

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE SAZONADOR DE LOCHE EN  
PRESENTACIÓN EN BOLSA DE 250 G DIRIGIDO A  
RESTAURANTES-LAMBAYEQUE**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO  
DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**CLAUDIA LISSET SOTO DIAZ**

**ASESOR**

**MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

**<https://orcid.org/0000-0002-0533-8559>**

**Chiclayo, 2020**

## **DEDICATORIA**

La presente investigación está dedicada a Dios y mi familia, especialmente a mis padres quienes me apoyaron incondicionalmente en cada momento del transcurso de los cinco años de mi carrera universitaria, siempre alentándome; de quienes aprendí que cada logro requiere de esfuerzo y dedicación.

### **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi asesor Milagro Carmen Gamarra Uceda, por su enseñanza, apoyo constante, orientación para la elaboración del proyecto.

# ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN..... 13

1.1 METODOLOGÍA ..... 13

1.1.1 Tipo de la investigación..... 13

1.1.2 Línea de investigación ..... 13

1.1.3 Situación problemática ..... 14

1.1.4 Formulación del problema..... 15

1.1.5 Determinación de los objetivos ..... 15

1.1.6 Título ..... 16

1.1.7 Operacionalización de variables ..... 17

1.2 ANÁLISI DEL ENTORNO..... 18

1.2.1 FODA ..... 19

1.2.2 Justificación ..... 20

1.2.3 Marco Legal..... 21

1.2.4 Unidad formuladora y unidad ejecutora ..... 22

1.2.5 Clasificación Productiva Sectorial..... 22

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO ..... 23

2.1 CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO..... 23

2.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR ..... 23

2.3 ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO ..... 24

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA-PROYECCIÓN ..... 24

2.4.1 Información Primaria y secundaria ..... 24

2.4.2 Proyección de la Demanda: ..... 24

2.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	26
2.5.1	Oferta .....	26
2.6	BALANCE DEMANDA OFERTA.....	27
2.7	PLAN DE MARKETING.....	28
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO .....		29
3.1	Tamaño-Mercado .....	29
3.2	Tamaño-Tecnología .....	30
3.3	Tamaño-Disponibilidad de materiales .....	30
3.4	Tamaño-Financiamiento .....	30
3.5	Tamaño-Costo unitario .....	30
3.6	Tamaño-Rentabilidad.....	31
3.7	Selección del tamaño .....	31
CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....		33
4.1	Factores de localización .....	33
4.2	Macro localización.....	33
4.3	Micro localización .....	34
4.4	Métodos para decidir la localización .....	34
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....		35
5.1	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS .....	35
5.2	SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	36
5.2.1	Diagrama de operación .....	36
5.2.2	Diagrama de recorrido o flujograma .....	37
5.2.3	Distribución de la planta.....	38
5.2.4	Diseño del Plano del Proyecto.....	39
5.2.5	Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software .....	40
5.3	REQUERIMIENTO DEL PROYECTO.....	40
5.3.1	Terrenos y Edificaciones .....	40

5.3.2	Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos.....	40
5.4	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	41
5.5	PROGRAMA.....	41
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN .....		43
6.1	ASPECTO LEGAL.....	43
6.1.1	Tipo de Empresa.....	43
6.1.2	Proceso de Constitución de la Empresa.....	43
6.2	ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	44
6.2.1	Acta de Constitución de la Empresa.....	44
6.2.2	Minuta de Constitución .....	45
6.2.3	Manual de Organización y Funciones .....	50
6.2.4	Organigrama .....	53
6.2.5	Requerimiento del personal .....	54
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN .....		59
7.1	INVERSIÓN .....	59
7.1.1	Estructura de la Inversión .....	59
7.1.2	Programa de Inversiones .....	59
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....		61
8.1	Fuentes de Financiamiento .....	61
8.2	Evaluación del Préstamo.....	61
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....		63
9.1	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	63
9.2	PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	63
9.2.1	Presupuesto económico .....	63
9.2.2	Presupuesto financiero.....	65
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS .....		67
10.1	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	67

10.2	FLUJO DE CAJA .....	68
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO .....		71
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....		72
12.1	TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	72
12.2	EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	72
12.2.1	Vane.....	72
12.2.2	Tire .....	73
12.2.3	B/C Económico .....	73
12.2.4	Periodo de Recupero de Capital Económico. ....	73
12.2.5	Índice de Rentabilidad .....	73
12.3	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	74
12.3.1	Vanf .....	74
12.3.2	Tirf.....	74
12.3.3	B/C Financiero.....	74
12.3.4	Periodo de Recupero de Capital Financiero .....	75
12.3.5	Índice de Rentabilidad Financiero.....	75
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....		76
13.1	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA .....	76
13.2	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA .....	76
CONCLUSIONES.....		77
RECOMENDACIONES .....		79
REFERENCIAS .....		80
ANEXOS.....		83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	17
Tabla 2 Análisis FODA .....	19
Tabla 3 Transacciones en restaurantes del distrito de Lambayeque y Chiclayo .....	25
Tabla 4 Tasa de crecimiento promedio anual del número de transacciones de restaurante del distrito de Lambayeque y Chiclayo .....	25
Tabla 5 Datos para proyectar la demanda en restaurantes de los distritos de Lambayeque y Chiclayo.....	25
Tabla 6 Demanda proyectada en restaurantes de los distritos de Lambayeque y Chiclayo .....	26
Tabla 7 Producción del cultivo de loche .....	27
Tabla 8 Demanda- Oferta .....	27
Tabla 9 Participación de mercado .....	29
Tabla 10 Inversión total.....	30
Tabla 11 Tamaño de mercado .....	31
Tabla 12 Factores de localización .....	33
Tabla 13 Localización .....	34
Tabla 14 Especificaciones técnicas .....	35
Tabla 15 Cronograma de actividades .....	41
Tabla 16 Programa.....	42
Tabla 17 Manual de funciones gerente general .....	50
Tabla 18 Manual de funciones administrador .....	51
Tabla 19 Manual de funciones área de logística.....	52
Tabla 20 Manual de funciones área de ventas.....	53
Tabla 21 Requerimiento gerente general.....	55
Tabla 22 Requerimiento Administrador .....	56
Tabla 23 Requerimiento gerente de ventas.....	57
Tabla 24 Requerimiento gerente de logística .....	58
Tabla 25 Estructura de inversión total.....	59
Tabla 26 Programa de inversión.....	60
Tabla 27 Tamaño de financiamiento .....	61
Tabla 28 Fuente de financiamiento .....	61
Tabla 29 Cronograma de pagos por financiamiento.....	62



Tabla 30 Presupuesto de ingreso .....	63
Tabla 31 Presupuesto económico .....	64
Tabla 32 Presupuesto financiero.....	66
Tabla 33 Estado de ganancias y pérdidas económico.....	67
Tabla 34 Estado de ganancias y pérdidas financiero.....	68
Tabla 35 Flujo de caja económico.....	69
Tabla 36 Flujo de caja financiero .....	70
Tabla 37 Punto de equilibrio económico.....	71
Tabla 38 Punto de equilibrio financiero .....	71
Tabla 39 Tasa de descuento económica .....	72
Tabla 40 Tasa de descuento financiera.....	72
Tabla 41 Valor actual neto económico .....	73
Tabla 42 Tasa interna de retorno económico .....	73
Tabla 43 Relación beneficio costo económico .....	73
Tabla 44 Índice de rentabilidad .....	74
Tabla 45 Valor actual neto financiero .....	74
Tabla 46 Tasa interna de retorno financiero.....	74
Tabla 47 Relación beneficio costo financiero .....	74
Tabla 48 índice de rentabilidad .....	75
Tabla 49 Sensibilidad económica.....	76
Tabla 50 Sensibilidad financiera .....	76

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Imagen y logotipo .....	23
Figura 2 Bolsa de loche en polvo .....	35
Figura 3 Diagrama de operación .....	36
Figura 4 Flujograma .....	37
Figura 5 Distribución de la planta .....	38
Figura 6 Diseño del plano del proyecto.....	39
Figura 7 Organigrama.....	54

## **RESUMEN**

El propósito de este proyecto es conocer y determinar la viabilidad, rentabilidad económica y financiera de la implementación de la empresa comercializadora “GourmetClauts” S.R.L en la ciudad de Chiclayo y departamento de Lambayeque. Para este proyecto se determinó conveniente realizar un tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, que desarrolla una propuesta técnica y económica. Para ello, se realizaron investigaciones sobre la aceptación del loche en polvo en presentación de bolsas de 250g a un precio de venta de \$0.44 lo cual permitió comprobar que existe una demanda insatisfecha de 223,392,333.29 unidades de loche en fruto, con una comercialización diaria promedio de 8274 bolsas de loche en polvo. Asimismo, este producto será de fácil acceso para los restaurantes, utilizándolo de manera rápida sin necesidad de estar rallando, siendo conservadas sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a las comidas. Con respecto a las inversiones, se ha determinado un total de \$140,698.58, siendo la inversión fija de \$24,630.00 y un capital de trabajo de \$116,068.58. De acuerdo a ello, se aportará un capital propio de 65% que es \$91,454.08 y el 35% financiado por una entidad bancaria por un monto de \$49,244.50. Finalmente, se demostró la viabilidad del proyecto de inversión, obteniendo un VANE de \$111,530.56 y VANF de \$153,031.23; además la TIRE del 41% y TIRF del 57.49%. Finalmente, en cuanto al análisis del beneficio costo, se obtuvo \$ 1.03 para ambos; con un índice de rentabilidad de \$ 1.79 y \$ 2.67 correspondientemente.

**Palabras clave:** Rentabilidad, loche (*Cucurbita moschata duchesne*), comercialización.

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to know and determine the viability, economic and financial profitability of the implementation of the marketing company "GourmetClauts" S.R.L in Chiclayo city and department of Lambayeque. For this project, it was determined convenient to carry out a type of projective research according to holistic research, which develops a technical and economic proposal. To do this, was necessary carried out research on the acceptance of powdered loche in 250g bags at a sale price of \$ 0.44, which allowed verifying that there is an unmet demand for 223,392,333.29 units of loche in fruit, with an average daily marketing of 8274 bags of powdered loche. Likewise, this product will be easily accessible for restaurants, using it quickly without having to be grating, its properties and traditional flavor being preserved, giving that special touch to meals. With respect to investments, a total of \$ 140,698.58 has been determined, with a fixed investment of \$ 24,630.00 and a working capital of \$ 116,068.58. Accordingly, a capital of 65% will be contributed, which is \$ 91,454.08 and 35% financed by a bank for \$ 49,244.50. Finally, the viability of the investment project was demonstrated obtaining a VANE of \$ 111,530.56 and VANF of \$ 153,031.23; in addition, the TIRE of 41% and TIRF of 57.49%. Finally, regarding the cost benefit analysis, \$ 1.03 was obtained for both; with a profitability ratio of \$ 1.79 and \$ 2.67 correspondingly.

**Keywords:** Profitability, loche (*Cucurbita moschata duchesne*), commercialization.

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **1.1 METODOLOGÍA**

#### **1.1.1 Tipo de la investigación**

El presente proyecto de inversión corresponde al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, porque desarrolla una propuesta técnica y económica que soluciona una necesidad de un grupo social determinado, mediante la optimización de los recursos disponibles como: humanos, materiales y tecnológicos en un horizonte de tiempo determinado

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: Exploratoria, porque se trabajaron con hechos que se dieron en la realidad; es decir en base a registros o información secundaria; Descriptiva, porque refiere la situación real del proyecto justificando e identificando las necesidades de cambio para lo cual plantea objetivos; Comparativa, porque se contrasta con otros proyectos de inversión y teorías; Analítica, porque examina las teorías sobre el problema a investigar y los procesos causales de la viabilidad del mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; predictiva: cuyo objetivo es determinar la viabilidad estratégica, la viabilidad de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad administrativa y la viabilidad económico y financiero. Así mismo Permite ajustar los objetivos generales y específicos ante posibles dificultades y limitaciones; Proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan los estudios de mercado, técnico y económico - financiero y se elabora el instrumento de diagnóstico; Interactiva por que aplica instrumentos y recoge datos del contexto del proyecto de inversión, relacionados con los procesos de mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; Confirmatoria porque analiza y concluye con un diseño del proyecto de inversión; Evaluativa porque se medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones.

#### **1.1.2 Línea de investigación**

Gestión Empresarial Para La Innovación

### **1.1.3 Situación problemática**

El zapallo loche es uno de los insumos más tradicionales de la gastronomía norteña según Delgado et al (2014) citado por (Baso, y otros, 2018). Esto se debe a que, en 2010, el Instituto de Protección de la Propiedad Intelectual y la Competencia (INDECOPI) anunció que el loche es el producto simbólico de Lambayeque (Vasquez Nuñez, 2016).

Pero ¿Qué es el zapallo loche? El zapallo es una especie domesticada en América Latina (Cáritas del Perú, 2012). El tipo de zapallo loche es oriundo de Lambayeque, como se mencionó anteriormente, y sirve como insumo para diferentes platos alimenticios. El loche posee vitaminas como: A, C, B, B2 y B5; tiene un alto valor nutricional; y minerales como calcio, fósforo y hierro. Este es un alimento saludable con pocas calorías, bajo contenido de proteínas y aproximadamente sin grasa. Debido a su proceso de digestión simple y rápido, recomendadas para personas de todas las edades, incluidos bebés y adulto mayor (Latino, 2016).

Por último, el rayado del loche, puede generar en sus consumidores heridas en las manos y una pérdida de tiempo durante este proceso, lo que conlleva a un malestar e incomodidad durante su utilización (Regalado Bobadilla, 2019).

Uno de los problemas que presentan los consumidores cuando utilizan el loche entero, es que cuando la adquieren, ésta es sólo vendida por unidad o media unidad, lo que genera un desperdicio en el consumidor. Lo que genera preocupación para la opinión pública ante la pérdida y el desperdicio de alimentos. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible manifiesta mayor conciencia mundial sobre este tema. La meta de los Objetivos de Desarrollo Sostenible requiere aminorar a la mitad el residuo de alimentos per cápita de minoristas y comprador. Las estimaciones preliminares de FLI nos dicen que aproximadamente el 14% de los alimentos del mundo se desperdician o se pierden después de la cosecha (FAO, 2020). Lo que repercute en el gasto desaprovechado del consumidor, al adquirir este producto.

Por otro lado, (Aquino Mendez & Sanchez Sandoval, 2015) citando a (Potter y Hotchkiss, 1999) manifiestan que, factores como el calor, frío, falta de oxígeno, humedad y sequedad son propias de los alimentos; sin embargo, los microorganismos y organismos superiores, algunos alimentos en presencia de otros, y el tiempo, son características que los afectan negativamente, lo que conlleva a una rápida descomposición de loche, generando pérdida de calidad, comestibilidad o valores nutricionales. Además, el exceso

de manipulación de éstos, favorecen en el deterioro; estas alteraciones pueden incluir la pérdida de las propiedades orgánicas deseadas, así como el equilibrio en la estructura y dispersiones de la textura. La consistencia de los productos no procesados y manufacturados se ven afectados por diferentes variables del entorno.

Estos factores pueden llevar a que el loche sufra alteraciones de sabor si este se usa descompuesto, asimismo, esto puede causar problemas digestivos en sus consumidores, ya que según el OMS indica que las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) ocasionan problemas de salud a nivel mundial y esto se origina por el consumo de alimentos contaminados durante preparación y manipulación (OMS, 2020).

Ante los beneficios que brindan este producto y algunos problemas como: heridas en las manos, pérdida de tiempo, desperdicio del loche y descomposición rápida. Por ello, el propósito de esta investigación es diseñar un proyecto de inversión privada para la comercialización del sazónador loche en polvo dirigido a restaurantes del departamento de Lambayeque y distrito de Chiclayo.

#### **1.1.4 Formulación del problema**

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una empresa comercializadora de sazónador loche en polvo dirigido a restaurantes del distrito de Chiclayo y departamento de Lambayeque?

#### **1.1.5 Determinación de los objetivos**

Objetivo general

Evaluar la viabilidad económica y financiera de la implantación de una empresa comercializadora de sazónador loche en polvo en presentación de bolsas de 250gr dirigido a restaurantes del distrito de Chiclayo y departamento de Lambayeque.

Objetivos Específicos

- ❖ Determinar la demanda insatisfecha de la comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Determinar la localización de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.

- ❖ Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.
- ❖ Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes.

#### **1.1.6 Título**

Proyecto de inversión privada para la implementación de comercialización de sazónador de loche en presentación en bolsas de 250g dirigido a restaurantes-Lambayeque.



### 1.1.7 Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

VARIABLE	DIFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecutar un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico
			Estilos de Vida
			Producto
			Demanda del producto
			Oferta del producto
			Ingresos
			Población Objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector
		Técnica	Factores cualitativos de la localización
			Factores cuantitativos de la localización
			Participación del mercado
			Cantidad de producto a cubrir
			Tipo de empresa
			Instrumentos de organización
			VANE - VANF
		Económica Financiera	TIRE - TIRF
			b/c E – b/c F
			COK
WACC			
PRCE – PRCF			
IRE – IRG			
Precio de compra			
Precio de venta			

Fuente: Elaboración propia

## 1.2 ANÁLISI DEL ENTORNO

Para el proyecto de inversión se consideró diferentes aspectos que influyen ante el entorno económico:

### **Político-legal**

El presente proyecto se desarrollará dentro del marco de las siguientes leyes como: Decreto Legislativo N° 1062 por la ley de inocuidad de los alimentos, Ley N ° 716 (ley de Protección al Consumidor) y la Ley N ° 28015 (Ley de Promoción de las Pymes).

