



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DE HARINA
DE CUSHURO EN EL DISTRITO DE
SAN JUAN DE LURIGANCHO**

**PRESENTADO POR
EDITH MILAGROS ESPINOZA ARPI**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE HARINA DE CUSHURO EN
EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO**

Presentado por:

Bachiller: Edith Milagros Espinoza Arpi

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Lima - Perú

2020

TABLA DE CONTENIDO

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	11
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	12
2.1. Nombre o razón social	12
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	12
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	13
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	14
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa características	15
2.5.1 características	15
2.5.2 Tabla de características principales de la micro, pequeña y mediana empresa.	16
2.6. Estructura Orgánica	17
2.7. Cuadro de asignación de personal.	19
2.8. Forma Jurídica Empresarial	21
2.8.1 Características	21
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	23
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	25
2.10.1 Registro sanitario	25
2.10.2 Licencia de funcionamiento	25
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	25
2.11.1 Ventajas	26
2.11.2 Obtención del Ruc	27
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	29
2.13.1 Remuneración	29
2.13.2 Jornada de trabajo	29
2.13.3 Descanso semanal obligatorio:	29
2.13.4 Descanso vacacional	29
2.13.5 Seguridad social de salud	30
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	30
2.14.1 Tipos de Contratos	30
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	32

2.15.1 Contrato por confidencialidad	32
3. ESTUDIO DE MERCADO	33
3.1 DESCRIPCION DEL ENTORNO DEL MERCADO:	33
3.1.1 OBJETIVO GENERAL:	34
3.1.2 METODOLOGIA:	34
3.1.3 LIMITACIONES:	34
3.1.4 FACTORES MACRO AMBIENTALES	34
3.1.5 ANALISIS FODA	38
3.1.6 VENTAJA COMPETITIVAS	39
3.2 Ámbito de acción del negocio	46
3.3 DESCRIPCION DEL BIEN O SERVICIO	48
3.3.1 Descripción completa del modelo de negocio CANVAS	49
3.3.2 SEGMENTOS DE MERCADO	49
3.3.3 PROPUESTA DE VALOR	49
3.3.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	50
3.3.5 RELACIÓN CON LOS CLIENTES	50
3.3.6 INGRESOS	51
3.3.7 PROCESOS O ACTIVIDADES CLAVES	51
3.3.8 RECURSOS CLAVES	52
3.3.9 ASOCIACIONES CLAVES – STAKEHOLDERS	53
3.3.10 ESTRUCTURA DE COSTOS	53
3.4. Estudio de la demanda	54
3.4.1 Cuadro de la estimación de la demanda	56
3.5 Estudio de la oferta	57
3.5.1 Determinación de la oferta	58
3.6 Estudio de la demanda insatisfecha	58
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	60
3.8. Descripción de la política comercial	61
3.8.1 Estrategia de producto / servicio	61
3.8.2 Estrategia de precios	65
3.8.3 Estrategia de Plaza o Distribución	66
3.8.4 Estrategia de Promoción	66
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	67

4. ESTUDIO TECNICO-----	68
4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes-----	68
4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos -----	68
4.2.2 Diagrama de Gantt-----	72
4.3 Capacidad instalada y operativa-----	72
4.3.1 Capacidad instalada-----	73
4.3.2 Capacidad ociosa -----	75
4.3.3 Capacidad operativa -----	75
4.4 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos -----	76
4.5 Infraestructura y características físicas-----	79
4.6 Localización del negocio, Factores determinantes-----	81
4.6.1 Macro localización-----	81
4.6.2 Micro Localización-----	82
5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO -----	85
5.1. Inversión Fija-----	85
5.1.1. Inversión Tangible-----	85
5.1.2 Inversión Intangible -----	86
5.2 Capital de Trabajo-----	87
5.3 Inversión Total-----	88
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento -----	89
5.5. Fuentes Financieras -----	90
5.6. Condiciones de Crédito-----	92
5.6.1 Beneficios Scotiabank -----	92
5.6.2 Requisitos -----	92
6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS-----	95
6.1 presupuestos y costos-----	95
6.2 Punto de Equilibrio-----	100
6.3 Estado de ganancias y perdidas -----	101
6.4 Presupuesto de ingresos -----	102
6.5 Presupuesto de egresos -----	103
6.6 Caja de Flujo Proyectado-----	104
6.7 Balance General-----	105

7. EVALUACIÓN-----	106
7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición-----	106
7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición-----	108
7.3 Evaluación Social-----	109
7.4 Impacto Ambiental-----	110
8. 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----	112
8.1. Conclusiones-----	112
8.2. Recomendaciones-----	113
9. ANEXO-----	117

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ley de MYPES	16
Tabla 2 Cuadro de asignaciones de la empresa PUQUI E.I.R.L	19
Tabla 3 Asignación externo.....	21
Tabla 4 Requisitos para inscripción del Ruc.....	27
Tabla 5 Registro y PLAME	28
Tabla 6 Consumo promedio anual de harina.....	45
Tabla 7 Porcentaje según nivel socioeconómico	56
Tabla 8 Estimación de la demanda de mercado	56
Tabla 9 Competidores directos	57
Tabla 10 Determinación de la demanda y oferta	58
Tabla 11 Determinación de la demanda insatisfecha	59
Tabla 12 Cuadro de provisiones para comercializar.....	60
Tabla 13 Taba de la demanda proyectada	67
Tabla 14 Proceso de Compra	72
Tabla 15 Proceso de Venta.....	72
Tabla 16 Cuadro de bienes.....	76
Tabla 17 Cuadro de requerimiento de insumo critico	77
Tabla 18 Cuadro de requerimiento de Personal	78
Tabla 19 Cuadro de inversión intangible de la empresa PUQUIS EIRL	86
Tabla 20 Cuadro de inversión total de la empresa PUQUI EIRL.....	88
Tabla 21 Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa PUQUI EIRL	89
Tabla 22 Cuadro de fuentes de financiación de la empresa PUQUI EIRL	90
Tabla 23 Fuentes de Financiamiento	90
Tabla 24 Cuadro de condición financiera Scotiabank.....	93
Tabla 25 Cuadro de condición de crédito Financiera Scotiabank	94
Tabla 26 Costos de personal de la empresa PUQUI EIRL	95
Tabla 27 Costos personal proyectada de la empresa PUQUI EIRL.....	95
Tabla 28 Gastos fijos de la empresa PUQUI EIRL	96
Tabla 29 Gastos fijos proyectada de la empresa PUQUI EIRL	96
Tabla 30 Gastos de ventas de la empresa PUQUI EIRL	97
Tabla 31 Gastos de ventas proyectada de la empresa PUQUI EIRL.....	97
Tabla 32 Costos variables de la empresa PUQUI EIRL.....	98
Tabla 33 Cuadro de costo de producción de la empresa PUQUI EIRL	98
Tabla 34 Costos variables proyectada de la empresa PUQUI EIRL	99
Tabla 35 Cuadro de Depreciación de la empresa PUQUI EIRL	99
Tabla 36 Cuadro de Depreciación de la empresa PUQUI EIRL	99
Tabla 37 Cuadro de Punto de Equilibrio de la empresa PUQUI EIRL	100
Tabla 38 Estado de ganancia y perdida de la empresa PUQUI EIRL.....	101
Tabla 39 Estimación de Unidades vendidas.....	102
Tabla 40 Ventas por ingresos de la empresa PUQUI EIRL	102
Tabla 41 Proyección de ingresos anuales	102
Tabla 42 Proyección de egresos anuales de la empresa PUQUI EIRL.....	103
Tabla 43 Flujo de caja proyectada de la empresa PUQUI EIRL.....	104

Tabla 44 Balance General de la empresa PUQUI EIRL.....	105
Tabla 45 Costo promedio ponderado WACC	106
Tabla 46 Tabla de periodo de recuperación	106
Tabla 47 Evaluación económica.....	106
Tabla 48 Resumen evaluación económica	107
Tabla 49 Evaluación financiera.....	108
Tabla 50 Tabla de Periodo de recuperación financiera	108
Tabla 51 Evaluación Financiera.....	108
Tabla 52 Resumen evaluación Financiera.....	109

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Ubicación del negocio	13
Ilustración 2. Organigrama de la empresa PUQUI E.I.R.L	18
Ilustración 3. Evolución de los productos nutricionales	35
Ilustración 4. Siembra del Cushuro	36
Ilustración 5. Estimación de niños con anemia	37
Ilustración 6. Fotos de la competencia.....	40
Ilustración 7. Hábitos saludables entre los peruanos	41
Ilustración 8. Productos sustitutos.....	42
Ilustración 9. Productos sustitutos.....	42
Ilustración 10. Productos sustitutos.....	43
Ilustración 11. Fuerzas de Porter.....	46
Ilustración 12. Mapa satelital del Distrito San Juan de Lurigancho	47
Ilustración 13 Presentación del Cushuro	48
Ilustración 14. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (horizontal)	54
Ilustración 15. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (vertical).....	55
Ilustración 16. Matriz ANSOFF	61
Ilustración 17. Representación Cushuro en harina.....	62
Ilustración 18. Logo de la empresa	63
Ilustración 19. Empaque de la empresa.....	64
Ilustración 20. proyección de la demanda	67
Ilustración 21. Proceso de Flujograma de Puqui.....	71
Ilustración 22. Distribución de instalaciones.....	74
Ilustración 23. Mapa de infraestructura.....	80
Ilustración 24. Mapa de Lima Metropolitana.....	82
Ilustración 25. Centro de operaciones PUQUI EIRL.....	83
Ilustración 26. Cuadro de inversión tangible de la empresa PUQUI EIRL.....	85
Ilustración 27. Capital de Trabajo de PUQUIS EIRL	87
Ilustración 28. Financiera Scotiabank, crédito MYPE	91
Ilustración 29. Requisitos Financiera Scotiabank.....	92

RESUMEN EJECUTIVO

La propuesta de negocio busca incentivar el consumo del cushuro, alga andina que crece en las lagunas de nuestra sierra, sobre todo en la región Ancash y posee múltiples beneficios, el cushuro aportan mayor contenido de calcio que la leche, tiene más hierro que la lenteja y más proteína que la carne y ello hace un gran aporte en la salud del ser humano y así mismo combatir las enfermedades como la anemia, osteoporosis, estreñimiento, problemas digestivos, ciclos menstruales irregulares y la desnutrición infantil ya que hoy en día el Perú nos es ajeno a uno de esos problemas a nivel mundial, también ayuda a personas que sufren de diabetes entre otros, por ende este producto está dirigido para el público en general y así contrarrestar los problemas de salud ya existentes .

Con este producto buscamos satisfacer de aportes nutricional que el cuerpo humano necesita en su vida diaria y que hoy en día las personas por el apuro de su vida cotidiana se descuidan, además que el sabor del cushuro es insípido motivo por el cual nos ayuda a que pueda integrarse a cualquier tipo de preparación de platillos o batidos ya sea dulce o salada sin alterar el gusto de alguno y a cualquier hora del día.

De acuerdo a nuestra evaluación financiera, el proyecto es viable, debido a que contamos con un VAN económico de S/77,322.46 y financiero de S/77,713.94, a su vez, nuestra TIR económica y financiera son de 60 % y 59% respectivamente. En vista de ello la rentabilidad de nuestro proyecto es importante y nos permitirá recuperar el financiamiento invertido, no ajeno de ello, los flujos proyectados nos garantizan importantes crecimientos en los próximos 5 años.

La empresa PUQUIS EIRL se compromete a integrar nuevas oportunidades laborales para generar empleabilidad en la comunidad así mismo realizaremos programas de beneficio social por el cual al momento de comprar nuestro producto

un porcentaje mínimo será enviado para casa, hogares de personas de escasos recursos.

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El cushuro es el insumo innovador para nuestro producto, ya que el cushuro puede ser utilizada de dos formas tanto natural o seca para realizar la harina de cushuro y sus derivados necesitaremos el cushuro deshidratado, ya que al estar seco o deshidratado nos ayudara a la eliminación casi completa del agua que contiene el alimento y se elimina la posibilidad de deterioro biológico, tiene un efecto conservante, reduciendo peso y volumen sin alterar las propiedades del alimento.

Esta idea de negocio tendrá éxito y será viable debido a que a que en la actualidad hay una gran tendencia por las personas hacia el cuidado de su alimentación, por lo cual hace que se incline al mayor consumo de productos considerados naturales y nutritivos.

Este producto que es la harina de cushuro es diferente ya que a diferencia de las harinas convencionales que existen en el mercado, este contiene un alto porcentaje de valor nutricional que aporta al desarrollo al cuerpo humano inclusive doblgando a la Quinoa y kiwicha las cuales cuentan un 15% de proteínas a diferencia del cushuro que es un 30 %, así mismo también se puede afirmar la presencia de todos los aminoácidos esenciales convirtiéndola incluso en un alimento con más proteína que la propia carne.

ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social que asignado para este proyecto es “PUQUI E.I.R.L”, se realizó el filtro correspondiente en el buscador de la Sunat, donde existe el registro de una empresa con un nombre muy parecido que se encuentra en el Estado de Contribuyente con Baja de Oficio desde el 06 de enero del 2009.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

Para este plan de negocio se utilizará el código 15499 cuya descripción o actividad económica es la “**Elaboración de otros productos alimenticio**” en este caso nuestro proyecto se encargará de realizar la elaboración de harina de cushuro “alga andina”.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU), es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas, cuya finalidad es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La geográfica de la oficina, almacén de la empresa “PUQUI E.I.R. L” va estar situada en Calle Apurímac 191 AA. HH los Perales, distrito de SANTA ANITA, provincia de Lima, cerca al Mall Aventura santa Anita.

Para realizar las respectivas operaciones de la empresa se tendrá que solicitar una licencia de funcionamiento a la municipalidad del distrito de SANTA ANITA y presentar una solicitud al Instituto Ubicación Nacional de Defensa Civil (INDECI) para que puedan realizar la respectiva inspección, medidas de las instalaciones del local y salidas de emergencia

El mercado seleccionado está compuesto por personas que viven, trabajan o estudian en el Distrito de San Juan de Lurigancho.

Además, se tiene una estimación aproximadamente de 13,500 hogares, que será nuestro mercado dirigido conformada por 4 personas por hogar sale un estimado de 54,000 personas.

Ilustración 1. Ubicación del negocio



Fuente: (Google, 2020)

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

PUQUIS EIRL tiene como principal objetivo ser una marca reconocida en el mercado y una de las empresas pioneras en la producción y comercialización de harina de cushuro maximizando sus ventas a un 10 % al término del 2021.

Misión: Comercializar y producir productos con gran aporte nutricional que ayudan a mejorar la calidad de vida del ser humano, creando una experiencia de bienestar en los consumidores.

Visión: Ser una empresa líder en el mercado en la elaboración de harina de cushuro, sus derivados y que nuestra marca sea reconocida en el mercado al 2030.

VALORES Y PRINCIPIOS:

Los valores son los principios por los que se rige una persona, un grupo o una sociedad. En la empresa PUQUI E.I.R.L son cualidades y actitudes que deben desarrollar y resaltar r cada persona que laboran en la organización como:

- . Responsabilidad
- . Respeto
- . Puntualidad.
- . Lealtad.
- . Honestidad.
- . Lealtad.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa características

PUQUI E.I.R.L se inclinará hacia el régimen MYPIMES ya que al ser una empresa nueva y con financiamiento limitado es el régimen que más se adapta a las posibilidades financieras de la empresa, el cual esto no limita a que más adelante pueda haber una variación conforme la empresa vaya creciendo y posicionándose en el mercado

2.5.1 características

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobretiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)

2.5.2 Tabla de características principales de la micro, pequeña y mediana empresa.

Tabla 1 Ley de MYPES

	<i>Ventas anuales</i>
<i>Microempresa</i>	Hasta 150 UIT
<i>Pequeña empresa</i>	Superior a 150 UIT (S/.645,000.00 soles) y hasta el máximo de 1,700 UIT (s/.7'310,000.00 soles)
<i>Mediana empresa</i>	Superior a 1,700 UIT (S/.7'310,000.00 soles) y hasta 2,300 UIT (S/.9'890,000.00 soles).

Fuente: Elaboración propia en base a la nueva ley N°3056

2.6. Estructura Orgánica

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría (Fleitman, 2000; citador en Thompson, 2009)

- Organigrama de la empresa PUQUI E.I.R.L

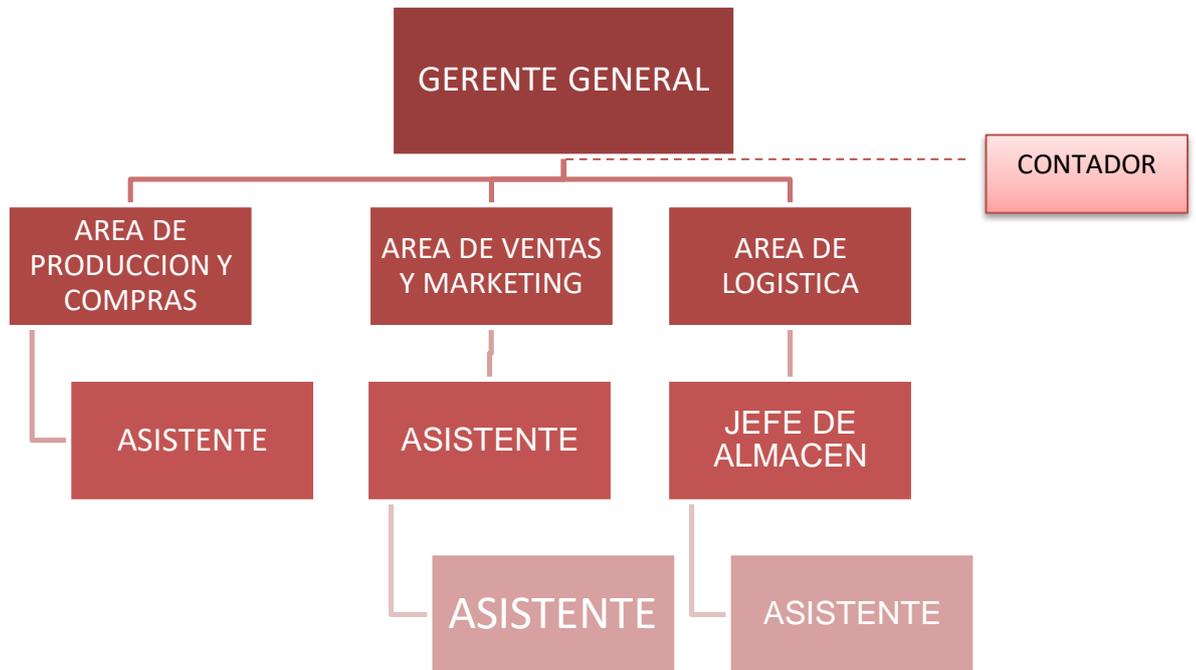
La empresa presentara un organigrama en el cual refleja su imagen de la representación de la organización con el fin de que se pueda identificar las áreas y jerarquías correspondientes. Además, se caracterizará porque su organigrama será Funcional ya que tiene una combinación de ambos y cuenta con un área de apoyo.

El organigrama de la empresa estará compuesto de la siguiente manera:

- ✓ 01 gerente General: El fundador y dueño de la empresa será el gerente general y representante legal de la organización.
- ✓ Área de producción y compras: Contara con el apoyo de dos asistentes.
- ✓ Área de marketing.
- ✓ Área de logística.
- ✓ Jefe de almacén.
- ✓ Asistente de almacén.

Ilustración 2. Organigrama de la empresa PUQUI E.I.R.L

PUQUI E.I.R.L



Fuente: elaboración propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Tabla 2 Cuadro de asignaciones de la empresa PUQUI E.I.R.L

CARGO	FUNCION	COSTO MENSUA L	15 VACACIO NES	S/S	TOTAL, MENSUA L
GERENTE GENERAL/ ASISTENTE ADMI.	Gestión Administrativa y Comercial. Firma de contratos comerciales. Toma de decisiones de inversión. Representante legal de la empresa	930	465	15	945
AREA DE VENTAS Y COMPRAS.	Responsable de llevar el control y direccionamiento de nuestra empresa, además de capacitar a nuestros vendedores, apoyar y manteniendo informado al gerente general de las actividades y movimientos de la empresa. Además de gestionar las compras de los insumos para la producción	930	465	15	945
AREA DE LOGISTICA	Responsable de verifica el almacén y stock de nuestro producto y salidas del mismo.	930	465	15	945

**AREA
MARKETING**

Encarado de promover e incentiva las ventas del producto PUQUI E.I.R.L mediante página web, redes sociales, influencer y otras personas del medio en el cual se logre ingresar a la mente del consumidor con nuestro producto

930

465

15

945

JEFE DE ALMACEN

Apoya al área de logística responsable del inventario de almacén, de faltantes stocks y el control del buen estado del productor en su área de conservación.

930

465

15

945

**ASISTENTE DE
AREAS**

Apoyar al área respectiva asignada en las laborales que cada jefe de área le asigne para llegar al resultado final esperado de la empresa.

930

465

15

945

Fuente: Elaboración propia

Asignación de personal externo por recibo por honorarios de la empresa PUQUI E.I.R.L.

