

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



**Proyecto de inversión privada para la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, provincia de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, 2023**

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

**AUTOR**

**Leonardo Franco Castañeda Nizama**

**ASESOR**

**Jorge Augusto Mundaca Guerra**

<https://orcid.org/0000-0002-6793-3257>

**Chiclayo, 2023**

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

21%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

FUENTES PRIMARIAS

---

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	12%
2	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="http://biblio3.url.edu.gt">biblio3.url.edu.gt</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	<1%
6	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://tesis.ucsm.edu.pe">tesis.ucsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://infoalimentarios.files.wordpress.com">infoalimentarios.files.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://kipdf.com">kipdf.com</a> Fuente de Internet	

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación se lo dedico a Dios en primer lugar por siempre cuidar de mí, brindarme salud y la capacidad suficiente para continuar adelante con mi formación universitaria, a mis padres por apoyarme y aconsejarme desde mis primeros días para poder cumplir mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia y amigos por brindarme su apoyo constante, y un agradecimiento especial a mi docente Dr. Jorge Mundaca Guerra por darme de su tiempo y orientarme durante todo el transcurso de la formulación del proyecto de investigación, ya que sus consejos han sido relevantes para la constante mejora del presente trabajo.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA... 8</b>	
<b>1.1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2. OBJETIVOS.....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1. TIPO, NIVEL Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPITULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>22</b>
<b>4.1. ÁRBOL DE PROBLEMA.....</b>	<b>22</b>
<b>4.2. MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>23</b>
<b>4.3. DESARROLLO DEL MODELO DEL NEGOCIO.....</b>	<b>25</b>
<b>4.3.1. PLAN ESTRATEGICO - ANÁLISIS DEL ENTORNO.....</b>	<b>25</b>
<b>4.3.2. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>35</b>
<b>4.3.3. ESTUDIO TECNICO.....</b>	<b>40</b>
<b>4.3.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>53</b>
<b>4.3.5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....</b>	<b>64</b>
<b>4.4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO: .....</b>	<b>76</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>96</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>98</b>

## RESUMEN

En los últimos años se ha visto un incremento de personas que buscan llevar una vida saludable, consumiendo productos naturales, en su mayoría proveniente de animales y que estos tengan la menor cantidad de conservantes, por lo que se ha visto que los peruanos han aproximado en su mayoría a lo que vendrían a ser los productos lácteos, esto porque al venir de la vaca, resulta como uno de los productos que más aporte proteico ofrecen; por ello se cree conveniente y una buena oportunidad el poder invertir en uno de los alimentos que resultan básicos en la canasta familiar peruana, como es el caso del queso, específicamente el queso fresco. Es por eso que el presente proyecto tiene por objetivo determinar la viabilidad para la instalación de una planta productora de queso fresco en el departamento de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, por eso se consideró aplicar un enfoque de tipo proyectivo. Así el estudio podrá mostrar la verdadera viabilidad que tendrá el proyecto de inversión y así darse cuenta si este rubro permite crecer económicamente al país.

**PALABRAS CLAVES:** Planta productora, inversión, evaluación de proyecto, demanda, estrategias, rentabilidad.

## ABSTRACT

In recent years there has been an increase in people who seek to lead a healthy life, consuming natural products, mostly from animals and that these have the least amount of preservatives, so it has been seen that Peruvians have approached in mostly to what would come to be dairy products, this because coming from the cow, it is one of the products that offer the most protein content; For this reason, it is considered convenient and a good opportunity to be able to invest in one of the foods that are basic in the Peruvian family basket, such as cheese, specifically fresh cheese. That is why the objective of this project is to determine the feasibility for the installation of a fresh cheese production plant in the department of Cajamarca, for its commercialization at a national level, for this reason it was considered to apply a projective approach. Thus, the study will be able to show the true viability of the investment project and thus realize if this item allows the country to grow economically.

**KEYWORDS:** Production plant, investment, project evaluation, demand, strategies, profitability.

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

### **1.1. INTRODUCCIÓN**

Los derivados lácteos son un factor resaltante para la dieta alimenticia de los peruanos, gracias a su gran aporte de proteínas, carbohidratos, grasas, calcio, hierro y zinc, haciéndolo uno de los alimentos más consumidos por la población. Según información del Midagri (2021), durante el año 2020, en el Perú, el consumo de leche anual fue de 81,0 kilogramos per cápita, lo que pondría al Perú como un país de consumo medio de leche; ya que especialistas dicen cada persona debe consumir al año por lo menos 180 kilogramos de leche o derivados, estando el país casi 100 kilos menos de lo recomendado, ya que una persona al día debe ingerir por lo menos 3 porciones de leche. Según Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, en el año 2020, el Perú ha producido 2 138 028 toneladas de leche fresca de vacuno, lo cual ha involucrado a 452 218 familias que forman parte de esta actividad, incluyendo tanto a grandes, medianos y pequeños productores, que mayormente se encuentran en las principales cinco cuencas productoras de leche que son Cajamarca con un 17.12%, Lima con un 16.94%, Arequipa con un 16.77%, La Libertad con 7.37% y por último Puno con un 6.16%.

A pequeña escala, la producción de leche resulta ser más competitiva, por lo que los costos de producción resultan ser muy parecidos, o incluso menores a comparación de las empresas grandes que son más tecnológicas. Eso da como consecuencia una gran gama de beneficios para la sociedad. Hay que considerar que esta puede ser una actividad accesible para un gran número de la población de zonas rurales o semi rurales, dándoles beneficios desde el instante en el que el ganado bovino empieza con la etapa de lactación. Del mismo modo, la producción artesanal de leche, no genera dependencia de terceros y significa un ingreso diario en efectivo para estas personas. Se podría decir que en el Perú no hay otra actividad agropecuaria en pequeña escala que

deje un flujo de efectivo tan dinámico como la producción de leche, ya sea para su consumo propio o para su venta, lo cual beneficia a las familias productoras y los ayuda a cubrir sus gastos cotidianos. Meneses, E (2011).

Zavala, M (2010) afirma que el queso ya es parte de la canasta básica de las familias y que mantiene una participación considerable en el consumo de sus diferentes presentaciones. Debido a la inobservancia del Codex alimentarius en el Perú, con respecto al queso fresco, no se sabe que existen estándares mínimos que deben cumplir obligatoriamente, lo que deja a la industria reemplazar la leche con sucedáneos, como el cambiar la grasa láctea por aceite vegetal y productos en base de sueros de leche, lo que ocasiona una competencia desleal a los ganaderos, porque elimina de cierto modo su rentabilidad en la producción de leche, ya que los costos de estos sustitutos resultan inferiores a los de la producción de leche.

De la producción de leche total, el 43% se dirige a la producción de derivados lácteos, resaltando aquí la elaboración de quesos.

En el cuadro se muestra la producción de queso fresco entre los años 2015 y 2020.

PRODUCCIÓN DE LECHE INDUSTRIALES Y DERIVADOS LÁCTEOS DE LA AGROINDUSTRIA LÁCTEA, TONELADAS, 2015 – 2020

Categorías	2015	2017	2019	2020 P/	Part. % 2020	Var. % 19/20	Var. % 15/20
<b>A. Leches industriales</b>	<b>649 960</b>	<b>629 274</b>	<b>637 819</b>	<b>633 072</b>	<b>100,00%</b>	<b>-0,74%</b>	<b>-2,60%</b>
Evaporada	499 856	459 133	455 242	472 959	74,71%	3,89%	-5,38%
Pasteurizada	143 437	163 788	174 523	154 287	24,37%	-11,60%	7,56%
Leche Condensada	6 666	6 353	8 053	5 826	0,92%	-27,66%	-12,60%
<b>B. Derivados lácteos</b>	<b>245 235</b>	<b>198 081</b>	<b>211 453</b>	<b>217 147</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,69%</b>	<b>-11,45%</b>
Yogurts	207 204	160 224	168 054	173 954	80,11%	3,51%	-16,05%
Queso Madurado (tipo suizo)	14 229	12 844	15 710	15 629	7,20%	-0,52%	9,83%
Manjar blanco	6 247	6 565	6 960	7 201	3,32%	3,46%	15,28%
Mantequilla	4 526	4 942	5 616	7 079	3,26%	26,06%	56,41%
Queso fresco	6 491	6 254	6 623	6 720	3,09%	1,46%	3,53%
Cremas	5 866	6 710	7 945	6 017	2,77%	-24,26%	2,58%
Queso mantecoso	672	541	545	547	0,25%	0,37%	-18,61%
<b>Total (A + B)</b>	<b>895 195</b>	<b>827 355</b>	<b>849 272</b>	<b>850 219</b>	<b>-</b>	<b>0,11%</b>	<b>-5,02%</b>

P/ Dato preliminar.

Fuente: Midagri (2021).

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia del Indecopi.

La producción nacional anual de leche en el Perú es de 1900 millones de litros, y Cajamarca tiene una producción anual superior a los 361 000 000 litros, lo que equivale al 19%. La región del

Cumbe es la primera cuenca lechera del Perú. Por ello se ha escogido la región de Cajamarca como centro de acopio de leche, ya que el departamento cuenta con varios productores lácteos, tanto a grande como pequeña escala, que pueden abastecer a toda la región y de ese modo el consumo de leche incrementa en la población, que es lo que se busca.

En el cuadro se muestra la cantidad producida por cuenca, siendo la zona norte la que más aporta gracias al departamento de Cajamarca.

PRODUCCIÓN DE LECHE FRESCA Y RENDIMIENTO POR VACA SEGÚN CUENCA LECHERA, 2015 – 2020

Región	Producción (toneladas)		Part. % 2020	Rendimiento (Kg/Unidad/Año)	
	2015	2020 P/		2015	2020 P/
<b>Cuenca Norte</b>	<b>470 395</b>	<b>524 853</b>	<b>24,6%</b>	<b>2 413</b>	<b>2 455</b>
Cajamarca	345 029	367 231	17,2%	2 255	2 239
La Libertad	125 366	157 623	7,4%	2 987	3 167
<b>Cuenca Centro</b>	<b>441 721</b>	<b>499 778</b>	<b>23,4%</b>	<b>3 635</b>	<b>3 929</b>
Lima	342 846	362 240	17,0%	4 332	5 042
Ica	51 005	78 920	3,7%	5 380	5 626
Junín	47 870	58 618	2,7%	1 455	1 418
<b>Cuenca Sur</b>	<b>374 912</b>	<b>400 639</b>	<b>18,8%</b>	<b>4 296</b>	<b>4 610</b>
Arequipa	335 534	358 535	16,8%	4 402	4 736
Moquegua	15 891	17 617	0,8%	3 044	3 126
Tacna	23 487	24 487	1,1%	4 028	4 393
<b>Otras Regiones</b>	<b>616 148</b>	<b>710 611</b>	<b>33,3%</b>	<b>1 277</b>	<b>1 484</b>
<b>Total Nacional</b>	<b>1 903 176</b>	<b>2 135 881</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 148</b>	<b>2 356</b>

P/ Dato preliminar.

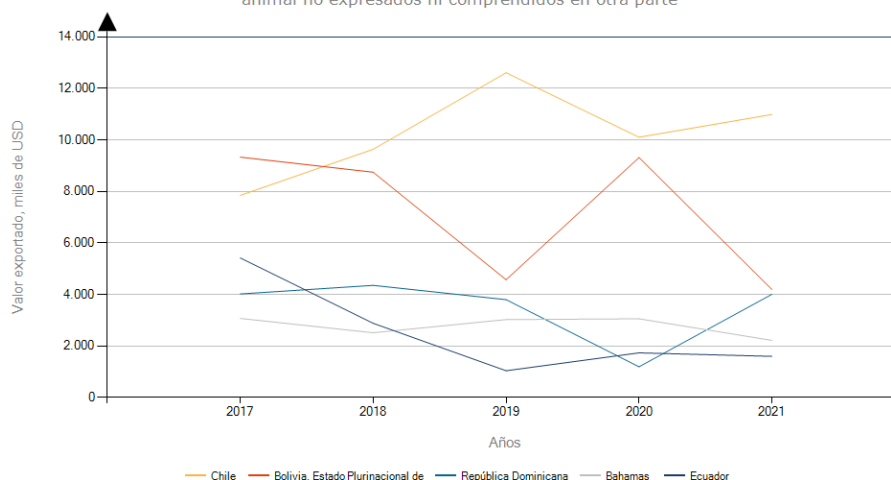
Fuente: Midagri (2021).

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia del Indecopi.

Chávez, M (2006), dice que una planta productora láctea viene a ser el edificio adecuado de acopio donde se manipulará de una correcta forma la leche, para guardar sus nutrientes y calidad para posteriormente comercializarla. En este proceso industrial de leche, interviene el uso de una variedad de maquinaria industrial necesaria, para poder ofrecer al mercado un producto de alta calidad.

Según TRADE MAP, página de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, en el Perú, los principales países a los cuales exporta el queso fresco son Chile, Bolivia, República Dominicana, Bahamas y Ecuador, como se puede ver en el siguiente cuadro:

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú  
 Producto : 04 Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte



En el cuadro se puede observar la cantidad de queso fresco son exportados por el Perú, hacia algunos países:

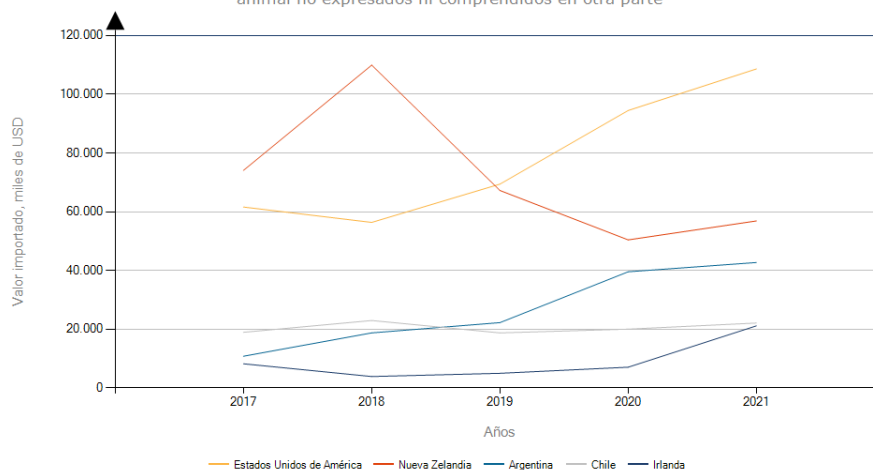
Tipos de lácteos	Años							Part. % 2021	Var. % 21/20	Var. Ac. % 21/15
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021			
Leche evaporada	72.46	77.08	78.51	82.66	66.90	57.39	15.39	84.85%	-73.18%	-78.76%
Leche condensada	3.97	5.94	4.11	7.39	5.23	1.64	1.38	7.60%	-15.98%	-65.26%
Leche UHT	1.03	1.00	0.79	1.14	0.86	0.63	0.62	3.42%	-1.93%	-39.55%
Queso fresco	0.09	0.10	0.24	0.32	0.53	0.45	0.48	2.64%	5.56%	462.52%
Yogurt	0.07	0.12	0.10	0.09	0.16	0.20	0.21	1.18%	7.82%	186.22%
Otros lácteos	1.06	0.12	0.12	0.05	0.24	0.21	0.05	0.30%	-73.50%	-94.84%
<b>Total</b>	<b>78.68</b>	<b>84.36</b>	<b>83.87</b>	<b>91.65</b>	<b>73.92</b>	<b>60.52</b>	<b>18.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>-70.03%</b>	<b>-76.95%</b>

Fuente: Sunat.

Elaboración: Dirección Nacional de Promoción e Investigación de la Libre Competencia del Indecopi.

Y en las importaciones, entre los principales países a los cuales el Perú le compra son Estados Unidos, Nueva Zelanda, Argentina, Chile e Irlanda, así como se aprecia en el siguiente cuadro:

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú  
 Producto : 04 Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte



A continuación, se puede ver la cantidad de queso que se importan en el Perú, considerando toneladas hasta el año 2021.

Tipos de lácteos	Años							Part. % 2021	Var. % 21/20	Var. Ac. % 21/15
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021			
Quesos	4.92	5.34	6.23	7.10	8.32	7.55	10.22	42.03%	35.29%	107.86%
Leche condensada	3.91	4.64	3.79	4.97	4.73	6.16	7.31	30.07%	18.79%	87.24%
Leche sin concentrar	11.12	5.67	0.84	0.83	1.28	3.70	3.19	13.13%	-13.71%	-71.30%
Leche evaporada	-	-	-	0.68	1.30	3.66	2.95	12.13%	-19.40%	-
Mantequilla	1.11	0.69	0.56	0.74	0.87	0.56	0.62	2.57%	10.81%	-43.86%
Otras leches concentradas	1.16	0.03	0.04	0.03	0.02	0.11	0.02	0.07%	-83.60%	-98.45%
Yogurt	0.01	0.01	0.01	0.00	-	0.00	-	0.00%	-100.00%	-100.00%
<b>Total general</b>	<b>22.22</b>	<b>16.39</b>	<b>11.46</b>	<b>14.36</b>	<b>16.52</b>	<b>21.74</b>	<b>24.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>11.84%</b>	<b>9.41%</b>

Fuente: Sunat.

Elaboración: Dirección Nacional de Promoción e Investigación de la Libre Competencia del Indecopi.

Con esa información se puede decir que el Perú importa más queso del que exporta, esto debido a que el país no se abastece con la cantidad de leche que recoge. Por lo que se puede apreciar en el siguiente cuadro, la demanda, oferta y brecha que hay de este producto en el país.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	BRECHA
2020	92,960	87,300.61	5,659.39
2021	93,240	89,439.61	3,529.39
2022	93,520	90,489.17	3,030.83

Fuente: MIDAGRI (2022)

Con esta información se podrá dar inicio al proyecto, el cual va a buscar cubrir esta brecha entre la oferta y demanda de queso fresco en el Perú.

### Formulación del problema

¿Será viable la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, departamento de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional?

## **1.2. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Determinar la viabilidad para la instalación de una planta productora de queso fresco en el departamento de Cajamarca.

### **Objetivos específicos**

- Desarrollar el modelo de negocio del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad estratégica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad del mercado del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad organizacional del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad económica-financiera del proyecto de inversión.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **La Leche:**

El Sistema de Información sobre Comercio Exterior de la Unidad de Comercio de la Organización de los Estados Americanos (s.f.) define a la leche como un líquido de composición compleja, teniendo un color blanco opaco y siendo de sabor dulce. Cuya principal intención es la de alimentar en su mayoría durante los primeros meses y años de vida, y que por medio de un proceso se puede procesar para el consumo humano, aportando valores nutricionales. Chávez (2006) menciona que la leche es el producto fresco del ordeño del ganado vacuno que cumple con ciertas características establecidas y que ofrece sustancias como lo es la lactosa, proteínas, compuesta de grasa y agua. Por todo ello, la leche viene a ser el alimento más completo y proporcionado para los primeros meses de vida del ser humano y para su consumo en cualquier edad.

### **Queso fresco:**

Según la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 1528 (2012), se entiende como queso fresco al producto listo para el consumo luego de su elaboración y sin sujeto a cambios físicos, ni químicos; así mismo, Madrid indica que estos presentan “un alto contenido en humedad y no han sido sometidos a maduración” (como se citó en Sánchez, 2015).

### **Proceso productivo:**

Se entiende como proceso productivo a la creación de un bien o servicio mediante la combinación o transformación de factores necesarios para conseguir satisfacer la demanda del mercado. (Montoyo, 2012).

