima – Confecciones de Ropa Industrial

Elaboración de las Autoras

**TABLA 47: GASTOS DE VESTIMENTA ESPECIAL PARA EL QUINTO
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO ROPA PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS, QUINTO AÑO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV
CAMISACO BLANCO	9	25,42	30,00	228,81	270,00
MANDIL BLANCO	9	5,93	7,00	53,39	63,00

BOTAS ANTIDESLIZANTES BLANCAS	9	21,19	25,00	190,68	225,00
GORROS DESECHABLES (100 UND)	12	8,05	9,50	96,61	114,00
GUANTES DESECHABLES (100 UND)	12	10,17	12,00	122,03	144,00
TOTAL				691,53	816,00

Fuente: Empresa Pima – Confecciones de Ropa Industrial

Elaboración de las Autoras

4.1.2. RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO EMPRESA

Según el Ministerio de la Producción (2012), la Ley considera a una empresa como micro-empresa cuando sus ventas anuales son menores a 150 UIT. Los beneficios de acogerse a este régimen son:

- Al año se pagan 12.5 sueldos mensuales (12 remuneraciones mensuales, 0 remuneración por CTS, 0 gratificaciones y ½ remuneración por vacaciones).
- La jornada de trabajo es de 8 horas.
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- Cobertura de salud por medio del Seguro Integral de Salud del Estado.
- Descanso vacacional por 15 días calendario.

Se debe señalar que se considera a una empresa como microempresa prioritariamente en base al nivel de ventas, aún si el número de trabajadores excediera de diez (según lo consultado en el Ministerio de Trabajo y la SUNAT).

4.1.3. COSTOS DE INSUMOS:

Para poder llevar a cabo la oferta de insumos como la cebolla y papa picada, así como la oferta del aceite, para la demanda de los restaurantes del distrito de Yanahuara en Arequipa; es necesario conocer los costos de estos productos en el mercado. Los precios de los insumos fueron obtenidos de la página web oficial del Sistema de Precios y Abastecimiento del Ministerio de Agricultura y Riego. A continuación se presenta los precios mensuales de dichos insumos, durante 5 años.

4.1.3.1. PAPA CANCHAN:

TABLA 48: PRECIO DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PAPA CANCHAN			
AÑO	MES	PRECIO MAYORISTA	PRECIO CONSUMIDOR
2010	ENERO	0,85	1,19
	FEBRERO	0,84	1,23
	MARZO	0,83	1,22
	ABRIL	0,84	1,22
	MAYO	0,90	1,26
	JUNIO	0,99	1,25
	JULIO	1,29	1,54
	AGOSTO	1,16	1,62
	SEPTIEMBRE	0,86	1,41
	OCTUBRE	0,67	1,19
	NOVIEMBRE	0,64	1,22
	DICIEMBRE	0,70	1,19
2011	ENERO	0,82	1,22
	FEBRERO	1,05	1,39
	MARZO	0,98	1,33
	ABRIL	0,91	1,35
	MAYO	0,98	1,33
	JUNIO	1,04	1,32
	JULIO	0,92	1,30
	AGOSTO	0,76	1,25
	SEPTIEMBRE	0,81	1,28
	OCTUBRE	1,04	1,40

	NOVIEMBRE	1,07	1,44
	DICIEMBRE	1,07	1,46
2012	ENERO	1,10	1,44
	FEBRERO	1,14	1,51
	MARZO	0,99	1,53
	ABRIL	0,82	1,48
	MAYO	0,86	1,43
	JUNIO	0,91	1,38
	JULIO	0,89	1,41
	AGOSTO	0,91	1,40
	SEPTIEMBRE	0,75	1,35
	OCTUBRE	0,79	1,34
	NOVIEMBRE	0,92	1,50
	DICIEMBRE	1,18	1,53
2013	ENERO	1,22	1,74
	FEBRERO	1,03	1,59
	MARZO	1,04	1,59
	ABRIL	1,01	1,50
	MAYO	1,06	1,54
	JUNIO	1,13	1,55
	JULIO	1,22	1,67
	AGOSTO	1,31	1,78
	SEPTIEMBRE	1,28	1,73
	OCTUBRE	1,19	1,64
	NOVIEMBRE	0,99	1,51
	DICIEMBRE	1,01	1,51
2014	ENERO	0,45	1,48
	FEBRERO	0,98	1,50
	MARZO	1,12	1,54
	ABRIL	1,13	1,56
	MAYO	1,23	1,69
	JUNIO	1,27	1,68
	JULIO	1,20	1,60
	AGOSTO	0,92	1,48
	SEPTIEMBRE	0,77	1,51
	OCTUBRE	0,89	1,47
	NOVIEMBRE	1,00	1,49
	DICIEMBRE	1,20	1,67

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se reflejan los precios mayoristas y consumidor de la papa canchan. Es importante señalar que se registra una variación de precios, pero esto no es debido a una estacionalidad, sino debido a las expectativas de los productores respecto al producto, al clima y otras variables que son difíciles de estimar.

Posteriormente, se calculó un promedio anual del precio de la papa canchan de los 5 años.

Dado ello, se realizó una proyección basada en el método de mínimo cuadrados, y posteriormente un modelo de regresión para llevar a cabo la proyección a partir de los precios históricos.

TABLA 49: PRECIO ANUAL DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PAPA CANCHAN	
AÑO	PRECIO MAYORISTA
2010	0,88
2011	0,95
2012	0,94
2013	1.12
2014	1.01

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

A partir de ello se ha realizado una proyección en base a un modelo de regresión exponencial. Obteniendo los siguientes precios para los 5 años del proyecto:

TABLA 50: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA PAPA CANCHÁN POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PROYECCIÓN DE PRECIOS	
AÑO	PRECIO

2015	0,902
2016	0,906
2017	0,909
2018	0,912
2019	0,916

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

Es así que se determina la proyección de precios necesaria para la estimación de los costos del insumo de la papa canchan.

4.1.3.2. PAPA ÚNICA:

TABLA 51: PRECIO MENSUALES DE LA PAPA UNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PAPA UNICA			
AÑO	MES	MAYORISTA	CONSUMIDOR
2010	ENERO	0,64	1,00
	FEBRERO	0,82	1,12
	MARZO	0,81	1,08
	ABRIL	0,74	1,11
	MAYO	0,74	1,12
	JUNIO	0,86	1,15
	JULIO	1,19	1,44
	AGOSTO	1,14	1,55
	SEPTIEMBRE	0,82	1,28
	OCTUBRE	0,65	1,09
	NOVIEMBRE	0,58	1,07
	DICIEMBRE	0,55	1,04
2011	ENERO	0,68	1,06
	FEBRERO	1,03	1,34

	MARZO	0,95	1,28	
	ABRIL	0,80	1,34	
	MAYO	0,83	1,27	
	JUNIO	0,82	1,28	
	JULIO	0,74	1,22	
	AGOSTO	0,72	1,18	
	SEPTIEMBRE	0,84	1,25	
	OCTUBRE	1,01	1,31	
	NOVIEMBRE	0,96	1,38	
	DICIEMBRE	0,94	1,36	
	2012	ENERO	0,91	1,38
		FEBRERO	0,08	1,43
MARZO		0,84	1,39	
ABRIL		0,67	1,32	
MAYO		0,70	1,28	
JUNIO		0,79	1,38	
JULIO		0,79	1,34	
AGOSTO		0,82	1,28	
SEPTIEMBRE		0,74	1,29	
OCTUBRE		0,74	1,27	
NOVIEMBRE		0,90	1,42	
DICIEMBRE		1,02	1,43	
2013	ENERO	1,15	1,56	
	FEBRERO	1,03	1,53	
	MARZO	1,01	1,45	
	ABRIL	0,88	1,41	
	MAYO	0,91	1,44	
	JUNIO	0,98	1,46	
	JULIO	1,11	1,53	
	AGOSTO	1,24	1,60	
	SEPTIEMBRE	1,24	1,64	
	OCTUBRE	1,10	1,50	
	NOVIEMBRE	1,00	1,47	
	DICIEMBRE	0,80	1,39	
2014	ENERO	0,77	1,37	
	FEBRERO	0,98	1,46	
	MARZO	1,18	1,56	
	ABRIL	0,97	1,38	
	MAYO	1,11	1,52	
	JUNIO	1,06	1,48	
	JULIO	0,90	1,41	

AGOSTO	0,83	1,37
SEPTIEMBRE	0,72	1,44
OCTUBRE	0,87	1,39
NOVIEMBRE	0,98	1,39
DICIEMBRE	1,20	1,58

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se reflejan los precios mayorista y consumidor de la papa Única. Es importante señalar que se registra una variación de precios, pero esto no es debido a una estacionalidad, sino debido a las expectativas de los productores respecto al producto, al clima y otras variables que son difíciles de estimar.

Posteriormente, se calculó un promedio anual del precio de la papa Única de los 5 años.

Dado ello, se realizó una proyección basada en el método de mínimo cuadrados, y posteriormente un modelo de regresión para llevar a cabo la proyección a partir de los precios históricos.

TABLA 52: PRECIO PROMEDIO ANUAL DE LA PAPA ÚNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PAPA UNICA	
AÑO	PRECIO MAYORISTA
2010	0,80
2011	0,86
2012	0,75
2013	1.04
2014	0.96

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

A partir de ello se ha realizado una proyección en base a un modelo de regresión lineal. Obteniendo los siguientes precios para los 5 años del proyecto:

TABLA 53: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA PAPA ÚNICA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

PROYECCIÓN DE PRECIOS	
AÑO	PRECIO
2015	0,787
2016	0,791
2017	0,795
2018	0,800
2019	0,804

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

Es así que se determina la proyección de precios necesaria para la estimación de los costos del insumo de la papa Única.

4.1.3.3. CEBOLLA:

TABLA 54: PRECIO MENSUALES DE LA CEBOLLA ROJA POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA

CEBOLLA ROJA			
AÑO	MES	MAYORISTA	CONSUMIDOR
2010	ENERO	0,39	0,85
	FEBRERO	0,35	0,80
	MARZO	0,43	0,92
	ABRIL	0,33	0,78

	MAYO	0,71	1,39
	JUNIO	0,93	1,50
	JULIO	0,95	1,51
	AGOSTO	0,95	1,51
	SEPTIEMBRE	0,78	1,43
	OCTUBRE	0,65	1,25
	NOVIEMBRE	0,61	1,41
	DICIEMBRE	0,53	1,16
2011	ENERO	0,35	0,85
	FEBRERO	0,37	0,89
	MARZO	0,62	1,02
	ABRIL	1,02	1,67
	MAYO	1,16	1,68
	JUNIO	0,96	1,44
	JULIO	0,66	1,44
	AGOSTO	0,51	1,29
	SEPTIEMBRE	0,64	1,22
	OCTUBRE	0,65	1,25
	NOVIEMBRE	0,61	1,21
	DICIEMBRE	0,53	1,16
2012	ENERO	0,61	1,32
	FEBRERO	0,70	1,41
	MARZO	0,75	1,45
	ABRIL	1,06	1,67
	MAYO	1,18	1,81
	JUNIO	1,58	2,18
	JULIO	1,74	2,23
	AGOSTO	1,46	2,43
	SEPTIEMBRE	1,06	2,05
	OCTUBRE	1,10	2,16
	NOVIEMBRE	0,65	1,60
	DICIEMBRE	0,54	1,29
2013	ENERO	0,49	1,35
	FEBRERO	0,47	1,20
	MARZO	0,42	1,28
	ABRIL	0,39	1,17
	MAYO	0,60	1,33
	JUNIO	0,57	1,26
	JULIO	0,50	1,09
	AGOSTO	0,42	0,91
	SEPTIEMBRE	0,57	1,26

	OCTUBRE	0,53	0,93
	NOVIEMBRE	0,38	0,82
	DICIEMBRE	0,31	0,73
2014	ENERO	0,46	0,99
	FEBRERO	0,49	1,03
	MARZO	1,16	1,87
	ABRIL	1,27	1,90
	MAYO	1,88	2,37
	JUNIO	1,64	2,36
	JULIO	1,73	2,34
	AGOSTO	1,73	2,34
	SEPTIEMBRE	1,34	2,15
	OCTUBRE	0,98	2,18
	NOVIEMBRE	0,72	1,82
	DICIEMBRE	0,45	1,49

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se reflejan los precios mayorista y consumidor de la cebolla roja. Es importante señalar que se registra una variación de precios, pero esto no es debido a una estacionalidad, sino debido a las expectativas de los productores respecto al producto, al clima y otras variables que son difíciles de estimar.

Posteriormente, se calculó un promedio anual del precio de la cebolla roja de los 5 años.

Dado ello, se realizó una proyección basada en el método de mínimo cuadrados, y posteriormente un modelo de regresión para llevar a cabo la proyección a partir de los precios históricos.

**TABLA 55: PRECIO PROMEDIO ANUAL DE LA CEBOLLA ROJA POR
KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA**

CEBOLLA ROJA

AÑO	PRECIO MAYORISTA
2010	0,63
2011	0,67
2012	1.04
2013	0.47
2014	1.15

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

A partir de ello se ha realizado una proyección en base a un modelo de regresión polinómica. Obteniendo los siguientes precios para los 5 años del proyecto:

**TABLA 56: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DE LA CEBOLLA ROJA
POR KILOGRAMO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA**

PROYECCIÓN DE PRECIOS	
AÑO	PRECIO
2015	0.6754
2016	0,6748
2017	0,6746
2018	0,6748
2019	0,6754

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

Es así que se determina la proyección de precios necesaria para la estimación de los costos del insumo de la cebolla roja.

4.1.3.4. ACEITE:

**TABLA 57: 58PRECIO MENSUALES DEL ACEITE CIL POR LITRO EN
NUEVOS SOLES EN AREQUIPA**

ACEITE CIL (18Litros)			
AÑO	MES	MAYORISTA	CONSUMIDOR
2010	ENERO	4,72	5,09
	FEBRERO	4,67	5,02
	MARZO	4,66	5,08
	ABRIL	4,60	5,00
	MAYO	4,57	4,88
	JUNIO	4,56	4,80
	JULIO	4,59	4,77
	AGOSTO	4,61	4,93
	SEPTIEMBRE	4,68	5,00
	OCTUBRE	4,68	4,98
	NOVIEMBRE	4,60	4,95
	DICIEMBRE	4,96	5,33
2011	ENERO	5,29	5,77
	FEBRERO	5,21	5,74
	MARZO	5,33	5,95
	ABRIL	5,53	5,04
	MAYO	5,48	6,37
	JUNIO	5,47	6,20
	JULIO	5,56	6,04
	AGOSTO	5,50	6,09
	SEPTIEMBRE	5,74	6,23
	OCTUBRE	5,91	6,41
	NOVIEMBRE	5,98	6,41
	DICIEMBRE	5,90	6,35
2012	ENERO	5,72	6,18
	FEBRERO	5,79	6,48
	MARZO	5,66	6,45
	ABRIL	5,62	6,33
	MAYO	5,53	6,33
	JUNIO	5,47	6,34
	JULIO	5,46	6,29
	AGOSTO	5,45	6,08
	SEPTIEMBRE	5,45	6,15
	OCTUBRE	5,45	6,15
	NOVIEMBRE	5,43	6,10
	DICIEMBRE	5,43	6,10

2013	ENERO	5,43	6,10
	FEBRERO	5,41	6,10
	MARZO	5,44	6,10
	ABRIL	5,40	6,10
	MAYO	5,42	6,09
	JUNIO	5,30	6,03
	JULIO	5,34	6,10
	AGOSTO	5,26	6,05
	SEPTIEMBRE	5,33	6,16
	OCTUBRE	5,31	6,05
	NOVIEMBRE	5,29	6,08
	DICIEMBRE	5,26	6,05
2014	ENERO	5,23	6,97
	FEBRERO	5,15	5,77
	MARZO	5,16	5,99
	ABRIL	5,16	5,99
	MAYO	5,19	5,85
	JUNIO	5,19	5,85
	JULIO	5,18	5,85
	AGOSTO	5,16	5,84
	SEPTIEMBRE	5,14	5,86
	OCTUBRE	5,13	6,00
	NOVIEMBRE	5,11	6,00
	DICIEMBRE	5,11	6,00

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se reflejan los precios mayorista y consumidor del aceite Cil en baldes de 18 litros. Es importante señalar que la variación de precios que se registra es pequeña.

Posteriormente, se calculó un promedio anual del precio del Aceite Cil de los 5 años.

Dado ello, se realizó una proyección basada en el método de mínimo cuadrados, y posteriormente un modelo de regresión para llevar a cabo la proyección a partir de los precios históricos.

**TABLA 59: PRECIO PROMEDIO ANUAL DEL ACEITE CIL POR LITRO EN
NUEVOS SOLES EN AREQUIPA**

CEBOLLA ROJA	
AÑO	PRECIO MAYORISTA
2010	4.66
2011	5.58
2012	5.54
2013	5.35
2014	5.16

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

A partir de ello se ha realizado una proyección en base a un modelo de regresión polinómica. Obteniendo los siguientes precios para los 5 años del proyecto:

**TABLA 60: PROYECCIÓN DE PRECIO ANUAL DEL ACEITE CIL POR
LITRO EN NUEVOS SOLES EN AREQUIPA**

PROYECCIÓN DE PRECIOS	
AÑO	PRECIO
2015	4.88
2016	4.94
2017	4.99
2018	5.05
2019	5.10

Fuente: Sistema de Precios y Abastecimiento SISAP-MINAG

Elaboración de las Autoras

Es así que se determina la proyección de precios necesaria para la estimación de los costos del aceite Cil a vender.

4.1.4. GASTOS:

Así también, para el desarrollo del producto se requerirá de un local ubicado en la zona alta de Yanahuara (próximo a Carmen Alto), para poder allí realizar todo el proceso de preparación para la distribución de estos insumos, así como un ambiente en el cual se pueda brindar la atención oportuna a los clientes. Este local tendrá un costo de alquiler de 1400.00 nuevos soles. Para ello, se determinó primero la localización de la planta.

4.1.4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

Para poder determinar la localización adecuada de un proyecto, Sapag Chain (2000), propone una serie de factores que pueden incluirse en la utilización del método cualitativo por puntos:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y Disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones

Es importante señalar el costo de transporte que incluye tanto el costo de transporte respecto a la obtención de las materias primas, como el costo de transporte para poder distribuir el producto al mercado. Además, se debe considerar la distancia, el tiempo, y el tránsito como aspectos determinantes en este factor. Lo cual resalta la

importancia de esta cerca al mercado, para contrarrestar estos aspectos mencionados anteriormente.

Respecto a la disponibilidad de mano de obra, se refiere a si el lugar de ubicación de la planta es fuera o dentro de la ciudad, de modo que existan personas que puedan laborar en la planta.

Sapag Chain (2000) señalan que la localización de la planta tiende hacia la fuente de insumo, cuando se depende de un solo insumo, más cuando la dependencia es de distintos insumos ubicados en distintos lugares, la localización de la planta tiende hacia el mercado.

Otro factor de importancia son las consideraciones legales y políticas respecto a las zonas donde se puede ubicar un negocio dependiendo del rubro de este.

Para poder determinar la ubicación adecuada de la planta existe el método cualitativo por puntos, el cual consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye (Sapag Chain 2000).

El peso relativo asignado a cada factor, va a depender de cada uno de estos, así como la relevancia que tengan estos para el proyecto. Así mismo, se asignará una calificación a cada factor considerando una escala predeterminada, que puede ser del 1 al 10.

TABLA 61: LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

FACTOR	PESO	YANAHUARA (PARTE ALTA)	PACHACUTEC
--------	------	------------------------	------------

		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
		N	N	N	N
Cercanía del Mercado	0.35	8	2.8	6	2.1
Costos y disponibilidad de la Materia Prima	0.2	5	1	5	1
Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	0.18	4	0.72	6	1.08
Disponibilidad de mano de obra	0.15	6	0.9	6	0.9
Estructura legal	0.12	7	0.84	8	0.96
TOTALES	1		6.26		6.04

Fuente: Libro Formulación y evaluación de Proyectos – Sapag Chain

Elaboración de las Autoras

Uno de los aspectos de mayor relevancia para la planta es la cercanía con el mercado. Se considera como punto relevante dado que la distribución de los productos en los restaurantes es diaria. Ante ello es necesaria la cercanía con los restaurantes para poder reducir el riesgo de aspectos como el tráfico y tiempo que puedan hacer que se incumpla con lo establecido en los contratos respecto a la distribución.

Es importante señalar el costo de transporte que incluye tanto el costo de transporte respecto a las materias primas, como el costo de transporte para distribuir el producto al mercado. Dado el costo de transporte por la distribución de los productos, es que se recomienda la cercanía con el mercado, ya que al ser una distribución diaria, es que se debe de considerar los costos de transporte de dicha distribución, así como el tránsito, tiempo y distancia invertido en la misma. Por otro lado, están los costos de transporte por la compra de materias primas, que si bien por la distancia serán mayores, esto se contrarresta ya que las compras se realizarán una o máximo 2 veces por semana.

Respecto a la disponibilidad de mano de obra, se debe señalar que si bien la planta no se encuentra ubicada en el centro de ciudad, la planta está ubicada en una zona de acceso.

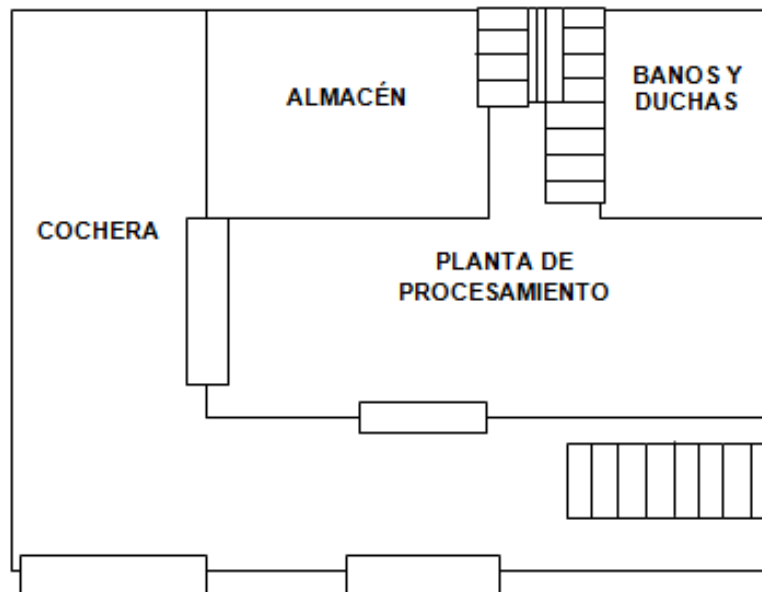
Otro factor de importancia son las consideraciones legales y políticas respecto a la localización de la planta. Para ello, nos contactamos con la municipalidad de Yanahuara para conocer la posibilidad de la instalación de la planta en el distrito. Ante ello, confirmamos la posibilidad de la instalación de la planta en la zona alta de Yanahuara, más no en zonas aledañas al distrito del Cercado de la ciudad. Además, nos entregaron los requisitos necesarios para la obtención de la licencia de funcionamiento en el distrito:

- ✓ Copia de DNI
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Contrato de alquiler
- ✓ Pago del monto de la licencia de 275.30 nuevos soles.

Posteriormente, llevaríamos a mesa de partes de la municipalidad la copia del recibo, para poder recoger la licencia de funcionamiento en los próximos 15 días.

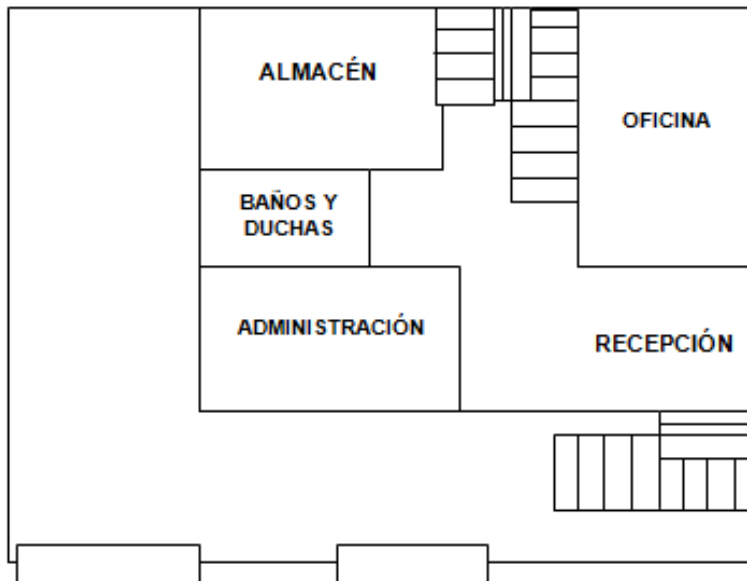
A partir de la determinación de la localización de la planta, se plantea un croquis tentativo sobre la distribución de los ambientes del local, y posteriormente en los presupuestos se considera tanto el costo de alquiler (incluido el costo de alquiler mensual y el pago de 2 meses de garantía de alquiler), como el costo de acondicionamiento del local.

FIGURA 31: CROQUIS DEL PRIMER NIVEL DE LA EMPRESA



Elaboración de las Autoras

FIGURA 32: CROQUIS DEL SEGUNDO NIVEL DE LA EMPRESA



Elaboración de las Autoras

Además se debe de considerar el gasto del combustible que se necesitará para para transportar los insumos. Se considera un gasto mensual de aproximadamente 1400 nuevos soles en combustible. Cabe resaltar que este gasto variará dependiendo la cantidad de pedidos de los clientes, y del número de restaurantes que se abastezca.

Además, se considera en el primer año, la contratación de 3 personas para el pelado y picado y empaquetado tanto de la papa como de la cebolla. Se considera también una persona para la distribución y entrega de los productos en los diferentes restaurantes. Y además se considera a un sueldo para un administrador y uno para un jefe de logística de la planta.

No obstante, también se considera gastos por servicios de agua, luz, teléfono e internet, como los gastos necesarios en útiles de oficina y de limpieza.

También, se consideró necesario poder considerar un gasto en marketing. Este gasto será para la impresión de folletos que se distribuirán en los restaurantes de Yanahuara, donde se mostrarán nuestros productos, con los precios de los mismos, así como las ventajas y beneficios de adquirir los mismos.

4.1.5. CAPACIDAD DE OFERTA:

El límite de oferta está determinado por la inversión de los inversionistas, y por las ventajas competitivas del producto. Para dar inicio a este proyecto, podemos señalar que los inversionistas están dispuestos a recurrirá a un financiamiento, escogiendo alguna de las alternativas planteadas para poder adquirir un vehículo que facilite la distribución de los productos; y están dispuestos a aportar la diferencia, que permitirá la adquisición de la maquinaria, equipos y utensilios necesarios, además del acondicionamiento del vehículo y local, entre otras inversiones necesarias. Una de las alternativas es el financiamiento por medio del Banco de Crédito del Perú, por un crédito a 5 años, con una tasa de 27%, para la adquisición de una combi de segundo uso. La otra alternativa es el financiamiento vehicular por medio del Banco de Crédito del Perú, con una tasa de

13.99%, para la adquisición de una combi nueva. Más adelante se presentan ambos casos y se analizan. No obstante, tras hacer el análisis necesario y determinar la viabilidad económica financiera de ambas alternativas, se decidió por la adquisición de la combi nueva, pues esta alternativa es viable y además porque permite proyectar una imagen más favorable frente a los clientes.

Así también, para definir la capacidad de oferta, es importante resaltar las ventajas competitivas que posee este proyecto.

Una de las ventajas es la adquisición de las certificaciones sanitarias como la certificación de DIGESA, pero sobretodo la certificación de la Norma Técnica Alimentaria, que será adquirida a inicios del tercer año del proyecto, cuyo costo es de 1297.86 nuevos soles, pero que permite comprobar la calidad e higiene en nuestros productos, dándonos sin lugar a duda una ventaja sobre nuestros competidores.

Se establecen pre-contratos con los restaurantes donde se acuerde debidamente los productos a abastecer (productos frescos y del día, tanto la papa como la cebolla cada uno en sus diferentes presentaciones); la calidad de estos, la frecuencia con la que se abastecerá, y la modalidad de pago. Así mismo, se acuerda el precio a ser respetado durante el tiempo de duración del contrato.

Se acordará con nuestros clientes la distribución diaria de los insumos a la hora requerida por el cliente y en su establecimiento, para ello se adquiere la combi.

4.2. PRESUPUESTOS

Para poder determinar la viabilidad económica de la oferta de cebolla, papa y aceite; fue necesario la elaboración de presupuestos. Para ello, se elaboraron primeramente presupuestos mensuales para el primer año; y a partir de ello presupuestos anuales.

4.2.1. PRESUPUESTOS MENSUALES PARA EL PRIMER AÑO

Para el primer año se elaboraron presupuestos mensuales con el objetivo de poder analizar y determinar con mayor detalle la proyección de las ventas, de los costos y gastos para cada uno de los productos.

4.2.1.1. PRESUPUESTOS DE VENTAS E INGRESOS:

Para la elaboración de los presupuestos de ventas e ingresos es necesario primero establecer la proyección de ventas a partir de los restaurantes seleccionados.

A. PROYECCIÓN DE VENTAS:

A partir de la investigación realizada, se determinó la existencia de una demanda para los productos propuestos. Es así que para poder proyectar nuestros ingresos, hemos seleccionado siete restaurantes, en los cuales iniciaremos nuestras ventas. Se seleccionaron estos restaurantes porque los dueños de cuatro de ellos son personas con las que se mantiene relación familiar y/o de amistad, y que además mostraron su optimismo ante la propuesta. Los tres restantes, son restaurantes en los cuales actualmente no existe empresa alguna que les distribuya estos productos, y que además alguno de ellos tuvo experiencia con un distribuidor de papas procesadas, las cuales no fueron de su agrado; y por ello mostró su optimismo ante la alternativa de productos naturales. Dado ello, los restaurantes seleccionados son Nuestra Picantería, Sillustani, La Cau Cau II, El Sulú, Don Pollo; Mister Pollo y Manos Peruanas.

**TABLA 62: DEMANDA DE LOS RESTAURANTES SELECCIONADOS
PARA DISTRIBUIR LA PAPA Y CEBOLLA, EN KILOGRAMOS**

RUBRO DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE	1 DÍA DE SEMANA		1 DÍA DEL FIN DE SEMANA		SEMANAL	
		LUNES A JUEVES		VIERNES A DOMINGO		PAPA	CEBOLLA
		PAPA	CEBOLLA	PAPA	CEBOLLA		
COMIDA TÍPICA O CRIOLLA	NUESTRA PICANTERIA	50	15	65	23	395	129
	SILLUSTANI	25	7	43	10	229	58
	LA CAU CAU II	40	15	80	30	400	150
	SULU	40	10	80	25	400	115
	DON POLLO	60	6	120	12	600	60
POLLERÍAS	MISTER POLLO	50	0	70	0	410	0
COMIDA DIARIA	MANOS PERUANAS	12	5	0	0	48	20
TOTAL		277	58	458	100	2482	532

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En el cuadro se muestran las cantidades en kilogramos de papa y cebolla demandadas por cada restaurante en un día, haciendo la diferencia entre un día particular y un día del fin de semana. Esta diferencia se debe a que el consumo de un restaurante en un día particular es inferior en comparación a un día de fin de semana, pues en los fines de semana las personas tienden a salir más a comer fuera de casa en familia o con amigos. A partir de ello se hace la estimación semanal de demanda de papa y cebolla para cada restaurante. Como se observa, el rubro de pollerías es el que más papa demanda (Don Pollo y Mister Pollo); mientras que el rubro de restaurantes de comida típica o criolla es el que más cebolla demanda. Los siete restaurantes en conjunto demandan 2482 kilogramos de papa y 532 kilogramos de cebolla.

TABLA 63: DEMANDA DIARIA POR RESTAURANTE, DE PAPA BASTÓN, PAPA PELADA ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS, EN KILOGRAMOS

RUBRO DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE	KG. UTILIZADOS EN UN DÍA DE SEMANA				KG. UTILIZADOS EN UN DÍA DE FIN DE SEMANA			
		LUNES A JUEVES				VIERNES A DOMINGO			
		PAPA BASTÓN	PAPA PELADA ENTERA	CEBOLLA CORTE HOJA	CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	PAPA BASTÓN	PAPA PELADA ENTERA	CEBOLLA CORTE HOJA	CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS
COMIDA TÍPICA O CRIOLLA	NUESTRA PICANTERIA	28	22	10	5	35	30	15	8
	SILLUSTANI	7	18	4	3	11	32	6	4
	LA CAU CAU II	20	20	10	5	35	45	20	10
	SULU	16	24	7	3	32	48	15	10
POLLERÍAS	DON POLLO	60	0	6	0	120	0	12	0
	MISTER POLLO	50	0	0	0	70	0	0	0
COMIDA DIARIA	MANOS PERUANAS	7	5	3	2	0	0	0	0
TOTAL		188	89	40	18	303	155	68	32
TOTAL AL DIA		277		58		458		100	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En este cuadro se muestran las cantidades en kilogramos de papa y cebolla demandadas por cada restaurante en un día, haciendo la diferencia entre un día particular y un día del fin de semana. Esta diferencia se debe a que el consumo de un restaurante en un día particular es inferior en comparación a un día de fin de semana. No obstante, en este cuadro además se hace la distinción por tipo de presentación de la papa y de la cebolla. Si bien en la investigación realizada se preguntó sobre tres tipos de presentaciones de papa: papa bastón, papa pelada entera y papa picada en cuadraditos; sólo se seleccionó dos tipos de presentación: papa bastón, papa pelada entera; esto debido a que la papa picada en cuadraditos es muy escasamente demandada en comparación con las otras presentaciones, y además el poder obtener esta presentación involucra más costos en cuanto a tiempo y dinero. En el caso de la cebolla también se hace la distinción por tipo de presentación de la cebolla: cebolla en corte hoja o corte pluma, cebolla picada en cuadraditos y cebolla picada en trozos grandes; no obstante, solo se seleccionó dos tipos de presentación: cebolla en corte hoja o corte pluma, cebolla picada en cuadraditos; esto debido a que la cebolla picada en trozos grandes es escasamente demandada en comparación con las otras presentaciones, y es que generalmente es demandada para la preparación de adobo, y ninguno de los restaurantes seleccionados prepara dicho plato.

A partir de ello, se hace la estimación semanal de demanda de papa y cebolla para cada restaurante en sus diferentes presentaciones.

TABLA 64: DEMANDA SEMANAL Y MENSUAL POR RESTAURANTE, DE PAPA BASTÓN, PAPA PELADA ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS, EN KILOGRAMOS

RUBRO DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE	KG. UTILIZADOS EN UNA SEMANA				KG. UTILIZADOS EN UN MES			
		PAPA BASTÓN	PAPA PELADA ENTERA	CEBOLLA CORTE HOJA	CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	PAPA BASTÓN	PAPA PELADA ENTERA	CEBOLLA CORTE HOJA	CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS
COMIDA TÍPICA O CRIOLLA	NUESTRA PICANTERIA	217	178	85	44	868	712	340	176
	SILLUSTANI	61	168	34	24	244	672	136	96
	LA CAU CAU II	185	215	100	50	740	860	400	200
	SULU	160	240	73	42	640	960	292	168
POLLERÍAS	DON POLLO	600	0	60	0	2400	0	240	0
	MISTER POLLO	410	0	0	0	1640	0	0	0
COMIDA DIARIA	MANOS PERUANAS	28	20	12	8	112	80	48	32
TOTAL		1661	821	364	168	6644	3284	1456	672

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Así mismo, en el cuadro anterior se presenta la demanda de papa y cebolla en sus diferentes presentaciones, de cada uno de los siete restaurantes. Como se observa, el rubro de pollerías es el que más demanda papa en presentación bastón, mientras que los restaurantes de comida típica demandan también una buena proporción de papa en presentación entera, ya sea para la preparación de caldos, así como de platillos con papa horneada. Respecto a la cebolla, se demanda en mayor cantidad cebolla corte hoja o pluma, esta es utilizada para la preparación de las ensaladas y zarzas principalmente, mientras que la cebolla picada en cuadraditos es ideal para los guisos. Dado ello se registra al mes una demanda total de 6644 kilogramos de papa en presentación bastón, 3284 kilogramos de papa entera; 1456 kilogramos de cebolla corte hoja o pluma; y 672 kilogramos de cebolla picada en cuadraditos.

TABLA 65: DEMANDA SEMANAL DE ACEITE POR RESTAURANTE, EN LITROS

LITROS DE ACEITE CONSUMIDOS SEMANALMENTE		
RUBRO DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE	LITROS
COMIDA TÍPICA O CRIOLLA	NUESTRA PICANTERIA	40
	SILLUSTANI	40
	LA CAU CAU II	53
	SULU	60
POLLERÍAS	DON POLLO	60
	MISTER POLLO	60
COMIDA DIARIA	MANOS PERUANAS	20
TOTAL		333

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Respecto a la demanda de aceite de los restaurantes, son los restaurantes de comida y las pollerías las que demandan más aceite para sus papas fritas. Dado ello, en conjunto los siete restaurantes demandan en una semana 333 litros de aceite.

TABLA 66: DEMANDA MENSUAL DE ACEITE POR RESTAURANTE, EN LITROS

RUBRO DEL RESTAURANTE	NOMBRE DEL RESTAURANTE	LITROS DE ACEITE
COMIDA TÍPICA O CRIOLLA	NUESTRA PICANTERIA	160
	SILLUSTANI	160
	LA CAU CAU II	212
	SULU	240
	DON POLLO	240
POLLERÍAS	MISTER POLLO	240
COMIDA DIARIA	MANOS PERUANAS	80
TOTAL		1332

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En el cuadro anterior, se presenta la demanda de aceite al mes de los siete restaurantes; en conjunto demandan 1332 litros de aceite.

B. ESTRATEGIA PARA INCURSIONAR EN EL MERCADO Y OBTENER LAS VENTAS

Para poder convencer a los restaurantes de adquirir nuestro producto y sobretodo lograr la fidelización de los mismos, se realizará una distribución diaria de los insumos, a la hora requerida por el cliente y en su establecimiento, de modo que brinde la seguridad a los restaurantes de obtener productos frescos y saludables.

Posteriormente a inicios del tercer año, también se adquiere la Certificación de la Norma Técnica Alimentaria, cuyo costo es de 1297.86 nuevos soles, pero que nos permitirá comprobar la calidad e higiene en nuestros productos, dándonos sin lugar a duda una ventaja sobre nuestros competidores.

Se establecerán contratos con los restaurantes donde se acuerde debidamente los productos a abastecer, la calidad de estos, la frecuencia con la que se abastecerá, y la modalidad de pago. Además, en estos contratos anuales, se establecen los precios a los que se venderá el producto, los cuales serán respetados por el periodo de vigencia del contrato.