### **Tecnológico**

La empresa “GourmetClauts” S.R.L contará con la creación de una página web, asimismo, con redes sociales como Facebook e Instagram, lo que nos ayudará a proporcionar una mayor cobertura para futuros clientes. Además, se utilizará software denominado SAP que cubre todos los aspectos de la gestión empresarial.

### **Económico**

Según INEI (2020) en el Perú, la producción nacional en el primer trimestre del año 2020, ha disminuido en -3.4% debido a la emergencia sanitaria que se vive por el COVID 19.

Del mismo modo, el gasto de consumo final privado registró un porcentaje negativo de 1.7%, lo que repercute en los ingresos de los colaboradores en -0.4%. Asimismo, el empleo con una caída del 0.1%, en cuanto a los gastos del gobierno, se ha notado un crecimiento del 7.2%, lo que repercute en un 9.5% en administración pública y defensa, además en salud pública en un 7.1%. Por otro lado, en formación bruta de capital fijo se ha notado una curva baja registrando un -10%, entre ellas se puede observar la baja en las adquisiciones de maquinaria y equipo en un -5.8% ya que de origen nacional está en -4.6%) y en lo importado se encuentra en un -6.5%.

En el primer trimestre de 2020, el valor agregado bruto de restaurantes, registró una baja de 10,6% respecto al mismo periodo del año anterior, como consecuencia del desempeño negativo de los subsectores restaurantes 10,6%. La disminución en el subsector restaurantes se expone por la contracción de la demanda en los servicios de restaurantes, móviles de comida y, además, suministros de bebidas.

## Demográfico

La empresa “GourmetClauts” S.R.L. tiene como público objetivo a los restaurantes de comida criolla que se encuentran en el departamento de Lambayeque y distrito de Chiclayo.

Además, la empresa comercializadora se localizará en el distrito de la Victoria de la ciudad de Chiclayo ya que es un lugar con mayor comercialización y fluidez de actividad económica, cuanta con demanda en cuanto a la disponibilidad de mano de obra y clientes, así como su fácil accesibilidad.

### 1.2.1 FODA

Tabla 2 Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto es de fácil y rápido consumo.</li> <li>-Evitar desperdicios de loche y heridas en la mano.</li> <li>-Evitar la descomposición del producto.</li> <li>-Manejo de redes sociales para ofrecer el producto.</li> <li>-Envase ecológico.</li> <li>-La empresa cuenta con personas capacitadas para el manejo del negocio.</li> <li>- Contar con medios de distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estilo de vida manteniendo el sabor norteño de loche.</li> <li>-Contamos con clientes intermediarios.</li> <li>-Nuevas presentaciones e innovaciones en cuanto al diseño del producto.</li> <li>-Región productora de materia prima.</li> <li>-Respaldo en cuanto a las pymes porque apoya a la formalización y desarrollo de pequeñas empresas.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Al ser un producto nuevo, carece de posicionamiento.</li> <li>-Falta de acceso a financiamiento.</li> <li>-La empresa carece de código de barra para ingresar a supermercados.</li> <li>-Puede tener un lento crecimiento al ser un producto nuevo.</li> <li>-Uso tradicional del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia en la industria de condimentos</li> <li>-Costos elevados de producción (temporadas de loche).</li> <li>-Existen diversas marcas de sazadores posicionados en el mercado</li> <li>-Uso tradicional del producto</li> <li>-La cosecha del loche no se de manera habitual</li> <li>-Baja producción de loche o que la cosecha se ve afectada por algún factor climático o patógenos (bacterias, virus)</li> <li>-Entradas de nuevas empresas con un producto similar, pero con mayor tiempo de vida.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### **1.2.2 Justificación**

En los últimos años, hemos visto que la gastronomía es el nuevo auge cultural del mundo, los amantes de la cocina reconocidos quieren impulsar sus comidas mediante la exclusividad, calidad de nuevos ingredientes que le den una significancia a sus comidas y ofrecen un valor agregado único al prepararlas (Regalado Bobadilla, 2019).

En Perú, el desarrollo de las especias se inspiró en la reconocida gastronomía peruana, siendo seleccionado por octavo año consecutivo como uno de los destinos culinarios a nivel mundial por los premios World Travel Awards (Gestión, 2019).

Según el Diario Gestión (2019) nos dice que Lima es considerada como la capital gastronómica de Latinoamérica ya que tiene una distinción culinaria, como lo son Central y Maido uno de los diez mejores restaurantes del mundo según el ranking de la revista británica Restaurant. Así mismo los restaurantes Astrid y Gastón (Gastón Acurio) son otros de los destacados en la capital peruana, considerados como precursores de la fama mundial que lucen la gastronomía peruana al nivel mundial.

Por otro lado, el presidente Luis Torres ejecutivo de Promperú, señaló que a través de la marca Perú, Mucho Gusto Promperú, impulsa la gastronomía revalorando los usos, costumbres e insumos de las regiones de nuestro país (Gestión, 2019).

Así mismo, el Perú mundialmente es uno de los países en potencia culinaria, apostando por el descubrimiento uso de los aportes de su tierra (insumos originarios) para descubrir nuevas formas de sazonar, como es el loche (*Cucurbita moschata duchesne*) (Regalado Bobadilla, 2019).

Desde el 2014 se ha podido ver que el rubro de sazonadores ha ido en alza. Según Diario El Comercio (2014), este rubro se incrementó entre 7% y 8%. Aunque no ha habido reportes actuales de su alza, se puede presumir que este ha sido bueno, debido a que Diario Gestión (2018) menciona que dentro del 10.8% de importaciones de alimento y bebidas a E.E.U.U se encuentra el loche lambayecano.

La importancia del loche para el Perú y la región Lambayeque puede verse demostrado en los constantes esfuerzos por mantener el mercado y consumo de este producto. Agencia peruana de noticias Andina (2017) detalla que Sierra y Selva exportadora, en alianza estratégica con el Fondo Ítalo Peruano (FIP) y Cáritas del Perú, se ha lanzado un programa conjunto de prestación técnica con el propósito de fortificar el proceso de

innovación de producción y llevar los productos producidos al mercado en el Bosque de Pómac, tales como el zapallo loche, el algodón nativo y el turismo vivencial.

Es por ello que la empresa “GourmetClauts” S.R.L comercializará el sazoador loche en polvo a restaurantes en presentación de 250gr que pretenden conservar el sabor norteño con la finalidad de brindar un producto innovador, de fácil acceso y a un precio accesible. El cual puede ser utilizado de manera rápida sin necesidad de estar rallando, de tal forma que ahorren tiempo, eliminando los problemas de procesamiento y descomposición. Asimismo, con un empaque ecológico que conserve sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a las comidas. Siendo un producto 100% natural.

### **1.2.3 Marco Legal**

El presente proyecto tendrá el siguiente marco legal:

La Ley de inocuidad de los alimentos establece las reglas y procedimientos generales para la aplicación y el cumplimiento del Decreto Legislativo N° 1062, y tiene como objetivo establecer un sistema legal aplicable para garantizar la seguridad de los alimentos destinados al consumo humano para proteger vidas y la salud de las personas, bajo la premisa de observar la constitución y el orden legal, reconoce y garantiza los derechos de los consumidores y promueve la competitividad de las entidades económicas involucradas en toda la cadena alimentaria (SENASA, 2008).

Ley N ° 716, Ley de Protección al Consumidor, para la comercialización de "GourmetClauts" S.R.L. se ha tenido en cuenta esta norma ya que está sujeta a todas las personas naturales o jurídicas de derecho públicas o privadas, que se dedican a actividades en lugares públicos o que regularmente producen o venden productos en territorio nacional (DIGESA, 2014).

La Ley N ° 28015 “Ley de Promoción de las Pymes”, tiene como objetivo promover la competitividad, la formalización y el progreso de las micro y pequeñas empresas para aumentar el empleo sostenible, la productividad y la rentabilidad, y su contribución al PBI, expansión del mercado interno y las exportaciones y su contribución a los impuestos (SUNAT, 2003).

#### **1.2.4 Unidad formuladora y unidad ejecutora**

En la unidad formuladora queda a cargo de la alumna Soto Díaz Claudia Lisset del IX ciclo de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

En cuanto a la unidad ejecutora según el Registro de Escrituras Públicas de Constitución de Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, será denominada: “GourmetClauts” S.R.L.

#### **1.2.5 Clasificación Productiva Sectorial**

Según la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU) el proyecto se encuentra clasificado en la:

Sección G: Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.

División 47: Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

Grupo 472: Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados.

4721: Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.

## CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO

“GourmetClauts” S.R.L ofrecerá un sazonador loche en polvo de 500g a restaurantes que conserve su sabor tradicional norteño, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural. Así mismo atribuyendo con un empaque ecológico que conserve sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a las comidas.

#### Imagen y Logotipo:

*Figura 1 Imagen y logotipo*



Fuente: Elaboración propia

Para la empresa comercializadora, se determinó apropiado denominarlo “GourmetClauts”, ya que, hace referencia a los restaurantes. Además, la imagen de un loche que es de donde se obtiene el loche en polvo y de fondo color amarillo naranja que representa la cultura Lambayecana y su color de la pulpa. Por otro lado, a un cocinero que representa la razón social de la empresa que es comercializar a los restaurantes reflejando la gastronomía.

Para llevar a cabo la comercialización del loche, se tendrá en cuenta las cantidades requeridas por los restaurantes. Previamente coordinado con la empresa fabricante del loche en polvo, se procederá a la compra de las bolsas para que este llegue a tiempo y abastecerse, de tal manera que estas serán entregadas directamente a los restaurantes de acuerdo al requerimiento previsto.

### 2.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR

La empresa comercializadora sazonador loche Sicán GourmetClauts SRL está dirigida a sus consumidores finales restaurantes del distrito de Chiclayo y departamento de Lambayeque.

Estos restaurantes tienen una variedad de presentación de platos criollos de la región de Lambayeque, contando que un 70% de estos platos son de calidad (Mendoza Ruiz & Quesquén Barreto, 2015). Así mismo estos son tanto pequeñas y grandes, donde sus establecimientos cuentan con cada detalle de sus locales, mozos, mesas y, cómo no, sus platos que tiene siempre un sabor casi perfecto que te sorprende. De tal manera que este proyecto tiene la finalidad de hacer viable la comercialización del loche en polvo.

### **2.3 ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO**

La empresa “GourmetClauts” SRL se localizará en el distrito de Chiclayo para atención de su mercado objetivo restaurantes ubicados en el departamento de Lambayeque y distrito de Chiclayo.

### **2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA-PROYECCIÓN**

#### **2.4.1 Información Primaria y secundaria**

Para poder elaborar el cálculo de la demanda insatisfecha y la viabilidad del mercado comercial, el presente proyecto de inversión tuvo como fuentes primarias a las entrevistas bajo la modalidad de “mapa de empatía” a dos amas de casa y dos restaurantes dedicados a la elaboración de comidas criollas donde se pudo observar que es lo que piensan, sienten, conocen y hacen sobre el loche (Anexo 03).

Por otro lado, para las fuentes secundarias a los repositorios de las tesis de “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019), “Plan de Marketing para el restaurante El Limón de la ciudad de Lambayeque” (2017), así como también, de documentos web como son el del Gobierno Regional de Lambayeque “Padrón de restaurantes calificados y categorizados (2016)”, INEI (2015) y la Dirección Regional de Agricultura (2017).

#### **2.4.2 Proyección de la Demanda:**

El mercado potencial abarca a la población que cumple con las características del estudio como son los restaurantes ubicados en la región Lambayeque y distrito de Chiclayo, los cuales utilizan el loche para realzar el sabor de los platos criollos que ofrecen en sus establecimientos.

Para la demanda de restaurantes se consideró los situados en los distritos de Lambayeque y Chiclayo, y de acuerdo a la data histórica por transacciones (platos preparados) de la tesis “Plan de Marketing para el restaurante El Limón de la ciudad de Lambayeque” (2017) y Gobierno regional de Lambayeque titulado “Padrón de restaurantes calificados y categorizados (2016)”, se consideró lo siguiente:



*Tabla 3 Transacciones en restaurantes del distrito de Lambayeque y Chiclayo*

<b>AÑO</b>	<b>TRANSACCIONES EN RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE</b>
2014	307449.6
2015	348662.4
2016	392352

**Fuente:** Jiménez y Segura (2017) y Gobierno regional de Lambayeque titulado “Padrón de restaurantes calificados y categorizados (2016)”

De tal modo que, al momento de calcular la tasa de crecimiento se tomó en cuenta el primer y último transacciones de restaurantes, a través del método de extrapolación exponencial tiene como resultado 12,97%, como se evidencia en la siguiente tabla:

*Tabla 4 Tasa de crecimiento promedio anual del número de transacciones de restaurante del distrito de Lambayeque y Chiclayo*

<b>AÑO</b>	<b>TRANSACCIONES</b>	<b>TASA CREC. PROMEDIO</b>
2014	307449.6	
2015	348662.4	0.1340473
2016	392352	0.1253063

**Fuente:** Jiménez y Segura (2017) y Gobierno regional de Lambayeque titulado “Padrón de restaurantes calificados y categorizados (2016)”

$$tc = 0.1296768 = 12,97\%$$

**Fórmula:**  $\text{Población año 2016} / \text{Población año 2014} ^{1 / (\text{año 2016} - \text{año 2014})} - 1$

### **Frecuencia de compra**

La siguiente tabla nos mostrará un mercado aún mucho más segmentado. Este mercado está conformado por la población que ha creado la necesidad de consumo del producto y su intención de compra es necesaria.

De acuerdo a la tesis “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019) y a entrevistas exploratorias, se puede afirmar que:

*Tabla 5 Datos para proyectar la demanda en restaurantes de los distritos de Lambayeque y Chiclayo*

Transacciones que utilizan loche	80%
El grado de aceptación del nuevo producto es del	70%
El consumo de loche por transacción	0.4

Fuente: Regalado (2019)

De acuerdo a ello, se puede identificar que el consumo de loche a la semana es de 3 unidades de medio kilos por mes equivalente a 1.5 kilos, lo que implica el consumo de loche por transacción de 0.43 gr de loche.

Dado esto, se obtiene la demanda proyectada:

*Tabla 6 Demanda proyectada en restaurantes de los distritos de Lambayeque y Chiclayo*

AÑO	FACTOR DE CONSUMO AL AÑO	TRANSACCIONES	DEMANDA PROYECTADA DE LOCHE EN GRAMO	DEMANDA PROYECTADA DE LOCHE EN KILOGRAMO
2021	0.43	721850	172474	172474029.47501
2022	0.43	815457	194840	194839914.01563
2023	0.43	921203	220106	220106135.45224
2024	0.43	1040662	248649	248648800.26499
2025	0.43	1175612	280893	280892787.22824

Fuente: Elaboración propia

## 2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 2.5.1 Oferta

Sazonador loche en polvo dirigido a restaurantes, no se encuentra en la actualidad en el mercado gourmet debido a que es un producto innovador. Sin embargo, se ha visto que diferentes estudios como la tesis titulada “**estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo**” por Regalado Bobadilla (2019) y la tesis “**obtención y evaluación sensorial para determinar la aceptabilidad de cuatro formulaciones en la elaboración de pasta de loche (cucurbita moschata)**” por Quicio Tiparra y Salas Burgo 2017, promueven que el loche sea pulverizado por la acogida que puede tener en el mercado. Es por ello que este proyecto tiene como finalidad demostrar la viabilidad comercial de este producto innovador.

Sin embargo, se presenta la actual oferta de loche en fruto que viene atendiendo al sector restaurantes y es cultivada en los siguientes distritos de la región de Lambayeque:

Tabla 7 Producción del cultivo de loche

<b>PRODUCCIÓN DE CULTIVO DE LOCHE SEGÚN DISTRITOS EN EL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE 2014 – 2016</b>			
<b>Distrito</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Eten</b>	133	207	218
<b>Illimo</b>	125	190	83
<b>Monsefú</b>	56	46	88
<b>Pacora</b>	152	136	80
<b>Pitipo</b>	15	0	0
<b>Reque</b>	18	57	67
<b>Salas</b>	61	6	7
<b>Túcume</b>	24	0	0
<b>Total</b>	<b>584</b>	<b>642</b>	<b>543</b>

Fuente: Dirección Regional de Agricultura (2017)

## 2.6 BALANCE DEMANDA OFERTA

Como se puede observar en la tabla 8 demanda proyectada del consumo de loche en fruto en el sector restaurantes, se evidencia un incremento, sin embargo, se observa una carencia de oferta de este insumo en polvo, por parte del sector agroindustrial. Por lo que se asumirá para el presente proyecto que la demanda proyectada del loche en fruto será igual a la demanda insatisfecha del mismo para efectos de calcular el tamaño del presente proyecto, el cual se demostrará en el capítulo 03 del tamaño-mercado.