### **Procesamiento de la Leche:**

Para procesar la leche, existen diversas características que van a influir en su grado de calidad, como lo es la salud de la vaca, la limpieza en el ordeño y la limpieza en el manejo del

Producto, siendo similar al tratamiento del agua, el cual es obligatorio para asegurar la calidad de este alimento, haciéndose mediante la pasteurización. Meneses (2011) nos dice que se debe transformar en distintos tipos de alimentos para que su comercialización sea aún superior, aparte de que se generarán ingresos. Puesto que aunque los métodos de pasteurización eliminan bacterias, no desaparece a los organismos que descomponen los alimentos, por ejemplo en climas tropicales la leche luego de estar un tiempo en temperatura ambiente, no resulta útil para el consumo humano.

**Oferta:**

Paz et al., (2017) menciona que la oferta se le puede considerar a cierta cantidad de productos, ya sean bienes o servicios que ciertas empresas están dispuestas a vender a los diferentes precios del mercado.

**Demanda:**

Kotler et al. (2000) dice que la demanda es considerada como la necesidad que se posee sobre cierto producto que debe estar avalado por una suficiencia en el pago. (p.10).

**Tecnología:**

La tecnología es aquel saber experto que parte desde el conocimiento científico que sirve para investigar, diseñar artefactos y planear la realización, operación y mantenimiento de nuevas herramientas apoyados en el saber científico. (García, 2010).

**Estrategia competitiva:**

Herrero (2018) define a la estrategia competitiva como el total de acciones que se usan para sacar cierta ventaja ante los demás competidores, siendo el principal objetivo crear una ventaja competitiva que se mantenga a largo plazo y gene una rentabilidad superior.

**Mercados:**

Freire et al. (2014), el mercado es aquel espacio donde se realizan las transacciones de

venta y compra de bienes o servicios elaboradores, con precios fijos.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. TIPO, NIVEL Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

#### **Tipo de investigación**

El estudio tendrá base una investigación proyectiva, debido a que por medio de procesos se obtendrán nuevos conocimientos con respecto a la problemática. Del mismo modo se buscará una buena solución para el problema, y velando por el bien de los peruanos.

#### **Nivel de la investigación**

Nivel Sistémica.

#### **Línea de investigación**

Gestión empresarial e innovación.

## 3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSION	SUB DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	Modelamiento	<p>IDEA</p> <p>PROBLEMA CENTRAL</p> <p>MODELO DE NEGOCIO</p>	<p>PROBLEMA DE MERCADO (Necesidad insatisfecha)</p> <p>OFERTA DE VALOR EMOCIONAL Y RACIONAL (beneficio buscado)</p>	<p>Árbol de Problemas</p> <p>Modelo CANVAS</p>
	PLAN ESTRATEGICO	<p><u>ENTORNO EMPRESARIAL:</u> ANALISIS INTERNO Y EXTERNO DEL SECTOR (FODA)</p> <p>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• COSTOS Y PRECIOS</li> <li>• DIFERENCIACION</li> <li>• ENFOQUE SEGMENTO</li> </ul> <p>VENTAJAS COMPETITIVAS: (EFICIENCIA, EFICACIA, CALIDAD, INNOVACION)</p> <p>PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS: VISION MISION VALORES</p> <p>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</p>	<p>Viabilidad estratégica del Sector</p> <p>Competitividad del Sector</p> <p>Objetivos, metas y estrategias</p>	<p>Cadena de valor de Porter</p> <p>Diamante de Porter</p> <p>Matriz SEPTE</p> <p>FODA Cruzado</p> <p>Matriz EFI</p> <p>Matriz EFE</p> <p>Matriz de Perfil competitivo</p> <p>Axiología de la Empresa</p>
	ESTUDIO DE MERCADO	<p>Plan de marketing Estratégico: SEGMENTACIÓN DE MERCADO</p>	<p>DESCRIPTORES: Nivel socio Económico / Estilos de Vida Ubicación Beneficio Buscado (necesidad)</p>	<p>Matriz de segmentación (Validación del Modelo de negocio)</p>

		<b>INVESTIGACION DE MCDO: DEMANDA / OFERTA</b> Mercado Consumidor Mercado Competidor Mercado Productos sustitutos Mercado productos Complementarios	<b>VIABILIDAD DE MERCADO</b> Mercado Objetivo Necesidad Ingresos Gastos Pronósticos Y Otras variables de Mercados Población, Muestra y Muestreo	Metodología de Investigación de Mercados  Variables  Estudio de Mercado con información secundaria
		<b>Plan de Marketing Operativo</b> <b>MEZCLA COMERCIAL</b>	Objetivos, Metas y Estrategias De corto y mediano – largo plazo	<b>Matriz OMEIM</b> <b>Plan MKT</b>  <b>Plan de Posicionamiento</b>
		<b>Plan de Marketing Estratégico:</b> <b>PLAN DE POSICIONAMIENTO</b>	(Factores críticos de éxito) Ventajas competitivas a desarrollar con:  Definición del producto Definición del precio Definición demanda objetivo Estrategia comercial: 4 ps.	

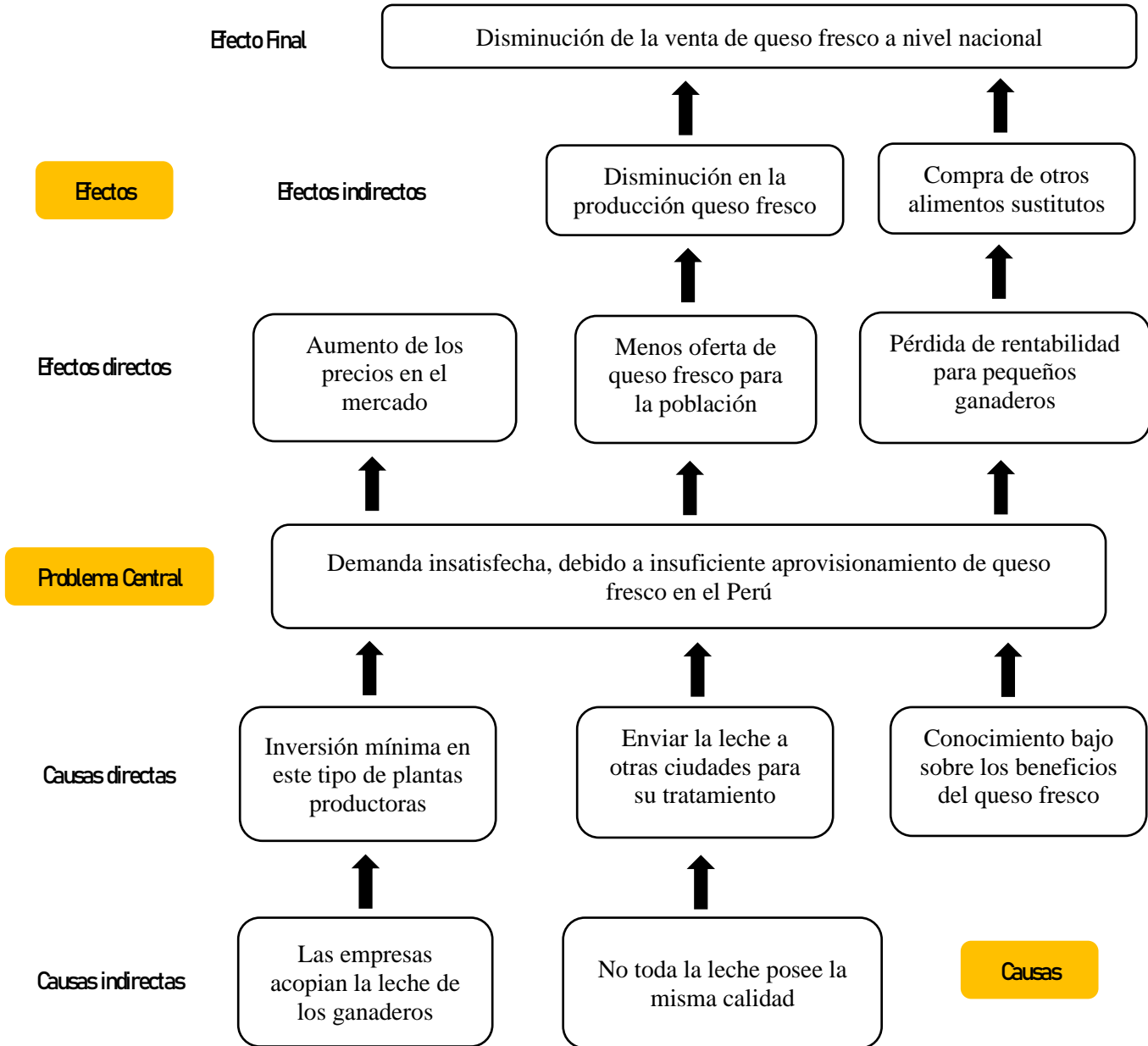
	<b>ESTUDIO TECNICO</b>	<p style="text-align: center;"><b>LOCALIZACION</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PRODUCTO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROCESOS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CALIDAD Y SU CONTROL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>MANO DE OBRA EN OPERACIONES</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CAPACIDAD DEL NEGOCIO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CADENA DE SUMINISTRO Y LOGISTICA INTEGRAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flujo Materiales</li> <li>- Flujo Información</li> <li>- Flujo Dinero</li> <li>- Flujo de Conocimiento</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>EQUIPOS / MAQUINARIA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Estimación de Costos y Presupuestos de Operaciones</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Ubicación</b></p> <p><b>Requerimientos técnicos para el producto</b> <b>Satisfactor de la necesidad</b></p> <p><b>Tecnología de los procesos / operaciones</b></p> <p><b>Indicadores del Producto y del Proceso</b></p> <p><b>Condiciones de Trabajo</b></p> <p><b>Capacidad teórica o instalada</b></p> <p><b>Factores clave de desempeño</b></p> <p><b>Fiabilidad</b> <b>Mantenimiento</b> <b>Tecnología</b></p> <p><b>Ventas, Producción, Gastos Generales</b></p> <p><b>Objetivos, Metas y</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Matriz localización</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Casita de la Calidad QFD</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Diagrama de Flujos</b></p> <p><b>ficha técnica producto y procesos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Diseño del Trabajo</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Mercado Objetivo</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Plan de Aprovevisionamiento: proveedores, compras, inventarios, almacenes</b> <b>Mapeo procesos logísticos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Objetivos del Servicio</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Contabilidad Gerencial</b></p>
--	------------------------	--	--	--

		<b>Plan de Operaciones (5P OPERACIONES)</b>	<b>Estrategias De corto y mediano – largo plazo</b>	<b>Matriz OMEIM Estudio Técnico</b>
		<b>Aspectos ambientales, impactos ambientales aspecto legal</b>	<b>Objetivos, Metas, Estrategias y Presupuesto</b>	
	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	<b>Modelo Organizacional</b>	<b>Funcional o matricial</b>	<b>Cultura O., Tamaño y Producto de la Empresa</b>
		<b>Estructura Orgánica</b>	<b>Por producto o por proceso</b>	<b>Organigrama</b>
		<b>Talento Humano - Gestión del conocimiento</b>	<b>Indicadores gestión del talento humano: Reclutamiento Selección Integración Medición desempeño Política de incentivos Delegación Reconocimiento MOF ROF</b>	<b>Herramientas de la Dirección de Personas</b>
		<b>Plan Organizacional</b>	<b>Objetivos, Metas y Estrategias</b>	

				<b>Matriz OMEIM Organizacional</b>
	<b>ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO</b>	<p><b>Estudio económico y financiero</b></p> <p><b>Diseño estratégico Económico y Financiero</b></p> <p><b>Evaluación Económica y Financiera (Análisis de sensibilidad y Análisis de escenarios / riesgos)</b></p>	<p><b>Estructura Económica y financiera</b></p> <p><b>Objetivos Metas y Estrategias</b></p> <p><b>VAN E/F</b> <b>TIR E/F</b> <b>B/C</b></p> <p><b>Periodo Recuperación del capital</b> <b>Punto de Equilibrio</b></p>	<p><b>Balance de Apertura</b> <b>Presupuestos</b> <b>Estado GG y PP proyectados</b> <b>Flujo de Caja</b></p> <p><b>Apalancamiento operativo y Financiero</b></p> <p><b>Viabilidad Económico y Financiero (del Proyecto)</b></p> <p><b>Análisis de Sensibilidad y de Riesgo</b></p>

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. ÁRBOL DE PROBLEMA



## 4.2. MODELO DE NEGOCIO

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR EMOCIONAL	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Proveedores de leche, que vendrían a ser los ganaderos de la zona sierra en su mayoría.</p> <p>Compañía de seguro, tanto para la planta como para el transporte del producto.</p> <p>Trabajadores que desempeñaran las actividades de acopio.</p>	<p><b>ACTIVIDADES PRIMARIAS:</b></p> <p>Logística interna. Procesamiento del producto. Logística de salida del producto terminado. Marketing, distribución y ventas. Servicio de post venta.</p> <p><b>ACTIVIDADES SECUNDARIAS:</b></p> <p>Adquisiciones (aprovisionamiento de la mejor leche). Desarrollo tecnológico (para mejoras del producto). Recursos humanos (Desarrollo del capital humano) Planificación (para el corto, mediano y largo plazo de toda la organización y de las funciones básicas de la empresa)</p>	<p>El beneficio de consumir queso fresco, para una alimentación saludable para las familias peruanas, fortaleciendo el sistema inmunológico.</p> <p><b>PROPUESTA DE VALOR RACIONAL</b></p> <p>Ofrecer queso fresco de mejor calidad y con precios más acordes al mercado. El queso fresco tiene propiedades probióticas, posee ácido fólico, para proteger el sistema nervioso, evita la aparición de anemia y fortalece la musculatura.</p>	<p>Fidelizar a los clientes, manteniendo relaciones contractuales. Participar en ferias agropecuarias para hacernos conocidos. Comunicación constante con los clientes para informar y resolver dudas.</p>	<p><b>CLIENTES:</b></p> <p>Mayoristas como cadenas de supermercados en el Perú. Minoristas como mercados o tiendas de tamaño mediano. Detallistas como las personas que poseen alguna bodega en su propia casa.</p> <p><b>PERFIL DEL CONSUMIDOR FINAL:</b></p> <p>Personas entre 5 a 80 años que deseen consumir queso fresco para mantener una dieta saludable.</p> <p><b>PROBLEMA CENTRAL:</b></p> <p>Demanda insatisfecha, debido a insuficiente aprovisionamiento de queso fresco en el Perú.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Capital humano: Personal calificado en cada área de la empresa para mejorar la calidad, la innovación, la gestión de los procesos y la productividad</p>		<p><b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b></p> <p>Mayorista, por medio de transporte terrestre desde la planta hasta el punto de entrega solicitado.</p>	

	<p>Recursos físicos: Infraestructura de la planta, máquinas y equipos.</p> <p>Recursos financieros: Conforme la necesidad del capital de trabajo, para mantener el modelo de negocio, operatividad y sea rentable.</p>			
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p><b>COSTOS DIRECTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Materia prima: leche</li> <li>+ Maquinaria para el tratamiento de la leche</li> <li>+ Mano de obra directa</li> <li>+ Envases</li> </ul> <p><b>COSTOS INDIRECTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Servicio de agua</li> <li>+ Servicio de luz</li> <li>+ Depreciación de la maquinaria</li> <li>+ Mantenimiento preventivo</li> </ul> <p><b>OTROS GASTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gastos de ventas</li> <li>+ Gastos de transporte y distribución</li> <li>+ Gastos administrativos</li> </ul>		<p><b>FLUJO DE INGRESOS</b></p> <p>Venta de queso fresco.</p> <p>El pago se hará con previo contrato establecido, con un adelanto de la mitad del pago en efectivo y contra entrega la otra mitad solamente en efectivo.</p>		

### 4.3. DESARROLLO DEL MODELO DEL NEGOCIO

#### 4.3.1. PLAN ESTRATEGICO - ANÁLISIS DEL ENTORNO

##### FACTORES INTERNOS – CADENA DE VALOR

<b>ACTIVIDADES DE SOPORTE</b>	<b>INFRAESTRUCTURA:</b> La infraestructura del sector lácteo (quesos frescos) se encuentra bien posicionada en el mercado, ya que tiene largos años de venta al público, además sus plantas suelen estar ubicadas en zonas donde se da el mayor número de producción de leche. Y del mismo modo el sector quiere dar un producto de mayor calidad a los consumidores, por eso mismo suelen estar en constante innovación.				
	<b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS:</b> La relación que se mantenga con los colaboradores debe ser abierta y no deberá haber barreras en la comunicación entre operarios y jefes, para que se sientan identificados con la empresa y rindan mucho más, dando como resultado el mejor producto del mercado.				
	<b>TECNOLOGÍA:</b> El sector lácteo, en este caso de los quesos trata de mejorar por medio de la tecnología con la más alta calidad para cumplir con los estándares y necesidades de los consumidores.				
	<b>COMPRAS:</b> Una buena relación con los proveedores es necesaria para asegurar la calidad del producto, ya que los ganaderos deberán sentirse satisfechos con el trato que reciban.				
<b>ACTIVIDADES PRIMARIAS</b>	<b>LOGISTICA DE ENTRADA:</b> Acá se deben cumplir con las exigencias de calidad para así poder acopiar la leche para así ser referentes en el tema de salubridad del producto.	<b>OPERACIONES DE PRODUCCIÓN:</b> El sector lácteo tiene las operaciones procesadoras necesarias para poder obtener un excelente producto final.	<b>LOGISTICA DE SALIDA:</b> El queso fresco se vende principalmente a mayoristas, supermercados, minoristas, mercados, tiendas pequeñas y ellos finalmente venden los productos al cliente final.	<b>MARKETING Y VENTAS:</b> El principal marketing es ofrecer un valor agregado, ya que es un producto nutritivo que busca ser el primero en el mercado de quesos.	<b>SERVICIOS POST VENTAS:</b> Se pone a disposición del público en general una línea de teléfono gratuita y correo para mejorar la atención de clientes y distribuidores.

##### FACTORES EXTERNOS – ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

###### a) Participantes Nuevos / Amenaza de nuevos competidores:

La amenaza de ingreso de nuevos competidores se podría considerar baja, debido a que en este rubro de producción de queso fresco existen distintas dificultades, como permisos, cumplir estándares de calidad, por lo que resulta necesario contar con un gran capital, para así poder invertir en nuevas tecnologías y que las instalaciones sean las adecuadas.

###### b) Poder de Negociación de los proveedores:

El poder de negociación se podría considerar de nivel medio, debido a que hoy en día tener proveedores que ofrezcan leche de la más alta calidad podría resultar un poco tedioso, puesto que los proveedores en su totalidad son ganaderos, tanto grandes, medianos o pequeños, quienes prefieren un mayor importe por ser leales alguna empresa, por lo cual se puede cambiar de proveedores de una forma seguida.

**c) Poder de Negociación de los Clientes:**

El poder que se tiene de negociación con los clientes es alto, y se da por que las grandes empresas ofrecen sus productos de modo directo, esto quiere decir que se dan a los supermercados y mayoristas. Aparte hay que considerar que las grandes empresas compran los productos y ya luego ellos mismo los distribuyen a minoristas.

**d) Productos Sustitutos:**

La amenaza de productos sustitutos en los últimos años se ha visto más notoria en el Perú, ya que el queso fresco se puede considerar un producto básico en la canasta familiar por la cantidad de beneficios que ofrecen, existen opciones que también son derivados de la leche.