C. PRESUPUESTO DE VENTAS:

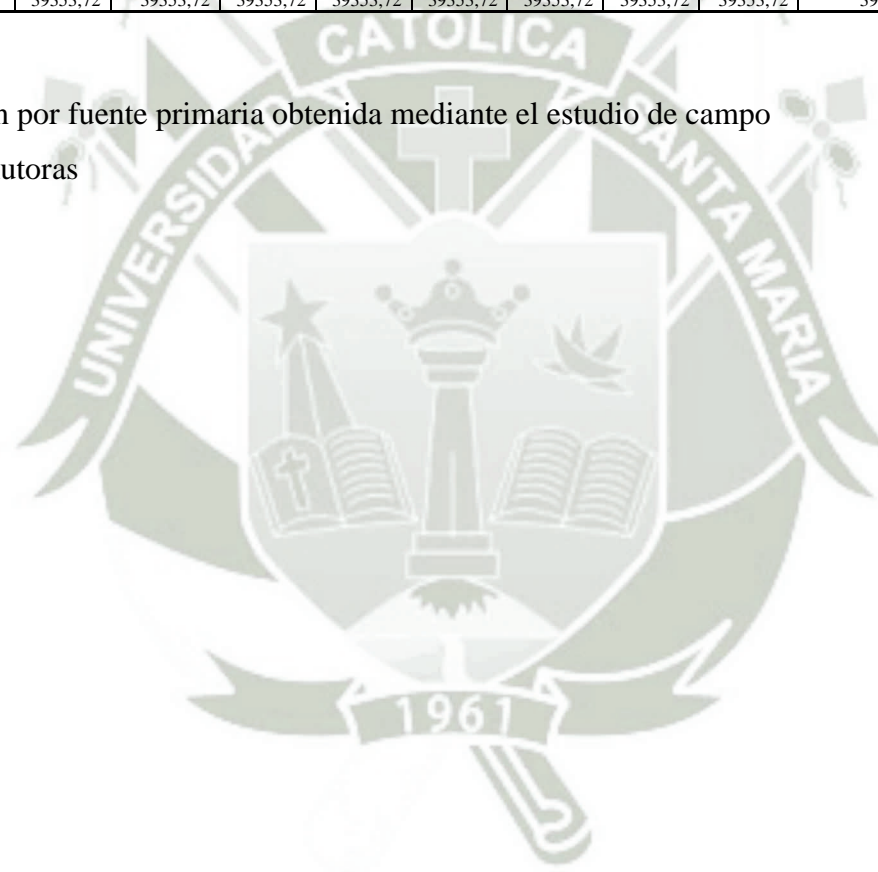
TABLA 67: PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUALES EN NUEVOS SOLES

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PAPA CORTE BASTÓN												
CANTIDAD (kilogramos)	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00	6644,00
CANTIDAD PAPA CANCHÁN	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05	2531,05
PRECIO POR KILOGRAMO	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12	2,12
TOTAL PAPA CANCHAN	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28	14085,28
CANTIDAD PAPA UNICA	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95	4112,95
PRECIO POR KILOGRAMO	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL PAPA UNICA	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90	8225,90
TOTAL PAPA CORTE BASTON	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18	22311,18
PAPA PELADA ENTERA												
CANTIDAD (kilogramos) PAPA UNICA	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00	3284,00
PRECIO POR KILOGRAMO	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93	1,93
TOTAL PAPA PELADA	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12	6338,12
TOTAL VENTAS PAPA	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30	28649,30
CEBOLLA CORTE HOJA												
CANTIDAD (kilogramos)	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00	1456,00
PRECIO POR KILOGRAMO	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80
TOTAL CEBOLLA CORTE HOJA	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80	2620,80
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS												
CANTIDAD (kilogramos)	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00	672,00
PRECIO POR KILOGRAMO	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95	1,95

TOTAL CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40	1310,40
TOTAL VENTAS CEBOLLA	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20	3931,20
ACEITE												
CANTIDAD	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00	1332,00
PRECIO UNITARIO	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09
TOTAL ACEITE	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22	6773,22
TOTAL	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72

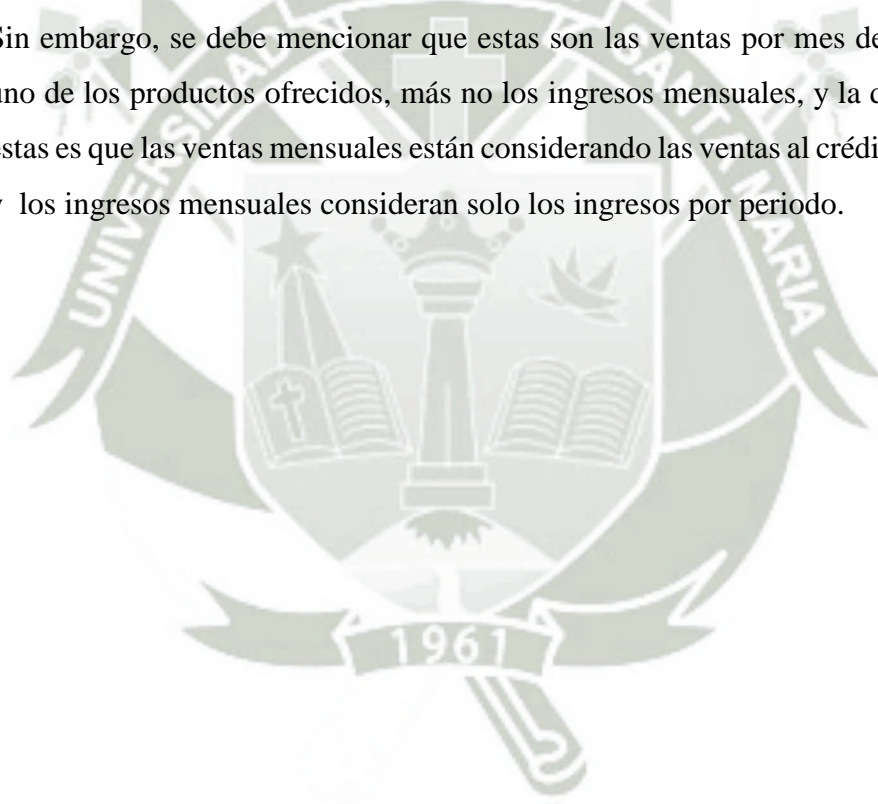
Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



Como se mencionó se seleccionó a siete restaurantes, ellos en conjunto demandan mensualmente las cantidades presentadas por esta tabla. No obstante, se debe mencionar que se considera también en esta tabla los precios a los cuales se venderán los insumos, así como las ventas totales de cada insumo. Sin embargo, estas cifras están sin IGV. La papa tipo canchan en presentación corte bastón tiene un precio de 2.12 nuevos soles (que es el mismo precio al que oferta la competencia su papa procesada); la papa tipo única en presentación corte bastón tiene un precio de 2.00 nuevos soles (sin IGV); 1.93 nuevos soles (sin IGV), la papa entera y pelada; la cebolla corte hoja o pluma tiene un precio de 1.80 nuevos soles (sin IGV); la cebolla cortada en cuadraditos tiene un precio de 1.95 nuevos soles (sin IGV); y el aceite Cil, tiene un precio de 5.09 nuevos soles (sin IGV) por litro.

Sin embargo, se debe mencionar que estas son las ventas por mes del total de cada uno de los productos ofrecidos, más no los ingresos mensuales, y la diferencia entre estas es que las ventas mensuales están considerando las ventas al crédito y al contado, y los ingresos mensuales consideran solo los ingresos por periodo.



D. PRESUPUESTO DE INGRESOS

TABLA 68: PRESUPUESTO DE INGRESOS MENSUALES EN NUEVOS SOLES

INGRESOS MENSUALES												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS MENSUALES	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72
VENTAS AL CREDITO	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12	11806.12
INGRESOS SIN IGV	27547.61	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72
VENTAS MENSUALES CON IGV	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40
VENTAS AL CREDITO CON IGV	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22	13931.22
INGRESOS CON IGV	32506.18	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40	46437,40
IGV DE INGRESOS	4958.57	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Respecto a los ingresos, como se observa se registran las ventas cobradas en el mes (incluyendo tanto al contado como al crédito). Para este caso, se considera como política de crédito para los clientes un crédito equivalente a una semana para la cancelación de su deuda. Se consideró este periodo debido a que tras la investigación se conoció que los proveedores de insumos dan un crédito de una semana a los restaurantes, y por ende dichos restaurantes están en su mayoría acostumbrados a trabajar con ese periodo de crédito. Sin embargo, como se explicó en el capítulo anterior, como parte del plan de contingencia, se consideran dos días adicionales como periodo de cobro considerando la posibilidad de que alguno de los clientes se retrase en su pago.

A partir de lo anterior, se estimó los ingresos mensuales sin IGV. Posteriormente se le añade el IGV a los ingresos, considerando el 18%.



4.2.1.2. PRESUPUESTOS DE COSTOS

A. PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS:

A.1 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS; PARA PAPA BASTÓN, PAPA PELADA Y ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS; EN KILOGRAMOS:

TABLA 69: PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS DE PAPA Y CEBOLLA, EN KILOGRAMOS

PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN KILOGRAMOS			
PRODUCTOS	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA
TOTAL PAPA	9928,00	10039.94	
PAPA CANCHAN CORTE BASTÓN	2531,05	2569.01	
PAPA UNICA CORTE BASTÓN	4112,95	4154.08	
PAPA UNICA PELADA ENTERA	3284,00	3316.84	
TOTAL CEBOLLA	2128,00		2149.28
CEBOLLA CORTE HOJA	1456,00		1470.56
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	672,00		678.72

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Ante ello, se requiere mensualmente 10039.94 kilogramos de papa, incluyendo tanto la papa canchan como la papa única; y 2149.28 kilogramos de cebolla. Esto se explica debido a que si bien la cantidad de papa necesaria para cubrir la demanda es de 9928 kilogramos, se está considerando un extra debido al desperdicio que pudiera surgir con algunas de las papas si estuviesen dañadas. Se considera 2 kilogramos

adicionales por cada 100 kilogramos adquiridos. Así mismo, para el caso de la cebolla, si bien se requiere 2128 kilogramos, se está considerando un extra debido al desperdicio que pudiera surgir con algunas de las cebollas si estuviesen dañadas. Se considera 2 kilogramos adicionales por cada 100 kilogramos adquiridos.

A.2. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DE ACEITE EN LITROS:

TABLA 70: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DE ACEITE EN LITROS

PRESUPUESTOS DE MATERIA PRIMA DE ACEITE EN LITROS		
ACEITE	1332	1332

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Ante ello, se demanda mensualmente 1332 litros de aceite para poder cubrir la demanda del primer año.

B. PRESUPUESTO DE COMPRAS:

TABLA 71: PRESUPUESTO DE COMPRAS DE INSUMOS POR KILOGRAMOS EN NUEVOS SOLES

COMPRAS DE INSUMOS MENSUALES												
CONCEPTOS:	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
CANTIDADES												
PAPA CANCHAN (KG)	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01	2569.01
PAPA UNICA (KG)	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92	7470.92
CEBOLLA (KG)	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28	2149.28
ACEITE (LITRO)	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00	1332.00
PRECIO POR INSUMO												
PAPA CANCHAN (KG)	1.46	1.47	0.81	0.81	0.82	0.82	0.82	0.83	0.83	0.84	0.84	0.85
PAPA UNICA (KG)	1.30	1.37	0.74	0.75	0.76	0.76	0.77	0.78	0.79	0.80	0.81	0.82
CEBOLLA (KG)	0.37	0.61	0.70	0.70	0.70	0.70	0.71	0.71	0.71	0.72	0.72	0.72
ACEITE (LITRO)	4.29	4.26	4.49	4.49	4.50	4.51	4.51	4.52	4.52	4.53	4.53	4.54
TOTAL (PRECIO * CANTIDAD)												
PAPA CANCHAN	3744.66	3766.43	2075.19	2084.98	2095.22	2105.88	2116.99	2128.53	2140.50	2152.91	2165.75	2179.03
PAPA UNICA	9686.87	10256.69	5547.03	5597.68	5650.87	5706.58	5764.83	5825.61	5888.92	5954.77	6023.15	6094.06
CEBOLLA	801.43	1311.43	1494.55	1501.56	1508.36	1514.96	1521.37	1527.61	1533.67	1539.58	1545.33	1550.94
ACEITE	5711.80	5677.93	5979.29	5987.09	5994.66	6002.01	6009.17	6016.13	6022.92	6029.53	6035.98	6042.28
TOTAL MENSUAL	19944.76	21012.48	15096.05	15171.31	15249.10	15329.44	15412.36	15497.88	15586.01	15676.79	15770.22	15866.31
TOTAL SEMANAL	4986.19	5253.12	3774.01	3792.83	3812.27	3832.36	3853.09	3874.47	3896.50	3919.20	3942.55	3966.58
COMPRAS AL CREDITO SEMANAL	4986.19	5253.12	3774.01	3792.83	3812.27	3832.36	3853.09	3874.47	3896.50	3919.20	3942.55	3966.58
TOTAL SALIDA MENSUAL	14958.57	20745.55	16575.16	15152.50	15229.65	15309.35	15391.63	15476.50	15563.98	15654.09	15746.86	15842.29

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Aquí se considera los requerimientos en unidades de materia prima así como los costos de los mismos y el total de requerimientos de materia prima en nuevos soles para los diferentes meses.

A partir de los presupuestos anteriores, el presupuesto de compras nos muestra el total de compras en nuevos soles de cada uno de los insumos por mes. Así mismo, nos refleja las compras al crédito. Para el pago a proveedores se considera una semana de crédito. Luego de ello se considera la salida mensual en compras por mes, la cual se obtiene como diferencia entre las compras totales y las compras al crédito de insumos.

C. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA:

TABLA 72: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL PRIMER AÑO				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	3	750	2250	28125
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	750	750	9375
TOTAL	4		3000	37500

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Para el primer año, se estimó la necesidad de contar con dos personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas. Además se consideró una persona para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 37 500.00 nuevos soles, donde se consideran 12

salarios, y medio sueldo por vacaciones, según el Régimen Laboral para una Microempresa. No obstante, como señala el régimen laboral, los trabajadores tienen derecho a un día de descanso tras haber laborado 48 horas semanales. Dado ello, se considera que al contar con cuatro trabajadores, cada uno de estos descansará un día a la semana, turnándose entre estos, de modo que laboren tres trabajadores de lunes a jueves y el trabajador restante descanse; y de viernes a domingo, laboran los cuatro trabajadores. Es decir, el lunes descansará un trabajador y trabajarán tres de ellos; el martes descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres de ellos; el miércoles descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres restantes; el jueves descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres de ellos; y los días viernes, sábado y domingo laboran los cuatro trabajadores debido a que dichos días se presenta un aumento en la demanda por ser días del fin de semana.

D. PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN:

Dentro de los gastos indirectos de fabricación se encuentran las bolsas en las cuales serán empaquetados cada uno de los productos para una distribución más práctica e higiénica, para ello se considera la compra de bolsas de polietileno adquiridas de la empresa El Coplast S.A.C. a un costo de S/.80.00 el millar, las cuales son propicias para la conservación de los alimentos.

Dentro de estos gastos también se encuentra el gasto por mantenimiento de maquinaria, el cual se realizará cada dos meses.

Además, se considera un gasto de agua y luz por la utilización de las maquinarias para poder obtener los productos terminados para su comercialización.

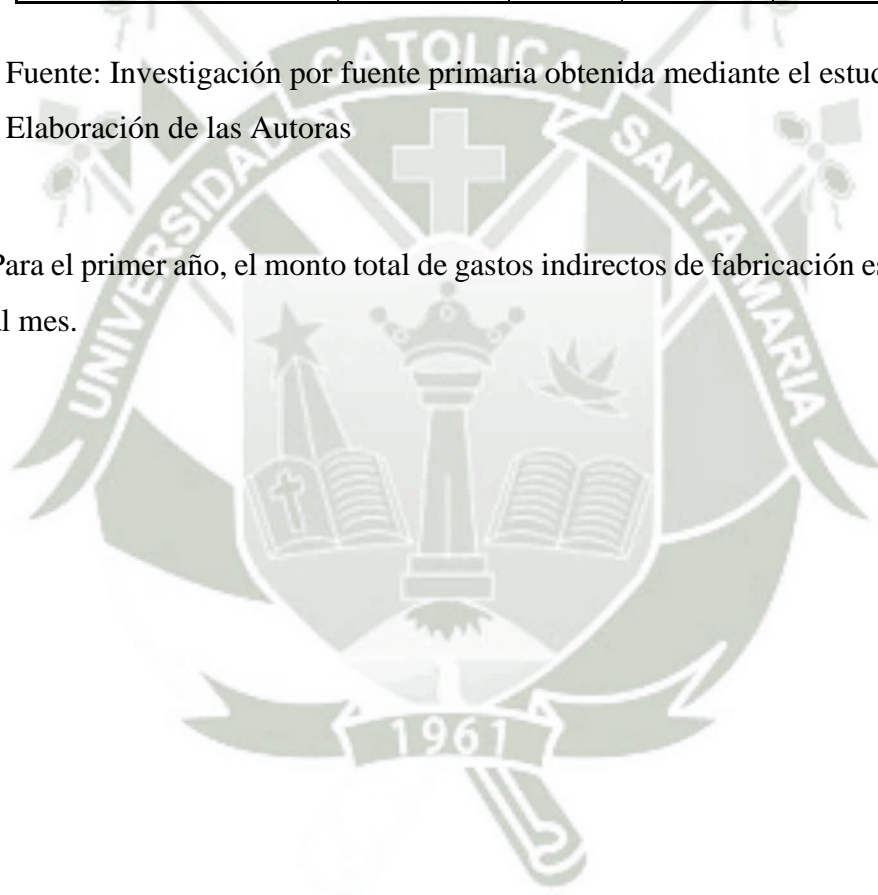
Así mismo, se considera un gasto de rotulación de las bolsas para la comercialización de los productos. Estas bolsas contendrán en su rotulación el nombre del producto, fecha de vencimiento e ingredientes.

TABLA 73: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE ENERO A MARZO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN Y COSTO DE VENTAS (ENERO A MARZO)					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL CON IGV	IGV DE GIF	TOTAL SIN IGV
BOLSAS PARA CEBOLLA (MILLAR)	3	80	240	36,61	203,39
BOLSA PARA PAPA (MILLAR)	11	80	880	134,24	745,76
ROTULACIÓN DE BOLSAS (MILLAR 0.04 C/U)	14	40	560	85,42	474,58
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		150	150,00	22,88	127,12
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		360	360,00	54,92	305,08
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		260	260,00	39,66	220,34
TOTAL			2450,00	373,73	2076,27

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el primer año, el monto total de gastos indirectos de fabricación es de S/.2076.27
al mes.



E. PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS:

TABLA 74: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS MENSUAL EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS MENSUAL EN NUEVOS SOLES												
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	19944.76	21012.48	15096.05	15171.31	15249.10	15329.44	15412.36	15497.88	15586.01	15676.79	15770.22	15866.31
MANO DE OBRA DIRECTA	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75	2343.75
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27	2076.27
MANO DE OBRA INDIRECTA	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25	781.25
COSTO DE VENTAS	25146.03	26213.75	20297.33	20372.58	20450.37	20530.71	20613.63	20699.15	20787.29	20878.06	20971.49	21067.58

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En este presupuesto se consideran todos aquellos gastos que intervienen para la producción de cada uno de los productos ofertados. Este cuadro resume los costos determinados en las tablas de costos anteriores de compra de materia prima, de mano de obra directa e indirecta y de gastos indirectos de fabricación. Como se puede observar las compras de materia prima, son variables, esto debido a la variación de precios de la papa y cebolla principalmente, es por ello que se realizó una proyección de precios y con ella se obtuvo los precios necesarios para la proyección de compras de materia prima para el primer año. Los gastos de mano de obra directa e indirecta permanecen constantes durante todo el año debido a que las personas contratadas se encuentran en planillas bajo el régimen laboral de la Microempresa. Los gastos indirectos de fabricación también permanecen constantes debido a que no se registra crecimiento de ventas ni compras a lo largo del primer año.

4.2.1.3. PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS

A. PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN

TABLA 75: PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUAL EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN EN NUVEVOS SOLES		
CONCEPTO	GASTO MENSUAL	IGV DE GASTOS ADMINISTRACIÓN
ALQUILER LOCAL	1400	213,56
CONTADOR	50	
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	140	21,36
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	40	6,10
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	140	21,36
UTILES DE OFICINA	70	10,68
UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	88,20	13,45
TOTAL	1928,2	286,51

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se precisan cada uno de los gastos de administración. Por el alquiler del local se considera un costo de 1400.00 nuevos soles. En cuanto a los gastos de servicios de agua y luz, los gastos de telefonía e internet, así como los gastos por útiles de oficina y gastos por útiles de aseo; se indagó en distintos negocios relacionados con el rubro del proyecto para poder tener conocimiento de los niveles de consumos de ellos, y en base a esto se hizo esta estimación. También se consideró un gasto mensual por el pago a la contadora. Finalmente se obtuvo un total por gastos de administración mensual de 1928.20 nuevos soles.

En el lado derecho de la tabla se determinó el monto a pagar de IGV por cada uno de estos.

A continuación se presenta a detalle la estimación mensual de gastos de los útiles de aseo y limpieza, para el adecuado mantenimiento de la planta:

TABLA 76: UTILES DE ASEO MENSUAL EN NUEVOS SOLES

ESTIMACIÓN MENSUAL DE UTILES DE ASEO					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	TOTAL SIN IGV	TOTAL CON IGV
DETERGENTE	1	17.37	20.50	17.37	20.50
DESINFECTANTE SAPOLIO PINO	8	1.53	1.80	12.20	14.40
PAPEL HIGIÉNICO POR 300 METROS	4	3.39	4.00	13.56	16.00
LEJÍA POR 4 LITROS	1	6.19	7.30	6.19	7.30
JABONES DESINFECTANTES	6	1.86	2.20	11.19	13.20
JABÓN LIQUIDO	2	5.00	5.90	10.00	11.80
BOLSAS PARA LA BASURA POR 100 UNIDADES	1	4.24	5.00	4.24	5.00
TOTAL				74.75	88.20

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Todos estos gastos son necesarios para poder mantener la limpieza de nuestra planta.

B. PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS

**TABLA 77: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS MENSUAL, EN
NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS MENSUAL		
CONCEPTO	GASTO MENSUAL S/.	IGV DE LOS GASTOS DE VENTAS
COMBUSTIBLE	1400	213,56
PUBLICIDAD	400	61,02
TOTAL	2550	274,58

Fuente:

Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

El total de gastos de ventas está determinado por el combustible que se necesitará para esta y los gastos en publicidad que nos permitirán hacer más conocidos nuestros productos. Se estimó el monto mensual de combustible considerando la cercanía de los restaurantes, ya que se encuentran en un mismo distrito. Respecto a los gastos en publicidad, estos se emplearán en visitas a los clientes, entrega de muestras, tarjetas de presentación, entre otros.

Así también se extrae el gasto de IGV de cada uno de los conceptos que conforman el gasto de ventas mensuales.

C. PRESUPUESTO DE GASTO MENSUAL DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

TABLA 78: PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE PERSONAL DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
PERSONAL PARA DISTRIBUCION	750	9375,00
ADMINISTRADOR	1000	12500,00
JEFE DE LOGÍSTICA	1000	12500,00
TOTAL	2750	34375,00

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En el presupuesto anterior se considera el gasto por pago al personal de administración, que incluye al administrador y al jefe de logística; y el pago al personal de ventas, que hace referencia al distribuidor. Se estima un monto mensual de 2750.00 nuevos soles.

4.2.1.4. PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTOS DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO)

A. PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTOS DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO)

Este presupuesto incluye todos los costos de insumos, los salarios, gastos indirectos de fabricación, gastos de administración y gastos de ventas. Este presupuesto refleja todos los costos y gastos realizados por la empresa a lo largo del año. Primero, se

presenta los costos y gastos sin IGV y posteriormente se presenta los mismos costos y gastos incluido el IGV.

Dentro del gasto de ventas se considera el gasto de mantenimiento de una combi de segundo uso, asignándole un monto de 800.00 nuevos soles al año. Esta combi se pretende adquirir para poder distribuir los productos.



TABLA 79: PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTO DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

COSTOS DE OPERACIÓN													
CONCEPTO	0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COST. OPER. SIN IGV													
INSUMOS		14,958.57	20,745.55	16,575.16	15,152.50	15,229.65	15,309.35	15,391.63	15,476.50	15,563.98	15,654.09	15,746.86	15,842.29
SALARIOS		5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		118.64	118.64	118.64	130.51	130.51	130.51	143.56	143.56	143.56	157.92	157.92	157.92
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		33.90	33.90	33.90	37.29	37.29	37.29	41.02	41.02	41.02	45.12	45.12	45.12
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64
UTILES DE OFICINA		59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32
UTILES DE ASEO		74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75
ALQUILER DE LOCAL	2,372.88	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44
CONTADOR		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
GASTOS DE VENTAS													
COMBUSTIBLE		1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,245.76	1,245.76	1,245.76	1,308.05	1,308.05	1,308.05	1,373.45	1,373.45	1,373.45
PUBLICIDAD		338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98
MANTENIMIENTO COMBI USADA													677.97
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN													
BOLSAS PARA CEBOLLA		203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39
BOLSAS PARA PAPA		745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76
ROTULACIÓN BOLSAS		474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58
MANTENIMIENTO DE EQUIPO				127.12			127.12			127.12			127.12
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34

COST. OP. SIN IGV	2,372.88	26,064.42	31,851.41	27,808.13	26,332.93	26,410.08	26,616.90	26,651.13	26,736.00	26,950.60	26,997.45	27,090.22	27,990.73
COST. OPER. CON IGV													
INSUMOS		17,651.11	24,479.75	19,558.69	17,879.95	17,970.99	18,065.04	18,162.12	18,262.27	18,365.50	18,471.83	18,581.29	18,693.90
SALARIOS		5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		140.00	140.00	140.00	154.00	154.00	154.00	169.40	169.40	169.40	186.34	186.34	186.34
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		40.00	40.00	40.00	44.00	44.00	44.00	48.40	48.40	48.40	53.24	53.24	53.24
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
UTILES DE OFICINA		70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
UTILES DE ASEO		88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20
ALQUILER DE LOCAL	2,800.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
CONTADOR		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
GASTOS DE VENTAS													
COMBUSTIBLE		1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,470.00	1,470.00	1,470.00	1,543.50	1,543.50	1,543.50	1,620.68	1,620.68	1,620.68
PUBLICIDAD		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
MANTENIMIENTO COMBI USADA													800.00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN													
BOLSAS PARA CEBOLLA		240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
BOLSAS PARA PAPA		880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00
ROTULACIÓN BOLSAS		560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00
MANTENIMIENTO DE EQUIPO				150.00			150.00			150.00			150.00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
COST. OP. CON IGV	2,800.00	29,668.90	36,497.53	31,726.47	29,985.73	30,076.77	30,320.82	30,361.21	30,461.35	30,714.58	30,769.87	30,879.33	31,941.94
IGV DE COST. OP.*	427.12	3,604.47	4,646.13	3,918.34	3,652.80	3,666.69	3,703.92	3,710.08	3,725.35	3,763.98	3,772.42	3,789.11	3,951.21

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

B. PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTOS DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA):

Este presupuesto incluye todos los costos de insumos, los salarios, gastos indirectos de fabricación, gastos de administración y gastos de ventas. Este presupuesto refleja todos los costos y gastos realizados por la empresa a lo largo del año. Primero, se presenta los costos y gastos sin IGV y posteriormente se presenta los mismos costos y gastos incluido el IGV.

Dentro del gasto de ventas se considera el gasto de mantenimiento de la combi nueva, asignándole un monto de 500.00 nuevos soles al año. Esta combi se pretende adquirir para la distribución de los insumos.

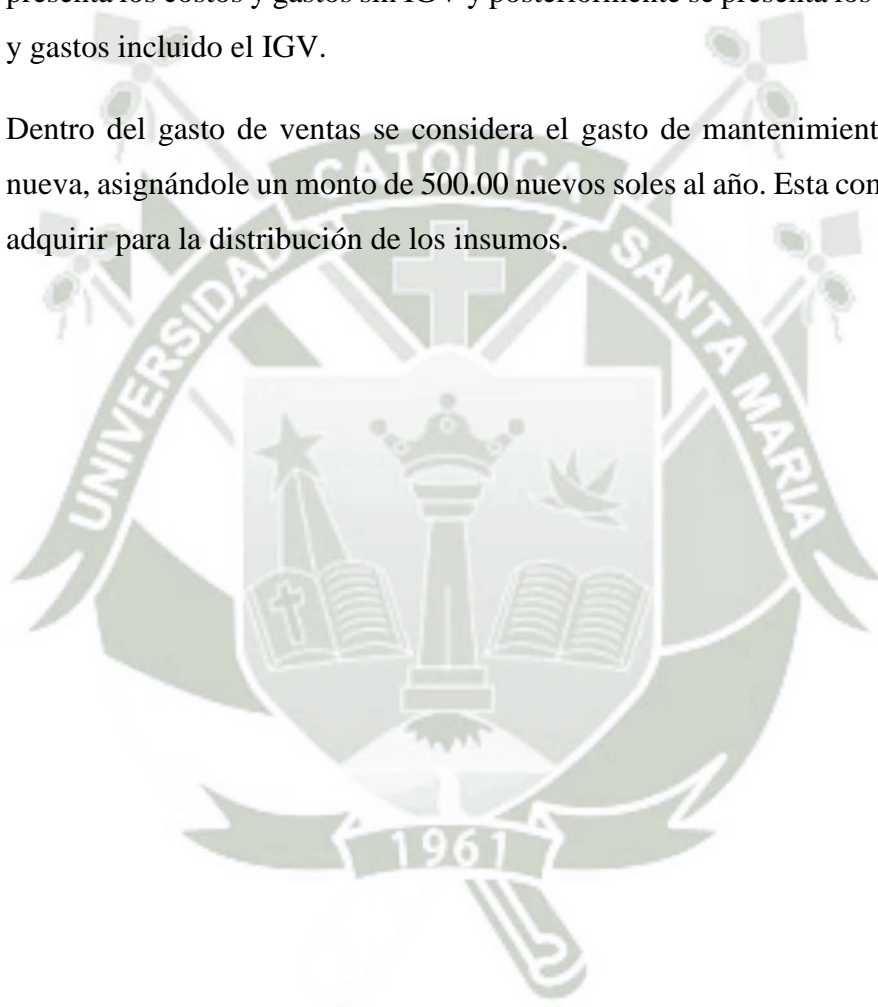


TABLA 80: PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTO DE OPERACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES

COSTOS DE OPERACIÓN													
CONCEPTO	0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COST. OPER. SIN IGV													
INSUMOS		14,958.57	20,745.55	16,575.16	15,152.50	15,229.65	15,309.35	15,391.63	15,476.50	15,563.98	15,654.09	15,746.86	15,842.29
SALARIOS		5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58
GASTOS ADMINISTRATIVOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		118.64	118.64	118.64	130.51	130.51	130.51	143.56	143.56	143.56	157.92	157.92	157.92
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		33.90	33.90	33.90	37.29	37.29	37.29	41.02	41.02	41.02	45.12	45.12	45.12
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64
UTILES DE OFICINA		59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32
UTILES DE ASEO		74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75	74.75
ALQUILER DE LOCAL	2,372.88	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,186.44
CONTADOR			50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
GASTOS DE VENTAS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COMBUSTIBLE		1,186.44	1,186.44	1,186.44	1,245.76	1,245.76	1,245.76	1,308.05	1,308.05	1,308.05	1,373.45	1,373.45	1,373.45
PUBLICIDAD		338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98
MANIMIENTO COMBI NUEVA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	423.73
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BOLSAS PARA CEBOLLA		203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39
BOLSAS PARA PAPA		745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76	745.76
ROTULACIÓN BOLSAS		474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		0.00	0.00	127.12	0.00	0.00	127.12	0.00	0.00	127.12	0.00	0.00	127.12
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34	220.34
COST. OP. SIN IGV	2,372.88	26,014.42	31,851.41	27,808.13	26,332.93	26,410.08	26,616.90	26,651.13	26,736.00	26,950.60	26,997.45	27,090.22	27,736.50
COST. OPER. CON IGV		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

INSUMOS		17,651.11	24,479.75	19,558.69	17,879.95	17,970.99	18,065.04	18,162.12	18,262.27	18,365.50	18,471.83	18,581.29	18,693.90
SALARIOS		5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58	5,989.58
GASTOS ADMINISTRATIVOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		140.00	140.00	140.00	154.00	154.00	154.00	169.40	169.40	169.40	186.34	186.34	186.34
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		40.00	40.00	40.00	44.00	44.00	44.00	48.40	48.40	48.40	53.24	53.24	53.24
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
UTILES DE OFICINA		70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
UTILES DE ASEO		88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20	88.20
ALQUILER DE LOCAL	2,800.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
CONTADOR		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
GASTOS DE VENTAS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COMBUSTIBLE		1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,470.00	1,470.00	1,470.00	1,543.50	1,543.50	1,543.50	1,620.68	1,620.68	1,620.68
PUBLICIDAD		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
MANTENIMIENTO COMBI NUEVA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	500.00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BOLSAS PARA CEBOLLA		240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
BOLSAS PARA PAPA		880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00	880.00
ROTULACIÓN BOLSAS		560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		0.00	0.00	150.00	0.00	0.00	150.00	0.00	0.00	150.00	0.00	0.00	150.00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
COST. OP. CON IGV	2,800.00	29,668.90	36,497.53	31,726.47	29,985.73	30,076.77	30,320.82	30,361.21	30,461.35	30,714.58	30,769.87	30,879.33	31,641.94
IGV DE COST. OP.*	427.12	3,654.47	4,646.13	3,918.34	3,652.80	3,666.69	3,703.92	3,710.08	3,725.35	3,763.98	3,772.42	3,789.11	3,905.44

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

4.2.1.5. PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE LARGO PLAZO

TABLA 81: PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE LARGO PLAZO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE LARGO PLAZO						
ACTIVOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
ACONDICIONAMIENTO DE LA EMPRESA	--	8474.58	10000.00	8474.58	10000.00	1525.42
ACONDICIONAMIENTO DE LA COMBI	--	593.22	700.00	593.22	700.00	106.78
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	3	296.61	350.00	889.83	1050.00	160.17
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	1	2033.90	2400.00	2033.90	2400.00	366.10
CONGELADORAS	3	1271.19	1500.00	3813.56	4500.00	686.44
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	3	847.46	1000.00	2542.37	3000.00	457.63
ESCRITORIO	2	169.49	200.00	338.98	400.00	61.02
COMPUTADORA	2	847.46	1000.00	1694.92	2000.00	305.08
ESTANTE	1	84.75	100.00	84.75	100.00	15.25
SILLAS DE OFICINA	3	38.14	45.00	114.41	135.00	20.59
SILLAS	5	29.66	35.00	148.31	175.00	26.69
BALANZA (KILOGRAMOS)	1	211.86	250.00	211.86	250.00	38.14
TOTAL				20940.68	24710.00	3769.32

Fuente: Mercado Libre, OLX y Sodimac.

Elaboración de las Autoras

Como se observa, se requeriría una inversión en capital de largo plazo de 20940.68 nuevos soles. Esta inversión permitirá la adquisición de todos los equipos necesarios para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa; así como la adquisición de muebles necesarios para llevar a cabo la administración de este proyecto.

A continuación haremos una pequeña descripción de cada uno de los equipos, muebles y utensilios seleccionados, identificando sus características y capacidades de producción:

- ✓ La máquina peladora de papas, tiene la capacidad de pelar 10 kilogramos de papa por minuto, y 300 kilogramos por hora, remueve fina capa de cáscara, no daña las papas, estructura en acero inoxidable, se conecta a 220V, con bajo nivel de ruido.
- ✓ Además, se incluyen máquinas picadoras de papa marca Forte, con la finalidad de obtener un producto más estandarizado y con mejor presentación para una mayor satisfacción de nuestros clientes en cada uno de sus platillos, al mismo tiempo que estas máquinas permiten ahorro en el tiempo para la preparación del producto a distribuir. El aumento de estas máquinas está sujeto al incremento de la demanda.
- ✓ Será necesaria la adquisición de tres mesas de acero quirúrgico donde se pueda llevar a cabo el picado de la cebolla y colocar los insumos necesarios. Así mismo son necesarias para el empaquetado de los productos.
- ✓ No obstante, se necesitarán sillas para el área de trabajo donde se llevará a cabo el pelado y picado de papa y cebolla.
- ✓ Así mismo, se requiere la inversión en tres congeladoras, marca COLDEX, con una capacidad de 500 litros; la cual permitirá la conservación de la cebolla y papa. Esta es una inversión de largo plazo. Dos de las congeladoras estarán en la planta, y una tercera será instalada en la combi.

- ✓ Además para el acondicionamiento de las oficinas, será necesario contar con dos escritorios, dos computadoras, un estante y sillas de oficina, para poder recibir a los clientes y realizar las negociaciones pertinentes.
- ✓ Es importante señalar, que además de la adquisición de los activos fijos señalados anteriormente, se adquirirá una combi. No obstante e el proyecto se plantea dos posibilidades: la adquisición de una combi de segundo uso y la adquisición de una combi nueva. Cada una de las alternativas tiene sus beneficios y sus contrariedades tanto en desembolso inicial del dinero, como el financiamiento y otros, como se registra posteriormente. El costo de la combi nueva es de 49488 nuevos soles; y el de la combi usada es de 19000 nuevos soles.
- ✓ Además para el acondicionamiento de la oficina, será necesario contar con dos escritorios, computadoras, estante y sillas de oficina, para poder recibir a los clientes y realizar las negociaciones pertinentes.
- ✓ También se requiere la inversión en una balanza, que permitirá pesar los productos. Por ello, se adquirirá una balanza marca VALTOX, modelo LP100, con pantalla digital con capacidad de 100 kilogramos. Esta balanza cuenta con cabezal material plastificado muy resistente, estructura: fierro, tubo y plataforma de acero. permite realizar cálculo de suma, y posee escala se precios computarizada.
- ✓ El acondicionamiento del local, considera todos los gastos necesarios para que el establecimiento este en correcto estado para poder llevar a cabo el proyecto. Dentro del costo de 10 000 nuevos soles como acondicionamiento del local, se considera el costo en drywall, pintura, diseño, entre otros; que sean necesarios para el acondicionamiento del local.
- ✓ Así mismo se considera un costo por acondicionamiento de la combi de 700 nuevos soles. Este incluye la instalación de una congeladora en la combi de carga. Para ello será necesaria la adquisición de una batería adicional para el vehículo.

4.2.1.6. PRESUPUESTOS DE FINANCIAMIENTO

Después de haber realizado un detalle de la inversión para la realización de este proyecto, se propone dos fuentes de financiamiento. La primera que contempla el aporte propio y la segunda fuente que será un préstamo de dinero del Banco de Crédito del Perú.

A continuación detallaremos dichas fuentes, para una mejor percepción de la estructura de financiamiento que tendrá nuestro proyecto de tesis:

- **Aporte Propio:**

El aporte propio estará conformado por un monto de S/. 49 335.86 (veinte y ocho mil nuevos soles).

- **Aporte de Terceros:**

Nos realizaremos un préstamo que será financiado por el Banco de Crédito del Perú (BCP), para la adquisición de una combi de carga.