Tabla 3 Asignación externo

<i>Nombre de cargo:</i>	<i>Denominación del cargo calificado</i>	<i>Nº de cargo</i>	<i>Remuneración Mensual</i>	<i>Remuneración Anual</i>	<i>Total, Anual</i>
<i>Contador</i>	Contador publico	1	S/. 250.00	s/.3,000.00	s/. 3,000.00

Fuente: Elaboración propia.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

PUQUI la razón por optar por una EIRL es porque sería el más recomendable para este proyecto ya que nos permite tomar decisiones individualmente, sin socios. Es un tipo de organización en el que cualquier tipo de persona puede adquirir personalidad jurídica, sobre todo si estamos iniciando un negocio, la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica con un patrimonio distinto a su titular, es siempre comercial, el titular es una persona natural, además el administrador es el titular, quien representa a la empresa judicial y extrajudicialmente y la E.I.R.L podrá desarrollar operaciones civiles y comerciales, salvo aquellas reservadas por ley y a las sociedades anónimas, por ejemplos bancos y compañías de seguro.

2.8.1 Características

- Constituida por un titular (Dueño Único).
- El patrimonio de esta empresa es distinto al patrimonio del titular.
- Se constituye para el desarrollo de actividades económicas de cualquier tipo, sin ningún tipo de restricción.

- Este tipo de empresas es ideal para aquellas personas que no deseen tener socios.
- El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma.
- El capital de la empresa está constituido por los bienes que aporta mediante una declaración jurada de la lista de bienes detalla, o también se puede aportar dinero en efectivo, dicho dinero se acredita mediante una declaración jurada.
- La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio.
- El titular o dueño de la empresa no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.

Fuente: (Sunat,2019)

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca es el diseño, símbolo, término que identifica el producto o servicio de una organización frente a su competencia, El registro de marca es fundamental para que pueda obtener una posición, estilo, poder diferenciarse en el mercado y hacer que los consumidores los conozcan, esta será patentada ante INDECOPI, el cual se llamara "PUQUIS" y estará compuesta por una combinación de colores primarios. Además, al ser un nombre corto y llamativo ayudara a que sea fácil de recordar al consumidor final, la marca nos ayudara a obtener las licencias necesarias y ser transferida con relativa facilidad, también nos permitirá que no pueda utilizar y proteger la marca frente otros países. Para ser el registro correspondiente seguiremos los siguientes pasos:

*Dirección de correo electrónico para la modalidad online

*Documento simple que manifieste tu consentimiento si deseas ser notificado vía correo electrónico para modalidad online.

*Imagen de tu marca impresa para la modalidad presencial

*En caso de apoderado, adjuntar copia del poder simple (no requiere legalización y si es extranjero, no requiere secuencia de firmas). Si se trata de una persona jurídica, acreditar que quien firma la solicitud tiene facultades de representación ante autoridades administrativas (se puede adjuntar copia simple de la partida registral, señalar el número de partida registral en la solicitud, o indicar el número de expediente del documento), (Indecopi, 2020)

*El costo de trámite es de 534.99 la cual deberá ser pagado presencialmente en el banco de la nación. (INDECOPI, 2020).

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

2.10.1 Registro sanitario

El registro sanitario nos permitirá o autorizará a una persona, tanto natural como jurídica a poder fabricar, envasar un producto ya sea para el consumo humano, por el cual es uno de los registros fundamentales que vamos a necesitar para nuestra idea de negocio, este registro es regulado a través del MINSA.

2.10.2 Licencia de funcionamiento

Para nuestra idea de negocio es indispensable para las operaciones a realizarse dentro de la organización, las cuales estas serán solicitadas a la municipalidad de Santa Anita, estos requisitos son:

*tratándose de personas jurídicas u otros entes colectivos: su número de R.U.C. y el número de D.N.I. o Carné de Extranjería de su representante legal

*Derecho de pago

*Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en la edificación para edificaciones calificadas con riesgo bajo o medio

* Para obtener un certificado de seguridad para la apertura y funcionamiento de nuestra oficinas y almacén de 60 m² necesitamos: una solicitud dirigida al alcalde del distrito. (Municipalidad de Santa Anita, 2020)

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

El régimen tributario que se adapta para esta idea de negocio es de Régimen laboral MYPE – RMT porque esta creado especialmente para empresas pequeñas, con el objetivo de promover su crecimiento al brindarle condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones. (Sunat, 2020).

PUQUI E.I.R. L va a desarrollar actividades como producción, comercialización y distribución, por ende, el régimen tributario ya mencionado es el más apto para las operaciones que realizara la empresa. Siendo generadora de rentas de tercera categoría.

2.11.1 Ventajas

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función de tus ingresos.
- Para pertenecer a este régimen debes declarar dentro de la fecha de vencimiento el periodo de inicio de actividades.

2.11.2 Obtención del Ruc

Para iniciar el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa PUQUI EIRL deberá hacer la inscripción respectiva al ruc que este consta de 11 dígitos.

Tabla 4 Requisitos para inscripción del Ruc

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC

<i>Personas con negocio</i>	Persona jurídica
<i>DNI original.</i>	DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
<i>Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad</i>	Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
<i>Para acreditar tu domicilio fiscal puedes utilizar la dirección declarada en tu DNI ó cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal</i>	Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

Fuente: (SUNAT,2019)

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Se denomina PLAME a la planilla mensual de pagos el cual tiene dos componentes, Registro de Información Laboral (T-Registro) y Planilla Mensual de Pago (PLAME), el cual explicaremos en la siguiente tabla:

Tabla 5 Registro y PLAME

<i>PLANILLA ELECTRONICA</i>	<i>DESCRIPCION</i>	<i>DESCRIPCION</i>	<i>MEDIO DE ACCESO</i>
<i>T- REGISTRO</i>	Registro de Información Laboral	Es el registro de información laboral de los empleadores, trabajadores, pensionista, prestadores de servicio y otros (practicantes) personal de terceros	A través de la clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
<i>PLAME</i>	Planilla Mensual de pago	Comprende la información laboral de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derecho habientes	Se descarga en el programa www.sunat.gob.pe se elabora, genera archivo y envía en SUNAT operaciones en línea

Fuente: (SUNAT, 2016)

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

2.13.1 Remuneración

PUQUI EIRL, otorgara una remuneración del sueldo básico de s/930.00 a sus trabajadores como se establecen en las normas, con 8 horas diarias y 48 horas semanales además de vacaciones 15 días del año pagadas, descanso semanal y días feriados. Además, no forman parte de este régimen laboral que adopta la empresa el pago por compensación de servicios (CTS) y ESSALUD.

2.13.2 Jornada de trabajo

La jornada laboral serán de 8 horas diarias completando las 48 horas semanales de manera obligatoria

Para el presente proyecto se decidió por ejercer por una microempresa debido a que la empresa contará con número de 9 trabajadores, quienes estarán en planilla cumpliendo la empresa con los derechos establecidos por la ley.

2.13.3 Descanso semanal obligatorio:

El descanso de una vez por semana será de manera obligatoria y los días feriados según calendario por 24 horas.

2.13.4 Descanso vacacional

La empresa PUQUI E.I.R.L. se acogerá por el Régimen Laboral Especial para las MYPES ya que según sus características este régimen puede beneficiar a la empresa en tema de costos, por lo tanto, como la empresa PUQUI E.I.R.L. es considerada una pequeña empresa se acogerá al Régimen Especial para la pequeña empresa, con este régimen la empresa otorga 15 días de vacaciones anual pagadas al colaborador.

2.13.5 Seguridad social de salud

Los conductores y trabajadores de las microempresas deben ser afiliados, como mínimo, al Componente Semi contributivo del Sistema Integral del Salud (SIS), el cual cubre determinadas prestaciones médicas y algunos gastos. (Sunat, 2019).

La empresa asumirá el 50% y el otro 50% el estado en cuanto a la afiliación del SIS para los colaboradores de la organización.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

Los contratos laborales son acuerdos entre el empleador y un trabajador por el cual este ofrece sus servicios a cambio de una remuneración salarial. Además, dicha relación o contrato debe ser documentada a través de un contrato firmado.

Este representa un acuerdo y relación entre el empleador y colaborador por una prestación de servicio bajo la dirección y control de la persona quien lo contrato o firmo dicho acuerdo.

2.14.1 Tipos de Contratos

Según Pro inversión (2016) existen dos tipos de contratos:

1. Contratos de plazo indefinido: Constituyen la regla general para la contratación en el Perú y no tienen una duración expresamente definida.
2. Contratos de duración determinada: Para esta modalidad de contratación, la legislación requiere prueba de una causa objetiva que permita esta condición, como en el caso de:
 - Contratos de carácter temporal (p.ej. la puesta en marcha de un nuevo negocio)
 - Contratos de naturaleza accidental (p.ej. el reemplazo de un empleado)

- Contratos para una obra o servicio específico (p.ej. servicios de temporada)

La empresa PUQUI E.I.R.L. por ser una empresa de comercialización, producción y distribución en sus inicios ha evaluado realizar el tipo de contrato de duración determinada.

Los contratos que utilizara la empresa son:

- **Contrato de trabajo sujeto a modalidad Plazo Fijo**

Se utilizará este tipo de contrato para el jefe de ventas y producción y el jefe de Logística, los cuales tendrán un periodo de 6 meses que será renovable según el desempeño del colaborador.

- **Contrato por prestación de servicios**

Se efectuará este tipo de contrato para la prestación de servicio de un profesional externo en el caso la empresa PUQUI E.I.R.L manejará este contrato para el personal fuera de su nómina como el contador externo el cual estará encargado de llevar los estados financieros de la empresa.

- **Contrato de trabajo sujeto a modalidad Plazo Fijo**

Se utilizará este tipo de contrato para el jefe de ventas y producción y el jefe de Logística, los cuales tendrán un periodo de 6 meses que será renovable según el desempeño del colaborador.

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La responsabilidad en la organización será por parte del gerente general quien será el dueño y representante legal de la empresa ya que a optar por una E.I.R.L esta no puede estar constituida por varios socios ni tiene en venta sus acciones ya que solo una persona recae la responsabilidad de la empresa.

2.15.1 Contrato por confidencialidad

Este contrato se efectuará en la organización para compartir una información sensible de la empresa ya sea con el proveedor o un tercero, para cuidar la confidencialidad de las formulaciones, clientes y entre otras que la empresa considere que sería un riesgo para la empresa.

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 DESCRIPCION DEL ENTORNO DEL MERCADO:

Para que la empresa pueda describir cómo está actualmente el mercado donde va ingresar se hará un análisis de su entorno y estudiar las necesidades que los consumidores tienen para que pueda obtener información objetiva de los factores que se encuentra en ellos como son los consumidores, proveedores, competidores e intermediarios y como estos se comportan a partir de datos demográficos, político, tecnológico y económicos. Además, esta información ayudara a la organización a realizar una correcta segmentación del mercado para crear estrategias y así obtener una ventaja competitiva frente a su competencia y pueda estar atento ante los cambios que se producen en su entorno, ya que el mercado es cambiante y se debe estar atento frente a las nuevas tendencias a presentarse.

Para esta idea de negocio se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- Marco económico
- Marco tecnológico
- Marco sociocultural
- Marco demográfico

3.1.1 OBJETIVO GENERAL:

Analizar nuestro entorno del mercado para poder tomar decisiones en cuanto al valor agregado que se le puede dar al producto para diferenciar de la competencia.

3.1.2 METODOLOGIA:

En la presente descripción del negocio será en base de la presente descripción del entorno de mercado y de la fuente de información a obtener aplicando las estrategias de mercado necesario y con la información necesaria proporcionada para crear estrategias y aplicar diferentes procedimientos para enfrentar el entorno del mercado, para ello nos basaremos a la data que nos proporciona el INEI.

3.1.3 LIMITACIONES:

La limitación es no obtener una información detallado de la INEI en el cual nos pueda brindar un porcentaje exacto para poder hacer las estimaciones correspondientes.

3.1.4 FACTORES MACRO AMBIENTALES

a) Factores económicos:

Entre los años 2016 y 2018, el consumo de productos nutricionales ha crecido en un 300%, lo cual demuestra que hay un gran interés por consumir este tipo de alimentos y que la población está destinando un presupuesto económico para el cuidado de su salud (Gestión, 2018).

La investigación del Dr. Aldaba revela que el cushuro duplica el valor proteico de la quinua y la kiwicha teniendo en cuenta que las exportaciones de estos cereales se han incrementado desde el 2013 hasta el 2017. El cushuro tendría una gran oportunidad de ser valorado en el mercado extranjero, ya sea de forma natural o transformado en harina y otros derivado razón por el cual se tomaría positivo para las comunidades extractoras en caso se decida exportar el producto.

Ilustración 3. Evolución de los productos nutricionales



Fuente: Revista Peruana de nutrición, 2010

b) factor socio culturales

Desde el año 2008, con la creación de la Feria Gastronómica Internacional de Lima llamada Mistura, empezó la tendencia hacia el consumo de comida peruana, pero a nivel comercial el país está siendo dominado por comercios de comida rápida, los cuales alcanzaron un crecimiento del 53% en el año 2016, según el estudio realizado por la consultora Euromonitor International (El Comercio, 2017).

Según el Censo del año 2017, el Perú ocupa el quinto lugar de los países más poblados de América del Sur (América Economía, 2018) y, por consiguiente, existe una gran cantidad de población que es posible de enfrentar problemas de salud como la osteoporosis. El 35% de las mujeres mayores de 50 años padecen esta enfermedad, según lo detallado por los especialistas del Instituto Peruano de Paternidad Responsable; quienes recomiendan no tratar dicho mal con el consumo de pastillas (Perú21, 2017).

c) Factor tecnológicos

Los avances tecnológicos en el mundo actual están teniendo un gran impacto y se enfoca en buscar que los productos puedan llegar fácilmente a la mente del consumidor, ya que, a través de la plataforma virtuales, redes sociales, página web, las empresas pueden optar por diferentes estrategias tanto para una venta directa, venta indirecta.

d) Factor ecológico:

El Ministerio de Agricultura y Riego a través de su programa Sierra Azul construye y preserva cochas para el hábitat del cushuro en los distritos de Chuschi y Chiara en la Región Ayacucho y su cosecha está a disposición de todos. (Sierra Azul, 2019).

Ilustración 4. Siembra del Cushuro



En nuestro País una de las actividades principales que tienen mayor fuente de ingresos es la minería, pero ello también hace el incremento de la contaminación hacia los ríos y lagunas, afectando la diversidad de flora y fauna que existe alrededor de ellos.

e) Factor social

- Demográfico

Según la información brindada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática SAN JUAN DE LURIGANCHO es el distrito con mayor porcentaje de niños con anemia con un 48.9% que equivale a 23 mil 432 menores (correo, 2019).

Ilustración 5. Estimación de niños con anemia



Fuente: (Correo,2019)

Que la población vulnerable de niños con anemia se encuentra en san juan de Lurigancho vemos una oportunidad de mercado en ese sector, ya que el cushuro cuenta con un gran aporte nutricional y que nos puede ayudar a contrarrestar la desnutrición infantil.

3.1.5 ANALISIS FODA

- FORTALEZA:

- Tener un producto con alto valor nutricional a comparación de las harinas existentes del mercado.

- Contar con personal calificado y capacitado para las operaciones de la empresa.

- Una mejor distribución

- Personal capacitado

- Experiencia comercial

- Contar con capacidad de distribución

- OPORTUNIDADES:

- Mercado actual sin presencia de productos elaborados con cushuro

- Existencia de programas y campañas que promuevan la alimentación saludable por parte de instituciones públicas y privadas

- Aprovechar la gran acogida de las redes sociales que llevan una vida saludable para impulsar el consumo de nuestro producto y hacerse conocido en el mercado.

- Existencia de nuevas tendencias de hábitos de consumo por productos saludables

- DEBILIDADES:

- . Ser un producto nuevo y no ser conocida en el mercado.

- . No cumplir con la producción estimada por falta de abastecimiento oportuno del cushuro.

- . Posibilidad a que el valor de adquisición del producto pueda incrementarse.

- . Financiamiento limitado.

- AMENAZA:

- . Existencia de variedad de otros productos sustitutos al cushuro.
- . falta de información por parte del público referente al cushuro y sus beneficios.
- . No tener una buena aceptación en el mercado al ser un producto nuevo.
- . Nuevas empresas que produzcan harina de cushuro

3.1.6 VENTAJA COMPETITIVAS

Para identificar la ventaja competitiva y análisis de la industria, la nueva tendencia hacia una alimentación sana y vida saludable ha ido aumentándose periódicamente y nuestro país no es ajeno a ello. El estado peruano, a través de ley de promoción de alimentación saludable, busca mejorar la salud y alimentación de la población. El año pasado 2019, en la ciudad de Lima, se ha incrementado la tendencia por consumir productos saludables hecho que ha motivado el ingreso de productos naturales nutritivos elaborados de cereales como quinua, maca, ajonjolí, soya entre otros. A continuación, se elabora el análisis de la industria y las ventajas competitivas a través del modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter.

3.1.6.1 Amenaza de nuevos competidores:

Los competidores que se presentan para esta idea de negocio son las empresas que actualmente producen y comercializan harinas con productos de cereales agro andinos que tienen un aporte nutricional, entre ellas tenemos marcas existentes en el mercado como: “Nutrí mix”, “Nutright”, “Gatti”, “Marimiel”. Los precios de estos productos están en promedio entre los S/ 10.00, S/ 15.00 y S/28.00 según la presentación del empaque pueden ser de 100 gr, 200 gr y 500 gr y también tenemos como competidores indirectos a las que comercializan las harinas industriales como son “Banca Flor”, “Molitalia”, que son las empresas que tienen mayor posicionamiento en el mercado actual.

Ilustración 6. Fotos de la competencia



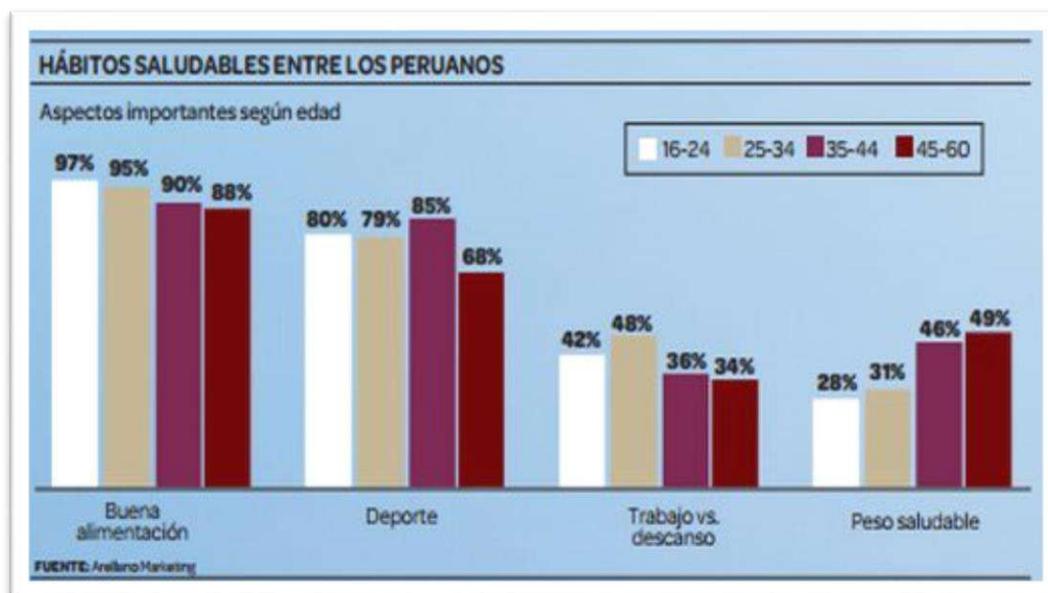
3.1.6.2 Poder de negociación de los clientes:

El público objetivo son personas de la tercera edad, niños y público en general que desea aportes.

Nuestro público objetivo está dirigido a hombres y mujeres, niños, adultos mayores y personas que no llevan una buena nutrición, y a persona que quieren complementar una dieta balanceada, en el cual buscan complementar en su hábito de consumo productos nutritivos y saludable. Este proyecto está enfocado en el distrito de san juan de Lurigancho, del nivel socio económico A/B/C, quienes tienen un nivel adquisitivo alto y medio y se preocupa por llevar un estilo de vida saludable. Además, nos enfocaremos en este distrito ya que es un distrito amplio y con más demanda comercial y en el cual mayor aceptación puede tener este producto en el mercado

Este proyecto está enfocado en el distrito de san juan de Lurigancho ya que es uno de los distritos más comercial y que mayor aceptación puede tener este producto en el mercado

Ilustración 7. Hábitos saludables entre los peruanos



3.1.6.3 Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitos son todos aquellos que buscan satisfacer la necesidad del consumidor. En este caso, el consumo de harina de cushuro puede ser sustituido por las harinas industriales que no aportan ningún valor nutricional y otros con características similares. En este caso el enfoque de los productos será con las harinas industrializadas.

Ilustración 8. Productos sustitutos



Ilustración 9. Productos sustitutos



Ilustración 10. Productos sustitutos



3.1.6.5 Poder Negociación con los Proveedores

Dentro de los insumos que se requieren para la fabricación de la harina de cushuro se tiene como principal ingrediente el cushuro, el cual es un recurso importante para la elaboración del producto final. El equipo de trabajo ha clasificado los insumos que se van a emplear, en dos categorías: insumos críticos y no crítico. Como insumo crítico se considera al cushuro, ya que este se puede conseguir actualmente en Lima Metropolitana en los mercados del Cono Norte, Caquetá y La Parada. Por ello, se debe negociar con proveedores idóneos, que cumplan con el abastecimiento necesario, con los requisitos de las comunidades para la extracción, conservación y transporte del mismo. Teniendo en cuenta lo antes mencionado, se considera que el poder de negociación del proveedor para este insumo es ALTO.