**e) Rivalidad del Sector:**

La rivalidad entre los competidores es alta, debido a que, en el rubro de los lácteos en el Perú se da por marcas grandes como Gloria, Laive, que siempre han tenido gran representación en el mercado, aunque los consumidores finales ya no tienen fidelidad por la marca, si no que prefieren un producto de calidad y precios adecuados.

## **ANÁLISIS DEL MACROENTORNO – MATRIZ PEST O SEPTED**

**a) Sociales:**

Los consumidores finales pueden no estar muy identificados con algunas marcas, por esto se debe hacer un esfuerzo aún mayor para que el queso fresco se posicione en lo más alto, y para ello se planea ejecutar adquisiciones a nuevos canales de ventas como; mayoristas, supermercados, y minoristas como el mercado y bodegas.

**b) Económico:**

En los últimos años se ha visto como la economía peruana ha tenido un continuo desarrollo, por lo que se han hecho proyecciones en el transcurso del tiempo y esto traerá cambios en el sector económico, en este caso en la ganadería. Estas proyecciones traerán beneficio a nivel macroeconómico, y ayudará a que los pobladores tengan un mayor poder adquisitivo y por lo tanto podrán hacer mayor gasto en la compra de productos lácteos.

**c) Políticas:**

Para el proceso productivo de los productos lácteos, el Sistema Integrado de Producción se encarga de manejar las buenas prácticas de manipulación, los programas de higiene y saneamiento y del control de calidad sanitaria de la materia prima, con el fin de asegurar la insustancialidad de los productos elaborados por las Mypes y personas naturales a nivel nacional, las cuales pueden hacerse acreedores de una certificación sanitaria del SIP, la cual la emite la DIGESA, las gerencias regionales de salud o una similar a nivel nacional.

**d) Tecnológicas:**

El sector lácteo en el departamento de Cajamarca se encuentra en desarrollo, ya que hay varias empresas que cambian su forma de trabajar, haciendo uso de plantas más modernas para así mejorar la calidad de los productos lácteos y ofrecer un mejor producto.

**e) Ecológicas:**

La leche es un producto que depende de un animal, en este caso la vaca y para ello se deben dar ciertos cuidados para obtener una mejor calidad, y esto se puede ver afectado por ciertos elementos climáticos que pueden definir el alimento que va a consumir la vaca.

**FODA**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector es netamente productivo ya que se cuenta con el mayor número de productores de leche.</li> <li>✓ Los pobladores de la zona conocen sobre la leche y poseen experiencia en el manejo de este bien.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se presentan problemas para controlar cambios de acuerdo con las distintas fluctuaciones del sector lácteo y en la economía del país.</li> <li>✓ Baja inversión para proyectos a grandes niveles en el sector</li> </ul>

✓ El sector es muy reconocido a nivel nacional como un sector productivo de leche debido a la cantidad de ganado bovino; y representa un porcentaje en la economía del país.	productivo. ✓ Inadecuada gestión al principio de la producción, por lo que se darán grandes costos.
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de potenciar este derivado lácteo.</li> <li>✓ Profesionales con conocimientos sobre la producción.</li> <li>✓ Demanda de queso fresco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presencia de empresas extranjeras, lo que disminuye la participación de las empresas peruanas.</li> <li>✓ Crisis política la mayor parte del tiempo.</li> <li>✓ Inflación en los precios.</li> </ul>

### MATRICES EFE

<b>MATRIZ EFE – Evaluación de Factores Externos</b>			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>			
✓ Posibilidad de potenciar este derivado lácteo.	0.25%	4	1%
✓ Profesionales con conocimientos sobre la producción.	0.20%	3	0.60%
✓ Demanda de queso fresco.	0.25%	4	1%
<b>AMENAZAS</b>			
✓ Presencia de empresas extranjeras, lo que disminuye la participación de las empresas peruanas.	0.15%	1	0.15%
✓ Crisis política la mayor parte del tiempo.	0.10%	2	0.20%
✓ Inflación en los precios.	0.05%	1	0.05%
<b>TOTAL</b>	1%		3%
<b>LOS VALORES DE LAS CLASIFICACIONES SON LOS SIGUIENTES</b>			
1 = Amenaza mayor	2 = Amenaza menor	3 = Oportunidad menor	4 = Oportunidad mayor

### MATRICES EFI

<b>MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos</b>			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>FORTALEZAS</b>			
✓ El sector es netamente productivo ya que se cuenta con el mayor número de productores de leche.	0.20%	4	0.80%
✓ Los pobladores de la zona conocen sobre la leche y poseen experiencia en el manejo de este bien.	0.20%	4	0.80%
✓ El sector es muy reconocido a nivel nacional como un sector productivo de	0.15%	4	0.60%

leche debido a la cantidad de ganado bovino; y representa un porcentaje en la economía del país			
<b>DEBILIDADES</b>			
✓ Se presentan problemas para controlar cambios de acuerdo con las distintas fluctuaciones del sector lácteo y en la economía del país.	0.15%	1	0.15%
✓ Baja inversión para proyectos a grandes niveles en el sector productivo.	0.15%	1	0.15%
✓ Inadecuada gestión al principio de la producción, por lo que se darán grandes costos.	0.15%	2	0.30%
<b>TOTAL</b>	1%		2.8%
<b>LOS VALORES DE LAS CLASIFICACIONES SON LOS SIGUIENTES</b>			
1 = Debilidad mayor	2 = Debilidad menor	3 = Fortaleza menor	4 = Fortaleza mayor

Análisis de resultado de la Matriz EFI y EFE:

Se considerarán los resultados obtenidos en los factores internos y externos que fueron calculados mediante la Matriz EFI y EFE, para obtener el tipo de estrategia más adecuada y óptima.

Puntaje ponderado de los Factores Internos: 2.80

Puntaje ponderado de los Factores Externos: 3

## **PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS**

- **Visión:**

Ser la planta productora de queso fresco más moderna de la región, diferenciándonos por la calidad de servicio y su óptima infraestructura tecnológica y además ser una de las marcas de este producto lácteo más reconocido en el mercado, ofreciendo productos a un precio justo y dar a los clientes una comercialización óptima.

- **Misión:**

Somos una marca que busca satisfacer la demanda de la población, poseyendo una infraestructura tecnológica en instalaciones, y de ese modo brindar un servicio eficiente y eficaz, asimismo buscamos día a día llevar al mayor número de hogares, un queso fresco

de gran calidad.

- **Valores:**

**Trabajo en equipo:** Dar reconocimiento a los logros de los demás, apoyando su desarrollo profesional y personal, generando el intercambio de información entre las distintas áreas, para lograr los objetivos planteados.

**Creatividad e innovación:** Crear una cultura de creatividad e innovación para así maximizar la competitividad de la empresa, y cumplir con las necesidades de nuestros grupos de interés.

**Respeto:** Reconocer la dignidad y los derechos de todas las personas implicadas en la vida laboral.

**Ética:** Relacionarse ganaderos de manera clara, sincera y comprometida.

**Legalidad:** Cumplir con los deberes legales de los colaboradores, consumidores y organismos supervisores.

### FODA CRUZADO

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FODA CRUZADO</b> <b>FASE I</b> (Formulación de Estrategias)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector es netamente productivo ya que se cuenta con el mayor número de productores de leche.</li> <li>✓ Los pobladores de la zona conocen sobre la leche y poseen experiencia en el manejo de este bien.</li> <li>✓ El sector es muy reconocido a nivel nacional como un sector productivo de leche debido a la cantidad de ganado bovino; y representa un porcentaje en la economía del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se presentan problemas para controlar cambios de acuerdo con las distintas fluctuaciones del sector lácteo y en la economía del país.</li> <li>✓ Baja inversión para proyectos a grandes niveles en el sector productivo.</li> <li>✓ Inadecuada gestión al principio de la producción, por lo que se darán grandes costos.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de potenciar este derivado lácteo.</li> <li>✓ Profesionales con</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprovechar que el sector cuenta con el mayor número de productores de leche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comenzar a invertir en tecnología de maquinarias que permitan al sector</li> </ul>

<p>conocimientos sobre la producción.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demanda de queso fresco.</li> </ul>	<p>para potenciar la venta de queso fresco.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hacer que los profesionales trabajen de la mano junto con los pobladores, para así unir experiencia y conocimiento para producir un queso fresco de alta calidad.</li> <li>✓ Sacar el máximo provecho a que el sector es reconocido por su número de ganado bovino para poder cubrir la demanda de queso fresco.</li> </ul>	<p>volverse competitivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejar capacitaciones a los nuevos colaboradores para reducir costos en los procesos.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presencia de empresas extranjeras, lo que disminuye la participación de las empresas peruanas.</li> <li>✓ Crisis política la mayor parte del tiempo.</li> <li>✓ Inflación en los precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener presente a la competencia, para no dejar que la distancia se agrande.</li> <li>✓ Crear alianza con el Estado peruano para fomentar proyectos de inversión privada en este sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener un plan que permita actuar frente los constantes cambios por los factores políticos y económicos.</li> <li>✓ Contar con certificaciones que permita competir con las empresas del extranjero.</li> <li>✓ Ser constantes con las innovaciones en cuanto al producto.</li> </ul>

<p><b>FODA CRUZADO</b></p> <p><b>FASE II</b></p> <p>(Definición de Objetivos Estratégicos)</p>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector es netamente productivo ya que se cuenta con el mayor número de productores de leche.</li> <li>✓ Los pobladores de la zona conocen sobre la leche y poseen experiencia en el manejo de este bien.</li> <li>✓ El sector es muy reconocido a nivel nacional como un sector productivo de leche debido a la cantidad de ganado bovino; y representa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se presentan problemas para controlar cambios de acuerdo con las distintas fluctuaciones del sector lácteo y en la economía del país.</li> <li>✓ Baja inversión para proyectos a grandes niveles en el sector productivo.</li> <li>✓ Inadecuada gestión al principio de la producción, por lo que se darán grandes costos.</li> </ul>

	un porcentaje en la economía del país.	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de potenciar este derivado lácteo.</li> <li>✓ Profesionales con conocimientos sobre la producción.</li> <li>✓ Demanda de queso fresco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comprar equipos y máquinas de última tecnología para poder incrementar la producción.</li> <li>✓ Reducir lo máximo posible la contaminación ambiental en los procesos que se llevan a cabo.</li> <li>✓ Junto al Estado trabajar para fomentar la inversión de proyectos de este tipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Usar la ubicación de la planta a favor, para correcta instalación, con ayuda de los profesionales que se contrataran.</li> <li>✓ Realizar un plan para estar prevenidos ante los distintos cambios que se pueden dar en el sector lácteo.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL</b>	<b>ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presencia de empresas extranjeras, lo que disminuye la participación de las empresas peruanas.</li> <li>✓ Crisis política la mayor parte del tiempo.</li> <li>✓ Inflación en los precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crear programas de mejora respecto a la competencia ya existente en el mercado actual.</li> <li>✓ Incentivar la participación de los pobladores a programas de capacitación.</li> <li>✓ Plantear evaluaciones de desempeño a los trabajadores para comprobar que se encuentran al nivel de lo que se necesita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Empezar a invertir más en equipos y maquinaria de última tecnología que permita ser competente.</li> <li>✓ Realizar innovaciones frente a los productos que ya existen, para poder diferenciarse.</li> </ul>

<b>FODA CRUZADO</b> <b>FASE III</b> (Objetivos Estratégicos)	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector es netamente productivo ya que se cuenta con el mayor número de productores de leche.</li> <li>✓ Los pobladores de la zona conocen sobre la leche y poseen experiencia en el manejo de este bien.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se presentan problemas para controlar cambios de acuerdo con las distintas fluctuaciones del sector lácteo y en la economía del país.</li> <li>✓ Baja inversión para proyectos a grandes niveles en el sector productivo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El sector es muy reconocido a nivel nacional como un sector productivo de leche debido a la cantidad de ganado bovino; y representa un porcentaje en la economía del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inadecuada gestión al principio de la producción, por lo que se darán grandes costos.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>OBJETIVO ESTRATEGICO DEL ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>OBJETIVO ESTRATEGICO DEL ESTUDIO DE MERCADO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de potenciar este derivado lácteo.</li> <li>✓ Profesionales con conocimientos sobre la producción.</li> <li>✓ Demanda de queso fresco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posicionar a la organización como la de mejor propuesta de valor en tecnología, ofreciendo un servicio innovador y que, por medio de un mejor diseño técnico de producto, procesos, función de producción, productividad, mantenimiento, aprovisionamiento ser reconocido a lo largo del ciclo de vida del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Situar a la empresa como la mejor opción por su diseño de gestión estratégica de mercadotecnia, beneficiando al mayor número de clientes del mercado objetivo, cumpliendo con las expectativas y necesidades del consumidor final durante el ciclo de vida del producto.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>OBJETIVO ESTRATEGICO DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL</b>	<b>OBJETIVO ESTRATEGICO DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presencia de empresas extranjeras, lo que disminuye la participación de las empresas peruanas.</li> <li>✓ Crisis política la mayor parte del tiempo.</li> <li>✓ Inflación en los precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posicionar a la empresa entre una de las mejores culturas organizacionales y que su personal cumpla con los principios axiológicos de la organización, asegurando un buen trato a los clientes y así poder superar las expectativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Situar a la empresa con el mejor diseño de estructura económica y financiera (maximizando beneficios de la estructura económica y financiera), con la finalidad de obtener un flujo de ingresos de alto rendimiento que logren cubrir todos los costos y gastos generados por la empresa y generar una</li> </ul>

		elevada rentabilidad.
--	--	-----------------------

### **OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

- Al 2028, tener una participación significativa en el mercado peruano en la demanda de queso fresco.
- Al 2028, poder fidelizar a los ciudadanos peruanos con nuestro producto de alta calidad y confianza, garantizando un servicio de primera calidad con un excelente sabor.
- Al 2028, aumentar el consumo de queso fresco de los peruanos.
- Al 2028, mantener y mejorar las alianzas con los proveedores e intermediarios para asegurar las ventas y maximizar ganancias.

### **IDENTIFICACIÓN DE LA VIABILIDAD ESTRATÉGICA:**

Se demuestra que, si hay viabilidad estratégica, porque apreciamos que el puntaje ponderado de la matriz interna es de 2.8 y para la matriz externa un 3, y esto finalmente muestra que existen sólidas estrategias intensivas, y es posible ingresar al mercado, también se dará un desarrollo considerable del producto, y se podrán implementar estrategias sin mucha dificultad con otros procesos para que así la empresa sea sostenible y pueda crecer y desarrollarse.

### 4.3.2. ESTUDIO DE MERCADO

#### DETERMINACIÓN DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

##### a). SEGMENTACIÓN DE MERCADO

#### MATRIZ DE SEGMENTACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

<p><b>PROBLEMA DE MERCADO:</b> Demanda insatisfecha, debido a insuficiente aprovisionamiento de queso fresco.</p> <p><b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Proyecto de inversión privada para la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, provincia de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, 2023.</p> <p><b>PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO:</b> <b>PROPUESTA DE VALOR EMOCIONAL</b> El beneficio de consumir queso fresco para una buena alimentación, el buen desarrollo de niños, fortalecimiento inmunológico y el consumo familiar.</p> <p><b>PROPUESTA DE VALOR RACIONAL</b> Ofrecer queso fresco de mejor calidad y con precios más acordes al mercado. El queso fresco al ser un derivado de la leche aporta calcio, proteínas y otros nutrientes, ya que cuenta con alto valor biológico de proteínas, hidratos de carbono (lactosa), lípidos, yodo, calcio, fósforo, vitaminas A, B12 y riboflavina.</p> <p><b>SEGMENTO SEGÚN EL MODELO DE NEGOCIO:</b> Mayoristas, supermercados, minoristas, distribuidores</p>
--

DESCRIPTORES		
1. Tipo de Segmentación	2. Ubicación / Segmentación geográfica	3. Valor de uso o valor agregado
1. B	Cajamarca, Perú	1. Demanda de la población del sector B. 2. Empresas o entidades privadas.
3	1	4
Se confirma el modelo de negocio por lo mismo que está dirigido a las personas del sector B que consumen queso fresco, con un menor riesgo del proyecto, el cual, está orientado específicamente para los ciudadanos del Perú.		

#### MATRIZ DE IDENTIFICACION DE MERCADOS, VARIABLES E INDICADORES

##### Variables del mercado consumidor

	VARIABLES	INDICADORES
<b>MECADO</b>	V. Culturales	Lugar de Compra. Frecuencia de compra. Cantidad de compra.

<b>CONSUMIDOR</b>	V. Personales	Estilo de vida. Gustos y preferencias.
	V. Psicológicos	Motivación. Percepción. Actitudes.
	V. Sociales	Grupo de referencia
	V. Demográfica	Ubicación actual. Capacidad de pago de los consumidores.

### **VARIABLES del mercado competidor**

	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>MERCADO COMPETIDOR</b>	Servicio	Calidad.
	Precio	Relación precio – calidad.
	Plaza	Percepción de la ubicación de la competencia.
	Promoción	Promociones en el local.

### **VARIABLES del mercado de productos sustitutos**

	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>MERCADO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS</b>	Sustitución de producto a producto	Fijación de precios. Disminución de ingresos y beneficios. Afectan al poder de negociación frente a los clientes.
	Sustitución de necesidades.	Grado de sustitución entre una necesidad y otra.
	Grado de abstinencia entre los consumidores o clientes.	Cambio en los gustos y preferencia de los consumidores que afectarán a los productos o servicios que ofrece una empresa.

### **Mercado potencial**

El mercado potencial que tenemos es toda la población del Perú que tenga la posibilidad de adquirir queso fresco. Según INEI (2020), la población del Perú alcanza un total de 33,696,7000 habitantes con una tasa de crecimiento anual del 1.7%.

### **Demanda del mercado**

Se debe determinar el volumen de la demanda que se busca satisfacer. En primera instancia,

la cantidad de consumo per cápita promedio es de 4 kg por persona; así mismo, debemos considerar el aumento de la población por año.

### **Oferta del mercado**

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri), en el Perú se produjeron un total de 126,685 toneladas de queso durante el 2021, entre las cuales el queso fresco destaca con una participación de 70.6%.

### **Mercado Objetivo**

Ante esto, tenemos como mercado objetivo a las familias peruanas a nivel nacional que pertenecen al sector socioeconómico B, además se puede observar que la demanda insatisfecha todavía es considerable. Por lo que se deberá cubrir la cantidad demandada por los clientes y al querer satisfacer el 100% de la demanda, se expresa que si existe viabilidad de mercado.

### **Cantidad Demandada**

La cantidad demandada en Perú parte del consumo per cápita que es de 4 kilogramos por persona cada año. Y si bien se conoce que el número de la cantidad de habitantes va en aumento y con ello el consumo de queso fresco, expresándolo en toneladas se obtiene un total de 93,520 cada año lo cual equivale a 7793.3 toneladas al mes, correspondiendo al mercado objetivo anteriormente mencionado.