*Tabla 8 Demanda- Oferta*

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada restaurants(KG fruto)</b>	<b>Demanda Insatisfecha Restaurantes</b>
<b>2021</b>	172474029	172474029
<b>2022</b>	194839914	194839914
<b>2023</b>	220106135	220106135
<b>2024</b>	248648800	248648800
<b>2025</b>	280892787	280892787

Fuente: Elaboración propia

## 2.7 PLAN DE MARKETING

- **Producto**

Sazonador loche en polvo de 500g, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural. Así mismo atribuyendo con un empaque ecológico que conserve sus propiedades y sabor tradicional, dando ese toque especial a las comidas.

- **Precio (sacar costos)**

Como se mencionó anteriormente se ofrecerá un precio accesible teniendo en cuenta los diferentes sazónadores como: (Ajino moto), condimentos (Sibarita), caldo concentrado (Doña Gusta).

Para fijar los precios de los diferentes sazónadores se realizó un análisis de los precios en el mercado, tomando en cuenta la accesibilidad que tengan para los posibles clientes. Se estimaron estos precios en relación a cuanto contiene cada sobre. Cabe señalar que existe una diferencia de precios entre los diferentes sazónadores por el tamaño de sobre y contenido por lo que estos están sujetos a variaciones de acuerdo al comportamiento del mercado.

- **Plaza**

Para hacer llegar el producto a los consumidores se hará de manera directa, es decir desde la empresa al cliente final (restaurantes).

- **Promoción**

Para comunicarse con los clientes se utiliza una variedad de tácticas: publicidad por redes sociales Facebook (anexo 5) y Instagram (anexo 6), página web (anexo7). Por otro lado, de una manera más directa por medio de banners publicitarios (anexo4) colocados en el Instituto Culinario-Cumbre Chiclayo. Con esta estrategia comercial se pretende entrar en el mercado y cubrir la demanda.

## CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

### 3.1 Tamaño-Mercado

Teniendo en cuenta que el sazónador de loche en polvo es un producto nuevo e innovador para el mercado gourmet, se propone el siguiente escenario en donde la demanda proyectada de loche en fruto se convierta en una demanda proyectada en loche en polvo en kilogramos y gramos. Con el indicador dado en la investigación “Estudio de mercado para la introducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo” (2019) donde por cada 6kg de loche en fruto, se obtiene un kilogramo de loche en polvo.

El proyecto comercialización “GourmetClauts” S.R.L. abarcará la participación de mercado de restaurantes en un 2% siendo un porcentaje moderado de la demanda proyectada como lo muestra la tabla 9.

*Tabla 9 Participación de mercado*

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada restaurantes(KG fruto)</b>	<b>Loche en polvo(KG)</b>	<b>Loche en gramos</b>	<b>Bolsita de loche en polvo de 350g</b>	<b>Participación de mercado de restaurantes (2% de bolsitas)</b>
<b>2021</b>	172474029	28745672	28745671579	114982686	2299654
<b>2022</b>	194839914	32473319	32473319003	129893276	2597866
<b>2023</b>	220106135	36684356	36684355909	146737424	2934748
<b>2024</b>	248648800	41441467	41441466711	165765867	3315317
<b>2025</b>	280892787	46815465	46815464538	187261858	3745237

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Tamaño-Tecnología

La empresa “GourmetClauts” SRL contará con una plataforma web donde se subirá contenido referente al fácil acceso de la obtención del producto. Asimismo, en sus redes sociales contará con imágenes de presentación del producto, vídeos de los cuales serán interactivos, brindando promociones y sorteos.

Además, obtendrá un software que permitirá un manejo óptimo y amigable de los procesos de inventarios contando con un fácil acceso para llevar el control correcto de cuántos productos tiene en stock y los que salieron de almacén.

### 3.3 Tamaño-Disponibilidad de materiales

El producto sazonador loche por ser nuevo en el mercado se hará viable mediante la innovación y creación en el sector agroindustrial. El principal material para la viabilidad comercial es la obtención del loche en polvo por lo que el sector agroindustrial se encargará de la obtención y producción de loche para poder obtener el sazonador. Por lo tanto, la finalidad de este proyecto es mostrar a la comunidad empresarial que es viable la fabricación de este producto.

### 3.4 Tamaño-Financiamiento

En base al tamaño de mercado, se ha determinado la programación de unidades vendidas desde el año 2021 al 2025, para lo cual se ha determinado que se requiere de una inversión total de \$ 140,698.58, donde lo financiado es el 35% del total, como se detalla en la siguiente tabla:

*Tabla 10 Inversión total*

<b>Aporte</b>	<b>%</b>	<b>\$</b>
Propio	65%	\$ 91,454.08
Financiado	35%	\$ 49,244.50
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 140,698.58</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Tamaño-Costo unitario

Sabiendo que “GourmetClauts S.R.L” es un proyecto innovador y de tener como presentación a un sazonador de loche en polvo, se considera que, de acuerdo a estudios de mercado, la disposición a pagar por parte del sector restaurant será en un promedio de \$0.44 por costo de bolsitas de 250g de polvo en loche, en tal sentido, el costo por paquete de 12 unidades será de \$5.23.

### 3.6 Tamaño-Rentabilidad

De acuerdo a la programación de ventas anuales de loche en polvo para restaurantes, se alcanzó como tasa interna de retorno económica del 41% con un VAN de \$ 111,530.56 y por la parte financiera la TIR es de 57.49% con un VAN de \$153,031.23 concluyendo que el proyecto es rentable tanto económica como financieramente, ya que ambos indicadores son mayores que cero, lo que implica rentabilidad económica y financiera contando los intereses.

### 3.7 Selección del tamaño

El presente proyecto de comercialización de loche en polvo estableció la siguiente programación:

*Tabla 11 Tamaño de mercado*

<b>Año</b>	<b>Tamaño de Mercado</b>	<b>Comercialización diaria</b>
<b>2021</b>	2,299,653.73	7,665.51
<b>2022</b>	2,597,865.52	8,659.55
<b>2023</b>	2,934,748.47	9,782.49
<b>2024</b>	3,315,317.34	11,051.06
<b>2025</b>	3,745,237.16	12,484.12
<b>Promedio</b>	2,978,564.44	8274

Fuente: Elaboración propia

El plazo del programa de ventas abarca desde el año 2021 al 2025, obteniendo una perspectiva de comercialización con un total de ventas promedio de 8274 unidades, en ese sentido, la tabla responde al análisis de los distintos factores anteriormente analizados como el tamaño de mercado, financiamiento y rentabilidad para poder llevar a cabo el proceso de comercialización en el plazo establecido.

Además, para llegar a constituir la empresa, se evaluó la inversión total donde el monto es \$ 140,698.58, con un financiamiento del 35% a una entidad bancaria de \$49,244.50, y de aporte propio del 65% por la suma de \$ 91,454.08, de igual forma para la programación de la comercialización anual del loche en polvo depende de la tasa económica como es el COK que representa el 14.41% en la parte económica y en cuanto al financiero el WACC con un 10.11%, para poder determinar si el proyecto es beneficioso, dicho esto, un TIR con un 41% con un VANE de \$ 111,530.56 en económico y por la parte financiera la TIR es de 57.49% con un VAN de \$153,031.23 respectivamente, lo que en ese sentido se entiende que el proyecto es viable al considerar

una recuperación de capital y ganancia adicional, siendo su costo beneficio del \$1.03 por cada unidad de inversión cada año.



## CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.1 Factores de localización

El proyecto analizó los factores cuantitativos y cualitativos permitiendo localizar a nuestra empresa comercializadora, los cuales se detallan a continuación:

- ❖ Cercanía a proveedores
- ❖ Disponibilidad de clientes
- ❖ Costo de transporte
- ❖ Disponibilidad de mano de obra
- ❖ Inversión de local
- ❖ Actividad económica de la zona
- ❖ Ambiente Sociocultural
- ❖ Energía y agua potable
- ❖ Telefonía y red

De los cuales los cualitativos son los más resaltantes para la localización del proyecto.

### 4.2 Macro localización

Para el presente proyecto se evaluó dos lugares que son Lima y Chiclayo, teniendo los siguientes factores:

*Tabla 12 Factores de localización*

<b>FACTORES DE LOCALIZACION</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>LIMA</b>	<b>CHICLAYO</b>
Cercanía a Proveedores	5	25	75
Disponibilidad de clientes	5	50	50
Costo de transporte	4	40	60
Disponibilidad de Mano de Obra	5	75	75
Inversión de local	4	60	60
Actividad económica de la zona	4	80	60
Ambiente Sociocultural.	3	60	60
Energía y agua potable	4	60	40
Costo de telefonía y red	5	75	75
<b>TOTAL</b>		<b>525</b>	<b>555</b>

Fuente: Elaboración propia

Del cual se obtuvo como resultado que para nuestra localización de la empresa “GourmetClauts” S.R.L. la mejor opción sería en la ciudad de Chiclayo, distrito la Victoria.

### 4.3 Micro localización

La empresa “GourmetClauts” S.R.L. tiene como localización el distrito de la Victoria de la ciudad de Chiclayo en calle Américas y Grau N° 285 ya que es un lugar con mayor comercialización y fluidez de actividad económica, cuenta con demanda en cuanto a la disponibilidad de recurso humano y clientes, así como su fácil accesibilidad. Además, hay buena señal de red de internet y telefonía, contando con constante energía y agua potable.

### 4.4 Métodos para decidir la localización

Método multicriterio de comparación de localizaciones para la comercialización de la empresa “GourmetClauts” S.R.L.

Tabla 13 Localización

<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>LIMA</b>	<b>CHICLAYO</b>
Cercanía a Proveedores	5	25	75
Disponibilidad de clientes	5	50	50
Costo de transporte	4	40	60
Disponibilidad de Mano de Obra	5	75	75
Inversión de local	4	60	60
Actividad económica de la zona	4	80	60
Ambiente Sociocultural.	3	60	60
Energía y agua potable	4	60	40
Telefonía y red	5	75	75
<b>TOTAL</b>		<b>525</b>	<b>555</b>

Fuente: Elaboración propia

Factor de Ponderación **1 al 5**

<b>ESTADO</b>	<b>ESCALA</b>
Pésimo	0
Mediocre	5
Regular	10
Bueno	15
Muy Bueno	20

Se utilizó el método multicriterio que permite la localización de la empresa comercializadora, utilizando ponderaciones del 1(menos importante) al 5 (más importante) y con una escala de 0 (pésimo), 5 (mediocre), 10(regular),15 (bueno) y 20 (muy bueno).

## CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 5.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Tabla 14 Especificaciones técnicas

NOMBRE DEL PRODUCTO	IMAGEN DEL PRODUCTO
Sazonador loche	

- Contenido: 250g
- Tamaño: mediano
- Propiedades sensoriales aroma y sabor característico del insumo, color amarillo.
- Envase: Bolsa Stand Up Pouch C/cierre Kraft Ventana.
- F. Vencimiento 12 meses



Figura 2 Bolsa de loche en polvo

### CARACTERÍSTICAS

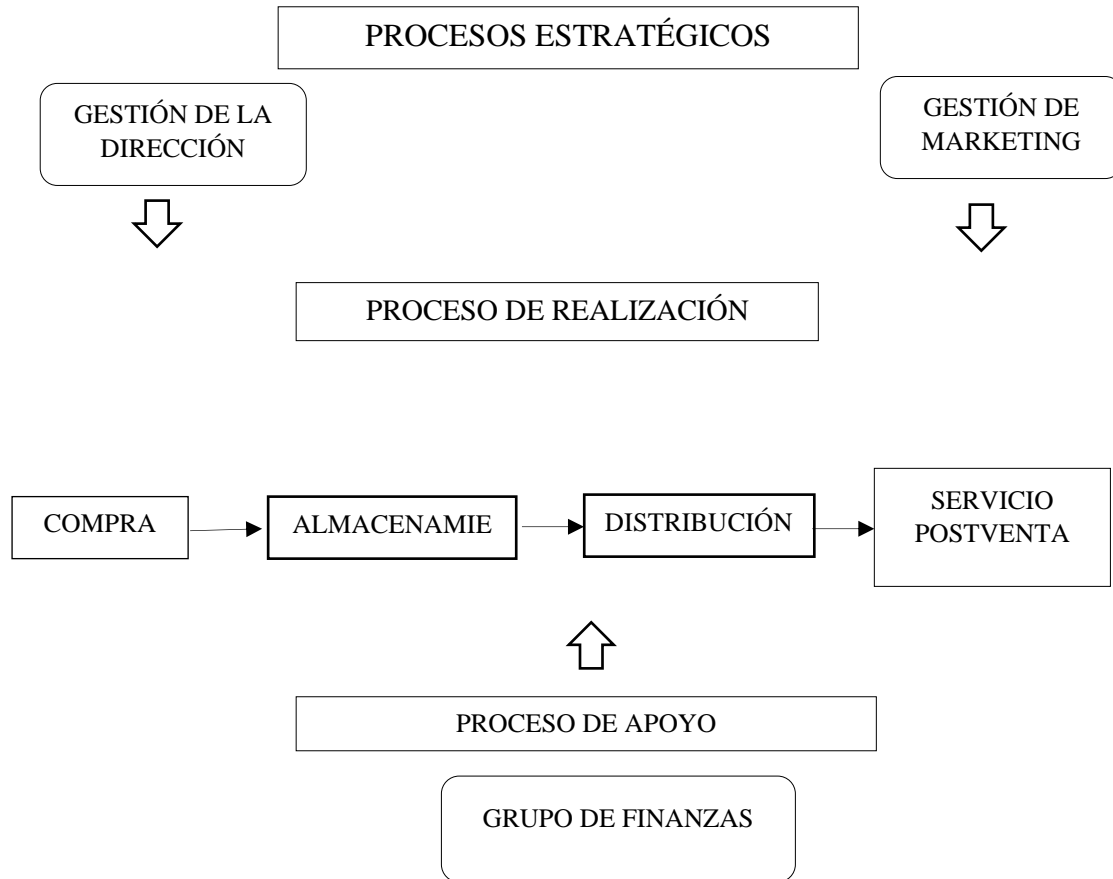
Envase hecho Bolsa Stand Up Pouch, cierre kraft ventana, que tiene el nombre de la marca y el valor nutricional que contiene el sazonador loche.