- Consumo per cápita de la harina

La harina es un cereal que se obtiene del cereal molido y de otros alimentos ricos en almidón que poseen constituyentes aptos para la formación de masa (proteína-gluten). La cantidad de proteínas es diferente en diversos tipos de harina, así como su influencia sobre el contenido de proteínas; y con ello, sobre la cantidad de gluten es más refinada y blanca, al tener escaso volumen de gluten puede variar de acuerdo con el tipo de harina, se puede obtener harina de distintos cereales o alimentos, aunque la más habitual es la harina de trigo y la de mayor consumo en nuestro medio, seguido de las harinas de otros cereales como la quinua, kiwicha, ajonjolí .

Tabla 6 Consumo promedio anual de harina

Perú: Consumo promedio per cápita anual de harina por ámbito geográfico, según principales tipos de harina								
(Kg./persona)								
Principales tipos de harina	Total	Lima Metropolitana 1/	Reseto Pale	Área		Región natural		
				Urbana	Rural	Costa	Sierra	Selva
Harina de trigo	1,4	0,5	1,8	0,8	3,1	0,5	3,0	0,8
Harina de otros cereales 2/	1,0	0,3	1,3	0,6	2,4	0,4	2,4	0,2
Harina de menestras 3/	0,5	0,2	0,6	0,3	1,0	0,3	1,0	0,0

1/ Incluye Provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao.
 2/ Incluye harina de cebada, kiwicha, maíz, quinua, siete semillas, polenta y otros.
 3/ Incluye harina de arveja, habas, sojas y otras harinas de menestras.

Fuente: INEI encuesta nacional de presupuesto familiares 2006-2009

En el siguiente cuadro nos muestra el consumo promedio per cápita anual de harina es de 1 kilo 400 gramos. El consumo varío, según el ámbito geográfico, siendo mayor el consumo de este producto en el área rural, también se refleja el consumo de harina de otros tipos de cereales, en el cual la no es ajeno a la preferencia de los consumidores en el cual la harina de cushuro tendría una oportunidad en el mercado.

Ilustración 11. Fuerzas de Porter



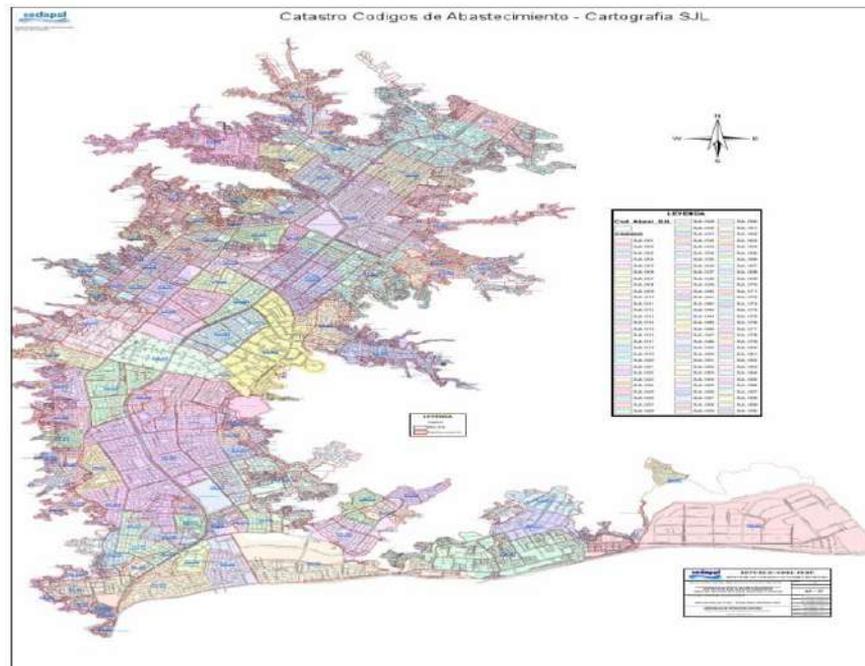
Fuente: Fuerzas de Porter

3.2 Ámbito de acción del negocio

La empresa se desarrollará en el distrito de San Juan de Lurigancho. Consideramos en nivel socioeconómico A, B y C.

El distrito de San Juan de Lurigancho es uno de los cuarenta y tres distritos de la provincia de Lima, ubicada en el departamento de Lima. Ubicado en la parte este de la ciudad y con 1 117 629 de habitantes, según las proyecciones del INEI para el año 2020; es oficialmente, el distrito más poblado del país. Es un distrito habitado por familias de nivel socioeconómico medio, medio bajo y bajo. Además, es el primer distrito de Lima en alcanzar el millón de habitantes y representa el 12% de la población total de la provincia de Lima.

Ilustración 12. Mapa satelital del Distrito San Juan de Lurigancho



Fuente: Sedapal

3.3 DESCRIPCION DEL BIEN O SERVICIO

El producto que se ofrecerá es la harina de cushuro (alga andina también conocida como Nostoc, Murmunta) los beneficios del producto son múltiples ya que al otorgar un gran porcentaje de proteínas incluso más que la propia carnes este producto buscara garantizar al cliente un gran aporte de nutrientes que contribuirá con el cuerpo humano ya puede ayudar a combatir la anemia, previene la osteoporosis, corrige el estreñimiento, flujo del ciclo menstrual excesivo, tiene propiedades antioxidantes capas de eliminar las mancha y favorecer la textura de la piel. Además, este producto nos ayudaría a combatir la desnutrición en el mundo y el Perú no es un país ajeno a esta problemática ya que este producto tiene más calcio que la leche y más hierro que el pescado, lo cual hace un producto completo que se puede consumir a cualquier hora del día

Ilustración 13 Presentación del Cushuro



3.3.1 Descripción completa del modelo de negocio CANVAS

3.3.2 SEGMENTOS DE MERCADO

- El usuario final

El cushuro es un producto que está orientado para toda la familia, pero especialmente para personas que necesitan aportes de nutrientes, entre otros.

- Intermediarios

Nos dirigimos a los segmentos de mercado mayorista y minorista (bodegas, tiendas naturistas, minimarket) en donde las familias realizan sus compras para el hogar.

3.3.3 PROPUESTA DE VALOR

- Usuario final:

Brindamos harina de cushuro de alta calidad que aporta nutrientes que y bienestar para la salud de las personas.

- Para el intermediario:

Es un producto innovador con alta calidad, aporta beneficios y que se espera de alta rotación de stock que genere un beneficio económico para los canales mayorista y minorista.

Además, contaremos con una atención personalizada para las ventas de este canal para que la atención sea oportuna y eficiente generando una experiencia cordial entre el cliente y vendedor.

3.3.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

los puntos de ventas son en bodegas minoristas, mayoristas, tiendas naturistas.

- Mercados mayoristas como el Bosque, Productores, Caja de agua, entre otros.
- Tiendas orgánicas y naturista
- Restaurantes veganos.
- Pastelerías veganas

3.3.5 RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Usuario final

la relación con los clientes se a través de nuestra fuerza de ventas, que nuestros vendedores de la empresa serán los que ofrezcan nuestro producto a ellos y a la vez brindara el catálogo de productos, la información nutricional que contiene.

- intermediario

La relación de con los clientes será a través de una plataforma virtual que brinda la empresa, por medio de creación de página web, redes sociales, entre otros

- Asesoría a través de la plataforma virtual de la empresa acerca de los beneficios y la manera de preparación que se puede hacer uso con el cushuro.
- Brindar plan de alimentaciones, recetas de comidas, postres saludables con el complemento de la harina de cushuro.

3.3.6 INGRESOS

- Canal mayorista:

Para el canal mayorista el ingreso de las ventas de los productos será un 10 % de ganancia, ya que ellos nos comprarán por volúmenes, ya que acredita a un descuento.

- Canal minorista:

Los ingresos serán mediante las ventas, la harina de cushuro por menor lo venderemos en 10 soles 500gr ya que nuestros insumos son de primera calidad también buscaremos generar un impacto hacia la competencia directa e indirecta realizando un cuadro comparativo de las propiedades que tienen nuestro producto y haciéndole ver el gran aporte nutricional que tiene el cushuro con respecto a los otros cereales.

3.3.7 PROCESOS O ACTIVIDADES CLAVES

- Adquirir el producto con el respectivo proveedor que sea realizado previo a una homologación que la empresa asignado.
- Elaboración de deshidratación del cushuro
- Pasaremos a realizar el producto con la respectiva formulación y componentes que se necesita para convertirlo en harina.
- Distribución y comercialización hacia los canales mayorista y minorista mediante los transportes, para ello se trabajará con un mapa - rutas del distrito.
- Publicidad para el consumidor final
- Ventas presenciales
- Publicidad en redes sociales

- El consumidor necesita saber más sobre las propiedades que el cushuro ofrece, por lo que un plan de educación y asesoría nutricional es necesario para el cliente.

Hoy en día debemos concientizar a los jóvenes ya que carecen de hábitos alimenticios saludable en el cual se puede ver el déficit de aporte de nutrientes en su comida principales del día. Por ello este modelo de negocio pretende fomentar la toma de conciencia sobre lo inadecuado de consumir comida chatarra.

Se puede realizar campañas en el cual se fomenta una alimentación balanceada en diferentes puntos estratégicos del distrito como, por ejemplo:

- Centros educativos
- Mercados
- Plataforma en redes sociales

3.3.8 RECURSOS CLAVES

Los recursos que permitirá ofrecer nuestra propuesta de valor son:

- Recursos Humanos: el Administrador deberá ser capaz de contactar con los proveedores, buscar ofertas en el mercado del producto, supervisar la calidad del cushuro, controlar el área de almacenamiento.
- Infraestructura: contaremos con un almacén que estará condicionado de acuerdo a la normativa de defensa civil para el correcto almacenamiento de los productos, las oficinas serán condicionadas de manera confortable.
- Tecnología: contaremos con un sistema de información en el cual apoye agilizar la operatividad de la empresa y otros programas con Excel.
- Recursos financieros: este proyecto será respaldado con capital propio y a través de una entidad financiera.

3.3.9 ASOCIACIONES CLAVES – STAKEHOLDERS

- proveedores del cushuro
- Proveedores de insumos
- Empresa tercerizadora
- Empresa de distribución o logística
- Clientes Mayorista- minorista

3.3.10 ESTRUCTURA DE COSTOS

Nuestra estructura de costos estará dispuesta por:

Costos fijos:

- a) Alquiler local
- b) Mantenimiento
- c) Servicios públicos productivos
- d) Equipos de maquinaria

Gastos administrativos:

- a) Gerente
- b) Asistentes de áreas
- c) Gastos bancarios
- d) Útiles de oficina
- e) Gastos bancarios
- f) Planillas de empresa
- g) Gastos de publicidad
- h) Gastos de producción

i) Gasto de tecnología

3.4. Estudio de la demanda

Actualmente no existe en el mercado un producto con la misma característica de la harina de cushuro y las propiedades múltiples que este producto puede ofrecer, ya que al tener un alto valor nutricional es favorable para llevar una alimentación saludable.

De acuerdo a la información de la INEI en San Juan de Lurigancho existe 1,157.600 millones de habitantes, nuestro producto va a estar dirigido para el sector A Y B por lo tanto será 261,482 personas

Ilustración 14. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (horizontal)

Zona	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)
Total	100%	4.4%	22.0%	42.8%	24.8%	6.0%	4030	1.5%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100%	0.6%	12.9%	43.3%	33.6%	9.6%	296	5.7%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100%	0.8%	25.8%	43.1%	25.9%	4.3%	345	5.3%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100%	0.3%	14.7%	49.8%	26.9%	8.4%	273	5.9%
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100%	1.5%	24.1%	44.2%	23.8%	6.4%	524	4.3%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100%	0.4%	14.3%	42.6%	35.8%	6.9%	341	5.3%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100%	16.8%	46.7%	30.7%	4.8%	1.0%	272	5.9%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100%	33.0%	45.3%	16.1%	5.1%	0.5%	344	5.3%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chomillos, San Juan de Miraflores)	100%	3.5%	20.5%	50.6%	22.2%	3.2%	288	5.8%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100%	0.4%	13.6%	50.6%	28.4%	7.1%	305	5.6%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	100%	0.9%	18.6%	46.0%	27.0%	7.6%	1009	3.1%
Otros	100%	3.4%	8.5%	45.9%	26.5%	15.7%	33	17.1%

Fuente: APEIM, 2020

Ilustración 15. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (vertical)

Zona	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	1.2%	5.6%	9.8%	13.1%	15.4%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	1.8%	11.5%	9.9%	10.3%	7.0%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	0.7%	6.1%	10.6%	9.9%	12.7%
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	5.4%	17.4%	16.4%	15.2%	16.8%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	1.2%	7.6%	11.7%	16.9%	13.4%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	23.1%	13.0%	4.4%	1.2%	1.0%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	55.9%	15.5%	2.8%	1.6%	0.7%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chomillos, San Juan de Miraflores)	6.7%	7.8%	9.9%	7.5%	4.5%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	1.0%	6.5%	12.4%	12.0%	12.3%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	2.0%	8.5%	10.8%	10.9%	12.6%
Otros	1.0%	0.5%	1.4%	1.4%	3.4%
Muestra	209	1025	1691	895	210
Error	6.8%	3.1%	2.4%	3.3%	6.8%

Fuente: APEIM, 2020

3.4.1 Cuadro de la estimación de la demanda

Donde el promedio de hogares en San Jun de Lurigancho es 250,000 donde el porcentaje del segmento es:

Tabla 7 Porcentaje según nivel socioeconómico

NIVEL SOCIOECONÓMICO	PORCENTAJE
A	1.0%
B	20.8%
C	60.4%
D	36.8%
E	21.1%

Fuente: elaboración propia

Tabla 8 Estimación de la demanda de mercado

SEGMENTOS	DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO		CONSUMO DE HARINA SÚPER FOOD				FRECUENCIA ANUAL DE	TOTAL COMPRA MES	DEMANDA ANUAL	PRECIO POR HARINA DE 200 GR	VALOR DEL MERCADO ANUAL
	%	Total hogares	%	Hogares	Cantidad media de compra por vez	Frecuencia de consumo mes	VECES al año	HARINA 200 GR	UNIDADES	SOLES	MILES DE SOLES
A	1.0	2,500	30.0	750	1.0	1.0	12	1	9,000	20.0	180,000.00
B	20.8	52,000	10.0	5,200	1.0	3.0	36	3	561,600	18.0	3,369,600.00
C	60.4	151,000	5.0	7,550	1.0	1.0	12	1	90,600	10.0	906,000.00
D	36.8	92,000	0.0	0			0			9.0	0.0
E	21.1	52,750	0.0	0			0			9.0	0
TOTAL	140.1	250,000	5.4	13,500	1.00	1.67	12.0	1.7	661,200.0	13.20	4,455,600.00

Fuente: elaboración propia

3.5 Estudio de la oferta

En la actualidad encontramos variedades tipos de harina ya sea cereales nutritivos hasta la harina clásica que todos conocemos.

La casa Marimiel Siendo uno de las empresas con mayor número de presencia en el mercado se posiciona como una de nuestras competencias directa, ya sea por variedad de productos que posee, esta a su vez no tiene presencia a un en todos los distritos de Lima Metropolitana, dejando una gran demanda insatisfecha en el distrito de San Juan de Lurigancho, el cual busca alimentarse de una manera sana y adecuada.

Tabla 9 Competidores directos

EMPRESA PRODUCTOS

<i>EMPRESA</i>	<i>PRODUCTOS</i>
<i>La Casa Marimiel</i>	*Harina de coco *Harina de almendra *Harina de quinua, kiwicha, linaza y maca
<i>Super Foods</i>	* harina de coco * harina de almendra *azúcar de coco

Fuente: elaboración propia

3.5.1 Determinación de la oferta

Tabla 10 Determinación de la demanda y oferta

año	2020	2021	2022	2023	2024
<i>Demanda</i>	1,157.600 /4.5=257,244 (hogares)*20.8%=53,506.7	54,576.83	55,668.36	56,781.7	57,917.3
<i>oferta</i>	1500*12= 18000	Q*120= 30,000+18,000 =48,000	48480	48964.8	49454.4

Fuente: elaboración propia

3.6 Estudio de la demanda insatisfecha

Actualmente no existe en el mercado un producto con la misma característica de la harina de cushuro y las propiedades múltiples que este producto puede ofrecer, ya que al tener un alto valor nutricional es favorable para llevar una alimentación saludable.

El cálculo de la demanda insatisfecha viene hacer la diferencia de la demanda menos la oferta se calcula de la siguiente manera

- Formula:

$$DI = D - O$$

Donde:

DI= Demanda insatisfecha

D= Demanda

O= Oferta

Crece en 2% estimado

Q= 2500 unidades (estimación de las ventas)

Tabla 11 Determinación de la demanda insatisfecha

año	2020	2021	2022	2023	2024
<i>Demanda</i>	1,157.600 /4.5=257,244 (hogares)*20.8%=53,506.7	54,576.83	55,668.36	56,781.7	57,917.3
<i>oferta</i>	1500*12= 18000	Q*120= 30,000+18,000 =48,000	48480	48964.8	49454.4
<i>Demanda Insatisfecha</i>	35,506.7	6,576.8	7,188.3	7,816.9	8,463.3

Fuente: elaboración propia

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Para el desarrollo de las actividades se adquirirá los equipos necesarios mínimos para brindar la máxima calidad del producto, suministros para las instalaciones en nuestro establecimiento y acaparar el stock de la mercadería.

Tabla 12 Cuadro de provisiones para comercializar

Cantidad	INVERSIONES	Valor de venta	de IGV	TOTAL, SOLES
3	escritorio de oficina	483.05	86.95	570.00
3	sillas para escritorio	203.39	36.61	240.00
1	extinguidor	127.12	22.88	150.00
2	estante metálico 180 cm	220.34	39.66	260.00
1	estante de madera	127.12	22.88	150.00
1	impresora multifunción	576.27	103.73	680.00
3	ventilador	228.81	41.19	270.00
1	microondas	110.17	19.83	130.00
5	pallets de madera	508.47	91.53	600.00
4	computadoras	4,576.27	823.73	5,400.00
1	diseño de página web	508.47	92.53	600.00
1	constitución de la empresa	474.5	85.5	560.00
1	licencia de funcionamiento y defensa civil	161.01	28.99	190.00
1	registro de marca	452.54	81.46	534.00

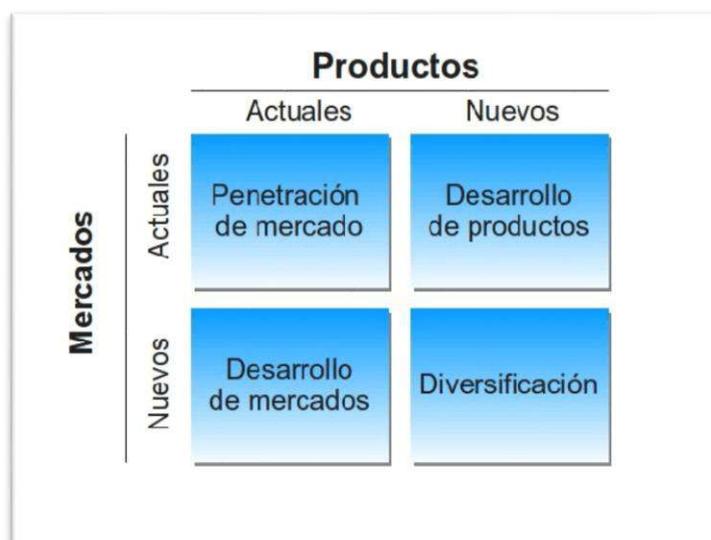
Fuente: elaboración propia

3.8. Descripción de la política comercial

3.8.1 Estrategia de producto / servicio

Para determinar la estrategia del producto el equipo de investigación ha utilizado la matriz ANSOFF

Ilustración 16. Matriz ANSOFF



El mercado de alimentos nutracéuticos ya existe en el país con diversos productos hechos a base de maca, quinua, kiwicha, etc. Sin embargo, el nuevo producto que penetraremos al mercado será el que marque la diferenciación frente a los demás ya que es un superalimento andino que aporta vitaminas, hierro y calcio para todas aquellas personas que quieran llevar un estilo de vida saludable.

Inicialmente la empresa contará con personal encargado de visitar tiendas naturistas, bodegas, mercados locales en las zonas comerciales del distrito de San Juan de Lurigancho, para la cual contamos con una distribución selectiva en el cual se ofrecerá este producto, el personal se encargará de explicar las propiedades

que este cereal andino posee, también este personal dejara una pequeña muestra del producto para que los clientes puedan observar el producto que podrán adquirir.

3.8.1.1 Diseño del Producto:

La presentación de harina de cushuro será de 100 gr, 200gr y 500 kg, en el mercado del distrito de san juan de Lurigancho en puntos selectivos donde más afluencia y apogeo existe de productos naturales y sus derivados, la presentación será a través de envases biodegradables en el cual la empresa busca contribuir con el medio ambiente. Además, este producto al ser presentado en harina refinada será de fácil absorción en cualquier tipo de preparación comidas, jugos, y al tener un sabor insípido, el cual se adapta a cualquier tipo de comidas o batidos, jugos, sin alterar su sabor, esto permitirá que el público pueda adquirir un producto capaz de complementar su comida diaria y capaz de prevenir enfermedades futuras

Ilustración 17. Representación Cushuro en harina



Fuente: elaboración propia

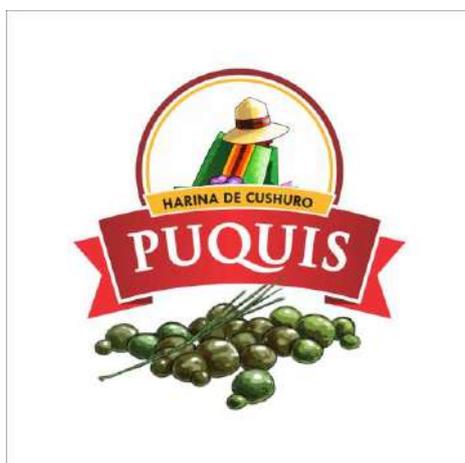
3.8.1.2 Diseño de empaque, logotipo

Según el portal Click printing (2015), nos menciona que:

“El rojo es un color muy atractivo para el marketing, significa poder, atracción y además hace que la atención del público quede fijada. Algunos de los sectores que más utilizan el color rojo son las bebidas y la alimentación”. Asimismo, menciona que “el verde es otro de los básicos cuando hablamos del significado de los colores en marketing. Este color ha sido utilizado tradicionalmente para referirse a lo natural y los valores ecológicos. El verde es un color muy versátil que también se refiere a las buenas acciones y es agradable”

Por lo mencionado, se usará el color rojo para crear el logotipo, ya que se busca a traer al consumidor, y despertar el deseo de compra hacia nuestro producto.