A. FINANCIAMIENTO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

Se propone un préstamo para PYME del Banco de Crédito del Perú para la adquisición de una combi de segundo uso para la distribución de los insumos. El préstamo es por un monto de S/. 19 000.00 (diecinueve mil nuevos soles), que es equivalente al costo de la combi; a una tasa efectiva anual 26%, la cual se convierte en una TEAR de 27% al agregarle las comisiones y otros gastos financieros que implica el préstamo, como es el envío de estados de cuenta, los portes y demás comisiones cobradas por las instituciones financieras. Este préstamo tiene como característica principal que es un préstamo a cuota fija a más de 360 días. Este monto financiado será por cinco años, y se utilizará exclusivamente para cubrir los costos de la inversión inicial del proyecto.

TABLA 82: TASA ACTIVA ANUAL DEL BANCO DE CREDITO DEL PERU

BCP Banco de Crédito del Perú (TEA)	
Microempresas	TEA (%)
Préstamo a cuota fija a más de 360 días	26%

Fuente: Banco de Crédito del Perú – Sucursal Arequipa

Elaboración de las Autoras

Esta tasa efectiva anual es una de las tasas más bajas que encontramos para el financiamiento del proyecto.

- **Costo de Financiamiento**

El costo financiero abarca todos aquellos gastos que implica el financiamiento con terceros. En este caso serían los gastos de los intereses mensuales que generará el préstamo de S/. 19000 (diecinueve mil nuevos soles).

TABLA 83: TASA EFECTIVA ANUAL REAJUSTABLE

Monto solicitado	19 000	Soles
Plazo del crédito	60	Meses
Tasa de interés	26.00%	TEA
	27.00%	TEAR

Fuente: Banco de Crédito del Perú – Sucursal Arequipa

Elaboración de las Autoras

En el cuadro precedente se muestra la tasa efectiva anual reajutable que es el precio real de un crédito. Esta tasa incluye cargos cobrados por cuenta de terceros, cargos por servicios brindados por la entidad y asumidos por el cliente (Estado de Cuenta)

y la tasa de interés efectiva anual. Este préstamo lo asumimos en el año 0, de la entidad bancaria Banco de Crédito del Perú (BCP), como se explicó anteriormente.

En medio de la investigación, se averiguó los costos de financiamiento cobrados por otras entidades, como es el caso de la Caja Municipal de Arequipa. Esta entidad cobra una TEA mínima de 40% anual. Ante ello, se determinó que la tasa ofrecida por el Banco de Crédito del Perú era la tasa más conveniente del mercado, por ser la más baja ofrecida por este.

En la siguiente tabla se detalla el flujo de financiamiento neto mensual del préstamo de cada uno de los 5 años. Las cuotas a pagar son fijas, por lo tanto conforme pasen los años, los intereses irán disminuyendo.

La cuota mensual a pagar por este préstamo es de 548.15 nuevos soles. A partir de esta para cada mes se calcula la parte de la cuota que corresponde a amortización del préstamo y la parte correspondiente a intereses.

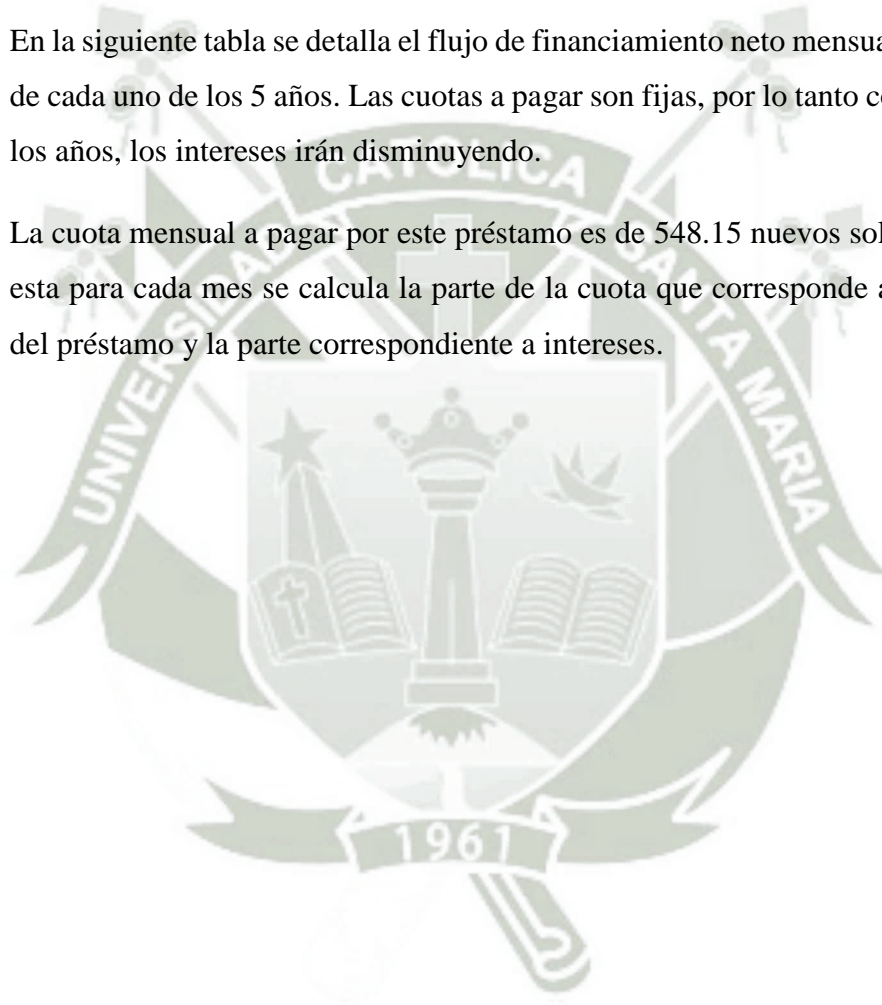


TABLA 84: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL PRIMER AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
ESCUDO FISCAL		107,03	106,09	105,14	104,17	103,17	102,16	101,13	100,08	99,00	97,91	96,79	95,65
INTERÉS		382,24	378,90	375,49	372,02	368,48	364,86	361,18	357,41	353,58	349,66	345,67	341,60
AMORTIZACIÓN		165,91	169,25	172,66	176,13	179,67	183,29	186,97	190,74	194,57	198,49	202,48	206,55
CUOTA		548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15
SALDO		18 834,09	18 664,84	18 492,18	18 316,05	18 136,38	17 953,09	17 766,11	17 575,38	17 380,80	17 182,32	16 979,83	16 773,28
TOTAL F. FINANC. N.		441,12	442,06	443,01	443,98	444,98	445,99	447,02	448,07	449,15	450,25	451,36	452,50

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 85: TABLA FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL SEGUNDO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24
ESCUDO FISCAL	94,48	93,30	92,09	90,85	89,59	88,31	86,99	85,66	84,29	82,90	81,48	80,03
INTERÉS	337,44	333,20	328,88	324,47	319,97	315,38	310,69	305,92	301,04	296,07	291,00	285,83
AMORTIZACIÓN	210,71	214,95	219,27	223,68	228,18	232,78	237,46	242,24	247,11	252,08	257,15	262,32
CUOTA	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15
SALDO	16 562,57	16 347,62	16 128,35	15 904,66	15 676,48	15 443,70	15 206,24	14 964,01	14 716,90	14 464,82	14 207,67	13 945,35
TOTAL F. FINANC. N.	453,67	454,85	456,07	457,30	458,56	459,85	461,16	462,49	463,86	465,25	466,67	468,12

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 86: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL TERCER AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33	MES 34	MES 35	MES 36
ESCUDO FISCAL	78,55	77,05	75,51	73,94	72,34	70,71	69,04	67,34	65,61	63,84	62,04	60,20
INTERÉS	280,55	275,17	269,67	264,07	258,36	252,53	246,58	240,51	234,32	228,01	221,57	215,00
AMORTIZACIÓN	267,60	272,99	278,48	284,08	289,79	295,62	301,57	307,64	313,83	320,14	326,58	333,15
CUOTA	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15
SALDO	13 677,74	13 404,76	13 126,28	12 842,20	12 552,41	12 256,78	11 955,21	11 647,57	11 333,74	11 013,60	10 687,02	10 353,87
TOTAL F. FINANC. N.	469,60	471,10	472,64	474,21	475,81	477,44	479,11	480,81	482,54	484,31	486,11	487,95

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 87: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL CUARTO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 37	MES 38	MES 39	MES 40	MES 41	MES 42	MES 43	MES 44	MES 45	MES 46	MES 47	MES 48
ESCUDO FISCAL	58,32	56,41	54,46	52,46	50,43	48,36	46,24	44,09	41,89	39,64	37,35	35,01
INTERÉS	208,30	201,46	194,48	187,37	180,11	172,71	165,15	157,45	149,59	141,57	133,39	125,05
AMORTIZACIÓN	339,85	346,69	353,67	360,78	368,04	375,44	383,00	390,70	398,56	406,58	414,76	423,10
CUOTA	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15
SALDO	10 014,01	9 667,32	9 313,66	8 952,88	8 584,84	8 209,39	7 826,40	7 435,70	7 037,13	6 630,56	6 215,80	5 792,69
TOTAL F. FINANC. N.	489,83	491,74	493,70	495,69	497,72	499,79	501,91	504,07	506,27	508,51	510,80	513,14

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

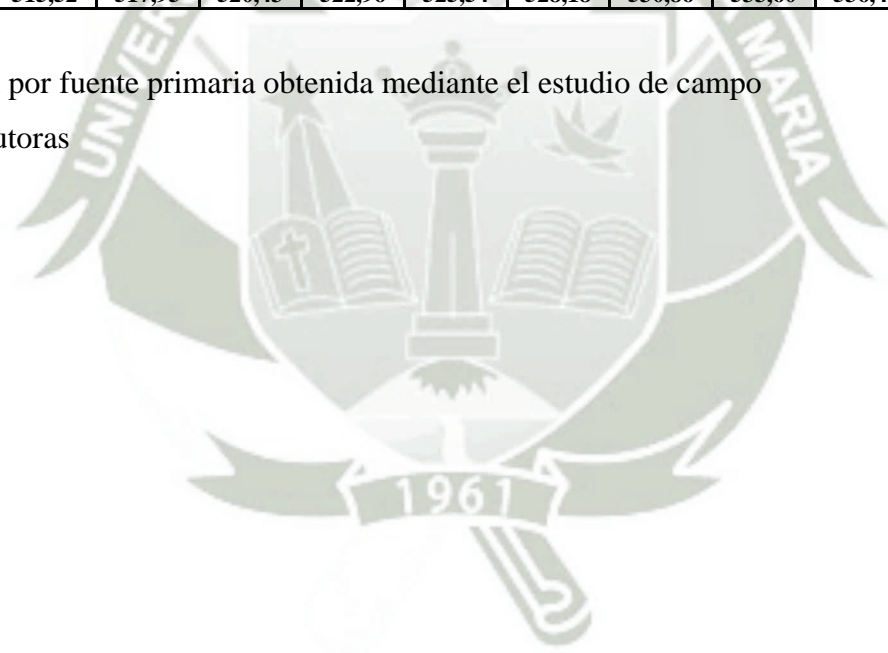
Elaboración de las Autoras

TABLA 88: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DEL PRÉSTAMO EN EL QUINTO AÑO, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MENSUAL), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 49	MES 50	MES 51	MES 52	MES 53	MES 54	MES 55	MES 56	MES 57	MES 58	MES 59	MES 60
ESCUDO FISCAL	32,63	30,20	27,72	25,19	22,61	19,97	17,29	14,55	11,75	8,90	5,99	3,03
INTERÉS	116,54	107,85	99,00	89,96	80,74	71,34	61,75	51,96	41,98	31,79	21,41	10,81
AMORTIZACIÓN	431,61	440,30	449,16	458,19	467,41	476,81	486,41	496,19	506,17	516,36	526,74	537,34
CUOTA	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15	548,15
SALDO	5 361,08	4 920,78	4 471,62	4 013,43	3 546,02	3 069,21	2 582,80	2 086,61	1 580,44	1 064,08	537,34	0,00
TOTAL F. FINANC. N.	515,52	517,95	520,43	522,96	525,54	528,18	530,86	533,60	536,40	539,25	542,16	545,12

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



B. FINANCIAMIENTO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

Para poder cotizar le financiamiento de una combi nueva, nos comunicamos con el Sr. Fred Villena Rasuri, vendedor de la tienda IncaMotors, quién cotizó el precio de una combi Hyundai modelo Grace de media tonelada, por un monto de \$16000,00; que al convertirlo a nuevos soles según el Tipo de cambio al 27 de Febrero (3,093 S/. por dólar) es 49488,00 nuevos soles.

La cotización del vehículo consta en una cuota inicial del 30% del valor total, por S/. 14 846,40 y pagos mensuales por 5 años de 791,15 nuevos soles; con una tasa de financiamiento de 13,99%.

Se debe de mencionar que el 13.99% incluye el costo del seguro vehicular, que representa aproximadamente 2% de este, e incluye también el costo por comisiones, cobradas por el banco.

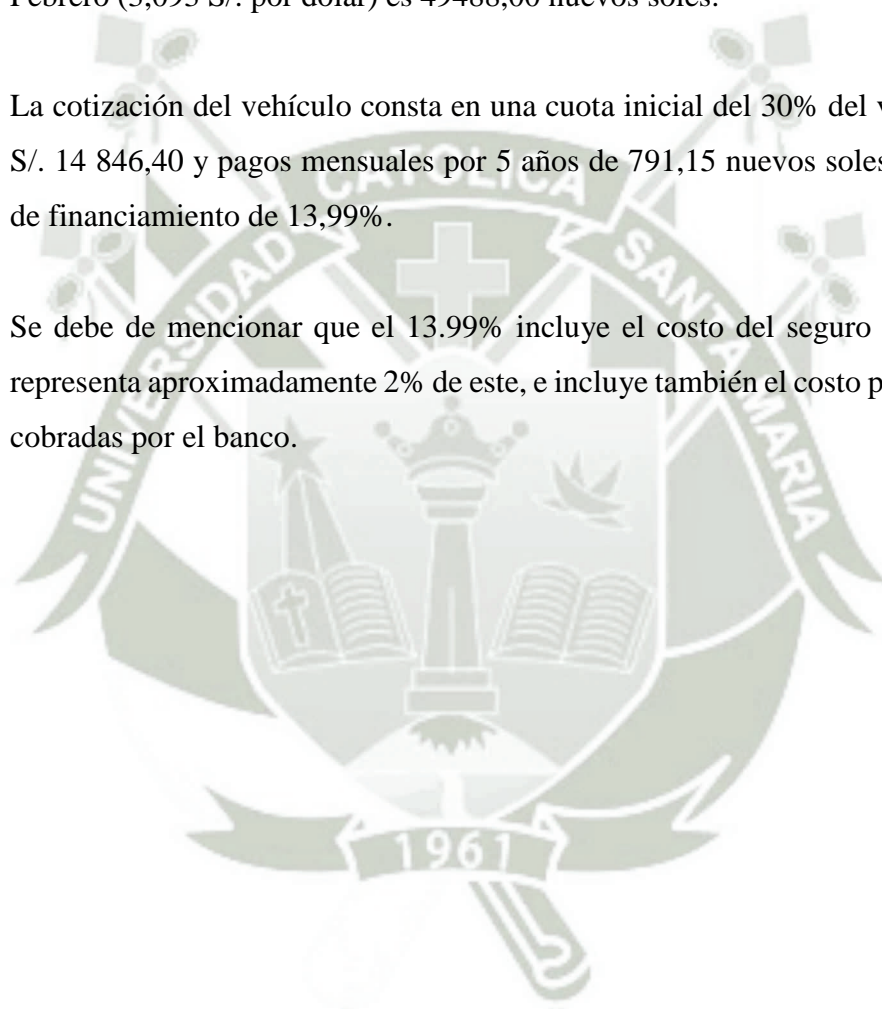


TABLA 89: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
ESCUDO FISCAL		106,42	105,16	103,88	102,59	101,28	99,97	98,63	97,28	95,92	94,54	93,15	91,74
INTERÉS		380,07	375,56	371,00	366,39	361,73	357,02	352,26	347,44	342,57	337,65	332,67	327,64
AMORTIZACIÓN		411,08	415,59	420,15	424,76	429,42	434,13	438,89	443,71	448,57	453,50	458,47	463,50
CUOTA		791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15
SALDO	34641,60	34230,52	33814,94	33394,79	32970,04	32540,62	32106,49	31667,60	31223,90	30775,32	30321,83	29863,36	29399,86
TOTAL F. FINANC. NETO		684,73	685,99	687,27	688,56	689,86	691,18	692,51	693,86	695,23	696,60	698,00	699,40

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 90: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24
ESCUDO FISCAL	90,32	88,88	87,42	85,95	84,46	82,96	81,44	79,90	78,35	76,78	75,19	73,58
INTERÉS	322,56	317,42	312,22	306,97	301,65	296,28	290,85	285,37	279,82	274,21	268,53	262,80
AMORTIZACIÓN	468,59	473,73	478,92	484,18	489,49	494,86	500,29	505,78	511,33	516,94	522,61	528,34
CUOTA	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15
SALDO	28931,27	28457,54	27978,62	27494,44	27004,95	26510,09	26009,80	25504,02	24992,69	24475,75	23953,14	23424,79
TOTAL F. FINANC. NETO	700,83	702,27	703,72	705,19	706,68	708,19	709,71	711,24	712,80	714,37	715,96	717,56

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 91: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33	MES 34	MES 35	MES 36
ESCUDO FISCAL	71,96	70,32	68,66	66,98	65,29	63,57	61,84	60,09	58,32	56,53	54,72	52,89
INTERÉS	257,00	251,14	245,22	239,23	233,17	227,05	220,86	214,61	208,28	201,89	195,42	188,89
AMORTIZACIÓN	534,14	540,00	545,93	551,92	557,97	564,09	570,28	576,54	582,86	589,26	595,72	602,26
CUOTA	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15
SALDO	22890,65	22350,65	21804,73	21252,81	20694,84	20130,75	19560,46	18983,93	18401,06	17811,80	17216,08	16613,82
TOTAL F. FINANC. NETO	719,18	720,83	722,48	724,16	725,86	727,57	729,30	731,06	732,83	734,62	736,43	738,26

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 92: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 37	MES 38	MES 39	MES 40	MES 41	MES 42	MES 43	MES 44	MES 45	MES 46	MES 47	MES 48
ESCUDO FISCAL	51,04	49,17	47,28	45,36	43,43	41,48	39,50	37,51	35,49	33,45	31,38	29,30
INTERÉS	182,28	175,60	168,84	162,02	155,11	148,14	141,08	133,95	126,74	119,45	112,08	104,63
AMORTIZACIÓN	608,87	615,55	622,30	629,13	636,03	643,01	650,06	657,20	664,41	671,70	679,07	686,52
CUOTA	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15
SALDO	16004,95	15389,40	14767,10	14137,97	13501,94	12858,93	12208,87	11551,67	10887,27	10215,57	9536,51	8849,99
TOTAL F. FINANC. NETO	740,11	741,98	743,87	745,78	747,71	749,67	751,64	753,64	755,66	757,70	759,76	761,85

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

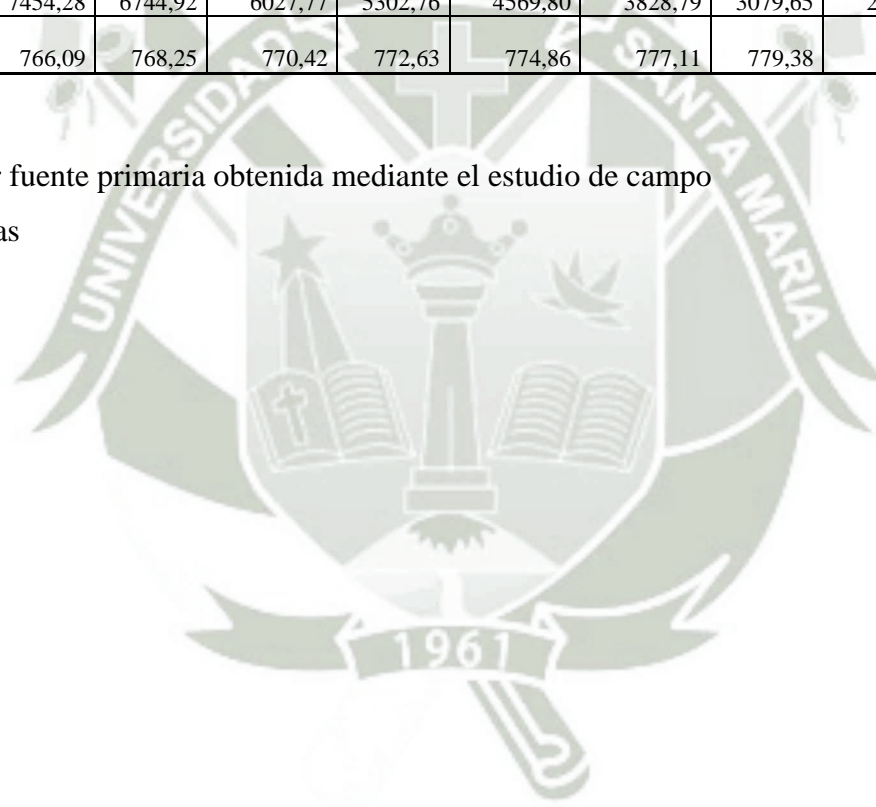
Elaboración de las Autoras

TABLA 93: FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO DE LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA (MENSUAL), EN EL QUINTO AÑO, EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 49	MES 50	MES 51	MES 52	MES 53	MES 54	MES 55	MES 56	MES 57	MES 58	MES 59	MES 60
ESCUDO FISCAL	27,19	25,06	22,90	20,72	18,52	16,29	14,04	11,76	9,46	7,13	4,78	2,40
INTERÉS	97,10	89,48	81,78	74,00	66,13	58,18	50,14	42,01	33,79	25,48	17,08	8,59
AMORTIZACIÓN	694,05	701,66	709,36	717,14	725,01	732,97	741,01	749,14	757,36	765,67	774,07	782,56
CUOTA	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15	791,15
SALDO	8155,94	7454,28	6744,92	6027,77	5302,76	4569,80	3828,79	3079,65	2322,29	1556,63	782,56	0,00
TOTAL F. FINANC. NETO	763,96	766,09	768,25	770,42	772,63	774,86	777,11	779,38	781,68	784,01	786,36	788,74

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



C. LEASING

Para el proyecto también se cotizó un financiamiento para la compra de la combi nueva a través de leasing. En los cuadros siguientes se muestra el presupuesto en caso de que decidiéramos financiar la combi a través de este método. No obstante, finalmente se decidió que este método no es conveniente para nuestro proyecto, debido a que implica una cuota inicial por un valor de 8387.80 nuevos soles y cuotas mensuales por 836.67 nuevos soles (siendo una cuota mayor a la que se paga con el crédito vehicular), y finalmente la opción de compra del activo a 17518.75 nuevos soles.

TABLA 94: FINANCIAMIENTO DE UNA COMBI A TRAVÉS DE LEASING

TIPO DE BIEN	VEHICULAR
PLAZO MESES	60
TEA	18%
VALOR DEL BIEN C IGV	49488
VALOR DEL BIEN S IGV	41983.98
CUOTA INICIAL %	20%
CUOTA INICIAL S/:	8387.8
COMISIÓN DE ESTRCTURACIÓN	1%
MONTO A FINANCIAR	33596.18

Fuente: Banco de Crédito del Perú

Elaboración de las Autoras

TABLA 95: FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE LEASING

MES	DEUDA	AMORTIZACIÓN	INTERES	CUOTA	IGV	CUOTA CON IGV
CUOTA INICIAL	41983.98	8387.80	0.00	8387.80	1509.80	9897.60
MES 1	33596.18	238.57	598.09	836.67	150.60	987.27
MES 2	33357.61	358.06	478.60	836.67	150.60	987.27
MES 3	32999.54	361.46	475.20	836.67	150.60	987.27
MES 4	32638.08	366.56	470.10	836.67	150.60	987.27
MES 5	32271.52	371.71	464.95	836.67	150.60	987.27
MES 6	31899.80	376.93	459.73	836.67	150.60	987.27
MES 7	31522.87	382.23	454.44	836.67	150.60	987.27
MES 8	31140.64	387.60	449.07	836.67	150.60	987.27
MES 9	30753.04	393.05	443.62	836.67	150.60	987.27
MES 10	30359.99	398.57	438.10	836.67	150.60	987.27
MES 11	29961.43	404.17	432.50	836.67	150.60	987.27
MES 12	29557.26	409.84	426.82	836.67	150.60	987.27
MES 13	29147.42	415.60	421.07	836.67	150.60	987.27
MES 14	28731.81	421.44	415.23	836.67	150.60	987.27
MES 15	28310.37	427.36	409.31	836.67	150.60	987.27
MES 16	27883.01	433.36	403.30	836.67	150.60	987.27
MES 17	27449.65	439.45	397.21	836.67	150.60	987.27
MES 18	27010.20	445.63	391.04	836.67	150.60	987.27
MES 19	26564.57	451.89	384.78	836.67	150.60	987.27
MES 20	26112.68	458.23	378.43	836.67	150.60	987.27
MES 21	25654.45	464.67	371.99	836.67	150.60	987.27
MES 22	25189.78	471.20	365.47	836.67	150.60	987.27
MES 23	24718.58	477.82	358.85	836.67	150.60	987.27
MES 24	24240.76	484.53	352.13	836.67	150.60	987.27
MES 25	23756.23	491.34	345.33	836.67	150.60	987.27
MES 26	23264.89	498.24	338.43	836.67	150.60	987.27
MES 27	22766.64	505.24	331.43	836.67	150.60	987.27
MES 28	22261.40	512.34	324.33	836.67	150.60	987.27
MES 29	21749.06	519.54	317.13	836.67	150.60	987.27
MES 30	21229.53	526.84	309.83	836.67	150.60	987.27
MES 31	20702.69	534.24	302.43	836.67	150.60	987.27
MES 32	20168.46	541.74	294.93	836.67	150.60	987.27
MES 33	19626.71	549.35	287.31	836.67	150.60	987.27
MES 34	19077.36	557.07	279.60	836.67	150.60	987.27
MES 35	18520.29	564.90	271.77	836.67	150.60	987.27
MES 36	17955.40	572.83	263.84	836.67	150.60	987.27

MES 37	17382.57	580.88	255.79	836.67	150.60	987.27
MES 38	16801.69	589.04	247.63	836.67	150.60	987.27
MES 39	16212.65	597.31	239.35	836.67	150.60	987.27
MES 40	15615.33	605.71	230.96	836.67	150.60	987.27
MES 41	15009.63	614.21	222.45	836.67	150.60	987.27
MES 42	14395.41	622.84	213.82	836.67	150.60	987.27
MES 43	13772.57	631.59	205.07	836.67	150.60	987.27
MES 44	13140.98	640.47	196.20	836.67	150.60	987.27
MES 45	12500.51	649.46	187.20	836.67	150.60	987.27
MES 46	11851.05	658.59	178.08	836.67	150.60	987.27
MES 47	11192.46	667.84	168.83	836.67	150.60	987.27
MES 48	10524.62	677.22	159.44	836.67	150.60	987.27
MES 49	9847.40	686.74	149.93	836.67	150.60	987.27
MES 50	9160.66	696.38	140.28	836.67	150.60	987.27
MES 51	8464.28	706.17	130.50	836.67	150.60	987.27
MES 52	7758.11	716.09	120.58	836.67	150.60	987.27
MES 53	7042.03	726.15	110.52	836.67	150.60	987.27
MES 54	6315.88	736.35	100.32	836.67	150.60	987.27
MES 55	5579.53	746.69	89.97	836.67	150.60	987.27
MES 56	4832.84	757.18	79.48	836.67	150.60	987.27
MES 57	4075.66	767.82	68.85	836.67	150.60	987.27
MES 58	3307.84	778.61	58.06	836.67	150.60	987.27
MES 59	2529.23	789.54	47.12	836.67	150.60	987.27
MES 60	1739.69	800.64	36.03	836.67	150.60	987.27
Opción de Compra				14846.40	2672.35	17518.75

Fuente: Banco de Crédito del Perú

Elaboración de las Autoras

4.2.1.7. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN

La depreciación es el monto estimado por el desgaste de los activos. El presupuesto de depreciación se calcula a partir de la inversión en activo fijo de largo plazo.

A. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO DE SEGUNDO USO:

TABLA 96: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO DE SEGUNDO USO) EN NUEVOS SOLES

DEPRECIACIÓN (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE VEHICULO DE SEGUNDO USO)		
CONCEPTO	ANUAL	MENSUAL
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	88.98	7.42
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	203.39	16.95
CONGELADORAS	381.36	31.78
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	254.24	21.19
ESCRITORIO	33.90	2.82
COMPUTADORA	169.49	14.12
ESTANTE	8.47	0.71
SILLAS DE OFICINA	11.44	0.95
SILLAS	14.83	1.24
BALANZA (KILOGRAMOS)	21.19	1.77
COMBI	3800.00	316.67
TOTAL	4987.29	415.61

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En el presupuesto de depreciación mostrado anteriormente, se considera la depreciación de la combi de segundo uso. El monto de depreciación anual para el primer año es de 4987.29 nuevos soles. No obstante, se calculó también la depreciación mensual por un monto de 415.61 nuevos soles.

Este presupuesto se realiza con el fin de obtener un escudo fiscal para el cálculo del impuesto a la renta en el Estado de Resultados.

**B. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA
ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO DE SEGUNDO USO:**

**TABLA 97: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN (CONSIDERANDO LA
ADQUISICIÓN DE VEHÍCULO NUEVO) EN NUEVOS SOLES**

DEPRECIACIÓN VEHICULO NUEVO		
CONCEPTO	ANUAL	MENSUAL
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	88.98	7.42
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	203.39	16.95
CONGELADORAS	381.36	31.78
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	254.24	21.19
ESCRITORIO	33.90	2.82
COMPUTADORA	169.49	14.12
ESTANTE	8.47	0.71
SILLAS DE OFICINA	11.44	0.95
SILLAS	14.83	1.24
BALANZA (KILOGRAMOS)	21.19	1.77
COMBI	9897.60	824.80
TOTAL	11084.89	923.74

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En el presupuesto de depreciación mostrado anteriormente, se considera la depreciación de la combi nueva. El monto de depreciación anual para el primer año es de 11084.89 nuevos soles. No obstante, se calculó también la depreciación mensual por un monto de 923.74 nuevos soles.

Este presupuesto se realiza con el fin de obtener un escudo fiscal para el cálculo del impuesto a la renta en el Estado de Resultados.

4.2.1.8. PRESUPUESTO DE IGV

En estas tablas se determina el presupuestos de IGV, determinado por la resta del IGV de ingresos, menos el IGV de egresos, el IGV de la inversión de capital y el crédito fiscal pendiente (del mes 0 y del mes 1), que fueron hallados anteriormente; obteniendo así el IGV para cada mes del primer año.



A. PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UN VEHÍCULO DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES:

TABLA 98: PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
IGV DE INGRESOS		4958,57	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67
IGV DE EGRESOS		3604,47	4646,13	3918,34	3652,80	3666,69	3703,92	3710,08	3725,35	3763,98	3772,42	3789,11	3951,21
IGV INVERSIÓN DE CAPITAL	7180,78	215,08					8,85						
CRÉDITO FISCAL PENDIENTE		7180,78	6041,77	3604,22	438,89								
TOTAL		-6041,77	-3604,22	-438,89	2991,98	3416,98	3370,91	3373,59	3358,32	3319,69	3311,25	3294,56	3132,46

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se estima el monto a pagar mensual por IGV, para el primer año, considerando el monto por IGV correspondiente a la adquisición de una combi de segundo uso. Como se observa los tres primeros meses, se tiene un crédito fiscal pendiente producto de que el IGV de los egresos está por encima al de los ingresos.

B. PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UN VEHÍCULO NUEVO, EN NUEVOS SOLES:

TABLA 99: PRESUPUESTO DE IGV MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE IGV													
CONCEPTO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
IGV DE INGRESOS		4958,57	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67	7083,67
IGV DE EGRESOS		3654,47	4646,13	3918,34	3652,80	3666,69	3703,92	3710,08	3725,35	3763,98	3772,42	3789,11	3905,44
IGV INVERSIÓN DE CAPITAL	11831,49												
CRÉDITO FISCAL PENDIENTE		11831,49	10527,39	8089,85	4924,52	-1493,65							
TOTAL		-10527,39	-8089,85	-4924,52	-1493,65	4910,63	3379,75	3373,59	3358,32	3319,69	3311,25	3294,56	3178,23

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se estima el monto a pagar mensual por IGV, para el primer año, considerando el monto por IGV correspondiente a la adquisición de una combi nueva. Como se observa los cuatro primeros meses, se tiene un crédito fiscal pendiente producto de que el IGV de los egresos está por encima al de los ingresos.

4.2.1.9. CAPITAL DE TRABAJO

TABLA 100: CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL, EN NUEVOS SOLES

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO												
CONCEPTO (ANUAL)	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTO DE VENTAS	20 032,72	25 819,70	21 776,43	20 226,65	20 303,81	20 510,63	20 465,78	20 550,65	20 765,25	20 728,25	20 821,01	21 043,56
EXISTENC. PROMED.	1 424,63	1 500,89	1 078,29	1 083,67	1 089,22	1 094,96	1 100,88	1 106,99	1 113,29	1 119,77	1 126,44	1 133,31
VTAS. NETAS	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72
CTAS. X COBRAR PROMEDIO	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12	11 806,12
CTAS. X PAGAR PROMEDIO	4 986,19	5 253,12	3 774,01	3 792,83	3 812,27	3 832,36	3 853,09	3 874,47	3 896,50	3 919,20	3 942,55	3 966,58
RATIOS : *												
DIAS CTAS.X COB.	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
DIAS EXISTENCIAS.	2,13	1,74	1,49	1,61	1,61	1,60	1,61	1,62	1,61	1,62	1,62	1,62
DIAS CTAS. X PAGAR	7,47	6,10	5,20	5,63	5,63	5,61	5,65	5,66	5,63	5,67	5,68	5,65

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se desarrolla el capital de trabajo para cada uno de los meses del primer año del proyecto. Como se explicó anteriormente el capital de trabajo es el capital con que cuenta la empresa para trabajar y para operar en el corto plazo.

En la tabla anterior se muestran los costos de ventas y las ventas netas que ingresaron y salieron en cada uno de los meses del año uno, para poder determinar con qué es lo que cuenta la empresa. Es importante resaltar que la empresa realiza compras diariamente y el promedio de inventarios considerado es de un día, de esta manera la empresa puede cubrir cualquier aumento de ventas o imprevisto que tuviese. Sin embargo, se considera un día adicional de inventarios por el plan de contingencia, siendo en total dos días.

A partir de los datos de la tabla es que se pueden determinar los siguientes ratios:

- Días de Cuenta por cobrar: muestra que cada 9 días aproximadamente nuestros clientes nos pagarán (tomando en cuenta el plan de contingencia).
- Días de existencias: determina que son 2 días el periodo en el que las existencias se quedan en la empresa.
- Días de cuentas por pagar: muestra que cada 7 días aproximadamente se paga a los proveedores (tomando en cuenta el plan de contingencia). Esto se refleja dada la variación del costo de los insumos.

TABLA 101: CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL, EN NUEVOS SOLES

CAMBIOS EN EL K DE TRABAJO													
CONCEPTO	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
STOCK DE K (B/C)	3 185,40	4 926,64	4 900,05	4 372,84	4 381,03	4 432,71	4 411,34	4 420,36	4 472,93	4 453,13	4 463,02	4 628,59	4 628,59
COSTOS OPERATIVOS		26 064,42	31 851,41	27 808,13	26 332,93	26 410,08	26 616,90	26 651,13	26 736,00	26 950,60	26 997,45	27 090,22	27 990,73
COEF. ROTACION		8,18	6,47	5,68	6,02	6,03	6,00	6,04	6,05	6,03	6,06	6,07	6,05
CAMBIO EN EL CAPITAL DE TRABAJO	3 185,40	1 741,24	-26,59	-527,21	8,19	51,69	-21,38	9,03	52,56	-19,80	9,89	165,57	0,00

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

El stock de capital va a estar determinado por la división de los costos operativos de cada mes, entre el coeficiente de rotación, obteniendo así que para iniciar las operaciones se requiere de un stock de capital de 3185.40 nuevos soles, para el primer mes un stock de 4926.64 nuevos soles, para el segundo mes 4900.05 nuevos soles, y así para cada uno de los meses como se observa en la tabla. Este stock de capital es el capital en el corto plazo que se requiere para la producción.

El cambio en el capital de trabajo se va a ver determinado por la diferencia de stock entre un mes y otro. Esto nos a mostrar en cuanto tiene que incrementarse el capital de un mes a otro para poder cubrir los requerimientos de producción.