## **CUADRO OMEIN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

<b>PROBLEMA DE MERCADO:</b> Demanda insatisfecha, debido a insuficiente aprovisionamiento de queso fresco.						
<b>PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO VALIDADO (BENEFICIO PSICOSOCIAL):</b> Beneficio de alimentarse de forma saludable para las familias peruanas, fortaleciendo el sistema inmunológico.						
<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Proyecto de inversión privada para la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, provincia de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, 2023.						
<b>Estrategia y ventaja competitiva de posicionamiento durante el ciclo de vida del producto</b>	<b>PLAN MKT</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Meta u objetivo operativo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Estrategia MKT</b>	<b>Medición cumplimiento de los indicadores</b>
	<i>Corto Plazo</i>		Lograr cubrir la demanda insatisfecha en un 100% y del mismo modo cumplir con la perspectiva de los clientes.	Número de ventas de queso fresco por mes. Ventas por visita = Ventas realizadas / Visitas esperadas. Efectividad = (Eficacia * 0.5) + (Eficiencia * 0.5) Productividad del colaborador = (\$ * ventas) / (\$ * visitas)	<i>Producto:</i> Queso fresco con el tamaño y textura ideal para la comercialización en presentación de 200 gr. a 1kg. <i>Precio:</i> Al inicio tendrá un precio bajo para ingresar al mercado peruano con más facilidad y poder hacerse conocido rápidamente. <i>Plaza:</i> Se formarán alianzas estratégicas con supermercado o comerciantes mayoristas. <i>Promoción:</i> Será a través de las de redes sociales, y página web de la empresa, para atraer consumidores.	<i>Mensual</i>
	<i>Mediano Plazo</i>		Lograr cubrir la demanda insatisfecha en un 100% y del mismo modo cumplir con la perspectiva de	Número de ventas de queso fresco por mes. Ventas por visita = Ventas realizadas / Visitas esperadas. Efectividad = (Eficacia *	<i>Producto:</i> Queso fresco con el tamaño y textura ideal para la comercialización en presentación de 200 gr. a 1kg. <i>Precio:</i> El precio se establecerá de acuerdo al posicionamiento de la empresa, considerando un precio justo según la calidad.	<i>Mensual</i>

			los clientes.	0.5) + (Eficiencia * 0.5)  Productividad del colaborador = (\$ * ventas) / (\$ * visitas)	<u>Plaza:</u> Se mantendrán las alianzas estratégicas con supermercados o comerciantes mayoristas. <u>Promoción:</u> Además de las redes sociales, página web de la empresa, se ingresará la publicidad televisada.	
<i>Largo Plazo</i>	Situar a la empresa como la mejor opción por su diseño de gestión estratégica de mercadotecnia, beneficiando al mayor número de clientes del mercado objetivo, cumpliendo con las expectativas y necesidades del consumidor final durante el ciclo de vida del producto.	Lograr cubrir la demanda insatisfecha en un 100% y del mismo modo cumplir con la perspectiva de los clientes.	Número de ventas de queso fresco por mes.  Ventas por visita = Ventas realizadas / Visitas esperadas.  Efectividad = (Eficacia * 0.5) + (Eficiencia * 0.5)  Productividad del colaborador = (\$ * ventas) / (\$ * visitas)	<u>Producto:</u> Queso fresco con el tamaño y textura ideal para la comercialización en presentación de 200 gr. a 1kg. <u>Precio:</u> Se mantendrá un precio fijo competitivo mediante la mejora de la productividad y reducción de costos, para así obtener un producto de mejor calidad a un precio accesible. <u>Plaza:</u> Se seguirán realizando alianzas estratégicas con supermercado o comerciantes mayoristas, a lo largo de todo el Perú. <u>Promoción:</u> Por medio de las redes sociales, página web de la empresa, publicidad televisada y convenios con entidades de apoyo.	<i>Mensual</i>	

## **Identificación de la viabilidad del mercado**

El proyecto resulta viable, pues se evidencia una demanda insatisfecha en toneladas que aún no ha sido cubierta en el mercado peruano. Teniendo en cuenta que el mercado objetivo corresponde a los ciudadanos del sector B, quienes últimamente se preocupan por comer comidas saludables, existiendo una demanda insatisfecha.

### **4.3.3. ESTUDIO TECNICO**

- **Capacidad o tamaño del proyecto:**

El tamaño de la planta productora de queso fresco se determinará mediante el número de áreas que se van a considerar, las cuales son el área administración, producción, logística, etc., y considerando el número de personas que se desea satisfacer, para completar así el 100% de demanda del mercado. Por lo tanto, la capacidad del proyecto este 2023 será de 3030.83 toneladas para un año, siendo 252.57 toneladas por mes; por lo que el tamaño de la planta será 6,600 m<sup>2</sup> y estará ubicada en el distrito de Cajamarca.

- **Tamaño del mercado objetivo y Cantidad demandada:**

El tamaño del mercado objetivo al cual la planta productora de queso fresco estará dirigida son para todas las personas del nivel socioeconómico B. Y en términos de cantidades demandadas para un año son de 3030.83 toneladas, dando un total de 252.57 toneladas de queso fresco para los consumidores al mes.

- **Microlocalización:**

La localización de la planta productora de queso fresco será en el Departamento de Cajamarca, ya que es el lugar desde donde se produce la mayor cantidad de leche, insumo necesario para la producción de queso fresco; por lo que se ha elegido el siguiente lugar donde estará ubicado el terreno en venta, que, es la mejor opción de compra.

- **Cajamarca/Cajamarca**

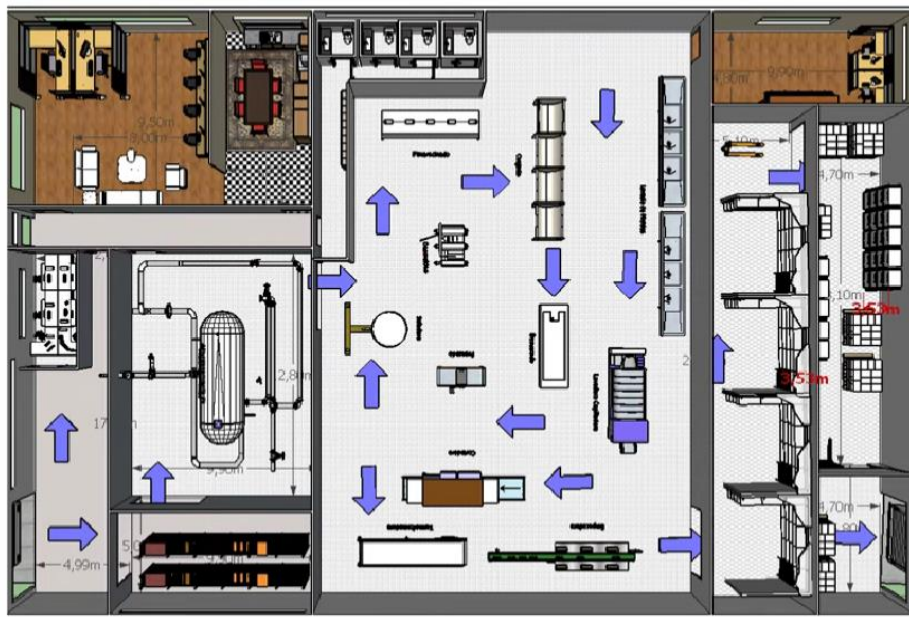
Precio: S/ 2,526,000 USD 700,000

Terreno / Lote · 9000m<sup>2</sup>

• **Producto (Diseño):**

La infraestructura industrial contará con un diseño amplio y equipado con alta tecnología, con máquinas de última generación que facilitará los procesos, que serán prácticamente automatizados y así obtener el producto final.

MODERNA INFRAESTRUCTURA



Coagulación



Moldeado



## Embalaje



## Almacenamiento



- **Producto (Calidad):**

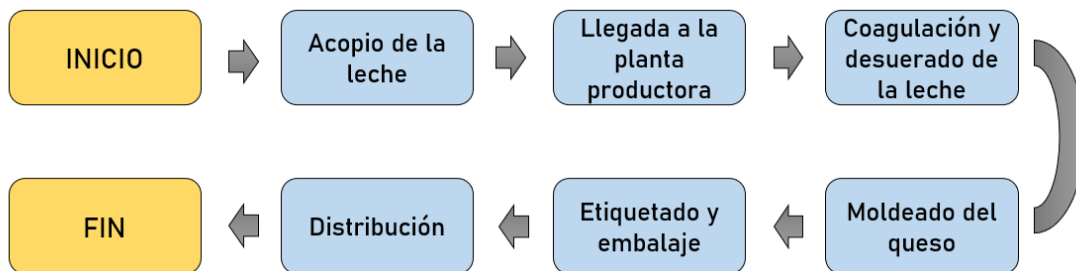
Para que el producto tenga ciertos criterios de calidad se ha elaborado la siguiente ficha técnica mostrando las principales características del producto:

FICHA TÉCNICA			
Nombre del Producto	Queso fresco	Función	Alimentar
Tamaño y forma	Forma cilíndrica y dimensiones: 12,5 × 12,5 × 7,5 cm.	Apariencia	Sólido
Insumos requeridos	Leche y envases	Peso	1 kg.
Características técnicas del bien	El queso fresco debe tener un sabor suave y verse con texturas poco consistentes.		
Características físicas	Forma: Redonda, tipo cilíndrica. Tamaño: Mide 12,5 x 12,5 x 7,5 cm. Color: Blanco. Sabor: Muy suave.		
Características químicas	Contiene alrededor de 53-58% de humedad 19-25% de grasas 18-20% de proteínas 1.3-1.8% de sal Un pH de 5.6 a 6.4		

Fuente: *Elaboración propia.*

- **Proceso (Diseño):**

Diagrama de actividades en el proceso de producción.



*Fuente:* Elaboración propia.

- **Producción – Mantenimiento:**

Los equipos y maquinarias que se usarán en la planta productora de queso fresco son maquinaria industrial, por ello se tendrá un plan de mantenimiento para reducir lo máximo posible el nivel de errores y así no tener retrasos; por todo eso, las operaciones de mantenimiento concernirían a:

*Mantenimiento preventivo*

- ✓ Capacitación del personal para el adecuado uso de la maquinaria y equipo.
- ✓ Inspecciones de las maquinarias de forma bimestral, con la finalidad de verificar sus condiciones y detectar fallas para no tener paros en la producción.
- ✓ Limpieza y revisión de las piezas de desgaste.

*Mantenimiento correctivo*

- ✓ Si se diera una avería imprevista con los equipos y la maquinaria de la empresa, se tendrán las herramientas organizadas y a disposición del personal técnico de mantenimiento para que se dé la reparación de forma inmediata.

*Mantenimiento predictivo*

- ✓ Se llevará un registro de cada equipo y maquinaria, donde se mostrará la antigüedad y uso, considerando las fallas que probablemente se haya

tenido a lo largo de los años, para poder predecir posibles escenarios.

- **Producción – Gestión Ambiental:**

Para poder mantener siempre limpia y salubre la planta productora de queso fresco, se deberá tomar en cuenta ciertos aspectos como:

- ✓ Limpieza: Se hará una limpieza constante a toda la instalación para así evitar que se contamine con residuos orgánicos e inorgánicos, de este modo se evitará la acumulación de suciedad.
- ✓ Inspección: Se harán inspecciones bimestrales de la infraestructura y de los equipos y maquinaria en general teniendo en cuenta las características técnicas del terreno donde se encuentra la planta.
- ✓ Reparación y reemplazo: Se identificarán los problemas en ciertas zonas para su corrección para así evitar fallos futuros.

Del mismo modo se deberán cumplir con ciertas leyes establecidas por el país, para el cuidado ambiental, las cuales son:

- ✓ Decreto Supremo N° 001-2022-MINAM, para auditorías internas en las instalaciones y actualización de medidas ambientales.
- ✓ Ley N°27314 - de Residuos Sólidos, que busca la gestión de los residuos sólidos para proteger la salud de las personas y evitar riesgos ambientales.
- ✓ Ley N°27446 - Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental (SEIA).

- **Recurso Humano – Mano de obra:**

Se contará con personal capacitado para el área administrativa y área de operaciones, por lo tanto, el personal del área administrativa y de operaciones deberá contar con una experiencia mínima de 2 y 1 año respectivamente.

En la selección del personal administrativo, se requerirá tener una carrera universitaria relacionada con la función a desempeñar.

En la selección del personal operativo, se requerirá un perfil técnico, independientemente

de la función que se realice.

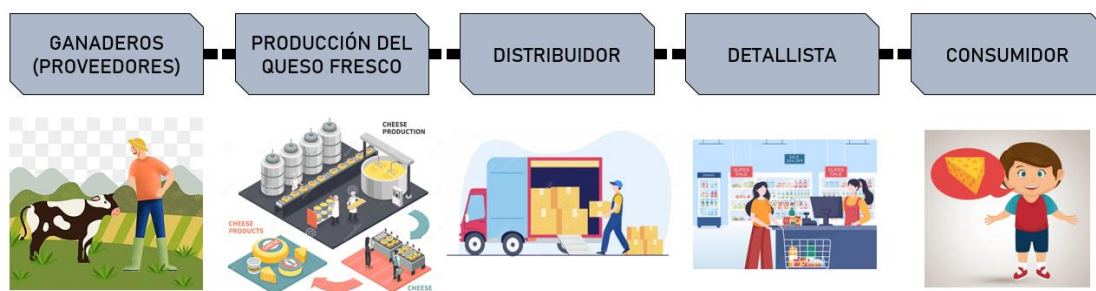
Y por último se deberá cumplir con la normatividad sanitaria, la cual incluye:

- ✓ Correctas practicas en almacenamiento y manipulación del producto.
- ✓ Limpieza y desinfección diaria de las instalaciones y equipos.
- ✓ Prevención de la contaminación ambiental
- ✓ Uso y limpieza adecuado de los uniformes.

Para que haya una correcta aplicación, se darán capacitaciones que incluirán:

- ✓ Las correctas prácticas de preservación de riesgo en la planta productora.
- ✓ Reconocimiento de los mapas de riesgo y las señales de seguridad.
- ✓ El control de la higiene y correctos hábitos del personal que participa en el proceso productivo del queso fresco.

- **Producción – Cadena de Suministro:**



*Fuente:* Elaboración propia

## ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

### INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

MAQUINARIA				
Cantidad	Descripción	CARACTERÍSTICAS	Precio unitario	Total
2	PRENSA PARA QUESO	NEUMÁTICA HORIZONTAL	S/ 18,000.00	S/ 36,000.00
1	MAQUINA LAVADORA DE QUESO	--	S/ 20,000.00	S/ 20,000.00
2	CUBAS DE CUAJAR QUESO	CUBA CÓNICA	S/ 29,000.00	S/ 58,000.00
6	MESAS PARA QUESO	METALICAS	S/ 2,500.00	S/ 15,000.00
2	CORTADORES DE QUESO	--	S/ 32,000.00	S/ 64,000.00
1	PREPrensa DE QUESO AUTOMATIZADA	AUTOMATIZADA	S/ 80,000.00	S/ 80,000.00
1	TRAFO	--	S/ 61,000.00	S/ 61,000.00
1	COMPRESORA	--	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
1	ELEVADOR DE DESCARGA	--	S/ 40,000.00	S/ 40,000.00
1	INSTALACION	--	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
TOTAL			S/ 304,500.00	S/ 396,000.00

EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO				
Cantidad	Descripcion		Precio Unitario	Total
5	COMPUTADORAS	HP DESKJET	S/ 3,400.00	S/ 17,000.00
5	SILLA DE OFICINA	JUST HOME COLLECTION	S/ 390.00	S/ 1,950.00
5	ESCRITORIOS	JUST HOME COLLECTION	S/ 550.00	S/ 2,750.00
6	AIRE ACONDICIONADO	LG	S/ 3,299.00	S/ 19,794.00
3	LAPTOP	INTEL CORE I7	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00
2	PROYECTOR OLG	OLG	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00
6	CELULARES	SAMSUNG	S/ 700.00	S/ 4,200.00
TOTAL			S/ 12,039.00	S/ 55,594.00

EDIFICACIONES				
Cantidad	Descripcion		Precio Unitario	Total
1	Terreno	9000m2	S/ 2,541,000.00	S/ 2,541,000.00
TOTAL			S/ 2,541,000.00	S/ 2,541,000.00

SOLES	
Descripción	Total con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/ 2,992,594.00

**CUADRO OMEIN DEL ESTUDIO TECNICO**

<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Demanda insatisfecha, debido a insuficiente aprovisionamiento de queso fresco.							
<b>PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO VALIDADO:</b> Beneficio de alimentarse de forma saludable para las familias peruanas, fortaleciendo el sistema inmunológico.							
<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Proyecto de inversión privada para la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, provincia de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, 2023.							
<b>VENTAJA Y ESTRATEGIA COMPETITIVA</b>	<b>Estrategias del Estudio Técnico</b>	<b>Objetivo estratégico del Estudio Técnico</b>	<b>Indicadores nivel táctico y nivel operativo</b>	<b>Indicadores para la Alta Dirección</b>	<b>Objetivo Esecífico (META)</b>	<b>Estrategia Operaciones /Producción (5Ps)</b>	<b>Medición: Indicador para verificar el cumplimiento de la meta</b>
	<i>Corto Plazo</i>		<p><b>Para las 5p Optimización:</b></p> <p>Producto: Ajustar nuestro producto a las necesidades de los clientes          Procesos: Adquirir la mejor tecnología para que los procesos productivos sean más eficientes.          Producción: Elegir los mejores proveedores para poder cumplir con la demanda proyecta y atender el mercado objetivo.          Planta: Posicionarnos en un lugar estratégico, para llegar más rápido al público</p>	<p><b><u>INDICADORES DEL PROYECTO</u></b></p> <p>1.- Capacidad de Diseño.          2.- Indicadores de macro y micro localización.          3.- Indicadores de Tecnología.</p> <p><b><u>INDICADORES ESTRATEGICOS DE EFICIENCIA TOTAL</u></b></p> <p>Eficiencia de la disponibilidad de tiempo productivo</p> <p style="text-align: center;">X</p>	<p>Mejora de la Eficiencia Total del Sistema productivo al 90%.          Mejora de la productivid ad mono y multifactori al de los factores de producción al 90%.</p>	<p><b>LAS 5 P DE LAS OPERACIONES <u>ESTRATEGIAS:</u></b></p> <p><b>1.- Diseño producto:</b> El producto contará con ficha técnica en su envase, etiquetado y un sello que certifique su seguridad y calidad.  <b>2.- Diseño procesos:</b> Cumplimiento de protocolos desde la recepción de MP hasta su envío al destino final, cumpliendo tiempos y ciclos.  <b>3.- De producción, productividad, calidad</b></p>	<p><i>Según el ciclo de vida del producto</i></p> <p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición no</i></p>

		objetivo. Personas: Entrenar al equipo de producción para que hagan una mejor labor en planta.	<p>Eficiencia en el uso de la capacidad productiva de los equipos</p> <p>X</p> <p>Eficiencia de la calidad de la producción</p> <p><b>Productividad monofactorial</b></p> <p><b>Cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental</b></p> <p><b>De mantenimiento</b></p> <p><b>Diseño y propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra</b></p> <p><b>KPI de aprovisionamiento primer nivel (estratégico)</b></p>		<p><b>producto y procesos, aprovisionamiento, capacidad, tecnología:</b> Estimación de niveles de la demanda por temporadas y organización de mano de obra por áreas para cumplir con el mercado eficientemente.</p> <p><b>4.- De personas:</b> Capacitación e inclusión de trabajadores en el desarrollo general de la empresa fomentando la cultura de la mejora continua.</p> <p><b>5.- De planta – localización:</b> Identificación de riesgos, establecimiento de protocolos por áreas e instalaciones para mejorar el nivel de servicio sin perjudicar la salud ocupacional en general.</p>	<p>mayor a 30 días</p> <p><i>Medición Diaria</i></p> <p><i>Según ciclo de Mantenimiento Preventivo establecido</i></p> <p><i>Anual</i></p> <p><i>mensual</i></p>
<i>Mediano Plazo</i>		<p>Para las 5p</p> <p><b>Optimización:</b></p> <p>Producto: Seguir brindado un producto que vaya de</p>	<p><b><u>INDICADORES DEL PROYECTO</u></b></p> <p>1.- Capacidad de Diseño.</p> <p>2.- Indicadores de</p>		<p><b>LAS 5 P DE LAS OPERACIONES</b></p> <p><b><u>ESTRATEGIAS:</u></b></p> <p><b>1.- Diseño producto:</b></p>	