Ilustración 18. Logo de la empresa



Fuente: elaboración propia

- Tipo de Empaque

Se busca utilizar un empaque práctico que vaya en armonía con el medio ambiente, por ello, las galletas serán envasadas en una bolsa de celofán transparente. Estas bolsas se degradan a los cinco años y son menos agresivas para la naturaleza

Ilustración 19. Empaque de la empresa



Fuente: elaboración propia

En las especificaciones técnicas del producto se encontrará en el reverso del empaque, en el cual se colocará la descripción nutricional y sus beneficios para la salud y su proporción de nutrientes en porcentajes, el registro sanitario y los ingredientes para la transformación del producto a ofrecer.

- Nombre del producto: Harina de cushuro
- Nombre científico: Nostoc o Murmunta
- Marca: PUQUIS
- Ingrediente: 100 % harina cushuro
- Descripción: Harina de cushuro, procedente del cushuro deshidratado y en buen estado de conservación.

Información nutricional:

Composición:

valores por 100 g

*Proteína

*Hidratos de carbono

* Fibra

3.8.2 Estrategia de precios

La estrategia de precio deberá estar orientada a las ventas, ya que lo que se busca es incrementar la participación de la empresa en el mercado e ir incrementando paulatinamente el nivel de ventas del producto. Al tratarse de un producto nuevo, con características que no existen actualmente en el mercado se penetrará acorde al precio que existe en el mercado respecto a la competencia. Normalmente los competidores directos oscilan sus precios entre 20 a 25 soles el paquete de 200 gr.

Las ventas se realizarán bajo dos modalidades:

*Por venta indirecta, participando en ferias, así como por redes sociales, se venderá a un precio final al público de s/17.5 y precio a bodegas en s/13.02 paquete de 200 gr.

* Por venta directa, a tiendas naturistas a nivel distrital.

3.8.3 Estrategia de Plaza o Distribución

Por los próximos meses la distribución y comercialización estará a cargo del personal propio, contando con un vehículo de tipo carga panel, el cual se desplazara por el distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO segmentada por zonas, establecidas por día durante 8 horas, un día antes pasara nuestro vendedor ofrecer (pre –venta) y al día siguiente entregaremos los productos además que esto nos ayudara a que otras personas que se ubican en otros sectores pueda ver nuestra publicidad y pueda contactarse con nosotros mediante las redes sociales .

3.8.4 Estrategia de Promoción

La estrategia que tendrá la empresa de promoción tendrá una variación del 20% y 10% de ganancia para la empresa, según el al canal mayorista y minorista.

- Cliente Mayorista: Al cliente mayorista se ofrecerán los productos en paquetes de 12 unidades cada uno que pueden ser en las tres presentaciones que tendrá el producto, se le hará un descuento especial en el cual la empresa tendrá un 10% de ganancia.
- Cliente Minorista: al cliente minorista se otorgará bonificaciones por la compra de paquetes de harina de cushuro, además dándole a un precio competitivo para poder posicionarse en el mercado.

3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

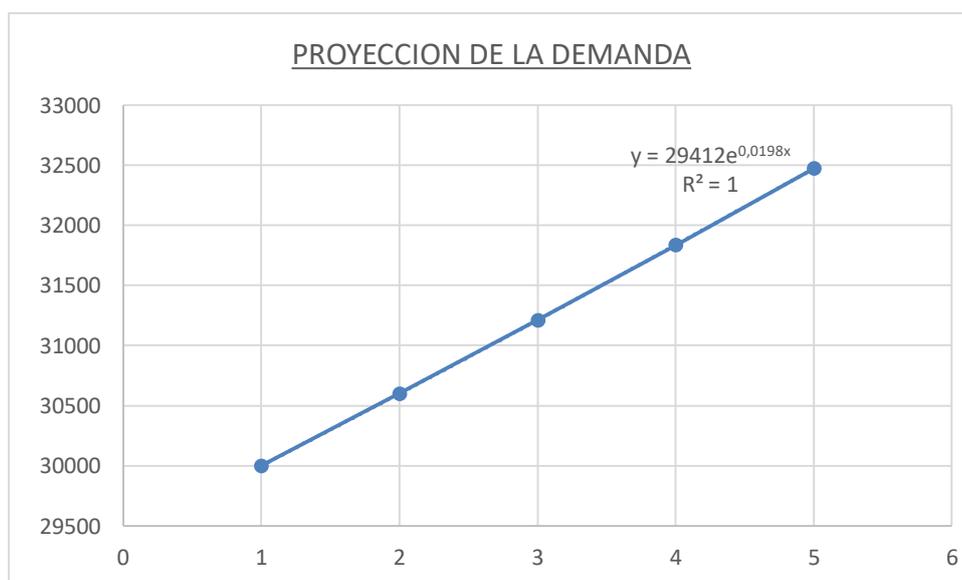
Tabla 13 Tabla de la demanda proyectada

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda anual	0	30000	30600.00	31212.00	31836.24	32472.96
Precio Unitario promedio (200gr)	12	12	12	12	12	12
ingreso por ventas	0 S/	360,000.00	S/ 367,200.00	S/ 374,544.00	S/ 382,034.88	S/ 389,675.58

Fuente: elaboración propia

demanda mensual	2500
tasa de crecimiento	2%

Ilustración 20. proyección de la demanda



Fuente: elaboración propia

ESTUDIO TECNICO

4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

El mercado seleccionado está compuesto por personas que viven, trabajan o estudian en el Distrito de San Juan de Lurigancho.

Además, se tiene una estimación aproximadamente de 13,500 hogares, que será nuestro mercado dirigido conformada por 4 personas por hogar sale un estimado de 54,000 personas.

Se eligió este mercado debido a los siguientes factores:

- a. Los jóvenes y personas de mediana edad se preocupan por tener una alimentación saludable, recurren a diferentes productos para poder tener una buena alimentación balanceada.
- b. Se encontró un alto índice de desnutrición, esto hace que las personas busquen productos con alto índice de propiedades nutricionales

4.2. Proceso y Tecnología

Los procesos adecuados son una herramienta fundamental para la empresa "PUQUI E.I.R.L, ya que permitirá alcanzar los altos niveles de calidad y servicio que se quiere ofrecer al mercado y así realizar cada tarea de forma eficaz y buscar crear el hábito de una buena atención hacia los clientes.

4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos

A continuación, se detallan las etapas del proceso de elaboración y comercialización de la harina de "cushuro".

- **Logística**

Descripción:

1. Realizará el pedido a los proveedores (orden de compra) indicando cantidades y productos específicos.
2. Recibirá la materia prima en las instalaciones, cotejando las cantidades solicitadas con el producto en físico.
3. Realizará la inspección de la materia prima verificando el estado del producto y fechas de vencimiento para confirmar la aceptación o rechazo.
4. Derivará la materia prima aprobada al área del almacén de insumos.

- **Proceso de operaciones**

Los insumos a emplearse dentro del proceso de producción son los siguientes:

La harina de cushuro se realizara de manera tercerizada a través de una empresa maquiladora debidamente homologada por el área encargada y aprobada por la gerencia general, dicha empresa se encargara de la transformación del producto, del envasado y empaquetado del producto en presentaciones de 200 gr y 450 gr respectivamente Además el producto final será entregado al área de logística para su control del jefe de almacén que todos los productos tenga las presentaciones correspondientes y las características pactadas en el contrato previo con la empresa a tercerizar la harina de cushuro

1. Recepción de orden de insumos
2. La solicitud de cushuro se realizará con 24 horas de antelación del proveedor contratado que nos otorgará el cushuro en su estado original.
3. La solicitud de cushuro se realizará con 24 horas de antelación del proveedor contratado.

- **Almacén Ingreso/Salida Producto Terminado**

1. Recibirá los productos terminados del área de producción y se firmará la guía de ingreso.
2. Realizará un inventario final para actualizar el stock de productos terminados en el almacén.
3. Colocará los productos terminados en su sección de almacén para evitar contaminación cruzada.
4. Ordenará los productos terminados siguiendo las recomendaciones del control FIFO.
5. Recibirá el pedido del área comercial (orden de pedido interno) para la liberación de los productos terminados.

- **Área comercial**

1. Realizará el pedido al almacén (orden de pedido interno) para la liberación de los productos terminados.
2. Se recepcionará el lote solicitado.
3. Distribuirá los productos según el cronograma de la fuerza de ventas.

- **Almacén Ingreso/Salida Materia Prima**

1. Recibirá los insumos del área logística junto con la guía para la validación de las cantidades y el estado del insumo, firmando el documento como señal de conformidad.
2. Realizará el pesaje e inventario final para actualizar el stock de los insumos en almacén.
3. Colocará los insumos en los anaqueles de acuerdo a la clasificación para evitar la contaminación cruzada.
4. Ordenará los insumos siguiendo las recomendaciones del control FIFO.
5. Recibirá el pedido del área de operaciones (orden de pedido interno) para la liberación de los insumos.

LOGISTCA

ALMACEN

OPERACIONES

COMERCIAL

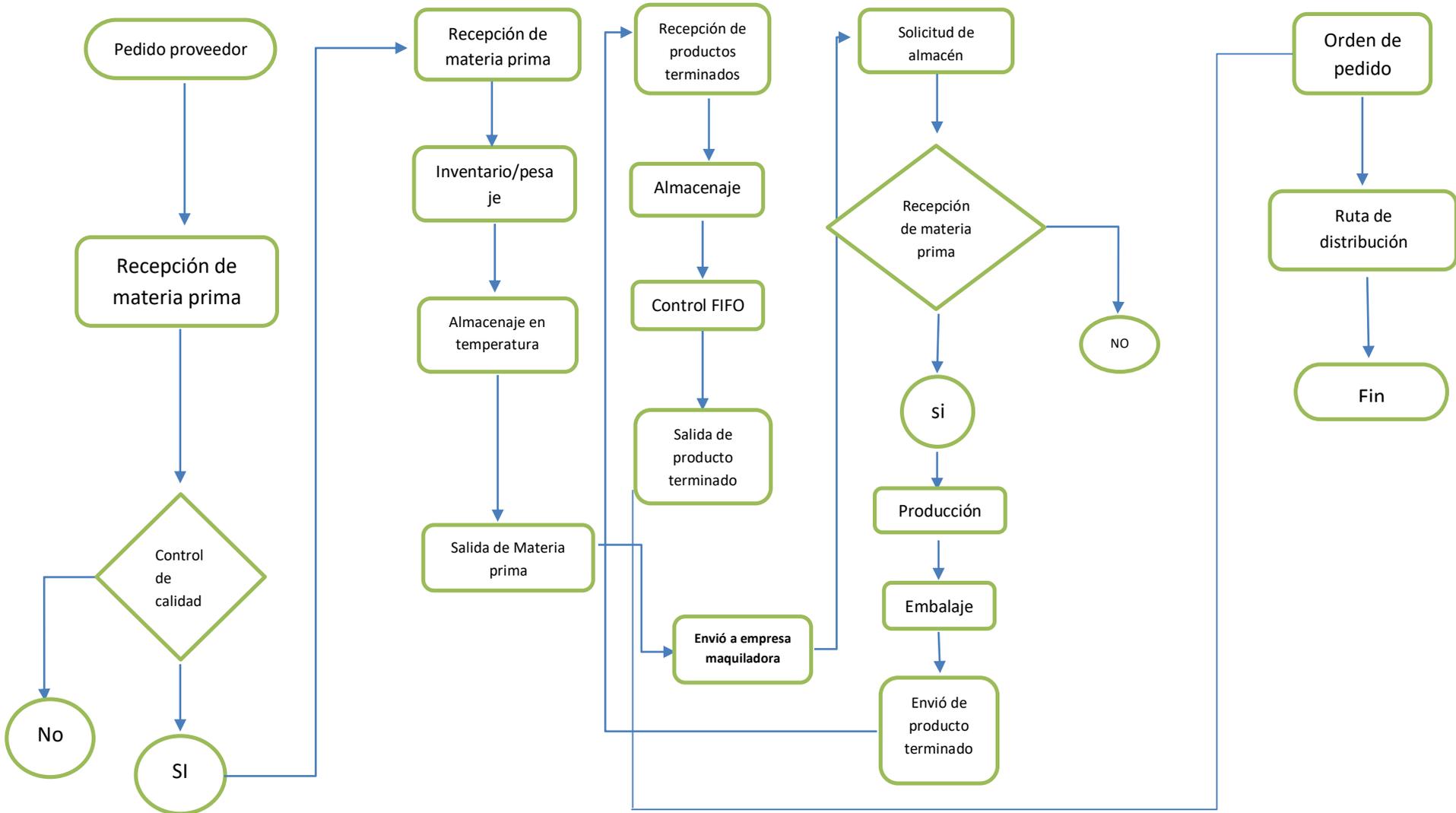


Ilustración 21. Proceso de Flujo de Puqui

4.2.2 Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt es una herramienta grafica que ilustra un cronograma de un proyecto cuyo objetivo es demostrar en que tiempo se realizara las actividades en un tiempo determinado.

Tabla 14 Proceso de Compra

ACTIVIDADES	DIA 1	DIA 2	DIA 3
<i>Realizará el pedido a los proveedores (orden de compra) indicando cantidades y productos específicos.</i>			
<i>Recibirá la materia prima en las instalaciones, cotejando las cantidades solicitadas con el producto en físico.</i>			
<i>Realizará la inspección de la materia prima verificando el estado del producto y fechas de vencimiento para confirmar la aceptación o rechazo.</i>			
<i>Derivará la materia prima aprobada al área del almacén de insumos.</i>			
<i>El insumo se derivará a la empresa maquiladora de harinas.</i>			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15 Proceso de Venta

ACTIVIDADES	DIA 1	DIA 2
<i>Recibirá los insumos del área logística junto con las boletas de ventas para la validación de las cantidades y el estado del insumo.</i>		
<i>Colocará los insumos en los anaqueles de acuerdo a la clasificación para evitar la contaminación cruzada</i>		
<i>Realizará el pedido al almacén (orden de pedido interno) para la liberación de los productos terminados</i>		
<i>Se recepcionará el lote solicitado</i>		
<i>Distribuirá los productos según el cronograma de la fuerza de ventas y rutas de distribución.</i>		

Fuente: Elaboración Propia

4.3 Capacidad instalada y operativa

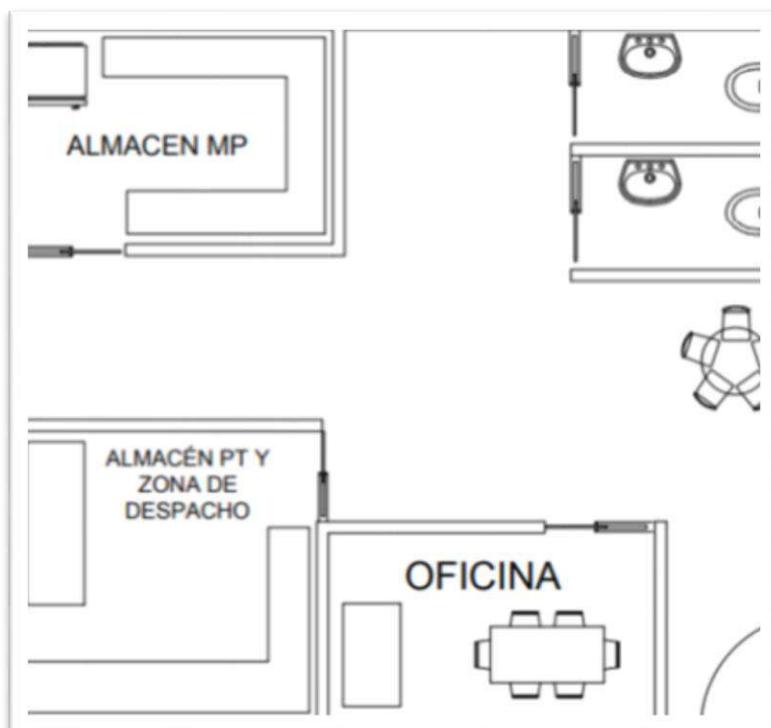
4.3.1 Capacidad instalada

La empresa contará con una infraestructura de 120 mt², el cual estará compuesta por las siguientes áreas: almacén de insumos será unos 50% de mt² utilizado, y el área administrativa que estará compuesta por un equipo de trabajo de 10 personas en la organización, el cual contaremos con 2 vendedores para la venta mayorista y minorista. Además, estas serán acondicionadas y equipadas con implementos necesarios para el equipo de trabajo que conformarán las respectivas áreas de la organización para una óptima realización de sus funciones.

En cuanto la capacidad de producción mensual de harina con las presentaciones de 100 gr, 200gr y 500 gr se harán la capacidad instalada de las ventas, que irá aumentando de acuerdo a la demanda que tengamos, inicialmente comenzaremos con 2000 kilos semanales.

4.3.1.1 Distribución de las instalaciones de **PUQUI E.I.R.L**

Ilustración 22. Distribución de instalaciones



Fuente: elaboración propia

4.3.2 Capacidad ociosa

La capacidad ociosa de la empresa sería los vendedores ya que si no hay la producción suficiente no habría productos que ofertar o que el producto tenga poca rotación y mi distribución también vendría hacer parte de la capacidad ociosa de la organización alta de producción los días no laborables como los días feriados y domingos que la empresa no realiza sus actividades operacionales, también otro ejemplo de la capacidad ociosa sería los días en el que no haiga una distribución programada de los productos, para reducir el impacto de la capacidad ociosa, la empresa se tomará acciones gerenciales como el diseño de los procesos y planta física previo a un estudio de mercado. Además de entrenar al personal correctamente para maximizar su función.

4.3.3 Capacidad operativa

Nuestra capacidad operativa lo separamos de la siguiente forma:

- Capacidad producción: La capacidad de producción será acorde al tamaño de mi negocio que es un estimado de 13500 familias (cuatro integrantes por familia), según ese detalle puede considerar aproximadamente 5000 mi capacidad de operación, también dicha producción estará a cargo de una empresa tercera y homologada previamente por la parte administrativa.
- Se eligió este mercado debido a los siguientes factores:
- Capacidad ventas: nuestra capacidad de ventas estará a cargo de nuestros vendedores conjuntamente con el área de marketing en el cual se va a potenciar la fuerza de ventas y ayudar la captación de nuestro público objetivo.