Fuente: Elaboración propia

## 5.2 SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

### 5.2.1 Diagrama de operación

Figura 3 Diagrama de operación



Fuente: Elaboración propia

### 5.2.2 Diagrama de recorrido o flujograma

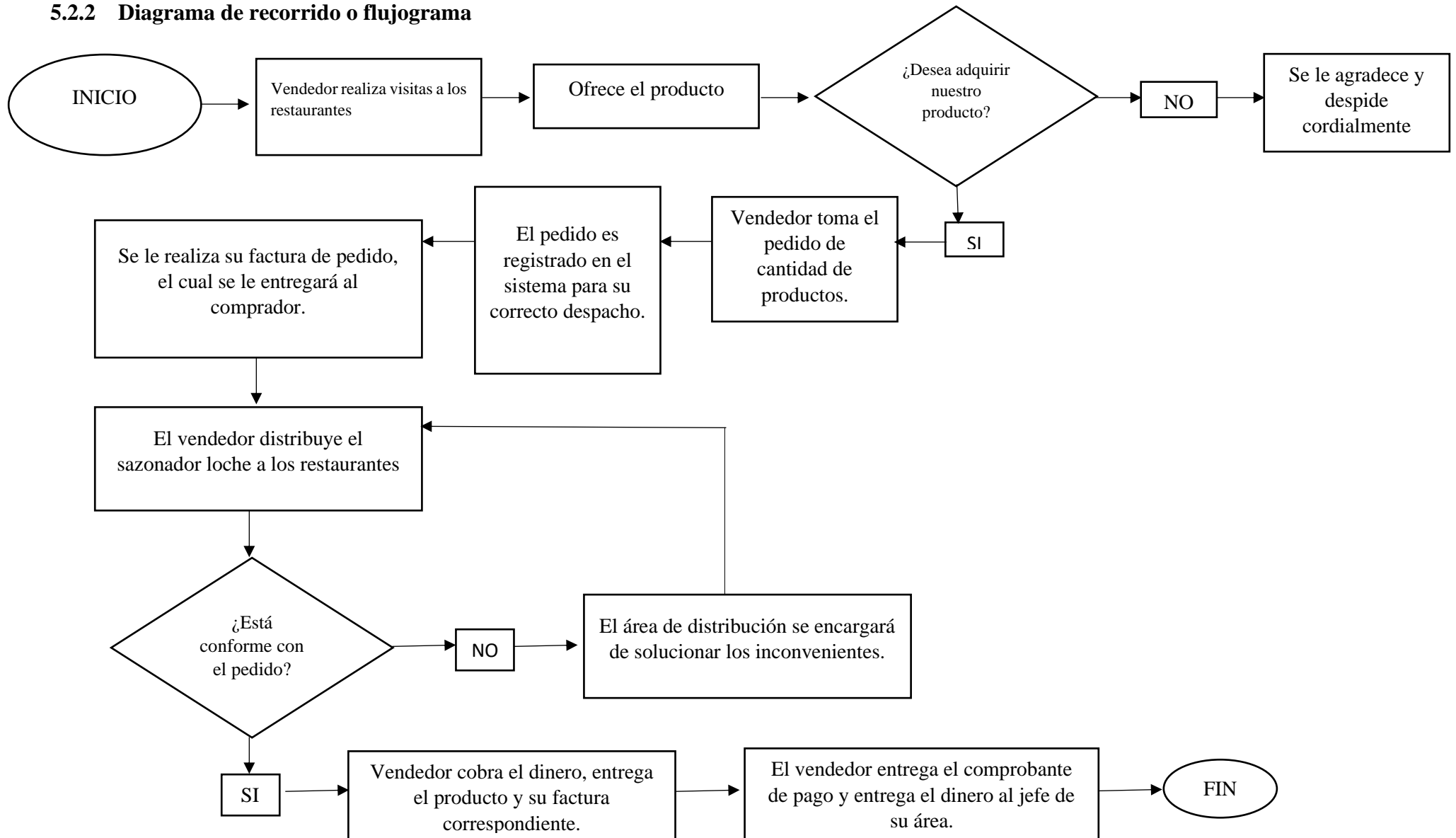
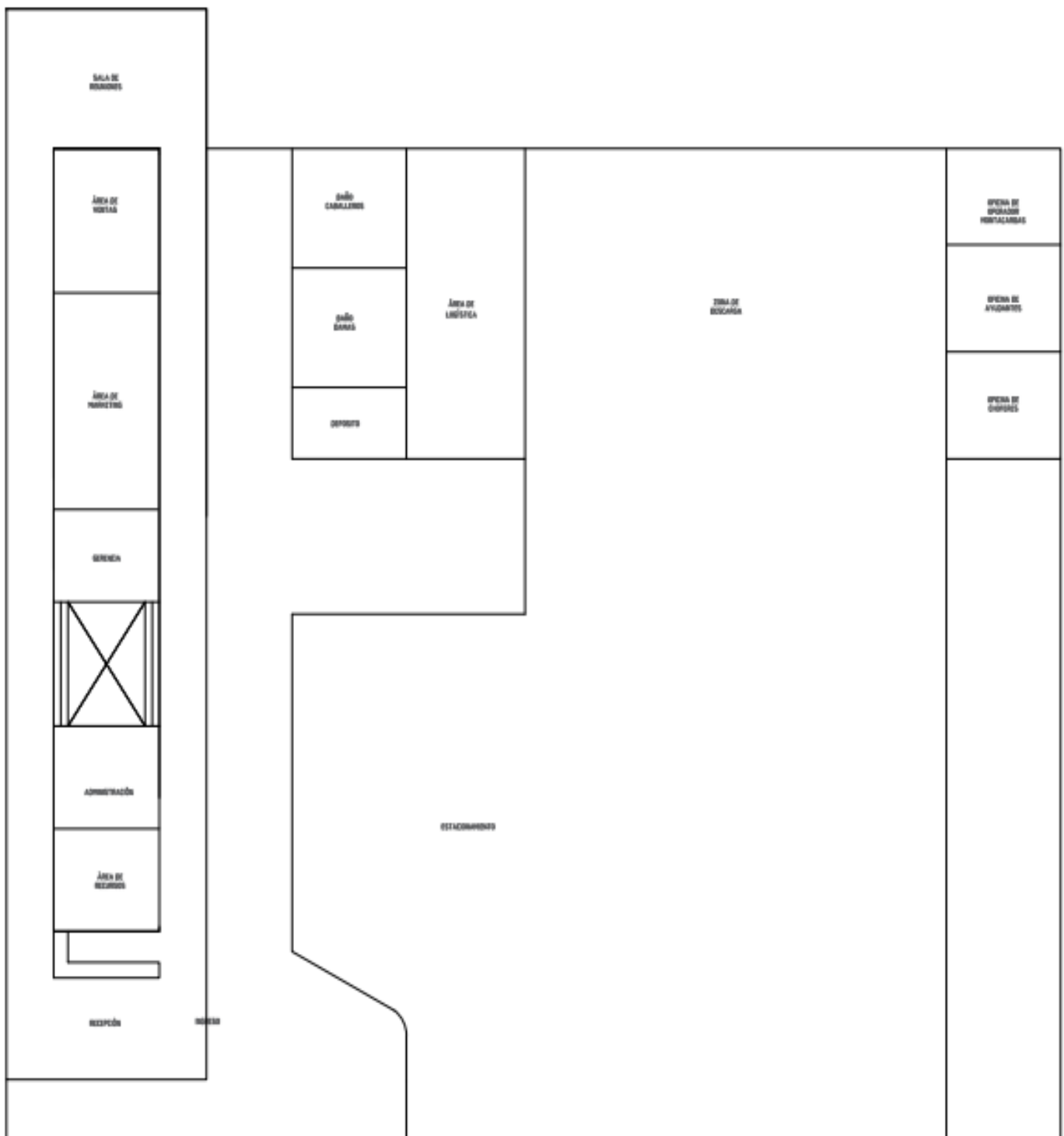


Figura 4 Flujograma  
Fuente: Elaboración propia

### 5.2.3 Distribución de la planta

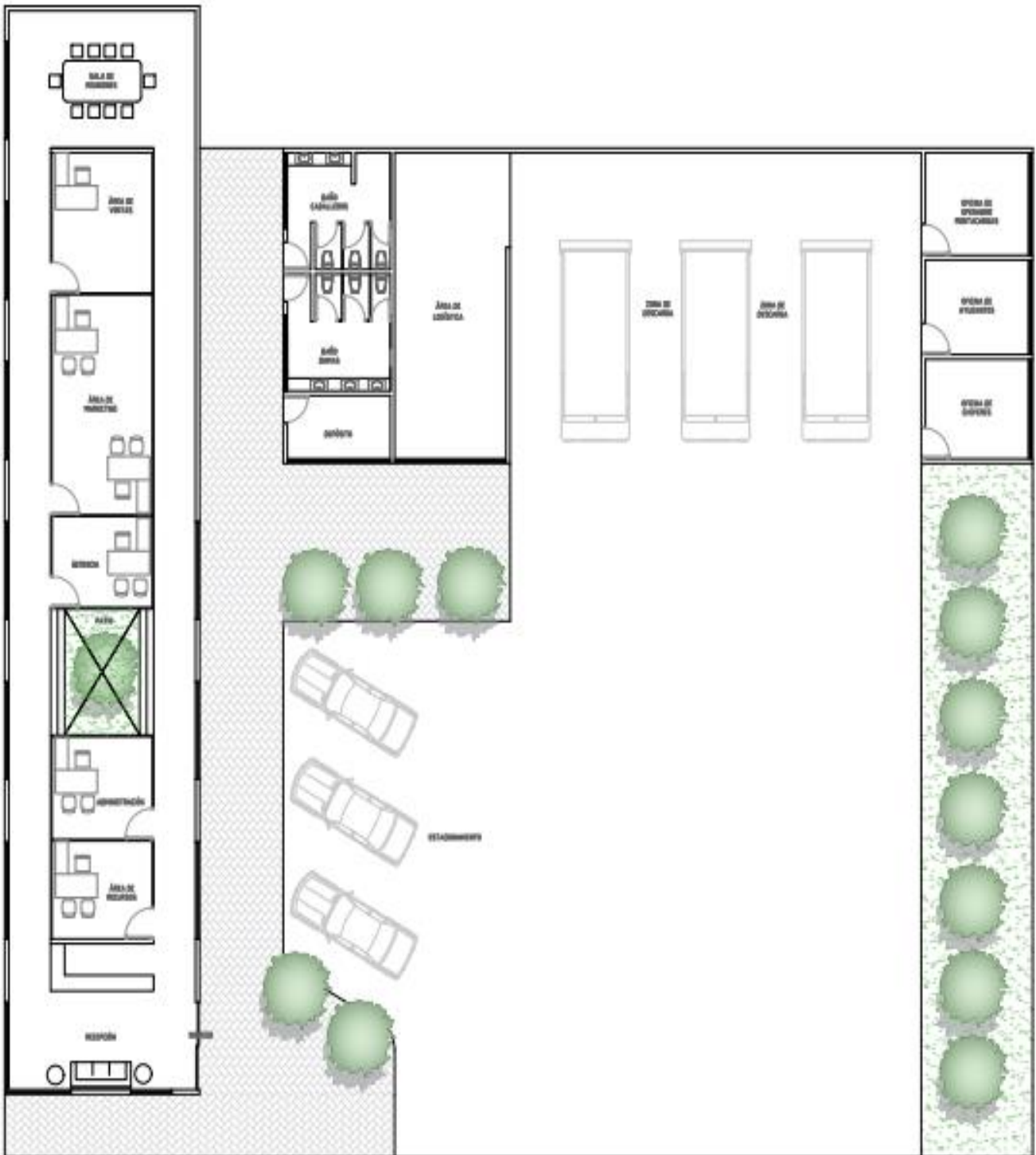
Figura 5 Distribución de la planta



Fuente: Elaboración propia

## 5.2.4 Diseño del Plano del Proyecto

Figura 6 Diseño del plano del proyecto



Fuente: Elaboración propia

### **5.2.5 Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software**

Para la empresa “GourmetClauts” S.R.L contará con un software denominado SAP que procede de: Sistemas, Aplicaciones y Productos en los procesamientos de datos. Este sistema abarca todos los aspectos de la administración de la empresa.

La composición total de los módulos brinda real compatibilidad a lo largo de los cargos de una organización, ayudando entre todas las áreas que se haya implementado, teniendo acceso a ella. Así mismo, contará con un una Pistola Picking que leerá los códigos de barra del producto, enviando la información al sistema SAP el cual permitirá saber la ubicación de sus productos en tiempo real y también reducir la duración que lleva los distintos procesos en el ciclo de almacenamiento.

## **5.3 REQUERIMIENTO DEL PROYECTO**

### **5.3.1 Terrenos y Edificaciones**

La empresa cuenta con un área de 720.000m<sup>2</sup>, ubicado en el Distrito de Chiclayo en la calle Américas y Grau N° 285 siendo de un solo piso, contando con una infraestructura moderna, todo de material noble, con techo de drywall, así mismo tiene divisiones para cada una de las áreas correspondientes.

### **5.3.2 Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos**

La empresa “GourmetClauts” S.R.L. en equipos cuenta con (4 computadoras, 1 impresora multifuncional, 1 aire acondicionado). Además, en muebles y enseres tiene (4 escritorio, 1 mesa larga para reunión, 4 sillas giratorias, 15 bancos plásticos, 1 reloj de pared, 1 muebles, 1 mostrador, 2 televisor uno en sala de espera y otro en reunión con 1 proyector). En cuanto a materiales de seguridad del local (1 extintor y 1 botiquín, señalizaciones y 2 lámparas de emergencia). Para acondicionamiento del local (15 focos, dos lámparas, 2 reloj de pared). Asimismo, en unidades de transporte con (1 camioneta), ver (Anexo 08).



## 5.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 15 Cronograma de actividades

ETAPAS	2020									
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
<b>1. ESTUDIOS</b>										
Nace la idea	■									
Estudio de mercado	■									
Estudio económico financiero	■									
Revisión del proyecto		■								
Contacto finales con los proveedores			■							
Adecuación del proyecto			■	■						
<b>2. NEGOCIACIÓN Y TRAMITACIÓN</b>										
Trámites de funcionamiento de la empresa			■	■						
Adquisición de maquinaria			■	■						
Adquisición del hardware			■	■						
Adquisición del local			■	■						
<b>3. EJECUCIÓN</b>										
Habilitación del local			■	■						
Creación de página web			■	■						
Adquisición de equipo			■	■	■					
Capacitación de personal						■	■			
Suministro de materiales e insumos							■			
Compra de materia prima								■		
<b>4. OPERACIÓN</b>										
Iniciación de operación comercial								■	■	
Puesta en marcha										■

Fuente: Elaboración propia

## 5.5 PROGRAMA

La empresa comercializados “GourmetClauts” S.R.L. para los años 2021-2025, se ha considerado el tamaño de mercado cuya participación es de 2% de las bolsas de leche en polvo de 250g:

*Tabla 16 Programa*

<b>Año</b>	<b>Bolsita De Loche En Polvo De 250G</b>	<b>Participación de Mercado</b>	<b>Tamaño de Mercado</b>
2021	114,982,686.32	2.00%	<b>2,299,653.73</b>
2022	129,893,276.01	2.00%	<b>2,597,865.52</b>
2023	146,737,423.63	2.00%	<b>2,934,748.47</b>
2024	165,765,866.84	2.00%	<b>3,315,317.34</b>
2025	187,261,858.15	2.00%	<b>3,745,237.16</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

### 6.1 ASPECTO LEGAL

#### 6.1.1 Tipo de Empresa

Empresa comercial “GourmetClauts” es una S.R.L. (Sociedad de Responsabilidad Limitada).

#### 6.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa

Para el proyecto “GourmetClauts” S.R.L en el país está a cargo la constitución de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), esta entidad presenta los siguientes procesos:

- 1. Búsqueda y reserva de nombre.** La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.
- 2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad.** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.
- 3. Aporte de capital.** Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.
- 4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario.** Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la

firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

**5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.** Ya sea en el Registro de Sociedades, para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de responsabilidad limitada; o en el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la Sunarp obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. El plazo de calificación es de 24 horas desde la presentación del título. Recuerda que la Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

**6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas y es emitido por la Sunat.

## **6.2 ASPECTO ORGANIZACIONAL**

### **6.2.1 Acta de Constitución de la Empresa**

#### **ACTA CONSTITUTIVA DE “GOURMETCLAUTS” S.R.L**



En la ciudad de Chiclayo, a los quince días del mes de Julio del dos mil veinte siendo las cuatro horas se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1º) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas: Claudia Lisset Soto Díaz y al apoderado: Káteri Soto Díaz, para suscribir la presente ACTA:

2º) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada denominada “GourmetClauts” con sede en la ciudad de Chiclayo con calle Américas y Grau N° 285 del distrito de La Victoria, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

3º) Se adopta en todo lo fundamental el ESTATUTO modelo de la Dirección Provincial de Personas Jurídicas adoptado por Disposición 29/95.

4°) Acto seguido se procede a elegir a los miembros de la Comisión Directiva y Revisora de Cuentas, que regirán la entidad en el próximo período previsto en los Estatutos aprobados, designándose a las siguientes personas para los cargos citados:

<b>CARGO</b>	<b>APELLIDO Y NOMBRE</b>	<b>FIRMA</b>
PRESIDENTE	CLAUDIA LISSET SOTO DÍAZ	
APODERADO	KÁTERI SOTO DÍAZ	

Los designados aceptan el desempeño de los cargos que respectivamente les han sido conferidos:

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de \$30000.y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

6°) Se autoriza al presidente y apoderado de la Comisión Directiva electa a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de Personería Jurídica y para aceptar las observaciones al Estatuto que pudieran efectuarse por la Dirección Provincial de Personas Jurídicas. Las decisiones precedentes han sido tomadas por unanimidad. No siendo para más, previa lectura y ratificación se firma la presente en el lugar y fecha indicados arriba.

**PRESIDENTE**



**SECRETARIO**



### **6.2.2 Minuta de Constitución**

Constitución para una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) con aportes de bienes dinerarios.

### **SEÑOR NOTARIO**

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de sociedad comercial de responsabilidad limitada, que otorgan:

- A. Claudia Lisset Soto Díaz, de nacionalidad: peruana, ocupación: administradora, con documento de identidad: 71058899, estado civil: soltera,
- B. Káteri Soto Díaz, de nacionalidad: peruana, ocupación: abogada, con documento de identidad: 71456319, estado civil: soltera,

Señalando como domicilio común para efectos de este instrumento en Chiclayo-Lambayeque. **en los términos siguientes:**

**Primero.** - por el presente pacto social, los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad comercial de responsabilidad limitada, bajo la denominación de: “GourmentClauts” sociedad comercial de responsabilidad limitada;

la sociedad puede utilizar la abreviatura “GourmClaut” S.R.L.

Los socios se obligan a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

**Segundo.** - el capital de la sociedad es de s/. 20000 (veinte mil y 00/100 nuevos soles), dividido en dos participaciones sociales cuyo valor nominal es des/ 10000 cada una, suscritas y pagadas de la siguiente manera:

1. Claudia Lisset Soto Díaz, suscribe una participación social y paga s/. 10000 mediante aportes en bienes dinerarios.
2. Káteri Soto Díaz, suscribe una participación sociales y paga s/.10000 mediante aportes en bienes dinerarios.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado

**Tercero.** - la sociedad se regirá por el estatuto siguiente y en todo lo no previsto por este, se estará a lo dispuesto por la ley general de sociedades -ley 26887 - que en adelante se le denominará la “ley”.

### **ESTATUTO**

**Artículo 1º.** - **denominación - duración - domicilio:** la sociedad se denomina: “GourmetClauts sociedad comercial de responsabilidad limitada”, la sociedad puede utilizar la abreviatura: “GourmClauts” S.R.L.