			<p>acorde con las necesidades de los clientes.          Proceso: Maximizar lo mayor posible la productividad.          Producción: Producir de acuerdo a la demanda esperada.          Planta: Optimizar los recursos.          Personas: Incentivar a las personas para generar innovación en la empresa.</p>	<p>macro y micro localización.          3.- Indicadores de Tecnología.</p> <p><b><u>INDICADORES ESTRATEGICOS DE EFICIENCIA TOTAL</u></b></p> <p>Eficiencia de la disponibilidad de tiempo productivo</p> <p>X</p> <p>Eficiencia en el uso de la capacidad productiva de los equipos</p> <p>X</p> <p>Eficiencia de la calidad de la producción</p> <p><b>Productividad monofactorial</b></p> <p><b>Productividad multifactorial</b></p> <p><b>Cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental</b></p> <p><b>De mantenimiento</b></p>	<p>Mejora de la Eficiencia Total del Sistema productivo al 95%.          Mejora de la productividad al de los factores de producción al 95%.</p>	<p>Integración de sistemas tecnológicos digitales de cultivo con el sistema QFD para el cumplimiento de especificaciones del producto en el mercado de destino.</p> <p><b>2.- Diseño procesos:</b>          Establecer compendio digital de diagramas de flujo para procesos administrativos, de prevención y operativos.</p> <p><b>3.- De producción, productividad, calidad producto y procesos, aprovisionamiento, capacidad, tecnología:</b>          Plan de mantenimiento preventivo para el equipamiento industrial de la empresa.</p> <p><b>4.- De personas:</b>          Reconocimiento de trabajadores que cumplan con los indicadores y metas establecidos por área mediante incentivos económicos.</p> <p><b>5.- De planta –</b></p>	<p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición no mayor a 30 días</i></p> <p><i>Medición Diaria</i></p> <p><i>Según ciclo de Mantenimiento Preventivo establecido</i></p> <p><i>Anual</i></p> <p><i>mensual</i></p>
--	--	--	--	---	--	--	---

				<p><b>Diseño y número de propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra</b></p> <p><b>KPI de aprovisionamiento primer nivel (Modelo Scor)</b></p>		<p><b>localización:</b> Generar medidas de contingencia ante situaciones de riesgo operativo implementando normas, equipos y números de contacto para la comunicación de la alarma en toda la empresa.</p>	
<b>Largo Plazo</b>	<p>Posicionar a la empresa con el mejor diseño de gestión estratégica de producción: localización, tecnología y capacidad; mejor diseño técnico de producto y procesos, de ubicación, talento humano y el mejor diseño de la</p>	<p><b>Para las 5p Optimización:</b></p> <p>Producto: Comercializar queso fresco de alta calidad y mejoradas a las necesidades de las personas. Proceso: Reducir todos los desperdicios posibles y optimizar el tiempo. Producción: Producir en lotes. Planta: Mantener en buen estado la planta cumpliendo las leyes. Personas: Retener al mejor talento humano que hayamos tenido a lo largo de los 5 años y brindarles incentivos por la</p>	<p><b>INDICADORES DEL PROYECTO</b></p> <p>1.- Capacidad de Diseño. 2.- Indicadores de macro y micro localización. 3.- Indicadores de Tecnología.</p> <p><b>INDICADORES ESTRATEGICOS DE EFICIENCIA TOTAL</b></p> <p>Eficiencia de la disponibilidad de tiempo productivo</p> <p>X</p> <p>Eficiencia en el uso de la capacidad productiva</p>	<p>Mejora de la Eficiencia Total del Sistema productivo al 100%. Mejora de la productividad ad mono y multifactorial de los factores de producción al 100%.</p>	<p><b>LAS 5 P DE LAS OPERACIONES</b></p> <p><b>ESTRATEGIAS:</b></p> <p><b>1.- Diseño producto:</b> Creación de nuevos prototipos de envase y diseños para proteger la calidad del producto. <b>2.- Diseño procesos:</b> Generar ciclos cronometrados desde la recepción de MP hasta el termino de operaciones logísticas como el transporte para mejorar los tiempos y aumentar la eficiencia en la cadena productiva. <b>3.- De producción, productividad, calidad</b></p>	<p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición</i></p> <p><i>Diaria</i></p> <p><i>Medición no mayor a 30 días</i></p> <p><i>Medición Diaria</i></p>	

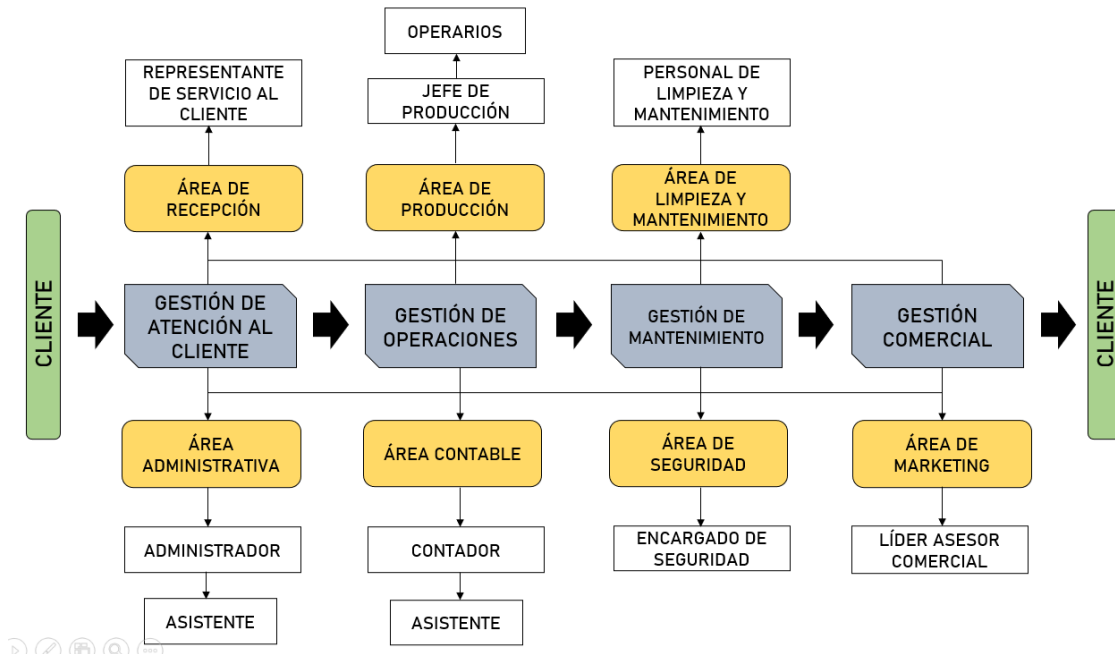
		<p>función de producción: calidad de productos y procesos, productividad, mantenimiento, aprovisionamiento y producción, a desarrollarse de manera subyacente a la propuesta de valor emocional del mercado objetivo, a lo largo del ciclo de vida del producto.</p>	<p>fidelización.</p>	<p>de los equipos</p> <p>X</p> <p>Eficiencia de la calidad de la producción</p> <p><b>Productividad monofactorial</b></p> <p><b>Productividad multifactorial</b></p> <p><b>Cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental</b></p> <p><b>De mantenimiento</b></p> <p><b>Diseño y número de propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra</b></p> <p><b>KPI de aprovisionamiento primer nivel (Modelo Scor)</b></p>		<p><b>producto y procesos, aprovisionamiento, capacidad, tecnología:</b></p> <p>Supervisión de la productividad mediante métricas, gráficos estadísticos y gráficos de control.</p> <p><b>4.- De personas:</b></p> <p>Evaluar el nivel de satisfacción del personal por áreas y generar un plan de línea de carrera para quienes destaquen dentro de la empresa.</p> <p><b>5.- De planta – localización:</b></p> <p>Optimización de tiempos de espera entre áreas productivas, ordenes entrada y de salida.</p>	<p><i>Según ciclo de Mantenimiento Preventivo establecido</i></p> <p><i>Anual</i></p> <p><i>mensual</i></p>
--	--	--	----------------------	--	--	---	---

## **IDENTIFICACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA**

Se concluye la viabilidad del estudio técnico, luego de considerar diversos factores como la ubicación, que se considerará hacerlo en Cajamarca, puesto que la ubicación resulta perfecta, por la gran cantidad de ganaderos bovinos. Del mismo modo se debe resaltar lo necesario de mantener operativas las maquinarias durante el tiempo requerido con los descansos adecuados para una producción eficiente del queso fresco, y para ello resulta necesario un mantenimiento a las maquinarias, infraestructura y equipamiento constante.

#### 4.3.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

- **Modelo y Estructura Organizativa.**



*Fuente:* Elaboración propia.

- **Estrategias de Capital Humano.**

##### De Reclutamiento

- ✓ Se creará una página web, la cual estará conectada con sistemas para su seguimiento, control y actualización.
- ✓ Se usarán las páginas de agentes de empleo para las vacantes a cubrir.
- ✓ Se emplearán el reclutamiento 2.0, el cual usa redes sociales como LinkedIn, Indeed, CompuTrabajo, etc.

##### De Selección

- ✓ Entrevistas directas a los postulantes para evaluar comportamientos.
- ✓ Aplicar pruebas de selección como son las de conocimiento psicotécnica, psicológica, médica.
- ✓ Se analizarán los curriculum y pasarán por filtros que considerarán los conocimientos, capacidades, habilidades duras y blandas.

- ✓ Considerar un formato de tabulación para calificar de forma objetiva a los aspirantes basado en sus años de experiencia y competencias laborales.

### **De Inducción e Integración**

- ✓ Hacer que los nuevos ingresantes se sientan cómodos y darles un buen recibimiento, presentando a los miembros de la organización.
- ✓ Darles a conocer las normas, políticas, valores, beneficios para que se incorporen de forma correcta, alineados a sus equipos.
- ✓ Integrar a los nuevos colaboradores a reuniones tanto formales como informales para socializar y así despejar dudas y adaptarse al nuevo ambiente.

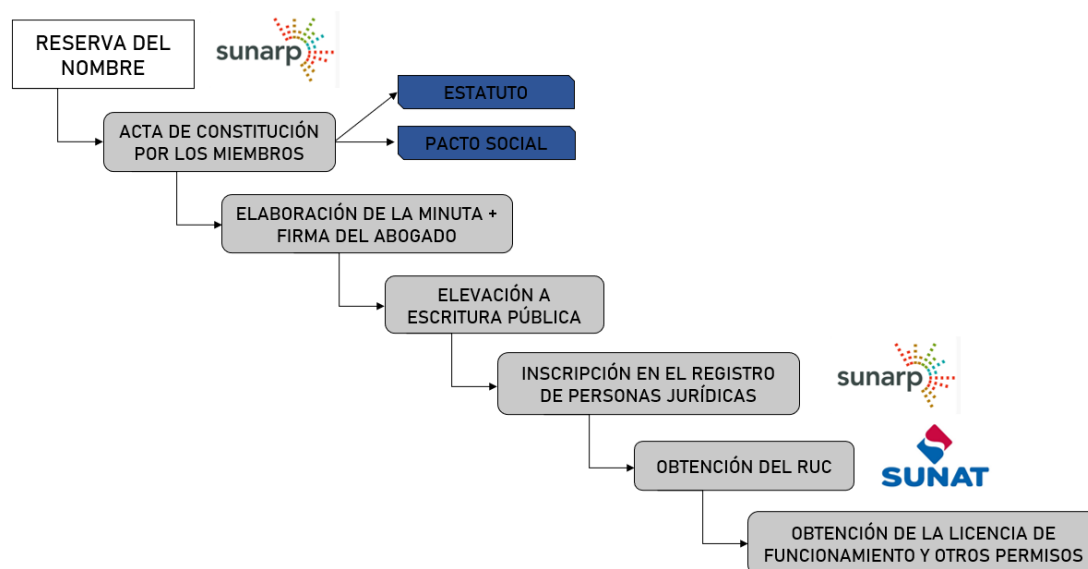
### **De Desarrollo**

- ✓ Motivar al personal durante los primeros días que resultan esenciales para el desempeño a largo plazo.
- ✓ Fomentar el compromiso con la organización por medio de programas de formación y orientación donde se enseñará la cultura de la empresa.

### **De Retención**

- ✓ Mantener una cultura donde se priorice al trabajador de forma que su permanencia sea eficaz.
- ✓ Incentivar por medio de jornadas justas, salarios de acuerdo al trabajo realizado y beneficios sociales para garantizar la lealtad del trabajador.
- ✓ Permitir que los colaboradores tengan un equilibrio entre su vida familiar y laboral, sin descuidar ni una ni otra.

- **Flujograma General de creación de la Futura Empresa.**



*Fuente:* Elaboración propia.

- **Estrategia para el Desarrollo y Dirección del Capital Humano.**

### Gestión del Conocimiento:

- ✓ Para poder generar nuevos conocimientos en los trabajadores resulta necesario poder capacitarlos, por que los colaboradores resultan ser la mayor fuente de retención en una empresa, por su capacidad para recordar ciertos aspectos necesarios para que los procesos se lleven a cabo. Por ello las empresas deben considerar que el trabajador adquiera cada vez nuevos conocimientos para así mejorar la eficiencia dentro de la organización.
- ✓ Se considerarán ciertos puntos para mejorar la gestión del conocimiento:
  - Capacitar a los colaboradores en capacidad de análisis, para poder enfrentar ciertas situaciones que se presenten en la empresa.
  - Definir objetivos que permitan un buen progreso continuo en las actividades.
  - Aligerar los procesos internos para poder mejorar la experiencia del colaborador en el centro laboral, mediante una comunicación asertiva.
  - Introducir el coach para el desarrollo profesional y personal de los

trabajadores.

- **Sistema de Retribuciones e incentivos al trabajador.**

#### **Plan de remuneraciones e incentivos**

- ✓ Las retribuciones que se darán, serán permanentes, las cuales considerarán el cargo que ocupe y según lo acordado en el contrato de trabajo.
- ✓ Se darán retribuciones en fechas festivas como fiestas patrias y navidad; y la celebración de aniversario de la organización.
- ✓ Del mismo modo en caso de requerirse que los colaboradores hagan horas extras, serán retribuidos de forma económica por el tiempo brindado.

#### **Plan de escalas salariales**

- ✓ Los salarios se determinarán según las horas trabajadas, la función que cumplan y el horario en el que les toque trabajar, existiendo la posibilidad de aumento de sueldo a un futuro, según el desempeño y cargo.
- **Estrategias de Administración del Personal (Relacionado al Plan Estratégico de la Institución y Desarrollo del Trabajador)**

#### **Plan de Capacitaciones**

- ✓ Se formulará un plan de capacitaciones de forma anual, realizando una evaluación según las necesidades del personal y del área donde se encuentran, esto por medio de cursos y charlas, por lo que se requerirá la asistencia de los colaboradores.
- ✓ Entre las capacitaciones que se realizarán encontramos 3 tipos:
  - Capacitaciones generales:** Estas capacitaciones se darán de forma general a todos los trabajadores, sin distinguir el área donde se encuentren desempeñando, basándose en la mejora de desempeño.
  - Capacitaciones específicas:** Este tipo de capacitación se dará para ciertas áreas en específicas según las necesidades que los colaboradores del área necesiten.
  - Capacitaciones en gestión:** Esta capacitación se da mayormente a los jefes

de las áreas, que deben considerar métodos de retroalimentación, de motivación al personal, de un correcto trato, para orientar al personal al cumplimiento de los objetivos.

### **Plan de Motivaciones**

- ✓ Se dará a conocer el mejor trabajador de cada área por mes, esto basándose en el cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa y la eficacia al momento de desarrollar sus tareas.
- ✓ Del mismo modo se realizarán actividades de forma bimestral para que los trabajadores interactúen, participen y conozcan los resultados que se han obtenido y lo que se espera en los siguientes 2 meses.

### **Plan de Incentivos**

- ✓ Se darán incentivos a los colaboradores que sean más eficaces y permitan ahorrar tiempo en cada proceso.
- ✓ Del mismo modo a los trabajadores que demuestren cumplir con los valores de la organización.
- ✓ Se darán bonos económicos a los colaboradores que participen en ciertos concursos, donde se fomentará la confraternidad de todo el personal.
- ✓ Se entregarán incentivos según la evaluación respectiva del desempeño cada colaborador.

### **Plan de Reconocimientos**

- ✓ Habrá una zona en donde se cada mes se colocará las fotos de los trabajadores que mejor desempeño hayan tenido y del mismo modo una foto por cada área, para que todos los colaboradores se sientan identificados y reconocidos.
- ✓ Actividades por fechas especiales como el día del padre y de la madre.
- ✓ Hacer entrega de certificados que avalen el buen desempeño que han tenido a lo largo del tiempo y de las capacitaciones que reciben para que formen un mejor curriculum.

**Plan de Protección de la vida y la Salud (EPS y Seguros de vida)**

- ✓ Uno de los principales factores que la organización tomará en cuenta es la protección de los colaboradores, por lo que:
  - Al momento de ingresar se les dará un seguro de salud y de vida según la ley.
  - Se contará con los implementos y equipos necesarios para realizar las distintas tareas, reduciendo la posibilidad de accidentes.
  - Se llevará un control de días sin accidentes.
  - Se tendrá a la mano un equipo de botiquín de primeros auxilios ante cualquier emergencia que se pueda suscitar.