4.2.1.10. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

A. ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES:

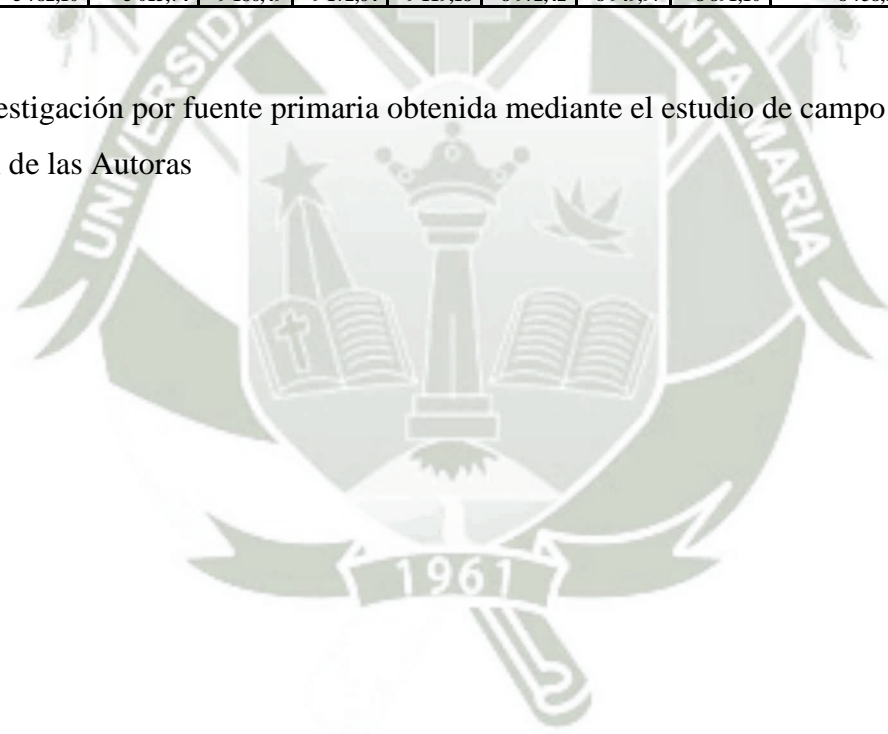
TABLA 102: ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS												
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS NETAS	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72	39 353,72
COSTO DE VENTAS	24 493,49	25 561,21	19 771,90	19 720,04	19 797,83	20 005,29	19 961,09	20 046,61	20 261,86	20 225,52	20 318,94	20 542,16
INSUMOS	19 944,76	21 012,48	15 096,05	15 171,31	15 249,10	15 329,44	15 412,36	15 497,88	15 586,01	15 676,79	15 770,22	15 866,31
MANO DE OBRA	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00	3 125,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	1 423,73	1 423,73	1 550,85	1 423,73	1 423,73	1 550,85	1 423,73	1 423,73	1 550,85	1 423,73	1 423,73	1 550,85
UTIL.BRUTA	14 860,24	13 792,51	19 581,82	19 633,68	19 555,90	19 348,44	19 392,64	19 307,12	19 091,86	19 128,21	19 034,78	18 811,56
SALARIOS	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58	2 864,58
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	118,64	118,64	118,64	130,51	130,51	130,51	143,56	143,56	143,56	157,92	157,92	157,92
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	33,90	33,90	33,90	37,29	37,29	37,29	41,02	41,02	41,02	45,12	45,12	45,12
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64
UTILES DE OFICINA	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32
UTILES DE ASEO	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75
ALQUILER DE LOCAL	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 186,44
COMBUSTIBLE	1 186,44	1 186,44	1 186,44	1 245,76	1 245,76	1 245,76	1 308,05	1 308,05	1 308,05	1 373,45	1 373,45	1 373,45

CONTADOR	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
PUBLICIDAD	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98
MANTENIMIENTO COMBI USADA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	677,97
DEPRECIACION	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61	415,61
UTILIDAD OPERAT.	8 412,93	7 345,21	13 134,51	13 111,80	13 034,01	12 826,55	12 791,68	12 706,17	12 490,91	12 443,39	12 349,97	11 448,78
INTERESES	382,24	378,90	375,49	372,02	368,48	364,86	361,18	357,41	353,58	349,66	345,67	341,60
INGRESOS EXTRAORD.												
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	8 030,69	6 966,31	12 759,02	12 739,78	12 665,53	12 461,69	12 430,51	12 348,75	12 137,33	12 093,73	12 004,30	11 107,19
IMPUESTO A LA RENTA	2 248,59	1 950,57	3 572,53	3 567,14	3 546,35	3 489,27	3 480,54	3 457,65	3 398,45	3 386,24	3 361,20	3 110,01
UTILIDAD NETA	5 782,10	5 015,74	9 186,49	9 172,64	9 119,18	8 972,42	8 949,97	8 891,10	8 738,88	8 707,49	8 643,09	7 997,18

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

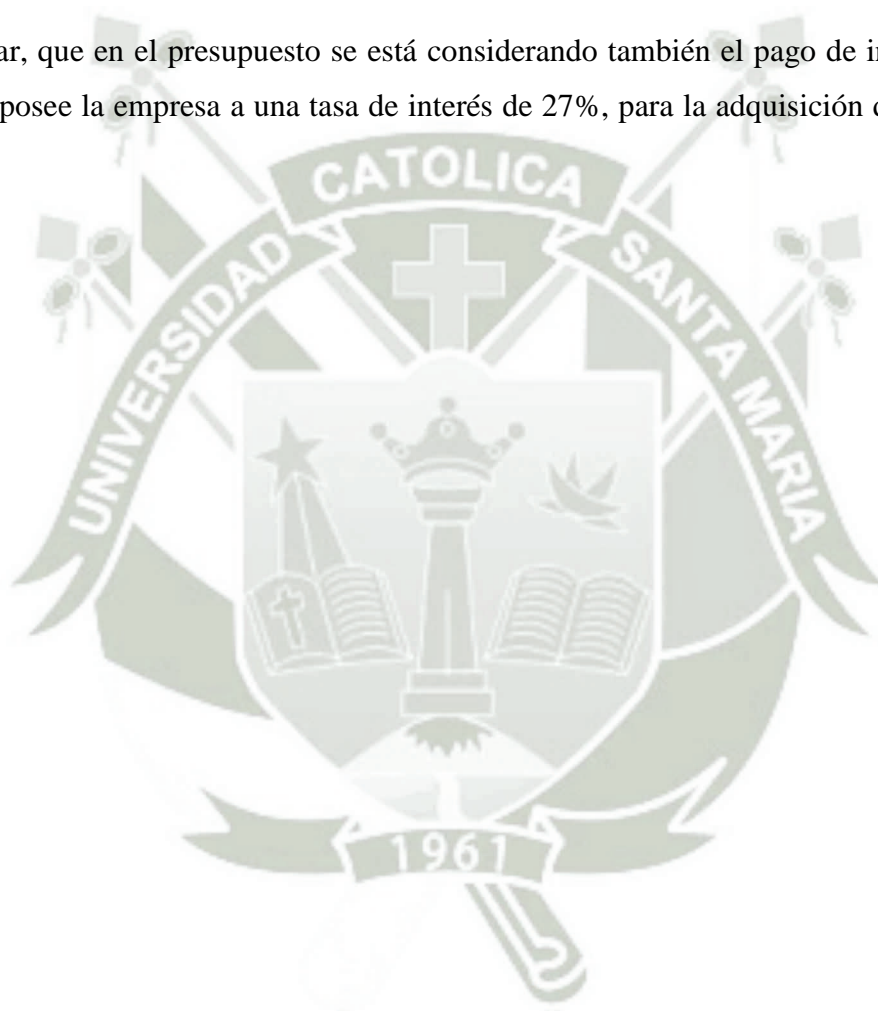
Elaboración de las Autoras



El Estado de Resultados, refleja la utilidad generada en un periodo, en este caso los periodos son mensuales. Sin embargo, este estado, considera las ventas y compras realizadas tanto al crédito como al contado, sin hacer una distinción en ellas.

En el presupuesto anterior se consideran todos los costos y gastos realizados para la obtención de los productos a distribuir. Dentro de estos gastos, se considera un monto de 677.97 nuevos soles (sin IGV) por mantenimiento de la combi de segundo uso, este mantenimiento se le dará al vehículo una vez al año.

Se debe señalar, que en el presupuesto se está considerando también el pago de intereses por el préstamo que posee la empresa a una tasa de interés de 27%, para la adquisición de la combi de segundo uso.



B. ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES:

TABLA 103: ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS												
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS NETAS	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72	39353,72
COSTO DE VENTAS	24493,49	25561,21	19771,90	19720,04	19797,83	20005,29	19961,09	20046,61	20261,86	20225,52	20318,94	20542,16
INSUMOS	19944,76	21012,48	15096,05	15171,31	15249,10	15329,44	15412,36	15497,88	15586,01	15676,79	15770,22	15866,31
MANO DE OBRA	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00	3125,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	1423,73	1423,73	1550,85	1423,73	1423,73	1550,85	1423,73	1423,73	1550,85	1423,73	1423,73	1550,85
UTIL.BRUTA	14860,24	13792,51	19581,82	19633,68	19555,90	19348,44	19392,64	19307,12	19091,86	19128,21	19034,78	18811,56
SALARIOS	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58	2864,58
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	118,64	118,64	118,64	130,51	130,51	130,51	143,56	143,56	143,56	157,92	157,92	157,92
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	33,90	33,90	33,90	37,29	37,29	37,29	41,02	41,02	41,02	45,12	45,12	45,12
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64	118,64
UTILES DE OFICINA	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32	59,32
UTILES DE ASEO	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75	74,75
ALQUILER DE LOCAL	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44	1186,44
COMBUSTIBLE	1186,44	1186,44	1186,44	1245,76	1245,76	1245,76	1308,05	1308,05	1308,05	1373,45	1373,45	1373,45
CONTADOR	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
PUBLICIDAD	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98	338,98

MANTENIMIENTO COMBI NUEVA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	423,73
DEPRECIACION	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74	923,74
UTILIDAD OPERAT.	7904,79	6837,07	12626,38	12603,66	12525,88	12318,42	12283,55	12198,03	11982,78	11935,26	11841,83	11194,89
INTERESES	380,07	375,56	371,00	366,39	361,73	357,02	352,26	347,44	342,57	337,65	332,67	327,64
INGRESOS EXTRAORD.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD A. DE IMP.	7524,72	6461,51	12255,38	12237,27	12164,15	11961,40	11931,30	11850,59	11640,20	11597,61	11509,16	10867,24
IMPUESTO A LA RENTA	2106,92	1809,22	3431,51	3426,44	3405,96	3349,19	3340,76	3318,17	3259,26	3247,33	3222,56	3042,83
UTILIDAD NETA	5417,80	4652,29	8823,87	8810,84	8758,19	8612,21	8590,53	8532,43	8380,95	8350,28	8286,59	7824,42

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



En el presupuesto anterior se consideran todos los costos y gastos realizados para la obtención de los productos a distribuir. Dentro de estos gastos, se considera un monto de 423,73 nuevos soles (sin IGV) por mantenimiento de la combi nueva, este mantenimiento se le dará al vehículo una vez al año.

Se debe señalar, que en el presupuesto se está considerando también el pago de intereses por el préstamo vehicular que posee la empresa a una tasa de interés de 13,99%.



4.2.1.11. FLUJO DE CAJA MENSUAL

A. FLUJO DE CAJA MENSUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES:

TABLA 104: FLUJO DE CAJA MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

FLUJO DE CAJA ECONOMICO Y FINANCIERO													
CONCEPTO	0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS		32 506,18	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40	46 437,40
EGRESOS	-49 603,00	-29 668,90	-36 497,53	-31 726,47	-29 985,73	-30 076,77	-30 320,82	-30 559,21	-30 461,35	-30 714,58	-30 769,87	-30 879,33	-31 941,94
COSTOS OPERATIVOS	-2 800,00	-29 668,90	-36 497,53	-31 726,47	-29 985,73	-30 076,77	-30 320,82	-30 361,21	-30 461,35	-30 714,58	-30 769,87	-30 879,33	-31 941,94
COSTOS DE INVERSION	-46 803,00							-198,00					
CAMBIOS EN K DE T	-3 185,40	-1 741,24	26,59	527,21	-8,19	-51,69	21,38	-9,03	-52,56	19,80	-9,89	-165,57	0,00
PAGO DE IGV		0,00	0,00	0,00	-2 991,98	-3 416,98	-3 370,91	-3 373,59	-3 358,32	-3 319,69	-3 311,25	-3 294,56	-3 132,46
IMP. A LA RENTA		-2 355,62	-2 056,66	-3 677,66	-3 671,30	-3 649,52	-3 591,43	-3 581,67	-3 557,73	-3 497,45	-3 484,15	-3 457,99	-3 205,66
FLUJO ECONOMICO	-52 788,4	-1 259,58	7 909,80	11 560,47	9 780,20	9 242,43	9 175,61	8 913,90	9 007,44	8 925,47	8 862,23	8 639,95	8 157,33
ESCUDO TRIBUTARIO		107,03	106,09	105,14	104,17	103,17	102,16	101,13	100,08	99,00	97,91	96,79	95,65
PRINCIPAL	19 000,00												

INTERESES		-382,24	-378,90	-375,49	-372,02	-368,48	-364,86	-361,18	-357,41	-353,58	-349,66	-345,67	-341,60
AMORTIZACION		-165,91	-169,25	-172,66	-176,13	-179,67	-183,29	-186,97	-190,74	-194,57	-198,49	-202,48	-206,55
TOTAL F. FINC. NETO	19 000,00	-441,12	-442,06	-443,01	-443,98	-444,98	-445,99	-447,02	-448,07	-449,15	-450,25	-451,36	-452,50
FLUJO FINANCIERO	-33 788,40	-1 700,70	7 467,74	11 117,45	9 336,21	8 797,45	8 729,62	8 466,88	8 559,37	8 476,32	8 411,98	8 188,58	7 704,83

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



El flujo de caja mensual, nos refleja todos los ingresos y egresos necesarios para la ejecución del proyecto. Dentro de este, se consideran las entradas y salidas de dinero en los diferentes periodos.

En una primera parte, el flujo refleja el flujo económico, en el cual se considera en el año cero el monto total de la inversión; por otro lado, en el flujo financiero, en el año cero se refleja el monto a invertir como capital propio.

A partir de considerar el financiamiento de la combi usada con un costo financiero de 27%, se obtiene los flujos financieros para la evaluación de la inversión.



B. FLUJO DE CAJA MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES:

TABLA 105: FLUJO DE CAJA MENSUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES

FLUJO DE CAJA ECONOMICO Y FINANCIERO													
CONCEPTO	0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS		32 506	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437	46 437
EGRESOS	-80 091,00	-29 668,90	-36 497,53	-31 726,47	-29 985,73	-30 076,77	-30 320,82	-30 559,21	-30 461,35	-30 714,58	-30 769,87	-30 879,33	-31 641,94
COSTOS OPERATIVOS	-2 800,00	-29 668,90	-36 497,53	-31 726,47	-29 985,73	-30 076,77	-30 320,82	-30 361,21	-30 461,35	-30 714,58	-30 769,87	-30 879,33	-31 641,94
COSTOS DE INVERSION	-77 291,00							-198,00					
CAMBIOS EN K DE T	-3 185,40	-1 741,24	26,59	527,21	-8,19	-51,69	21,38	-9,03	-52,56	19,80	-9,89	-165,57	0,00
PAGO DE IGV		0,00	0,00	0,00	0,00	-4 910,63	-3 379,75	-3 373,59	-3 358,32	-3 319,69	-3 311,25	-3 294,56	-3 178,23
IMP. A LA RENTA		-2 241,34	-1 942,38	-3 563,39	-3 557,03	-3 535,25	-3 477,16	-3 467,39	-3 443,45	-3 383,18	-3 369,87	-3 343,71	-3 162,57
FLUJO ECONOMICO	-83 276,40	-1 145,30	8 024,08	11 674,74	12 886,45	7 863,06	9 281,04	9 028,17	9 121,72	9 039,75	8 976,50	8 754,22	8 454,66
ESCUDO TRIBUTARIO		106,42	105,16	103,88	102,59	101,28	99,97	98,63	97,28	95,92	94,54	93,15	91,74
PRINCIPAL	34 641,60												
INTERESES		-380,07	-375,56	-371,00	-366,39	-361,73	-357,02	-352,26	-347,44	-342,57	-337,65	-332,67	-327,64
AMORTIZACION		-411,08	-415,59	-420,15	-424,76	-429,42	-434,13	-438,89	-443,71	-448,57	-453,50	-458,47	-463,50
TOTAL F. FINC. NETO	34 641,60	-684,73	-685,99	-687,27	-688,56	-689,86	-691,18	-692,51	-693,86	-695,23	-696,60	-698,00	-699,40
FLUJO FINANCIERO	-48 634,80	-1 830,02	7 338,09	10 987,48	12 197,90	7 173,20	8 589,86	8 335,66	8 427,86	8 344,52	8 279,90	8 056,23	7 755,26

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En una primera parte, el flujo refleja el flujo económico, en el cual se considera en el año cero el monto total de la inversión; por otro lado, en el flujo financiero, en el año cero se refleja el monto a invertir como capital propio.

A partir de considerar el financiamiento, se obtiene los flujos financieros para la evaluación de la inversión, considerando la compra de una combi nueva.

4.2.2. PRESUPUESTOS ANUALES

4.2.2.1. PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS:

A. PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS:

TABLA 106: PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS

AÑO	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO
2016	5.5%
2017	6.4%
2018	7.2%
2019	8.1%

Fuente: INEI

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se muestra la proyección de crecimiento de las ventas para los próximos cuatro años. Esta proyección está basada en datos históricos del sector restaurantes y hotelería de la ciudad de Arequipa, según datos del INEI.

A partir de estos porcentajes, se proyecta el crecimiento de las ventas, ingresos y costos para los subsiguientes años, considerando que nuestro negocio crecerá a tasas similares a las del sector restaurantes y hotelería de la ciudad de Arequipa.

B. PRESUPUESTO DE VENTAS ANUALES EN NUEVOS SOLES:

TABLA 107: PRESUPUESTO DE VENTAS ANUALES EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE VENTAS ANUALES (en Nuevos Soles)					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAPA					
<u>PAPA CORTE BASTÓN</u>					
CANTIDAD (kilogramos)	79728,00	84146,74	89510,36	95985,29	103778,63
CANTIDAD PAPA CANCHAN	30372,57	32055,90	34099,19	36565,83	39534,72
PRECIO POR KILOGRAMO	2,12	2,16	2,21	2,25	2,29
TOTAL PAPA CANCHAN	64389,85	69317,68	75210,80	82264,37	90722,53
CANTIDAD PAPA UNICA	49355,43	52090,84	55411,18	59419,47	64243,91
PRECIO POR KILOGRAMO	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16
TOTAL PAPA UNICA	98710,86	106265,31	115299,58	126112,83	139079,35
TOTAL PAPA CORTE BASTON	163100,71	175582,99	190510,38	208377,20	229801,88
<u>PAPA PELADA ENTERA</u>					
CANTIDAD PAPA UNICA (kilogramos)	39408,00	41592,10	44243,23	47443,66	51295,76
PRECIO POR KILOGRAMO	1,93	1,97	2,01	2,05	2,09
TOTAL PAPA UNICA PELADA	76057,44	81878,20	88839,17	97170,86	107161,66
TOTAL VENTAS PAPA	239158,15	257461,19	279349,55	305548,06	336963,55
CEBOLLA					
<u>CEBOLLA CORTE HOJA</u>					
CANTIDAD (kilogramos)	17472,00	18440,34	19615,76	21034,71	22742,58
PRECIO POR KILOGRAMO	1,80	1,84	1,87	1,91	1,95
TOTAL CEBOLLA CORTE HOJA	31449,60	33856,47	36734,82	40179,96	44311,13

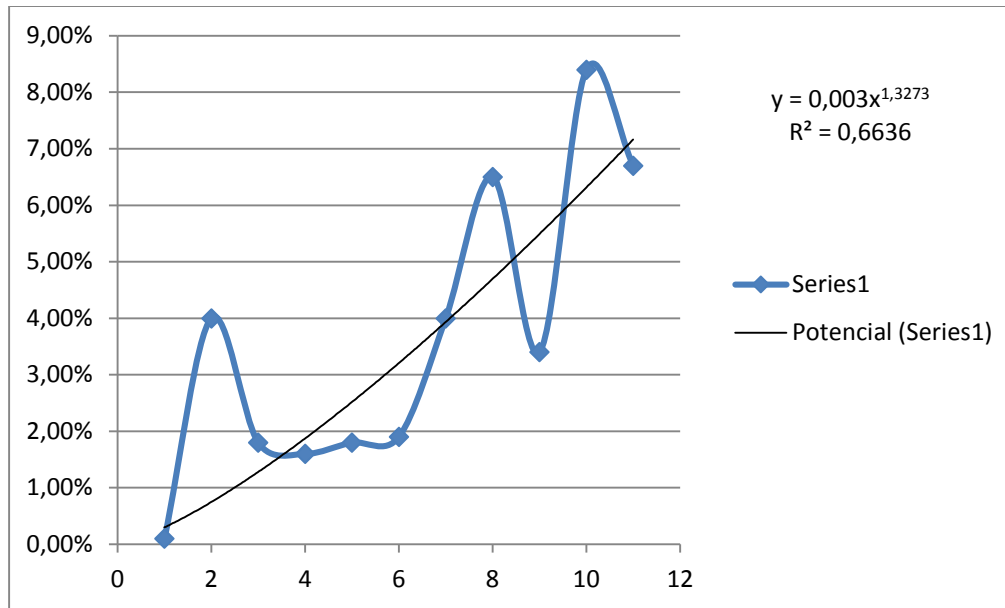
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS					
CANTIDAD (kilogramos)	8064,00	8510,93	9053,43	9708,33	10496,57
PRECIO POR KILOGRAMO	1,95	1,99	2,03	2,07	2,11
TOTAL CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	15724,80	16928,24	18367,41	20089,98	22155,57
TOTAL VENTAS CEBOLLA	47174,40	50784,71	55102,23	60269,94	66466,70
ACEITE					
CANTIDAD	15984,00	16869,88	17945,18	19243,29	20805,71
PRECIO UNITARIO	5,09	5,09	5,09	5,09	5,09
TOTAL ACEITE	81278,64	85783,32	91251,26	97852,12	105797,03
TOTAL	367611,19	394029,21	425703,05	463670,12	509227,28

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se elaboró el presupuesto de ventas, considerando una variación de ventas de un año al otro. Se considera que las ventas en el segundo año se incrementan en 5,5%; en el tercer año en 6,4%; en el cuarto año en 7,2% y en el quinto año 8,1%. Este crecimiento se determinó al proyectar a través de una proyección lineal el crecimiento desde el 2002 al 2012 del sector restaurantes y hoteles en la ciudad de Arequipa. Los datos fueron extraídos de la página oficial del INEI, y los resultados fueron los que se muestran a continuación:

- La proyección se hizo utilizando el método de dispersión lineal, obteniendo como fórmula de proyección, una ecuación de clase potencial donde:
$$Y = 0.003x^{1.3273}$$
- Esta fórmula se utilizó para proyectar el crecimiento del sector restaurantes y hoteles de la ciudad de Arequipa hasta el año 2019.

FIGURA 33: GRAFICO DE DISPERSIÓN DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR RESTAUTANTES Y HOTELES DE LA CIUDAD DE AREQUIPA (en porcentaje).



Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 108: PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR RESTAUTANTES Y HOTELES DE LA CIUDAD DE AREQUIPA (en porcentaje).

AÑO	CRECIMIENTO
2002	0.10%
2003	4.00%
2004	1.80%
2005	1.60%
2006	1.80%
2007	1.90%

2008	4.00%
2009	6.50%
2010	3.40%
2011	8.40%
2012	6.70%
2013	3.24%
2014	4.00%
2015	4.70%
2016	5.50%
2017	6.40%
2018	7.20%
2019	8.10%

Fuente: INEI y Proyección método de Dispersión.

Elaboración de las Autoras.

Se cabe resaltar que este incremento de ventas se produce tanto en papa bastón, papa pelada, cebolla corte hoja o pluma y venta de aceite; esto debido a que se incrementan las ventas porque se incrementa el número de restaurantes a los cuales se abastece todos estos insumos.

El incremento de ventas se debe a que la empresa empieza a hacerse más conocida en el mercado, obteniendo una buena reputación producto de su cumplimiento en las entregas de sus insumos y de la calidad de sus productos, generando satisfacción a sus clientes. Esto también se va a ver contribuido por la estrategia que tiene la empresa de visitar constantemente a los restaurantes con el fin de estar pendiente de sus requerimientos y necesidades especiales para poder satisfacerlos con la mayor prontitud posible.

Además se debe resaltar que a inicios del tercer año se adquiere la Norma Técnica Sanitaria, la cual brindará una ventaja frente a los posibles competidores.

C. PRESUPUESTO DE INGRESOS

TABLA 109: PRESUPUESTO DE INGRESOS EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES (en Nuevos Soles)						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ AÑO 5
VENTAS ANUALES	367611,19	394029,21	425703,05	463670,12	509227,28	0,00
VENTAS AL CREDITO (9 días)	9190,28	9850,73	10642,58	11591,75	12730,68	12730,68
INGRESOS SIN IGV	358420,91	393368,76	424911,20	462720,94	508088,35	12730,68
VENTAS ANUALES CON IGV	433781,20	464954,47	502329,59	547130,74	600888,19	0,00
VENTAS AL CREDITO CON IGV (9 días)	10844,53	11623,86	12558,24	13678,27	15022,20	15022,20
INGRESOS CON IGV	422936,67	464175,14	501395,22	546010,71	599544,25	15022,20
IGV DE INGRESOS	64515,76	70806,38	76484,02	83289,77	91455,90	2291,52

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Respecto a los ingresos, como se observa se registran las ventas en cada año, las ventas al crédito que quedan pendientes de cobro de ese año para el siguiente año, y los ingresos que recibe la empresa. Se considera que durante los cinco años se mantiene la política de crédito, es decir se dará a los clientes un crédito equivalente

a una semana para la cancelación de su deuda. Como ya se mencionó anteriormente, se consideró este periodo debido a que tras la investigación se conoció que los proveedores de insumos dan un crédito de una semana a los restaurantes, y por ende dichos restaurantes están en su mayoría acostumbrados a trabajar con ese periodo de crédito; sin embargo se considera en total 9 días de crédito debido a que consideramos que es posible que exista un retraso de pago por parte de los proveedores (medida que se considera en el plan de contingencia). A partir de ello, se estimó los ingresos anuales sin IGV. Posteriormente se le añade el IGV a los ingresos, considerando el 18%, y con ello se obtienen los ingresos con IGV.

4.2.2.2. PRESUPUESTO DE COSTOS:

A. PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS:

A.1 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS PARA PAPA BASTÓN, PAPA PELADA Y ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS; EN KILOGRAMOS:

Se considera el presupuesto de materias primas para los cinco años, en las diferentes presentaciones de papa y cebolla. Esto debido a que se incrementan las ventas de un año a otro, y por ende se incrementan los requerimientos de materia prima para las diferentes presentaciones de estos insumos.

Cabe resaltar que dentro de este presupuesto, se considera la compra de dos kilogramos por cada producto, debido que en los costales tanto de papa, viene tierra y algunos productos malogrados.

TABLA 110: PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS PARA PAPA BASTÓN, PAPA PELADA Y ENTERA, CEBOLLA CORTE HOJA O PLUMA Y CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS; EN KILOGRAMOS

PRODUCTOS	PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES			PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES			PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES			PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES			PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES		
	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA	PRODUCCIÓN	TOTAL PAPA	TOTAL CEBOLLA
TOTAL PAPA	119136,00	120479,22		125738,83	127156,50		133753,60	135261,63		143428,96	145046,08		155074,38	156822,80	
PAPA CANCHAN CORTE BASTÓN	30372,57	30828,16		32055,90	32536,74		34099,19	34610,67		36565,83	37114,31		39534,72	40127,74	
PAPA UNICA CORTE BASTÓN	49355,43	49848,98		52090,84	52611,75		55411,18	55965,29		59419,47	60013,66		64243,91	64886,35	
PAPA PELADA ENTERA	39408,00	39802,08		41592,10	42008,02		44243,23	44685,66		47443,66	47918,10		51295,76	51808,71	
TOTAL CEBOLLA	25536,00		25791,36	26951,27		27220,79	28669,18		28955,88	30743,03		31050,46	33239,15		33571,54
CEBOLLA CORTE HOJA	17472,00		17646,72	18440,34		18624,75	19615,76		19811,91	21034,71		21245,05	22742,58		22970,00
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	8064,00		8144,64	8510,93		8596,04	9053,43		9143,96	9708,33		9805,41	10496,57		10601,54

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

A.2 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA PARA ACEITE EN LITROS

Se considera el presupuesto de materias primas, en este caso la cantidad de litros de aceite, para satisfacer la demanda para los cinco años. Esto debido a que se incrementan las ventas de un año a otro, y por ende se incrementan los requerimientos de aceite.

TABLA 111: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA PARA ACEITE EN LITROS

PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS EN UNIDADES										
PRODUCTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	PROD.	TOTAL	PROD.	TOTAL	PROD.	TOTAL	PROD.	TOTAL	PROD.	TOTAL
ACEITE	15984,00	15984,00	16869,88	16870,00	17945,18	17946,00	19243,29	19244,00	20805,71	20806,00

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

B. PRESUPUESTO DE COMPRAS:

TABLA 112: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE COMPRAS					
CONCEPTOS:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDADES					
PAPA CANCHAN (KG)	30 828,16	32 523,71	34 605,23	37 096,80	40 101,64
PAPA UNICA (KG)	89 651,06	94 581,87	100 635,11	107 880,84	116 619,19
CEBOLLA (KG)	25 791,36	27 209,88	28 951,32	31 035,81	33 549,71
ACEITE (LITRO)	15 984,00	16 863,12	17 942,36	19 234,21	20 792,18
PRECIO POR INSUMO					
PAPA CANCHAN (KG)	0,76	0,77	0,77	0,77	0,78
PAPA UNICA (KG)	0,67	0,67	0,67	0,68	0,68
CEBOLLA (KG)	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57
ACEITE (LITRO)	4,14	4,19	4,23	4,28	4,32
TOTAL (PRECIO * CANTIDAD)					
PAPA CANCHAN (KG)	23 572,04	24 960,69	26 656,62	28 681,82	31 119,98
PAPA UNICA (KG)	59 777,51	63 409,93	67 834,89	73 112,12	79 459,17
CEBOLLA	14 762,28	15 560,36	16 551,32	17 748,28	19 202,95
ACEITE	66 149,38	70 597,88	75 941,80	82 255,59	89 790,50
TOTAL ANUAL	164 261,20	174 528,86	186 984,62	201 797,81	219 572,60
COMPRAS AL CREDITO (UNA SEMANA)	3 966,58	4 184,74	4 452,56	4 773,15	5 159,77
TOTAL SALIDA ANUAL	160 294,62	174 310,70	186 716,80	201 477,22	219 185,98

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Aquí se considera los requerimientos en unidades de materia prima así como los costos de los mismos y el total de requerimientos de materia prima en nuevos soles para los cinco años.

A partir de los presupuestos anteriores, el presupuesto de compras nos muestra el total de compras en nuevos soles, por año de cada uno de los insumos. Así mismo, nos refleja las compras al crédito. Para el pago a proveedores se considera una semana de crédito, por ende para el primer año queda pendiente el pago por compras de insumos, de la última semana de diciembre, que será cancelado en el mes de enero del siguiente año. Luego de ello se considera la salida anual en compras por año, la cual se obtiene como diferencia entre las compras totales y las compras al crédito de insumos.



TABLA 113: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES PARA EL PRIMER AÑO

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA EN SOLES PARA EL AÑO 1						
MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO TOTAL EN UNIDADES	COSTO POR KILOGRAMO SIN IGV	COSTO POR KILOGRAMO CON IGV	TOTAL S/. (SIN IGV)	TOTAL S/. (CON IGV)	TOTAL CRÉDITO A LA SEMANA
PAPA CANCHAN	30828,16	0,76	0,90	23572,04	27815,01	2555,76
PAPA UNICA	89651,06	0,67	0,79	59777,51	70537,46	7108,31
CEBOLLA	25791,36	0,57	0,68	14762,28	17419,48	1823,44
ACEITE	15984,00	4,14	4,88	66149,38	78056,27	7122,40
TOTAL				164261,20	193828,21	18609,90

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 114: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES PARA EL SEGUNDO AÑO

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA EN SOLES PARA EL AÑO 2						
MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO TOTAL EN UNIDADES	COSTO POR KILOGRAMO SIN IGV	COSTO POR KILOGRAMO CON IGV	TOTAL S/. (SIN IGV)	TOTAL S/. (CON IGV)	TOTAL CRÉDITO A LA SEMANA
PAPA CANCHAN	32536,74	0,77	0,91	24970,69	29465,41	3194,70
PAPA UNICA	94619,76	0,67	0,79	63435,33	74853,69	8885,39
CEBOLLA	27220,79	0,57	0,67	15566,60	18368,59	2279,30
ACEITE	16869,88	4,19	4,94	70626,16	83338,87	8903,00
TOTAL				174598,78	206026,56	23262,38

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 115: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 3

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA EN SOLES PARA EL AÑO 3						
MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO TOTAL EN UNIDADES	COSTO POR KILOGRAMO SIN IGV	COSTO KILOGRAMO CON IGV	TOTAL S/. (SIN IGV)	TOTAL S/. (CON IGV)	TOTAL CRÉDITO A LA SEMANA
PAPA CANCHAN	34610,67	0,77	0,91	26660,81	31459,76	3833,64
PAPA UNICA	100650,95	0,67	0,80	67845,57	80057,77	10662,46
CEBOLLA	28955,88	0,57	0,67	16553,93	19533,63	2735,15
ACEITE	17946,00	4,23	4,99	75957,21	89629,50	10683,60
TOTAL				187017,51	220680,66	27914,86

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 116: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 4

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA EN SOLES PARA EL AÑO 4						
MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO TOTAL EN UNIDADES	COSTO POR KILOGRAMO SIN IGV	COSTO POR KILOGRAMO CON IGV	TOTAL S/. (SIN IGV)	TOTAL S/. (CON IGV)	TOTAL CRÉDITO A LA SEMANA
PAPA CANCHAN	37114,31	0,77	0,91	28695,36	33860,52	4523,70
PAPA UNICA	107931,76	0,68	0,80	73146,64	86313,03	12581,71
CEBOLLA	31050,46	0,57	0,67	17756,65	20952,85	3227,48
ACEITE	19243,29	4,28	5,05	82294,41	97107,41	12606,65
TOTAL				201893,06	238233,82	32939,53

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

TABLA 117: PRESUPUESTO DE COMPRAS EN NUEVOS SOLES AÑO 5

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA EN SOLES PARA EL AÑO 5						
MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO TOTAL EN UNIDADES	COSTO POR KILOGRAMO SIN IGV	COSTO POR KILOGRAMO CON IGV	TOTAL S/. (SIN IGV)	TOTAL S/. (CON IGV)	TOTAL CRÉDITO A LA SEMANA
PAPA CANCHAN	40127,74	0,78	0,92	31140,23	36745,47	5202,25
PAPA UNICA	116695,07	0,68	0,80	79510,88	93822,83	14468,96
CEBOLLA	33571,54	0,57	0,68	19215,44	22674,22	3711,60
ACEITE	20805,71	4,32	5,10	89848,93	106021,73	14497,64
TOTAL				219715,47	259264,25	37880,46

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras



C. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA:

TABLA 118: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA AÑO 1				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	3	750	2250	28125
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	750	750	9375
TOTAL	4	1500	3000	37500

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el primer año, se estimó la necesidad de contar con dos personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas. Además se consideró una persona para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 37,500.00 nuevos soles.

TABLA 119: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES

RESUPUESTO DE MANO DE OBRA AÑO 2				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	4	750	3000	37500
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	750	750	9375
TOTAL	5	1500	3750	46875

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el segundo año, se estimó la necesidad de contar con cuatro personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas. Además se consideró una persona para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 46,875.00 nuevos soles.

TABLA 120: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA AÑO 3				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	5	750	3750	46875
MANO DE OBRA INDIRECTA	2	750	1500	18750
TOTAL	7	1500	5250	65625

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el tercer año, se estimó la necesidad de contar con cinco personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas.

Además se consideró dos personas para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 65,625.00 nuevos soles.

**TABLA 121: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL CUARTO
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA AÑO 4				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	6	750	4500	56250
MANO DE OBRA INDIRECTA	2	750	1500	18750
TOTAL	8	1500	6000	75000

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el cuarto año, se estimó la necesidad de contar con seis personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas. Además se consideró dos personas para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 75,000.00 nuevos soles.

**TABLA 122: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA PARA EL QUINTO
AÑO, EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA AÑO 5				
TIPO DE MANO DE OBRA	NUMERO DE TRABAJADORES	PRESUPUESTO MENSUAL POR TRABAJADOR	TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	7	750	5250	65625
MANO DE OBRA INDIRECTA	2	750	1500	18750
TOTAL	9	1500	6750	84375

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el quinto año, se estimó la necesidad de contar con siete personas para la mano de obra directa, que se encargarán del pelado y picado de la cebolla y papa, usando las máquinas adquiridas. Además se consideró dos personas para la mano de obra indirecta, encargada del empaquetado de los insumos y apoyo respectivo.

Se consideró un salario mensual de 750.00 nuevos soles para cada trabajador, estimando un monto total anual de 84,375.00 nuevos soles.

D. PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

TABLA 123: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BOLSAS PARA CEBOLLA	2 880,00	3 038,40	3 232,86	3 465,62	3 746,34
BOLSAS PARA PAPA	10 560,00	11 140,80	11 853,81	12 707,29	13 736,58
ROTULACIÓN BOLSAS DE PLASTICO	6 720,00	7 089,60	7 543,33	8 086,45	8 741,46
MANTENIMIENTO DE EQUIPO	600,00	633,00	673,51	722,00	780,49
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	1 440,00	1 519,20	1 616,43	1 732,81	1 873,17
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	1 040,00	1 097,20	1 167,42	1 251,48	1 352,84
TOTAL	23 240,00	24 518,20	26 087,36	27 965,66	30 230,87

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Dentro de los gastos indirectos de fabricación se consideran los gastos por la compra de las bolsas rotuladas para la distribución de los productos, y también el mantenimiento de la maquinaria y los gastos por servicios de agua y luz que

demanda la planta de producción. Al igual que los anteriores gastos, los gastos indirectos de fabricación van incrementando con el pasar de los años, debido a que incrementan las ventas por lo tanto incrementa sobre todo la compra de bolsas para cada uno de los productos ofertados.

E. PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS

**TABLA 124: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS ANUAL
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI USADA**

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
MANO DE OBRA DIRECTA	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
COSTO DE VENTAS	33 077,53	34 080,82	35 298,65	36 768,80	38 538,31

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En este presupuesto se consideran todos aquellos gastos que intervienen para la producción de cada uno de los productos ofertados. Este cuadro resume los costos determinados en las tablas de costos anteriores de compra de materia prima, de mano de obra directa e indirecta y de gastos indirectos de fabricación. Como se puede observar estos costos de ventas se van incrementando conforme pasan los años, debido al incremento de las ventas como se explicó precedentemente.

**TABLA 125: PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS ANUAL
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA**

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
MANO DE OBRA DIRECTA	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
COSTO DE VENTAS	32 777,53	33 780,82	34 998,65	36 468,80	38 238,31

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En este presupuesto se consideran todos aquellos gastos que intervienen para la producción de cada uno de los productos ofertados. Sin embargo, a diferencia del anterior, dentro de los costos de mano de obra indirecta de fabricación, el costo de mantenimiento de la combi es menor al de la tabla anterior, ya que uno considera el manteniendo de una combi nueva (menor costo de mantenimiento) y el otro considera el mantenimiento de una combi de segundo uso (mayor costo de mantenimiento).

4.2.2.3. PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES ANUAL

TABLA 126: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES

REMUNERACIONES PARA EL PRIMER AÑO								
CONCEPTO	REMUNER. MENSUAL	BASICO ANUAL	GRATIF .	TOTAL REMUNER.	SIS	CTS	VACACIONES	TOTAL EN EL AÑO
ADMINISTRADOR	1 000	12 000	0	12 000	0	0	500	12 500
JEFE DE LOGÍSTICA	1 000	12 000	0	12 000	0	0	500	12 500
MANO DE OBRA	3 000	36 000	0	36 000	0	0	1 500	37 500
DISTRIBUIDOR	750	9 000	0	9 000	0	0	375	9 375
TOTAL	5 750	69 000	0	69 000	0	0	2 875	71 875

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se muestra cómo es que se determina la remuneración anual para cada uno de los trabajadores de la empresa. Un administrador que recibirá de remuneración mensual 1 000.00 soles, un jefe de logística que recibirá de remuneración mensual 1,100.00 soles, tres personas encargadas del pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa en sus respectivas presentaciones, que recibirán de remuneración mensual 750.00 soles cada una y un distribuidor, que será el chofer de la empresa encargado de la distribución de los productos a cada uno de los restaurantes clientes de la empresa, cuya remuneración mensual es de 800 nuevos soles. Posteriormente se determina la remuneración anual, y de esta última se calculan los beneficios de ley, en este caso sólo las vacaciones (1/2 remuneración mensual), ya que la empresa pertenece al régimen laboral de la Micro Empresa. Obteniendo así el total de gastos de remuneración anuales por un total de 71,875.00 nuevos soles.