La sociedad tiene una duración indeterminada; inicia sus operaciones en la fecha de este pacto social y adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro de personas jurídicas. Su domicilio es en Américas y Grau, provincia de Chiclayo y departamento de Lambayeque, pudiendo establecer sucursales u oficinas en cualquier lugar del país o en el extranjero.

**Artículo 2°.- objeto social.** - la sociedad tiene por objeto dedicarse a la comercialización al por mayor de sazón de loche en polvo, excepto de los vehículos automotores y motocicletas. se entienden incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de sus fines. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

**Artículo 3°.- capital social:** el monto del capital social es de s/. 20000 (veinte mil y 00/100 nuevos soles), representado por dos participaciones sociales cuyo valor nominal es de s/.10000 cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

**Artículo 4°.- participación social:** la participación social confiere a su titular la calidad de socio y le atribuye los derechos y obligaciones que señala la “ley”. La transmisión, adquisición, usufructo, prenda y medidas cautelares sobre las participaciones se sujetan a lo dispuesto por los artículos 290°, 291° y 292° de la “ley”.

**Artículo 5°.- órganos de la sociedad:** la sociedad tiene los siguientes órganos:

- a. La junta general de socios; y
- b. La gerencia.

**Artículo 6°.- junta general de socios:** la junta general de socios representa a todos los socios que debidamente convocados y con el quórum correspondiente deciden por la mayoría que establece la “ley” los asuntos propios de su competencia. los acuerdos que legítimamente adopten obligan a todos inclusive a los disidentes y a los que no hayan participado en la reunión. el régimen de la junta general de socios, facultades, oportunidad de la convocatoria, solemnidades y condiciones para sus reuniones, quórum y validez de

sus acuerdos se sujetan a lo dispuesto por los artículos 112°, al 138° de la “ley”, de conformidad con lo dispuesto en el tercer párrafo del artículo 294° de la “ley”.

La convocatoria a junta general la hará el gerente general mediante esquelas bajo cargo, dirigidas al domicilio o a la dirección designada por el socio a este efecto.

**Artículo 7°. - gerencia:** la administración de la sociedad está a cargo de la gerencia que podrá ser representada por un gerente general y uno o más gerentes designados por la junta general de socios. sus facultades, remoción y responsabilidades se sujetan a lo dispuesto por los artículos 287° al 289° de la “ley” y tendrán las facultades y remuneración que señale la junta general de socios.

El gerente general está facultado para la ejecución de todo acto y/o contrato correspondiente al objeto de la sociedad, pudiendo asimismo realizar los siguientes actos:

- a) dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- b) representar a la sociedad ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozará de las facultades señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil, así como la facultad de representación prevista en el artículo 10° de la ley n° 26636 y demás normas conexas y complementarias; teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución, además podrá celebrar judicial, pudiendo suscribir el acta conciliatoria gozando de las facultades señaladas en las disposiciones legales que lo regulan. podrá constituir y representar a las asociaciones que crea conveniente y demás normas conexas y complementarias.
- c) Abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y re-aceptar cheques, letras de cambio, vales, pagares, giros, certificados, conocimientos, pólizas, cartas fianzas y cualquier clase de títulos valores, documentos mercantiles y civiles; otorgar recibos cancelaciones, sobregirarse en cuenta corriente con garantía o sin ella, solicitar toda clase de préstamos con garantía hipotecaria, prendaria y de cualquier forma.
- d) Adquirir y transferir bajo cualquier título; comprar, vender, arrendar, donar, dar en comodato, adjudicar y gravar los bienes de la sociedad sean muebles o inmuebles, suscribiendo los respectivos documentos ya sean privados o públicos. En general podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de leasing o arrendamiento financiero, lease back, factoring y/o underwriting, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados con el



objeto social. Además, podrá someter las controversias a arbitraje y suscribir los respectivos convenios arbitrales.

e) Solicitar, adquirir, disponer, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales, conforme a ley suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o intelectual.

f) Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del, objeto social.

El gerente general podrá realizar todos los actos necesarios para la administración de la sociedad, salvo las facultades reservadas a la junta general de socios.

**Artículo 8°. -modificación del estatuto, aumento y reducción del capital:** las modificaciones del estatuto, el aumento y reducción de capital social se sujetan a lo dispuesto por los artículos 198° al 220° de la “ley”.

**Artículo 9°. exclusión y separación de los socios:** se sujeta a lo dispuesto por el artículo 293° de la “ley”.

**Artículo 10°.-estados financieros y aplicación de utilidades:** se rige por lo dispuesto en los artículos 40°, 221° al 233° de la "ley".

**Artículo 11°.- disolución, liquidación y extinción:** en cuanto a la disolución, liquidación y extinción de la sociedad, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 407°, 409°, 410°, 412°, 413° a 422° de la "ley".

**Cuarto.** -queda designado como gerente general: Claudia Soto Díaz con 71058899, con domicilio en: Pasaje Altamirano n°100, distrito de Jaén, provincia de Jaén, departamento de Cajamarca.

Así mismo, se designa como sub gerente de la sociedad a Káteri Soto Díaz, identificado con documento de identidad, con numero: 71456319 quien tendrá las siguientes facultades:

- **Reemplazar al gerente en caso de ausencia.**

- **Intervenir en forma conjunta con el gerente general, en los casos previstos en los incisos c, d, e y f del artículo 7° del estatuto.**

Chiclayo, dieciséis de junio del dos mil veinte.

### **6.2.3 Manual de Organización y Funciones**

*Tabla 17 Manual de funciones gerente general*

---

**Puesto:**

**GERENTE GENERAL**

---

#### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

---

- ✓ Inspeccionar la formulación y realización del presupuesto anual, en conformidad de conformidad con la ley. Además, examinar que se cumplan con los principios en cada área de la empresa.
  - ✓ Responsable de planificar y organizar tareas
  - ✓ Se encarga de crear un clima organizacional apropiado, permitiendo el desarrollo de la creatividad, motivación en su equipo de trabajo.
  - ✓ Evalúa los problemas de la organización como administrativos y financieros.
- 

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 18 Manual de funciones administrador*

---

**Puesto:** **ADMINISTRADOR**

---

**PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

---

- ✓ Encargado de la imagen corporativa y también del logro de objetivos de la organización.
- ✓ Responsable de la gestión y orientación del personal de la empresa.
- ✓ Evaluación de la gestión financiera y económica de la empresa.
- ✓ Investigación de nuevos mercados y convenios con proveedores.
- ✓ Responsable de las compras y control de la materia prima.
- ✓ Recepción del efectivo.
- ✓ Registro de las ventas, facturas y boletas.
- ✓ Ejecuta el cobro de los productos.
- ✓ Realizar cuadro de caja.

Otras funciones correspondientes a Recursos Humanos:

- ✓ Formar equipos de trabajo.
  - ✓ Conseguir que los demás hagan el trabajo; mantenga la moral alta e inspire a sus subordinados.
  - ✓ Determinar la naturaleza del trabajo de cada empleado.
  - ✓ Plantear políticas para seguir ante el reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo, promoción y separación del personal.
  - ✓ Colaborar dentro de la definición de cultura empresarial, controlar la comunicación internamente y siempre promover la creación de valor apropiado.
  - ✓ Coordinar las relaciones laborales en nombre de la organización.
  - ✓ Ofrecer de incentivos y beneficios.
- 

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 19 Manual de funciones área de logística*

---

**Puesto:** **ÁREA DE LOGÍSTICA**

---

**Puesto a cargo:** Almacenamiento y distribución

---

**PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

---

- ✓ Diseñe y planifique las actividades de logística.
- ✓ Planificación de estrategias para las actividades de comercialización del producto (transporte, almacenamiento, distribución) para garantizar la satisfacción del cliente.
- ✓ Conserve, administre y certifique el inventario óptimo de la organización en función del nivel de servicio esperado y el tiempo de respuesta.
- ✓ Establecer las medidas necesarias para mantener actualizados los bienes del almacén.

Otras funciones de distribución:

- ✓ Procesamiento de los pedidos en cuanto a las órdenes de compra
  - ✓ Administrar las entrada y salidas de los productos
  - ✓ Cargar, descarga y el traslado del producto al destino que se requiere
  - ✓ Conservar y proteger los productos que serán distribuidos.
- 

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 20 Manual de funciones área de ventas*

<b>Puesto:</b>	<b>ÁREA DE VENTAS</b>
<b>Personal a cargo:</b>	<b>Marketing y gestores de ventas y palancas</b>
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Preparar plan de ventas y presupuesto.</li> <li>✓ Calcule la demanda para pronosticar las ventas.</li> <li>✓ Prepare estados financieros y brinde apoyo a todos los departamentos para monitorear y mantener las regulaciones contables de la organización.</li> <li>✓ Registrar operaciones contables y datos financieros.</li> <li>✓ Planear, examinar y evaluar la información registrada.</li> </ul> <p><b>Otras funciones correspondientes a marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar los estudios de mercado.</li> <li>✓ Desarrollar objetivos y estrategias de marketing.</li> <li>✓ Gestionar la relación con los consumidores.</li> <li>✓ Desarrollar la promoción de la marca.</li> <li>✓ Examinar las campañas publicitarias.</li> <li>✓ Gestionar las redes sociales de la organización y los pedidos que se requieren dentro de ella.</li> </ul>	

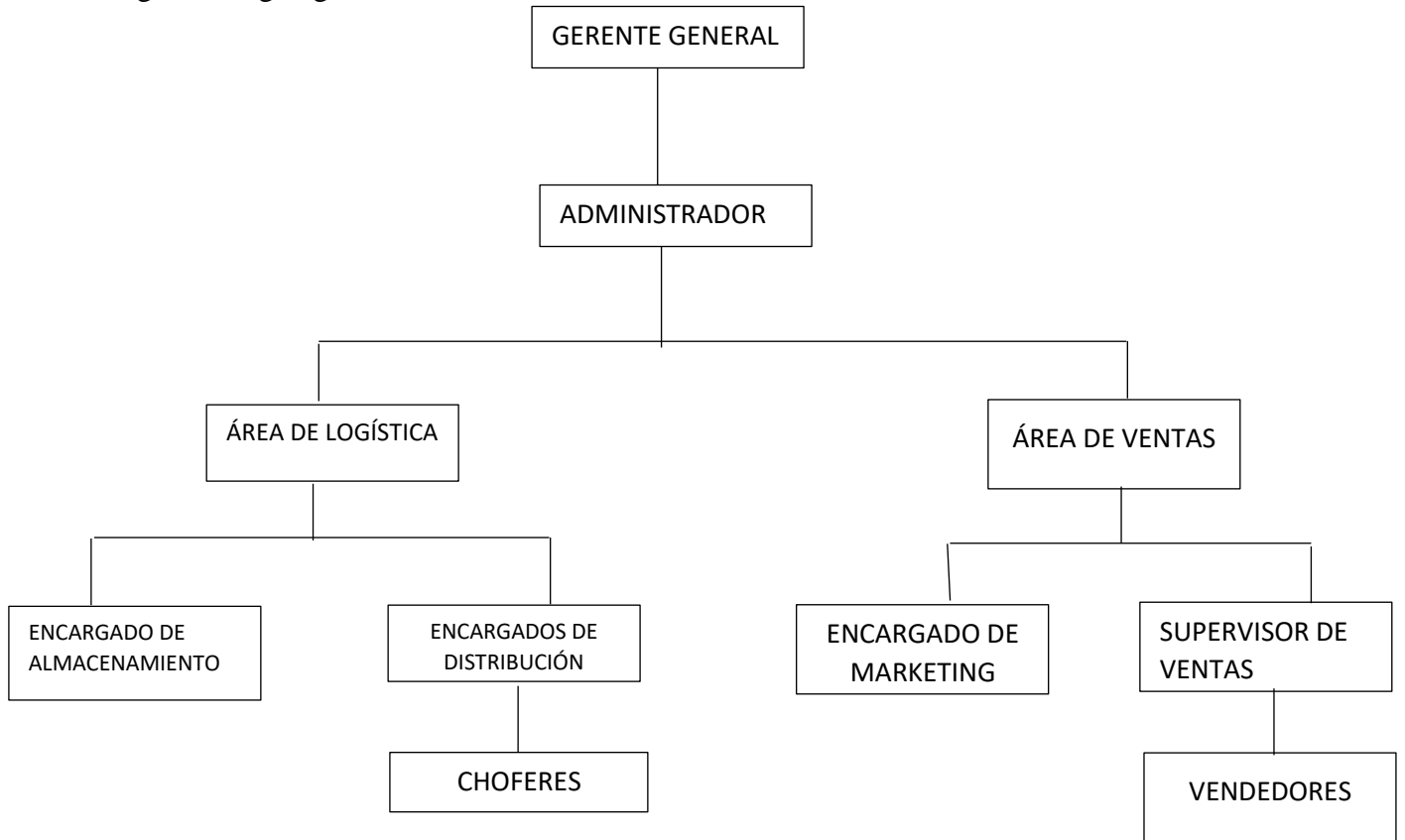
Fuente: Elaboración propia

#### **6.2.4 Organigrama**

Representa gráficamente la estructura orgánica de la organización, en la que se muestra la posición de cada una de las áreas que las integran.

El propósito de la elaboración del organigrama del negocio es asegurar el adecuado funcionamiento de las áreas y la complementación de las mismas. Es importante que sea de pleno conocimiento de cada colaborador conocer la posición de la cual se encuentra dentro del organigrama, de manera que le permita cumplir correctamente sus funciones establecidas.

Figura 7 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

### 6.2.5 Requerimiento del personal

Para la empresa “GourmetClauts” S.R.L. contará con el siguiente personal para la comercialización del sazónador loche, ya que ellos son parte fundamental para que se lleve a cabo el funcionamiento de la empresa. Por ello se ha considerado contar con un personal calificado lo cual permitirá cumplir con los objetivos planteados.

La empresa ha determinado la descripción de cada uno de los puestos de los colaboradores, que a continuación se presentara:

Tabla 21 Requerimiento gerente general

<b>GERENTE GENERAL</b>	
<b>Descripción y perfil del puesto</b>	
Nombre del puesto:	Gerente General
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Implemente planes a corto y largo plazo para que la empresa sea rentable.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Grado de Instrucción</b>	<b>Título Profesión</b>
Educación superior	Economista
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado y dominio del idioma inglés
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica
<b>Acciones y resultados esperados</b>	
Inspeccionar la formulación y realización del presupuesto anual, en conformidad de conformidad con la ley. Además, examinar que se cumplan con los principios en cada área de la empresa.	
Se encarga de crear un clima organizacional apropiado, permitiendo el desarrollo de la creatividad, motivación en su equipo de trabajo.	
Evalúa los problemas de la organización como administrativos y financieros.	
<b>CONDICIONES DE PUESTO</b>	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 3,000.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	9:00 - 18:00 Horas (L-V) / 9:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22 Requerimiento Administrador

<b>ADMINISTRADOR</b>	
<b>Descripción y perfil del puesto</b>	
Nombre del puesto:	Administrador
Reporta a:	Gerente General
Objetivo:	Lleve a cabo la coordinación y comunicación necesarias para lograr verdaderamente los objetivos.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Grado de Instrucción</b>	<b>Título Profesión</b>
Educación superior	Administrador de empresas
Experiencia	Mínimo 3 años
Otros	Dominio de inglés
Habilidades	Orientación a resultados Competitivo Innovador
<b>Acciones y resultados esperados</b>	
Responsable de la gestión y orientación de los colaboradores de la empresa.	
Optimizar los recursos precisos para la ejecución de los planes y programas de las diferentes áreas de la empresa.	
<b>CONDICIONES DE PUESTO</b>	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,800.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	9:00 - 18:00 Horas (L-V) / 9:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia



Tabla 23 Requerimiento gerente de ventas

<b>GERENTE DE VENTAS</b>	
<b>Descripción y perfil del puesto</b>	
Nombre del puesto:	Gerente de ventas
Reporta a:	Gerente administrativo
Objetivo:	Supervisa y se encargarse del flujo de dinero y los activos que entran y salen de la empresa.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Grado de Instrucción</b>	<b>Título Profesión</b>
Educación superior	Economista Contador
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado Excel avanzado
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados
<b>Acciones y resultados esperados</b>	
Realización de planes y presupuesto de ventas.	
Realización de los estados financieros, inspeccionando y conservando la normativa contable de la organización.	
Registrar operaciones contables y datos financieros.	
Planear, examinar y evaluar la información registrada.	
<b>CONDICIONES DE PUESTO</b>	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,200.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	9:00 - 18:00 Horas (L-V) / 9:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Requerimiento gerente de logística

<b>GERENTE DE LOGÍSTICA</b>	
<b>Descripción y perfil del puesto</b>	
Nombre del puesto:	Gerente de logística
Reporta a:	Gerente administrativo
Objetivo:	Gestionar las etapas del proceso de comercialización y distribución del producto en la organización, desde su materialización hasta la entrega y distribución en los diferentes puntos de venta
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Grado de Instrucción</b>	<b>Título Profesión</b>
Educación superior	Administrador de empresas Contador
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Manejo de sistemas de información Excel
Habilidades	Trabajo en equipo Orientación a resultados
<b>Acciones y resultados esperados</b>	
Gestione y planifique las actividades de compras, transporte, almacenaje y distribución.	
Administrar las entrada y salidas de los productos.	
Establecer las medidas necesarias para conservar actualizados los bienes del almacén.	
<b>CONDICIONES DE PUESTO</b>	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,500.00 Soles
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	9:00 - 18:00 Horas (L-V) / 9:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