## CUADRO OMEIN DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL

<b>PROBLEMA CENTRAL:</b> Demanda insatisfecha, debido a insuficiente aprovisionamiento de queso fresco.						
<b>PROPUESTA DE VALOR DEL MODELO DE NEGOCIO VALIDADO:</b> Beneficio de alimentarse de forma saludable para las familias peruanas, fortaleciendo el sistema inmunológico.						
<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Proyecto de inversión privada para la instalación de una planta productora de queso fresco en el distrito de Cajamarca, provincia de Cajamarca, para su comercialización a nivel nacional, 2023.						
<b>VENTAJA Y ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN</b>	<b>Estrategias del Estudio Organizacional</b>	<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Objetivo Esecífico (META)</b>	<b>Estrategias Organizacionales (4Ps)</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición del indicador para verificar cumplimiento del objetivo específico</b>
	<b>Corto Plazo</b>	Orientar al personal hacia un manejo mejor del conocimiento aprendido.	Aumentar el nivel de innovación de los colaboradores y satisfacción para una mejor integración laboral del personal en planta a un 100%.	Estrategias administración de personas Estrategias de dirección de personas: Responsabilidad social de la organización Gestión por procesos	<b>ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAS</b> <i>Medios de reclutamiento:</i> -Experiencia. -Conocimientos. -Capacidades intelectuales como la capacidad de Análisis.  <i>Dimensiones personales:</i> -Afán de logro. -Implicación en el trabajo. -Estabilidad de comportamientos. -Independencia de criterio.	<i>Trimestral</i>

					<p>-Capacidad para tomar decisiones. -Relación interpersonal.</p> <p><i>Contratos laborales:</i> -Seguridad y Salud Ocupacional. -Leyes laborales y previsionales.</p>	
	<b>Mediano Plazo</b>		Tener un mejor clima basado en el apoyo e innovación de los mismos colaboradores.		<p><i>ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN DE PERSONAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Gestión del conocimiento</i></li> <li>• <i>Capital social organizacional interno</i></li> <li>• <i>Responsabilidad social</i></li> <li>• <i>Cultura organizacional</i></li> <li>• <i>Motivaciones, intereses y expectativas</i></li> <li>• <i>Ambiciones profesionales</i></li> <li>• <i>Motivos</i></li> <li>• <i>Motivaciones</i></li> </ul>	<i>Bimestral</i>
		Posicionar a la empresa entre	Contar con la		<b>RESPONSABILIDAD</b>	

	<p><b>Largo Plazo</b></p>	<p>una de las mejores culturas organizacionales y que su personal cumpla con los principios axiológicos de la organización, asegurando un buen trato a los clientes y así poder superar las expectativas.</p>	<p>participación del 100% de los colaboradores y reducir la rotación del personal.</p>		<p><b>SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN</b></p> <p>Por medio de los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se busca el involucramiento de todo el personal.</p> <p><b>GESTIÓN POR PROCESOS</b></p> <p>Mayor productividad y mejora en la calidad del trabajo.</p>	<p><i>Mensual</i></p>
--	---------------------------	---	--	--	--	-----------------------

### PLANILLA DE COLABORADORES

Nº	Ocupación	Haber básico	Asignación Familiar	Remuneración Total	A.F.P	EsSalud Vida	Total Dscts.	Neto a Pagar
					Seguro			
1	Gerente General	S/ 3,800.00		S/ 3,800.00	S/ 49.40	S/ 494.00	S/ 543.40	S/ 3,256.60
2	Jefe del área de Finanzas	S/ 2,200.00	S/ 93.00	S/ 2,293.00	S/ 29.81	S/ 298.09	S/ 327.90	S/ 1,965.10
3	Jefe del área de Ventas	S/ 2,200.00		S/ 2,200.00	S/ 28.60	S/ 286.00	S/ 314.60	S/ 1,885.40
4	Jefe del área de operaciones	S/ 2,200.00		S/ 2,200.00	S/ 28.60	S/ 286.00	S/ 314.60	S/ 1,885.40
5	Asistente de administracion y RR.HH	S/ 1,400.00	S/ 93.00	S/ 1,493.00	S/ 19.41	S/ 194.09	S/ 213.50	S/ 1,279.50
6	Asistente de compras y logistica	S/ 1,400.00		S/ 1,400.00	S/ 18.20	S/ 182.00	S/ 200.20	S/ 1,199.80
7	Asistente comercial y de marketing	S/ 1,400.00		S/ 1,400.00	S/ 18.20	S/ 182.00	S/ 200.20	S/ 1,199.80
8	Directivo de ventas y atencion al cliente	S/ 1,400.00		S/ 1,400.00	S/ 18.20	S/ 182.00	S/ 200.20	S/ 1,199.80
9	Operario de produccion	S/ 1,100.00		S/ 1,100.00	S/ 14.30	S/ 143.00	S/ 157.30	S/ 942.70
10	Operario de almacen y transporte	S/ 1,100.00	S/ 93.00	S/ 1,193.00	S/ 15.51	S/ 155.09	S/ 170.60	S/ 1,022.40
11	Limpieza	S/ 1,100.00	S/ 93.00	S/ 1,193.00	S/ 15.51	S/ 155.09	S/ 170.60	S/ 1,022.40
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 19,672.00</b>	<b>S/ 255.74</b>	<b>S/ 2,557.36</b>	<b>S/ 2,813.10</b>	<b>S/ 16,858.90</b>

FACTORES	REMUN. TOTAL	TOTAL A PAGAR ANUAL EN SOLES
Planilla de Administración	S/. 11,186.00	S/. 167,790.00
Planilla de Producción	S/. 8,486.00	S/. 127,290.00
Mano de Obra Directa	S/. 4,700.00	S/. 70,500.00
Mano de Obra Indirecta	S/. 3,786.00	S/. 56,790.00
<b>TOTALES</b>	<b>S/. 19,672.00</b>	<b>S/. 295,080.00</b>

## **IDENTIFICACIÓN DE LA VIABILIDAD ORGANIZACIONAL**

Se concluye que, si hay viabilidad organizacional, puesto que el modelo y estructura propuesta por la empresa se divide por procesos para poder orientar de forma correcta las actividades y relaciones de la organización; del mismo modo se contará con la gestión del conocimiento como ventaja competitiva, porque los colaboradores son los primeros en retener conocimiento e información.

### 4.3.5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### BALANCE INICIAL:

#### BALANCE INICIAL

<b>Estructura económica</b>	
<b>Activo</b>	
<b>Activo corriente</b>	
Efectivo y equivalentes de efectivo	S/ 364,287.29
<b>Total activo corriente</b>	<b>S/ 364,287.29</b>
<b>Activo no corriente</b>	
Inmueble, maquinaria y equipo	S/ 464,036.24
Terreno	S/ 2,541,000.00
<b>Total activo no corriente</b>	<b>S/ 3,005,036.24</b>
<b>Total activo</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>
<b>Estructura Financiera</b>	
<b>Pasivo</b>	
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Cuentas por Pagar a socios	S/ -
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>S/ -</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
Cuentas por Pagar	S/ 2,358,526.47
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	
Capital	S/ 1,010,797.06
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>S/ 1,010,797.06</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>

**BALANCE PROYECTADO:**

	P1	P2	P3	P4	P5
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL EFFECTIVO	1000000.00	1050000.00	1100000.00	1150000.00	1200000.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1000000.00</b>	<b>1050000.00</b>	<b>1100000.00</b>	<b>1150000.00</b>	<b>1200000.00</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO	643692.00	643692.00	643692.00	643692.00	643692.00
TERRENO	2904000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVERSION FIJA INTANGIBLE	12442.24	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>3560134.24</b>	<b>643692.00</b>	<b>643692.00</b>	<b>643692.00</b>	<b>643692.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>4560134.24</b>	<b>1693692.00</b>	<b>1743692.00</b>	<b>1793692.00</b>	<b>1843692.00</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
CUENTAS POR PAGAR SOCIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CUENTAS POR PAGAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>					
PASIVO NO CORRIENTE					
CUENTAS POR PAGAR	514848.00	514848.00	514848.00	514848.00	514848.00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	1010797.06				
RESULTADO ACUMULADOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>1010797.06</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1525645.06</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>	<b>514848.00</b>

**ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO:****ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS ECONÓMICO**

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	S/ 1,060,790.50	S/ 1,145,653.74	S/ 1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/ 1,060,790.50</b>	<b>S/ 1,145,653.74</b>	<b>S/ 1,237,306.04</b>	<b>S/ 1,336,290.52</b>	<b>S/ 1,443,193.76</b>
- GASTOS DE OPERACIÓN	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
Gastos de Ventas	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89
Gastos Administrativos	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/ 691,503.19</b>	<b>S/ 776,366.43</b>	<b>S/ 868,018.73</b>	<b>S/ 967,003.21</b>	<b>S/ 1,073,906.45</b>
- GASTOS FINANCIEROS	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>S/ 691,503.19</b>	<b>S/ 776,366.43</b>	<b>S/ 868,018.73</b>	<b>S/ 967,003.21</b>	<b>S/ 1,073,906.45</b>
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	S/ 200,535.92	S/ 225,146.26	S/ 251,725.43	S/ 280,430.93	S/ 311,432.87
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>S/ 490,967.26</b>	<b>S/ 551,220.16</b>	<b>S/ 616,293.30</b>	<b>S/ 686,572.28</b>	<b>S/ 762,473.58</b>

**ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS FINANCIERO**

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	S/ 1,060,790.50	S/ 1,145,653.74	S/ 1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/ 1,060,790.50</b>	<b>S/ 1,145,653.74</b>	<b>S/ 1,237,306.04</b>	<b>S/ 1,336,290.52</b>	<b>S/ 1,443,193.76</b>
- GASTOS DE OPERACIÓN	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
Gastos de Ventas	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89	S/ 3,954.89
Gastos Administrativos	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80	S/ 45,028.80
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62	S/ 320,303.62
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/ 691,503.19</b>	<b>S/ 776,366.43</b>	<b>S/ 868,018.73</b>	<b>S/ 967,003.21</b>	<b>S/ 1,073,906.45</b>
- GASTOS FINANCIEROS	S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO</b>	<b>S/ 620,983.25</b>	<b>S/ 719,131.90</b>	<b>S/ 824,466.84</b>	<b>S/ 937,543.07</b>	<b>S/ 1,058,959.41</b>
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	S/ 180,085.14	S/ 208,548.25	S/ 239,095.38	S/ 271,887.49	S/ 307,098.23
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>S/ 440,898.11</b>	<b>S/ 510,583.65</b>	<b>S/ 585,371.45</b>	<b>S/ 665,655.58</b>	<b>S/ 751,861.18</b>

## IDENTIFICACIÓN DEL TANGIBLE, INTANGIBLE Y CAPITAL DE TRABAJO DEL PROYECTO.

### INVERSIÓN TANGIBLE

MAQUINARIA				
Cantidad	Descripción	CARACTERÍSTICAS	Precio unitario	Total
2	PRENSA PARA QUESO	NEUMÁTICA HORIZONTAL	S/ 18,000.00	S/ 36,000.00
1	MAQUINA LAVADORA DE QUESO	--	S/ 20,000.00	S/ 20,000.00
2	CUBAS DE CUAJAR QUESO	CUBA CÓNICA	S/ 29,000.00	S/ 58,000.00
6	MESAS PARA QUESO	METÁLICAS	S/ 2,500.00	S/ 15,000.00
2	CORTADORES DE QUESO	--	S/ 32,000.00	S/ 64,000.00
1	PREPENSA DE QUESO AUTOMATIZADA	AUTOMATIZADA	S/ 80,000.00	S/ 80,000.00
1	TRAFO	--	S/ 61,000.00	S/ 61,000.00
1	COMPRESORA	--	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
1	ELEVADOR DE DESCARGA	--	S/ 40,000.00	S/ 40,000.00
1	INSTALACION	--	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
TOTAL			S/ 304,500.00	S/ 396,000.00

EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO				
Cantidad	Descripcion		Precio Unitario	Total
5	COMPUTADORAS	HP DESKJET	S/ 3,400.00	S/ 17,000.00
5	SILLA DE OFICINA	JUST HOME COLLECTION	S/ 390.00	S/ 1,950.00
5	ESCRITORIOS	JUST HOME COLLECTION	S/ 550.00	S/ 2,750.00
6	AIRE ACONDICIONADO	LG	S/ 3,299.00	S/ 19,794.00
3	LAPTOP	INTEL CORE I7	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00
2	PROYECTOR OLG	OLG	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00
6	CELULARES	SAMSUNG	S/ 700.00	S/ 4,200.00
TOTAL			S/ 12,039.00	S/ 55,594.00

EDIFICACIONES				
Cantidad	Descripcion		Precio Unitario	Total
1	Terreno	9000m2	S/ 2,541,000.00	S/ 2,541,000.00
TOTAL			S/ 2,541,000.00	S/ 2,541,000.00

		SOLES
Descripción		Total con IG
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE		S/ 2,992,594.00

## INVERSIÓN INTANGIBLE

<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b>			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Busqueda Comercial (SUNARP)	S/. 6.00	S/. 1.08	S/. 8.00
Estatutos	S/. 21.19	S/. 3.81	S/. 25.00
ROF	S/. 21.19	S/. 3.81	S/. 25.00
MOF	S/. 21.19	S/. 3.81	S/. 25.00
Minuta y Acta de Constitucion (MINTRA)	S/. 14.83	S/. 2.67	S/. 17.50
Escritura Pública	S/. 19.07	S/. 3.43	S/. 22.50
Inscripcion en la SUNARP	S/. 16.95	S/. 3.05	S/. 20.00
Legalizar Libro Mayor	S/. 1.59	S/. 0.29	S/. 1.88
Legalizar Libro Caja	S/. 1.59	S/. 0.29	S/. 1.88
Licencia de Funcionamiento	S/. 380.00	S/. 68.40	S/. 62.50
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	S/. 15.04	S/. 2.71	S/. 17.75
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	S/. 10.81	S/. 1.94	S/. 12.75
Gastons de inscripcion	S/. 29.66	S/. 5.34	S/. 35.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 559.09</b>	<b>S/. 100.64</b>	<b>S/. 274.75</b>

<b>LICENCIAS</b>			
LICENCIAS MUNICIPALES	Precio Sin IGV	IGV	Precio Con IGV
Conformidad de edificación	S/. 650.00	S/. 117.00	S/. 38.00
Compra de solicitud de Declaración de Anuncios	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
Declaración Jurada de Actividad Comercial	S/. 152.54	S/. 27.46	S/. 180.00
<b>OTRAS LICENCIAS</b>			
Licencias para uso del software office	S/. 226.27	S/. 40.73	S/. 267.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1,130.51</b>	<b>S/. 203.49</b>	<b>S/. 605.00</b>

<b>GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA</b>			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de la línea de Teléfono	S/. 59.32	S/. 10.68	S/. 70.00
Remuneraciones del personal antes del inicio de las operaciones (ingeniero industrial)	S/. 2,711.86	S/. 0.00	S/. 3,200.00
Publicidad Inbtensiva Periodo Cero	S/. 2,966.10	S/. 533.90	S/. 3,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 5,737.29</b>	<b>S/. 544.58</b>	<b>S/. 6,770.00</b>

<b>ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD</b>			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Estudio de Factibilidad	S/. 1,008.40	S/. 181.51	S/. 1,200.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1,008.40</b>	<b>S/. 181.51</b>	<b>S/. 1,200.00</b>

<b>GASTOS DE CAPACITACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO</b>			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Gastos de capacitación del personal	S/. 932.20	S/. 167.80	S/. 1,100.00
Gastos de administración del proyecto	S/. 1,610.17	S/. 0.00	S/. 1,900.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 2,542.37</b>	<b>S/. 167.80</b>	<b>S/. 3,000.00</b>

<b>SUB TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>S/. 10,977.67</b>	<b>S/. 1,198.01</b>	<b>S/. 11,849.75</b>
--	----------------------	---------------------	----------------------

<b>Otras inversiones intangibles (5%)</b>	<b>S/. 548.88</b>	<b>S/. 59.90</b>	<b>S/. 592.49</b>
---	-------------------	------------------	-------------------

	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
<b>TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>S/. 11,526.55</b>	<b>S/. 1,257.91</b>	<b>S/. 12,442.24</b>

<b>GASTOS DE OBTENCIÓN DEL PRÉSTAMO</b>	
TASACIÓN	S/. 150.00
COPIA LIBRE GRAVAMEN	S/. 8.46
COPIA LITERAL	S/. 13.79
ESCRITURA DE HIPOTECA	S/. 86.21
INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS	S/. 10.35
COSTO FIJO DEL GRAVAMEN	S/. 10.35
SUBTOTAL	S/. 279.16
OTROS GASTOS 5%	S/. 13.96
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 293.12</b>

### CAPITAL DEL TRABAJO

DESCRIPCIÓN	Precio Sin IGV	IGV	COSTOS Y GASTOS ANUAL
			TOTAL CON IGV ANUAL
Mano de Obra Directa	S/ 4,700.00	S/ 0.00	S/ 70,500.00
Mano de Obra Indirecta	S/ 3,786.00	S/ 0.00	S/ 70,500.00
Sueldos Administrativos	S/ 11,186.00	S/ 0.00	S/ 167,790.00
Mantenimiento	S/ 600.00	S/ 108.00	S/ 8,496.00
Luz	S/ 2,100.00	S/ 378.00	S/ 29,736.00
Agua	S/ 480.00	S/ 86.40	S/ 6,796.80
Teléfono - Internet	S/ 460.00	S/ 82.80	S/ 6,513.60
Útiles de Oficina	S/ 62.48	S/ 11.25	S/ 884.65
Útiles de Limpieza	S/ 216.83	S/ 39.03	S/ 3,070.24
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 23,591.30</b>	<b>S/ 705.47</b>	<b>S/ 364,287.29</b>

### GASTOS GENERALES

LISTA DE GASTOS	CANTIDAD		PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL EN SOLES SIN IGV	COSTO ANUAL EN SOLES SIN IGV	IGV	COSTO ANUAL EN S/. CON IGV
	UNIDAD	MENSUAL					
Mantenimiento	Servicio	1	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 7,200.00	S/. 1,296.00	S/ 8,496.00
Luz	KW-H	3000	S/ 0.70	S/ 2,100.00	S/ 25,200.00	S/. 4,536.00	S/ 29,736.00
Agua	M3	1200	S/ 0.40	S/ 480.00	S/ 5,760.00	S/. 1,036.80	S/ 6,796.80
Teléfono + Internet	Servicio	1	S/ 460.00	S/ 460.00	S/ 5,520.00	S/. 993.60	S/ 6,513.60
Útiles de oficina		1	S/ 62.48	S/ 62.48	S/ 749.70	S/. 134.95	S/ 884.65
Útiles de Limpieza		1	S/ 216.83	S/ 216.83	S/ 2,601.90	S/. 468.34	S/ 3,070.24
<b>SUBTOTAL</b>				S/ 3,919.30	S/ 47,031.60	S/. 8,465.69	S/ 55,497.29
<b>OTROS 5%</b>					S/ 2,351.58	S/. 423.28	S/ 2,774.86
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 49,383.18</b>	<b>S/. 8,888.97</b>	<b>S/ 58,272.15</b>

UTILES DE OFICINA	CANT. MENSUAL	PRECIO UNIT.	COSTO MENSUAL EN SOLES SIN IGV
Lapiceros	Unidades 10	S/ 0.80	S/ 8.00
Correctores	Unidades 2	S/ 2.00	S/ 4.00
Folders Manila	Unidades 10	S/ 0.50	S/ 5.00
Papel Bond	Unidades 50	S/ 0.05	S/ 2.50
Cartucho de Tinta	Unidades 1	S/ 40.00	S/ 40.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>S/ 59.50</b>
Otros Útiles 5%			S/ 2.98
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 62.48</b>

UTILES DE LIMPIEZA	CANT. MENSUAL		Prec. Unit	COSTO MENSUAL EN SOLES SIN IGV
A. Muriático	Litros	1	S/ 6.00	S/ 6.00
Franelas	Metros	2	S/ 2.50	S/ 5.00
Cera	Galones	1	S/ 8.00	S/ 8.00
Trapeadores	Unidades	5	S/ 10.00	S/ 50.00
Ambientadores	Litros	4	S/ 6.00	S/ 24.00
Detergente	Kilogramos	3	S/ 8.50	S/ 25.50
Papel Higiénico	Paquetes	8	S/ 11.00	S/ 88.00
<b>SUBTOTAL</b>				S/ 206.50
Otros Útiles 5%				S/ 10.33
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 216.83</b>

## PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO

Datos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario sin IGV (PROM EDI O)	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
Producción anual	30308	32733	35352	38180	41234

Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administracion	214791.29	214791.29	214791.29	214791.29	214791.29
Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	23313.60	23313.60	23313.60	23313.60	23313.60
Depreciacion	319059.40	319059.40	319059.40	319059.40	319059.40
Amortizacion por Cargas diferidas	1244.22	1244.22	1244.22	1244.22	1244.22
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	558408.51	558408.51	558408.51	558408.51	558408.51