- Capacidad Distribución: la capacidad de distribución será mediante canales horizontales y mayorista, programando sus días de visita a los clientes: lunes, miércoles y viernes, para clientes minoristas, y los martes, jueves y sábados para los clientes mayoristas

4.4 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Tabla 16 Cuadro de bienes

Cantidad	INVERSIONES	Valor de venta	de IGV	TOTAL, SOLES
3	escritorio de oficina	483.05	86.95	570.00
3	sillas para escritorio	203.39	36.61	240.00
1	extinguidor	127.12	22.88	150.00
2	estante metálico 180 cm	220.34	39.66	260.00
1	estante de madera	127.12	22.88	150.00
1	impresora multifunción	576.27	103.73	680.00
3	ventilador	228.81	41.19	270.00
1	microondas	110.17	19.83	130.00
5	pallets de madera 1mx1.5m	508.47	91.53	600.00
4	computadoras	4,576.27	823.73	5,400.00
1	diseño de página web	508.4	91.6	600.00
1	constitución de la empresa	474.5	85.5	560.00
1	licencia de funcionamiento y defensa civil	161.01	28.99	190.00
1	registro de marca	452.5	81.5	534.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Cuadro de requerimiento de insumo critico

<i>Insumo</i>	<i>Descripción</i>	<i>Lugar</i>
<i>Cushuro fresco que puede ser proveniente de cusco, Puno o Ancash en el cual se encuentre en un estado óptimo para el proceso de deshidratación del insumo.</i>	El insumo debe estar fresco sin mal olor.	Se debe realizar la homologación de proveedores que traigan el cushuro proveniente de las zonas mencionadas, el cual puede estar situado en el mercado de Caquetá, La victoria o con un proveedor directo de las zonas extractoras

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Cuadro de requerimiento de Personal

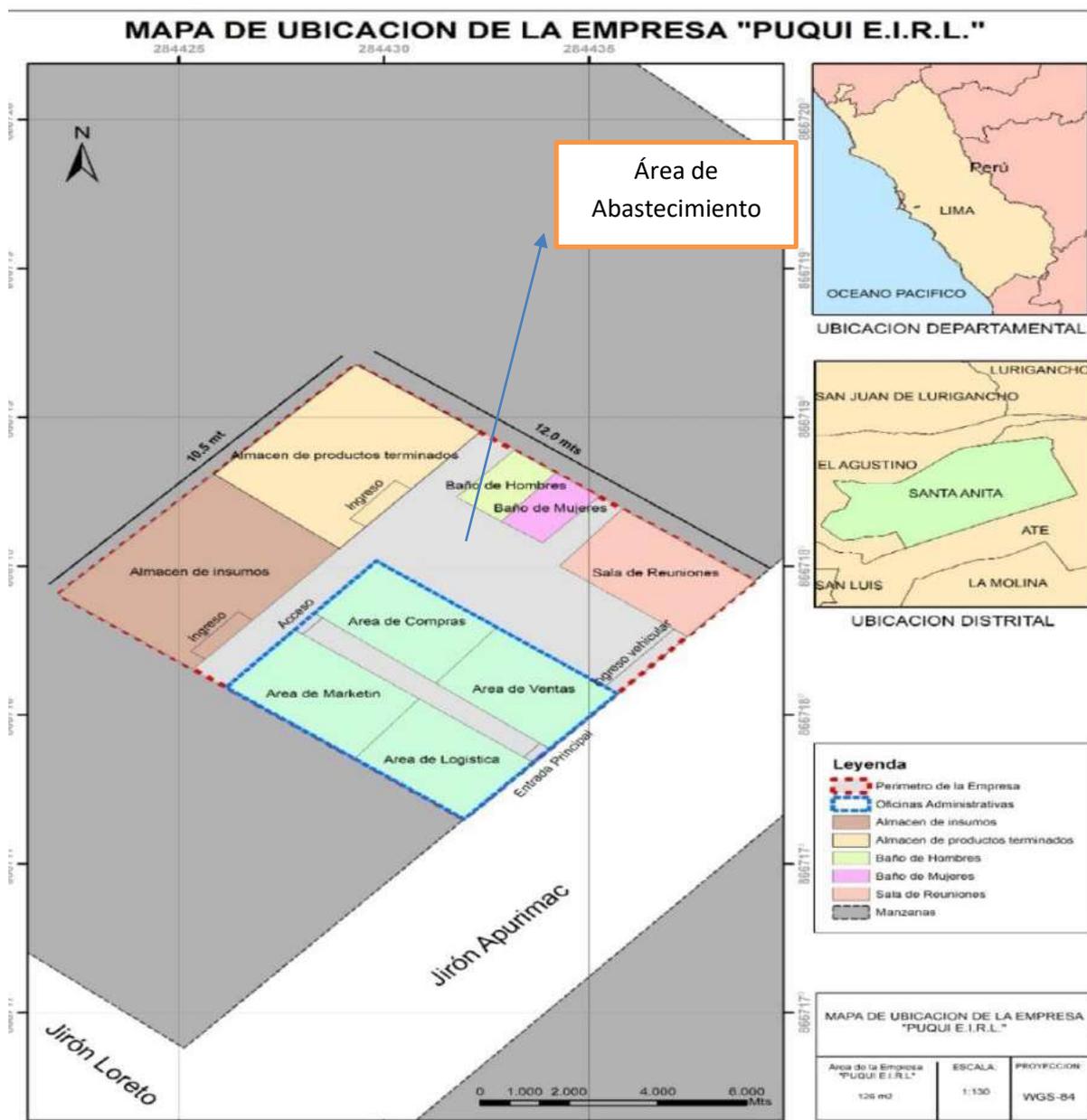
CANTIDAD	CARGO	COSTO MENSUAL	15 VACACIONES	S/S	TOTAL, MENSUAL
1	GERENTE GENERAL	930	465	15	930
1	SUPERVISOR	930	465	15	930
2	ASISTENTE/ADMINISTRADOR	930	465	15	1860
1	LIMPIEZA/MANTENIMIENTO	930	465	15	930
1	JEFE DE ALMACEN	930	465	15	930
1	CONTADOR EXTERNO	300	465	15	300
3	VENDEDORES	930	465	15	2790

Fuente: Elaboración propia

4.5 Infraestructura y características físicas

La organización contará con un área de 120 m² en cual estará conformada por un área de ventas, área de compras, área de logística. Además, se contará con ingreso vehicular para poder descargar la mercadería, además de servicios higiénicos.

Ilustración 23. Mapa de infraestructura



Fuente: Elaboración propia

4.6 Localización del negocio, Factores determinantes

La localización se refiere a la ubicación donde va estar situado el negocio, para el caso del almacenamiento del cushuro buscamos un punto equilibrado entre el mercado del proveedor y la zona de distribución se consideraron los siguientes elementos:

4.6.1 Macro localización

Nuestra macro localización será en la provincia de Lima metropolitana ya que nuestro mercado objetivo se encuentra dentro de la ciudad de Lima, también nuestros principales proveedores del cushuro. Los cuales se encuentran en la parte este de la ciudad de Lima. Además, también es considerado una de las zonas más industriales del País. Los puntos que se consideró son:

- Cercanía a mercados
- Cercanía a los proveedores
- Rutas de acceso, energía, agua y disponibilidad de mano de obra

Ilustración 24. Mapa de Lima Metropolitana

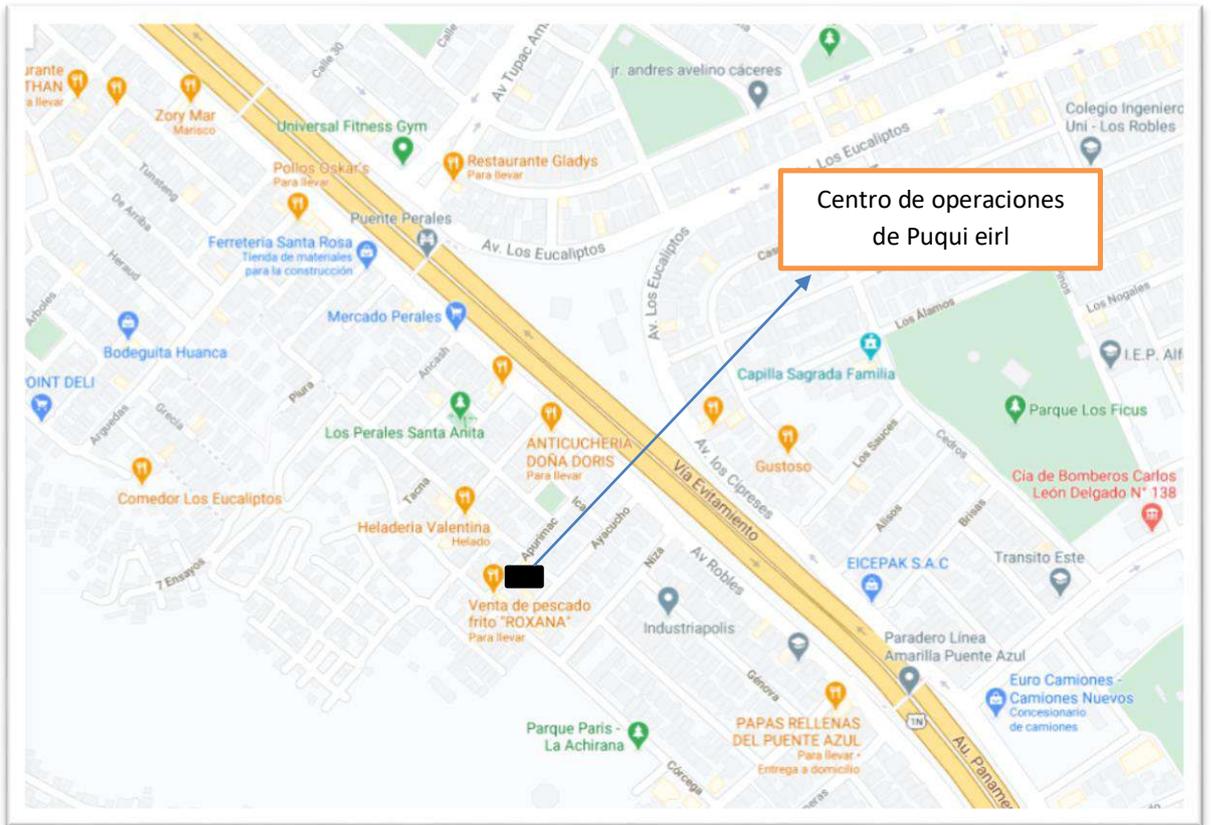


Fuente: Google maps

4.6.2 Micro Localización

Nuestro local de abastecimiento y zona de operaciones se encontrará en el Distrito de Santa Anita Jr. Apurímac- Perales ya que se sitúa en una zona estratégica de fácil acceso ya que está cerca de una de la vía más grande que es evitamiento.

Ilustración 25. Centro de operaciones PUQUI EIRL



Fuente: Google Maps

Los factores que consideraremos son los siguientes:

- **Accesibilidad:** Se encuentra ubicado en una zona que facilita su distribución ya sea canales mayorista y minorista, porque puede conectar fácilmente a la panamericana norte lugar donde la empresa tendrá su mercado potencial.
- **Clima de la zona:** El clima de la zona donde va a estar ubicado la empresa es de templado-húmedo por temporadas. Además, la infraestructura del almacén de la empresa estará condicionado a temperatura ambiente para controlar las condiciones externas de humedad relativa del producto que será a una temperatura inferior a 20°C y humedades inferiores al 70%.
- **Distancia al mercado objetivo y proveedor:** El tiempo promedio que se encuentra la empresa hacia el mercado objetivo es de aproximadamente 15 a 30 minutos. Además de ser una zona estratégica y que conecta con la vía evitamiento nos facilita a tomar rutas alternas para la distribución de nuestro producto.
- **Disponibilidad de terreno:** En cuanto a la factibilidad del terreno es que es familiar parte de una herencia, Además de tener todas las facilidades para el alquiler a un costo accesible y su posible compra total a futuro.
- **Infraestructura Publica:** Cuenta con rutas de acceso, energía eléctrica, servicio de agua y factibilidad de mano de obra ya que se encuentra cerca de zonas industriales.

ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1. Inversión Fija

5.1.1. Inversión Tangible

Los bienes tangibles son aquellos que se utilizan en las operaciones de una organización, el cual incluye diferentes bienes para utilizar en el servicio que se brindará, vienen a ser el terreno, las edificaciones, las maquinarias y equipos, los muebles y enseres, vehículos, entre otros.

El monto total de la inversión tangible es de S/. 33,390.00, muebles e insumos es S/2,950.00 y equipo y maquinaria es S/. 30,440.00.

Ilustración 26. Cuadro de inversión tangible de la empresa PUQUI EIRL

DESCRIPCION	Cantidad	PRECIO	SUB TOTAL	IGV	TOTAL SOLES
EQUIPOS Y MAQUINARIA					
escritorio de oficina	3	S/ 250.00	S/ 635.59	S/ 114.41	S/ 750.00
sillas para escritorio	4	S/ 100.00	S/ 338.98	S/ 61.02	S/ 400.00
extinguidor	3	S/ 150.00	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
estante metalico 180 cm	4	S/ 250.00	S/ 847.46	S/ 152.54	S/ 1,000.00
estante de madera	2	S/ 320.00	S/ 542.37	S/ 97.63	S/ 640.00
impresora multifunciÓN	2	S/ 600.00	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00
ventilador	1	S/ 350.00	S/ 296.61	S/ 53.39	S/ 350.00
microondas	1	S/ 450.00	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
computadoras	2	S/ 1,200.00	S/ 2,033.90	S/ 366.10	S/ 2,400.00
palets de madera	10	S/ 35.00	S/ 296.61	S/ 53.39	S/ 350.00
Luces de emergencia	3	S/ 150.00	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
automovil hyundai panel 2008	1	S/ 22,000.00	S/18,644.07	S/ 3,355.93	S/ 22,000.00
TOTAL			S/25,796.61	S/ 4,643.39	S/ 30,440.00
INSUMOS Y MUEBLES					
polo manga corta/larga	10	S/ 35.00	S/ 296.61	S/ 53.39	S/ 350.00
utiles de escritorio	5	S/ 120.00	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
juegos de lapiceros	1	S/ 20.00	S/ 16.95	S/ 3.05	S/ 20.00
jabon liquido /alcohol	4	S/ 45.00	S/ 152.54	S/ 27.46	S/ 180.00
medidor de temperatura	2	S/ 150.00	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
TOTAL			S/ 1,228.81	S/ 221.19	S/ 1,450.00
INVERSION TANGIBLE			S/27,025.42	S/ 4,864.58	S/ 31,890.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión Intangible

La inversión intangible son bienes que no son percibidos físicamente, un activo intangible se caracteriza porque es un activo identificable, sin sustancia física y que se destina para ser utilizado en la producción o suministro de bienes o servicios, para arrendamiento a terceros o para fines administrativos. El monto total de la inversión intangible es de S/. 3,879.00

Tabla 19 Cuadro de inversión intangible de la empresa PUQUIS EIRL

cantidad	Intangibles	precio unitario	sub total	lgv	total
1	diseño y soporte de página web	S/ 600.00	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
1	registro de marca	S/ 534.00	S/ 452.54	S/ 81.46	S/ 534.00
1	Licencia de funcionamiento	S/ 190.00	S/ 161.02	S/ 28.98	S/ 190.00
1	Patente de marca INDECOPI	S/ 550.00	S/ 466.10	S/ 83.90	S/ 550.00
1	Gastos de constitución y formalización notarial	S/ 560.00	S/ 474.58	S/ 85.42	S/ 560.00
1	Búsqueda y reserva de nombre en SUNARP	S/ 25.00	S/ 21.19	S/ 3.81	S/ 25.00
1	Abogado- constitución de la empresa	S/ 220.00	S/ 186.44	S/ 33.56	S/ 220.00
1	alquiler de local	S/ 1,200.00	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de dinero que requieres para financiar la operación de una empresa. El concepto no es menor, pues augura en gran medida el éxito de un negocio, ya que es el recurso que se requiere para el ciclo operativo del mismo. Está compuesta por personal, materiales de oficina, asesoría contable, servicios públicos (agua, luz, teléfono), internet, alquiler de local y seguro de personal.

Ilustración 27. Capital de Trabajo de PUQUIS EIRL

<i>DETALLE</i>	<i>TOTAL</i>	<i>2 meses</i>
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	S/ 13,681.60	S/ 27,363.20
<i>Gastos personales/administrativos</i>	S/ 5,848.75	S/ 11,697.50
<i>Mano de obra</i>	S/ 2,951.25	S/ 5,902.50
<i>Gastos de ventas</i>	S/ 1,150.00	S/ 2,300.00
<i>Asesoría contable</i>	S/ 300.00	S/ 600.00
<i>Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)</i>	S/ 300.00	S/ 600.00
<i>uniforme ventas</i>	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00
<i>Internet</i>	S/ 90.00	S/ 180.00
<i>materiales oficina</i>	S/ 641.60	S/ 1,283.20
<i>Alquiler de Local</i>	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00

Fuente: elaboración propia

5.3 Inversión Total

Para desarrollar nuestras funciones y operaciones de la empresa PUQUI EIRL se requiere una inversión total de s/63,132.20 nuevos soles, el cual un 51 % es de inversión tangible con S/31,890.00, el 6% es la inversión intangible es de s/ 3,879.00 y el 43% es el capital de trabajo con un monto de s/27,363.20

Tabla 20 Cuadro de inversión total de la empresa PUQUI EIRL

<i>INVERSION TOTAL</i>		
<i>DETALLE</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
<i>INVERSION TANGIBLE</i>	<i>S/</i> 31,890.00	51%
<i>INVERSION INTANGIBLE</i>	<i>S/</i> 3,879.00	6%
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	<i>S/</i> 27,363.20	43%
<i>INVERSION TOTAL</i>	<i>S/</i> 63,132.20	100%

Fuente: elaboración propia

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión del proyecto es de S/. 63,132.20, 84% es de capital propio con S/. 53,132.20 y el 16% es de financiamiento bancario con S/. 10,000.00.

Tabla 21 Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa PUQUI EIRL

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
INVERSIÓN	APORTE		
	PROPIO	PRESTAMO	TOTAL
<i>Inversión tangible</i>	S/ 21,890.00	S/10,000.00	S/ 31,890.00
<i>Inversión intangible</i>	S/ 3,879.00		S/ 3,879.00
<i>Capital de trabajo</i>	S/ 27,303.20		S/ 27,363.20
TOTAL, INVERSION	S/53,132.20	S/10,000.00	S/ 63,132.20
%	84%	16%	100%

Fuente: elaboración propia

5.5. Fuentes Financieras

La empresa PUQUI EIRL tendrá financiado el 84% con capital propio de S/53,132.20 y recurriremos a una entidad bancaria para financiar el 16% de la inversión del proyecto por un monto de S/10,000.00.

Se elaboró la consulta a tres entidades financieras, que ofrecen diferentes beneficios, las cuales fueron BCP, Scotiabank y BBVVA, cada banco financiero nos ofreció tasa de interés distintas.

Tabla 22 Cuadro de fuentes de financiación de la empresa PUQUI EIRL

FUENTES DE FINANCIACIÓN	
DETALLE	MONTO
PERSONAL/ CAPITAL PROPIO	S/.53,132.20
ENTIDAD FINANCIERA	S/.10,000.00
TOTAL, INVERSION	S/.63,132.20

Fuente: elaboración propia

Tabla 23 Fuentes de Financiamiento

ENTIDAD FINANCIERA	SERVICIO	TASA DE INTERES
<i>BBVA</i>	Capital de Trabajo	43.3%
SCOTIABANK	Capital de Trabajo	32%
<i>Banco crédito del Perú</i>	<i>Capital de Trabajo</i>	36%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la tasa más baja, decidimos optar por la entidad bancaria Financiera SCOTIABANK porque con su servicio “Reactiva Perú” nos ofrece el monto solicitado a una tasa de interés de 32% TCA, que nos parece que es la más adecuada, además nos permite empezar a pagar el próximo año.

Ilustración 28. Financiera Scotiabank, crédito MYPE

Concepto		Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
		M. N. (S/)	M. E. (US\$)		
Tasas (*)					
Pagaré en cuotas					
Tasa Efectiva Anual (T.E.A.) Capital de Trabajo Empresarial Pagaré en Cuotas	25.00%	20.00%	En cada operación		
Pagaré a plazo fijo					
Tasa Efectiva Anual (T.E.A.) Capital de Trabajo Empresarial Pagaré a plazo fijo	25.00%	20.00%	En cada operación	Interés vencido, aplicable en la cancelación	
Pagaré en cuotas y Pagaré en plazo fijo					
Interés Compensatorio por cuota vencida	TEA x 1.50 Mín: 22.00% Máx: 47.00%	TEA x 1.50 Mín: 20.00% Máx: 35.00%	Desde el vencimiento hasta su cancelación	(Todos los Segmentos)	
Interés Moratorio	15.25%	12.00%	En la cancelación.		
Interés Moratorio	25.00%	25.00%	En la cancelación.	Para préstamos en Cuotas desembolsados desde el 08.05.2017. Aplica solo al Segmentos Pequeña A	
Comisiones					
Pagaré en Cuotas					

Fuente: Financiera Scotiabank

5.6. Condiciones de Crédito

5.6.1 Beneficios Scotiabank

- 12 o 14 cuotas fijas en Soles o Dólares con opción a pagos parciales o totales.
- Seguro de Desgravamen por fallecimiento o invalidez que cancela la deuda y protege a tu familia.
- Seguro de Protección de Pagos para pagar tus cuotas mensuales.
- Préstamos con Garantía Líquida de hasta 95% de la garantía asociada.
- Puedes pagar tus cuotas por la web, el app, agentes, agencias o cajeros corresponsales.

5.6.2 Requisitos

Ilustración 29. Requisitos Financiera Scotiabank

Documentación requerida	Trabajador con Cuenta Sueldo Scotiabank	Trabajador dependiente	Trabajador independiente	Trabajador independiente con negocio
DNI del solicitante y de su cónyuge	X	X	X	X
Recibo de luz, agua o teléfono fijo		X	X	
Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC)				X
Fotocopia de la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta				X
Fotocopia de los 3 últimos PDT y/o últimos 3 recibos por honorarios profesionales			X	X
Fotocopia de las 2 últimas Declaraciones Juradas Anuales del Impuesto a la Renta				X
Última boleta de pago para ingresos fijos y dos últimas boletas pago para ingresos variables		X		
Contrato de locación vigente			X	

Fuente: Financiera Scotiabank

Tabla 24 Cuadro de condición financiera Scotiabank

CONDICIÓN DE CREDITO	
Entidad financiera	Scotiabank
Tipo de moneda	Soles
Préstamo	S/.10,000.00
Cuota mensual	S/.573.74
TEA	32.00%
TCEA	37.69%
Plazo	24 meses

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 Cuadro de condición de crédito Financiera Scotiabank

N° Cuota	F. Vencimiento	Días	Amortización	Interés	Comisiones	Seguro de Desgravamen	Cuota	Saldo pendiente
1	22/12/2020	30	323.76	238.98	11	0	573.74	10,210.52
2	22/01/2021	31	323.53	239.21	11	0	573.74	9,886.76
3	22/02/2021	31	331.36	231.38	11	0	573.74	9,563.23
4	22/03/2021	28	361.22	201.52	11	0	573.74	9,231.87
5	22/04/2021	31	348.11	214.63	11	0	573.74	8,870.65
6	22/05/2021	30	363.26	199.48	11	0	573.74	8,522.54
7	22/06/2021	31	365.32	197.42	11	0	573.74	8,159.28
8	22/07/2021	30	380.32	182.42	11	0	573.74	7,793.96
9	23/08/2021	32	377.51	185.23	11	0	573.74	7,413.64
10	22/09/2021	30	398.05	164.69	11	0	573.74	7,036.13
11	22/10/2021	30	407.37	155.37	11	0	573.74	6,638.08
12	22/11/2021	31	411.99	150.75	11	0	573.74	6,230.71
13	22/12/2021	30	426.55	136.19	11	0	573.74	5,818.72
14	22/01/2022	31	432.28	130.46	11	0	573.74	5,392.17
15	22/02/2022	31	442.73	120.01	11	0	573.74	4,959.89
16	22/03/2022	28	464.14	98.6	11	0	573.74	4,517.16
17	22/04/2022	31	464.68	98.06	11	0	573.74	4,053.02
18	23/05/2022	31	475.92	86.82	11	0	573.74	3,588.34
19	22/06/2022	30	489.89	72.85	11	0	573.74	3,112.42
20	22/07/2022	30	501.36	61.38	11	0	573.74	2,622.53
21	22/08/2022	31	511.42	51.32	11	0	573.74	2,121.17
22	22/09/2022	31	523.79	38.95	11	0	573.74	1,609.75
23	22/10/2022	30	537.32	25.42	11	0	573.74	1,085.96
24	22/11/2022	31	548.64	13.27	11	0	572.91	548.64
TOTAL			10,210.52	3,294.41	264	0	13,768.93	0

Fuente: Financiera Scotiabank

ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

6.1 presupuestos y costos

Los costos usados para análisis financiero fueron los, costo de venta, gastos financieros, gastos de personal y venta.