Es importante resaltar, que las horas punta del negocio sobre todo se da en las mañanas, ya que los restaurantes necesitan que estos insumos estén en sus locales como máximo a las 10:00 horas de la mañana. Por lo tanto las personas encargadas del pelado y picado de cebolla y papa entrarán a trabajar a las 4:30 horas de la mañana hasta las 11:30 horas de la mañana.

Es importante recalcar, que al contar con cuatro trabajadores, cada uno de estos descansará un día a la semana, turnándose entre estos, de modo que laboren tres trabajadores de lunes a jueves y el trabajador restante descanse; y de viernes a domingo, laboran los cuatro trabajadores. Es decir, el lunes descansará un trabajador y trabajarán tres de ellos; el martes descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres de ellos; el miércoles descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres restantes; el jueves descansa otro trabajador, mientras laboran los otros tres de ellos; y los días viernes, sábado y domingo laboran los cuatro trabajadores debido a que dichos días se presenta un aumento en la demanda por ser días del fin de semana. Se considerará esta modalidad de trabajo todos los años.

TABLA 127: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES

REMUNERACIONES PARA EL SEGUNDO AÑO								
CONCEPTO	REMUNER. MENSUAL	BASICO ANUAL	GRATIF .	TOTAL REMUNER.	SIS	CTS	VACACIONES	TOTAL EN EL AÑO
ADMINISTRADOR	1 100	13 200	0	13 200	0	0	550	13 750
JEFE DE LOGÍSTICA	1100	13 200	0	13 200	0	0	550	13 750
MANO DE OBRA	3 750	45 000	0	45 000	0	0	1 875	46 875
DISTRIBUIDOR	750	9 000	0	9 000	0	0	375	9 375
TOTAL	6 700	80 400	0	80 400	0	0	3 350	83 750

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior, se muestra cómo es que se determina la remuneración anual para el segundo año. Al administrador se le incrementará el sueldo, por lo tanto recibirá una remuneración mensual 1,100.00 soles, al igual que al jefe de logística. Además se contratará a una persona más para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa en sus respectivas presentaciones. Obteniendo así el total de gastos de remuneración anuales por un total de 83750.00 nuevos soles.

**TABLA 128: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL
TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES**

REMUNERACIONES PARA EL TERCER AÑO								
CONCEPTO	REMUNER. MENSUAL	BASICO ANUAL	GRATIF	TOTAL REMUNER.	SIS	CTS	VACACIONES	TOTAL EN EL AÑO
ADMINISTRADOR	1 100	13 200	0	13 200	0	0	550	13 750
JEFE DE LOGÍSTICA	1100	13 200	0	13 200	0	0	550	13 750
MANO DE OBRA	5 250	63 000	0	63 000	0	0	2 625	65 625
DISTRIBUIDOR	750	9 000	0	9 000	0	0	375	9 375
TOTAL	8 200	98 400	0	98 400	0	0	4 100	102 500

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la tabla precedente se muestra cómo es que se determina la remuneración anual para el tercer año. Se contratará a una persona más para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa en sus respectivas presentaciones. Obteniendo así el total de gastos de remuneración anuales por un total de 102,500.00 nuevos soles.

TABLA 129: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES

REMUNERACIONES PARA EL CUARTO AÑO								
CONCEPTO	REMUNER. MENSUAL	BASICO ANUAL	GRATIF	TOTAL REMUNER.	SIS	CTS	VACACIONES	TOTAL EN EL AÑO
ADMINISTRADOR	1 200	14 400	0	14 400	0	0	600	15 000
JEFE DE LOGÍSTICA	1200	14 400	0	14 400	0	0	600	15 000
MANO DE OBRA	6 000	72 000	0	72 000	0	0	3 000	75 000
DISTRIBUIDOR	750	9 000	0	9 000	0	0	375	9 375
TOTAL	9 150	109 800	0	109 800	0	0	4 575	114 375

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la tabla antepuesta se muestra cómo es que se determina la remuneración anual para el cuarto año. Al administrador se le incrementará el sueldo, por lo tanto recibirá una remuneración mensual 1,200.00 soles, al igual que al jefe de logística. Además se contratará a una persona más para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa en sus respectivas presentaciones. Obteniendo así el total de gastos de remuneración anuales por un total de 114,375.00 nuevos soles.

TABLA 130: PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES PARA EL CUARTO AÑO, EN NUEVOS SOLES

REMUNERACIONES PARA EL PRIMER AÑO								
CONCEPTO	REMUNER. MENSUAL	BASICO ANUAL	GRATIF	TOTAL REMUNER.	SIS	CTS	VACACIONES	TOTAL EN EL AÑO
ADMINISTRADOR	1 200	14 400	0	14 400	0		600	15 000
JEFE DE LOGÍSTICA	1200	14 400	0	14 400	0		600	15 000
MANO DE OBRA	6 750	81 000	0	81 000	0		3 375	84 375
DISTRIBUIDOR	750	9 000	0	9 000	0		375	9 375
TOTAL	9 900	118 800	0	118 800	0	0	4 950	123 750

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se muestra cómo es que se determina la remuneración anual para el quinto año. Se contratará a una persona más para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa en sus respectivas presentaciones. Obteniendo así el total de gastos de remuneración anuales por un total de 123,750.00 nuevos soles.

4.2.3. PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS

4.2.3.1. PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN

TABLA 131: PRESUPUESTOS DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN ANUAL (NUEVOS SOLES)

PRESUPUESTO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALQUILER LOCAL	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00
CONTADOR	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	1 949,22	2 003,24	2 067,08	2 141,84	2 228,79
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	556,92	572,35	590,59	611,96	636,80
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00
UTILES DE OFICINA	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
UTILES DE ASEO	1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40
TOTAL	22 426,14	22 495,59	22 577,67	22 673,80	22 785,59
IGV DE LO GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	3 420,94	3 431,53	3 444,05	3 458,72	3 475,77

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En cuanto a los gastos de administración, se consideran todos aquellos gastos administrativos que no influyen directamente en la fabricación de los productos.

El primer gasto a considerar, es el alquiler del local, que como ya se mencionó estará ubicado en la parte alta del distrito de Yanahuara. Se considera un costo de 1400.00 nuevos soles.

También, dentro de su cálculo hemos considerado los gastos por servicios de agua y luz, que son utilizados en las oficinas de la empresa; se considera gasto de telefonía e internet, necesario para el funcionamiento de las oficinas.

Así mismo, se considera un costo por útiles de oficina y por útiles de aseo necesarios.

4.2.3.2. PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS

A. PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO:

TABLA 132: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS ANUAL

PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS EN NUEVOS SOLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBUSTIBLE	18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
PUBLICIDAD	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
PERSONAL PARA DISTRIBUCION	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00
MANTENIMIENTO COMBI USADA	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
TOTAL	33 077,53	34 080,82	35 298,65	36 768,80	38 538,31
IGV DE LO GASTOS DE VENTAS	3 615,64	3 768,68	3 954,45	4 178,72	4 448,64

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Dentro de los gastos de ventas anuales considerando la compra de una combi de segundo uso, se considera el combustible que se utiliza para esta, los gastos de marketing, el gasto del personal para la distribución de los productos y el mantenimiento de la combi. Como se puede observar algunos gastos se mantienen constantes conforme pasan los años, debido a que no se ven afectadas ante un incremento de las ventas. Pero en general los gastos de ventas van incrementando conforme pasan los años por el incremento del gasto en combustible, debido al crecimiento de las ventas.

En la parte final de la tabla se determina el IGV por gastos de ventas.

B. PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA:

TABLA 133: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS ANUAL

PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS EN NUEVOS SOLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBUSTIBLE	18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
PUBLICIDAD	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
PERSONAL PARA DISTRIBUCION	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00
MANTENIMIENTO COMBI NUEVA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL	32 777,53	33 780,82	34 998,65	36 468,80	38 238,31
IGV DE LO GASTOS DE VENTAS	3 569,88	3 722,92	3 908,69	4 132,95	4 402,88

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Dentro de los gastos de ventas anuales considerando la compra de una combi nueva, se considera el combustible que se utiliza para esta, los gastos de marketing, el gasto del personal para la distribución de los productos y el mantenimiento de la combi, que en este caso es menor al mantenimiento de una combi de segundo uso. Como se puede observar algunos gastos se mantienen constantes conforme pasan los años, debido a que no se ven afectadas ante un incremento de las ventas. Pero en general los gastos de ventas van incrementando conforme pasan los años por el incremento del gasto en combustible, debido al crecimiento de las ventas.

En la parte final de la tabla se determina el IGV por gastos de ventas.

C. PRESUPUESTO DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

TABLA 134: PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS EN NUEVOS SOLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL PARA DISTRIBUCION	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00	9 375,00
ADMINISTRADOR	12 500,00	13 750,00	13 750,00	15 000,00	15 000,00
JEFE DE LOGÍSTICA	12 500,00	13 750,00	13 750,00	15 000,00	15 000,00
TOTAL	34 375,00	36 875,00	36 875,00	39 375,00	39 375,00

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla precedente se detallan los gastos de personal de administración y ventas como el pago de la remuneración del personal para la distribución (1) y el pago de la remuneración del administrador (1), para los cinco años. El total de estos gastos se mantiene constante conforme durante los cinco años, debido a que las remuneraciones no sufren ninguna variación en este periodo.

4.2.4. PRESUPUESTO DE INVERSIONES:

A. PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE LARGO PLAZO, EN NUEVOS SOLES

TABLA 135: PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE LARGO PLAZO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE INVERSIONES DE LARGO PLAZO						
ACTIVOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
ACONDICIONAMIENTO DE LA EMPRESA		8474,58	10000,00	8474,58	10000,00	1525,42
ACONDICIONAMIENTO DE LA COMBI		593,22	700,00	593,22	700,00	106,78
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	3	296,61	350,00	889,83	1050,00	160,17
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	1	2033,90	2400,00	2033,90	2400,00	366,10
CONGELADORAS	3	1271,19	1500,00	3813,56	4500,00	686,44
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	3	847,46	1000,00	2542,37	3000,00	457,63
ESCRITORIO	2	169,49	200,00	338,98	400,00	61,02
COMPUTADORA	2	847,46	1000,00	1694,92	2000,00	305,08
ESTANTE	1	84,75	100,00	84,75	100,00	15,25
SILLAS DE OFICINA	3	38,14	45,00	114,41	135,00	20,59
SILLAS	5	29,66	35,00	148,31	175,00	26,69
BALANZA (KILOGRAMOS)	1	211,86	250,00	211,86	250,00	38,14
			TOTAL	20940,68	24710,00	3769,32

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Como se observa, se requeriría una inversión en capital de largo plazo de 24710.00 nuevos soles (incluido el IGV). Esta inversión permitirá la adquisición de todos los equipos necesarios para el pelado y picado tanto de la cebolla como de la papa; así como la adquisición de muebles necesarios para llevar a cabo la administración de este proyecto.

4.2.4.1. PRESUPUESTO DE INVERSIONES ANUALES

C. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL PRIMER AÑO:

TABLA 136: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL PRIMER AÑO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL PRIMER AÑO						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
CUCHILLOS	8	29,66	35	237,29	280	42,71
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	6	33,90	40	203,39	240	36,61
TABLAS DE PICAR	5	15,25	18	76,27	90	13,73
TOTAL				1194,92	1410,00	215,08

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se debe señalar que para poder llevar a cabo el proyecto es necesario poder adquirir utensilios como cuchillos. Se consideran 8 cuchillos de la marca “Tramontina” para poder llevar a cabo la propuesta. Estos serán utilizados para el picado de la cebolla en las respectivas bases de picar.

No obstante, será necesaria la renovación de los cuchillos en un plazo máximo de un año, lo cual en realidad estará sujeto al uso de estos, sujeto a la demanda por parte de los potenciales clientes. Así mismo se consideran tablas de picar y depósitos para los insumos.

Se debe mencionar que estos utensilios y herramientas serán necesarios para el trabajo diario, es por ello que por cuestión de eficiencia y salubridad serán renovados constantemente.

B. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL SEGUNDO AÑO:

TABLA 137: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL SEGUNDO AÑO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO INVERSIONES EN EL SEGUNDO AÑO						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
MESA DE ACERO QUIRURGICO	0	847,46	1000,00	0,00	0	0,00
CORTADORAS DE PAPAS	1	296,61	350,00	296,61	350	53,39
CUCHILLOS	10	29,66	35	296,61	350	53,39
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	3	33,90	40	101,69	120	18,31
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	2	33,90	40	67,80	80	12,20
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	2	33,90	40	67,80	80	12,20
TABLAS DE PICAR	1	15,25	18	15,25	18	2,75
TOTAL				845,76	998,00	152,24

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Para el segundo año, fue necesaria la adquisición de una mesa quirúrgica adicional ante el aumento de la demanda por parte de los restaurantes. Así mismo, se adquirió dos cortadoras adicionales para el picado de papa bastón. Además, se renovaron los cuchillos y compraron dos cuchillos adicionales. También se adquirieron 5 depósitos adicionales para la papa y cebolla; además de una tabla de picar adicional.

C. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL TERCER AÑO:

TABLA 138: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL TERCER AÑO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO INVERSIONES EN EL TERCER AÑO						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
CONGELADORA	1	1271,19	1500,00	1271,19	1500	228,81
PELADORA DE PAPAS	1	2033,90	2400,00	2033,90	2400	366,10
CORTADORA DE PAPAS	1	296,61	350,00	296,61	350	53,39
CUCHILLOS	12	29,66	35	355,93	420	64,07
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	6	33,90	40	203,39	240	36,61
TABLAS DE PICAR	5	15,25	18	76,27	90	13,73
TOTAL				4915,25	5800,00	884,75

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el tercer año, fue necesaria la adquisición de una congeladora adicional ante el aumento de la demanda por parte de los restaurantes.

Así mismo, se adquirió una cortadora adicional para el picado de papa bastón y una máquina peladora de papas. Además, se renovaron los cuchillos y compraron dos cuchillos adicionales. También se adquirieron nuevos depósitos para la papa y cebolla, renovando los comprados en el segundo año; así como tablas de picar.

D. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL CUARTO AÑO:

**TABLA 139: PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EL CUARTO AÑO,
EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO INVERSIONES EN EL CUARTO AÑO						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
CORTADORAS DE PAPAS	1	296,61	350	296,61	350	53,39
CUCHILLOS	13	29,66	35	385,59	455	69,41
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	4	33,90	40	135,59	160	24,41
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	3	33,90	40	101,69	120	18,31
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	3	33,90	40	101,69	120	18,31
TABLAS DE PICAR	1	15,25	18	15,25	18	2,75
TOTAL				1036,44	1223,00	186,56

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Para el cuarto año, fue necesaria la adquisición de una cortadora de papas adicional ante el aumento de la demanda por parte de los restaurantes. Así mismo, se renovaron los cuchillos y compró un cuchillo adicional. También se adquirieron nuevos depósitos para la papa y cebolla, renovando también los comprados en el

tercer año, así como se renovó la compra de la tabla de picar adquirida en el año anterior.

E. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN EL QUINTO AÑO:

**TABLA 140: PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EL QUINTO AÑO,
EN NUEVOS SOLES**

PRESUPUESTO INVERSIONES EN EL QUINTO AÑO						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO SIN IGV	COSTO UNITARIO CON IGV	INVERSIÓN TOTAL SIN IGV	INVERSIÓN TOTAL CON IGV	IGV DE INVERSIÓN
PELADORA DE PAPAS	1	2033,90	2400,00	2033,90	2400	366,10
CUCHILLOS	14	29,66	35	415,25	490	74,75
DEPÓSITOS PARA PAPA PICADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA PAPA PELADA	10	33,90	40	338,98	400	61,02
DEPÓSITOS PARA CEBOLLA PICADA	6	33,90	40	203,39	240	36,61
TABLAS DE PICAR	5	15,25	18	76,27	90	13,73
TOTAL				3406,78	4020,00	613,22

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Para el quinto año, fue necesaria la adquisición de una peladora de papas adicional ante el aumento de la demanda por parte de los restaurantes. Así mismo, se renovaron los cuchillos y compró un cuchillo adicional. También se adquirieron nuevos depósitos para la papa y cebolla, renovando también los comprados anteriormente, así como se renovó las tablas de picar.

4.2.5. PRESUPUESTOS DE FINANCIAMIENTO

El presupuesto de financiamiento fue determinado en el análisis mensual de este capítulo, para cada uno de los 5 años.

4.2.6. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN

4.2.6.1. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

TABLA 141: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES

DEPRECIACIÓN							
ACTIVOS	ADQUISICIÓN S/.	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	889,83	10,00	88,98	88,98	118,64	148,31	177,97
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	2 033,90	10,00	203,39	203,39	203,39	406,78	406,78
CONGELADOR AS	3 813,56	10,00	381,36	381,36	381,36	508,47	508,47
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	2 542,37	10,00	254,24	254,24	254,24	254,24	254,24
ESCRITORIO	338,98	10,00	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90
COMPUTADOR A	1 694,92	10,00	169,49	169,49	169,49	169,49	169,49
ESTANTE	84,75	10,00	8,47	8,47	8,47	8,47	8,47
SILLAS DE OFICINA	114,41	10,00	11,44	11,44	11,44	11,44	11,44
SILLAS	148,31	10,00	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83
BALANZA (KILOGRAMOS)	211,86	10,00	21,19	21,19	21,19	21,19	21,19
COMBI USADA	19 000,00	5,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			4 987,29	4 987,29	5 016,95	5 377,12	5 406,78

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En este cuadro se determina el total de la depreciación de cada una de las inversiones de capital que se realizaron en el año 0. Como se puede observar, todas las inversiones han sido depreciadas a 10 años según ley, al igual que la combi de segundo uso fue depreciada a 5 años a través de la depreciación lineal.

Este presupuesto se realiza con el fin de obtener un escudo fiscal para descontarlo en el cálculo del impuesto a la renta en el estado de resultados.

4.2.6.2. PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN, CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

TABLA 142: PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES

ACTIVOS	ADQUISICIÓN S/.	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CORTADORAS DE PAPAS (incluye pedal)	889,83	10,00	88,98	88,98	118,64	148,31	177,97
MÁQUINA PELADORA DE PAPAS	2 033,90	10,00	203,39	203,39	203,39	406,78	406,78
CONGELADORAS	3 813,56	10,00	381,36	381,36	381,36	508,47	508,47
MESAS DE ACERO QUIRÚRGICO	2 542,37	10,00	254,24	254,24	254,24	254,24	254,24
ESCRITORIO	338,98	10,00	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90
COMPUTADORA	1 694,92	10,00	169,49	169,49	169,49	169,49	169,49
ESTANTE	84,75	10,00	8,47	8,47	8,47	8,47	8,47
SILLAS DE OFICINA	114,41	10,00	11,44	11,44	11,44	11,44	11,44
SILLAS	148,31	10,00	14,83	14,83	14,83	14,83	14,83
BALANZA (KILOGRAMOS)	211,86	10,00	21,19	21,19	21,19	21,19	21,19
COMBI NUEVA	34 641,60	5,00	6 928,32	6 928,32	6 928,32	6 928,32	6 928,32
TOTAL DEPRECIACIÓN			8 115,61	8 115,61	8 145,27	8 505,44	8 535,10

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En este cuadro se determina el total de la depreciación de cada una de las inversiones de capital que se realizaron en el año 0. Como se puede observar, todas las inversiones han sido depreciadas a 10 años según ley, al igual que la combi nueva fue depreciada a 5 años a través de la depreciación lineal.

Este presupuesto se realiza con el fin de obtener un escudo fiscal para descontarlo en el cálculo del impuesto a la renta en el estado de resultados.

Al comparar las dos tablas, podemos observar que comprando la combi nueva se puede obtener un mayor monto de escudo fiscal, lo que nos servirá para disminuir el pago del impuesto a la renta.

4.2.7. PRESUPUESTO DE IGV

4.2.7.1. PRESUPUESTO DE IGV CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

TABLA 143: PRESUPUESTO DE IGV ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE IGV EN NUEVOS SOLES							
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ AÑO 5
IGV DE INGRESOS		64515,76	70806,38	76484,02	83289,77	91455,90	2291,52
IGV DE EGRESOS		39 504,62	42 386,13	45 056,88	48 239,20	52 059,30	
IGV INVERSIÓN	7395,87	8,85	256,58	998,54	1355,71	755,39	
CRÉDITO FISCAL PENDIENTE		7395,86					
TOTAL		17606,43	28163,67	30428,59	33694,85	38641,21	2291,52

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En esta tabla se determina el presupuesto de IGV considerando la compra de una combi de segundo uso, determinado por la resta del IGV de ingresos, menos el IGV de egresos, el IGV de la inversión y el crédito fiscal pendiente, que fueron hallados anteriormente; obteniendo así el IGV anual para cada uno de los cinco años.

4.2.7.2. PRESUPUESTO DE IGV CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

TABLA 144: PRESUPUESTO DE IGV ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES

PRESUPUESTO DE IGV							
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ AÑO 5
IGV DE INGRESOS		64399.10	70827.11	76507.41	83316.80	91487.80	2305.13
IGV DE EGRESOS		39,458.85	42,340.37	45,011.12	48,193.44	52,013.54	
IGV INVERSIÓN	12046.58	8.85	256.58	998.54	1355.71	755.39	
CRÉDITO FISCAL PENDIENTE		12046.58					
TOTAL		12884.82	28230.17	30497.75	33767.65	38718.98	2305.13

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En esta tabla se determina el presupuesto de IGV considerando la compra de una combi nueva, determinado por la resta del IGV de ingresos, menos el IGV de egresos, el IGV de la inversión y el crédito fiscal pendiente, que fueron hallados anteriormente; obteniendo así el IGV anual para cada uno de los cinco años.

Como se puede observar en el año “0” se ve la diferencia del IGV de inversión considerando la compra de una combi de segundo uso y una combi nueva,

obteniendo mayor crédito fiscal para el año 1 si es que se decidiera comprar la combi nueva.

4.2.8. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO ANUAL

**TABLA 145: PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO ANUAL EN
NUEVOS SOLES**

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO					
CONCEPTO (ANUAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS	217 489,53	241 963,84	274 449,74	300 176,93	329 180,36
EXISTENC. PROMED.	1 424,63	1 503,58	1 599,42	1 715,12	1 854,38
VTAS. NETAS	367 611,19	394 029,21	425 703,05	463 670,12	509 227,28
CTAS. X COBRAR PROMEDIO	9 190,28	9 850,73	10 642,58	11 591,75	12 730,68
CTAS. X PAGAR PROMEDIO	3 966,58	4 184,74	4 452,56	4 773,15	5 159,77
RATIOS :					
DIAS CTAS.X COB.	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
DIAS EXISTENCIAS.	2,36	2,24	2,10	2,06	2,03
DIAS CTAS. X PAGAR	6,57	6,23	5,84	5,72	5,64

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se desarrolla el capital de trabajo para cada uno de los años del proyecto. Como se explicó anteriormente el capital de trabajo es el capital con que cuenta la empresa para trabajar y para operar en el corto plazo.

En la tabla anterior se muestran los costos de ventas y las ventas netas que ingresaron y salieron en cada uno de los años, para poder determinar con qué es lo que cuenta la

empresa. Es importante resaltar que la empresa realiza compras diariamente y el promedio de inventarios es de dos días, de esta manera la empresa puede cubrir cualquier aumento de ventas o imprevisto que tuviese.

A partir de los datos de la tabla es que se pueden determinar los siguientes ratios:

- Días de Cuenta por cobrar: muestra que cada 9 días aproximadamente nuestros clientes nos pagarán.
- Días de existencias: determina que es 2 días el periodo en el que las existencias se quedan en la empresa, ya que las compras se realizan diariamente.
- Días de cuentas por pagar: muestra que cada 7 días en promedio se paga a los proveedores en el primer año.

TABLA 146: CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO

CAMBIOS EN EL K DE TRABAJO							
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6
STOCK DE K (B/C)	3 886,46	4 451,75	5 161,34	5 672,78	6 186,45	6 186,45	
COSTOS OPERATIVOS		291 945,10	319 828,50	353 416,02	382 970,57	413 568,33	
COEF. ROTACION		75,12	71,84	68,47	67,51	66,85	
CAMBIO EN EL K. T.	3 886,46	565,29	709,59	511,45	513,66	0,00	-6 186,45

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Como cada año la empresa va incrementando sus ventas, su capital de trabajo también irá aumentando, por lo tanto la empresa tendrá que contar cada año con un stock de productos mayor.

El stock de capital va a estar determinado por la división de los costos operativos de cada año, entre el coeficiente de rotación, obteniendo así que para el primer año se tiene que tener un stock de capital de 4451.75 soles, para el segundo año de 5161.34 soles, para el tercer año 5672.78 soles; para el cuarto 5 880.60soles y para el quinto año de 6186.45 soles. El cambio en el capital de trabajo se va a ver determinado por la diferencia de stock entre un año y otro, en este caso, como el stock de capital aumenta de manera decreciente, el cambio en el capital de trabajo va disminuyendo conforme pasan los años como se muestra en la tabla.

4.2.9. PRESUPUESTOS DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES

4.2.9.1. PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO EN NUEVOS SOLES

**TABLA 147: PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO EN
NUEVOS SOLES**

COSTOS DE OPERACIÓN						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COST. OPER. SIN IGV						
INSUMOS		160 294,62	174 310,70	186 716,80	201 477,22	219 185,98
SALARIOS		71 875,00	83 750,00	102 500,00	114 375,00	123 750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 651,88	1 697,66	1 751,76	1 815,12	1 888,81
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		471,97	485,04	500,50	518,61	539,66
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73
UTILES DE OFICINA		711,86	711,86	711,86	711,86	711,86

UTILES DE ASEO		896,95	896,95	896,95	896,95	896,95
ALQUILER DE LOCAL	2 372,88	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29
CONTADOR		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE VENTAS						
COMBUSTIBLE		15 341,12	16 191,37	17 223,43	18 469,32	19 968,90
MARKETING		4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80
MANTENIMIENTO DE COMBI USADA		677,97	677,97	677,97	677,97	677,97
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
BOLSAS PARA CEBOLLA		2 440,68	2 574,92	2 739,71	2 936,97	3 174,86
BOLSAS PARA PAPA		8 949,15	9 441,36	10 045,60	10 768,89	11 641,17
ROTULACION DE BOLSAS		5 694,92	6 008,14	6 392,66	6 852,93	7 408,01
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		508,47	536,44	570,77	611,87	661,43
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		1 220,34	1 287,46	1 369,85	1 468,48	1 587,43
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		881,36	929,83	989,34	1 060,57	1 146,48
COST. OP. SIN IGV	2 372,88	291 945,10	319 828,50	353 416,02	382 970,57	413 568,33
COST. OPER. CON IGV						
INSUMOS		189 147,65	205 686,63	220 325,82	237 743,12	258 639,45
SALARIOS		71 875,00	83 750,00	102 500,00	114 375,00	123 750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 949,22	2 003,24	2 067,08	2 141,84	2 228,79
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		556,92	572,35	590,59	611,96	636,80
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00
UTILES DE OFICINA		840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
UTILES DE ASEO		1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40
ALQUILER DE LOCAL	2 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00
CONTADOR		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE VENTAS						
COMBUSTIBLE		18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
PUBLICIDAD		4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
MANTENIMIENTO COMBI USADA		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
BOLSAS PARA CEBOLLA		2 880,00	3 038,40	3 232,86	3 465,62	3 746,34
BOLSAS PARA PAPA		10 560,00	11 140,80	11 853,81	12 707,29	13 736,58
ROTULACION DE BOLSAS		6 720,00	7 089,60	7 543,33	8 086,45	8 741,46
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		600,00	633,00	673,51	722,00	780,49

GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		1 440,00	1 519,20	1 616,43	1 732,81	1 873,17
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 040,00	1 097,20	1 167,42	1 251,48	1 352,84
COST. OP. CON IGV	2 800,00	331 449,72	362 214,63	398 472,91	431 209,78	465 627,62
IGV DE COST. OP.*	427,12	39 504,62	42 386,13	45 056,88	48 239,20	52 059,30

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se detallan todos los costos de operación para cada uno de los años, considerando la compra de una combi de segundo uso, en los cuales se puede percibir el incremento de algunos costos como por ejemplo el costo de la compra de insumos, de los salarios, de los gastos de servicio de agua y luz, combustible y los gastos de fabricación.

Estos incrementos en los costos se dan por el incremento de las ventas de un año a otro. Así también algunos costos se mantienen fijos, como los gastos de telefonía e internet, el alquiler del local; pues estos costos no se verán directamente afectados ante un incremento de las ventas durante estos cinco años.

En la primera parte de la tabla se detallan los costos de operación sin IGV, mientras que en la segunda parte, ya se les agrega el IGV (excepto a los salarios); y es así como se puede determinar finalmente el IGV de los costos de operación.

**4.2.9.2. PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS
SOLES**

**TABLA 148: PRESUPUESTO COSTOS DE OPERACIÓN ANUALES
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS
SOLES**

COSTOS DE OPERACIÓN						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COST. OPER. SIN IGV						
INSUMOS		160 294,62	174 310,70	186 716,80	201 477,22	219 185,98
SALARIOS		71 875,00	83 750,00	102 500,00	114 375,00	123 750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 651,88	1 697,66	1 751,76	1 815,12	1 888,81
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		471,97	485,04	500,50	518,61	539,66
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73
UTILES DE OFICINA		711,86	711,86	711,86	711,86	711,86
UTILES DE ASEO		896,95	896,95	896,95	896,95	896,95
ALQUILER DE LOCAL	2 372,88	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29
CONTADOR		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE VENTAS						
COMBUSTIBLE		15 341,12	16 191,37	17 223,43	18 469,32	19 968,90
MARKETING		4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80
MANTENIMIENTO DE COMBI NUEVA		423,73	423,73	423,73	423,73	423,73
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
BOLSAS PARA CEBOLLA		2 440,68	2 574,92	2 739,71	2 936,97	3 174,86
BOLSAS PARA PAPA		8 949,15	9 441,36	10 045,60	10 768,89	11 641,17
ROTULACION DE BOLSAS		5 694,92	6 008,14	6 392,66	6 852,93	7 408,01
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		508,47	536,44	570,77	611,87	661,43
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		1 220,34	1 287,46	1 369,85	1 468,48	1 587,43
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		881,36	929,83	989,34	1 060,57	1 146,48
COST. OP. SIN IGV	2 372,88	291 690,86	319 574,26	353 161,79	382 716,34	413 314,09
COST. OPER. CON IGV						
INSUMOS		189 147,65	205 686,63	220 325,82	237 743,12	258 639,45
SALARIOS		71 875,00	83 750,00	102 500,00	114 375,00	123 750,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 949,22	2 003,24	2 067,08	2 141,84	2 228,79
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		556,92	572,35	590,59	611,96	636,80
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET		1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00	1 680,00
UTILES DE OFICINA		840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
UTILES DE ASEO		1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40	1 058,40
ALQUILER DE LOCAL	2 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00
CONTADOR		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE VENTAS						
COMBUSTIBLE		18 102,53	19 105,82	20 323,65	21 793,80	23 563,31
PUBLICIDAD		4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00
MANTENIMIENTO COMBI NUEVA		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
BOLSAS PARA CEBOLLA		2 880,00	3 038,40	3 232,86	3 465,62	3 746,34
BOLSAS PARA PAPA		10 560,00	11 140,80	11 853,81	12 707,29	13 736,58
ROTULACION DE BOLSAS		6 720,00	7 089,60	7 543,33	8 086,45	8 741,46
MANTENIMIENTO DE EQUIPO		600,00	633,00	673,51	722,00	780,49
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA		1 440,00	1 519,20	1 616,43	1 732,81	1 873,17
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ		1 040,00	1 097,20	1 167,42	1 251,48	1 352,84
COST. OP. CON IGV	2 800,00	331 149,72	361 914,63	398 172,91	430 909,78	465 327,62
IGV DE COST. OP.*	427,12	39 458,85	42 340,37	45 011,12	48 193,44	52 013,54

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se detallan todos los costos de operación para cada uno de los años, considerando la compra de una combi nueva, en los cuales se puede percibir el incremento de algunos costos como por ejemplo el costo de la compra de insumos, de los salarios, de los gastos de servicio de agua y luz, combustible y los gastos de fabricación.

Estos incrementos en los costos se dan por el incremento de las ventas de un año a otro. Así también algunos costos se mantienen fijos, como los gastos de telefonía e internet, el alquiler del local; pues estos costos no se verán directamente afectados ante un incremento de las ventas durante estos cinco años.

En la primera parte de la tabla se detallan los costos de operación sin IGV, mientras que en la segunda parte, ya se les agrega el IGV (excepto a los salarios); y es así como se puede determinar finalmente el IGV de los costos de operación.

4.2.10. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL

En el estado de resultados, se refleja cómo es que la utilidad neta va incrementando conforme pasan los años, esto debido al incremento de las ventas.

Como se explicó anteriormente en el inciso de Presupuesto de Ventas, del primer al segundo año se incrementan las ventas en 5.5%; para el tercer año en 6.4%; para el cuarto año en 7.2% y para el quinto año 8.01%. Se debe recordar que este incremento de ventas se produce tanto en papa bastón, papa pelada, cebolla corte hoja o pluma, cebolla cortada en cuadraditos y en aceite; esto debido a que se incrementan las ventas porque se incrementa el número de restaurantes a los cuales se abastece todos estos insumos, o por un incremento en las ventas de cada restaurante al que nosotros atendemos.

Este incremento de ventas se debe a que la empresa empieza a hacerse más conocida en el mercado, obteniendo una buena reputación producto de su cumplimiento en las entregas de sus insumos y de la calidad de sus productos, generando satisfacción a sus clientes. Esto también se va a ver contribuido por la estrategia que tiene la empresa de visitar constantemente a los restaurantes con el fin de estar pendiente de sus requerimientos y necesidades especiales para poder satisfacerlos con la mayor prontitud posible. Este incremento está sustentado en la proyección de crecimiento del sector restaurantes y hoteles de la ciudad de Arequipa.

4.2.10.1. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES

TABLA 149: ESTADO DE RESULTADOS ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	367 611,19	394 029,21	425 703,05	463 670,12	509 227,28
COSTO DE VENTAS	221 456,11	242 182,00	274 717,56	300 497,51	329 566,99
INSUMOS	164 261,20	174 528,86	186 984,62	201 797,81	219 572,60
MANO DE OBRA	37 500,00	46 875,00	65 625,00	75 000,00	84 375,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	19 694,92	20 778,14	22 107,94	23 699,71	25 619,38
UTIL.BRUTA	146 155,08	151 847,22	150 985,49	163 172,61	179 660,29
SALARIOS	34 375,00	36 875,00	36 875,00	39 375,00	39 375,00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	1 651,88	1 697,66	1 751,76	1 815,12	1 888,81
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	471,97	485,04	500,50	518,61	539,66
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73
UTILES DE OFICINA	711,86	711,86	711,86	711,86	711,86
ALQUILER DE LOCAL	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29
CONTADOR	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
COMBUSTIBLE	15 341,12	16 191,37	17 223,43	18 469,32	19 968,90
PUBLICIDAD	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80
MANTENIMIENTO COMBI USADA	677,97	677,97	677,97	677,97	677,97
DEPRECIACION	4 987,29	4 987,29	5 016,95	5 377,12	5 406,78
UTILIDAD OPERAT.	67 609,17	69 892,21	67 899,20	75 898,79	90 762,50
INTERESES	4 351,09	3 749,88	2 986,33	2 016,64	785,12
INGRESOS EXTRAORD.					
UTILIDAD A. DE IMP.	63 258,08	66 142,34	64 912,86	73 882,16	89 977,38
IMPUESTO A LA RENTA	17 712,26	18 519,85	18 175,60	20 687,00	25 193,67
UTILIDAD NETA	45 545,82	47 622,48	46 737,26	53 195,15	64 783,71

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En el presupuesto anterior se refleja los costos por intereses del financiamiento con una tasa de interés para PYMES de 27.5%. Con este financiamiento se adquiere la combi de segundo uso junto con los demás activos necesarios para la instalación de la planta. Así mismo, este presupuesto considera un monto de 800.00 nuevos soles por mantenimiento de la combi usada en cada año.

4.2.10.2. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS SOLES

TABLA 150: ESTADO DE RESULTADOS ANUAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA EN NUEVOS SOLES

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	367 611,19	394 029,21	425 703,05	463 670,12	509 227,28
COSTO DE VENTAS	221 456,11	242 182,00	274 717,56	300 497,51	329 566,99
INSUMOS	164 261,20	174 528,86	186 984,62	201 797,81	219 572,60
MANO DE OBRA	37 500,00	46 875,00	65 625,00	75 000,00	84 375,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	19 694,92	20 778,14	22 107,94	23 699,71	25 619,38
UTIL.BRUTA	146 155,08	151 847,22	150 985,49	163 172,61	179 660,29
SALARIOS	34 375,00	36 875,00	36 875,00	39 375,00	39 375,00
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	1 651,88	1 697,66	1 751,76	1 815,12	1 888,81
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	471,97	485,04	500,50	518,61	539,66
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73	1 423,73
UTILES DE OFICINA	711,86	711,86	711,86	711,86	711,86
ALQUILER DE LOCAL	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29	14 237,29
CONTADOR	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
COMBUSTIBLE	15 341,12	16 191,37	17 223,43	18 469,32	19 968,90
PUBLICIDAD	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80	4 067,80
MANTENIMIENTO COMBI NUEVA	423,73	423,73	423,73	423,73	423,73
DEPRECIACION	8 115,61	8 115,61	8 145,27	8 505,44	8 535,10
UTILIDAD OPERAT.	64 735,09	67 018,13	65 025,12	73 024,71	87 888,42
INTERESES	4 252,00	3 518,68	2 682,77	1 729,91	643,75

INGRESOS EXTRAORD.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD A. DE IMP.	60 483,09	63 499,45	62 342,35	71 294,79	87 244,66
IMPUESTO A LA RENTA	16 935,27	17 779,85	17 455,86	19 962,54	24 428,50
UTILIDAD NETA	43 547,82	45 719,60	44 886,49	51 332,25	62 816,16

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En el presupuesto anterior se refleja los costos por intereses del financiamiento con una tasa de interés para PYMES de 27.5% y la tasa de 13.99% por el crédito vehicular. Con este financiamiento se adquiere la combi de segundo uso junto con los demás activos necesarios para la instalación de la planta. Así mismo, este presupuesto considera un monto de 500.00 nuevos soles por mantenimiento de la combi nueva en cada año.