Costos Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00
Costos indirectos	65286.00	65286.00	65286.00	65286.00	65286.00
Impuestos	617331.87	617331.87	617331.87	617331.87	617331.87
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	753117.87	753117.87	753117.87	753117.87	753117.87
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	24.85	23.01	21.30	19.73	18.26

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	55008	46565	40771	36558	33367
Punto de equilibrio en soles	S/. 1,925,275.07	S/. 1,629,769.02	S/. 1,426,970.48	S/. 1,279,545.60	S/. 1,167,830.51

## CUADROS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN; VALORES RESIDUALES

### DEPRECIACIÓN DE LA INVERSIÓN TANGIBLE

Rubro y Año	Total Sin IGV	Tasa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	Valor Residual
		SUNAT	2023	2024	2025	2026	2027		
MAQUINARIA	S/ 396,000.00	15%	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 297,000.00	S/ 99,000.00
EQUIPO ADMINISTRATIVO	S/ 55,594.00	10%	S/ 5,559.40	S/ 5,559.40	S/ 5,559.40	S/ 5,559.40	S/ 5,559.40	S/ 27,797.00	S/ 27,797.00
TERRENO	S/ 2,541,000.00	10%	S/ 254,100.00	S/ 254,100.00	S/ 254,100.00	S/ 254,100.00	S/ 254,100.00	S/ 1,270,500.00	S/ 1,270,500.00
<b>Total</b>	<b>S/ 2,992,594.00</b>		<b>S/ 319,059.40</b>	<b>S/ 319,059.40</b>	<b>S/ 319,059.40</b>	<b>S/ 319,059.40</b>	<b>S/ 319,059.40</b>	<b>S/ 1,595,297.00</b>	<b>S/ 1,397,297.00</b>

### CUADRO DE AMORTIZACIÓN INTANGIBLE

Total de Intangible

S/. 12,442.24

Amortización por Cargas Diferidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	S/. 1,244.22	S/. 1,244.22	S/. 1,244.22	S/. 1,244.22	S/. 1,244.22

## CUADRO DE CREDITO FISCAL Y PAGO IGV

PRESUPUESTO ECONÓMICO

<b>INGRESOS</b>										
<b>VENTAS</b>	S/	1,060,790.50	S/	1,145,653.74	S/	1,237,306.04	S/	1,336,290.52	S/	1,443,193.76
<b>EGRESOS</b>										
<b>I.-Costos de Producción o Costos de Fabricación</b>		135786.00		135786.00		135786.00		135786.00		135786.00
I.1 Costos directos		70500.00		70500.00		70500.00		70500.00		70500.00
I.1.2.-Mano de Obra Directa		70500.00		70500.00		70500.00		70500.00		70500.00
I.2 Costos indirectos		65286.00		65286.00		65286.00		65286.00		65286.00
I.2.2 Mano de obra indirecta		56790.00		56790.00		56790.00		56790.00		56790.00
I.2.3. Otros Costos Indirectos		8496.00		8496.00		8496.00		8496.00		8496.00
<b>II.-Gastos de Operación</b>		238104.89		238104.89		238104.89		238104.89		238104.89
II.1.-Gastos de Administración		214791.29		214791.29		214791.29		214791.29		214791.29
-Gastos administrativos		47001.29		47001.29		47001.29		47001.29		47001.29
-Sueldos administrativos		167790.00		167790.00		167790.00		167790.00		167790.00
II.2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución		23313.60		23313.60		23313.60		23313.60		23313.60
-Gastos de ventas		6513.60		6513.60		6513.60		6513.60		6513.60
-Sueldos de Ventas		16800.00		16800.00		16800.00		16800.00		16800.00
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>										
-Depreciación		319059.40		319059.40		319059.40		319059.40		319059.40
-Amortización por Cargas diferidas		1244.22		1244.22		1244.22		1244.22		1244.22
<b>IV.- Impuestos</b>										
-IGVA PAGAR		416795.94		416795.94		416795.94		416795.94		416795.94
-Impuesto a la renta		200535.92		200535.92		200535.92		200535.92		200535.92
<b>TOTAL EGRESOS</b>		1311526.38		1311526.38		1311526.38		1311526.38		1311526.38
<b>SALDO</b>		-250735.88		166764.16		166764.16		166764.16		166764.16

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de Ventas	190942.29	206217.67	222715.09	240532.29	259774.88
- IGV DE Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	1260.00	1260.00	1260.00	1260.00	1260.00
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	189682.29	21862.10	21862.10	21862.10	21862.10
- IGV DE INVERSION	606478.23	606478.23	606478.23	606478.23	606478.23
IGV A PAGAR	416795.94	584616.14	584616.14	584616.14	584616.14

## CUADRO DE SERVICIOS DE LA DEUDA

PRESUPUESTO FINANCIERO

<b>INGRESOS</b>					
<b>Ventas</b>	1060790.50	1145653.74	1237306.04	1336290.52	1443193.76
<b>Egresos</b>					
<b>I.-Costos de Producción o Costos de Fabricación</b>	135786.00	135786.00	135786.00	135786.00	135786.00
I.1 Costos directos	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00
I.1.2.-Mano de Obra Directa	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00	70500.00
I.2 Costos indirectos	65286.00	65286.00	65286.00	65286.00	65286.00
I.2.2 Mano de obra indirecta	56790.00	56790.00	56790.00	56790.00	56790.00
I.2.3. Otros Costos Indirectos	8496.00	8496.00	8496.00	8496.00	8496.00
<b>II.-Gastos de Operación</b>	238104.89	238104.89	238104.89	238104.89	238104.89
II,1.-Gastos de Administracion	214791.29	214791.29	214791.29	214791.29	214791.29
-Gastos administrativos	47001.29	47001.29	47001.29	47001.29	47001.29
-Sueldos administrativos	167790.00	167790.00	167790.00	167790.00	167790.00
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	23313.60	23313.60	23313.60	23313.60	23313.60
-Gastos de ventas	6513.60	6513.60	6513.60	6513.60	6513.60
-Sueldos de Ventas	16800.00	16800.00	16800.00	16800.00	16800.00
<b>III. Depreciación y amortización por cargas diferidas</b>					
.-Depreciacion	319059.40	319059.40	319059.40	319059.40	319059.40
.-Amortizacion por Cargas diferidas	1244.22	1244.22	1244.22	1244.22	1244.22
<b>IV .-Gastos Financieros</b>	<b>70639.94</b>	<b>57354.53</b>	<b>43671.89</b>	<b>29580.14</b>	<b>15067.04</b>
-INTERÈS PRESTAMO	70519.94	57234.53	43551.89	29460.14	14947.04
-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
<b>V .-Amortizacion de la Deuda (CK)</b>	444328.06	457613.47	471296.11	485387.87	499900.96
<b>VI.-Im puestos</b>					
<b>-IGVA PAGAR</b>	416795.94	584616.14	584616.14	584616.14	584616.14
-PARTICIPACIÓN LABORAL	2834.14	3074.37	3212.28	3451.98	3687.45
-Impuesto a la renta	180085.14	180085.14	180085.14	180085.14	180085.14
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>1808877.74</b>	<b>1976938.16</b>	<b>1977076.07</b>	<b>1977315.77</b>	<b>1977551.24</b>
<b>SALDO</b>	<b>748087.24</b>	<b>831284.42</b>	<b>739770.03</b>	<b>641025.25</b>	<b>534357.48</b>

## PRESENTACIÓN DE LOS FLUJOS DE CAJA 0 – 5 AÑOS

## FLUJOS DE CAJA ECONÓMICO

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ 1,060,790.50</b>	<b>S/ 1,145,653.74</b>	<b>S/ 1,237,306.04</b>	<b>S/ 1,336,290.52</b>	<b>S/ 1,443,193.76</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 745,699.18</b>	<b>S/ 830,562.42</b>	<b>S/ 922,214.71</b>	<b>S/ 1,021,199.20</b>	<b>S/ 1,128,102.44</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 3,369,323.53					

## FLUJOS DE CAJA FINANCIERO

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>	<b>S/ 1,060,790.50</b>	<b>S/ 1,145,653.74</b>	<b>S/ 1,237,306.04</b>	<b>S/ 1,336,290.52</b>	<b>S/ 1,443,193.76</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50	S/ 1,060,790.50
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Préstamo	S/ 2,358,526.47					S/ -
I.4 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
II.7 Servicio de deuda		S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00
Amortización		S/ 444,328.06	S/ 457,613.47	S/ 471,296.11	S/ 485,387.87	S/ 499,900.96
Gastos financieros		S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>S/ 230,851.17</b>	<b>S/ 315,714.41</b>	<b>S/ 407,366.71</b>	<b>S/ 506,351.20</b>	<b>S/ 613,254.44</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>S/ 21,155.98</b>	<b>S/ 17,170.36</b>	<b>S/ 13,065.57</b>	<b>S/ 8,838.04</b>	<b>S/ 4,484.11</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 252,007.16</b>	<b>S/ 332,884.77</b>	<b>S/ 420,432.28</b>	<b>S/ 515,189.24</b>	<b>S/ 617,738.55</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 1,010,797.06					

#### 4.4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO:

#### EVALUACION ECONÓMICA Y FINANCIERA: VAN, TIR, PRC, B/C

#### EVALUACION ECONÓMICA

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	S/ -	S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 2,864,082.06
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	S/ 3,369,323.53	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 745,699.18</b>	<b>S/ 830,562.42</b>	<b>S/ 922,214.71</b>	<b>S/ 1,021,199.20</b>	<b>S/ 2,548,990.74</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 3,369,323.53					

#### EVALUACION FINANCIERA

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	S/ 2,358,526.47	S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 2,864,082.06
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Préstamo	S/ 2,358,526.47					S/ -
I.4 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	S/ 3,369,323.53	S/ 829,939.33	S/ 829,939.33	S/ 829,939.33	S/ 829,939.33	S/ 829,939.33
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
II.7 Servicio de deuda		S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00
Amortización		S/ 444,328.06	S/ 457,613.47	S/ 471,296.11	S/ 485,387.87	S/ 499,900.96
Gastos financieros		S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>S/ 230,851.17</b>	<b>S/ 315,714.41</b>	<b>S/ 407,366.71</b>	<b>S/ 506,351.20</b>	<b>S/ 2,034,142.74</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>S/ 21,155.98</b>	<b>S/ 17,170.36</b>	<b>S/ 13,065.57</b>	<b>S/ 8,838.04</b>	<b>S/ 4,484.11</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 252,007.16</b>	<b>S/ 332,884.77</b>	<b>S/ 420,432.28</b>	<b>S/ 515,189.24</b>	<b>S/ 2,038,626.85</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 1,010,797.06					

## FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	FINANCIAMIENTO (BANCO)	APORTE PROPIO	INVERSIÓN TOTAL
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			
<b>I. INVERSION FIJA</b>	S/ 2,103,525.37	S/ 901,510.87	S/ 3,005,036.24
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE	S/ 2,094,815.80	S/ 897,778.20	S/ 2,992,594.00
I.1.1. MAQUINARIA	S/ 277,200.00	S/ 118,800.00	S/ 396,000.00
I.1.2. EQUIPO	S/ 38,915.80	S/ 16,678.20	S/ 55,594.00
I.1.3. TERRENO	S/ 1,778,700.00	S/ 762,300.00	S/ 2,541,000.00
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE	S/ 8,709.57	S/ 3,732.67	S/ 12,442.24
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	S/ 255,001.10	S/ 109,286.19	S/ 364,287.29
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>	<b>S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>
<b>PORCENTAJE</b>	70%	30%	100%

## CÁLCULO INDICADORES VAN, TIR, PRC Y B/C ECONÓMICO Y FINANCIERO BAJO ESCENARIO NORMAL

### ECONÓMICO NORMAL

TASA DE DESCUENTO ECONOMICA	0.0581	5.81%
-----------------------------	--------	-------

#### INDICADORES ECONÓMICOS DE RENTABILIDAD

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO		
VANE	S/	1,592,400.46

Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.  
El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
TIRE	19%
TASA DE DESCUENTO (COK)	5.81%

Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente.  
El proyecto tiene un rendimiento del **19%** por un periodo de **5** años  
El VANE resulta cero cuando la TIRE es **19%**

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO	
B/CE	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS

B/CE	\$6,295,891.91 -\$4,703,491.44
------	-----------------------------------

B/CE	1.34
------	------

El B/CE es superior que 1, por lo que el proyecto resulta rentable económicamente.  
El valor presente de los ingresos es mayor al valor presente de los egresos.  
Por cada sol que se invierte se gana 1.34 soles

#### INDICE DE RENTABILIDAD

IR =	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
------	--

IR =	\$4,961,723.99 \$3,369,323.53
------	----------------------------------

IR =	1.47
------	------

Si el índice de rentabilidad es superior que 1, quiere decir que por cada sol invertido le  
esta generando al proyecto una mayor rentabilidad

CPPK	0.0581	5.81%
------	--------	-------

**Cálculo del período de recuperación del capital (PRC)**

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

<b>Inversión total :</b>	S/ 3,369,323.53
--------------------------	-----------------

PERIODO	FLUJO DE CAJA ECON.	F.A.S	F.caja actualizado
1	S/ 745,699.18	0.945090	S/ 704,753.02
2	S/ 830,562.42	0.893196	S/ 741,854.69
3	S/ 922,214.71	0.844150	S/ 778,487.97
4	S/ 1,021,199.20	0.797798	S/ 814,711.05
5	S/ 2,548,990.74	0.753991	S/ 1,921,917.25

**El proyecto presenta los siguientes FEN:**

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
	-S/ 3,369,323.53	-S/ 3,369,323.53	<b>4.781</b>	<b>4.781</b>	<b>45.370</b>	<b>1271.109</b>
1	S/ 704,753.02	-S/ 2,664,570.50				
2	S/ 741,854.69	-S/ 1,922,715.81				
3	S/ 778,487.97	-S/ 1,144,227.84				
4	S/ 814,711.05	-S/ 329,516.79				
5	S/ 1,921,917.25	S/ 1,592,400.46				

Por lo tanto, el tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 4 año y 7 meses.

**FINANCIERO NORMAL**

TASA DE DESCUENTO FINANCIERA	0.0581	5.81%
------------------------------	--------	-------

**INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD****VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO**

VANF	S/	1,827,736.13
------	----	--------------

Como el VANF es mayor a cero, resulta conveniente invertir en el proyecto

El proyecto resulta rentable ya que genera rentabilidad por solo.

**TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO**

TIRF	40.22%
------	--------

TASA DE DESCUENTO (COK)	5.81%
-------------------------	-------

Como la TIRF es superior a la tasa de descuento financiera, el proyecto resulta rentable financieramente

El proyecto tiene un rendimiento del **40.22%** por un periodo de **5** años

El VANF resulta cero cuando la TIRF es **40.22%**

**RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO**

B/CF	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
------	---

B/CF	\$8,654,418.37 -\$6,883,474.30
------	-----------------------------------

B/CF	1.26
------	------

El B/CF es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable financieramente

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos

Por cada sol que se invierte se gana 1.26 soles

**INDICE DE RENTABILIDAD**

IR =	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
------	--

IR =	\$2,838,533.19 \$1,010,797.06
------	----------------------------------

IR =	2.81
------	------

Si el índice de rentabilidad es superior a 1, quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto, se esta generando una mayor rentabilidad.

CPPK	0.0581	5.81%
------	--------	-------

<b>Cálculo del período de recuperación del capital (PRC)</b>
--

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

<b>Inversión total :</b>	<b>S/ 1,010,797.06</b>
--------------------------	------------------------

PERIODO	FLUJO DE CAJA FINAN.	F.A.S	F.caja actualizado
1	S/ 252,007.16	0.945099	S/ 238,171.69
2	S/ 332,884.77	0.893212	S/ 297,336.66
3	S/ 420,432.28	0.844174	S/ 354,917.86
4	S/ 515,189.24	0.797828	S/ 411,032.20
5	S/ 2,038,626.85	0.754026	S/ 1,537,177.70

**El proyecto presenta los siguientes FEN:**

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
0	-S/ 1,010,797.06	-S/ 1,010,797.06	<b>4.24</b>	<b>4.24</b>	<b>50.93</b>	<b>1257.83</b>
1	S/ 238,171.69	-S/ 772,625.37				
2	S/ 297,336.66	-S/ 475,288.70				
3	S/ 354,917.86	-S/ 120,370.84				
4	S/ 411,032.20	S/ 290,661.36				
5	S/ 1,537,177.70	S/ 1,827,839.06				

Por lo tanto, el tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 4 años y 2 meses

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL VAN RESPECTO DE LA VARIACION DE LAS VENTAS

Analisis de escenario		FCE							FCF						
Escenarios	%ventas	VAN	TIR	B/C	IR	PR	MESES	DIAS	VAN	TIR	B/C	IR	PR	MESES	DIAS
PESIMISTA	90%	S/ 227,982.44	8.38%	1.0487	1.068	1	4	-26	S/ 538,142.03	16.27%	1.0699	1.532	0	5	-115
<b>PLANIFICA</b>	<b>100%</b>	<b>S/ 1,592,400.46</b>	<b>18.66%</b>	<b>1.3386</b>	<b>1.473</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-54</b>	<b>S/ 1,827,736.13</b>	<b>40.22%</b>	<b>1.2573</b>	<b>2.808</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>-146</b>
OPTIMISTA	110%	S/ 1,750,973.26	20.67%	1.3740	1.520	1	1	-111	S/ 2,089,074.06	45.19%	1.2952	3.067	0	0	-167

100% S/ 1,592,400.46  
 14% S/ 227,982.44  
 Variacion 86%  
 Elasticidad 8.568309604

100% S/ 1,827,736.13  
 29% S/ 538,142.03  
 Variacion 71%  
 Elasticidad 7.055690831

100%	86%	12%
100%	71%	14%

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE ESCENARIOS: NORMAL, PESIMISTA Y OPTIMISTA PONDERADOS - PRESENTACIÓN DE INDICADORES ECONÓMICO Y FINANCIERO

### EVALUACIÓN ECONÓMICA NORMAL

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	S/ -	S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 2,864,082.06
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	S/ 3,369,323.53	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	-S/ 3,369,323.53	S/ 745,699.18	S/ 830,562.42	S/ 922,214.71	S/ 1,021,199.20	S/ 2,548,990.74
APORTE DE CAPITAL	S/ 3,369,323.53					

<b>TASA DE DESCUENTO ECONOMICA</b>	0.0581	<b>5.81%</b>
------------------------------------	--------	--------------

### INDICADORES ECONÓMICOS DE RENTABILIDAD

<b>VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO</b>	
<b>VANE</b>	S/ 1,592,400.46

Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.

El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO</b>	
<b>TIRE</b>	<b>19%</b>
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	<b>5.81%</b>

Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable e económicamente

El proyecto tiene un rendimiento del **19%** por un periodo de **5** años

El VANE resulta cero cuando la TIRE es **19%**

<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>	<u>\$6,295,891.91</u> -\$4,703,491.44
-------------	--

<b>B/CE</b>	<b>1.34</b>
-------------	-------------

El B/CE es superior que 1, por lo que el proyecto resulta rentable económicamente.

El valor presente de los ingresos es mayor al valor presente de los egresos.