Tabla 26 Costos de personal de la empresa PUQUI EIRL

Gastos de personal y Administrativos	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub-total anual	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
G.general/Supervisor	S/ 1,860.00	S/ 22,320.00	S/ 465.00	S/ 22,785.00	S/ 180.00	S/ 1,913.75	S/ 22,965.00
Administrador	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
Asistente	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
Jefe de almacen	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
Mantenimiento/limpieza	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
total	S/ 5,580.00	S/ 66,960.00	S/ 2,325.00	S/ 69,285.00	S/ 900.00	S/ 5,848.75	S/ 70,185.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 27 Costos personal proyectada de la empresa PUQUI EIRL

Gastos de Personal	2021	2022	2023	2024	2025
G.general/Supervisor	S/ 22,965.00	S/ 23,653.95	S/ 24,363.57	S/ 25,094.48	S/ 25,847.31
Administrador	S/ 11,805.00	S/ 12,159.15	S/ 12,523.92	S/ 12,899.64	S/ 13,286.63
Asistente	S/ 11,805.00	S/ 12,159.15	S/ 12,523.92	S/ 12,899.64	S/ 13,286.63
Jefe de almacen	S/ 11,805.00	S/ 12,159.15	S/ 12,523.92	S/ 12,899.64	S/ 13,286.63
Mantenimiento/limpieza	S/ 11,805.00	S/ 12,159.15	S/ 12,523.92	S/ 12,899.64	S/ 13,286.63
total	S/ 70,185.00	S/ 72,290.55	S/ 74,459.27	S/ 76,693.04	S/ 78,993.84

Fuente: elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 3% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto. Entre los más importantes tenemos al Gerente General, Supervisor, Asistente, jefe de almacén, mantenimiento y limpieza.

Tabla 28 Gastos fijos de la empresa PUQUI EIRL

Gastos Fijos	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Asesoría contable	S/ 300.00	1	S/ 300.00	S/ 3,600.00
Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)	S/ 300.00	1	S/ 300.00	S/ 3,600.00
Internet	S/ 90.00	1	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Alquiler de Local	S/1,200.00	1	S/1,200.00	S/ 14,400.00
Materiales de Limpieza, oficina	S/ 641.60	1	S/ 641.60	S/ 7,699.20
total	S/2,531.60		S/2,531.60	S/ 30,379.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29 Gastos fijos proyectada de la empresa PUQUI EIRL

Gastos Fijos	2021	2022	2023	2024	2025
Asesoría contable	S/ 3,600.00	S/ 3,744.00	S/ 3,893.76	S/ 4,049.51	S/ 4,211.49
Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)	S/ 3,600.00	S/ 3,744.00	S/ 3,893.76	S/ 4,049.51	S/ 4,211.49
Internet	S/ 1,080.00	S/ 1,123.20	S/ 1,168.13	S/ 1,214.85	S/ 1,263.45
Alquiler de Local	S/ 14,400.00	S/ 14,976.00	S/ 15,575.04	S/ 16,198.04	S/ 16,845.96
Materiales de Limpieza, oficina	S/ 7,699.20	S/ 8,007.17	S/ 8,327.45	S/ 8,660.55	S/ 9,006.98
TOTAL	S/ 30,379.20	S/ 31,594.37	S/ 32,858.14	S/ 34,172.47	S/ 35,539.37

Fuente: Elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 4% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto

Tabla 30 Gastos de ventas de la empresa PUQUI EIRL

GASTOS DE VENTAS	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento y soporte pagina web	S/ 250.00	1	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Publicidad en redes sociales	S/ 350.00	1	S/ 350.00	S/ 4,200.00
Community Manager	S/ 550.00	1	S/ 550.00	S/ 6,600.00
total	S/1,150.00		S/1,150.00	S/ 13,800.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Gastos de ventas proyectada de la empresa PUQUI EIRL

Gastos en venta	2021	2022	2023	2024	2025
Mantenimiento y soporte pagina web	S/ 3,000.00	S/ 3,120.00	S/ 3,244.80	S/ 3,374.59	S/ 3,509.58
Publicidad en redes sociales	S/ 4,200.00	S/ 4,368.00	S/ 4,542.72	S/ 4,724.43	S/ 4,913.41
Community Manager	S/ 6,600.00	S/ 6,864.00	S/ 7,138.56	S/ 7,424.10	S/ 7,721.07
total	S/ 13,800.00	S/ 14,352.00	S/ 14,926.08	S/ 15,523.12	S/ 16,144.05

Fuente: Elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 4% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto

Tabla 32 Costos variables de la empresa PUQUI EIRL

Mano de obra directa	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub-total anual	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
3 Vendedores	S/ 2,790.00	S/ 33,480.00	S/ 1,395.00	S/ 34,875.00	S/540.00	S/ 2,951.25	S/ 35,415.00

costos de servicio	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Uniforme de ventas	S/ 35.00	3	S/ 105.00	S/ 1,260.00

	costo mensual	costo anual
total de variables	S/ 3,056.25	S/ 36,675.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Cuadro de costo de producción de la empresa PUQUI EIRL

<i>Costo de maquilar la Harina de 200 gr.</i>	<i>s/3.50</i>
<i>Costo de Insumo</i>	<i>s/3.0</i>
<i>Unidades Producidas</i>	<i>2592 unidades de 200 gr.</i>
<i>Costo de producción mensual</i>	<i>Unidades producidas x (C. Insumo + Costo de Maquilar) =s/18144</i>
<i>Costo producción anual</i>	<i>s/217,728.00</i>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Costos variables proyectada de la empresa PUQUI EIRL

año	S/ 2,021.00	S/ 2,021.00	S/ 2,021.00	S/ 2,021.00	2021
costo venta	S/ 254,403.00	S/ 267,123.15	S/ 280,479.31	S/ 294,503.27	309228.4365
tasa de crecimiento		5%	5%	5%	5%

Estos costos tendrán una variación del 5% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto.

Tabla 35 Cuadro de Depreciación de la empresa PUQUI EIRL

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
muebles	2,790	20%	558	558	558	558	558
impresora	1,200	25%	300	300	300	300	0
computadora/microonda	4,400	25%	1100	1100	1100	1100	0
Total			1,958.00	1,958.00	1,958.00	1,958.00	558.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Cuadro de Depreciación de la empresa PUQUI EIRL

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortizacion intangibles	1450	20%	290	290	290	290	290
Acumulado			290	580	870	1,160	1,450
* los activos intagibles se amortizan							
Deprec +Amortizacion			2,248.00	2,248.00	2,248.00	2,248.00	848.00

Fuente: Elaboración propia

6.2 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad.

Tabla 37 Cuadro de Punto de Equilibrio de la empresa PUQUI EIRL

<i>COSTO UNITARIO VARIABLE</i>	<i>S/</i>	<i>7.00</i>
<i>COSTO UNITARIO FIJO</i>	<i>S/</i>	<i>3.68</i>
<i>COSTO UNITARIO TOTAL</i>	<i>S/</i>	<i>10.68</i>
<i>PRECIO VENTA DISTRIBUIDOR</i>	<i>S/</i>	<i>10.85</i>
<i>PUNTO DE QUILIBRIO</i>		<i>2475</i>

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los datos arrojados en la Tabla N°37 podemos indicar que se desarrolló el punto de equilibrio, que nos da la cantidad de 2475 quiere decir que tenemos que vender 2475 unidades mensualmente para no perder ni ganar.

6.3 Estado de ganancias y perdidas

Se muestra el Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa PUQUI EIRL donde se puede observar que no existe perdida alguna en la utilidad neta, al contrario, va aumentado con un monto inicial de 19,087.17 soles, gracias a esto podemos demostrar que genera rentabilidad a partir del año 1.

Tabla 38 Estado de ganancia y perdida de la empresa PUQUI EIRL

	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 404,974.08	S/ 445,471.49	S/ 490,018.64	S/ 539,020.50	S/ 592,922.55
Costo de venta	S/ 254,403.00	S/ 267,123.15	S/ 280,479.31	S/ 294,503.27	S/ 309,228.44
Utilidad bruta	S/ 150,571.08	S/ 178,348.34	S/ 209,539.33	S/ 244,517.23	S/ 283,694.11
Gastos de ventas	S/ 13,800.00	S/ 14,352.00	S/ 14,926.08	S/ 15,523.12	S/ 16,144.05
gastos administrativos	S/ 70,185.00	S/ 72,290.55	S/ 74,459.27	S/ 76,693.04	S/ 78,993.84
Gastos fijos	S/ 30,379.20	S/ 31,594.37	S/ 32,858.14	S/ 34,172.47	S/ 35,539.37
Otros costos fijos	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Depreciación y amortización	S/ 2,248.00	S/ 2,248.00	S/ 2,248.00	S/ 2,248.00	S/ 848.00
Utilidad de Operación	S/ 33,958.88	S/ 57,863.42	S/ 85,047.84	S/ 115,880.59	S/ 152,168.86
Gastos Financieros	S/ 6,884.88	S/ 6,884.05		S/ -	S/ -
Utilidad Ante de Impuestos	S/ 27,074.00	S/ 50,979.37	S/ 85,047.84	S/ 115,880.59	S/ 152,168.86
Impuesto a la renta (10% - 29.5%)	S/ 7,986.83	S/ 15,038.91	S/ 25,089.11	S/ 34,184.77	S/ 44,889.81
Utilidad neta	S/ 19,087.17	S/ 35,940.46	S/ 59,958.73	S/ 81,695.82	S/ 107,279.05

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Presupuesto de ingresos

Tabla 39 Estimación de Unidades vendidas

	<i>lunes</i>	<i>martes</i>	<i>miércoles</i>	<i>jueves</i>	<i>viernes</i>	<i>sábado</i>	<i>Total, semanal</i>
<i>mañana</i>	60	60	60	60	60	60	
<i>tarde</i>	48	48	48	48	48	48	
<i>total</i>	108	108	108	108	108	108	648

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40 Ventas por ingresos de la empresa PUQUI EIRL

<i>Total, unidades por mes</i>	2592
<i>Precio de Venta a bodegas</i>	S/13.02
<i>Ingreso por mes</i>	S/33,747.84
<i>Ingreso Anual</i>	S/404,974.08

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41 Proyección de ingresos anuales

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 404,974.08	S/ 445,471.49	S/ 490,018.64	S/ 539,020.50	S/592,922.55
Tasa de crecimiento		10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°43 muestra la cantidad de ventas proyectadas a 5 años, de acuerdo a la proyección de participación para cada año los ingresos de la empresa ira en aumento en un 10% anual.

6.5 Presupuesto de egresos

Se muestran los gastos y costos que son necesarios para el inicio de las operaciones de la empresa PUQUI EIRL durante los primeros 5 años.

Tabla 42 Proyección de egresos anuales de la empresa PUQUI EIRL

años	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Costo de venta</i>	S/ 254,403.00	S/ 267,123.15	S/ 280,479.31	S/ 294,503.27	S/ 309,228.44
<i>Gastos de ventas</i>	S/ 13,800.00	S/ 14,352.00	S/ 14,926.08	S/ 15,523.12	S/ 16,144.05
<i>gastos administrativos</i>	S/ 70,185.00	S/ 72,290.55	S/ 74,459.27	S/ 76,693.04	S/ 78,993.84
<i>Gastos fijos</i>	S/ 30,379.20	S/ 31,594.37	S/ 32,858.14	S/ 34,172.47	S/ 35,539.37
<i>Gastos Financieros</i>	S/ 6,884.88	S/ 6,884.05	S/ -	S/ -	S/ -
<i>Impuesto a la renta (10% - 29.5%)</i>	S/ 7,986.83	S/ 15,038.91	S/ 25,089.11	S/ 34,184.77	S/ 44,889.81
TOTAL	S/ 383,638.91	S/ 407,283.03	S/ 427,811.91	S/ 455,076.68	S/ 484,795.50

Fuente: Elaboración Propia

6.6 Caja de Flujo Proyectado

El flujo de caja nos muestra los ingresos y egresos de efectivo de la empresa

PUQUI E.I.R.L. durante los 5 años proyectados.

Tabla 43 Flujo de caja proyectada de la empresa PUQUI EIRL

Año	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Ingresos Operativos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	404,974.08	445,471.49	490,018.64	539,020.50	592,922.55
<i>Egresos Operativos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	385,886.91	409,531.03	430,059.91	457,324.68	485,643.50
Flujo de Caja Operativo				S/	S/
	S/19,087.17	S/35,940.46	S/59,958.73	81,695.82	107,279.05
<i>Inversiones en Activo Fijo Tangible</i>	-S/				
	31,890.00				
<i>Inversiones en Activos Fijo intangible</i>	-S/				
	3,879.00				
<i>Inversiones en Capital de Trabajo</i>	-S/				
	27,363.20				
<i>Valor residual</i>	S/				
	-				
Total, flujo de Inversiones	-S/				
	63,132.20				
Flujo de Caja Económico	-S/		S/9,958.73	S/	S/
	63,132.20	S/19,087.17	S/35,940.46	81,695.82	107,279.05
<i>FCA</i>	-S/	-S/	-S/	S/	
	63,132.20	44,045.03	8,104.57	51,854.15	S/133,549.97
				S/133,549.97	S/240,829.02

Fuente: Elaboración Propia

6.7 Balance General

Se muestra el Balance General de la empresa PUQUI EIRL donde se muestra los activos, pasivos y patrimonios de la empresa, estos indican la misma cantidad de inversión que se solicita para iniciar operaciones de la empresa.

Tabla 44 Balance General de la empresa PUQUI EIRL

<i>ACTIVO</i>		<i>PASIVO</i>	
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>		<i>PASIVO CORRIENTE</i>	
<i>Caja y Bancos</i>	S/ 28,813.20	Préstamo bancario	S/ 10,000.00
<i>Total, Activo Corriente</i>	S/ 28,813.20	Total, pasivo	S/ 10,000.00
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>		<i>PATRIMONIO</i>	
<i>Insumos y enseres</i>	S/ 1,450.00	Capital Social	S/53,132.20
<i>maquinaria</i>	S/ 30,440.00	Total, patrimonio	S/53,132.20
<i>Activos Intangibles</i>	S/ 3,879.00		
<i>Total, Activo No Corriente</i>	S/ 34,319.00		
<i>TOTAL, ACTIVO</i>	S/63,132.20	<i>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</i>	S/ 63,132.20

Fuente: Elaboración Propia

EVALUACIÓN

7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar la evaluación económica se contará con el Costo promedio ponderado del capital WACC, ya que este es una herramienta que nos permite valorar en el momento actual los flujos de caja futuros esperados.

Tabla 45 Costo promedio ponderado WACC

		<i>Detalles</i>
- Capital	84.00%	
- Deuda	16.00%	
- Cok	20.00%	COSTO DE OPORTUNIDAD
- Kd	32.00%	COSTO DE DEUDA DEL BANCO
- Tax Perú	29.50%	impuesto a la renta
- WACC	20.410%	tasa de descuento

Fuente: Elaboración Propia.

Obtenido el costo promedio ponderado WACC, se procede a realizar el cálculo y la evaluación económica.

Tabla 46 Tabla de periodo de recuperación

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0	-63,132	19,087	35,940	59,959	81,696	107,279
FCE 0 Acumulado		19,087	55,028	114,986	196,682	303,961

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 47 Evaluación económica

VAN ECONOMICO	S/77,322.46
TIR ECONOMICO	60%

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 48 Resumen evaluación económica

EVALUACIÓN ECONOMICA		
<i>VAN Económico (Valor actual neto Económico)</i>	S/.77,322 .46	<i>El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto, se acepta el proyecto.</i>
<i>TIR económico (Tasa interna de retorno Económico)</i>	60%	<i>El TIR económico es mayor al WACC (20.410%) por lo tanto se acepta el plan.</i>
<i>B/C (Beneficio costo)</i>	4.81	<i>El B/C es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el proyecto.</i>

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la evaluación económica, con un costo promedio ponderado (WACC) de 20.410% se obtiene que el VAN es de S/ 77,322.46 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Por el lado de la TIR es de 60.0%, por lo cual se debe de ejecutar el proyecto.

7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla 49 Evaluación financiera

Año	1	2	3	4	5	
Flujo de Caja Económico real	-S/ 63,132.20	S/ 19,087.17	S/ 35,940.46	S/ 59,958.73	S/ 81,695.82	S/ 107,279.05
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	S/ 10,000.00					
- Egresos por servicio de deuda	-S/ 3,879.00					
Total, flujo de deuda	S/ 6,121.00	S/ 6,884.88	S/ 6,884.05	S/ -		
Escudo						
Total, Flujo de Caja Financiero	-S/ 57,011.20	S/ 12,202.29	S/ 29,056.41	S/ 59,958.73	S/ 81,695.82	S/ 107,279.05

Fuente: elaboración propia

Tabla 50 Tabla de Periodo de recuperación financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-57,011	10,169	20,178	34,698	39,398	43,113
FCE Acumulado		10,169	20,178	34,698	39,398	43,113

Fuente: elaboración propia

Tabla 51 Evaluación Financiera

VAN FINANCIERA	S/73,713.94
TIR FINANCIERA	59%

Fuente: elaboración propia

Tabla 52 Resumen evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
<i>VAN Financiero (Valor actual neto Financiero)</i>	S/.73,713.94	<i>El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto, se acepta el proyecto.</i>
<i>TIR Financiero (Tasa interna de retorno Financiero)</i>	59%	<i>El TIR económico es mayor al COK (20%) por lo tanto se acepta el plan.</i>
<i>COK (Costo de Oportunidad del Capital)</i>	20%	

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la evaluación financiera, con un costo de oportunidad del capital (COK) de 20% se obtiene que el VAN es de S/. 73,713.94 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable.

Por otro lado, la TIR es de 59% esto significa que el proyecto presenta un monto mayor al costo de oportunidad, por lo cual debe ser ejecutado.

7.3 Evaluación Social

La empresa PUQUIS EIRL se compromete a integrar nuevas oportunidades laborales para generar empleabilidad en la comunidad así mismo realizaremos programas de beneficio social por el cual al momento de comprar nuestro producto un porcentaje mínimo será enviado para casa, hogares de personas de escasos recursos.

7.4 Impacto Ambiental

Con respecto a la responsabilidad medioambiental se precisa que la empresa integra en su operatividad y toma de decisiones diaria las preocupaciones por el medioambiente.

Las actividades desarrolladas en la empresa ofrecen posibilidades de diferenciación de la competencia a través de los atributos ambientales y sociales en la elaboración del producto que ofrecemos, que al ser debidamente aprovechada resulta ser importante para el éxito empresarial.

En el aspecto ambiental tenemos el preservar el entorno físico en beneficio de los demás y de las futuras Generaciones mediante el desarrollo sostenible y el uso racional de los recursos energéticos, para lo cual se abordarán diferentes programas tales como:

- **Programa de Reciclaje:** gestión de residuos sólidos derivados de las actividades propias de la empresa, separando desechos en tachos de colores, programación semanal.
- **Programa de uso eficiente de energía eléctrica:** Buscar siempre el uso reducido del consumo eléctrico sin afectar el proceso productivo.
- **Programa de uso eficiente del agua:** contar con dos tanques de agua de 1000 litros para las actividades que se requieran, revisión periódica de las instalaciones de agua.
- **Implementación de un área Verde dentro y fuera de las instalaciones:** creación de un jardín que ayude con la purificación del aire en las instalaciones.
- **Concientización Ambiental.** Esto expresado a los trabajadores de la empresa para así acrecentar el conocimiento acerca del funcionamiento

de la Naturaleza, la toma de conciencia ecológica y la promoción de la sustentabilidad con el propósito de generar hábitos, habilidades, actitudes, sensibilidades y conductas en la población.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- Después de realizar el análisis del entorno, la empresa ha determinado que hay una tendencia creciente hacia un estilo de vida y alimentación saludable. Esto es un punto favorable para la empresa ya que al presentar un producto nuevo en el mercado con todas cualidades nutricionales como para posicionarse en el mercado y competir con los productos sustitutos existentes. Además, posee un ingrediente andino de origen peruano el cushuro que posee un gran aporte nutricional duplicando el porcentaje de nutrientes que la competencia oferta actualmente.
- El Estado peruano a través de la Ley de Promoción de Alimentación Saludable busca que la población sea consciente de los productos que consume. Por este motivo, viene promocionando diversos productos rurales como la maca, kiwicha, cushuro, entre otros, ayudando a la difusión de los beneficios del ingrediente diferenciador del proyecto.
- Durante el proyecto, se determinaron ciertas variables dentro de los gustos y preferencias del público objetivo. Esta información se pudo recabar a través de encuestas virtuales, que permitieron conocer las preferencias, tendencias y patrones de compra de los consumidores, lo que permitió replantear el prototipo del producto, así como definir los canales de distribución para el producto.
- En el desarrollo de investigación de mercado y marketing se enfatizó la importancia de realizar una adecuada segmentación del mercado como una etapa de investigación relevante para el proyecto. El segmento elegido pertenece al NSE A y B en el distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO y estará dirigido a niños, adultos mayo y todas las personas en general que

buscan complementar su alimentación con productos saludables que contengan aportes nutricionales favorables para el desarrollo humano.