4.2.11. FLUJO DE CAJA ANUAL

4.2.11.1. FLUJO DE CAJA ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO, EN NUEVOS SOLES

TABLA 151: FLUJO DE CAJA ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO), EN NUEVOS SOLES

FLUJO DE CAJA ECONOMICO Y FINANCIERO							
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ(AÑO 5)
INGRESOS		422 936,67	464 175,14	501 395,22	546 010,71	599 544,25	15 022,20
EGRESOS	-51 200,86	-331 647,72	-364 246,63	-407 106,76	-433 862,78	-471 209,62	427,12
COSTOS OPERATIVOS	-2 800,00	-331 449,72	-362 214,63	-398 472,91	-431 209,78	-465 627,62	427,12
COSTOS DE INVERSION	-48 400,86	-198,00	-2 032,00	-8 633,86	-2 653,00	-5 582,00	
CAMBIOS EN K DE T	-3 886,46	-565,29	-709,59	-511,45	-513,66	0,00	
PAGO DE IGV		-17 606,43	-28 163,67	-30 428,59	-33 694,85	-38 641,21	-2 291,52
IMP. A LA RENTA		-18 930,57	-19 569,82	-19 011,78	-21 251,66	-25 413,50	
FLUJO ECONOMICO	-55 087,32	54 186,66	51 485,43	44 336,64	56 687,76	64 279,91	13 157,80
ESCUDO TRIBUTARIO		1 218,31	1 205,76	0,00	1 179,91	1 166,60	
PRINCIPAL	19 000,00						
INTERESES		-4 351,09	-3 749,88	-2 986,33	-2 016,64	-785,12	
AMORTIZACION		-2 226,72	-2 827,93	-3 591,48	-4 561,18	-5 792,69	
TOTAL F. FINC. NETO	19 000,00	-5 359,51	-5 372,05	-6 577,81	-5 397,90	-5 411,21	0,00
FLUJO FINANCIERO	-36 087,32	48 827,16	46 113,38	37 758,83	51 289,86	58 868,70	13 157,80

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

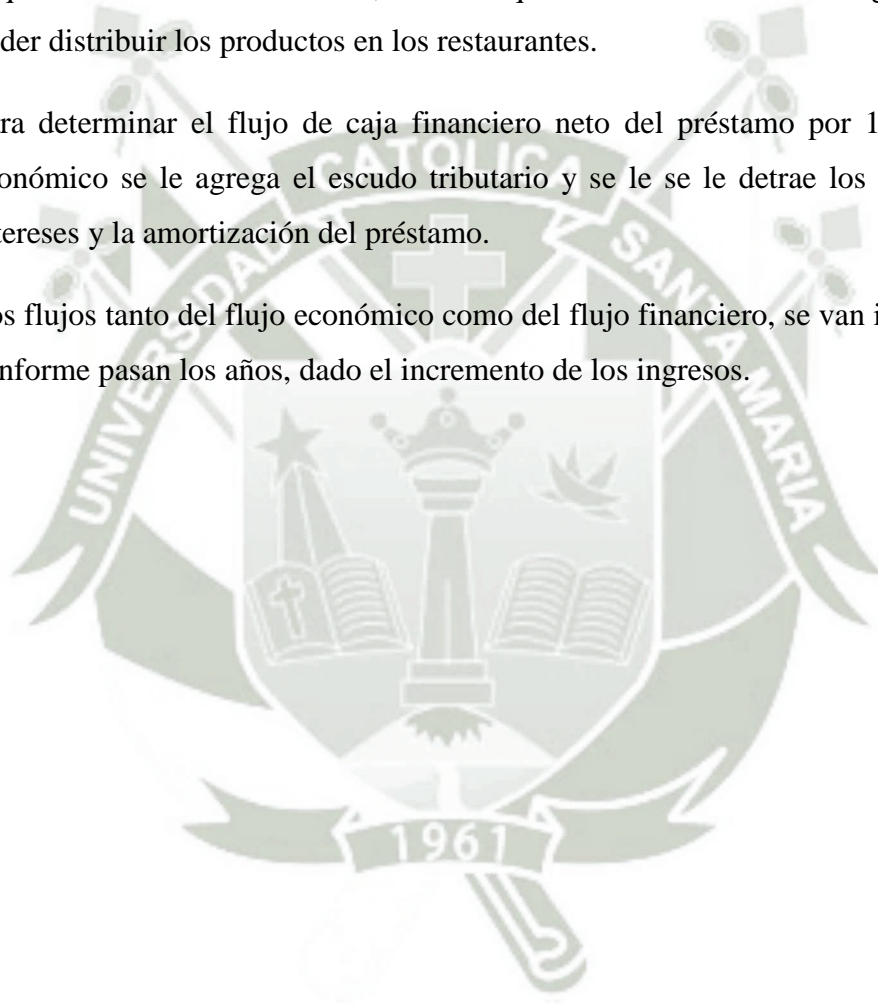
En la tabla anterior se detalla la determinación tanto del flujo económico y el flujo financiero de los cinco años del proyecto.

En el flujo económico se considera la inversión total en el año cero, mientras que en el flujo financiero en el año cero se considera el aporte propio de los accionistas.

Se debe mencionar que este flujo de caja se obtiene al considerar los costos de financiamiento del préstamo con una Tasa de interés de 28% que considera no solo la adquisición del activo necesario, sino la adquisición de una combi de segundo uso para poder distribuir los productos en los restaurantes.

Para determinar el flujo de caja financiero neto del préstamo por 19000, al flujo económico se le agrega el escudo tributario y se le se le detrae los gastos por los intereses y la amortización del préstamo.

Los flujos tanto del flujo económico como del flujo financiero, se van incrementando conforme pasan los años, dado el incremento de los ingresos.



4.2.11.2. FLUJO DE CAJA ANUAL, CONSIDERANDO LA ADQUISICION DE UNA COMBI NUEVA, EN NUEVOS SOLES

TABLA 152: FLUJO DE CAJA ANUAL (CONSIDERANDO LA ADQUISICIÓN DE UNA COMBI NUEVA), EN NUEVOS SOLES

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ AÑO 5
INGRESOS		422 936,67	464 175,14	501 395,22	546 010,71	599 544,25	15 022,20
EGRESOS	-80 091,00	-331 347,72	-363 262,63	-404 462,91	-432 692,78	-469 977,62	427,12
COSTOS OPERATIVOS	-2 800,00	-331 149,72	-361 914,63	-398 172,91	-430 909,78	-465 327,62	427,12
COSTOS DE INVERSION	-77 291,00	-198,00	-1 348,00	-6 290,00	-1 783,00	-4 650,00	
CAMBIOS EN K DE T	-3 886,46	-565,29	-709,59	-511,45	-513,66	0,00	
PAGO DE IGV		-13 001,48	-28 209,43	-30 474,35	-33 740,62	-38 686,98	-2 291,52
IMP. A LA RENTA		-18 125,83	-18 765,08	-18 207,03	-20 446,92	-24 608,76	
FLUJO ECONOMICO	-83 977,46	59 896,36	53 228,41	47 739,48	58 616,74	66 270,90	13 157,80
ESCUDO TRIBUTARIO		1 190,56	985,23	751,18	484,38	180,25	
PRINCIPAL	34 641,60						
INTERESES		-4 252,00	-3 518,68	-2 682,77	-1 729,91	-643,75	
AMORTIZACION		-5 241,74	-5 975,06	-6 810,97	-7 763,83	-8 849,99	
TOTAL F. FINC. NETO	34 641,60	-8 303,18	-8 508,51	-8 742,57	-9 009,37	-9 313,49	0,00
FLUJO FINANCIERO	-49 335,86	51 593,17	44 719,90	38 996,91	49 607,37	56 957,40	13 157,80

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior se detalla la determinación tanto del flujo económico como el flujo financiero de los 5 próximos años del proyecto, considerando que se comprará una combi nueva.

En el flujo económico sólo se considera el total de la inversión para poder poner en marcha la empresa por un monto de 83977.08 nuevos soles (este monto será financiado tanto por aporte propio como por un préstamo), mientras que en el flujo financiero del préstamo por 34641.60 soles se considera en el año “0” sólo el aporte propio de los accionistas por 49335.86 nuevos soles. Al final de la tabla se considera la liquidación del año 5, obteniendo como resultado un flujo de 13157.80 nuevos soles, que retorna al final del proyecto.

En este capítulo se realizaron los diferentes presupuestos tanto de inversiones, ventas, ingresos, como de costos, financiamiento y gastos en los que incurre el proyecto, los cuales permitieron determinar el flujo de caja económico y financiero. Todos estos presupuestos han sido determinado de forma mensual para el primer año, y anual para los demás 5 años.

En el siguiente capítulo se utilizarán todos los criterios de evaluación de un proyecto descritos en el capítulo 1, para determinar su viabilidad a través del cálculo del VAN económico y el VAN financiero.

4.2.11.3. FLUJO DE CADA ANUAL, SI SE CONSIDERA UN CRECIMIENTO ANUAL DE VENTAS DEL 5%:

Si bien proponemos un crecimiento de ventas acorde al crecimiento del sector de restaurantes de la ciudad de Arequipa, en esta parte se considera un crecimiento anual constante de ventas del 5%, que es el nivel de crecimiento conservador que los bancos consideran al momento de brindar un crédito.

TABLA 153: FLUJO DE CAJA ANUAL CON CRECIMIENTO ANUAL CONSTANTE DE VENTAS DEL 5%

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQ AÑO 5
INGRESOS	0,00	422 936,67	461 845,97	492 524,77	525 276,14	560 241,97	14 027,94
EGRESOS	-80 091,00	-331 347,72	-363 157,67	-404 072,64	-431 799,95	-468 318,77	427,12
COSTOS OPERATIVOS	-2 800,00	-331 149,72	-361 809,67	-397 782,64	-430 016,95	-463 668,77	427,12
COSTOS DE INVERSION	-77 291,00	-198,00	-1 348,00	-6 290,00	-1 783,00	-4 650,00	
CAMBIOS EN K DE T	-3 886,46	-553,84	-679,19	-458,13	-434,13	0,00	
PAGO DE IGV		-13 001,48	-27 870,15	-29 180,77	-30 713,91	-32 944,76	-2 139,85
IMP. A LA RENTA		-18 125,83	-18 223,13	-16 155,35	-15 667,53	-15 565,27	
FLUJO ECONOMICO	-83 977,46	59 907,80	51 915,84	42 657,89	46 660,62	43 413,17	12 315,20
ESCUDO TRIBUTARIO		1 190,56	985,23	751,18	484,38	180,25	
PRINCIPAL	34 641,60						
INTERESES		-4 252,00	-3 518,68	-2 682,77	-1 729,91	-643,75	
AMORTIZACION		-5 241,74	-5 975,06	-6 810,97	-7 763,83	-8 849,99	
TOTAL F. FINC. NETO	34 641,60	-8 303,18	-8 508,51	-8 742,57	-9 009,37	-9 313,49	0,00
FLUJO FINANCIERO	-49 335,86	51 604,62	43 407,33	33 915,32	37 651,25	34 099,68	12 315,20

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la tabla anterior, se presenta el flujo de caja anual que considera un crecimiento anual constante de ventas del 5%. Este se plantea para el escenario en el que se adquiere una combi nueva, que es la alternativa elegida.

Como se observa, el flujo de caja revela flujos positivos para los cinco años del proyecto. Así mismo, se estimó un Valor Actual Neto Económico de 49168.02 nuevos soles, y un Valor Actual Neto Financiero de 79058.79 nuevos soles.

Con esto se comprueba la viabilidad del proyecto ante el escenario conservador requerido por una institución del Sistema Financiero.



CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para poder evaluar la viabilidad de un proyecto, el indicador determinante es el Valor Actual Neto. Este indicador permite determinar si un proyecto es o no viable, ya que considera el valor actual de los flujos futuros, así como la inversión realizada. Para poder determinar el VAN se necesitó también poder determinar el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), que nos permitió actualizar los flujos futuros.

En este capítulo, además se desarrollarán otros indicadores como la Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación de la Inversión, el Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado, la Relación Costo Beneficio y el Valor Económico Agregado. No obstante, si bien estos indicadores nos proveen de información, el indicador determinante para aceptar o rechazar un proyecto es el VAN.

Así mismo, se considera también el desarrollo del punto de equilibrio y el análisis de sensibilidad como parte del estudio.

5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.1.1. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

Para efectos de calcular el costo promedio ponderado de capital, hemos utilizado la siguiente fórmula:

5.1.1.1. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

TABLA 154: DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

DETERMINACIÓN DEL WACC		
WACC =	$i * (1 - t) * (D / C) + r * (PN / C)$	
Donde:		
i =	Tasa de Interés por la Deuda	27,00%
t =	Tasa de Impuesto a la Renta	28,00%
D =	Monto Financiado	S/. 19 000,00
C =	Capital Total	S/. 55 087,32
PN =	Aporte Propio	S/. 36 087,32
r =	Costo de Capital	27,60%
WACC =	24,79%	
WACC MENSUAL =	1,86%	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Reemplazando:

$$CPPC = i * (1 - t) * (D / C) + r * (PN / C)$$

$$CPPC = 0.2700 * (1 - 0.28) * (19\ 000,00 / 55\ 087,32) + 27,60\% * (36\ 087,32 / 55\ 087,32)$$

$$CPPC = 24,79\%$$

Para la determinación del WACC, hemos considerado la tasa de interés PYME del préstamo obtenido del Banco de Crédito (27,00%); el impuesto a la renta que es 28%; y el costo de capital que es 27,60% siendo el costo de capital mayor al costo de financiamiento.

No obstante, para poder calcular el costo de capital se calculó la rentabilidad esperada del inversionista, como se muestra a continuación:

TABLA 155: CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD ESPERADA

EN UN 1 AÑO	
Ingresos (S/.)	422936,67
Costos (S/.)	331 449,72
BENEFICIO (S/.)	91486,96
COSTO DE CAPITAL	
Beneficio/Costos	27.60%
COC MENSUAL	2.05%

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

La rentabilidad esperada por el inversionista se determinó a partir de los ingresos y costos hallados en nuestros presupuestos considerando la compra de una combi de segundo uso. Con ello se obtiene un beneficio, el cual es dividido entre el total de costos y con ello se obtiene la rentabilidad esperada de 27,60%, que viene a ser el costo de capital para el inversionista.; es decir, la rentabilidad mínima que el inversionista pretende recibir al invertir en este proyecto considerando la compra de una combi de segundo uso.

Es así, que a partir de los datos dados, hemos obtenido un WACC de 24,79% considerando el financiamiento y el aporte propio del inversionista.

5.1.1.2. CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

TABLA 156: DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

DETERMINACIÓN DEL WACC		
WACC =	$i * (1 - t) * (D / C) + r * (PN / C)$	
Donde:		
t =	Tasa de Impuesto a la Renta	28,00%
C =	Capital Total	S/. 83 977,46
PN =	Aporte Propio	S/. 49 335,86
r =	Costo de Capital	27,72%
i =	Tasa de interés por el préstamo para auto nuevo	13,99%
A =	Monto Financiado para préstamo auto nuevo	S/. 34 641,60
WACC =		20,44%
WACC MENSUAL =		1,56%

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Reemplazando:

$$CPPC = i * (1 - t) * (D / C) + r * (PN / C)$$

$$CPPC = 0.1399 * (1 - 0.28) * (34\ 641,60 / 83\ 977,46) + 27,72\% * (49\ 335,86 / 83\ 977,46)$$

$$CPPC = 20.44\%$$

Para la determinación del WACC, hemos considerado la tasa de interés de crédito vehicular obtenido del Banco de Crédito (13,99%), el impuesto a la renta (28%); y

el costo de capital (27,72%)%siendo el costo de capital mayor al costo de financiamiento.

No obstante, para poder calcular el costo de capital se calculó la rentabilidad esperada del inversionista, como se muestra a continuación:

TABLA 157: CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD ESPERADA

EN UN 1 AÑO	
Ingresos (S/.)	422936,67
Costos (S/.)	331 149,72
BENEFICIO (S/.)	91786,96
COSTO DE CAPITAL	
Beneficio/Costos	27.72%
COC MENSUAL	2.06%

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

La rentabilidad esperada por el inversionista se determinó a partir de los ingresos y costos hallados en nuestros presupuestos, considerando la compra de una combi nueva. Con ello se obtiene un beneficio, el cual es dividido entre el total de costos y con ello se obtiene la rentabilidad esperada de 27,72% que viene a ser el costo de capital para el inversionista; es decir, la rentabilidad mínima que pretende recibir el inversionista al invertir en este proyecto considerando la compra de una combi nueva.

Es así, que a partir de los datos dados, hemos obtenido un WACC de 20.44% considerando el financiamiento y el aporte propio del inversionista.

5.1.2. CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto, considera el valor del dinero a través del tiempo, y es por ello que trae los flujos futuros al valor presente, y le detrae la inversión inicial.

5.1.2.1. Valor Actual Neto Económico:

Se calcula el Valor Actual Neto Económico (VANE), que será el resultado de considerar la inversión inicial, tomando en cuenta el aporte de los acreedores; y el valor actual de los flujos futuros. Donde los flujos futuros surgen a partir de la agregar a los flujos futuros económicos, las actividades de financiamiento (Sapag Chain 2010).

A. Flujos para el cálculo del VAN Económico considerando la compra de una combi de segundo uso:

TABLA 158: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

AÑO	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	VALOR ACTUAL
0	-S/.55 087	-S/. 55 087
1	S/.54 187	S/. 42 465
2	S/.51 485	S/. 31 621
3	S/.44 337	S/. 21 340
4	S/.56 688	S/. 21 383
5	S/.77 438	S/. 22 891
	VA	S/. 139 699
	VAN	S/. 84 612

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se obtuvo como resultado un Valor Actual Neto Económico de 84 612 nuevos soles, como resultado de una inversión de 55 087 nuevos soles (considerando la compra de una combi de segundo uso), durante un periodo de 5 años.

B. Flujos para el cálculo del VAN Económico considerando la compra de una combi nueva:

TABLA 159: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN ECONÓMICO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

AÑO	F.C.E	VA
0	-S/.83 977	-S/. 83 977
1	S/.59 896	S/. 46 897
2	S/.53 228	S/. 32 632
3	S/.47 739	S/. 22 915
4	S/.58 617	S/. 22 030
5	S/.79 429	S/. 23 373
	VA	S/. 147 848
	VAN	S/. 63 871

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se obtuvo como resultado un Valor Actual Neto Económico de 63 871 nuevos soles, como resultado de una inversión de 83 977 nuevos soles (considerando la compra de una combi nueva), durante un periodo de 5 años.

5.1.2.2. Valor Actual Neto Financiero:

Se calcula el Valor Actual Neto Económico (VANF), que será el resultado de considerar la inversión inicial, fondos que provienen de aportes propios; y el valor actual de los flujos futuros. Donde los flujos futuros surgen a partir de las actividades de operación más las actividades de inversión, y menos el impuesto a la renta (Sapag Chain 2010).

A. Flujos para el cálculo del VAN Financiero considerando la compra de una combi de segundo uso:

TABLA 160: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN FINANCIERO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

AÑO	F.C.F	VA
0	-S/.36 087	-S/. 36 087
1	S/.48 827	S/. 39 128
2	S/.46 113	S/. 29 613
3	S/.37 759	S/. 19 432
4	S/.51 290	S/. 21 152
5	S/.72 027	S/. 23 804
	VA	S/. 133 130
	VAN	S/. 97 042

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se obtuvo como resultado un Valor Actual Neto Financiero de 97 042 nuevos soles, como resultado de considerar dentro la inversión el crédito obtenido del Banco de crédito del Perú y el aporte propio.

B. Flujos para el cálculo del VAN Financiero considerando la compra de una combi nueva:

**TABLA 161: FLUJOS PARA EL CÁLCULO DEL VAN FINANCIERO
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA**

AÑO	F.C.F	VA
0	-\$49 336	-\$ 49 336
1	\$51 593	\$ 42 838
2	\$44 720	\$ 30 830
3	\$38 997	\$ 22 322
4	\$49 607	\$ 23 576
5	\$70 115	\$ 27 668
	VA	\$ 147 233
	VAN	\$ 97 897

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se obtuvo como resultado un Valor Actual Neto Financiero de 97 897 nuevos soles, como resultado de considerar dentro la inversión el crédito obtenido del Banco de crédito del Perú y el aporte propio.

5.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO:

Este criterio nos señala la rentabilidad que genera una serie de flujos futuros. La lógica más básica del método de la TIR es que proporciona una cifra porcentual de rentabilidad de un proyecto (Meza 2011). A mayor TIR mayor, rentabilidad.

Al determinar la TIR se busca determinar la tasa de descuento que hace que el VAN sea cero.

El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR), evalúa el proyecto en base de una tasa única de rendimiento con la cual los beneficios totales actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (Sapag Chaín 2000).

Se determina con la siguiente fórmula:

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

5.1.3.1. Tasa Interna de Retorno considerando la compra de una combi de segundo uso

TABLA 162: TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO

TIR. E.	92,92%
TIR. F.	129,68%

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

- El costo de capital del proyecto, es de 27,60%, considerando la compra de una combi de segundo uso; al compararlo con la TIRE de los flujos económicos (92,92%), es que verificamos que la TIRE es mayor al costo de capital; por lo tanto se aceptará el proyecto. Ya que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo de capital.
- El costo promedio ponderado de capital, es de 24,79%, considerando la compra de una combi de segundo uso; al compararlo con la TIRF de los flujos financieros 129,68%, es que verificamos que la TIRF es mayor al costo promedio ponderado de capital; por lo tanto se aceptará el proyecto. Ya que el

proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo promedio ponderado de capital.

5.1.3.2. Tasa Interna de Retorno considerando la compra de una combi nueva

TABLA 163: TASA INTERNA DE RETORNO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA

TIR. E.	62.12%
TIR. F.	95.13%

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

- El costo de capital del proyecto, es de 27,72%, considerando la compra de una combi nueva; al compararlo con la TIRE de los flujos económicos (62,12%), es que verificamos que la TIRE es mayor al costo de capital; por lo tanto se aceptará el proyecto. Ya que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo de capital.
- El costo promedio ponderado de capital, es de 20,44%, considerando la compra de una combi nueva; al compararlo con la TIRF de los flujos financieros (95.13%), es que verificamos que la TIRF es mayor al costo promedio ponderado de capital; por lo tanto se aceptará el proyecto. Ya que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida, en este caso el costo promedio ponderado de capital.

5.1.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI):

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) “se basa en el concepto de que una oportunidad que paga su inversión inicial rápido es una buena idea”. Para aplicar la regla del período de recuperación se debe calcular “la cantidad de tiempo que toma recuperar la inversión inicial”. Este indicador considera que mientras más pronto se recupere la inversión es mejor el proyecto (Berk y DeMarzo 2008: 152). Sapag Chaín (2000), define el periodo de recuperación de la inversión como aquel que determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión.

A continuación se muestra el cálculo del PRI del proyecto, tanto considerando los flujos económicos como financieros:

5.1.4.1. Periodo de Recuperación de la Inversión considerando la compra de una combi de segundo uso:

**TABLA 164: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO
(MESES)**

PRI. E.	0.86
PRI. F.	0.72

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Según el análisis económico, el PRI estimado es de 10 meses con 9 días. Esto significa que la inversión se recupera en 10 meses con 9 días.

Según el análisis financiero, el PRI estimado es de 8 meses con 21 días. Esto significa que la inversión se recupera en 8 meses con 21 días.

5.1.4.2. Periodo de Recuperación de la Inversión considerando la compra de una combi nueva:

TABLA 165: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA (MESES)

PRI. E.	1,39
PRI. F.	0.95

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Según el análisis económico, el PRI estimado es de 16 meses con 20 días. Esto significa que la inversión se recupera en 16 meses con 20 días.

Según el análisis financiero, el PRI estimado es de 11 meses con 12 días. Esto significa que la inversión se recupera en 11 meses con 12 días.

5.1.4.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO (PRID):

A diferencia del PRI, este indicador si considera el valor del dinero en el tiempo. Es así como a continuación utilizando los flujos de los 5 años, es que se determina el PRID.

5.1.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado, considerando la compra de una combi de segundo uso:

TABLA 166: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO (MESES)

PRID. E.	1,11
PRID. F.	0,90

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Según el análisis económico, el PRID estimado es de 13 meses con 9 días. Esto significa que la inversión se recupera en 13 meses con 9 días.

Según el análisis financiero, el PRID estimado es de 10 meses con 23 días. Esto significa que la inversión se recupera en 10 meses con 23 días.

5.1.4.5. Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado, considerando la compra de una combi nueva:

TABLA 167: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA (MESES)

PRID. E.	2.16
PRID. F.	0.91

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Según el análisis económico, el PRID estimado es de 25 meses con 28 días. Esto significa que la inversión se recupera en 25 meses con 28 días.

Según el análisis financiero, el PRID estimado es de 10 meses con 28 días. Esto significa que la inversión se recupera en 10 meses con 28 días.

5.1.5. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

La relación Beneficio-Costo toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, al utilizar flujos actualizados de ingresos y egresos. Este indicador muestra la relación entre los beneficios y costos generados por el proyecto, mostrando cuánto gana el proyecto por cada nuevo sol invertido en el mismo.

5.1.5.1. Relación Beneficio/Costo – Económico, considerando la compra de una combi de segundo uso:

**TABLA 168: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO**

V.A	S/. 139 699
INVERSIÓN INICIAL	-S/. 55 087
C/B	2,54

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

En la evaluación económica la relación Beneficio/Costo es de 2,54 lo que quiere decir que se por cada nuevo sol que se invierte en el proyecto se obtiene 2,54 nuevos soles.

5.1.5.2. Relación Beneficio/Costo – Económico, considerando la compra de una combi nueva:

**TABLA 169: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – ECONÓMICO
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA**

V.A	S/. 147 848
INVERSIÓN INICIAL	-S/. 83 977
C/B	1,76

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la evaluación económica la relación Beneficio/Costo es de 1,76 lo que quiere decir que se por cada nuevo sol que se invierte en el proyecto se obtiene 1,76 nuevos soles.

5.1.5.3. Relación Beneficio/Costo – Financiero, considerando la compra de una combi de segundo uso:

**TABLA 170: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI DE SEGUNDO USO**

V.A	S/. 133 130
INVERSIÓN INICIAL	S/. 36 087
C/B	3,69

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la evaluación financiera la relación Beneficio/Costo es de 3,69, lo que quiere decir que se por cada nuevo sol que se invierte en el proyecto se obtiene 3,69 nuevos soles.

5.1.5.4. Relación Beneficio/Costo – Financiero, considerando la compra de una combi de segundo uso:

**TABLA 171: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO – FINANCIERO
CONSIDERANDO LA COMPRA DE UNA COMBI NUEVA**

V.A	S/. 147 233
INVERSIÓN INICIAL	S/. 49 336
C/B	2,98

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

En la evaluación financiera la relación Beneficio/Costo es de 2.98, lo que quiere decir que se por cada nuevo sol que se invierte en el proyecto se obtiene 2.98 nuevos soles.

5.1.6. VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA)

El Valor Económico Agregado, es una herramienta financiera que se define como el importe que queda una vez que se han deducido de los ingresos la totalidad de los gastos, incluidos el costo de oportunidad de los aportantes y los impuestos (Sapag Chain 2000).

En sí, es el resultado obtenido una vez que se han cubierto todos los gastos y que se ha satisfecho una rentabilidad mínima esperada por parte de los inversionistas.

E.V.A.:

Utilidad Operativa después de impuestos- (C.P.P.C.*(Capital Invertido))

Dónde:

- ✓ C.P.P.C: Costo Promedio ponderado de capital "WACC".
- ✓ Utilidad Operativa después de impuestos: Utilidad Operativa x (1-Tasa Impositiva)

Como en el proyecto se plantean dos alternativas, se determina un EVA si se compra una combi de segundo uso y un EVA si se adquiere una combi nueva, los cuales se presentan a continuación:

- **EVA (combi usada) = S/. 33 473**

Este monto representa el beneficio extra que obtendrían los inversionistas al invertir en este proyecto, considerando la compra de una combi usada para el negocio.

- **EVA (combi nueva) = S/. 23 333**

Este monto representa el beneficio extra que obtendrían los inversionistas al invertir en este proyecto, considerando la compra de una combi nueva para el negocio.

5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Como se comentó en el Capítulo 1, el punto de equilibrio es la situación donde los ingresos cubren los costos de un proyecto y se logra cuando los ingresos totales se igualan a los costos totales.

Para nuestro proyecto se determinó el punto de equilibrio para cada uno de los productos que ofertamos.

Para poder determinar el punto de equilibrio, se siguió distribuyendo el total de costos fijos a través de una ponderación en relación a la cantidad producida; ya que por ejemplo la cebolla y la papa son los insumos que demandan más costos fijos, por el mayor uso de mano de obra y uso de agua y energía para la maquinaria y lavado. La tabla siguiente detalla a continuación la distribución del costo fijo para cada uno de los productos.

TABLA 172: DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

COSTOS			
CONCEPTO	Costo Total	Costos Fijos	Costos Variables
INSUMOS	164 261,20		164 261,20
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	19 094,92		19 094,92
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	600,00	600,00	
SALARIOS	34 375,00	34 375,00	
GASTOS DE SERVICIO DE LUZ	1 220,34	1 220,34	1 220,34
GASTOS DE SERVICIO DE AGUA	881,36	881,36	881,36
GASTOS DE TELEFONÍA E INTERNET	1 423,73	1 423,73	
UTILES DE OFICINA	711,86	711,86	
ALQUILER DE LOCAL	14 237,29	14 237,29	
CONTADOR	600,00	600,00	
COMBUSTIBLE	15 341,12		15 341,12
MARKETING	4 067,80	4 067,80	
DEPRECIACION	4 987,29		4 987,29
TOTAL C. OPERATIVOS	261 801,90	58 117,37	205 786,22

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

TABLA 173: DISTRIBUCIÓN DEL COSTO FIJO

CONCEPTO	COSTO POR INSUMO		USO AGUA		USO ELECTRICIDAD		GIF		DEPRECIACIÓN		COMBUSTIBLE		TOTAL COSTO VARIABLE PONDERADO
	COSTO	%	COSTO	%	COSTO	%	COSTO	%	COSTO	%	COSTO	%	
PAPA CORTE BASTÓN CANCHAN	23572,04	14,35%	193,90	22,00%	325,46	26,67%	4200,88	22,00%	1330,11	26,67%	2556,85	16,67%	32179,25
PAPA CORTE BASTÓN UNICA	33238,29	20,24%	193,90	22,00%	325,46	26,67%	4200,88	22,00%	1330,11	26,67%	2556,85	16,67%	41845,50
PAPA PELADA ENTERA UNICA	26539,22	16,16%	176,27	20,00%	325,46	26,67%	3818,98	20,00%	1330,11	26,67%	2556,85	16,67%	34746,90
CEBOLLA CORTE HOJA	10100,50	6,15%	158,64	18,00%	122,03	10,00%	3437,08	18,00%	498,73	10,00%	2556,85	16,67%	16873,85
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS	4661,77	2,84%	158,64	18,00%	122,03	10,00%	3437,08	18,00%	498,73	10,00%	2556,85	16,67%	11435,12
ACEITE	66149,38	40,27%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	2556,85	16,67%	68706,23
TOTAL	164261,20	100,00%	881,36	100,00%	1220,34	100,00%	19094,92	100,00%	4987,29	100,00%	15341,12	100,00%	

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Luego de haber distribuido los costos fijos, procedimos a determinar el punto de equilibrio para cada uno de los productos ofertados.

Se determinó el **Punto de Equilibrio Valorado** en nuevos soles, a través de la fórmula: $V.T.* = C.F./ (1 - (C.V./V.T.))$, donde: “V.T” son las ventas totales, “C.F” es el costo fijo para cada uno de los productos, el cual se determinó a través del porcentaje hallado en la tabla anterior multiplicado por el costo fijo total. Y “C.V” es el costo variable total para uno de los productos, conformado por el costo de materia prima de cada uno y los servicios de agua y luz que utiliza cada uno. El costo de combustible fue repartido entre todos los productos ya que para la distribución de los mismos es que se hace uso del combustible. Con el punto de equilibrio valorado pudimos obtener el monto en nuevos soles en equilibrio donde las ventas en unidades monetarias son igual a los costos en unidades monetarias de cada producto, y no se existe ni pérdida ni ganancia.

Así también se determinó el **Punto de Equilibrio Físico**, en el cual obtuvimos las cantidades de cada producto que se deben de vender para cubrir el total de costo de cada uno de los productos. El Punto de Equilibrio Físico lo determinamos a través de la fórmula: $Q(x)* = C.F./(P - v)$, donde “Q” es la cantidad que se debe producir para cubrir todos los costos, “C.F” es el costo fijo para cada uno de los productos, “P” es el precio al cual vendemos cada producto y “v” es el costo variable unitario.

En la siguiente tabla se observa el Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles, como el Punto de Equilibrio Físico en kilogramos o litros para cada uno de los productos ofertados. Ambos puntos de equilibrio fueron determinados con el total de cantidades demandadas de cada uno de los productos por los restaurantes.

Estas cantidades fueron extraídas del cuadro de ventas anuales del primer año.

5.2.1. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON CANCHAN

TABLA 174: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON CANCHAN

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Kilogramos
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
PAPA CORTE BASTÓN CANCHAN			
CANTIDAD Kg	49355,43	S/. 30 992,82	S/. 15496,41
PRECIO POR KILOGRAMO (S/.)	2,00		
VENTA TOTAL (S/.)	98710,86		
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	0,848		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	41845,50		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	17854,35		

Autores

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras.

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa corte bastón es de S/.30992.82, monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 49355.43 kilogramos que son el total de kilogramos de papa canchan corte bastón canchan que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 15496.41 kilogramos, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 49355,43 kilogramos supera al punto de equilibrio

de 15496.41 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.2.2. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON UNICA

TABLA 175: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA CORTE BASTON UNICA

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Kilogramos
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
<u>PAPA CORTE BASTÓN UNICA</u>			
CANTIDAD Kg	49355,43		
PRECIO POR KILOGRAMO (S/.)	2,00		
VENTA TOTAL (S/.)	98710,86	S/. 30 992.82	15 496.41
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	0,848		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	41845,50		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	17854,35		

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa única pelada corte bastón es S/. 30 992.82 de monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 49355,43 kilogramos que son el total de kilogramos de papa corte bastón única que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 15 496.41 kilogramos, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 49355,43 kilogramos supera al punto de equilibrio

de 15 496.41 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.2.3. PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA PELADA ENTERA UNICA

TABLA 176: PUNTO DE EQUILIBRIO PAPA PELADA ENTERA UNICA

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Kilogramos
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
PAPA PELADA ENTERA UNICA		S/. 26,246.67	13599.31
CANTIDAD Kg	39408.00		
PRECIO POR KILOGRAMO (S/.)	1.93		
VENTA TOTAL (S/.)	76057.44		
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	0.882		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	34746.90		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	14255.86		

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de papa única pelada entera es de S/. 26 246,67 monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 39408.00 kilogramos que son el total de kilogramos de papa pelada entera única que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 13599,31 kilogramos, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 39408.00 kilogramos supera al punto de equilibrio de 13599,31 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA CORTE HOJA

TABLA 177: PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA CORTE HOJA

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Kilogramos
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
CEBOLLA CORTE HOJA			
CANTIDAD Kg	17472.00	S/. 13,637.53	7576.41
PRECIO POR KILOGRAMO (S/.)	1.80		
VENTA TOTAL (S/.)	31449.60		
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	0.966		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	16873.85		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	6320.50		

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de cebolla corte hoja es de S/. 13 637,53 monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 17472.00 kilogramos que son el total de kilogramos de cebolla corte hoja que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 7576,41 kilogramos, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 17472.00 kilogramos supera al punto de equilibrio

de 7576,41 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.2.5. PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS

TABLA 178: PUNTO DE EQUILIBRIO CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Kilogramos
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
CEBOLLA PICADA EN CUADRADITOS			
CANTIDAD Kg	8064.00		
PRECIO POR KILOGRAMO (S/.)	1.95		
VENTA TOTAL (S/.)	15724.80	S/. 10,693.49	5483.84
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	1.418		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	11435.12		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	2917.16		

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de cebolla picada en cuadraditos es de S/. 10 693,49 monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 8064.00 kilogramos que son el total de kilogramos de cebolla picada en cuadraditos que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 5483,84 kilogramos, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 8064.00 kilogramos supera al punto de equilibrio

de 5483,84 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.2.6. PUNTO DE EQUILIBRIO LITROS DE ACEITE

TABLA 179: PUNTO DE EQUILIBRIO LITROS DE ACEITE

		Punto de Equilibrio Valorado en Nuevos Soles	Punto de Equilibrio Físico en Litros
		$V.T.* = C.F./(1 - (C.V./V.T.))$	$Q(x)* = C.F./(P - v)$
ACEITE			
CANTIDAD Litros	15984.00	S/. 37,381.13	7351
PRECIO POR LITRO (S/.)	5.09		
VENTA TOTAL (S/.)	81278.64		
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)	4.30		
COSTO VARIABLE TOTAL (S/.)	68706.23		
COSTO FIJO PONDERADO (S/.)	5782.22		

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

El Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles para la venta de aceite es de S/. 37 381,13 monto que cubriría los costos totales de abastecer la demanda de 15984.00 litros que son el total de litros de aceite que demandan los restaurantes.

El Punto de Equilibrio Físico de este producto es de 7351 litros, cantidad con la cual se cubrirían los costos de producir este insumo. Como se puede observar la cantidad demanda al año por los restaurantes de 15984.00 litros supera al punto de equilibrio de 7351 kilogramos, lo que significa que si se cubren los costos y se obtienen ganancias.

5.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Como se explicó en el primer capítulo, el análisis de sensibilidad representa el análisis del comportamiento de un proyecto ante el cambio de una variable. Este análisis nos indica las posibilidades que tiene de sobrevivir un proyecto ante la variación de las expectativas previstas en la proyección de una determinada variable.

Se evaluó la sensibilidad del proyecto frente a la variación de los costos de cada uno de los insumos utilizados para la obtención de nuestros productos, para satisfacer la demanda de nuestros clientes, en este caso la demanda de los Restaurantes del distrito de Yanahuara. Estas variaciones tiene un efecto sobre el Valor Actual Neto Económico y el Valor Actual Neto Financiero del proyecto.

El objetivo de este análisis de sensibilidad es determinar cuán sensible es el Valor Actual Neto del proyecto ante un cambio en los costos de los insumos utilizados en nuestro proyecto, manteniendo las demás variables constantes.

Se debe mencionar que se determinaron las variaciones del Valor Actual Neto Económico y el Valor Actual Neto Financiero para el escenario que considera la adquisición de la combi de segundo uso, como también para el escenario que considera la adquisición de la combi nueva.

5.3.1. VARIACIONES DEL VALOR ACTUAL NETO EN EL ESCENARIO QUE CONSIDERA LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI DE SEGUNDO USO:

TABLA 180: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHÁN

PAPA CANCHAN	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
--------------	------	--------------	-----------

variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	84 611.79	72 421.45	96 803.18

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 72 421.45 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 96 803.18 nuevos soles.

TABLA 181: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHÁN

PAPA CANCHAN	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 042.33	84 112.73	109 972.98

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 84 112.73 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 109 972.98 nuevos soles.