Por cada sol que se invierte se gana 1.34 soles

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
-------------------------------	--

<b>IR =</b>	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
-------------	---

<b>IR =</b>	<u>\$4,961,723.99</u> \$3,369,323.53
-------------	---

<b>IR =</b>	<b>1.47</b>
-------------	-------------

Si el índice de rentabilidad es superior que 1, quiere decir que por cada sol invertido le esta generando al proyecto una mayor rentabilidad.

### EVALUACIÓN ECONÓMICA PESIMISTA

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ 845,550.00</b>	<b>S/887,827.00</b>	<b>S/932,218.00</b>	<b>S/ 978,829.00</b>	<b>S/ 2,448,659.30</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 845,550.00	S/887,827.00	S/932,218.00	S/ 978,829.00	S/ 1,027,771.00
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/315,091.32</b>	<b>S/315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>	<b>S/ 315,091.32</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/200,535.92	S/200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 530,458.68</b>	<b>S/572,735.68</b>	<b>S/617,126.68</b>	<b>S/ 663,737.68</b>	<b>S/ 2,133,567.98</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 3,369,323.53					

<b>TASA DE DESCUENTO ECONOMICA</b>	0.0581	<b>5.81%</b>
------------------------------------	--------	--------------

<b>INDICADORES ECONÓMICOS DE RENTABILIDAD</b>
---

<b>VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO</b>	
<b>VANE</b>	<b>S/ 302,741.41</b>

Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.  
El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO</b>	
<b>TIRE</b>	<b>8%</b>
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	<b>5.81%</b>

Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente.  
El proyecto tiene un rendimiento del **8%** por un periodo de **5** años.  
El VANE resulta cero cuando la TIRE es **8%**

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO</b>	
<b>B/CE</b>	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS

<b>B/CE</b>	<b>\$5,006,232.86</b> <b>-\$4,703,491.44</b>
-------------	---

<b>B/CE</b>	<b>1.06</b>
-------------	-------------

El B/CE es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable económicamente.

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos.

Por cada sol que se invierte se gana 1.06 soles

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
-------------------------------	--

<b>IR =</b>	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>\$3,672,064.94</b> <b>\$3,369,323.53</b>
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>1.09</b>
-------------	-------------

Si el índice de rentabilidad es superior que 1, quiere decir que por cada sol invertido le esta generando al proyecto una mayor rentabilidad.

### EVALUACION ECONOMICA OPTIMISTA

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	S/ -	S/ 1,113,830.03	S/ 1,202,936.43	S/ 1,299,171.34	S/ 1,403,105.05	S/ 2,936,241.75
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,113,830.03	S/ 1,202,936.43	S/ 1,299,171.34	S/ 1,403,105.05	S/ 1,515,353.45
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	S/ 3,369,323.53	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32	S/ 315,091.32
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 798,738.70</b>	<b>S/ 887,845.10</b>	<b>S/ 984,080.02</b>	<b>S/ 1,088,013.72</b>	<b>S/ 2,621,150.43</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 3,369,323.53					

<b>TASA DE DESCUENTO ECONOMICA</b>	0.0581	<b>5.81%</b>
------------------------------------	--------	--------------

#### INDICADORES ECONÓMICOS DE RENTABILIDAD

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	
<b>VANE</b>	S/ <b>1,853,628.17</b>

Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.

El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
<b>TIRE</b>	<b>21%</b>
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	<b>5.81%</b>

Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicament

El proyecto tiene un rendimiento del **21%** por un periodo de **5** años

El VANE resulta cero cuando la TIRE es **21%**

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO</b>	
<b>B/CE</b>	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
<b>B/CE</b>	<b>\$6,557,119.62</b> <b>-\$4,703,491.44</b>
<b>B/CE</b>	<b>1.39</b>

El B/CE es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable económicamente.

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos.

Por cada sol que se invierte se gana 1.39 soles.

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
<b>IR =</b>	<b>\$5,222,951.70</b> <b>\$3,369,323.53</b>
<b>IR =</b>	<b>1.55</b>

Si el índice de rentabilidad es superior que 1, quiere decir que por cada sol invertido le esta generando al proyecto una mayor rentabilidad.

### EVALUACIÓN FINANCIERA NORMAL

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>	<b>S/ 1,060,790.50</b>	<b>S/1,145,653.74</b>	<b>S/1,237,306.04</b>	<b>S/ 1,336,290.52</b>	<b>S/ 2,864,082.06</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,060,790.50	S/1,145,653.74	S/1,237,306.04	S/ 1,336,290.52	S/ 1,443,193.76
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Préstamo	S/ 2,358,526.47					S/ -
I.4 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
II.7 Servicio de deuda		S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00
Amortización		S/ 444,328.06	S/ 457,613.47	S/ 471,296.11	S/ 485,387.87	S/ 499,900.96
Gastos financieros		S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>S/ 230,851.17</b>	<b>S/ 315,714.41</b>	<b>S/ 407,366.71</b>	<b>S/ 506,351.20</b>	<b>S/ 2,034,142.74</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>S/ 21,155.98</b>	<b>S/ 17,170.36</b>	<b>S/ 13,065.57</b>	<b>S/ 8,838.04</b>	<b>S/ 4,484.11</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 252,007.16</b>	<b>S/ 332,884.77</b>	<b>S/ 420,432.28</b>	<b>S/ 515,189.24</b>	<b>S/ 2,038,626.85</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 1,010,797.06					

<b>TASA DE DESCUENTO FINANCIERA</b>	0.0581	<b>5.81%</b>
-------------------------------------	--------	--------------

<b>INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD</b>
--

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
<b>VANF</b>	<b>S/ 1,827,736.13</b>

Como el VANF es mayor a cero, resulta conveniente invertir en el proyecto

El proyecto resulta rentable ya que genera rentabilidad por solo.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
<b>TIRF</b>	<b>40.22%</b>
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	<b>5.81%</b>

Como la TIRF es superior a la tasa de descuento financiera, el proyecto resulta rentable financieramente

El proyecto tiene un rendimiento del **40.22%** por un periodo de **5** años

El VANF resulta cero cuando la TIRF es **40.22%**

RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO	
B/CF	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS

B/CF	\$8,654,418.37 -\$6,883,474.30
------	-----------------------------------

B/CF	1.26
------	------

El B/CF es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable financieramente

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos

Por cada sol que se invierte se gana 1.26 soles

INDICE DE RENTABILIDAD	
------------------------	--

IR =	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
------	--

IR =	\$2,838,533.19 \$1,010,797.06
------	----------------------------------

IR =	2.81
------	------

Si el indice de rentabilidad es superior a 1, quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto, se esta generando una mayor rentabilidad.

### EVALUACIÓN FINANCIERA PESIMISTA

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>	<b>S/ 845,550.00</b>	<b>S/ 887,827.00</b>	<b>S/ 932,218.00</b>	<b>S/ 978,829.00</b>	<b>S/ 2,448,659.30</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 845,550.00	S/ 887,827.00	S/ 932,218.00	S/ 978,829.00	S/ 1,027,771.00
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Préstamo	S/ 2,358,526.47					S/ -
I.4 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
II.7 Servicio de deuda		S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00
Amortización		S/ 444,328.06	S/ 457,613.47	S/ 471,296.11	S/ 485,387.87	S/ 499,900.96
Gastos financieros		S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>S/ 15,610.67</b>	<b>S/ 57,887.67</b>	<b>S/ 102,278.67</b>	<b>S/ 148,889.67</b>	<b>S/ 1,618,719.97</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>S/ 21,155.98</b>	<b>S/ 17,170.36</b>	<b>S/ 13,065.57</b>	<b>S/ 8,838.04</b>	<b>S/ 4,484.11</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 36,766.66</b>	<b>S/ 75,058.03</b>	<b>S/ 115,344.24</b>	<b>S/ 157,727.72</b>	<b>S/ 1,623,204.09</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 1,010,797.06					

<b>TASA DE DESCUENTO FINANCIERA</b>	0.0581	5.81%
-------------------------------------	--------	-------

#### INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
<b>VANF</b>	S/ 538,077.09

Como el VANF es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto  
El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
<b>TIRF</b>	16.27%
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	5.81%

Como la TIRF es mayor que la tasa de descuento financiera, el proyecto es rentable financieramente

El proyecto tiene un rendimiento del **16.27%** por un periodo de **5** años

El VANF resulta cero cuando la TIRF es **16.27%**

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</b>	
<b>B/CF</b>	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS

<b>B/CF</b>	<b>\$7,364,759.32</b> <b>-\$6,883,474.30</b>
-------------	---

<b>B/CF</b>	<b>1.07</b>
-------------	-------------

El B/CF es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable financieramente

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos

Por cada sol que se invierte se gana 1.07 soles

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
-------------------------------	--

<b>IR =</b>	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>\$1,548,874.14</b> <b>\$1,010,797.06</b>
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>1.53</b>
-------------	-------------

Si el índice de rentabilidad es superior a 1, quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto, se está generando una mayor rentabilidad.

### EVALUACION FINANCIERA OPTIMISTA

RUBROS CONTABLES		1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>S/ 2,358,526.47</b>	<b>S/ 1,113,830.03</b>	<b>S/ 1,202,936.43</b>	<b>S/ 1,299,171.34</b>	<b>S/ 1,403,105.05</b>	<b>S/ 2,936,241.75</b>
I.1 Ingresos por ventas		S/ 1,113,830.03	S/ 1,202,936.43	S/ 1,299,171.34	S/ 1,403,105.05	S/ 1,515,353.45
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						S/ 23,591.30
I.3 Préstamo	S/ 2,358,526.47					S/ -
I.4 Valor Residual						S/ 1,397,297.00
<b>II. EGRESOS</b>	<b>S/ 3,369,323.53</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>	<b>S/ 829,939.33</b>
II.1. Inversión Total	S/ 3,369,323.53					
II.3. Gastos de Operación		S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69	S/ 48,983.69
II.5. IGV a pagar		S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71	S/ 65,571.71
II.6. Impuesto a la Renta		S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92	S/ 200,535.92
II.7 Servicio de deuda		S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00	S/ 514,848.00
Amortización		S/ 444,328.06	S/ 457,613.47	S/ 471,296.11	S/ 485,387.87	S/ 499,900.96
Gastos financieros		S/ 70,519.94	S/ 57,234.53	S/ 43,551.89	S/ 29,460.14	S/ 14,947.04
<b>SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>S/ 283,890.70</b>	<b>S/ 372,997.10</b>	<b>S/ 469,232.02</b>	<b>S/ 573,165.72</b>	<b>S/ 2,106,302.43</b>
<b>ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO</b>		<b>S/ 21,155.98</b>	<b>S/ 17,170.36</b>	<b>S/ 13,065.57</b>	<b>S/ 8,838.04</b>	<b>S/ 4,484.11</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 1,010,797.06</b>	<b>S/ 305,046.68</b>	<b>S/ 390,167.46</b>	<b>S/ 482,297.58</b>	<b>S/ 582,003.76</b>	<b>S/ 2,110,786.54</b>
APORTE DE CAPITAL	S/ 1,010,797.06					

<b>TASA DE DESCUENTO FINANCIERA</b>	0.0581	5.81%
-------------------------------------	--------	-------

<b>INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD</b>
--

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
<b>VANF</b>	S/ 2,088,963.85

Como el VANF es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto  
El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
<b>TIRF</b>	45.19%
<b>TASA DE DESCUENTO (COK)</b>	5.81%

Como la TIRF es mayor que la tasa de descuento financiera, el proyecto es rentable financieramente  
El proyecto tiene un rendimiento del **45.19%** por un periodo de **5** años  
El VANF resulta cero cuando la TIRF es **45.19%**

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</b>	
<b>B/CF</b>	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS

<b>B/CF</b>	<b>\$8,915,646.09</b> <b>-\$6,883,474.30</b>
-------------	---

<b>B/CF</b>	<b>1.30</b>
-------------	-------------

El B/CF es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable financieramente

El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos

Por cada sol que se invierte se gana 1.30 soles

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
-------------------------------	--

<b>IR =</b>	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO INVERSIÓN TOTAL
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>\$3,099,760.90</b> <b>\$1,010,797.06</b>
-------------	--

<b>IR =</b>	<b>3.07</b>
-------------	-------------

Si el indice de rentabilidad es superior a 1, quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto, se esta generando una mayor rentabilidad.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL VAN Y ANALISIS DE RIESGOS.

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
<b>PESO</b>	<b>10</b>	<b>80</b>	<b>10</b>
<b>VANE</b>	S/ 227,982.44	S/ 1,592,400.46	S/ 1,750,973.26
<b>TIRE</b>	8.38%	19%	20.67%
<b>B/C</b>	1.05	1.34	1.37
<b>IR</b>	1.07	1.47	1.52
<b>VANF</b>	S/ 538,142.03	S/ 1,827,736.13	S/ 2,089,074.06
<b>TIRF</b>	16.27%	40.22%	45.19%
<b>B/C</b>	1.07	1.26	1.30
<b>IR</b>	1.53	2.81	3.07

	VAN	PROBABILIDAD	VAN ESPERADO
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	S/ 227,982.44	10%	S/ 22,798.24
<b>ESCENARIO NORMAL</b>	S/ 1,592,400.46	80%	S/ 1,273,920.37
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	S/ 1,750,973.26	10%	S/ 175,097.33
<b>TOTAL</b>			S/ 1,471,815.94

### DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO A PARTIR DE LOS VALORES ESPERADOS.

Finalmente, con respecto a la viabilidad económica del proyecto, se concluye que, si resulta viable, puesto que el VAN es superior al valor 0, por ello el proyecto se puede ejecutar. Igualmente, el TIR es mayor a la tasa de descuento, por lo que se reafirma que el proyecto es viable. Y por la parte de la viabilidad financiera, su VAN del mismo modo es superior a 0, por lo que se concluye que, si es conveniente invertir en el proyecto, y del mismo modo el TIR es superior a 0. Por todo ello, se recomienda ejecutar el proyecto de planta productora de queso fresco.

## CONCLUSIONES

El queso fresco se encuentra en tendencia de ser consumido por los peruanos, como se ha mostrado en los últimos años la demanda ha ido en aumento, y esto se da por que las personas prefieren un producto que les brinde beneficios a la salud.

La viabilidad estratégica, resulto positiva porque el puntaje ponderado de la matriz interna es de 2.8 y para la matriz externa un 3, lo que muestra que existen sólidas estrategias intensivas, y es posible ingresar al mercado, también se dará un desarrollo considerable del producto, y se podrán implementar estrategias sin mucha dificultad con otros procesos para que así la empresa sea sostenible y pueda crecer y desarrollarse.

La viabilidad del estudio de mercado se evidencio, ya que existe una demanda insatisfecha que aún no ha sido cubierta en el mercado peruano. Y acá será clave el apoyo por parte de los aliados para poder llevar a cabo el proyecto, ya que los mayoristas, minoristas y detallistas, serán los encargados de entregar el producto ya terminado para que el cliente pueda adquirirlo y posteriormente consumirlo.

La viabilidad del estudio técnico, es favorable por la ubicación de la planta que es en Cajamarca, ya que resulta perfecta, por la gran cantidad de ganaderos bovinos y eso hace más sencillo el acopio de leche para su futuro procesamiento. Del mismo modo se debe resaltar lo necesario de mantener operativas las maquinarias durante el tiempo requerido con los descansos adecuados para una producción eficiente del queso fresco, y para ello resulta necesario un mantenimiento a las maquinarias, infraestructura y equipamiento constante.

La viabilidad del estudio organizacional, se vio gracias a los procesos propuestos, puesto que resultan favorables para orientar de forma correcta las actividades y relaciones de la organización; y así poder contar con la gestión del conocimiento como ventaja competitiva, y considerar a los colaboradores como elemento de retención conocimiento e información.

La viabilidad del estudio económico y financiero del proyecto, concluye que, si resulta viable, puesto que el VAN y TIR son valores superiores a 0, y estos resultados son favorables para el proyecto como se evidencio en los distintos escenarios propuestos, lo que hace rentable al proyecto y por eso se recomienda ejecutar el proyecto de planta productora de queso fresco.

Y por último de forma general, después de todo lo presentado, se concluye que el proyecto de inversión si resulta viable.

### **RECOMENDACIONES**

La viabilidad estratégica, da a entender que el producto podrá tener crecimiento y es por eso que la empresa debe aprovechar el apogeo que va a tener para posicionarse y maximizar las ganancias.

La viabilidad de mercado ayudará a la empresa a reconocer su mercado y cuanto debe proyectar a producir, y la empresa deberá satisfacer la demanda y así cumplir con las necesidades de los clientes.

La viabilidad técnica, se verá reflejado al momento de adquirir la leche puesto que, gracias a la cercanía con los ganaderos bovinos, se hará más sencillo y deberán aprovechar eso para maximizar la producción y cumplir con tiempos de entrega.

La viabilidad organizacional, ayudará a la empresa a mejorar los procesos, ya que los trabajadores se sentirán más satisfechos y aprenderán constantemente con las capacitaciones que se han propuesto; además debe tener en cuenta los aspectos mínimos requeridos para contratar a los colaboradores.

La viabilidad económica y financiera, va ayudar a la empresa a reconocer hacia donde se dirige, ya que un proyecto no solo se puede dirigir por que suena convincente, sino que debe tener bases para poder ejecutarse.

## REFERENCIAS

- Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas (2021) Producción lechera en Cajamarca supera 361 000 000 litros anuales [www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/3381](http://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/3381)
- Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.
- El Peruano (2022) Decreto Supremo que moue modifica el Reglamento de la Leche y Productos Lácteos, aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2017-MINAGRI <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-modifica-el-reglamento-de-la-leche-y-pro-decreto-supremo-n-004-2022-midagri-2056438-1/>
- Espinoza, J. et al. (2022) Informe Preliminar del Estudio de Mercado sobre el Sector Lácteo en el Perú. <http://www.indecopi.gob.pe/>
- Freire, R. María., Viejo, R. Raimundo, Blanco J. Francisco, (2014), Practicas y conceptos básicos de microeconomía 4ta edición, Madrid.
- García (2010) LA TECNOLOGÍA su conceptualización y algunas reflexiones con respecto a sus efectos <http://www.ammci.org.mx/revista/pdf/Numero2/2art.pdf>
- Herrero (2018) Las estrategias genéricas de Michael Porter y el plan de marketing. Titular.com. <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing#:~:text=Una%20estrategia%20competitiva%20es%20un,redunde%20en%20una%20mayor%20rentabilidad.>
- Informe de Lanzamiento del Estudio de Mercado sobre el Sector Lácteo en el Perú – Octubre 2021
- León (2022) Producción nacional de queso alcanzó las 126.685 toneladas en 2021, mostrando un aumento de 9.1%. Agraria.pe <https://agraria.pe/noticias/produccion-nacional-de-queso-alcanzo-las-126-685-toneladas-e-27412>

Montoyo (2012) Proceso de producción.

[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema\\_4\\_-\\_Proceso\\_de\\_produccion.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf)

Paz Enrique, L. E., Hernández Alfonso, E. A., & Tamayo Rueda, D. (2017). Oferta de Información, acercamiento a su fundamentación teórica y epistemológica. *Ciencias de la Información*, 48(3), 3-10.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1814/181457243001.pdf>

Sánchez (2015) Elaboración de un manual de operaciones para el proceso de fabricación de queso fresco de calidad en la empresa Aychapicho Agro's S.A  
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/10471/1/CD-6193.pdf>

Zavala, M (2010). ANALISIS DEL SECTOR LACTEO PERUANO.  
<http://www.minag.gob.pe/direccion-de-promocion-de-la-competitividad/direccion-de-promocion-de-lacompetitividad.html>