- Al finalizar el proyecto se espera alcanzar una participación del 5% del público objetivo o target determinado.

8.2. Recomendaciones

- Con los resultados obtenidos en la presente idea de negocio se recomienda dar inicio al proyecto ya que este promete ser rentable y cumplir con todas las expectativas que el cliente espera recibir del producto.
- En lo que se refiere en cuanto a los proveedores, se va priorizar aquellos que sean directos de la región en donde esta alga andina se produce para que este negocio pueda ser más rentable ya sea de Ancash, Puno o Cusco. Además de obtener un precio favorable para la empresa a comparación de los existentes en los mercados locales. Así mismo se homologará previamente a los proveedores de acuerdo a los estándares de la organización para obtener un precio módico en el cual sea factible a ofertar al mercado y tenga la aceptación proyectada por la empresa.
- La empresa optimizará la distribución y comercialización de la harina de cushuro, para lo cual iniciará la diversificación de las líneas de productos y sus presentaciones con la calidad esperada del público objetivo a dirigir de la empresa.

REFERENCIAS:

- APEIM (2016). Niveles Socioeconómicos 2016. Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE2016.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Estadísticas de las tecnologías de Información y Comunicaciones en los hogares. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informetecnico_tecnologias-informacion-oct-nov-dic2014.pdf
- Agronoticias. (24 de enero de 2019). Implementan sistema piloto de cultivo de “cushuro”. Agronoticias. Recuperado de <https://agronoticias.pe/ciencia-e-innovacion/implementan-sistema-piloto-de-cultivo-de-cushuro/> [Consulta: 9 de marzo de 2019]
- Sánchez, C. (9 de setiembre de 2016). Un arma para acabar con la desnutrición infantil. LaMula.pe. Recuperado de <https://republicakafkiana.lamura.pe/2016/09/09/unarma-para-acabar-con-la-desnutricion-infantil/csanchez/> [Consulta: 16 de marzo de 2019].
- Sánchez, G. (2 de agosto de 2015). El cushuro es el alga que combatirá la desnutrición. Entrevista a científico Augusto Aldave. Diario La Industria. Recuperado de https://issuu.com/sasagui/docs/augusto_aldave [Consulta: 10 de marzo de 2019]. Sierra Azul. (19 de enero de 2019).
- El cushuro, el alga andina para combatir la anemia crece en qochas del MINAGRI en zonas altas del Perú. Recuperado de <https://www.sierraazul.gob.pe/2019/01/25/el-cushuro-la-alga-andina-para-combatirla-anemia-crece-en-qochas-del-minagri-en-zonas-altas-del-peru/> [Consulta: 9 de marzo de 2019]

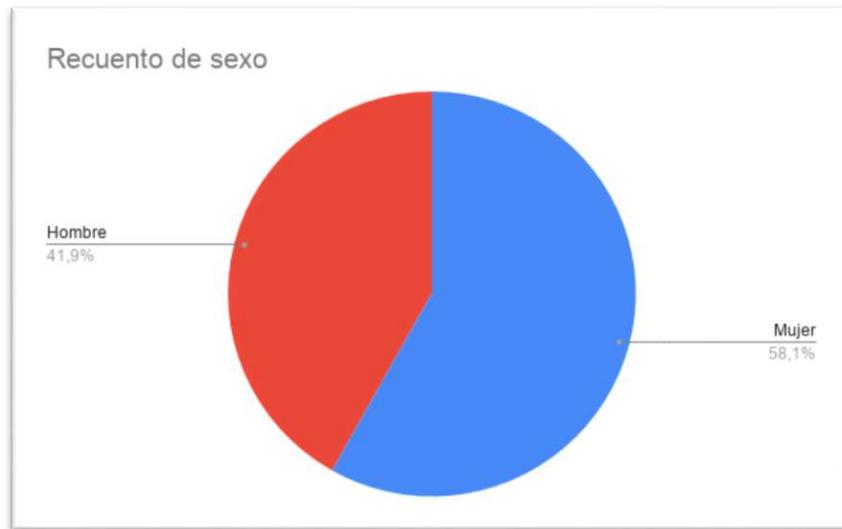
- Thompson I. (agosto, 2017). Estrategia de precios. Promonegocio.net. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html> [Consulta: 30 de abril de 2019]. TRADE MAP (2018).
- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales. Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx> [Consulta: 10 de marzo de 2019].
- Correo. (3 de abril de 2019). 6 pasos para constituir una empresa en Perú. Correo. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/> [Consulta: 6 de abril de 2019]. Cúidate Plus (2019).
- Alimentos saludables. Recuperado de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/alimentos-saludables.html> [Consulta: 15 de junio de 2019].
- Dirección General de Salud (DIGESA). (2010). Dirección general de salud ambiental e inocuidad alimentaria. Ministerio de Salud. Lima, Perú. Recuperado de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/institucional1/institucional.asp> [Consulta: 10 de marzo de 2019]
- EcuRed (s.f). Alimento dietético. Recuperado de https://www.ecured.cu/Alimento_diet%C3%A9tico [Consulta: 15 de junio de 2019].
- EcuRed (s.f). Alimento Nutritivo. Recuperado de https://www.ecured.cu/Alimento_Nutritivo [Consulta: 30 de mayo de 2019].
- EcuRed (s.f). Alimento orgánico. Recuperado de https://www.ecured.cu/Alimento_org%C3%A1nico [Consulta: 15 de junio de 2019].

- EcuRed (s.f). Vegano. Recuperado de https://www.ecured.cu/Vegano#Alimentos_que_forman_parte_de_una_diet_a_vegan_a [Consulta: 15 de junio de 2019]. El Comercio. (1 de agosto de 2017).
- Conocimiento y aceptabilidad de platos a base de nostoc “cushuro” como alternativa alimentaria en agentes comunitarios de salud en el distrito de pueblo libre, 2018 - Adriano macha William., UNFV 2019.
- “Caracterización y cuantificación del comportamiento reológico del hidrocoloide proveniente del Nostoc (nostoc sphaericum v, Williams Vicente roldan Carbajal., unalm 2015.
- Evaluación de la producción de Nostoc (cushuro) en cochas construidas a diferentes profundidades dentro de un ecosistema de humedal, en el sector carpa, distrito de cátaç - Áncash, 2017-2018 - Rodrigo adrián rubio, unasam 2018.
- mermelada de frutas enriquecida con cushuro - Jessica nakahodo nakahodo, Hugo, Cindy, Alexander, Elmer – Usil 2017.
- efecto del consumo de hierro contenido en la Murmunta (nostoc sphaericum) en la recuperación de ratas con anemia inducida, Arequipa, 2017 - Alvarado López y stefany Rodríguez Brigitte., unsa 2017.
- Evaluación de la aceptabilidad del cushuro (Nostoc sphaericum) en preparaciones culinarias saladas y dulces, por estudiantes universitarios, Lima – 2018 - Claudia Leonor Leiva Gonzáles y Percy Sulluchuco Guerra., UPEU 2018.

ANEXO

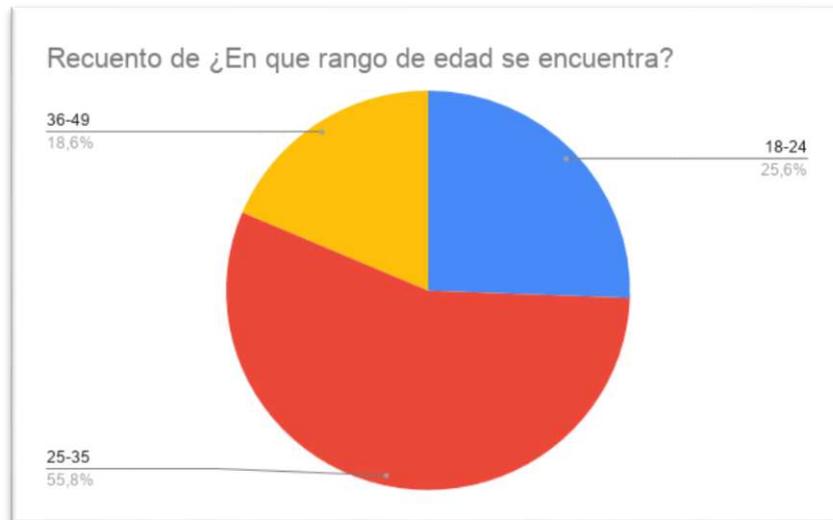
Anexo nº1: Validación de las encuestas:

1.



Entre los encuestados el 41.9% son hombres y el 58.1% son mujeres

2. En que rango de edad se encuentra:



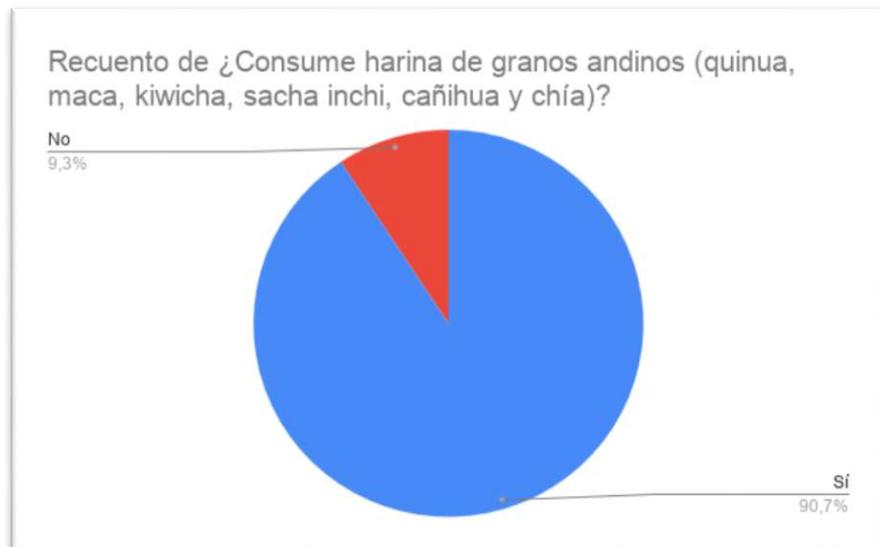
Entre el rango de edades, la que resalto entre los encuestados fue de 18 a 24 años con 25.6 % personas. Siguiéndole el rango de 25 a 35 con 55,8%. Siguiéndole el rango de 36 a 49 con 18,6%.

3. ¿En qué rango de ingreso familiar (todos los integrantes en edad de trabajar) mensual se encuentra su hogar?



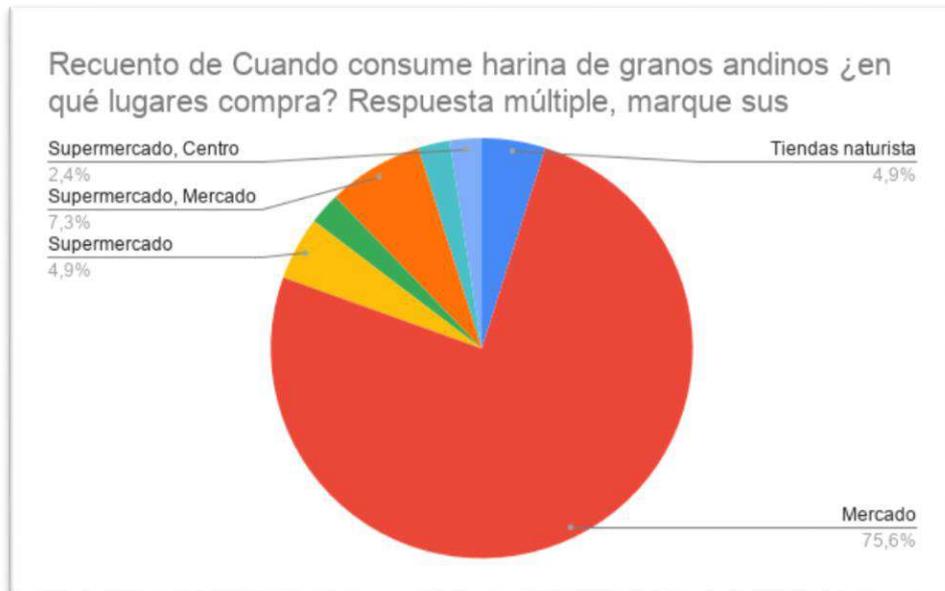
Entre el rango de los ingresos familiares, la que resalto entre los encuestados fue de menos de s/2000 con 46 % de personas. Siguiéndole el rango de s/2000 a S/3500 con 30.2%. Siguiéndole el rango de s/3501 a s/4500 con 14% y por último el rango de s/4501 a más con 9.3%.

4. ¿Consume harina de granos andinos (quinua, maca, kiwicha, sachá inchi, cañihua y chía)?



En la pregunta si consumen harina de granos andinos tenemos un resultado de 90.7% con un sí y un no con 9.3%.

5. Cuando consume harina de granos andinos ¿en qué lugares compra? Respuesta múltiple, marque sus opciones por orden de preferencia



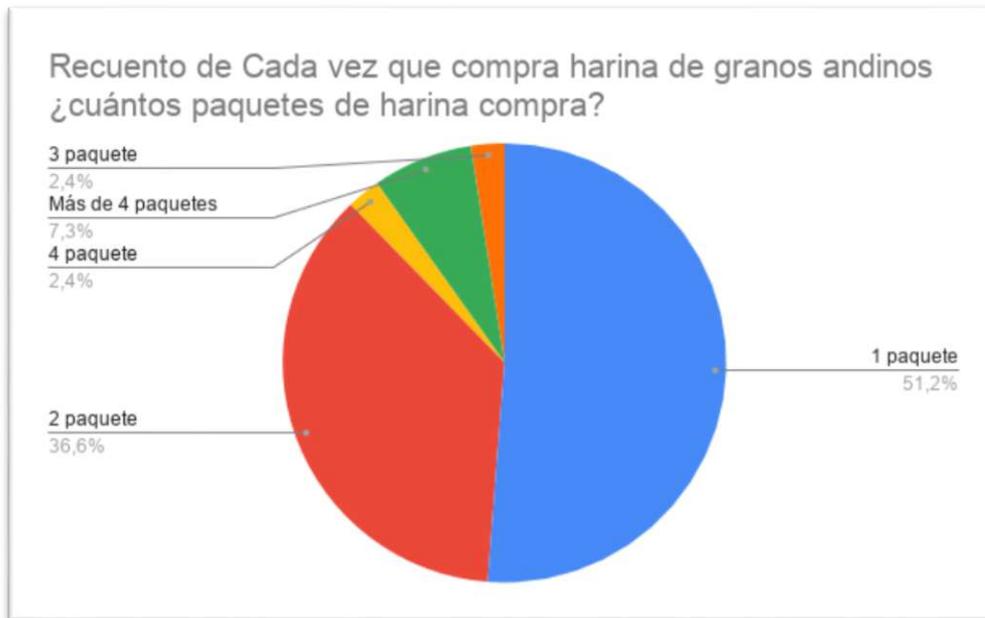
Entre los encuestados el 75% eligió solo el mercado, un 7.3% entre mercado y supermercado, un 4.9% solo supermercado, un 4.9% tiendas naturistas y por último un 2.4% supermercado y centro comerciales.

6. ¿Con qué frecuencia compra harina de granos andinos?



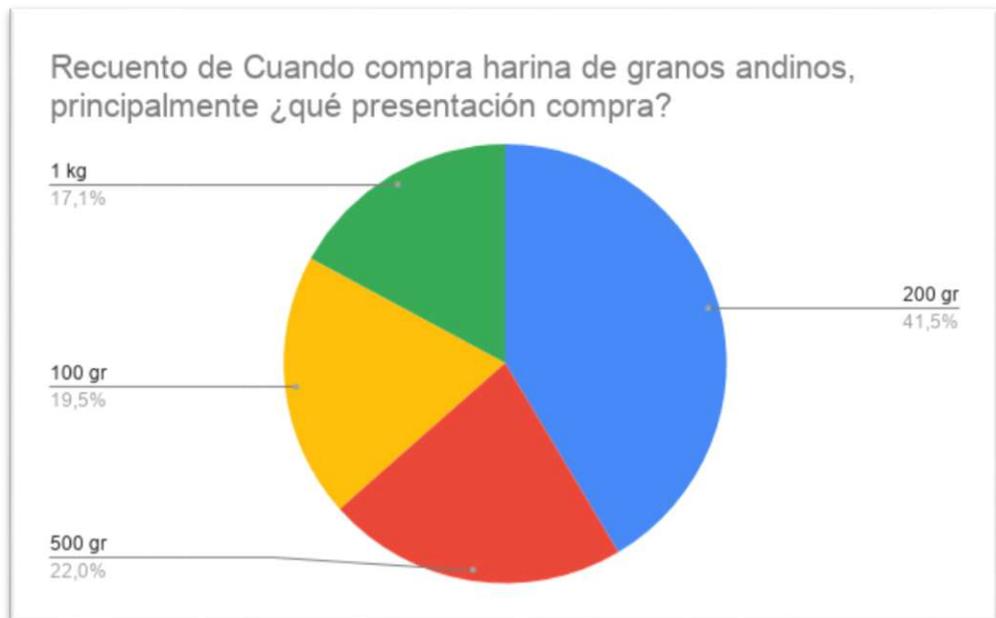
Entre los encuestados el 62.5 % suele ir a comprar 1 vez por semana, el 15.0% 2 veces por semana y el 22.5 % 3 veces por semana.

7. Cada vez que compra harina de granos andinos ¿cuántos paquetes de harina compra?



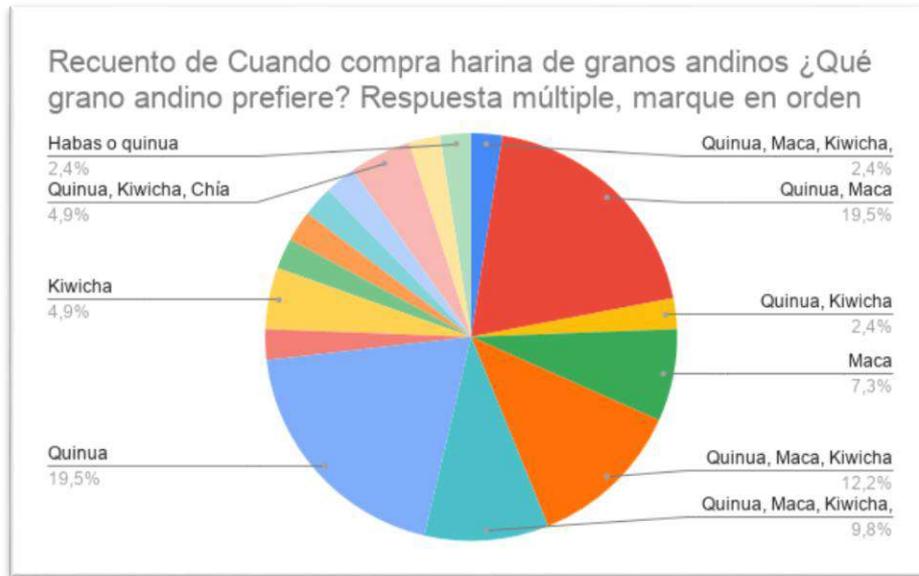
Entre los encuestados el 51.2% compraría solo un paquete, el 36.6% 2 paquetes, el 2.4% entre 3 o 4 paquetes y el 7.3% más de 4 paquetes.

8. Cuando compra harina de granos andinos, principalmente ¿qué presentación compra?

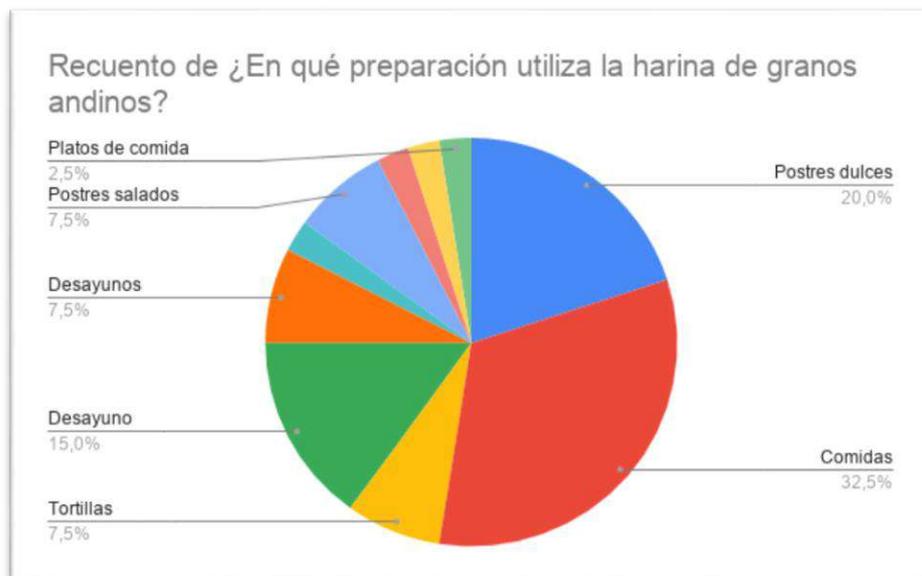


Entre los encuestados el 41.5% de 200 gr, el 19.5% de 100gr, el 22.0% de 500gr y por último un 17.1% de 1kg.