### 7.1 INVERSIÓN

#### 7.1.1 Estructura de la Inversión

La empresa comercializadora “GourmetClauts” S.R.L, en cuanto a su inversión total asciende a \$140,698.58, de los cuales corresponde a la inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo, siendo las cantidades monetarias como se detalla en la siguiente tabla:

*Tabla 25 Estructura de inversión total*

INVERSIONES		P.SIN IGV	IGV	P.CON IGV
INVERSION FIJA	TANGIBLE	\$ 17,111.57	\$ 3,080.08	\$ 20,191.66
	INTANGIBLE	\$ 3,761.30	\$ 677.03	\$ 4,438.34
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA		\$ 20,872.88	\$ 3,757.12	\$ 24,630.00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 97,908.86	\$ 17,158.11	\$ 116,068.58
INVERSIÓN TOTAL		\$ 118,781.74	\$ 20,915.23	\$ 140,698.58

Fuente: Elaboración propia

#### 7.1.2 Programa de Inversiones

El proyecto de implementación de una empresa comercializadora, tiene el siguiente programa de inversiones que abarca todo el año 2020, desde el mes de agosto hasta diciembre, como se detalla a continuación:

Tabla 26 Programa de inversión

<b>PROGRAMA DE INVERSIONES</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>MESES</b>					<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		
<b>I.INVERSION FIJA</b>						<b>\$ 24,630.00</b>	<b>17.51</b>
<b>I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE</b>						<b>\$ 20,191.66</b>	
<b>I.1.1 EQUIPOS</b>			\$ 1,542.86	\$ 1,542.86		<b>\$ 3,085.71</b>	
<b>I.1.2. MUEBLES Y ENSERES</b>					\$ 1,929.00	<b>\$ 1,929.00</b>	
<b>I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL</b>					\$ 133.09	<b>\$ 133.09</b>	
<b>I.1.5.MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL</b>					\$ 43.86	<b>\$ 43.86</b>	
<b>I.1.6.UNIDAD DE TRANSPORTE</b>					\$ 15,000.00	<b>\$ 15,000.00</b>	
<b>I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>	\$ 731.88	\$ 731.88	\$ 706.76	\$ 706.76	\$ 1,561.06	<b>\$ 4,438.34</b>	
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>					\$ 116,068.58	<b>\$ 116,068.58</b>	<b>82.49</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 731.88</b>	<b>\$ 731.88</b>	<b>\$ 2,249.61</b>	<b>\$ 4,178.61</b>	<b>\$ 132,806.59</b>	<b>\$ 140,698.58</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

### 8.1 Fuentes de Financiamiento

El proyecto de inversión contará con dos fuentes de financiamiento, por un lado, el aporte propio de 65% que representa \$ 91,454.08 y por otro lado el financiamiento a través de una entidad financiera con un 35% equivalente a \$49,244.50 como se muestra a continuación:

*Tabla 27 Tamaño de financiamiento*

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Aporte</b>	<b>%</b>	<b>\$</b>
Propio	65%	\$ 91,454.08
Financiado	35%	\$ 49,244.50
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 140,698.58</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.2 Evaluación del Préstamo

Para hacer la evaluación del préstamo, se ha tomado de referencia a la data establecida por la SBS en el mes de Julio del año 2020, donde muestra a una variedad de entidades bancarias, para poder identificar la tasa más conveniente. Después de evaluar la data, se optó por la TEA de 2.99% que brinda el banco Scotiabank en moneda extranjera, en este caso para pagar por cuotas durante 5 años, lo que equivale a \$10,749.69 al año.

*Tabla 28 Fuente de financiamiento*

TEA	2.99%	
n=	5	
	\$	<b>SCOTIABANK</b>
Préstamo	49,244.50	
	\$	
Cuota	<b>10,749.69</b>	

Fuente: Elaboración propia

En ese sentido, se muestra el cuadro del cronograma de pago por el financiamiento en dólares, a través de cuotas constantes durante 5 años, donde las amortizaciones van aumentando cada año:

*Tabla 29 Cronograma de pagos por financiamiento*

<b>CRONOGRAMA DE PAGOS</b>				
<b>Periodo</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
1	\$ 49,244.50	\$ 9,277.28	\$ 1,472.41	\$ 10,749.69
2	\$ 39,967.22	\$ 9,554.67	\$ 1,195.02	\$ 10,749.69
3	\$ 30,412.55	\$ 9,840.36	\$ 909.34	\$ 10,749.69
4	\$ 20,572.19	\$ 10,134.58	\$ 615.11	\$ 10,749.69
5	\$ 10,437.61	\$ 10,437.61	\$ 312.08	\$ 10,749.69
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 150,634.07</b>	<b>\$ 49,244.50</b>	<b>\$ 4,503.96</b>	<b>\$ 53,748.46</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 9.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

La fuente de ingresos del presente proyecto será la venta de bolsas de 250 gr de sazónador en base a loche en un 2% de la demanda estimada a un precio de \$0.44 la unidad, proyectando la venta de 1,298,163.68 unidades al año como se observa en la tabla siguiente:

*Tabla 30 Presupuesto de ingreso*

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Precio de venta</b>	\$ 0.44	\$ 0.44	\$ 0.44	\$ 0.44	\$ 0.44
<hr/>					
<b><u>INGRESOS</u></b>					
<b>ventas</b>	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68

Fuente: Elaboración propia

### 9.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

#### 9.2.1 Presupuesto económico

Este presupuesto económico de la empresa comercializadora “GourmetClauts” S.R.L, contiene las ventas esperadas, asimismo, contiene los costos directos e indirectos de comercialización, los gastos de operación e impuestos, como se detalla a continuación:

Tabla 31 Presupuesto económico

## PRESUPUESTO ECONÓMICO

**INGRESOS**

<b>ventas</b>	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68
---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

**Egresos**

<b>I.-Costos de Comercialización</b>	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86
I.1 Existencias	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86
<b>II.-Gastos de Operación</b>	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04
II.1.-Gastos de Administración	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67
-Gastos administrativos	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81
-Sueldos administrativos	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86
II.2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>					
.-Depreciación	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 2,720.84
.-Amortización por Cargas diferidas	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26
<b>IV.- Impuestos</b>					
-IGV A PAGAR	\$ 6,856.95	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17
<b>-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES</b>	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29
<b>-Impuesto a la renta</b>	\$ 9,277.28	\$ 9,554.67	\$ 9,840.36	\$ 10,134.58	\$ 10,437.61
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 1,191,928.27	\$ 1,213,120.89	\$ 1,213,406.57	\$ 1,213,700.80	\$ 1,213,350.07
<b>SALDO</b>	\$ 106,235.41	\$ 85,042.79	\$ 84,757.11	\$ 84,462.88	\$ 84,813.61

Fuente: Elaboración propia



### **9.2.2 Presupuesto financiero**

El presupuesto financiero está contemplando por los gastos financieros que están constituidos por los intereses derivados del financiamiento de la inversión.

Tabla 32 Presupuesto financiero

<b>Presupuesto financiero</b>					
<b>INGRESOS</b>					
ventas	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68
<b>Egresos</b>					
<b>I.-Costos de Comercialización</b>	<b>\$ 1,148,874.86</b>	<b>\$ 1,148,874.86</b>	<b>\$ 1,148,874.86</b>	<b>\$ 1,148,874.86</b>	<b>\$ 1,148,874.86</b>
I.1 Existencias	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86
<b>II.-Gastos de Operación</b>	<b>\$ 22,758.04</b>	<b>\$ 22,758.04</b>	<b>\$ 22,758.04</b>	<b>\$ 22,758.04</b>	<b>\$ 22,758.04</b>
II,1.-Gastos de Administración	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67	\$ 18,676.67
-Gastos administrativos	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81	\$ 12,093.81
-Sueldos administrativos	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86	\$ 6,582.86
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37	\$ 4,081.37
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>					
-Depreciación	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 3,374.60	\$ 2,720.84
-Amortización por Cargas diferidas	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26	\$ 752.26
<b>IV.-Gastos Financieros</b>	<b>\$ 1,506.70</b>	<b>\$ 1,229.31</b>	<b>\$ 943.62</b>	<b>\$ 649.39</b>	<b>\$ 346.37</b>
-INTERÈS PRESTAMO	\$ 1,472.41	\$ 1,195.02	\$ 909.34	\$ 615.11	\$ 312.08
-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29	\$ 34.29
<b>V.-Amortización de la Deuda (CK)</b>	<b>\$ 9,277.28</b>	<b>\$ 9,554.67</b>	<b>\$ 9,840.36</b>	<b>\$ 10,134.58</b>	<b>\$ 10,437.61</b>
<b>VI.- Impuestos</b>					
-IGV A PAGAR	\$ 6,856.95	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,371.24
-Impuesto a la renta	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,588.09
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 1,238,133.30</b>	<b>\$ 1,259,048.52</b>	<b>\$ 1,259,048.52</b>	<b>\$ 1,259,048.52</b>	<b>\$ 1,258,621.49</b>
<b>SALDO</b>	<b>\$ 60,030.38</b>	<b>\$ 39,115.16</b>	<b>\$ 39,115.16</b>	<b>\$ 39,115.16</b>	<b>\$ 39,542.19</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

### 10.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El presente proyecto cuenta con dos estados de ganancias y pérdidas: un económico y un financiero.

Respecto al estado de ganancias y pérdidas económico, se identifica los ingresos que originan a la empresa cuando el segmento de clientes realiza su compra, sin considerar el gasto financiero de apalancamiento, de tal modo, que de acuerdo a la programación de ventas en 5 años se puede observar en la tabla el incremento año a año, lo cual implica un beneficio.

Tabla 33 Estado de ganancias y pérdidas económico

<b>ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS ECONÓMICO</b>					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 1,298,164	\$ 1,298,164	\$ 1,298,164	\$ 1,298,164	\$ 1,298,164
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 149,289</b>	<b>149,289</b>	<b>149,289</b>	<b>149,289</b>	<b>149,289</b>
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175
Gastos de Ventas	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081
Gastos Administrativos	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 3,473
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>129,641</b>
- GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>128,987</b>	<b>129,641</b>
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 10,319	\$ 10,319	\$ 10,319	\$ 10,319	\$ 10,371
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 118,668</b>	<b>118,668</b>	<b>118,668</b>	<b>118,668</b>	<b>119,269</b>
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 34,414	\$ 34,414	\$ 34,414	\$ 34,414	\$ 34,588
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 84,254</b>	<b>84,254</b>	<b>84,254</b>	<b>84,254</b>	<b>84,681</b>

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se muestra el estado de ganancias y pérdidas financiero donde se ve reflejada la necesidad de adquisición por parte de las fábricas agroindustriales proyectado en 5 años con la finalidad de verificar la utilidad neta por año, considerando el gasto financiero del apalancamiento, donde igualmente se refleja un aumento año tras año, lo que hace atractivo el proyecto.

Tabla 34 Estado de ganancias y pérdidas financiero

<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS FINANCIERO</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>INGRESOS</b>	1,298,164	1,298,164	1,298,164	1,298,164	1,298,164
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875	\$ 1,148,875
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 149,289</b>	<b>\$ 149,289</b>	<b>\$ 149,289</b>	<b>\$ 149,289</b>	<b>\$ 149,289</b>
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175	\$ 16,175
Gastos de Ventas	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081	\$ 4,081
Gastos Administrativos	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094	\$ 12,094
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 4,127	\$ 3,473
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>\$ 128,987</b>	<b>\$ 129,641</b>
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,507	\$ 1,229	\$ 944	\$ 649	\$ 346
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>\$ 127,480</b>	<b>\$ 127,757</b>	<b>\$ 128,043</b>	<b>\$ 128,337</b>	<b>\$ 129,294</b>
PARTICIPACION LABORAL (8%)	\$ 10,198	\$ 10,221	\$ 10,243	\$ 10,267	\$ 10,344
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 117,282</b>	<b>\$ 117,537</b>	<b>\$ 117,800</b>	<b>\$ 118,070</b>	<b>\$ 118,951</b>
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 34,012	\$ 34,086	\$ 34,162	\$ 34,240	\$ 34,496
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 83,270</b>	<b>\$ 83,451</b>	<b>\$ 83,638</b>	<b>\$ 83,830</b>	<b>\$ 84,455</b>

Fuente: Elaboración propia

## 10.2 FLUJO DE CAJA

Se presentan los movimientos de entradas y salidas de dinero en efectivo a fin de determinar la liquidez de la empresa, a través de ambos flujos de caja: un económico y un financiero, como se muestra a continuación:

Tabla 35 Flujo de caja económico

<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>I. INGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,396,964.89</b>
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 97,908.86
I.3 Valor Residual						\$ 892.35
<b>II. EGRESOS</b>	<b>140,698.58</b>	<b>1,223,222.46</b>	<b>1,244,137.69</b>	<b>1,244,137.69</b>	<b>1,244,137.69</b>	<b>1,244,364.41</b>
II.1. Inversión Total	\$ 140,698.58					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04
II.4 Participación Laboral		\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,371.24
II.5. IGVA a pagar		\$ 6,856.95	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,588.09
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74,941.22</b>	<b>\$ 54,025.99</b>	<b>\$ 54,025.99</b>	<b>\$ 54,025.99</b>	<b>\$ 152,600.48</b>
APORTE DE CAPITAL	\$ 140,698.58					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 74,941.22	\$ 54,025.99	\$ 54,025.99	\$ 54,025.99	\$ 152,600.48
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 74,941.22	\$ 128,967.21	\$ 182,993.20	\$ 237,019.20	\$ 389,619.68

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Flujo de caja financiero

<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>I. INGRESOS</b>	<b>49,244.50</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,298,163.68</b>	<b>1,396,964.89</b>
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68	\$ 1,298,163.68
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 97,908.86
I.3 Préstamo	\$ 49,244.50					\$ -
I.4 Valor Residual						\$ 892.35
<b>II. EGRESOS</b>	<b>140,698.58</b>	<b>1,234,006.44</b>	<b>1,254,921.67</b>	<b>1,254,921.67</b>	<b>1,254,921.67</b>	<b>1,255,148.39</b>
II.1. Inversión Total	\$ 140,698.58					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86	\$ 1,148,874.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04	\$ 22,758.04
II.4 Participación Laboral		\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,318.94	\$ 10,371.24
II.5. IGV a pagar		\$ 6,856.95	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17	\$ 27,772.17
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,413.67	\$ 34,588.09
II.7 Servicio de deuda		\$ 10,783.98	\$ 10,783.98	\$ 10,783.98	\$ 10,783.98	\$ 10,783.98
Amortización		\$ 9,277.28	\$ 9,554.67	\$ 9,840.36	\$ 10,134.58	\$ 10,437.61
Gastos financieros		\$ 1,506.70	\$ 1,229.31	\$ 943.62	\$ 649.39	\$ 346.37
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>\$ 64,157.24</b>	<b>\$ 43,242.01</b>	<b>\$ 43,242.01</b>	<b>\$ 43,242.01</b>	<b>\$ 141,816.51</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>\$ 452.01</b>	<b>\$ 368.79</b>	<b>\$ 283.09</b>	<b>\$ 194.82</b>	<b>\$ 103.91</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 64,609.25</b>	<b>\$ 43,610.81</b>	<b>\$ 43,525.10</b>	<b>\$ 43,436.83</b>	<b>\$ 141,920.42</b>
APORTE DE CAPITAL	\$ 91,454.08					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 64,609.25	\$ 43,610.81	\$ 43,525.10	\$ 43,436.83	\$ 141,920.42
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 64,609.25	\$ 108,220.05	\$ 151,745.16	\$ 195,181.99	\$ 337,102.41

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

Para que la implementación de un centro de acopio pueda abastecer a su porcentaje de mercado que es el 2% de la demanda insatisfecha, deberá mantener un equilibrio entre la venta de unidades de leche y la variable precio en dólares, es decir, lo mínimo que debe generar por sus ventas para no obtener pérdidas, pero tampoco ganancias, y todo esto, desde los puntos de vista financiero y económico, como se detalla a continuación:

<b>Costo de adquisición</b>	\$ 0.38
<b>Precio de venta</b>	\$ 0.44

*Tabla 37 Punto de equilibrio económico*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>punto de equilibrio en unidades</b>	<b>601549.11</b>	<b>715447.63</b>	<b>717278.42</b>	<b>719173.76</b>	<b>703600.59</b>
<b>punto de equilibrio en dólares</b>	<b>\$ 262,176.37</b>	<b>\$ 311,817.37</b>	<b>\$ 312,615.29</b>	<b>\$ 313,441.35</b>	<b>\$ 306,654.01</b>

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 38 Punto de equilibrio financiero*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>punto de equilibrio en unidades</b>	<b>842,840.41</b>	<b>1,002,425.53</b>	<b>1,004,990.67</b>	<b>1,007,646.27</b>	<b>992,860.30</b>
<b>punto de equilibrio en dólares</b>	<b>\$ 367,339.65</b>	<b>\$ 436,892.48</b>	<b>\$ 438,010.46</b>	<b>\$ 438,167.86</b>	<b>\$ 432,723.62</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para calcular la tasa de descuento tanto económicas, como financieras, se ha tomado en cuenta los siguientes criterios:

Se ha considerado un COK, que es el costo de oportunidad de capital, estimado en 12%, siendo una tasa moderada y/o conservadora, debido a que, esta tasa permitirá actualizar los flujos, considerando el tema coyuntural que está atravesando el país, se espera que con la reactivación de la economía las inversiones tengan mayor fluidez. Asimismo, se ha tomado la tasa de riesgo país para las inversiones, en 2.41%. Por su parte el impuesto a la renta se encuentra en 29%. Finalmente, se ha tomado la tasa de interés, según la entidad bancaria Scotiabank, siendo un 2.99%.