TABLA 182: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA

PAPA UNICA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
-------------------	-------------	---------------------	------------------

variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	84 611.79	53 610.64	115 619.81

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 53 610.64 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 115 619.81 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Económico del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo de la papa única, esto debido a que la mayor demanda de papa por parte de los restaurantes, es de la papa única.

TABLA 183: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA

PAPA UNICA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 042.33	64 158.57	129 932.90

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 64 158.57 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 129 932.90 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Financiero del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del

costo de la papa única, esto debido a que la mayor demanda de papa por parte de los restaurantes, es de la papa única.

TABLA 184: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA

CEBOLLA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	84 611.79	77 028.48	92195.50

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 77 028.48 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE 92 195.50 nuevos soles.

TABLA 185: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA

CEBOLLA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 042.33	89 000.48	105 084.58

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 89 000.48 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 105 084.58 nuevos soles.

TABLA 186: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE

ACEITE	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	84 611.79	49 985.37	119 246.82

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 49 985.37 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 119 246.82 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Económico del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo del litro de Aceite CIL, esto debido a que el aceite es uno de los productos más demandados por nuestros clientes, y representa una buena proporción de nuestras ventas.

TABLA 187: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE

ACEITE	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%

VANF	97 042.33	60 304.61	133 788.61
-------------	-----------	-----------	------------

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 60 304.61 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 133 788.61 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Financiero del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo del litro de Aceite CIL, esto debido a que el aceite es uno de los productos más demandados por nuestros clientes, y representa una buena proporción de nuestras ventas.

5.3.2. VARIACIONES DEL VALOR ACTUAL NETO EN EL ESCENARIO QUE CONSIDERA LA ADQUISICIÓN DE LA COMBI NUEVA:

TABLA 188: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHAN

PAPA CANCHAN	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	63 870.73	51 709.23	76 033.28

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 51 709.23 nuevos soles. Sin embargo, ante una

reducción de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 76 033.28 nuevos soles.

TABLA 189: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA CANCHAN

PAPA CANCHAN	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 897.45	83 669.83	112 126.11

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 83 669.83 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa canchan en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 112 126.11 nuevos soles.

TABLA 190: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA

PAPA UNICA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANE	63 870.73	32 943.02	94 805.31

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se

observa una reducción del VANE a 32 943.02 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 94805.31 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Económico del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo de la papa única, esto debido a que la mayor demanda de papa por parte de los restaurantes, es de la papa única.

TABLA 191: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA PAPA ÚNICA

PAPA UNICA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 897.45	61 707.90	134 093.74

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 61 707.90 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la papa única en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 134093.74 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Financiero del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo de la papa única, esto debido a que la mayor demanda de papa por parte de los restaurantes, es de la papa única.

TABLA 192: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA ROJA

CEBOLLA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%

VANE	63 870.73	56 305.31	71 436.55
-------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 56 305.31 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 71 436.55 nuevos soles.

TABLA 193: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DE LA CEBOLLA ROJA

CEBOLLA	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 897.45	89 050.62	106 744.68

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo

Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 89 050.62 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos de la cebolla roja en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 106 744.68 nuevos soles.

TABLA 194: VARIACIÓN DEL VAN ECONÓMICO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE

ACEITE	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%

VANE	63 870.73	29 326.67	98 423.40
-------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANE a 29 326.67 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANE a 98 423.40 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Económico del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del costo del litro de Aceite CIL, esto debido a que el aceite es uno de los productos más demandados por nuestros clientes, y representa una buena proporción de nuestras ventas.

TABLA 195: VARIACIÓN DEL VAN FINANCIERO ANTE UNA VARIACIÓN DEL COSTO DEL ACEITE

ACEITE	BASE	DESFAVORABLE	FAVORABLE
variación costo de venta		+25%	-25%
VANF	97 897.45	57 451.41	138 351.98

Fuente: Investigación por fuente primaria obtenida mediante el estudio de campo
Elaboración de las Autoras

Se plantearon dos escenarios. En el primer escenario se supone un incremento de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de la vida del proyecto. Ante ello se observa una reducción del VANF a 57 451.41 nuevos soles. Sin embargo, ante una reducción de los costos del aceite CIL en un 25% en todos los años de vida del proyecto, se registra un incremento del VANF a 138 351.98 nuevos soles. Como se observa, el Valor Actual Neto Financiero del proyecto tiene mayor sensibilidad ante las variaciones del

costo del litro de Aceite CIL, esto debido a que el aceite es uno de los productos más demandados por nuestros clientes, y representa una buena proporción de nuestras ventas.



CONCLUSIONES

Conclusión N° 1:

Luego de haber realizado un estudio del entorno, es que se verificó que en Arequipa sí existe suficiente disponibilidad de materias primas para la oferta de insumos para los restaurantes de distrito de Yanahuara; pues estos insumos se encuentran fácilmente en los centros de abastos, como el terminal de papas de Arequipa y los distintos mercados de la ciudad. Para el caso de nuestro proyecto, hemos seleccionado a nuestros proveedores de insumos que son personas conocidas por la calidad de sus productos y cumplimiento. Por ejemplo, la papa será obtenida del terminal de papas ubicado en Cerro Juli, por contacto de la Sra. Ana María Corrales (mayorista en el terminal de papas), así mismo la cebolla se adquirirá por medio del distribuidor mayorista, el señor Nicolás Núñez (comercializador de cebolla), y finalmente la compra del aceite se hará en contacto con la empresa de Distribución Katya S.R.L., con los cuáles se conversó para que sean nuestros proveedores (páginas 110-111).

Conclusión N° 2:

Existe una demanda de insumos por parte de los restaurantes de Yanahuara, dado que tras el estudio de mercado realizado, se determinó que de los 21 restaurantes encuestados, un día particular demandan 544 kilogramos de papa aproximadamente en conjunto, y un día de fin de semana demandan 764 kilogramos de papa en conjunto.

En cuanto a la cantidad de cebolla demandada, estos restaurantes en un día particular demandan 162 kilogramos de cebolla aproximadamente en conjunto, mientras que un día del fin de semana, demandan en promedio 275 kilogramos de cebolla. Finalmente, en cuanto al aceite, los restaurantes de Yanahuara demandan aproximadamente 577 litros de aceite semanalmente (páginas 74 - 105).

Conclusión N° 3:

Después de haber indagado acerca de la maquinaria necesaria para la realización de este proyecto y haber realizado sus respectivas cotizaciones, es que se determina como inversión inicial un monto de 83,977.46 nuevos soles. Este monto considera la inicial para la compra de una combi nueva, el pago de la garantía por alquiler del local de dos meses, la compra de la maquinaria y utensilios necesarios, como los carnés de sanidad y la indumentaria para cada uno de los trabajadores. Para los presupuestos de inversión, se realizaron dos presupuestos, uno considerando la adquisición de una combi nueva y otro considerando la compra de una combi de segundo uso, para poder comparar ambas alternativas y elegir la mejor. Por lo tanto, como se comentó anteriormente, se determinó elegir la inversión considerando la adquisición de una combi de nueva, ya que forma parte de la estrategia comercial (página 152).

Conclusión N° 4:

El proyecto se financió por medio del aporte propio de los inversionistas y un préstamo. El aporte propio de los inversionistas por un monto de 49 335.86 nuevos soles y la diferencia a través de un préstamo del Banco de Crédito del Perú a cinco años. El préstamo es un préstamo vehicular a una tasa de 13,99%. Cabe resaltar, que se eligió esta entidad financiera, debido a que es la institución que cobra las tasas más bajas del mercado (páginas 208-212).

Conclusión N°5:

Los presupuestos tanto mensuales como anuales que se realizaron para determinar la viabilidad del proyecto fueron, el presupuesto de ingresos, de ventas, de materias primas, de compras, de mano de obra, de gastos indirectos de fabricación, del costo de ventas, de gastos de administración, de gasto de ventas, de financiamiento, de IGV y de costos de operación (páginas 174 -280). Estos presupuestos nos han permitido realizar el estado de resultados y el flujo de caja tanto económico como financiero. Finalmente es que con toda la información adquirida de ellos se pudo determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto (páginas 287-290).

Cabe mencionar, que estos presupuestos se realizaron tanto considerando la compra de una combi nueva, como de una de segundo uso con el fin de realizar un comparación y es así como se determinó la viabilidad de ambas opciones de inversión.

Conclusión N°6:

Hemos demostrado la hipótesis. La oferta de insumos es viable económica y financieramente, dados los cambios crecientes de la Demanda de insumos de los restaurantes del distrito de Yanahuara. Esta viabilidad ha sido determinada a partir del Valor Actual Neto. El proyecto, considerando la adquisición de una combi nueva, cuenta con Valor Actual Neto Económico de S/.63 870,73 y con un Valor Actual Neto Financiero de S/. 97 897,45 Estos últimos fueron hallados a partir de los flujos anuales calculados de la página 287 hasta la página 290.

Conclusión N°7:

En el capítulo de evaluación financiera se desarrollaron todos los indicadores que nos permitieron conocer la viabilidad del proyecto. Dentro de ellos se determina la tasa interna de retorno del proyecto, de una inversión a 5 años (considerando la adquisición de una combi nueva), obteniendo una TIR de 62,12% como rentabilidad de los flujos económicos; y una TIR de 95,13% como rentabilidad de los flujos financieros (páginas 302-305).

Conclusión N°8:

Se determinó como tiempo de recuperación de la inversión del proyecto, un periodo de 25 meses y 29 días, considerando la rentabilidad de los flujos económicos. Así mismo, considerando la rentabilidad de los flujos financieros, se determinó un periodo de recuperación de 10 meses y 28 días. Lo que significa que en estos periodos de tiempo se recupera la inversión inicial, siendo relativamente rápido el tiempo de recobro y una buena opción de negocio.

Es importante mencionar, que estos periodos fueron determinados a través del PRID (periodo de retorno de la inversión descontado), ya que este indicador considera el valor del dinero en el tiempo (paginas 305 - 307).

Conclusión N°9:

Finalmente se determinó el valor agregado económico del proyecto, obteniendo como EVA (considerando la compra de la combi nueva), un monto de S/. 23 333; siendo un monto muy atractivo para los inversionistas ya que representa el beneficio extra que se obtendrán al invertir en este proyecto, por lo que este indicador demuestra que es un negocio rentable (Páginas 309 – 310).



RECOMENDACIONES

Respecto a la **conclusión N° 1:**

En Arequipa existen muchos provisosores de las materias primas que se consideran en el proyecto, no obstante, se recomienda que las materias primas siempre sean adquiridas de proveedores que oferten productos de calidad, ya que existen algunos provisosores que pueden ofrecer precios más bajos, pero productos de menor calidad. Complementariamente, no todos los comerciantes de papa y cebolla entregan factura por las ventas, es por eso que se recomienda trabajar con proveedores que otorguen factura de ventas, para un mejor control de las compras y para poder beneficiarse del crédito fiscal (cuando el monto de compras supere el monto de ventas). Así mismo, se recomienda contar con información acerca de otros posibles proveedores que pudieran abastecernos en caso de cualquier imprevisto.

Respecto a la **conclusión N° 2:**

Como la ciudad cuenta con una gran cantidad de restaurantes, el boom gastronómico beneficia a todos los niveles de la cadena gastronómica. Por tal motivo, se recomienda poder realizar el estudio en otros distritos de la ciudad de Arequipa, con el fin de poder determinar su demanda y ver la posibilidad de abarcar nuevos mercados. Ante ello también se recomienda iniciar esta expansión, atendiendo a empresas concesionarias de alimentos que se encuentren ubicadas en lugares cercanos para la empresa. Se realizó una pequeña indagación sobre estas, y se propone iniciar con las concesionarias: Cannelle Catering S.A.C., Coservi S.R.L., Corsal S.A.C.; las cuales se encuentran ubicadas en el distrito de Cerro Colorado; así como la concesionaria Intravents S.R.L., ubicada en el distrito de Cayma; las cuales se verían ampliamente favorecidas al contar con nuestros productos para la preparación de sus alimentos.

Respecto a la **conclusión N° 3:**

En el caso que se decida abarcar nuevos mercados, ofreciendo el servicio a otros restaurantes del distrito de la ciudad; se recomienda hacer una mayor inversión para la adquisición de maquinaria

con mayor capacidad de producción. Pues, como se mencionó en el proyecto, es muy importante que los productos sean distribuidos en los restaurantes a las horas establecida según los contratos con cada restaurante (dependiendo del requerimiento de cada uno); ya que los encargados de la preparación de los alimentos, necesitan tener los insumos a la hora para poder empezar a cocinar.

Respecto a la **conclusión N° 4**:

Se recomienda que se indague sobre nuevas formas de financiamiento, como por ejemplo buscar nuevos inversionistas que deseen invertir en el proyecto a medida que este crece, con el fin de disminuir los costos de financiamiento; ya que el monto de inversión para la instalación de la empresa no es muy elevado.

Respecto a la **conclusión N° 6**:

Como se pudo comprobar a lo largo de este estudio, es viable la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara. Por consiguiente, para crecer en el mercado se recomienda principalmente idear una mayor cantidad de estrategias de crecimiento y defensivas, para contrarrestar y sobrevivir a la competencia. Así mismo, se sugiere poder incursionar en la distribución de otros productos altamente demandados por los restaurantes, elaborando previamente un estudio de mercado y análisis económico – financiero; con el fin de aprovechar el boom gastronómico, que como se mencionó anteriormente, beneficia a todos los eslabones de la cadena gastronómica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS:

- HERNÁNDEZ, S.; FERNÁNDEZ, C.; BAPTISTA, L.
2010. Metodología de la Investigación. Quinta Edición. MEXICO: McGraw Hill Interamericana.
- KOTLER, Philip
2001. Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición. Prentice Hall.
- MEZA, Mauricio
2011. Finanzas Empresariales para la Micro y Pequeña Empresa. Editorial: Universidad Católica de Santa María.
- PAREDES NUÑEZ, J. E.
2010. Manual para la Investigación Científica. Octava Edición. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
- SAPAG CHAÍN, Nassir y SAPAG CHAÍN, Reinaldo
2000. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. CHILE: McGraw Hill Interamericana de Chile.
- TAFUR R.
2009. La Tesis Universitaria: La tesis Doctoral, La tesis de maestría, El Informe, La monografía. PERU: Editorial Mantaro.

PUBLICACIONES:

- UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

s.f. "Elementos y Normas Básicas para Trabajos Académicos". Archivo de PDF. Lima, 2012. pp. 1-11.

- UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

s.f. "Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas. Arequipa

TESIS:

- CANO, Johan y SALAZAR, Erick

2007. "Planta Procesadora y Comercializadora de Alimentos - Producto: Procesado de Papas "PALIPAPA". Tesis de Titulación. Universidad Católica de Santa María

SITIOS WEB:

- ABOUT.COM

s.f. "La papa en la gastronomía peruana". En: About.com. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014.
En: <http://comidaperuana.about.com/od/Ingredientes/a/La-Papa-En-La-Gastronom-Ia-Peruana.htm>

- AMERICAN MARKETING ASOCIATION

s.f. “Definición de Mercado Meta”. En: American Marketing Association. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CEcQFjAD&url=http%3A%2F%2Fclaroline.ucaribe.edu.mx%2Fclaroline%2Fclaroline%2Fbackends%2Fdownload.php%3Furl%3DL011cmNhZG9fTWV0YS5wcHQ%253D%26cidReset%3Dtrue%26cidReq%3DNi0267_001&ei=AIJ_U470BeK_sQTKzYLoDQ&usg=AFQjCNHxGBoQFjn7pbGeAblJLoHcV-kNdw&sig2=bRyaM2CvkOLyQ2wurgmO-w&bvm=bv.67720277,d.b2U>.

- ARELLANO MARKETING

2013. “El Boom Gastronómico Peruano 2013”. En: APEGA. Obtenido el 28 de agosto de 2014 en <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/comer-fuera-tercera-actividad-preferida-peruanos-noticia-1651932>

- ARELLANO MARKETING

2009. “Estudio Nacional del Consumidor Peruano 2009” En: APEGA. Obtenido el 28 de agosto de 2014 en <http://www.apega.pe/el-boom-de-la-gastronomia-peruana.pdf>

- ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2013. “Niveles Socio Económicos 2013”. En: APEIM. Obtenido el 12 de Mayo de 2014 en <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2013.pdf>

- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

2013. “Síntesis Económica de Arequipa, Noviembre 2013”. En: BCRP. Fecha de consulta: 12/05/2014. <<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2013/sintesis-arequipa-11-2013.pdf>>.

- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ.

2014. “Síntesis Económica de Arequipa Febrero 2014”. En: BCRP. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2014/sintesis-arequipa-02->

2014.pdf.

- BARRACHINA, Miguel

2010. “Valor Actual Neto”. En: Miguel Barrachina Cubillo. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<<http://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>>

- CABALGANTE, María

2003. Muestreo Probabilístico. En: Descartes, material didáctico, Estadística. Fecha de Consulta:
26/10/2014.

<http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/Muestreo_Inferencia_Estadistica/muestreo_probabilistico.htm>

- CELAYA, Roberto

2006. “Plan de Negocios de Exportación”. En: Centro Bancomext. Obtenido el 29 de Agosto del
2014 en: <http://www.oocities.org/infinmx/negint/PlanexEmpresaX.pdf>

- CHILE TRIBUTA

2013. “Cómo crear una MYPE”. En: Chile Tributa. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<http://www.chiletributa.cl/chiletri_c/index.php?option=com_k2&view=itemlist&layout=category&task=&id=&Itemid=27>.

- DE GERENCIA

s.f. “El Flujo de Caja y su importancia en la toma de Decisiones”. En: De Gerencia. Fecha de
consulta: 12/05/2014. <<http://www.degerencia.com/noticia/36092/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>>.

- DE PERÚ

s.f. “Listado de Restaurantes en Yanahuara”. En: De Perú. Com. Fecha de consulta: 28/08/2014.
<<http://www.deperu.com/comercios/restaurantes/352-yanahuara/12/>>

- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

s.f. “Definición”. En: RAE. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>>.

- DIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD AGRARIA

s.f. “Principales Aspectos Agroeconómicos de la Cadena Productiva de Cebolla”. En: DGCA.
Fecha de consulta: 12/05/2014.
<http://agroaldia.minag.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/agroeconomia_cebolla.pdf>.

- DIRECTO DEL CAMPO

s.f. “Definición de Aceite”. En: Directo del Campo.com. Fecha de consulta: 12/11/2014. <
<http://www.directodelcampo.com/noticias/definicion-de-aceite--txt--771mildie.html>>.

- EUMED.NET

s.f. “Definición”. En: Biblioteca de Economía y Enciclopedia Multimedia Interactiva. Fecha de
consulta: 12/05/2014. <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rab/7.5.html>

- FUNDACIÓN LO NUESTRO A LA OLLA

s.f. “Proyecto Ruta de las Especies”. En: Fundación Lo Nuestro a la Olla. Obtenido el 29 de agosto
de 2014 en: <http://www.lonuestroalaolla.com.ar/proyecto.php?idx=514>

- GIRALDO, Claudia

2009. “Estudio de prefactibilidad para el montaje de una planta procesadora de papa criolla de
carácter mixto en el departamento de Cundinamarca”. En: Fedepapa. Obtenido el: 07 de septiembre
de 2014. En:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/9021/1/Elaboraci%C3%B3n%20de%20papa%20y%20zanahoria%20minimamente%20procesadas.pdf>

- HERRERA, A. Y BARCO, J.

s.f. “Idea de Negocio VEPISA S.A.”. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Fecha de consulta: 07/09/2014.

http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes_De_Negocio/2007/cebolla_en_sachets.pdf

- KOOPER, Manfred

2007. “Análisis de Mercado para la Comercialización de Cebolla Picada Envasada como Producto Innovador”. Tesis de Titulación. Universidad Earth. Fecha de Consulta: 07/09/2014. <<http://usi.earth.ac.cr/glas/sp/dpg/53-2007.pdf>>

- KRUGMAN, Paul

2009. “Microeconomía”. En: Google Libros. Segunda Edición. México. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<http://books.google.com.pe/books?id=ld8I68bW3eoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

- LIUSII DE PAOLI, Armando

2009. “Planes de Contingencia”. En: Bridged World - Business Development. Fecha de consulta: 10/04/2015. <<http://www.bridgedworld.com/es/soluciones/planes-de-contingencia>>

- LOYOLA, J.; MOSQUERA, A. y CASTILLO. P.

2009. “Elaboración de Papa y Zanahoria Mínimamente Procesadas”. En: Escuela Superior Politécnica del Litoral - Guayaquil. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/9021/1/Elaboraci%C3%B3n%20de%20papa%20y%20zanahoria%20minimamente%20procesadas.pdf>

- MAKRO

s.f. “Consulta de ropa industrial marca PIMA”. MAKRO. Fecha de consulta: 26/02/2015. <<http://www.makro.com.pe/>>.

- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

2013. “Proyecto de Cooperación en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio, Apoyo al Programa Estratégico Nacional de Exportaciones 2003 – 2013”. MINCETUR. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/46.pdf>>.

- MERCADO LIBRE

s.f. “Consulta de precios de maquinaria”. Mercado Libre-Perú. Fecha de consulta: 03/01/2015. <http://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-413746194-balanza-electronica-100kg10gr-_JM>.

- MINISTERIO DE TRABAJO

s.f. “Trabajadores en una Microempresa”. MINTRA. Fecha de consulta: 24/02/2015. <http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?__page=2&codTema=56&tip=20>.

- MINISTERIO DE TRABAJO

s.f. “Derechos y Obligaciones en las Microempresas”. MINTRA. Fecha de consulta: 26/02/2015. <<http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/dnit/microempresa.pdf>>.

- NEGOCIOS EN MI AREQUIPA

s.f. “Restaurantes en Arequipa”. En: MI AQP. Fecha de consulta: 28/08/2014. <http://www.miaqp.com/negocio/restaurantes/yanahuara/>

- OLX

s.f. “Consulta de maquinaria”. En: OLX. Fecha de consulta: 28/08/2014. <<http://www.olx.com.pe>>

- PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO

2013. “Buscando mercados en las necesidades del consumidor”. En: USAPEEC. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado_febrero_2013.pdf>.

- PROEXPORT COLOMBIA Y BANCO INTEROAMERICANO DE DESARROLLO

s.f. “Estudio de Mercado: Condimentos, Esencias y Sopas en Ecuador”. En: Proexport Colombia y BID. Obtenido el 29 de Agosto del 2014. En: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8698DocumentNo7160.PDF>

- PROINVERSION

2013. Ley N° 30056. En: PROINVERSION. Fecha de Consulta: 30/11/2014. <http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf>

- RESTAURANTES GUÍA

s.f. “Restaurantes Yanahuara”. En: Restaurantes Guía. Fecha de consulta: 28/08/2014. <http://www.restaurantesguia.com.pe/restaurantes/arequipa/yanahuara>

- SUNAT

s.f. “Régimen Especial del Impuesto a la Renta”. En: SUNAT. Fecha de Consulta: 30/11/2014. <<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/capxv.htm>>

- SUNAT

s.f. “Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa”. En: SUNAT. Fecha de Consulta: 15/02/2015. <<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>>

- UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

s.f. Muestreo. En: Universidad Autónoma de Madrid. Fecha de Consulta: 26/10/2014. <https://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/carmenx/Tema1.pdf>

- VIVIR SANOS

s.f. “La Papa”. En: Vivir Sanos. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <http://vivirsanos.com/propiedades-de-la-papa/>



ANEXO 1

PLAN DE TESIS

1.1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1.1. PROBLEMA:

VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA PARA LA INSTALACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFERTE INSUMOS PARA LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE YANAHUARA EN AREQUIPA 2015-2019.

1.1.2. DESCRIPCIÓN:

En los últimos años, la gastronomía peruana ha cobrado mayor importancia e impulso. Arellano Marketing (2013), indica que “hace tiempo la cocina dejó de ser para nosotros solamente un pasatiempo o un placer. Hoy esta actividad es uno de los motores de crecimiento más interesantes y prometedores de nuestra economía, y un generador de miles de empleos”. Así mismo, el vicepresidente de la Asociación Peruana de Gastronomía, Mariano Valderrama (2013), señala que la gastronomía no sólo incluye a las personas dedicadas a la cocina y a los consumidores, sino también participa toda la cadena agroalimentaria, pues esta actividad genera demanda y brinda bienestar para las familias campesinas, los agricultores y los pescadores artesanales, quienes proveen los insumos sin los cuales la gastronomía sería imposible.

Arellano Marketing (2013) también señala que “actualmente 5,5 millones de personas se benefician directa o indirectamente por la cadena gastronómica en todos sus niveles”, lo que significa que este rubro involucra a productores y distribuidores de los insumos necesarios para la cocina, ya sea de carnes, verduras, cereales, especias, tubérculos, entre otros.

Del mismo modo, es importante mencionar que hoy en día las personas tienen un ritmo de vida más acelerado por sus diversas actividades, pero al mismo tiempo estas mismas actividades les han permitido aumentar sus ingresos en búsqueda de una mejor calidad de vida. Como consecuencia de ello, las personas hoy en día prefieren salir a comer fuera de casa, pues cuentan con los recursos necesarios para hacerlo, al mismo tiempo que esto les permite ahorrar el tiempo que pasarían en la cocina. Esta afirmación se reafirma en el “Estudio Nacional del Consumidor Peruano” realizado por Arellano Marketing (2009), en el que se sostiene que los peruanos en sus tiempos libres, la primera actividad que prefieren hacer fuera del descanso y de ver televisión, es salir a comer a la calle. Esto ha generado una oportunidad de negocio para la apertura de mayor cantidad de restaurantes, pero también para la apertura de negocios dedicados a proveer de insumos a dichos restaurantes.

Arequipa es una de las ciudades del Perú más visitadas, por sus diferentes atractivos, dentro de los cuales resalta el distrito de Yanahuara, no sólo por sus atractivos turísticos sino también por sus restaurantes y picanterías, que son el reflejo de la gastronomía típica y antañona de la ciudad. Su gastronomía está en base a productos como la cebolla y la papa, que son productos indispensables en la preparación de sus platillos.

En Yanahuara, tras la realización de un sondeo, se obtuvo como información que por restaurante (que en promedio atiende de 60 personas en días particulares, y cerca de 200 personas en fin de semana), demandan para sus aderezos en los días particulares aproximadamente 10 kilogramos de cebolla y 30 kilogramos de papa; sin embargo, los fines de semana el consumo en cuanto a estos insumos aumenta, se utiliza aproximadamente 20 kilogramos de cebolla y 60 kilogramos de papa.

Tras el sondeo realizado, obtuvimos como información que los encargados de la compra de insumos de los restaurantes, que generalmente son los mismos dueños, acuden por lo general diariamente a los centros de abastecimiento y mercados para la compra de sus insumos. Lo cual es una tarea agotadora, pesada y que además genera un costo adicional de tiempo y transporte.

Si bien actualmente en la ciudad existen algunos distribuidores de papas picadas, todos estos distribuyen papas procesadas; no obstante, tras el sondeo realizado, varios de los

restaurantes mostraron su descontento, pues al pasar el tiempo estas papas tienden a endurecerse. Respecto a la cebolla, actualmente no hay distribuidores de cebolla cortada o picada.

De continuar en la situación mencionada anteriormente, es decir que se incremente aún más la tendencia a acudir a restaurantes con mayor frecuencia, los dueños de los restaurantes requerirán mayor cantidad de insumos, de productos prácticos y opciones que les permita obtener más rápidamente los insumos necesarios.

Esto generará más oportunidades de innovar productos prácticos, que facilite la cocina de los restaurantes a través de la utilización de los mismos insumos usados en su cocina, pero en una presentación más práctica, que al mismo tiempo permita mantener intacto el sabor natural del insumo.

Consideramos que el distrito de Yanahuara, es un lugar propicio para la distribución de productos prácticos, como es la papa y cebolla picada, esto debido a que estos son productos utilizados en la mayoría de los platos preparados en los restaurantes de este distrito.

1.1.2.1. CAMPO:

Facultad de Ciencias Económico – Administrativas

AREA:

Programa Profesional de Ingeniería Comercial

LÍNEA:

Especialidad de Finanzas

1.1.2.2. TIPO DE PROBLEMA:

La investigación a realizar es de tipo descriptiva y explicativa.

Es descriptiva porque nos permite conocer los productos e insumos requeridos por los diversos restaurantes del distrito de Yanahuara, para la preparación de sus platos

diarios. Al mismo tiempo que permite identificar los hábitos de compra para el abastecimiento de dichos insumos alimentarios.

Es explicativa porque nos permite determinar la relación entre la oferta de papa y cebolla picada, y la demanda de estos productos por los restaurantes en el distrito de Yanahuara.

1.1.2.3. VARIABLES:

a) Análisis de Variables:

- **Variable Dependiente:**

Instalación de una empresa que oferte insumos.

- **Variable Independiente:**

Viabilidad Económica Financiera.

b) Operacionalización de Variables:

Tabla 1: Operacionalización de la Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	SUB INDICADORES
Instalación de una empresa que oferte insumos.	MERCADO DE MATERIAS PRIMAS (Disponibilidad de materias primas que hace viable el proyecto).	✓ Oferta ✓ Demanda ✓ Precio ✓ Comercialización
	MERCADO DE PRODUCTOS TERMINADOS (Identificación de la demanda de insumos por parte de los	✓ Oferta ✓ Demanda ✓ Precio ✓ Comercialización

	<p>restaurantes del distrito de Yanahuara).</p> <p>INVERSIONES (Determinación de los recursos monetarios).</p> <p>FINANCIAMIENTO (Captación de Recursos Monetarios para el proyecto).</p> <p>PRESUPUESTOS (Para poder determinar los beneficios en cada año).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tamaño del Activo Fijo. ✓ Inversión Total. ✓ Inversión Fija. ✓ Inversión en Capital de Trabajo. ✓ Costos Financieros ✓ Fuentes Financieras ✓ Presupuesto de Ingresos. ✓ Presupuestos de Egresos. ✓ Determinación del Punto de Equilibrio.
--	--	---

Elaboración de las Autoras

Tabla 2: Operacionalización de la Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES
<p>Viabilidad Económica Financiera.</p>	<p>VALOR ACTUAL NETO: $VAN = -Inversión Inicial + \frac{Flujos\ Futuros}{(1+r)^t}$</p> <p>RELACIÓN BENEFICIO COSTO: Valor Actual de los Flujos / Costo</p> <p>VALOR ECONÓMICO AGREGADO - EVA: $UODI * (1 - Tasa\ Imp.\ A\ la\ Renta) + Flujo\ Económico\ del\ año\ "0" * Costo\ de\ Oportunidad.$</p> <p>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</p> <p>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DESCONTADO</p> <p>TASA INTERNA DE RETORNO</p>

Elaboración de las Autoras

1.1.2.4. INTERROGANTES BÁSICAS:

- ¿Existe la suficiente disponibilidad de materias primas para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes de distrito de Yanahuara?
- ¿Cuál es la demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara?
- ¿Cuál es el monto de inversión para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara?
- ¿Cómo se financia la instalación de una empresa que oferta insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara?
- ¿Cuáles son los presupuestos de ingresos y egresos necesarios que viabilicen la instalación de la empresa?
- ¿La instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara es viable a través del Valor Actual Neto?
- ¿Cuál es la Tasa Interna de Retorno del proyecto?
- ¿En cuánto tiempo se recupera la inversión?
- ¿Cuál es el Valor Económico Agregado del proyecto?

A partir de lo anterior, se formula la siguiente interrogante:

¿Resultaría viable la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara?

1.1.3. JUSTIFICACIÓN:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) se debe de cumplir positivamente una de las cinco principales áreas para que una investigación se encuentre fundamentada o justificada.

1.1.3.1. Relevancia Social:

Este proyecto posee una relevancia social, porque este generará puestos de trabajo. Al mismo tiempo, se considerará la subcontratación de mujeres con habilidades en el pelado y picado de papa y cebolla.

1.1.3.2. Relevancia Económica:

Este proyecto posee una relevancia económica, ya que la apertura de una empresa distribuidora de papa y cebolla pelada y picada, constituye una alternativa rentable.

1.1.3.3. Relevancia Empresarial:

Este proyecto, posee una relevancia empresarial, porque propone la creación de una empresa distribuidora de papa y cebolla pelada y picada, que faciliten la preparación de los platos de los restaurantes del distrito de Yanahuara.

1.1.4. OBJETIVOS:

1.1.4.1. Objetivo General:

Determinar la Viabilidad Económica Financiera de la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara.

1.1.4.2. Objetivos Específicos:

- Determinar la disponibilidad y cuantificar los requerimientos de materias primas para el proyecto.
- Determinar la demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara.
- Determinar el monto de inversión para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara.

- Definir la forma de financiamiento para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara.
- Elaborar los presupuestos de ingresos y egresos necesarios que viabilicen la instalación de la empresa.
- Evaluar si la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara es viable a través del Valor Actual Neto.
- Determinar la Tasa Interna de Retorno del proyecto.
- Identificar en cuánto tiempo se recupera la inversión.
- Determinar Valor Económico Agregado del proyecto.

1.1.5. MARCO TEÓRICO

- **ACTIVIDAD ECONÓMICA:**

La actividad económica es “toda acción humana dirigida a la creación de valor, en la forma de bienes y servicios, que se aplicarán a la satisfacción de necesidades” (Eumed.Net s.f.)

- **CEBOLLA:**

Características:

La Dirección General de Competitividad Agraria-DGCA (2013), afirma: “La cebolla arequipeña (cebolla roja), posee una forma globosa, esférica o elipsoidal; su tamaño y peso oscila entre los 3 y 12 cm, pesando entre 100 y 250 gramos cada una. Posee un color rojo violáceo, rojo intenso o violáceo. Su sabor en general es picante, según la variedad también hay algunas que son dulces”.

Producción:

Según la Dirección General de Competitividad Agraria-DGCA (2013), “al año 2012 Arequipa mantiene la mayor superficie cosechada a nivel nacional con 9,564 hectáreas y un crecimiento de 9.7% con respecto al año anterior”.

No obstante, según la Síntesis Económica de Arequipa – Noviembre 2013, la producción de cebolla para el año 2012, entre los meses de enero a noviembre, fue de 402665 toneladas métricas, mientras que para el 2013 disminuyó a 380586 toneladas métricas, lo cual se debió a la caída de su precio en 55,6% (BCRP 2013).

Beneficios:

Jair Paredes Ramírez (2013) considera que los nutrientes de la cebolla hacen de ella un vegetal altamente valorado, pues posee bajo nivel de calorías, y un alto nivel de agua, fibras, vitaminas y minerales. “La cebolla contiene esencias sulfurosas volátiles que le otorgan su sabor picante característico”.

La cebolla permite el correcto funcionamiento del organismo, y además es rica en antioxidantes. Además gracias a su aporte de folatos, ayuda en la producción de glóbulos blancos y rojos.

Esta es una verdura muy sana y alimenticia, que además posee muchos poderes medicinales. “Por su contenido de vitaminas A, B, C y E se convierte en un gran revitalizador de nuestro organismo, y por su alto contenido en vitamina C es un potenciador natural de las defensas del cuerpo”.

Esta verdura se consume de diferentes maneras y en diferentes platillos. Puede consumirse cruda o cocinada, y es además usada en el aderezo de los platillos.

- **DEMANDA:**

Según Paul Krugman (s.f.) la demanda es “la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un

consumidor, demanda individual, o por el conjunto de consumidores, demanda total o de mercado, en un momento determinado”.

- **DISTRIBUCIÓN:**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (s.f.), distribución es definida como “reparto de un producto a los locales”.

- **EQUILIBRIO DEL MERCADO:**

Samuelson y Nordhaus (2010) afirman que el equilibrio de mercado es “una situación hipotética que supone una interacción estable entre oferta y demanda, en función del grado de competencia existente”.

Además estos autores añaden que esto ocurre cuando la cantidad demandada de un artículo o bien, es igualada a la cantidad que se ofrece de dicho bien en el mercado en un período de tiempo. “El equilibrio se presenta en la intersección de las curvas de demanda y oferta agregadas del mercado donde se encuentran a un mismo nivel de precio”.

- **FACTIBILIDAD:**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (s.f.) factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Término que se define como: “que se puede hacer”.

- **FLUJO DE CAJA:**

“El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. La

diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos; si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos” (De Gerencia 2013).

- **LIBRE MERCADO:**

“El libre mercado surge cuando el precio de los bienes o servicios es “acordado por el consentimiento entre los vendedores y los consumidores, mediante las leyes de la oferta y la demanda”. Para ello es necesaria la presencia de la libre competencia, y que las operaciones se realicen de manera voluntaria. (Chile Tributa 2013).

- **MERCADO OBJETIVO:**

Es el sector de la población al que está dirigido un bien. “Es el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad” (American Marketing Association s.f.).

Philip Kotler (2001) lo define como “la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar”.

- **OFERTA:**

Según Paul Krugman (s.f.) la oferta “es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado”.

- **PAPA:**

Características:

La papa es un tubérculo originario de los altos andes de América del Sur. Su nombre científico es: *Solanum tuberosum*. Se encuentra dentro de los cuatros productos alimenticios más importantes del mundo, junto al arroz, al trigo y al maíz. Aproximadamente en el mundo existen 5,000 variedades de este tubérculo, de los cuales en el Perú se cultivan 3000 de estos (Comida Peruana s.f).

Producción:

Según la Síntesis Económica de Arequipa del BCRP Febrero 2014, el cultivo de papa en la ciudad de Arequipa se vio incrementado en un 45.5% en comparación con el año 2013, ocupando aproximadamente 2966 hectáreas de la campiña y de las zonas altas para su cultivo; debido a la alta demanda de este producto tanto por las familias como por nuevos centros de servicios alimentarios (restaurantes y concesionarios). El total de papas cosechadas hasta febrero de este año fue de 11 641 toneladas.

Beneficios:

Según la página web Vivir Sanos (s.f), la papa cuenta con estupendos beneficios, como por ejemplo, permite una estupenda digestión: pues cuenta con un alto contenido de fibra y es de fácil digestión. Así también, fortalece el sistema inmune: pues tiene un importante contenido de vitamina C, el cual ayuda que se fortalezca nuestro sistema inmunitario y nos proteja mejor de bacterias y diversas enfermedades. También ayuda a un mejor movimiento de la sangre, ya que su contenido en vitamina B permite la fabricación de nuevos glóbulos rojos los cuales aceleran el movimiento de la sangre, evitando así la aparición de coágulos. Además la papa es una increíble fuente de potasio, el cual ayuda a que el crecimiento muscular sea óptimo, también se ocupa de que el sistema nervioso esté en perfecto estado y relajado. El potasio, ayuda a fabricar varias proteínas

que son vitales para nuestro organismo y colabora con las funciones del sistema nervioso.

- **PRECIO DE MERCADO:**

Es aquel precio que se fija por libre oferta y demanda.

- 1.1.5.1. PRECIO DE VENTA EN CHACRA:**

Es aquel precio al cual los productores venden sus cosechas a los intermediarios.

- 1.1.5.2. RESTAURANTES:**

Se entiende por restaurante al “establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local” (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española s.f).