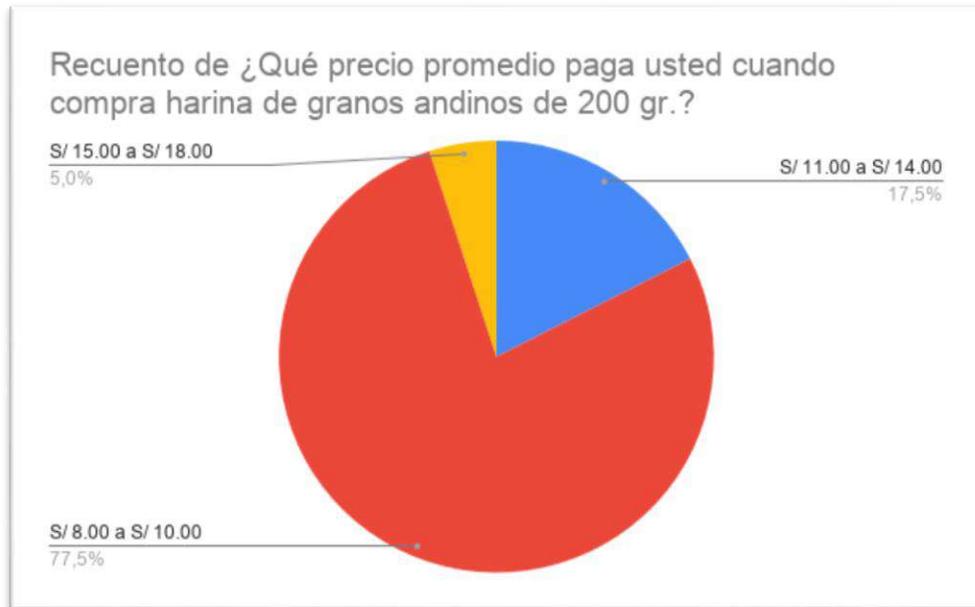
9. Cuando compra harina de granos andinos ¿Qué grano andino prefiere? Respuesta múltiple, marque en orden de importancia



10. ¿En qué preparación utiliza la harina de granos andinos?

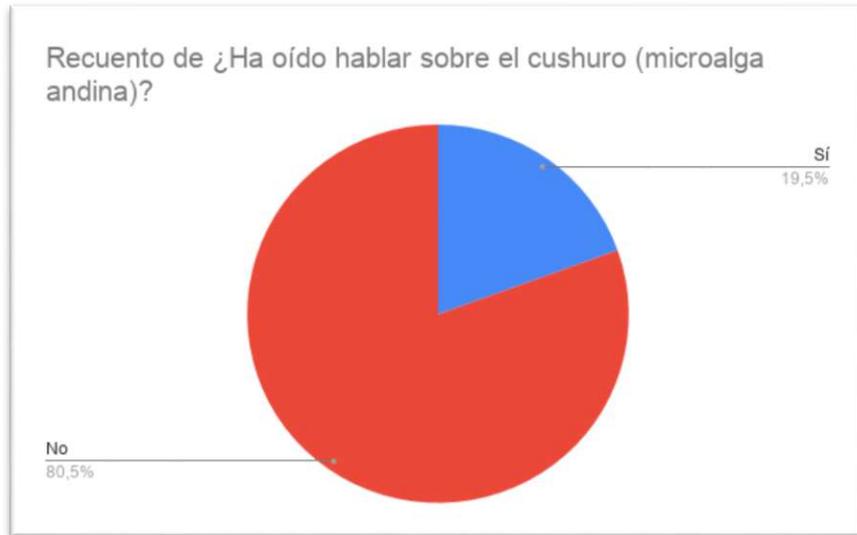


11. ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra harina de granos andinos de 200 gr.?



Entre los encuestados el 77.5% pagaría entre s/8 a s/10, seguido de 17.5% pagaría entre s/11 a s/14, finalmente un 5% entre s/15 a s/18.

12. ¿Ha oído hablar sobre el cushuro (micro alga andina)?

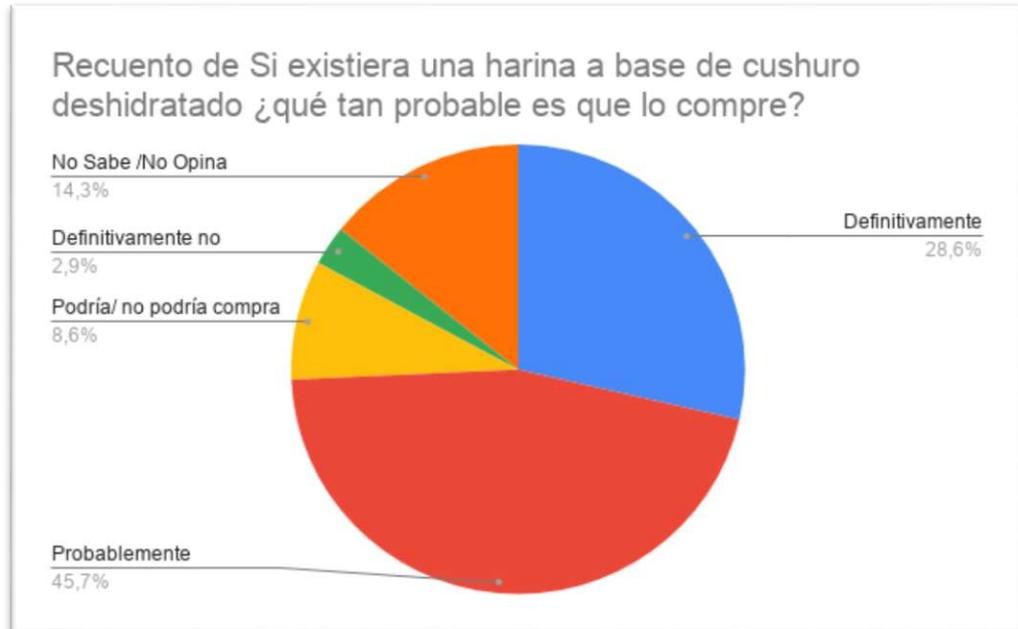


Entre los encuestados 80.5% respondieron que no, y el 19.5% respondieron que sí.

13. Si respondió la pregunta anterior sí, por favor indique ¿cuáles son las propiedades del cushuro? Respuesta múltiple.



14. Si existiera una harina a base de cushuro deshidratado ¿qué tan probable es que lo compre?



Entre los encuestados 45.7% eligieron probablemente, 28.6% eligieron definitivamente, 2.9% definitivamente no, y por último un 14.3% no sabe/ no opina.

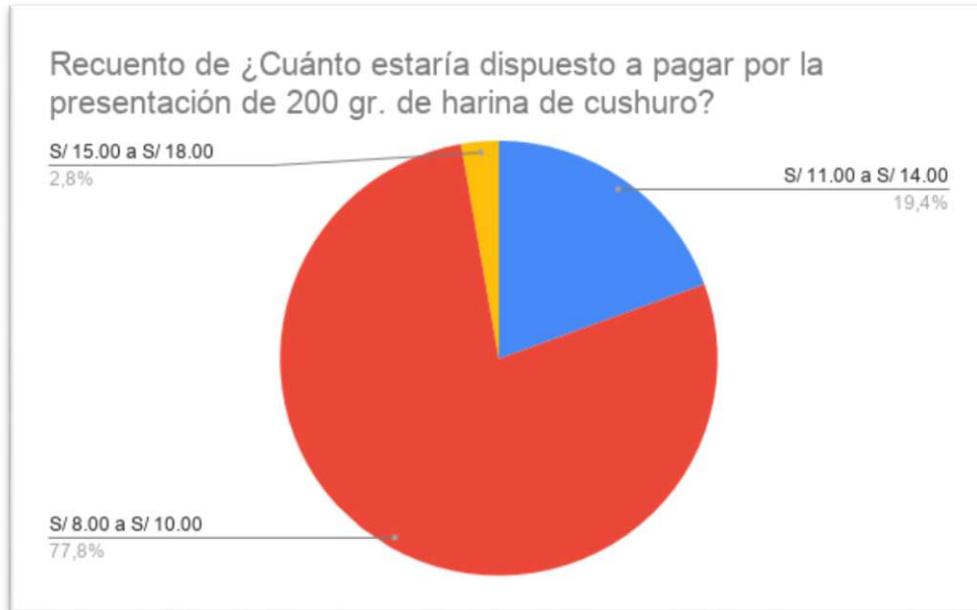
15. En caso tenga alguna probabilidad de comprar la harina de cushuro ¿dónde preferiría comprarla?



Entre los encuestados respondieron que un 43.2% lo comprarían en los mercados un

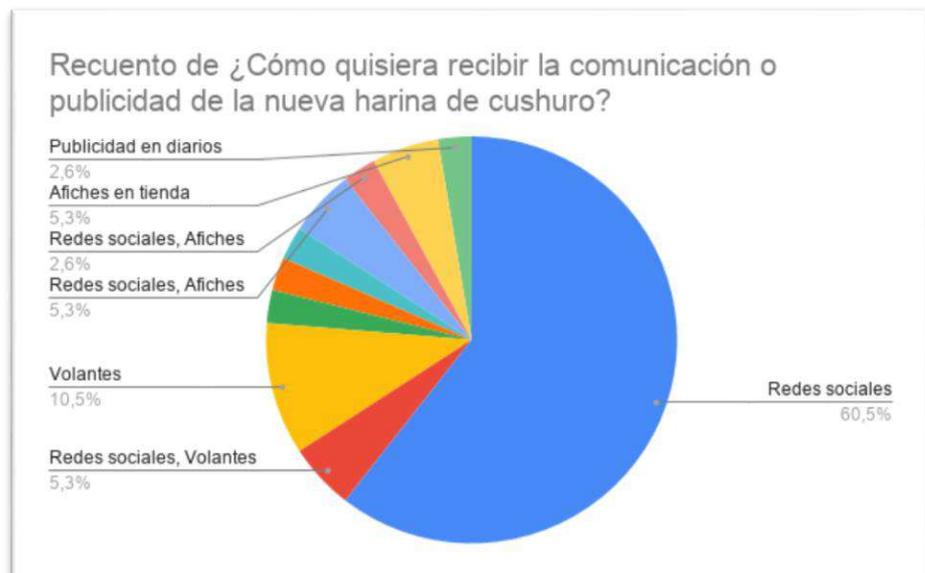
13.5% solo en bodegas, un 2.7% solo en tiendas naturistas, y un 40.6% otros.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 200 gr. de harina de cushuro?



Entre los encuestados tenemos un 77.8% pagaría entre s/8 a s/10, seguido por 19.4% pagaría entre s/11 a s/14 y finalmente un 2.8% entre s/15 a s/18

17. ¿Cómo quisiera recibir la comunicación o publicidad de la nueva harina de cushuro?





DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social _____			
Documento de Identidad _____		RUC _____	
NACIONALIDAD / PAÍS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE, CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	N° FAX	N° TELEFONO	
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social _____		Documento de Identidad _____	RUC _____
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ, CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ	N° FAX	N° TELEFONO	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			

SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS A LA MARCA		
2.1. Tipo de Marca		
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA	<input type="checkbox"/> FIGURATIVA	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar:)
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTA	_____

2.2. Indicación de la Marca (En caso de ser una marca denominativa conllege la denominación)	2.3. Reproducción de la Marca (En caso de marcas mixtas, figurativas, denominativas con grafía especial o otras, adjunto o inserte el facsimil)
	2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

2.5. Lista de Productos y/o Servicios (esberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)

CLASE	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS EN EL ANEXO A.

SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)

3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de presentación	3.3. País de presentación

3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera

COPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIO (traducida al Español, de ser el caso)

- SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD
- SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 16 DE LA DECISIÓN 486

SECCIÓN 4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso)

Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el Expediente N°

.....
Firma
.....
Nombre del firmante

Anexo N° 03: Solicitud de registro de nombre comercial



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social _____			
Documento de Identidad _____		RUC _____	
NACIONALIDAD / PAIS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	N° FAX	N° TELEFONO	
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social _____		Documento de Identidad _____	RUC _____
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ	N° FAX	N° TELEFONO	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			
SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS DEL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO			
2.1. Tipo de Nombre Comercial			
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO	<input type="checkbox"/> FIGURATIVO	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar): _____	
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTO	_____	

2.2. Indicación del Nombre Comercial (En caso de ser un nombre comercial denominativo, consigne la denominación)	2.3. Reproducción del Nombre Comercial (En el caso de nombres comerciales mixtos, figurativos, denominativos con grafía u otros, adjunte o inserte el facsimil)	
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
2.5. Lista de Actividades Económicas (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)		
CLASE	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	
<input type="checkbox"/> MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL ANEXO A.		
2.6. Fecha de primer uso (el cual deberá ser anterior a la fecha de presentación de la solicitud)		
Día Mes Año		
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que sustenta el primer uso del Nombre Comercial.		
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita el primer uso ha sido presentado en el expediente N°:		
<input type="checkbox"/> Documentación que sustenta el primer uso se entregará en una fecha posterior.		
SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)		
3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de presentación	3.3. País de presentación
3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera		
COPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIÓ (traducida al Español, de ser el caso)		
<input type="checkbox"/> SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD		
<input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 16 DE LA DECISIÓN 486		
<div style="text-align: center;"> Firma </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> Nombre del firmante </div>		

Anexo N° 04: Minuta de constitución de empresa E.I.R.L.

SIRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCION DE **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA** QUE OTORGAN DON:

....., NACIONALIDAD
PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°....., ESTADO CIVIL CASADO
CON....., NACIONALIDAD
PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°..... CON DOMICILIO
UBICADO
EN.....N°..... URBANIZACION
,
DISTRITO....., PROVINCIA LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, EN
LOS TERMINOS DE LAS CLAUSULAS SIGUIENTE:

PRIMERA. - POR LA PRESENTE, DON..... CONSTITUYE UNA
EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA
DENOMINACION
DE

.....
E.I.R.L.
CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LIMA, INICIA SUS OPERACIONES A
PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO MERCANTIL CON UNA
DURACION INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO
EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA. - LA EMPRESA TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: -----
-

SE ENTIENDE INCLUIDO EN EL OBJETO LOS ACTOS RELACIONADOS CON
EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES
EMPRESARIALES, PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR
TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN
RESTRICCION ALGUNA.

TERCERA. -
EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/
(
..... CON 00/100 NUEVOS SOLES),
DISGREGADO DE LA SIGUIENTE MANERA:
- EN EFECTIVO S/.

- EN BIENES S/.

ESTOS BIENES SE DETALLAN EN LA DECLARACION JURADA QUE SE ANEXA A LA PRESENTE Y FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA ESCRITURA PUBLICA QUE ESTA MINUTA ORIGINE.

EL CAPITAL ESTA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

CUARTA. - SON ORGANOS DE LA EMPRESA EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL REGIMEN QUE LE CORRESPONDE ESTA SEÑALADO EN EL DECRETRO LEY 21621, ARTICULO 39° Y 50° RESPECTIVAMENTE Y DEMAS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA. - LA GERENCIA ES EL ORGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA EMPRESA. SERA DESEMPEÑADA POR UNA O MAS PERSONAS NATURALES, EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE.

EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ESTE SE DENOMINARA TITULAR GERENTE.

SEXTA. - LA DESIGNACION DEL GERENTE SERA EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACION DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SEPTIMA. - CORRESPONDE AL GERENTE:

A.- ORGANIZAR EL REGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA

B.- CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES, SUPERVIGILAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.

C.- REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS PODERES DEL ESTADO, INSTITUCIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS, GOZANDO DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES A QUE SE REFIERE LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL. TAMBIEN GOZA DE LAS FACULTADES A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 10° DE LA LEY N° 26636.

D.- CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA

E.- ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES, Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA ASI COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CREDITO, SOLICITAR.

G.- AUTORIZAR A SOLA FIRMA LA ADQUISICION DE BIENES, CONTRATACION DE OBRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS PERSONALES.

H.- NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.

I.- CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

J.- CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMAS ESTADOS Y ANALISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.

OCTAVA. - PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. 21621 Y AQUELLAS QUE LO MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA. - DON EJERCERA

EL CARGO DE TITULAR
GERENTE DE LA
EMPRESA.....

.....E.I.R.L., CON DOMICILIO EN AQUEL SEÑALADO EN LA INTORDUCCION DEL PRESENTE.

CLAUSULA ADICIONAL I.- DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 315° DEL CODIGO CIVIL INTERVIENE C ONYUGE

DE, AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APORTE DE BIENES MUEBLES. AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO LO QUE FUERE DE LEY, Y CURSE LAS PARTES RESPECTIVOS A LOS REGISTROS PUBLICOS DE LIMA.

..... DE..... DEL 2020.

DECLARACION JURADA DE APORTE DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO....., EN MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DESIGNADO DE LA EMPRESA DENOMINADA “..... E.I.R.L.”, QUE SE

CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES MUEBLES QUE A CONTINUACION SE PRECISAN, COMO APORTE AL CAPITAL SOCIAL DE LA PRECITADA EMPRESA:

DETALLE DE LOS BIENES APORTADOS VALORIZADOS EN S/.

....., **APORTA A LA EMPRESA LOS SIGUIENTES BIENES MUEBLES:**

S/.

3.- S/.

TOTAL, S/:

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. (..... Y 00/100 NUEVOS SOLES), COMO APORTE EN BIENES MUEBLES AL CAPITAL DE LA EMPRESA.

..... DE..... DEL
2020.

(NOMBRES Y APELLIDOS) TITULAR GERENTE
DNI N°

Anexo n°05: Encuesta para la validación de preguntas

ENCUESTA

Estimados vecinos del distrito de San Juan de Lurigancho solicito su apoyo para poder responder la encuesta. El objetivo de la investigación es conocer las preferencias, hábitos de consumo y compra de harinas producidas a partir de granos andino y algas andinas conocidos como súper alimentos (superfoods).

Sexo: Femenino

Masculino

N° integrante

en la familia

1. En que rango de edad se encuentra:

a) 18-24

b) 25-35

c) 36-49

d) 50 a más

2. ¿Cuántos son los integrantes que viven en su hogar?

a) 2

b) 3

c) 4

d) 5

e) Más de 5

3. ¿En qué rango de ingreso familiar (todos los integrantes en edad de trabajar) mensual se encuentra su hogar?

a) Menos de S/ 2 000

b) S/ 2 000 a S/ 3 500

c) S/ 3 501 a S/ 4 500

d) S/ 4 501 a más

4. ¿Consume harina de granos andinos (quinua, maca, kiwicha, sachá inchi, cañihua y chía)?

a) Sí

b) No

5. Cuando consume harina de granos andinos ¿en qué lugares compra?
Respuesta múltiple, marque sus opciones por orden de preferencia.

a) Supermercado

b) Centro Comercial

c) Mercado

d) Tiendas naturistas

e) otro (indique la opción) _____

6. ¿Con qué frecuencia compra harina de granos andinos?

a) 1 vez a la semana

b) 2 veces a la semana

c) 3 veces a la semana

d) 4 veces a la semana

e) Más de 4 veces a la semana

7. Cada vez que compra harina de granos andinos ¿cuántos paquetes de harina compra?

a) 1 paquete

b) 2 paquetes

c) 3 paquetes

d) 4 paquetes

e) Más de 4 paquetes

8. Cuando compra harina de granos andinos, principalmente ¿qué presentación compra?

a) 100 gr.

b) 200 gr

c) 500 gr.

c) 1 kg.

9. Cuando compra harina de granos andinos ¿Qué grano andino prefiere?
Respuesta múltiple, marque en orden de importancia

- a) Quinoa
- b) Maca
- c) Kiwicha
- d) Cañihua
- e) Sacha inchi
- f) Chía
- g) Otro (indicar) _____

10. ¿En qué preparación utiliza la harina de granos andinos?

- a) Comidas
- b) Tortillas
- c) Postres salados
- d) Postres dulces
- e) Otro (indicar) _____

11. ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra harina de granos andinos de 200 gr.?

- a) S/ 8.00 a S/ 10.00
- b) S/ 11.00 a S/ 14.00
- c) S/ 15.00 a S/ 18.00
- d) Más de S/ 18.00

12. ¿Ha oído hablar sobre el cushuro (micro alga andina)?

- a) Sí
- b) No

13. Si respondió la pregunta anterior sí, por favor indique ¿cuáles son las propiedades del cushuro? Respuesta múltiple.

- a) Proteínas

- b) Calcio
- c) Hierro
- d) Fósforo
- e) Vitamina A

14. Si existiera una harina a base de cushuro deshidratado ¿qué tan probable es que lo compre?

- a) Definitivamente compraría
- b) Probablemente compraría
- c) Podría/ no podría comprar
- d) Probablemente no compraría
- e) Definitivamente no compraría
- f) No Sabe /No Opina

15. En caso tenga alguna probabilidad de comprar la harina de cushuro ¿dónde preferiría comprarla?

- a) Supermercado
- b) Mercado
- c) Tiendas cercanas a su casa
- d) Bodegas
- e) Tiendas naturistas
- f) Otro (indicar) _____

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 200 gr. de harina de cushuro?

- a) S/ 8.00 a S/ 10.00
- b) S/ 11.00 a S/ 14.00
- c) S/ 15.00 a S/ 18.00
- d) Más de S/ 18.00

17. ¿Cómo quisiera recibir la comunicación o publicidad de la nueva harina de cushuro?

a) Redes sociales

b) Afiches en tiendas

c) Publicidad en revistas

d) Publicidad en diarios

e) Volantes

f) Otro (indicar) _____