### 12.1 TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

Tabla 39 Tasa de descuento económica

<b>de =</b>	$\frac{\text{aporte propio} * (\text{COK} + \text{R}) + \text{Préstamo} * \text{ra}}{\text{inv. Total}}$
<b>TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA</b>	<b>0.1441 = 14.4100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40 Tasa de descuento financiera

<b>de =</b>	$\frac{\text{aporte propio} * (\text{COK} + \text{R}) + \text{Préstamo} * \text{ra} * (1 - 0.29)}{\text{inv. Total}}$
<b>TASA DE DESCUENTO FINANCIERA</b>	<b>0.10109515 = 10.1095%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 12.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

#### 12.2.1 Vane

Para el presente proyecto el valor actual neto económico (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$111,530.56, lo que implica generar dicha ganancia descontando los egresos y la inversión del total de ingresos, en ese sentido, se entiende que el proyecto de implementación de comercialización “GourmetClauts” S.R.L es económicamente viable.

El VAN se ha obtenido mediante la sustracción de los ingresos con los gastos, tanto comerciales, operativos, financieros e impuestos, desde el año 2021 al 2025, y el COK que es del 14.41%.



*Tabla 41 Valor actual neto económico*

<b>VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO</b>	
<b>VANE</b>	<b>\$111,530.56</b>

Fuente: Elaboración propia

### **12.2.2 TIRE**

El proyecto de inversión de implementación de la empresa “GourmetClauts” S.R.L, cuenta con una tasa interna de retorno económico del 41%, es decir que el proyecto es rentable ya que es mayor que el COK, determinándose su viabilidad.

*Tabla 42 Tasa interna de retorno económico*

<b>TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO</b>	
<b>TIRE</b>	<b>41%</b>

Fuente: Elaboración propia

### **12.2.3 B/C Económico**

La relación Beneficio/Costo es un indicador de rentabilidad importante para determinar cuánto de cada dólar invertido se está recuperando, para el cálculo de este se suman los ingresos obtenidos en el lapso de evaluación del proyecto teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo y se divide por los egresos que incluyen los costos y gastos incurridos por la empresa. La evaluación B/C económica nos da como resultado que por cada dólar invertido se obtiene \$1.03 de beneficio, es rentable en un nivel bajo.

*Tabla 43 Relación beneficio costo económico*

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO</b>	
<b>B/CE</b>	$\frac{\text{Valor presente de los ingresos}}{\text{Valor presente de los egresos}}$
<b>B/CE</b>	<b>1.03</b>

Fuente: Elaboración propia

### **12.2.4 Periodo de Recupero de Capital Económico.**

De acuerdo a los flujos actualizados y la inversión como aporte propio del 65%, se recuperará en 2 años, 11 mes y 9 días.

### **12.2.5 Índice de Rentabilidad**

El índice de rentabilidad del proyecto obtenido, obtiene \$1.79 de retorno por cada dólar propio invertido.

Tabla 44 Índice de rentabilidad

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
<b>IR =</b>	<b>1.79</b>

Fuente: Elaboración propia

### 12.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 12.3.1 Vanf

Para el presente proyecto el valor actual neto financiero (VAN) es positivo y mayor que cero, siendo esta: \$153,031.23, desde el año 2021 al 2025, siendo el WACC de 10.11%.

Tabla 45 Valor actual neto financiero

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
<b>VANF</b>	<b>\$153,031.23</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 12.3.2 Tifr

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual de 35.00% aporte financiero y 65.00% aporte propio, se puede determinar que el resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto, obteniendo como resultado una TIR de 57.49%.

Tabla 46 Tasa interna de retorno financiero

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
<b>TIRF</b>	<b>57.49%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 12.3.3 B/C Financiero

La evaluación de la relación beneficio costo financiera nos da como resultado que por cada sol invertido se obtiene \$1.03 de beneficio.

Tabla 47 Relación beneficio costo financiero

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</b>	
<b>B/CF</b>	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
<b>B/CF</b>	<b>1.03</b>

Fuente: Elaboración propia

### 12.3.4 Periodo de Recupero de Capital Financiero

El período de recupero del capital teniendo en cuenta la opción del porcentaje de la inversión financiada con deuda del 35%, se proyecta recuperar el capital en 1 años, 10 meses y 28 días.

### 12.3.5 Índice de Rentabilidad Financiero

Teniendo en cuenta el flujo de caja financiero, se obtendrá \$2.67 por cada dólar invertido en el proyecto.

*Tabla 48 índice de rentabilidad*

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	<u>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</u> INVERSIÓN TOTAL
<b>IR =</b>	<b>2.67</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

### 13.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Los aspectos principales cuyas variaciones pueden afectar positiva o negativamente serán:

- La participación de mercado.
- Costo de leche en polvo.
- Variación significativa en el precio de la divisa (dólar).

De tal manera que se eligió como factor más relevante a la participación del mercado del 2% al 1.47% por lo que las ventas programadas caerían hasta en un 26% situación en la cual el proyecto es viable.

*Tabla 49 Sensibilidad económica*

	SENSIBILIDAD ECONÓMICA					
	PORCENTAJE	VANE	TIR	B/C	IR	COK
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	1.47%	\$ 63,460.78	33.87%	1.02	1.02	14.41%

Fuente: Elaboración propia

### 13.2 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Para el análisis de sensibilidad financiera, se tomó en consideración a la participación de mercado la misma variable que el económico del 2% al 1.47% por lo que las ventas programadas caerían hasta en un 26% situación en la cual el proyecto es viable.

*Tabla 50 Sensibilidad financiera*

	SENSIBILIDAD FINANCIERA					
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR	COK
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	1.47%	\$ 93,266.17	47.20%	1.03	2.29	10.11%

Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 41% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 57.54% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 2% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de comercialización de sazónador de loche en polvo dirigido a restaurantes, tendrá una capacidad efectiva de 8274 bolsas de loche diarios.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en distrito de la Victoria en calle Américas y Grau N° 285 ya que es un lugar comercial y con fluidez de actividad económica, este se determinó utilizando el método multicriterio que permitió la localización de la empresa comercializadora.

El proceso de comercialización de sazónador de loche en polvo se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.

El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de una sociedad de responsabilidad limitada, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.

El proyecto tiene una inversión total de \$140,698.58, siendo su capital de trabajo de \$116,068.58 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$49,244.50 representando el 35%

Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK (para algunos proyectos fue la tasa de descuento económica) y el WACC (para algunos proyectos fue la tasa de descuento financiero) como tasas de actualización de 14.41% y 10.11% respectivamente, resultando un VANE de \$111,530.56 y un VANF de \$153,031.23 con una TIRE de 41% y TIRF de 57.49%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en la participación del mercado, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto, resultando el VANE varia en \$63,460.78 aprox. y la TIRE en 33.87%, VANF en \$93,266.17 y el TIRF en 47.20% por una disminución en 1.47%.

**RECOMENDACIONES**

Ejecutar el presente proyecto en el más breve plazo ya que se evidencia un mercado en crecimiento dándose las condiciones favorables para su implementación creando valor para los clientes, trabajadores e inversionistas; así mismo generando impacto social y económico al país, dentro del cumplimiento del marco legal vigente.

Considerar permanentemente protocolos de seguridad que se activen y enfrente a situaciones de actuales de salubridad.

Evaluar alianzas estratégicas con instituciones privadas y del estado y con empresas de servicios complementarios que generen una mayor participación de mercado.

Mantener un enfoque continuo en su plan de marketing a fin de garantizar el cumplimiento de las proyecciones realizadas y considerar permanentemente la documentación de los clientes.

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del producto.

Con la viabilidad económica y financiera del presente proyecto se sugiere la implementación de proyectos de inversión privada en el procesamiento del loche Lambayecano.

## REFERENCIAS

- Andina*. (23 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-revaloran-importancia-de-hortaliza-loche-festival-gastronomico-636737.aspx>
- Andina*. (23 de Octubre de 2016). Obtenido de *Andina*: <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-revaloran-importancia-de-hortaliza-loche-festival-gastronomico-636737.aspx>
- Andina*. (29 de Julio de 2017). *La Sierra y Selva Exportadora, la FIP Y Caritas dinamizarán producción en Bosque de Pómac*. Obtenido de [https://andina.pe/agencia/noticia-sierra-y-selva-exportadora-fip-y-caritas-dinamizaran-produccion-bosque-pomac-676652.aspx?fbclid=IwAR3sPhiuPIkMibsrQoLIIA96ysvyh0jn1Iokp8\\_FnZnFGmFyYS\\_fRNNnIro](https://andina.pe/agencia/noticia-sierra-y-selva-exportadora-fip-y-caritas-dinamizaran-produccion-bosque-pomac-676652.aspx?fbclid=IwAR3sPhiuPIkMibsrQoLIIA96ysvyh0jn1Iokp8_FnZnFGmFyYS_fRNNnIro)
- Aquino Mendez , E., & Sanchez Sandoval, R. (2015). DEGRADACIÓN Y CONSRVACIÓN DE LOS ALIMENTOS. *UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA*, 7.
- Arbizu Berrocal, C. (2019). *Repositorio La Molina*. Obtenido de Repositorio La Molina: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3865/arbizu-berrocal-carlos-irvin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baso, I., Espejo, R., Palomino, C., Flores, M., Chang, M., López, C., & Mansilla, R. (25 de setiembre de 2018). Estudios de biología floral, reproductiva y vicitantes florales "Loche" (*curcubita mochata duchesne*). *SciELO*, 17(2). doi:<http://dx.doi.org/10.21704/rea.v17i2.1239>
- Barboza Castro, J. D. (2017). *PROMOCIÓN DEL LOCHE LAMBAYECANO PARA SU USO TURISTICO EN EL CASERÍO DE POMA III – PITIPO PROMOTION OF THE LOCHE OF LAMBAYEQUE FOR TURISTIC USE IN THE POMA III HAMLET – PITIPO* Barboza Castro Jorwi Deivy 1 Recibido : 10-05-2017 Aprobado : 20-06-2017 Key wor.
- Cando Cando, V. C. (2015). *ANÁLISIS COSTO BENEFICIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ERP EN FORMA LOCAL VERSUS UN ERP EN LA NUBE - CASO DE ESTUDIO SAP R3 VS SAP BYDESING EN LA CIUDAD DE QUITO*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR.
- Cáritas del Perú*. (Febrero de 2012). Obtenido de <http://www.caritas.org.pe/documentos/loche.pdf>
- Cabrejos Becerra, J. (28 de Abril de 2013). *Rpp NOTICIAS*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/actualidad/el-loche-nucleo-de-la-gastronomia-lambayecana-noticia-589298?ref=rpp>



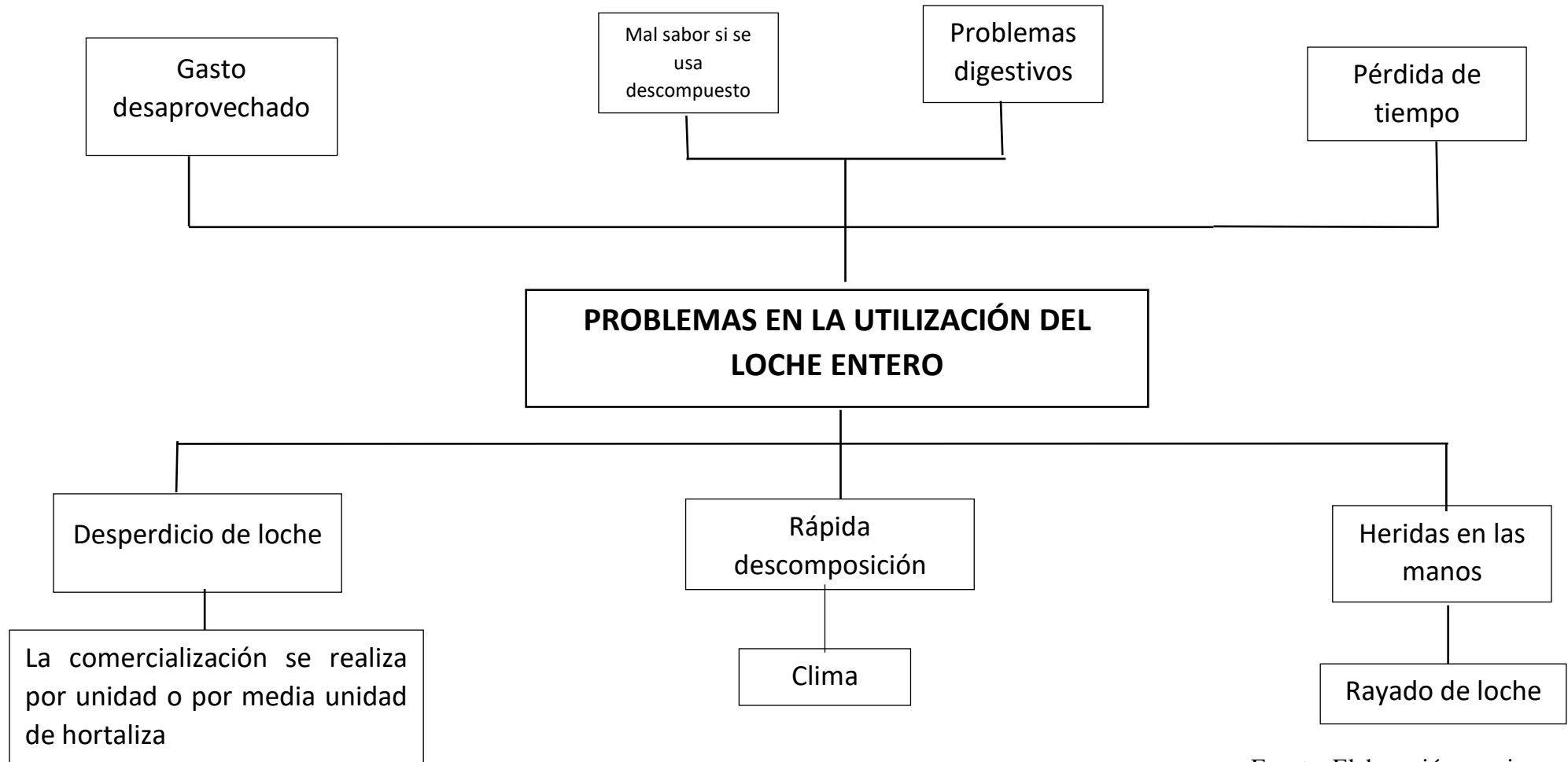
- Cajo Quintana , F., & Ipanaqué Guevara , H. (2016). EFECTO DEL TRATAMIENTO TÉRMICO SOBRE LA FIRMEZA, SABOR Y ACEPTABILIDAD GENERAL DEL ENLATADO DE CARNE DE CABRITO (*Capra hircus*) EN SALSA DE LOCHE (*Cucurbita moschata*), LAMBAYEQUE - 2016 . *Ingeniería: Ciencia, Tecnología e Innovación 2016* , 2.
- Diario El Comercio. (5 de Marzo de 2014). *El mercado de sazonadores crecerá entre 7% y 8% en el 2014*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-sazonadores-creceria-7-8-2014-299521-noticia/?ref=ecr>
- Diario El Peruano. (18 de Julio de 2019). Obtenido de Diario El Peruano: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2019/07/Ley-N%C2%B0-30983.pdf>
- Diario Gestión. (25 de Noviembre de 2018). *Perú es el decimo sexto país entre los proveedores de salsa y aderezos de Estados Unidos*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-decimo-sexto-pais-proveedores-salsas-aderezos-ee-uu-250836-noticia/?ref=gesr>
- DIGESA. (25 de Junio de 2014). *Requisitos necesarios para la exportación de alimentos*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=64099C47-92B8-47D6-B502-D265C699D5B3.PDF>
- FAO. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* . Obtenido de <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/es/>.
- Gestión. (28 de Noviembre de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/peru-es-distinguido-como-mejor-destino-culinario-por-octavo-ano-consecutivo-noticia/>
- INEI. (mayo de 2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informatica*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe\\_tecnico\\_pbi\\_i\\_trim2020.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf)
- Latino. (5 de Agosto de 2016). *INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO*. Obtenido de <http://www.latino.edu.pe/wp/2016/08/05/loche-un-zapallo-precolombino-cultivado-en-la-costa-norte-del-peru/>
- MINAGRI. (s.f.). Obtenido de MINAGRI: [https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/plan-cultivo-riego/reglam-PCR\\_050614.pdf](https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/plan-cultivo-riego/reglam-PCR_050614.pdf)
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10836:2015-enfermedades-transmitidas-por-alimentos-eta&Itemid=41432&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10836:2015-enfermedades-transmitidas-por-alimentos-eta&Itemid=41432&lang=es)
- Palú, E. (17 de Noviembre de 2005). *ISO 2200 Nuevo estándar mundial de seguridad alimentaria*. Obtenido de <http://gestion-calidad.com/wp-content/uploads/2016/09/Resumen-22000.pdf>