- 1.1.5.3. VALOR ACTUAL NETO:**

“El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión”. Para su cálculo es necesario descontar al valor presente (mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros y determinar la equivalencia en el periodo cero de los flujos de efectivo futuros que son generados en un proyecto; posteriormente se debe descontar la inversión inicial (Barrachina 2010).

- 1.1.5.4. VALOR AGREGADO:**

El valor agregado es una característica o peculiaridad extra que se le da a un bien o servicio, para lograr darle mayor valor comercial. Casi siempre esta característica o peculiaridad es poco común, o poco usada anteriormente, de tal manera que le brinda al negocio cierta diferenciación” (Rojas M. 2013).

1.1.5.5. VIABILIDAD:

Según Baca (s.f.), “viabilidad es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo”.

La viabilidad es un término relacionado con fundamentos de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto.

1.1.5.6. VIABILIDAD ECONÓMICA:

“Es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos del coste compatible con la racionalidad económica de una solución mediante el correspondiente análisis coste-beneficio”. Es en sí el lograr vender el producto a un precio superior al coste de obtenerlo (Diccionario de la Real Academia Española s.f.).

1.1.5.7. VIABLE:

“Dicho asunto que por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo” (Diccionario de la Real Academia Española s.f.).

1.1.6. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA:

LIBROS:

- HERNÁNDEZ, S.; FERNÁNDEZ, C.; BAPTISTA, L.

2010. Metodología de la Investigación. Quinta Edición. MEXICO: McGraw Hill Interamericana.

- KOTLER, Philip

2001. Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición. Prentice Hall.

- PAREDES NUÑEZ, J. E.

2010. Manual para la Investigación Científica. Octava Edición. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.

- SAPAG CHAIN

2000. Preparación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. CHILE: McGraw Hill Interamericana.

SITIOS WEB:

- ABOUT.COM

s.f. “La papa en la gastronomía peruana”. En: About.com. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <http://comidaperuana.about.com/od/Ingredientes/a/La-Papa-En-La-Gastronom-Ia-Peruana.htm>

- AMERICAN MARKETING ASOCIATION

s.f. “Definición de Mercado Meta”. En: American Marketing Asociación. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<[360](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CEcQFjAD&url=http%3A%2F%2Fclaroline.ucaribe.edu.mx%2Fclaroline%2Fclaroline%2Fbackends%2Fdownload.php%3Furl%3DL01lcmNhZG9fTWV0YS5wcHQ%253D%26cidReset%3Dtrue%26cidReq%3DNi0267_001&ei=AIJ_U470BeK_sQTKzYLoDQ&usg=AFQjCNHxGBoQFjn7pbGeAbIJLoHcV-kNdw&sig2=bRyaM2CvkOLyQ2wurgmO-w&bvm=bv.67720277,d.b2U>.</p>
</div>
<div data-bbox=)

- ARELLANO MARKETING
2013. “El Boom Gastronómico Peruano 2013”. En: APEGA. Obtenido el 28 de agosto de 2014 en <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/comer-fuera-tercera-actividad-preferida-peruanos-noticia-1651932>

- ARELLANO MARKETING
2009. “Estudio Nacional del Consumidor Peruano 2009” En: APEGA. Obtenido el 28 de agosto de 2014 en <http://www.apega.pe/el-boom-de-la-gastronomia-peruana.pdf>

- ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
2013. “Niveles Socio Económicos 2013”. En: APEIM. Obtenido el 12 de Mayo de 2014 en <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2013.pdf>

- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ
2013. “Síntesis Económica de Arequipa, Noviembre 2013”. En: BCRP. Fecha de consulta: 12/05/2014. <<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2013/sintesis-arequipa-11-2013.pdf>>.

- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ.
2014. “Síntesis Económica de Arequipa Febrero 2014”. En: BCRP. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2014/sintesis-arequipa-02-2014.pdf>.

- BARRACHINA, Miguel
2010. “Valor Actual Neto”. En: Miguel Barrachina Cubillo. Fecha de consulta: 12/05/2014. <<http://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>>

- CABALGANTE, María

2003. Muestreo Probabilístico. En: Descartes, material didáctico, Estadística. Fecha de Consulta: 26/10/2014.
<http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/Muestreo_Inferencia_Estadistica/muestreo_probabilistico.htm>

- CELAYA, Roberto

2006. “Plan de Negocios de Exportación”. En: Centro Bancomext. Obtenido el 29 de Agosto del 2014 en:
<http://www.oocities.org/infinmx/negint/PlanexEmpresaX.pdf>

- CHILE TRIBUTA

2013. “Cómo crear una MYPE”. En: Chile Tributa. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<http://www.chiletributa.cl/chiletri_c/index.php?option=com_k2&view=itemlist&layout=category&task=&id=&Itemid=27>.

- DE GERENCIA

s.f. “El Flujo de Caja y su importancia en la toma de Decisiones”. En: De Gerencia. Fecha de consulta: 12/05/2014. <<http://www.degerencia.com/noticia/36092/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>>.

- DE PERÚ

s.f. “Listado de Restaurantes en Yanahuara”. En: De Perú. Com. Fecha de consulta: 28/08/2014. <<http://www.deperu.com/comercios/restaurantes/352-yanahuara/12/>>

- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

s.f. “Definición”. En: RAE. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>>.

- DIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD AGRARIA

s.f. “Principales Aspectos Agroeconómicos de la Cadena Productiva de Cebolla”. En: DGCA. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<<http://agroaldia.minag.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/agroecono>>

mia_cebolla.pdf>.

- EUMED.NET

s.f. “Definición”. En: Biblioteca de Economía y Enciclopedia Multimedia Interactiva. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/rab/7.5.html>

- FUNDACIÓN LO NUESTRO A LA OLLA

s.f. “Proyecto Ruta de las Especias”. En: Fundación Lo Nuestro a la Olla. Obtenido el 29 de agosto de 2014 en:
<http://www.lonuestroalaolla.com.ar/proyecto.php?idx=514>

- GIRALDO, Claudia

2009. “Estudio de prefactibilidad para el montaje de una planta procesadora de papa criolla de carácter mixto en el departamento de Cundinamarca”. En: Fedepapa. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/9021/1/Elaboraci%C3%B3n%20de%20papa%20y%20zanahoria%20minimamente%20procesadas.pdf>

- HERRERA, A. Y BARCO, J.

s.f. “Idea de Negocio VEPISA S.A.”. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Fecha de consulta: 07/09/2014.
<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes_De_Negocio/2007/cebolla_en_sachets.pdf>

- KOOPER, Manfred

2007. “Análisis de Mercado para la Comercialización de Cebolla Picada Envasada como Producto Innovador”. Tesis de Titulación. Universidad Earth. Fecha de Consulta: 07/09/2014. <<http://usi.earth.ac.cr/glas/sp/dpg/53-2007.pdf>>

- KRUGMAN, Paul

2009. “Microeconomía”. En: Google Libros. Segunda Edición. México. Fecha de consulta: 12/05/2014.

<http://books.google.com.pe/books?id=ld8I68bW3eoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

- LOYOLA, J.; MOSQUERA, A. y CASTILLO. P.
2009. “Elaboración de Papa y Zanahoria Mínimamente Procesadas”. En: Escuela Superior Politécnica del Litoral - Guayaquil. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014.
En:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/9021/1/Elaboraci%C3%B3n%20de%20papa%20y%20zanahoria%20minimamente%20procesadas.pdf>
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
2013. “Proyecto de Cooperación en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio, Apoyo al Programa Estratégico Nacional de Exportaciones 2003 – 2013”. MINCETUR. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/46.pdf>>.
- NEGOCIOS EN MI AREQUIPA
s.f. “Restaurantes en Arequipa”. En: MI AQP. Fecha de consulta: 28/08/2014.
<<http://www.miaqp.com/negocio/restaurantes/yanahuara/>>
- PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO
2013. “Buscando mercados en las necesidades del consumidor”. En: USAPEEC. Fecha de consulta: 12/05/2014.
<http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado_febrero_2013.pdf>.
- PROEXPORT COLOMBIA Y BANCO INTEROAMERICANO DE DESARROLLO
s.f. “Estudio de Mercado: Condimentos, Esencias y Sopas en Ecuador”. En: Proexport Colombia y BID. Obtenido el 29 de Agosto del 2014. En:

<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8698DocumentNo7160.PDF>

- **RESTAURANTES GUÍA**
s.f. “Restaurantes Yanahuara”. En: Restaurantes Guía. Fecha de consulta: 28/08/2014. <http://www.restaurantesguia.com.pe/restaurantes/arequipa/yanahuara>
- **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID**
s.f. Muestreo. En: Universidad Autónoma de Madrid. Fecha de Consulta: 26/10/2014. <https://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/carmenx/Tema1.pdf>
- **VIVIR SANOS**
s.f. “La Papa”. En: Vivir Sanos. Obtenido el: 07 de septiembre de 2014. En: <http://vivirsanos.com/propiedades-de-la-papa/>

TESIS:

- **CANO, Johan y SALAZAR, Erick**
2007. “Planta Procesadora y Comercializadora de Alimentos - Producto: Procesado de Papas "PALIPAPA". Tesis de Titulación. Universidad Católica de Santa María

1.1.7. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

1.1.7.1. PROYECTO DE COOPERACIÓN EN MATERIA DE ASISTENCIA TÉCNICA RELATIVA AL COMERCIO:

El Proyecto de Cooperación en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio presentado por el MINCETUR (2013), describe productos como el ajo y la cebolla, especificando sus características y usos, describiendo la situación actual del

producto a nivel mundial, nacional y local (Arequipa). De este modo permite ver la evolución en la producción a partir del año 2003 en adelante, reflejando que nuestra ciudad es uno de los principales productores de dichos productos.

Este trabajo realizado por el MINCETUR, es de gran importancia para nuestro estudio, porque nos permite conocer que uno de los insumos principales necesarios para nuestro proyecto está a nuestro alcance, y que además es producidos en nuestra región, lo cual respalda nuestro proyecto ya que el distrito de Yanahuara, es uno de los distritos con mayor número de restaurantes dedicados a la preparación de comida típica, y la cebolla es uno de los insumos más usados en la preparación de sus platos.

1.1.7.2. EMPRESA RUESCAS EXPORT S.L., COMERCIALIZADORA DE CEBOLLA EN VALENCIA:

Esta empresa ubicada en la ciudad de Valencia, está dedicada a la comercialización de distintas variedades de cebolla, en diferentes presentaciones, ya sea normal, picada o deshidratada. Para ellos su proceso, comienza desde la selección de las semillas que utilizarán, luego proceden al cultivo, almacenado y finalmente al envasado del producto. Esta empresa comercializa sus productos con clientes de Europa principalmente, atendiendo a mercados centrales, hipermercados, mayoristas, entre otros.

Esta empresa nos brinda como aporte, la importancia de la cebolla, pues este producto tiene diversas formas de presentación, dentro de las cuales está la cebolla picada, que es el caso analizado para nuestro proyecto.

1.1.7.3. PROYECTO DE GRADUACIÓN, PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD EARTH, EN COSTA RICA:

En la Universidad Earth de Costa Rica se presentó el Proyecto “Análisis de Mercado para la Comercialización de Cebolla Picada Envasada como Producto Innovador”, presentado por Manfred Kopper Castro (2007). En este proyecto se propone la creación de la empresa Productos K&C, que se dedicaría al procesamiento de productos como la cebolla, buscando darle un valor agregado a la misma, de tal manera que facilite su consumo y al mismo tiempo se diferencia de los productos que se ofrecen en el mercado. Para ello, se hizo un estudio de mercado para sustentar la aceptación de la cebolla picada y poder determinar los canales de comercialización más adecuados. No obstante, en el estudio que se realizó se determinó que para las personas les es indiferente la cebolla procesada a la sin procesar, pues lo que más les interesa es evitar la tediosa tarea del picado de la cebolla.

Este proyecto nos resalta la importancia del estudio de mercado, pues para el caso de Costa Rica, sus consumidores son indiferentes en cuanto al proceso al cual es sometida la cebolla; no obstante, para nuestro caso es relevante realizar el estudio de mercado y determinar las características propias y el perfil de nuestro consumidor.

1.1.7.4. IDEA DE NEGOCIO DESARROLLADA COMO PROYECTO DE GRADUACIÓN EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL:

En Ecuador, Alison Herrera y Jonathan Barco (s.f.), realizaron la propuesta de una idea de negocio de nombre VEPISA S.A. (Vegetales Picados S.A.), la cual propone el procesar, empaquetar y comercializar cebolla en diferentes presentaciones en sachet. Sus estudios arrojaron un mercado inicial de 12000 clientes en Guayaquil, considerando amas de casa de clase media, entre 20 y 44 años de edad. Determinaron además, que el producto se comercializaría a través de la cadena MEGAMAXI en paquetes de 250 y 600 gramos.

Este proyecto nos brinda como aporte la posibilidad de un nuevo tipo de presentación del producto por medio sachets; no obstante, esto se aplicará cuando el producto es procesado, y esto se determina en base a las características del mercado. Para nuestro caso, es imprescindible el estudio de mercado que primeramente nos permita determinar el perfil del consumidor.

1.1.7.5. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PAPA CRIOLLA DE CARÁCTER MIXTO EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA:

Para determinar la viabilidad de este estudio realizado por Claudia María Giraldo (2009), se hizo el análisis integral de los ratios que permitirán su evaluación adecuada, como por ejemplo el valor actual neto. Al principio se realiza un estudio sobre la papa, beneficios, usos y su manejo. Nos indica que es importante resaltar que existen diversos tamaños de papas y también de especies, las cuales son producidas de diferentes maneras, y muchas veces esto afecta la calidad del producto. En este estudio se propone el montaje de una planta procesadora de papa, la cual permita obtener una presentación de papa estandarizada, y del mismo modo permita que la papa cuente con los requerimientos necesarios para su exportación y así facilitar su comercialización y promover el adecuado sembrío de estos tubérculos para obtener productos con una mejor calidad. Así también se pretende que con la implementación de esta procesadora, el producto tenga un tamaño estándar de fácil comercialización y que cumpla con los requerimientos de higiene, situación que se verá beneficiada en la confianza de los consumidores y con ello vendrá la repetición de compra, el incremento de las ventas, la reducción de costos de elaboración, el crecimiento de la rentabilidad y un retorno de la inversión en los tiempos determinados y como consecuencia final la estabilidad y permanencia de la empresa en el mercado.

Este estudio es de gran importancia ya que resalta la utilización del VAN como indicador para determinar la viabilidad de un proyecto, así también nos permite conocer sobre la estandarización de la papa, tanto en cuanto a su tamaño, producción y conservación. Del mismo modo, nos recalca la importancia del higiene en cuanto a la producción de un producto, pues esta permite incrementar la confianza del consumidor y la promoción del producto, para que en conforme se desarrolle la empresa en el mercado, vaya incrementando sus ventas.

1.1.7.6. PLANTA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS PRESENTADO EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA:

Johan Cano Pinto y Kur Salazar Meza (2007), proponen la creación de una empresa dedicada al procesado de papas denominado “Palipapa”. En este proyecto se plantea la creación de una empresa encargada de ofrecer papa fresca pelada y picada, un producto listo para preparar, ya sea para cocción o para frituras, teniendo una variedad de cortes como presentación. Los autores afirman que “resulta más barato adquirir la papa pelada y cortada de una empresa que opera con menos costos de producción, que asumir el costo de pelar y cortar a mano la papa requerida”.

El estudio tiene como mercado principal a las diferentes pollerías que se encuentran en la ciudad de Puno, para lo cual se desarrolló un estudio de mercado que determinó su demanda por este tipo de producto. Así también determinó las etapas del proceso, primeramente por la selección, lavado, almacenamiento y distribución. Por último, el proyecto determinó la viabilidad de la implementación de una planta productora de vegetales mínimamente procesados, analizando costos, retorno de inversiones, y cálculo de utilidades.

En este proyecto los autores afirman que “resulta más barato adquirir la papa pelada y cortada de una empresa que opera con menos costos de producción, que asumir el costo de pelar y cortar a mano la papa requerida”, siendo esto un punto muy determinante para nuestro proyecto. Del mismo modo este estudio nos brinda un

aporte sobre la descripción de las cuatro etapas para el procesamiento de papas, como es primeramente la selección, luego el lavado, después el almacenamiento y finalmente su distribución.

1.1.7.7. ESTUDIO SOBRE LA ELABORACIÓN DE PAPA Y ZANAHORIA MÍNIMAMENTE PROCESADAS, REALIZADO EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA:

En Guayaquil, J. Loyola, A. Mosquera, y P. Castillo (2009), se realizó un estudio sobre la elaboración de papa y zanahoria mínimamente procesadas. Este estudio pretendió determinar la demanda de zanahorias y papas mínimamente procesadas en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se realizó un estudio de mercado para encontrar sus necesidades y la aprobación que tendrían estos productos en el momento de su lanzamiento, aparte de la determinación de un nivel de consumo medio para tener una idea de la capacidad de producción demandada.

Así también este estudio determina que el mejor empaque para la conservación de papa y zanahoria mínimamente procesadas es el polietileno ya que es de baja permeabilidad.

Este estudio nos señala la importancia de primero realizar un estudio de mercado acerca de la demanda de papas y zanahorias procesadas para poder tener una idea sobre la capacidad de producción demandada. También nos permite identificar que el polietileno es el empaque más adecuado para la conservación y distribución de alimentos procesados por su baja permeabilidad.

1.1.8. HIPÓTESIS:

Debido al boom gastronómico y un mayor consumo de alimentos fuera de casa, que han generado un crecimiento en el sector de restaurantes en la ciudad de Arequipa,

y en especial en distritos turísticos y representativos de la gastronomía como es el distrito de Yanahuara; es probable que dados los cambios crecientes de la Demanda de insumos de los restaurantes del distrito de Yanahuara, para poder cubrir la creciente demanda de sus platillos por parte de sus clientes; la instalación de una Empresa que oferte insumos como la papa y cebolla pelada y picada; así como el aceite; sea viable por medio del Valor Actual Neto Económico y Financiero.

1.2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1.2.1. TÉCNICAS:

En el presente estudio utilizaremos tanto el método de estudio de información primaria como el método de estudio de información secundaria.

- Usaremos el método de estudio de información primaria, el cual es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2010:69) como aquel método donde el investigador crea información para una investigación.
- También usaremos información secundaria, que consiste en los datos y hechos que alguien reunió anteriormente para su propia investigación. Esta información puede ser utilizada para evitar gastos de tiempo y dinero (Idem 2010:69).

El Doctor Julio E. Paredes Núñez (2010), plantea que existen dos formas fundamentales de actuación concreta para conocer variables o indicadores, siendo ellas, la observación y la comunicación. A partir de ellas, hemos elegido utilizar ambas técnicas de investigación para nuestro estudio.

- **Técnica de observación:** dentro de esta, utilizaremos la observación documental, definido por Paredes (2010), como aquella información que versa sobre todos los documentos que dan cuenta de acontecimientos sociales e ideas humanas que son productos de la vida social.

Para obtener este tipo de información, utilizaremos datos obtenidos de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el Banco Central de Reserva; además de datos obtenidos de encuestadoras oficiales como es el caso de IPSOS.

Esta información se recopilará de los portales web para obtener información de los restaurantes ubicados en el distrito de Yanahuara.

También, obtendremos información de libros y publicaciones sobre el mercado de insumos como la papa y la cebolla.

- **Técnica de comunicación:** dentro de esta, utilizaremos la técnica del cuestionario o encuesta, que es aquella que “utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema de estudio” (Paredes 2010).

Para ello desarrollaremos un formulario de preguntas, que nos permita obtener información sobre la posibilidad de preferencia de demandar productos como la papa y cebolla pelada y picada.

1.2.2. INSTRUMENTOS:

Después de haber seleccionado las técnicas a utilizar en este estudio, los instrumentos que utilizaremos para recopilar información serán instrumentos documentales e instrumentos mecánicos, los cuales son propuestos por Julio Paredes en su libro “Manual para la Investigación Científica”.

Usaremos instrumentos documentales:

- Formulario de preguntas, que se utilizará para la aplicación de encuestas y entrevistas. Este contendrá preguntas abiertas, cerradas y mixtas.
- Fichas bibliográficas, para poder obtener los datos más importantes de libros.
- Fichas hemerográficas, para extraer los datos relevantes de artículos.
- Fichas de resumen, para sintetizar los conceptos relevantes.

- Fichas textuales, para extraer información de importancia señalada por distintos autores.
- Fotografías, que respalden la observación de campo.

Usaremos instrumentos mecánicos:

- Cámara fotográfica, para la obtención de fotografías en la observación de campo.
- Grabadora de voz, para registrar la información obtenida en las entrevistas.



FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA EN RESTAURANTES

Entrevista N° _____ Entrevistador _____

Nombre del Restaurante: _____

Dirección del Restaurante: _____

Rubro del Restaurante: _____

PREGUNTAS:

1) De los siguientes insumos ¿Cuántos gramos utiliza para la preparación de sus alimentos?

EN UN DÍA PARTICULAR:

- Papa _____ Kg
- Cebolla _____ Kg

EN UN DÍA DEL FÍN SEMANA:

- Papa _____ Kg
- Cebolla _____ Kg

2) ¿En qué presentaciones utiliza la papa y la cebolla para la elaboración de sus platos?

EN UN DÍA PARTICULAR:

- () Papa pelada y picada en cuadraditos _____ Kg.
- () Papa pelada y picada para fritura (larga) _____ Kg.

- () Papa pelada entera _____ Kg.
- () Cebolla picada en cuadraditos pequeños _____ Kg.
- () Cebolla picada en trozos grandes _____ Kg.
- () Cebolla corte Hoja _____ Kg.

EN UN DÍA DEL FIN DE SEMANA:

- () Papa pelada y picada en cuadraditos _____ Kg.
- () Papa pelada y picada para fritura (larga) _____ Kg.
- () Papa pelada entera _____ Kg.
- () Cebolla picada en cuadraditos pequeños _____ Kg.
- () Cebolla picada en trozos grandes _____ Kg.
- () Cebolla corte Hoja _____ Kg.

3) **¿Qué tipo de cebolla es la que usted prefiere utilizar para la preparación de sus platillos?**

4) **¿Qué tipo de papa es la que usted prefiere utilizar para la preparación de la papa frita?**

5) **¿Qué tipo de papa es la que usted prefiere utilizar para la preparación de la papa entera hervida o horneada?**

6) **¿Dónde compra estos insumos?**

Papa:

- Centro de Abastos - Mercado
- Distribuidor ¿Cómo se llama?

Cebolla:

- Centro de Abastos - Mercado
- Distribuidor ¿Cómo se llama?

7) Con qué frecuencia compra o le distribuyen estos insumos?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

8) ¿Alguna vez ha tenido un distribuidor de alguno de los insumos mencionados anteriormente? (Mencionar el nombre, y comente experiencia)

9) Si una empresa distribuye la papa y cebolla (natural) en las diferentes presentaciones que usted utiliza ¿Compraría?

Papa:

- Si
- No

Cebolla:

- Si
- No

10) ¿Qué aceite es el que usted prefiere utilizar en su restaurante?

11) ¿Cuántos litros de aceite utiliza en su restaurante, en una semana?

12) ¿Preferiría que una sola empresa le distribuya todos estos insumos?

() Si

() No

1.2.3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

1.2.3.1. ÁMBITO:

El presente estudio se realizará en el distrito de Yanahuara, de la ciudad de Arequipa – Perú.

1.2.3.2. TEMPORALIDAD:

Este estudio se realizará durante el año 2014.

1.2.3.3. UNIDADES DE ESTUDIO:

NÚMERO DE RESTAURANTES EN YANAHUARA:

a) UNIVERSO:

Después de una detallada búsqueda, encontramos la cantidad de restaurantes que se encuentran ubicadas en el distrito de Yanahuara, estos restaurantes serán los lugares en los cuales pensamos distribuir los productos. Se considerarán los restaurantes de comida típica o criolla, de pescados y mariscos, pollerías, parrillas y grilles, y

restaurantes de comida diaria. A continuación presentamos una lista de todos los restaurantes ubicados en Yanahuara (Restaurantes Guía 2014).

Tabla 4: Determinación del Universo

Nº	RESTAURANTES	DIRECCIONES
1	COSTUMBRES	Calle Tronchaderos 212
2	DON POLLO	AV. Ejercito 703 - Yanahuara
3	EL CEBILLANO	Calle Misti N° 110, Yanahuara, Arequipa (Arequipa)
4	EL POLLO REAL	Av. Emmel
5	EL TIO DARIO	Callejón del Cabildo 100
6	FIESTA AREQUIPEÑA	Francisco Ibáñez 137 - Umacollo
7	LA CAU CAU II	Calle Tronchaderos 404
8	LA ESQUINA	Calle Puente Bolívar 201 Umacollo
9	LA NUEVA PALOMINO	Pasaje Leoncio Prado 122, Yanahuara, Arequipa (Arequipa)
10	LOS HERRAJES	Calle Ugarte 100 - Yanahuara
11	LOS MANZANITOS	Villa Hermosa 1007
12	NORKYS	Calle Misti 100
13	PICANTERIA EL SUPER ADOBO AREQUIPEÑO	Calle Ugarte 214 - Yanahuara
14	PUNTO Y COMA	Calle los Jazmines 202 - Primavera Umacollo
15	KAPISAQ – CHICHARRONERÍA	Calle Quezada
16	RESTARUANTE PARRILLADAS EL GALEON IV	León Velarde 302 Yanahuara
17	SILLUSTANI	Urb. Magnopata A-7 Yanahuara
18	SOL DE MAYO	Calle Jerusalén 207
19	WAYKUK	Av. Ejercito 212 Yanahuara
20	EL CHARRUA	Cuesta del Olivo 318 Yanahuara
21	ECO TURISTICO EL ROSAL	Prolongación Av. Bolognesi S/N Yanahuara
22	EL GAUCHO	Av. Emmel
23	CANDELA	Ballón Farfán
24	EL OH QUE RICO	Av. Dunker Lavalle
25	SR. PIMIENTA	Lazo de los Ríos

26	LA OCOPA AREQUIPEÑA	Calle Miguel Grau 506 - 508
27	MISTER POLLO	Víctor Andrés Belaunde
28	POLLERÍA EL MARQUEZ	Víctor Andrés Belaunde
29	PATATAS	Víctor Andrés Belaunde
30	CEVICHOPP	Víctor Andrés Belaunde
31	EL SAMBO	Víctor Andrés Belaunde
32	EL PERLA NEGRA	Víctor Andrés Belaunde
33	EL SECRETO DE MI SABOR	Av. Zamácola - Magisterial 2
34	ANTICUCHERIA BETO'S	Av. Quiñones
35	EL ARADO	Calle Loreto
36	LA CHOLITA	Calle Loreto
37	ORGULLOSAMENTE PICANTEROS	Calle Misti 407
38	POLLERIA LOS PORTALES	Cuesta del Ángel 501 A
39	PARRILLADAS CORTE AZUL	Calle Misti
40	NUESTRA PICANTERÍA	Magisterial II
41	SOL Y MAR	Misti 126
42	MANOS PERUANAS	Esquina Renato Morales con Ernesto Noboa N°100
43	TIPICO NORTEÑO	Av. Víctor Andrés Belaunde 125 B Umacollo
44	MARES	Av. Emmel
45	MONTONERO	calle Garaycochea

FUENTE: Restaurantes Guía

Elaboración de las Autoras

Se ha determinado como universo 45 restaurantes, ubicadas en el distrito de Yanahuara.

b) MUESTRA:

Para la determinación de la muestra, se utilizó la fórmula estadística de la población finita, con el fin de obtener la cantidad óptima de restaurantes a encuestar como se observa a continuación:

$$n = \frac{N * K * p * q}{e^2 * (N - 1) + K^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población = 45

Nivel de Confianza = 95%

K = 1.96

p = homogeneidad que suceda el fenómeno. Probabilidad = 50%.

q = homogeneidad que no suceda el fenómeno. Probabilidad = 50%.

e = error dispuesto a admitir 5% (mientras menor sea el error mayor probabilidad de obtener mejores resultados).

Obteniendo como resultado para “n”, una muestra de 21 restaurantes a encuestar.

1.2.4. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Como estrategias de recolección de datos para fuente primaria, hemos determinado el uso de encuestas personales y entrevistas, las cuales se realizarán por medio de trabajo de campo. Ambas serán realizadas por dos personas en los restaurantes del distrito de Yanahuara.

Además, para obtener la información secundaria, recurriremos a investigar vía web para obtener información estadística, de fuentes oficiales como el INEI, BCRP, entre otros. Investigaremos en internet durante cuatro horas al día.

También, consultaremos libros en la biblioteca de la Universidad Católica de Santa María, a la cual tenemos fácilmente acceso por ser alumnas de dicha institución. Para ello invertiremos dos días a la semana, mínimo dos horas cada día. Del mismo

modo visitaremos una vez al mes la biblioteca de la Universidad Católica San Pablo, obteniendo acceso a ella por medio de amistades que laboran allí.

1.2.5. RECURSOS NECESARIOS

1.2.5.1. Humanos:

Investigadoras:

- Sánchez Unthiveros, Maria Fernanda
- Villanueva Paredes, Grace Ximena

1.2.5.2. Materiales

Para el presente estudio se requerirá de ciertos materiales que permitan la realización del mismo, dentro de estos:

- ✓ Computadoras,
- ✓ Libros,
- ✓ Revistas,
- ✓ Software estadísticos,
- ✓ Internet,
- ✓ Impresora,
- ✓ Fotocopiadora,
- ✓ Tablas para encuestas,
- ✓ Cámara Fotográfica,
- ✓ Grabadora de Voz,
- ✓ Hojas,

- ✓ Lapiceros y lápices
- ✓ Regla,
- ✓ Borrador y corrector; y demás materiales de escritorio en general.

1.2.5.3. Financieros

Tabla 5: Estimación de Costos para la realización del Proyecto

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	GASTOS
FORMULARIO DE ENCUESTA		S/. 80.00
ENERGÍA ELECTRICA		S/. 600.00
UTILES DE ESCRITORIO:		S/. 46.00
(6) Lapiceros	S/. 2.50	S/. 15.00
(2) Folder	S/. 5.00	S/. 10.00
(2) Tablas de encuestas	S/. 7.00	S/. 14.00
(2) Correctores	S/. 3.50	S/. 7.00
IMPRESIONES		S/. 100.00
FOTOCOPIAS		S/. 40.00
TRANSPORTE		S/. 400.00
LLAMADAS TELEFONICAS		S/. 200.00
OTROS		S/. 100.00
TOTAL		S/. 1,566.00

Elaboración de las Autoras

A lo largo del periodo de estudio, se realizará una serie de gastos para poder llevar a cabo la investigación. Sin embargo, a pesar de la estimación que se ha hecho, la tabla anterior de gastos será ajustada durante el desarrollo de la investigación. El monto total estimado es de S/. 1566.00 aproximadamente.

1.3. Cronograma

TIEMPO ACTIVIDADES (por quincena)	ABRIL		MAYO		JUNIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO		MARZO	
	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30	15	30
Redacción del Plan de Tesis	■	■	■	■	■																	
Búsqueda más profunda de Información					■	■	■	■														
Redacción del Marco Teórico									■	■	■	■										
Elección y constitución de la cartera a analizar											■	■	■	■								
Cálculo de las distintas variables a utilizar.													■	■	■	■						
Elaboración e interpretación de gráficas															■	■	■	■				
Redacción de Introducción																	■	■				
Redacción de resultados																	■	■				
Redacción de conclusiones																	■	■				
Presentación del Plan de investigación															■							
Aceptación e Inscripción del Plan de Investigación																■						
Presentación del borrador de tesis																					■	■
Lectura y calificación por asesores																						■

Elaboración de las Autoras

1.4. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	MÉTODO
<p>Viabilidad Económica Financiera para la Instalación de una Empresa que oferte Insumos para los Restaurantes del Distrito de Yanahuara en Arequipa 2015-2019.</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la Viabilidad Económica Financiera de la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar la disponibilidad y cuantificar los requerimientos de materias primas para el proyecto. •Determinar la demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara. •Determinar el monto de inversión para la instalación de una empresa que oferte insumos para 	<p>Debido al boom gastronómico y a un mayor consumo de alimentos fuera de casa, que han generado un crecimiento en el sector de restaurantes en la ciudad de Arequipa, y en especial en distritos turísticos y representativos de la gastronomía como es el distrito de Yanahuara; es probable que dados los cambios crecientes de la Demanda de insumos de los restaurantes del distrito de Yanahuara, para poder cubrir la creciente demanda de sus platillos por parte de sus clientes; la instalación de una Empresa que oferte insumos como la papa y cebolla pelada y picada; así</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE: Instalación de una Empresa que oferte Insumos</p> <p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Viabilidad Económica Financiera</p>	<p>INDICADORES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> -MERCADO DE MATERIAS PRIMAS (Disponibilidad de materias primas que hace viable el proyecto). -MERCADO DE PRODUCTOS TERMINADOS (Identificación de la demanda de insumos por parte de los restaurantes del distrito de Yanahuara). -INVERSIONES (Determinación de los recursos monetarios). -FINANCIAMIENTO (Captación de Recursos Monetarios para el proyecto). -PRESUPUESTOS (Para poder determinar los beneficios en cada año). 	<p>TIPO DE PROBLEMA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descriptiva: porque nos permite conocer los productos requeridos por los diversos restaurantes del distrito de Yanahuara, para la preparación de sus platos diarios. Al mismo tiempo que permite identificar los hábitos de compra para el abastecimiento de dichos insumos alimentarios. - Explicativa: porque nos permite determinar la relación entre la oferta de papa y cebolla picada, así como la oferta de aceite, y la demanda de estos productos por los restaurantes en el distrito de Yanahuara. <p>RESTAURANTES DE YANAHUARA:</p> <p>UNIVERSO: Restaurantes que se encuentran ubicadas en el distrito de Yanahuara. En total 45 Restaurantes.</p> <p>MUESTRA: Se considera una muestra de 21 restaurantes.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:</p> <p>Utilizaremos tanto el método de estudio de información primaria como el de información secundaria.</p> <p>TÉCNICAS:</p> <p>La técnica de observación:</p> <p>Utilizaremos datos obtenidos de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el Banco Central de Reserva; además de datos obtenidos de encuestadoras oficiales como es el caso de IPSOS.</p>

	<p>los restaurantes del distrito de Yanahuara.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Definir la forma de financiamiento para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara. •Elaborar los presupuestos de ingresos y egresos necesarios que viabilicen la instalación de la empresa. •Evaluar si la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara es viable a través del Valor Actual Neto. •Determinar la Tasa Interna de Retorno del proyecto. <ul style="list-style-type: none"> •Identificar en cuánto tiempo se recupera la inversión. •Determinar Valor Económico Agregado del proyecto. 	<p>como el aceite; sea viable por medio del Valor Actual Neto Económico y Financiero.</p>		<p>INDICADORES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>-VALOR ACTUAL NETO $VAN = -Inversión Inicial + ((Flujos Futuros)/(1+r)^t)$</p> <p>-RELACIÓN BENEFICIO COSTO: Valor Actual de los Flujos / Costo</p> <p>-VALOR ECONÓMICO AGREGADO - EVA: $UODI * (1 - Tasa Imp. A la Renta) + Flujo Económico del año "0" * Costo de Oportunidad.$</p> <p>-PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.</p> <p>-TASA INTERNA DE RETORNO.</p>	<p>Esta información se recopilará de los portales web para obtener información de los restaurantes ubicados en el distrito de Yanahuara. También, obtendremos información de libros y publicaciones sobre aceite y papa y cebolla picada para comercializar.</p> <p>La técnica de comunicación:</p> <p>Desarrollaremos un formulario de preguntas, que nos permita obtener información sobre los insumos demandados por los restaurantes del distrito de Yanahuara, y la posibilidad de preferencia de demandar productos como papa y cebolla picada.</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>Instrumentos documentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulario de preguntas, • Fichas bibliográficas, • Fichas hemerográficas, • Fichas de resumen, • Fotografías. <p>Instrumentos mecánicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica, • Grabadora de voz. <p>ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas personales, realizadas por dos encuestadores. • Consulta en internet de fuentes oficiales, cuatro horas al día. • Visita a biblioteca de la Universidad Católica de Santa María, dos veces a la semana. • Visita a biblioteca de la Universidad Católica San Pablo, una vez al mes.
--	--	---	--	--	--

Elaboración de las Autoras

ANEXO 2

FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA EN RESTAURANTES

Entrevista N° Entrevistador _____

Nombre del Restaurante: _____

Dirección del Restaurante: _____

Rubro del Restaurante: _____

PREGUNTAS:

13) De los siguientes insumos ¿Cuántos gramos utiliza para la preparación de sus alimentos?

EN UN DÍA PARTICULAR:

- Papa _____ Kg
- Cebolla _____ Kg

EN UN DÍA DEL FÍN SEMANA:

- Papa _____ Kg
- Cebolla _____ Kg

14) ¿En qué presentaciones utiliza la papa y la cebolla para la elaboración de sus platos?

EN UN DÍA PARTICULAR:

- () Papa pelada y picada en cuadraditos _____ Kg.
- () Papa pelada y picada para fritura (larga) _____ Kg.
- () Papa pelada entera _____ Kg.
- () Cebolla picada en cuadraditos pequeños _____ Kg.
- () Cebolla picada en trozos grandes _____ Kg.
- () Cebolla corte Hoja _____ Kg.

EN UN DÍA DEL FIN DE SEMANA:

- () Papa pelada y picada en cuadraditos _____ Kg.
- () Papa pelada y picada para fritura (larga) _____ Kg.
- () Papa pelada entera _____ Kg.
- () Cebolla picada en cuadraditos pequeños _____ Kg.
- () Cebolla picada en trozos grandes _____ Kg.
- () Cebolla corte Hoja _____ Kg.

15) ¿Qué tipo de cebolla es la que usted prefiere utilizar para la preparación de sus platillos?

16) ¿Qué tipo de papa es la que usted prefiere utilizar para la preparación de la papa frita?

17) ¿Qué tipo de papa es la que usted prefiere utilizar para la preparación de la papa entera hervida u horneada?

18) ¿Dónde compra estos insumos?

Papa:

- Centro de Abastos - Mercado
 Distribuidor ¿Cómo se llama?

Cebolla:

- Centro de Abastos - Mercado
 Distribuidor ¿Cómo se llama?

19) Con qué frecuencia compra o le distribuyen estos insumos?

- Diario
 Semanal
 Quincenal
 Mensual

20) ¿Alguna vez ha tenido un distribuidor de alguno de los insumos mencionados anteriormente? (Mencionar el nombre, y comente experiencia)

21) Si una empresa distribuye la papa y cebolla (natural) en las diferentes presentaciones que usted utiliza ¿Compraría?

Papa:

- Si No

Cebolla:

- Si No

22) ¿Qué aceite es el que usted prefiere utilizar en su restaurante?

23) ¿Cuántos litros de aceite utiliza en su restaurante, en una semana?

24) ¿Preferiría que una sola empresa le distribuya todos estos insumos?

() Si

() No