- Regalado Bobadilla, G. S. (2019). *Estudio de mercado para la intriducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo*. Obtenido de Estudio de mercado para la intriducción de un condimento de loche en la ciudad de Chiclayo: [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1945/1/TL\\_RegaladoBobadillaGienda.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1945/1/TL_RegaladoBobadillaGienda.pdf)
- SENASA. (28 de Junio de 2008). *Legislación alimentaria*. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/legislacion-9/>
- SENASA. (06 de Febrero de 2020). Obtenido de SENASA: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2020/02/DECRETO-SUPREMO-002-2020-MINAGRI.pdf>
- SEPA. (2017). *DIGESEP-MINAGRI*. Obtenido de DIGESEP-MINAGRI.
- SUNAT. (3 de Julio de 2003). *LEY DE PROMOCIÓN DE LAS PYMES N°28015*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Vasquez Nuñez, L. (29 de Febrero de 2016). *El loche producto emblemático de Lambayeque*. Obtenido de Blogs Spot: <https://leovanu.blogspot.com/2016/02/el-loche-producto-emblematico->
- Vásquez, L. (29 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://leovanu.blogspot.com/2016/02/el-loche-producto-emblematico-de.html>
- Vera, E. (13 de Octubre de 2016). *Camino del puente*. Obtenido de <https://caminodelpuente.wordpress.com/2016/10/13/jueves-ecologico-el-loche/>
- Vera, E. (13 de Octubre de 2016). *Jueves ecológico: El Loche*. Obtenido de Jueves ecológico: El Loche: <https://caminodelpuente.wordpress.com/2016/10/13/jueves-ecologico-el-loche/>

## ANEXOS

## ANEXO 01: ÁRBOL DE PROBLEMAS

Figura 8 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 2: MODELO CANVAS

Tabla 51 Modelo CANVAS

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES
<b>Cientes directos:</b> Restaurantes	-Logística y control de inventario. -Marketing online. -Distribución a los intermediarios.	-Ofrecer un sazónador de loche que conserve su sabor tradicional, a un precio accesible, que permite ahorro de tiempo, es de fácil adquisición y elimina los problemas de procesamiento y descomposición. Siendo un producto 100% natural.	-Interacción a través de las redes sociales con fotos y vídeos. -Tutoriales de cómo emplear el loche en la preparación de los platos. -Servicio post-venta: comentarios en el uso del producto.	- Dirigido a restaurantes criollos gourmet del departamento de Lambayeque y Distrito de Chiclayo.
	<b>RECURSOS CLAVE</b> -Personal capacitado. -Contar con medios de distribución. -Local. -Aporte de socios.		<b>CANALES</b> -Pedidos en tienda online. -Promoción a través de redes sociales: Facebook, Instagram y página web y banners publicitarios.	
	<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b> -Costo fijo (alquiler, luz, agua, internet y sueldo del personal). -Costo por mantenimiento de maquinarias. -Costo de distribución (gasolina y mantenimiento). -Costos administrativos. -Trámites legales. -Pago a proveedores -Gastos administrativos -Inversión de marketing		<b>FUENTE DE INGRESOS</b> -Pedidos en tienda online. -Opciones de pago: efectivo y tarjeta en tienda online.	

Fuente: Elaboración propia

### ANEXO 03: MAPA DE EMPATÍA-AMAS DE CASA Y RESTAURANTES

Tabla 52 Mapa de empatía para amas de casa

AMAS DE CASA	
LO QUE DICEN	LO QUE PIENSAN
<p><b>Ama de casa 01:</b></p> <p>- ¿Qué opina usted del loche?</p> <p>Loche es un producto tradicional en las comidas norteñas, que ha sido utilizado desde los Mochicas y antiguos Lambayecanos.</p> <p><b>Ama de casa 02:</b></p> <p>- ¿Qué opina usted del loche en polvo?</p> <p>Es un producto emblemático en la cocina Lambayecana.</p>	<p><b>Ama de casa 01:</b></p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Es importante en nuestras comidas, porque conserva el sabor norteño.</p> <p><b>Ama de casa 02:</b></p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Es un producto que resalta en los platos típicos norteños.</p>
LO QUE HACEN	LO QUE SIENTEN
<p><b>Ama de casa 01:</b></p> <p>Preparar todas sus comidas con loche</p> <p><b>Ama de casa 02:</b></p> <p>Compra el loche dos veces por semana al mes.</p>	<p><b>Ama de casa 01:</b></p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Al cocinar con el loche, se siente en su lugar de origen.</p> <p>Siento felicidad</p> <p><b>Ama de casa 02:</b></p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Emoción al tener este producto ya que, dan un sabor único y deliciosa a las comidas.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53 Mapa de empatía restaurantes

RESTAURANTES	
LO QUE DICEN	LO QUE PIENSAN
<p><b>Restaurante 01:</b></p> <p>- ¿Qué opina usted del loche en polvo?</p> <p>El loche era un insumo infaltable en la gastronomía.</p>	<p><b>Restaurante 01:</b></p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Las comidas norteñas que la gente consume debe estar preparada con loche.</p>
<p><b>Restaurante 02:</b></p> <p>- ¿Qué opina usted del loche en polvo?</p> <p>Refuerza la unidad cultural de Lambayeque.</p>	<p><b>Restaurante 02:</b></p> <p>- ¿Qué pienso sobre el loche?</p> <p>Fruto tradicional de Lambayeque que cubre gran variedad de potajes emblemáticos norteño.</p>
LO QUE HACEN	LO QUE SIENTEN
<p><b>Restaurante 01:</b></p> <p>Compro tres unidades de loche de ½ kilo a la semana.</p>	<p><b>Restaurante 01:</b></p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Emoción que la gente asista a disfrutar estos platos.</p>
<p><b>Restaurante 02:</b></p> <p>Hacer pedido de loche por delivery, dependiendo del número de transacciones que se hacen para semana o fin de semana.</p>	<p><b>Restaurante 02:</b></p> <p>- ¿Qué siente?</p> <p>Satisfacción que con el toque especial que se da a cada plato, las personas vuelvan a consumir y recomienden a otras personas.</p>

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 04: BANNER PUBLICITARIO

Figura 9 Banner publicitario



Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 05: PÁGINA DE FACEBOOK

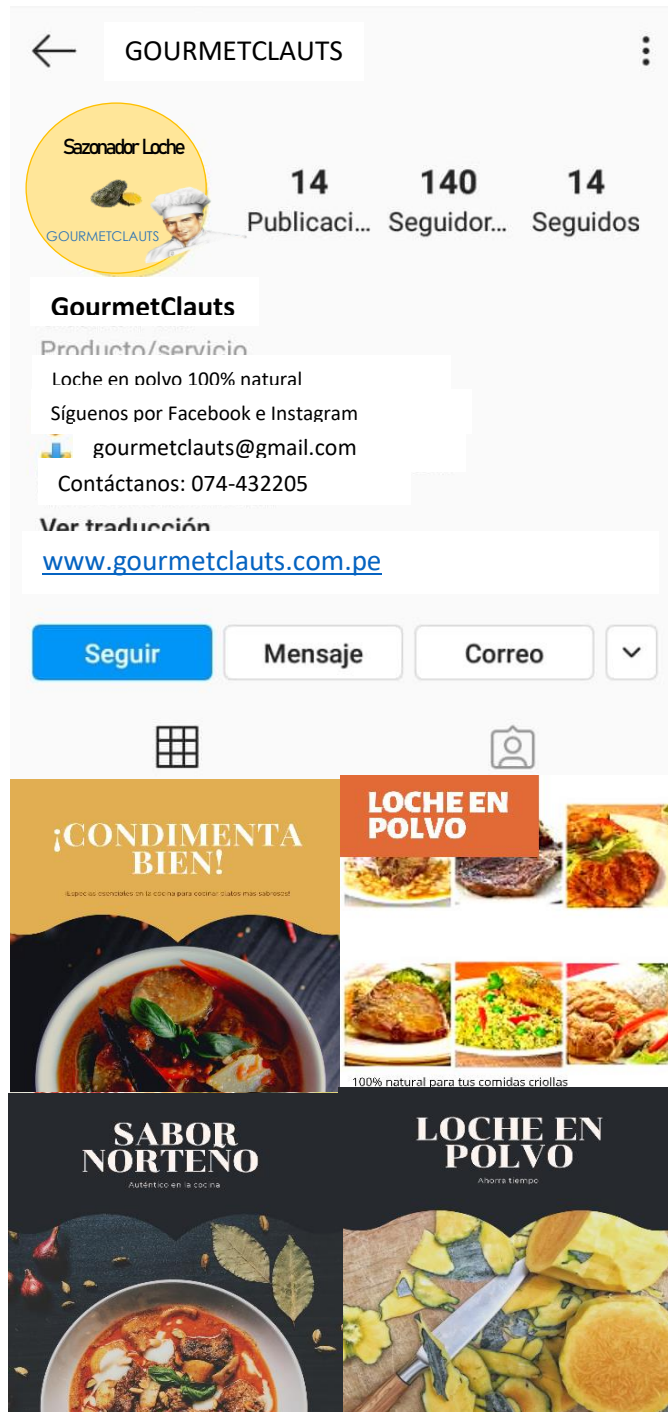
Figura 10 Página de facebook



Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 06: PÁGINA DE INSTAGRAM

Figura 11 Página de instagram



Fuente: Elaboración propia



## ANEXO 07: PÁGINA WEB

Figura 12 Página web

Sazonador Loche  
*GourmetClauts*

Nosotros Producto-Loche en polvo Recetario Loche Promociones Contacto

Sazonador Loche  
GOURMETCLAUTS

- Siempre listo, siempre rico -

*Ubicanos en:*  
\*\*\*  
Calle Américas y Grau #285

*Atención*  
\*\*\*  
Lunes -Viernes: 08 am - 06 pm  
Sábados: 08 am - 02 pm

*Reserva Online*  
Quantity

Date Time Party Size Submit

*For private occasions*  
123-456-7890 | gourmetclauts@gmail.com  
Or fill in the form and we will get back to you shortly:

Name  
Email  
Type your message here...

Thanks for submitting! Submit

\*\*\*  
© 2023 by Modella. Proudly created with [Wix.com](#)

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 08: INVERSIÓN FIJA TANGIBLE***Tabla 54 Inversión fija tangible*

<b>EQUIPOS</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Aire acondicionado	1	\$ 428.57	\$ 363.20	\$ 65.38	\$ 428.57
Impresora multifuncional	1	\$ 371.43	\$ 314.77	\$ 56.66	\$ 371.43
Computadoras	4	\$ 571.43	\$ 1,937.05	\$ 348.67	\$ 2,285.71
<b>TOTAL</b>		\$ 1,371.43	\$ 2,615.01	\$ 470.70	\$ 3,085.71

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Escritorios	4	\$ 85.71	\$ 290.56	\$ 52.30	\$ 342.86
Sillas Giratorias	4	\$ 142.86	\$ 484.26	\$ 87.17	\$ 571.43
Mostrador	1	\$ 100.00	\$ 84.75	\$ 15.25	\$ 100.00
Archivadores	5	\$ 3.71	\$ 15.74	\$ 2.83	\$ 18.57
Mueble	1	\$ 168.57	\$ 142.86	\$ 25.71	\$ 168.57
Mesa para sala de reuniones	1	\$ 342.86	\$ 290.56	\$ 52.30	\$ 342.86
Bancos plasticos	15	\$ 3.97	\$ 50.48	\$ 9.09	\$ 59.57
Televisor	2	\$ 162.57	\$ 275.54	\$ 49.60	\$ 325.14
<b>TOTAL</b>		\$ 1,010.26	\$ 1,634.75	\$ 294.25	\$ 1,929.00

<b>ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Focos	15	\$ 3.43	\$ 43.58	\$ 7.85	\$ 51.43
Lámparas	2	\$ 17.14	\$ 29.06	\$ 5.23	\$ 34.29
Reloj de pared	2	\$ 23.69	\$ 40.15	\$ 7.23	\$ 47.37
<b>TOTAL</b>		\$ 44.26	\$ 112.78	\$ 20.30	\$ 133.09

<b>MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Botiquín	1	\$ 10.00	\$ 8.47	\$ 1.53	\$ 10.00
Extintor PQS ABC (4 Kg )	1	\$ 12.14	\$ 10.29	\$ 1.85	\$ 12.14
Lámparas de Emergencia	2	\$ 8.57	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Señalización	8	\$ 0.57	\$ 3.87	\$ 0.70	\$ 4.57
<b>TOTAL</b>		\$ 31.29	\$ 37.17	\$ 6.69	\$ 43.86

<b>Transporte</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Total con IGV</b>
Camioneta	1	\$ 15,000.00	\$ 12,711.86	\$ 2,288.14	\$ 15,000.00
<b>TOTAL</b>		\$ 15,000.00	\$ 12,711.86	\$ 2,288.14	\$ 15,000.00

	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE</b>	\$ 17,111.57	\$ 3,080.08	\$ 20,191.66

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 09: INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE***Tabla 55 Inversión fija intangible*

<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>	
Búsqueda Comercial (SUNARP)	\$ 0.97	\$ 0.17	\$	1.14
Estatutos	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
ROF	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
MOF	\$ 48.43	\$ 8.72	\$	57.14
Minuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$ 33.90	\$ 6.10	\$	40.00
Escritura Pública	\$ 21.79	\$ 3.92	\$	25.71
Inscripcion en la SUNARP	\$ 102.80	\$ 18.50	\$	121.31
Legalizar Libro Mayor	\$ 3.63	\$ 0.65	\$	4.29
Legalizar Libro Caja	\$ 3.63	\$ 0.65	\$	4.29
Licencia de Funcionamiento	\$ 58.63	\$ 10.55	\$	69.18
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	\$ 54.00	\$ 9.72	\$	63.71
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$ 24.70	\$ 4.45	\$ 29.14	
Fumigación	\$ 16.95	\$ 3.05	\$	20.00
Imprenta para elaborar comprobantes de pago	\$ 9.69	\$ 1.74	\$	11.43
Diseño del programa informático	\$ 36.32	\$ 6.54	\$	42.86
	<b>\$ 512.28</b>	<b>\$ 92.21</b>	<b>\$</b>	<b>604.49</b>

---

**LICENCIAS Y PATENTES**


---

<b>Descripción</b>	<b>Precio Sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio Con IGV</b>
Certificado de Salubridad	\$ 5.81	\$ 1.05	\$ 6.86
Licencia Municipal de Funcionamiento - Lambayeque	\$ 205.20	\$ 36.94	\$ 242.13
Registro de marca en Indecopi	\$ 200.00	\$ 36.00	\$ 236.00
Tasa de solicitud de patente	\$ 174.33	\$ 31.38	\$ 205.71
Patente de invención	\$ 133.17	\$ 23.97	\$ 157.14
Publicación de la patente en Diario El Peruano	\$ 33.90	\$ 6.10	\$ 40.00
Declaración Jurada de Actividad Comercial	\$ 12.11	\$ 2.18	\$ 14.29
Software	\$ 286.68	\$ 51.60	\$ 338.29
<b>Total</b>	<b>\$ 1,051.20</b>	<b>\$ 189.22</b>	<b>\$ 1,240.42</b>

---

**GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA**


---

<b>Descripción</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
Instalación de servicios telefónicos - Movistar Total	\$ 14.53	\$ 2.62	\$ 17.14
Pruebas preliminares de las diferentes instalaciones	\$ 121.07	\$ 21.79	\$ 142.86
Gastos de Inauguración	\$ 121.07	\$ 21.79	\$ 142.86
<b>Total</b>	<b>\$ 256.66</b>	<b>\$ 46.20</b>	<b>\$ 302.86</b>

<b>OTROS GASTOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
Asistencia técnica	\$ 242.13	\$ 43.58	\$ 285.71
Plataforma web de la empresa	\$ 1,025.98	\$ 184.68	\$ 1,210.65
Exámenes médicos	\$ 251.82	\$ 45.33	\$ 297.14
Limpieza y Desinfección del Local	\$ 242.13	\$ 43.58	\$ 285.71
<b>Total</b>	<b>\$ 1,762.06</b>	<b>\$ 317.17</b>	<b>\$ 2,079.23</b>
<b>SUB TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>\$ 3,582.19</b>	<b>\$ 644.79</b>	<b>\$ 4,226.99</b>
<b>otras inversiones intangibles (5%)</b>	<b>\$ 179.11</b>	<b>\$ 32.24</b>	<b>\$ 211.35</b>
	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>\$ 3,761.30</b>	<b>\$ 677.03</b>	<b>\$ 4,438.34</b>

Fuente: Elaboración propia